



ЖУРНАЛ- ДИАЛОГ

ВЕСТНИК ИДТ



www.acgi.ru



КОНГРЕСС
ИНДУСТРИИ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ
ОФИЦИАЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ

#МЫ РАБОТАЕМ ДЛЯ ДЕТЕЙ #15 ЛЕТ ВМЕСТЕ

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

ОБЩЕСТВО - ГОСУДАРСТВО - ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

ОБЪЕДИНЯЕМ ИНДУСТРИЮ

15 ЛЕТ ВМЕСТЕ РАБОТАЕМ ДЛЯ ДЕТЕЙ И РАДИ ДЕТЕЙ

В ФОКУСЕ ВНИМАНИЯ

ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ РЕГИОНОВ



12+



Официальное издание
Конгресса индустрии
детских товаров

#15 лет вместе
#Работаем для детей

Содержание

4 Приветственное слово Антонины Цицулиной

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

- 6 Лилия Гумерова: Индустрия товаров для детей — одна из составляющих национальной безопасности страны
- 10 Екатерина Приезжева: Наш общий приоритет — обеспечение благополучного и защищенного детства
- 11 Радий Хабиров: В рамках фестиваля «Айда играть» мы подписали важные соглашения о сотрудничестве
- 12 Александр Шельдяев: Нам важна консолидация и разработка адресных региональных программ с мерами поддержки федерального уровня
- 15 Дорожная карта развития ИДТ в Башкирии: от соглашения с Ассоциацией до фестиваля «Айда играть»
- 20 Глеб Никитин: Все наши проекты с АИДТ можно тиражировать на федеральном уровне
- 23 Александр Соколов: На территории Кировской области выстроена целостная система поддержки семей с детьми
- 26 Екатерина Зиновьева: Подмосковье участвует практически во всех федеральных пилотных проектах, связанных с промышленностью
- 29 Светлана Чупшева: Прежде всего индустрия детских товаров должна быть технологически независимой

15 ЛЕТ В ИНТЕРЕСАХ ИНДУСТРИИ

- 32 АИДТ в датах и цифрах
- 38 «Мы освоили новый язык». Основатели АИДТ — о том, как создавалась Ассоциация
- 42 Максим Ентяков: Мы не представляли 15 лет назад, каким будет наш путь
- 44 Мария Давыдова: Путешествие из прошлого в настоящее
- 45 Вадим Ринский: У России есть все, чтобы в сфере товаров для детей быть на уровне развитых стран

ЗОЛОТО ДЛЯ ЛУЧШИХ

- 48 Мягкая сила «Золотого медвежонка»
- 56 Где живет Золотой медвежонок
- 59 Всегда в тему. Как создать позитивный образ индустрии для детства в СМИ

ПО ВЫСШИМ СТАНДАРТАМ

- 64 Руслан Давыдов: Чаще всего среди детских игрушек ФТС выявляет контрафакт в конструкторах, куклах и машинках
- 66 Антон Шалаев: Перспективная программа стандартизации в области товаров и услуг для детей отражает потребности производителей
- 71 История одного успеха: ТК 181
- 78 О науке — без скуки. Как АИДТ и Росстандарт помогают растить будущих инженеров и метрологов
- 81 Ирина Шевкун: В результате введения маркировки по обувной продукции доля нелегального рынка сократилась на треть

ГОСПОДДЕРЖКА

- 86 Недетские льготы: каким товарным группам снижена налоговая ставка НДС
- 88 Конкурс перспективных брендов: новому времени — сильные идеи

- 91 Как это работает: предприятия ИДТ участвуют в нацпроекте «Производительность труда»
- 95 Денис Лабуза: Современная упаковка становится частью игрушки
- 97 Объединяем усилия. Какие кластеры производителей детских товаров есть в российских регионах

НОВИНКИ НА РЫНКЕ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

- 101 Навигатор по детским товарам

НАУКА + ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

- 114 Ольга Васильева: Сегодня нужна экспертиза всего образовательного оборудования, с которым взаимодействуют наши дети
- 117 Кадры решают все: как подготовить специалистов для ИДТ
- 120 Вторичное сырье в детских игрушках: разрешить нельзя запретить
- 123 Наука в интересах промышленности: как построить детскую индустрию для будущего

УЧПРОМ

- 132 «Учпром»: Строй на своем
- 141 Сергей Плахотников: Рынку госзакупок для садиков нужны перемены

АЙДА ИГРАТЬ

- 146 Российский рынок игр и игрушек: лед тронулся
- 155 Проследить за каждым: детские игрушки начнут маркировать

СТИЛЬНО-МОДНО

- 162 Время возможностей: что происходит на рынке детской одежды
- 169 Анастасия Василькова: Производителям одежды нужны меры поддержки, направленные на продвижение российских брендов

БРЕНД В ПОМОЩЬ

- 172 Время новых героев: как меняется лицензионный рынок в России
- 178 Медиатренды: что выбирают дети в интернете

ЛАСТИК, НОЖНИЦЫ, БУМАГА

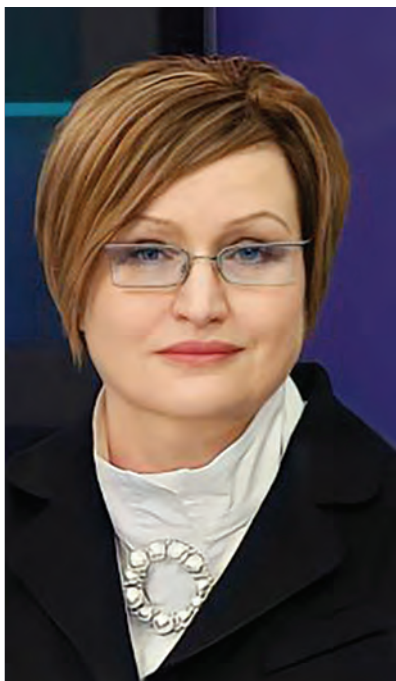
- 184 Рынок канцтоваров: обстановка сложная, но рабочая

МЕБЕЛЬ НА ВЫРОСТ

- 196 Производство мебели в России растет вслед за спросом

ЗАГЛЯНУТЬ В БУДУЩЕЕ

- 202 Тренды потребительского рынка детских товаров – 2023
- 206 Что рассказывает демографический прогноз о развитии индустрии детских товаров в России
- 212 Что день грядущий нам готовит: тренды будущего в индустрии детских товаров
- 216 Антонина Цицулина: Безопасность, качество и доступность детских товаров – наши приоритеты



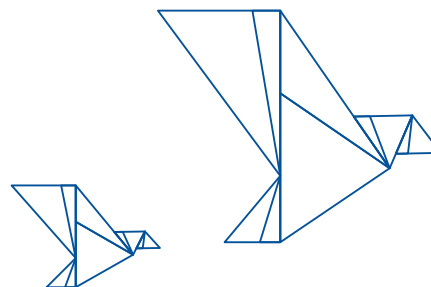
Уважаемые коллеги!

«Вестник ИДТ» — это голос нашей индустрии, ее ежедневник, фиксирующий все значимые события, проблемы и вопросы.

В то же время это летопись всей индустрии, с ее историями успеха, непрекращающимся поиском и выработкой актуальных решений и продвижения отрасли, работающей в интересах детства.

Участники нашей ассоциации — это не только поистине талантливые предприниматели, производственники, управленцы. Это люди определенного склада и энергии — оптимисты, умеющие в любых условиях и ситуациях видеть не преграды, а возможности. Они обладают очень редким даром — искренне верить в чудеса и воплощать их в реальность.

В этом году исполняется 15 лет Ассоциации предприятий индустрии детских товаров.



В этот юбилейный год мы поздравляем всех наших участников, соратников и друзей! Благодарим за высокий профессионализм, энергию и оптимизм в преодолении сложностей, настойчивость и вдохновение в решении сложных задач, верность своему делу и ежедневный самоотверженный труд в интересах детства!

15 лет вместе с лучшими партнерами и соратниками мы развиваем индустрию товаров и услуг для детей.

Для наших организаций крайне важно признание социальной значимости их деятельности. Мы хотим, чтобы по достоинству оценили нашу работу и услышали о проблемах отрасли представители органов государственной власти, чтобы как можно больше людей отдали свой голос за отечественного производителя.

Главный девиз АИДТ как 15 лет назад, так и сегодня остается неизменным — мы работаем для детей и ради детей.



**С уважением,
Антонина Цицулина**



ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА



ЛИЛИЯ ГУМЕРОВА: ИНДУСТРИЯ ТОВАРОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ – ОДНА ИЗ СОСТАВЛЯЮЩИХ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

При поддержке Совета Федерации, Комитета Совета Федерации по науке, образованию и культуре и АИДТ был организован первый Национальный съезд производителей учебного оборудования и средств обучения «УЧПРОМ».

В ходе трехдневной работы съезда руководители профильных федеральных и региональных органов власти, лидеры производства учебного оборудования, ведущие эксперты отрасли обсудили тренды развития промышленности в области учебного оборудования, определили подходы государства к формированию современной инфраструктуры образования, рассмотрели необходимые меры поддержки для наращивания доли российской продукции, определили пути и возможности замещения отечественными производителями доли рынка ушедших международных брендов, оснащение учебных учреждений современными средствами обучения, не уступающими мировым аналогам.

В интервью для нашего издания председатель Комитета Совета Федерации по науке, образованию и культуре **Лилия Гумерова** акцентировала необходимость расширения взаимодействия законодателей, органов исполнительной власти, представителей научно-педагогического сообщества и производителей с целью создания качественной продукции с опорой на традиционные ценности многонациональной России.

ВИДТ: В этом году состоялся первый Национальный съезд производителей учебного оборудования, на котором Вы отметили важность диалога производителей и научно-образовательного сообщества. Как максимально эффективно интегрировать продукцию для обучения и воспитания детей в отечественную систему образования?

— Подводя итоги Национального съезда промышленников, занятых в сфере учебного производства и средств обучения, мы понимаем, что сегодня создание нового учебного



оборудования для школ имеет стратегическое значение. Развитие производства учебного оборудования особенно важно в условиях формирования суверенной системы отечественного образования, которой нужна качественная продукция для обучения и воспитания детей в российском культурном пространстве, чтобы у них формировались нравственные ценности, любовь к родине.

В прошлом году, встречаясь с производителями детских товаров, мы сталкивались с тем, что не все учреждения в сфере образования знали о новинках и инновациях отечественной продукции для обучения, которая представлена на рынке. А производители детских товаров, в свою очередь, не всегда владели информацией о том, что именно необходимо школам, колледжам и детским садам. Именно поэтому были разработаны необходимые методические рекомендации. Они помогут производителям ориентироваться на специфику, комплектующие и другие характеристики товаров. Все это позволит оснастить новые школы, организации дополнительного образования, детские сады полезным инновационным учебным оборудованием, имеющим доказанную образовательную ценность, отвечающим требованиям безопасности и особенностям образовательного процесса.

Также рассчитываем, что у наших производителей есть все возможности для того, чтобы воплотить в жизнь свои лучшие наработки и инновации.

Отдельно отмечу, что Совет при Президенте РФ по реализации государственной политики в сфере защиты семьи и детей под руководством председателя Совета Федерации В. И. Матвиенко держит



Вручение призов победителям конкурса «Выбор детей» на фестивале «Айда играть» в Башкирии

на контроле вопросы, связанные с определением объема и источников финансирования актуализированного плана мероприятий, дорожной карты по развитию индустрии детских товаров, включая учебное оборудование и средства обучения, на 2020–2024 годы. По инициативе нашего комитета в Постановление Совета Федерации о предложениях по формированию федерального бюджета на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов вошли соответствующие рекомендации правительству.

Также мы считаем актуальным расширение взаимодействия законодателей, органов исполнительной власти, представителей научно-педагогического сообщества и производителей с целью создания качественной продукции с опорой на традиционные ценности многонациональной России.

Поэтому мы активно поддержали Национальный съезд производителей учебного оборудования, на площадке которого состоялся диалог всех участников процесса развития нашей промышленности, в том числе для системы образования.

ВИДТ: Как Вы оцениваете потенциал первого Всероссийского фестиваля игры «Айда играть», состоявшегося в Уфе, для индустрии детских товаров, научно-образовательного и культурного сообщества?

— Фестиваль «Айда играть» — это проект всероссийского масштаба, наша большая совместная работа с правительством Республики Башкортостан, которую я представляю в верхней палате парламента, Ассоциации предприятий индустрии детских товаров, а также отечественных производителей,



научного и образовательного сообщества.

Как подчеркнула председатель Совета Федерации В. И. Матвиенко в своем обращении к участникам мероприятия, проведение фестиваля в Уфе свидетельствует о том, что в Республике Башкортостан проводится большая работа по поддержке индустрии детских товаров. Это мероприятие объединило представителей органов государственной власти, экспертного сообщества, родительской общественности, ведущих российских производителей детской продукции.

На фестивале были продемонстрированы лучшие региональные практики, направленные на увеличение доли современной, качественной, безопасной и доступной продукции для детей на внутреннем рынке. И сегодня у нас есть целый ряд конкретных поручений президента. Это и расширение списка детских товаров, которые будут облагаться налогом по льготному проценту, и трансформация дорожной карты.

Сегодня рынок индустрии детских товаров – порядка 280 млрд рублей. Но доля отечественной составляющей – не более 30%. В то время как по оценке экспертов мы могли бы занимать практически 80% этого рынка своей, отечественной продукцией. К сожалению, пока он насыщен продукцией не российского производства, по которой имеются большие претензии к качеству, не говоря уже о содержательной части. Некрасивые куклы, герои абсолютно чуждых нам историй, порой неожиданно становятся теми товарами, которые родители покупают в первую очередь. Поэтому такой фестиваль, как «Айда играть»,

с одной стороны, дает возможность показать то лучшее, что есть в отечественной индустрии товаров для детства, в том числе игр и игрушек, учебных пособий. С другой стороны, он также помогает сделать акцент на том, какие проблемы и запросы есть у наших производителей, чем им нужно помочь. И, конечно, фестиваль – это большой праздник для детей, которые наглядно увидели то, как зарождалась индустрия игры, познакомились с ретроспективой игрушки.

Отмечу, что в ходе мероприятия представители министерств, ведущие эксперты, в том числе из других государств, обменялись предложениями по производству безопасных и полезных игрушек.

В рамках фестиваля «Айда играть» было подписано соглашение между АИДТ и Минобрнауки Республики Башкортостан о развитии сотрудничества по апробации учебного оборудования и средств обучения, а также о проведении пилотного проекта по внедрению рекомендаций для дошкольных образовательных организаций, единого реестра производителей игрушек и средств обучения в целях разработки рекомендаций по материально-техническому оснащению образовательных организаций. Такое сотрудничество позволит перейти к созданию уникальной и эффективной развивающей среды для гармоничного развития детей.

Надеемся, что фестиваль станет ежегодной площадкой, которая сможет консолидировать усилия общества, государства, реального сектора экономики в продвижении важной темы детской игры и игрушки.

ВИДТ: Какова сегодня роль игры и игрушки в воспитательно-образовательном и культурном процессе? И как можно способствовать созданию детских брендов, соответствующих культурным архетипам нашей страны?

– Индустрия товаров для детства – это, своего рода одна из составляющих национальной безопасности страны. Какими игрушками играют дети, что они впитывают через мультипликационные фильмы, какие их окружают учебные пособия, мебель – все это имеет колоссальное значение. Мы уверены, что необходимы стимулы для появления качественных, безопасных, современных игр и игрушек с героями отечественной истории, фольклора, в том числе с использованием региональных брендов. Это позволит прививать детям ценности многонационального народа нашей страны и уверенность в том, что российские игрушки – самые красивые, добрые и лучшие.

Кроме того, законодательно закреплена в соответствии с поручением президента возможность полного государственного финансирования производства и проката художественных и анимационных фильмов для детей и молодежи. Этот закон был разработан на площадке Совета Федерации. Это также важный и востребованный шаг. Производство ярких, зрелищных, добрых фильмов и мультфильмов, как, например, «Северные амуры» о героях Отечественной войны 1812 года, должно быть поставлено на поток. Именно на таких примерах, а не на образах заокеанских героев должны воспитываться наши дети.

Ведь сегодня мы рассматриваем игрушку не просто как средство развлечения ребенка, а прежде всего

как средство воспитания, образования, сохранения наших традиций, духовно-нравственных ценностей. Игрушки могут помочь нашим детям в сохранении национальной идентичности. Игра и игрушка – это та сфера человеческой деятельности, которая лежит в основе формирования национальной ментальности, играет большую роль в интеллектуальном, нравственном, эстетическом развитии детей, их формировании как патриотов.

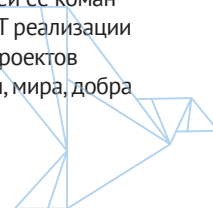
Отрадно, что на отечественном рынке появляется очень много игрушек, созданных по мотивам наших анимационных фильмов.

Например, очень популярен сегодня Чебурашка. Такие теплые, добрые, светлые и родные игрушки обязательно должны окружать наших детей.

Я думаю, что мы в начале большого пути, когда очень серьезно, по-государственному посмотрели на тему производства и продвижения детских товаров, в том числе игрушек и пособий. Ведь сегодня особенно важно поддерживать и развивать разработку и производство отечественных игр, направленных на созидание, стремление к добру, миру и справедливости.

ВИДТ: В этом году АИДТ исполняется 15 лет. Как Вы оцениваете сотрудничество с ассоциацией? Что бы Вы хотели пожелать участникам АИДТ?

– Мы многие годы успешно сотрудничаем с Ассоциацией индустрии детских товаров во главе с Антониной Викторовной Цицулиной – ярким, неравнодушным, эффективным руководителем, которая является, что называется, локомотивом по решению ключевых задач для отрасли. Желаем Антонине Викторовне, всей ее команде, всем участникам АИДТ реализации новых востребованных проектов в интересах детей России, мира, добра и всего самого хорошего.



Церемония вручения Национальной премии в сфере товаров и услуг для детей «Золотой медвежонок» в Совете Федерации



ЕКАТЕРИНА ПРИЕЗЖЕВА: НАШ ОБЩИЙ ПРИОРИТЕТ – ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЛАГОПОЛУЧНОГО И ЗАЩИЩЕННОГО ДЕТСТВА

Индустрия детских товаров в последние два года находится в центре внимания власти. Усилия направлены на создание условий для развития и поддержки предприятий, выпускающих товары для детей. О главных результатах этой работы и неотложных планах мы поговорили с заместителем министра промышленности и торговли РФ Екатериной Приезжевой.



ВИДТ: На Ваш взгляд, какие сейчас главные оперативные и стратегические задачи стоят перед индустрией детских товаров в России?

— Сегодня, безусловно, важное направление развития в условиях экономических вызовов — это освоение новых рынков и замещение доли ушедших брендов в целях формирования эффективных механизмов развития. Перед нами стоит задача значительного увеличения

объема производства детских товаров, не уступающих при этом в качестве своим зарубежным аналогам. Особое внимание мы уделяем безопасности детских товаров и необходимости предотвращения производства и реализации контрафактной продукции данного сегмента, а также стимулирования производства инновационной и конкурентоспособной продукции.

Вместе с тем во главе угла всех актуальных вопросов остаются интересы

семей с детьми, их благополучие, в том числе в контексте предоставления качественных и доступных детских товаров.

ВИДТ: Как, на Ваш взгляд, повлияет введение льготной ставки НДС для ряда категорий детских товаров на развитие индустрии в целом?

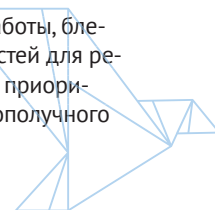
— Снижение налоговой ставки для производства ряда детских товаров станет безусловным преимуществом для предприятий за счет повышения инвестиционной привлекательности, увеличения потребительского спроса на товары социально значимых групп и позволит увеличить производственные мощности предприятий по каждой товарной группе на 5-10 процентов.

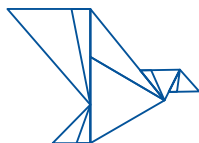
Важно отметить, что перечень детских товаров, облагаемых пониженной налоговой ставкой, расширен продукцией первой необходимости при рождении малыша, а именно, детскими бутылочками, сосками, ванночками, горками для купания и пеленками. Снижение налоговой ставки в дополнение выступит мерой поддержки семей с детьми за счет снижения для потребителя стоимости социально значимой продукции.

ВИДТ: В этом году АИДТ отмечает 15-летие. Что бы Вы хотели пожелать участникам Ассоциации?

— В первую очередь выражаем глубокую благодарность за проделанную работу, проявление высокого уровня профессионализма и верность своему делу уже на протяжении 15 лет.

Желаем плодотворной работы, блестящих идей и возможностей для реализации нашего общего приоритета — обеспечения благополучного и защищенного детства!





Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Радий Хабиров,**

глава Республики Башкортостан



Дорогие друзья!

Кәзерле дустар!

От души поздравляю Ассоциацию предприятий индустрии детских товаров с 15-летием начала активной деятельности! Вы представляете крупнейшее партнерство страны в мире детства, объединяете сотни производителей детских игр, оборудования, книжных и учебных издательств, постоянно расширяете горизонты сотрудничества.

Этим летом при участии ассоциации в Уфе прошел первый Всероссийский фестиваль «Айда играть», собравший более 150 производителей товаров для детей со всей страны. Его посетили свыше 250 тысяч уфимцев и гостей нашей столицы. В рамках пленарной сессии были подписаны важные соглашения о сотрудничестве. Надеюсь, в следующем году фестиваль будет еще масштабнее и интереснее.

Необходимо, чтобы у наших детей были лучшие, качественные, безопасные и доступные игрушки и игры, чтобы они отвечали самым высоким стандартам.

Сегодня в Башкортостане 84 предприятия производят разнообразные детские товары. Многие из них выходят на российский рынок, их продукция пользуется большим спросом в детских садах, школах, центрах досуга, при оформлении открытых пространств. И конечно, радуют своих главных потребителей – детей и подростков.

Я благодарю Ассоциацию предприятий индустрии детских товаров за большой вклад в развитие индустрии в нашей республике и стране в целом.

Желаю вам успехов, процветания, новых надежных партнеров и всего самого доброго!

Балаларҙы бәхетле иткән яуаплы эшегеҙҙә артабан да уңыштар, яңынан-яңы кыуаныштар теләйем!





АЛЕКСАНДР ШЕЛЬДЯЕВ: НАМ ВАЖНА КОНСОЛИДАЦИЯ И РАЗРАБОТКА АДРЕСНЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОГРАММ С МЕРАМИ ПОДДЕРЖКИ ФЕДЕРАЛЬНОГО УРОВНЯ

Интервью с вице-премьером Правительства Республики Башкортостан – министром промышленности, энергетики и инноваций Александром Шельдяевым.



ВИДТ: Какие, на Ваш взгляд, лучшие практики региона можно транслировать на федеральном уровне?

— В последние годы Башкортостан активно развивает индустрию детских товаров, сегодня она у нас представлена 84 компаниями, производящими детское питание, мебель, одежду, обувь. И в этой сфере мы на одном из первых мест в стране. Такой результат неслучаен, это совокупность нескольких важных факторов. У нас в республике много активных предприятий и замотивированных предпринимателей, у которых горят глаза, которые стремятся развиваться и расти. И наша задача — всячески поддерживать их в этом.

В 2023 году Фонд развития промышленности республики первым в стране утвердил специальную программу для поддержки промышленных предприятий «Товары для детей». В ее рамках предоставляем льготное заемное финансирование производителям сферы индустрии детских товаров, включая операторов детского питания. Программа позволяет привлечь льготное финансирование

до 20 млн рублей на срок до 5 лет под 1% годовых.

Программа направлена на финансовую поддержку проектов по созданию, расширению или модернизации промышленных производств, увеличению объемов выпуска продукции, а также на поддержку республиканских производителей товаров для детей путем предоставления фондом в упрощенном порядке целевых займов.

Подписан Указ «О стратегических направлениях социально-экономического развития Республики Башкортостан до 2024 года», в котором предусмотрены мероприятия по двукратному увеличению объемов производства продукции легкой промышленности, утвердили План приоритетных мероприятий по развитию легкой промышленности Республики Башкортостан на среднесрочный период 2020–2024 годов.

По моему поручению наш Минпром разработал порядок субсидирования производителей детских товаров. Данная мера заработает с начала 2024 года, средства заложены.

В рамках поручения президента России организуем специальный кластер, чтобы производители детских товаров могли получать дополнительную федеральную и региональную поддержку. Это закупка отечественных товаров для детей за счет бюджета, стимулирование потребительского спроса, включение в перечень товаров первой необходимости, пониженная ставка НДС, борьба с контрафактом.

В результате предоставленных субсидий республиканские предприятия легпрома приобрели промышлен-

ные швейные машины, оверлоки, многоголовочные вышивальные машины, закрепочные машины, плоттеры и многое другое. Благодаря этому несколько компаний запустили модные локальные бренды, производительность труда выросла на 20%, объем произведенной и отгруженной продукции выросли с 3 до 31%, создаются новые рабочие места.

Отмечу также, что мы утвердили Порядок предоставления субсидий из бюджета Республики Башкортостан на возмещение производителям детских товаров части затрат на участие в выставочной деятельности, продвижение продукции через электронные торговые площадки, рекламу в печатных, электронных, цифровых средствах массовой информации и средствах наружной рекламы, подтверждение продукции на соответствие требованиям нормативной документации по сертификации, получение заключения о подтверждении производства промышленной продукции на территории Российской Федерации.

Таких успешных историй у нас в республике немало. И это только начало.

ВИДТ: Как промышленность, работающая в интересах детства и демографической политики в целом, может стать инструментом как для регионального, так и для федерального уровня программ?

— Промышленная политика страны включает обширный и сложный арсенал инструментов, связанный со стратегическими целями. Развита промышленность, работающая в интересах детства и демографии сегодня, — это то, что необходимо активно развивать. И здесь важ-

ны консолидация и разработка адресных региональных программ с мерами поддержки федерального уровня: начиная с системы грантов для предпринимательства, мотивирования бизнеса и заканчивая привлечением к участию в программах детей, родителей и педагогов.

Расскажу на примере нашей республики наше видение. Первое. Мы готовы помогать производителям и коллегам, проявляющим инициативу по расширению и локализации у нас своей продукции.

Второе — безопасность. Совместно с нашим Центром стандартизации и сертификации планируем создать испытательную лабораторию детских товаров, по аналогии с лабораторией по легкой промышленности.

Третье — включение производства игр и игрушек в перечень отраслей креативных индустрий. Мы намерены поддерживать развитие дизайна у производителей игры в республике. Игрушки должны быть не только функциональными, но и привлекательными, красивыми. Промышленный дизайн — это про дизайн мышления, дизайн потребления, когда отклик на продукт есть с первого взгляда.

Еще одно направление, о котором хочется сказать, — чтобы производители игрушек и моделей обращали более пристальное внимание на нашу историю и промышленность. Чтобы на полках детских магазинов в ближайшее время появилось больше народных героев, таких как Урал Батыр, Акбузат, Идель, Нугуш, моделей вертолетов, электробусов, автобусов и прочей техники, производимой в Башкортостане.

В-четвертых, я бы еще предложил подумать над отнесением производства



игрушек к социальному предпринимательству. Это позволит решать не только производственные задачи, но и общественные.

В-пятых, считаю значимым в дошкольном возрасте развитие ребенка с помощью правильной, полезной игрушки. Приобретение игрушек, детских товаров в целом на основе федеральной образовательной программы — это прежде всего воспитание наших детей: духовное, эстетическое, патриотическое.

Считаю важным увеличить в дошкольных образовательных учреждениях число настольных игр. Предусмотреть увеличение игр, направленных на формирование нравственных ценностей, культурной и языковой самоидентификации, любви к нашей родине — а ведь это одна из важнейших задач государственной политики в области детства. Наша большая цель — создавать действительно качественную и безопасную развивающую предметно-пространственную среду.

В-шестых, расширение сотрудничества с дружественными зарубежными странами. Недавно мы с большой делегацией были в Иране, и там в Центре инноваций нам показали игрушки, дружественными иранскими компаниями

в условиях санкций. Кроме того, в рамках фестиваля «Айда играть» региональный Минпром и Иранская ассоциация игрушек подписали соглашение о сотрудничестве. Также был подписан меморандум между ООО «Завод пластмассовых изделий “Альтернатива”» и иранской компанией Zarrin Toys. Будем вести такую работу и с другими дружественными странами.

ВИДТ: В этом году АИДТ исполняется 15 лет. Как Вы оцениваете сотрудничество с Ассоциацией? Какие задачи считаете приоритетными для участников АИДТ на сегодняшний день?

— Плод сотрудничества с ассоциацией — это поступательное развитие российской отрасли игр и игрушек. Президент Российской Федерации Владимир Путин поручил регионам работать над сохранением и укреплением традиционных российских духовно-нравственных ценностей. Ведь кто, как не наши дети, будут основой для будущего нашей великой страны.

В Башкортостане совместно с АИДТ этой осенью мы провели большой Всероссийский фестиваль «Айда играть». Проведение такого мероприятия и его поддержка очень важно для развития отрас-

лей промышленности, имеющих особое социально-экономическое значение.

И конечно же, хочу поздравить ассоциацию с юбилеем! Мир развивается очень динамично, и 15 лет — это целая эпоха. Сегодня, учитывая опыт наших компаний — производителей товаров для детей, мы видим, что быть членом АИДТ — это уже определенный знак качества, это значит быть успешным, быть в тренде происходящих изменений. Сотрудничество с АИДТ — самое плодотворное, это и кураторство с вашей стороны компаний республики, и поддержка их профессиональной репутации, и, конечно, что особенно приятно, признание заслуг наших производителей детских товаров. Ежегодно башкирские компании становятся победителями премий, которые проводит АИДТ.

Впереди много работы, меняется рынок, меняется сама жизнь. Но цели у нас с вами остаются неизменными — наши дети должны расти в окружении лучших игрушек и детских товаров — безопасных, качественных, красивых, которые учат доброте и прививают правильные ценности. Поэтому нам с вами по пути, только алга! («Алга» в переводе с башкирского означает «вперед».)



ДОРОЖНАЯ КАРТА РАЗВИТИЯ ИДТ В БАШКИРИИ: ОТ СОГЛАШЕНИЯ С АССОЦИАЦИЕЙ ДО ФЕСТИВАЛЯ «АЙДА ИГРАТЬ»

Башкортостан – традиционно многодетный регион. По количеству многодетных семей он – первый в Приволжском федеральном округе, а по России занимает седьмое место. Численность детей в республике – около 900 тысяч человек, это более 22% населения региона.

Башкортостан – республика для детей

У республики амбициозные цели – стать самым комфортным регионом для производителей детских товаров. При этом есть четкое понимание того, что успешное развитие невозможно без учета интересов и потребностей самых юных жителей. Предприятия Башкортостана производят детское питание, мебель, одежду, обувь, спортивную и школьную форму, подарочные наборы для новорожденных, чулочно-носочные изделия, одеяла и подушки, матрасы для детей, сумки и рюкзаки. Также работают компании по изготовлению интерактивных досок, игрушек, завод спортивного инвентаря.

В республике создан один из первых в России мебельных кластеров, объединивший 14 предприятий. Часть из них также изготавливает мебель для детей.

Дорожная карта развития индустрии детских товаров в Башкортостане

В декабре 2022 года в целях реализации соглашения о сотрудничестве



между Правительством Республики Башкортостан и АИДТ утверждена дорожная карта развития индустрии детских товаров, цель которой – актуализировать механизмы поддержки производителей товаров для детей. План мероприятий по развитию индустрии детских товаров в Респуб-

лике Башкортостан подписан на период 2023–2024 годы.

АИДТ сформировала в Башкортостане региональное представительство, в него вошли более 20 производителей индустрии детских товаров – участников дорожной карты (пять



из них входят в ассоциацию). Сегодня АИДТ оказывает мощную экспертную, образовательную и информационную поддержку реализации плана мероприятий на территории республики.

более 250 тысяч человек. Свою продукцию — более тысячи игр и игрушек — представили порядка 140 производителей со всей России. В празднике приняли участие представители оптово-розничной

торговли, дистрибуторы, мастера-ремесленники.

Глава Башкирии **Радий Хабиров** отметил, что площадку посещают целыми семьями из нескольких поколений. Он подчеркнул, что программу фестиваля продумали так, чтобы он был интересен и детям, и взрослым.

«*Детские игрушки должны быть качественными, яркими, интересными и главное — безопасными, —* сказал глава региона. — *Мы должны заботиться о том, чтобы они были безопасны в своем воздействии на психику ребенка, безопасны идеологически. Это наша задача на государственном уровне.*»

Радий Хабиров предложил в следующем году выделить деньги детским садам для приобретения игрушек на фестивале.

Благодаря обширной деловой программе мероприятие стало площадкой для диалога между представите-

Всероссийский фестиваль «Айда играть» в Уфе

Одним из результатов сотрудничества между Правительством Башкортостана и АИДТ стало решение провести первый Всероссийский фестиваль игр «Айда играть» в Уфе. Мероприятие было призвано стать своего рода эмблемой дорожной карты в регионе, а также стимулировать спрос на продукцию республиканских производителей.

Масштабный праздник детства прошел на Советской площади города с 14 по 17 сентября, его посетили



лями науки, промышленности, образования, родительского сообщества и представителей власти.

В ходе пленарной сессии «Больше, чем игра: роль, значение и точки роста игропрома России» Министерство образования и науки Республики Башкортостан и АИДТ подписали соглашение о сотрудничестве в апробации учебного оборудования и средств обучения.

Участники сессии представили лучшие практики регионов по развитию индустрии детских товаров и предложили вывести их на федеральный уровень.

Заместитель министра просвещения РФ **Татьяна Васильева** рассказала о том, что ее ведомство подготовило рекомендации по формированию инфраструктуры и комплектации учебно-методических материалов для дошкольных образовательных программ. Рекомендации унифицируют требования к приобретаемому оборудованию с точки зрения возраста, безопас-



ности, использования в учебном процессе.

На Всероссийской научной конференции «Ребенок и игра в эпоху глобальных трансформаций» региональные и федеральные эксперты и методологи, ведущие производители детских товаров, руководители и педагоги школ и детских садов обсудили важность игры как основного

драйвера всестороннего развития ребенка, а также актуальные вопросы отрасли игр и игрушек.

По итогам конференции было принято решение в рамках соглашения с Министерством образования и науки Республики Башкортостан создать единый реестр российских производителей игрушек и средств обучения детей в регионе. Такой реестр должен стать навигатором по материально-техническому оснащению образовательных организаций, которым будет удобно пользоваться как педагогам, так и производителям детских товаров.



Детский знак качества

В последний день фестиваля участники подвели итоги этапа главной национальной премии в сфере товаров и услуг для детей «Золотой медвежонок». Победителем в номинации «Детский знак качества» признан конструктор «Веселые горки» компании «Мир пластика», знак доверия «МамаПапаЗа» получила мягкая игрушка «Кот Басик», знак



доверия «БабаДедаЗа» — у игрового набора «Торт» компании «Спектр». Педагоги, психологи и эксперты проголосовали за настольную игру «Россыпи таланта» компании «Юные таланты Башкортостана».

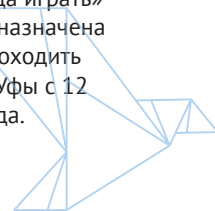
«Для того чтобы появились национальные бренды, чтобы наши родители, педагоги осознанно могли выбирать российского производителя, они должны быть с ними хорошо знакомы. Необходимо поддерживать поручение президента о проведении таких потребительских форумов, фестивалей, которые могут иметь большой мультипликативный эффект. Мы

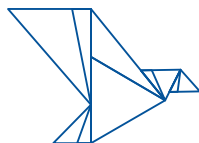
считаем, что должен появиться федеральный проект «Игрушки и товары для детства», включающий в том числе и субсидии для разработчиков игр и игрушек», — резюмировала **Антонина Цицулина** и подчеркнула, что все инициативы, предложенные в рамках деловой программы фестиваля, будут направлены в адрес Правительства РФ.

Со своей стороны, Правительство Башкортостана предложило ряд новых мер — создание испытательной лаборатории детских товаров для обеспечения функциональной привлекательности и безопасности игрушек, разработку нового феде-

рального стандарта для активной работы с дошкольными учреждениями, включение производства игр и игрушек в перечень отраслей креативной индустрии и экономики знаний, развитие сотрудничества с дружественными странами для изучения передового опыта и технологий.

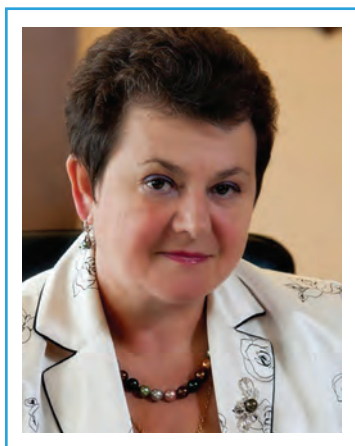
Подводя итоги фестиваля, глава Башкортостана **Радий Хабиров** объявил, что праздник «Айда играть» станет ежегодным. Уже назначена новая дата: он будет проходить на Советской площади Уфы с 12 по 15 сентября 2024 года.





Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Светлана Орлова,**
аудитор Счетной палаты Российской
Федерации



Поздравляю Ассоциацию предприятий индустрии детских товаров (АИДТ) с важным событием – 15-летием профессиональной деятельности!

За эти годы АИДТ смогла стать ведущим участником среди многочисленных отраслевых ассоциаций по становлению индустрии товаров и услуг для детей в России. АИДТ успешно преодолевает вызовы, стоящие перед индустрией на протяжении всего времени существования. Вклад АИДТ в развитие отрасли огромен и неоценим.

Ваша работа позволяет нам гордиться вашими достижениями по созданию в стране инфраструктуры детства и способствует развитию и продвижению индустрии в целом. АИДТ – надежный партнер для предприятий, занимающихся производством и продажей детских товаров.

Поздравляя АИДТ с 15-летием, уверена, что в ближайшем будущем ассоциация продолжит так же успешно развиваться и создаст новые возможности для всех, кто связан с отраслью. Ваша приверженность делу делают вас непревзойденными!

Желаю всем вам огромного успеха в ваших профессиональных достижениях и неизменно, процветания. Пусть АИДТ дальше будет вектором развития индустрии детских товаров в Российской Федерации среди объединений различных отраслевых союзов по суверенному развитию индустрии для детства!





ГЛЕБ НИКИТИН: ВСЕ НАШИ ПРОЕКТЫ С АИДТ МОЖНО ТИРАЖИРОВАТЬ НА ФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЕ

В апреле губернатор Нижегородской области Глеб Никитин и президент АИДТ Антонина Цицулина подписали Соглашение о развитии индустрии детских товаров с последующей разработкой дорожной карты. Для ее реализации активно создается кластер производства детских товаров. Глеб Никитин рассказал «Вестнику ИДТ» о лучших региональных проектах и производстве, работающем в интересах детства.

Нижегородская
область



ВИДТ: Глеб Сергеевич, какие, на Ваш взгляд, лучшие практики региона можно транслировать на федеральном уровне?

— Весной этого года мы подписали соглашение с АИДТ о совместном развитии индустрии детских товаров в Нижегородской области. Реализуется план мероприятий по развитию индустрии детских товаров на 2023–2024 годы.

В первую очередь мы провели большую работу по определению профильных предприятий, идет постоянная оценка состояния индустрии детских товаров, определение точек роста для них. На основании этих данных разрабатываются адресные меры поддержки.

На сегодняшний день в Нижегородской области около 50 таких предприятий. Это производители игрушек, игр, детской одежды, мебели, бытовой химии и других изделий для детей.

Также мы создали кластер детских товаров, который объединяет региональных производителей. Участие

в кластере позволяет им получать меры поддержки в рамках нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство». Это, в частности, льготная сертификация, обучающие мероприятия, участие в профильных выставках и бизнес-миссиях.

В разработке стратегии развития кластера принимают участие представители предприятий, ассоциации, регионального Минпрома, организации инфраструктуры поддержки предпринимательства. При этом отдельные мероприятия плана реализуются уже сейчас. Например, разработан передвижной шоу-рум, представляющий детские товары наших производителей. Сейчас в нем демонстрируются деревянные игрушки, мебель, постельные принадлежности, школьная форма, повседневная одежда. Такой мобильный стенд подходит для любых мероприятий, как в своем регионе, так и за его пределами. Конечно, мы будем расширять экспозицию.

Кроме того, проводим работу по выявлению потребности крупных государственных заказчиков в детских товарах: это касается больниц и санаторно-оздоровительных учреждений, школ и детских садов, спортивных секций. Зная потребности госучреждений, предприятия отрасли могут более детально планировать выпуск продукции, формировать

с учетом этих потенциальных поставок планы развития, в том числе с использованием мер поддержки — льготных займов, грантов, субсидирования затрат на оборудование.

Кроме того, в регионе по инициативе Ассоциации индустрии детских товаров разрабатывается настольная игра «Путешествуй по Нижегородской области» для туристов и гостей. Она позволяет ознакомиться с достопримечательностями нашей области.

Все наши совместные с ассоциацией проекты интересные, с хорошим потенциалом, их можно тиражировать на федеральном уровне.

ВИДТ: Как промышленность может стать инструментом/ресурсом как для регионального, так и для федерального уровня программ, направленных на интересы детства и демографической политики в целом?

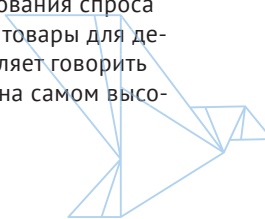
— Промышленность, в особенности обрабатывающий сектор, — основа экономики региона. И сейчас у нас здесь хорошие результаты. Прирост валового регионального продукта составил 9,3% за 9 месяцев 2023 года. Наибольший вклад в прирост ВРП внесли такие сектора экономики, как обрабатывающие производства (+2,5%), торговля (+3%), строительство

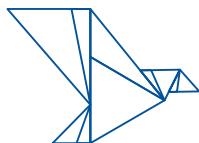
(+1,2%). По итогам года мы тоже рассчитываем на рост. Индекс промышленного производства за 9 месяцев вырос на 9,9%, в обработке — на 10,1%. На устойчивый рост, в частности, вышел региональный автопром.

Все это напрямую влияет на доходы людей, а также на возможности региона по предоставлению мер социальной поддержки. Кроме того, наши предприятия и сами активно реализуют различные социальные проекты. Для будущих родителей важно, в каких условиях будут жить их дети, и все эти факторы имеют значение.

ВИДТ: В этом году АИДТ исполняется 15 лет. Какие задачи считаете приоритетными для участников АИДТ на сегодняшний день?

— Нижегородская область работает в тесной кооперации с Ассоциацией предприятий индустрии детских товаров. В перспективе мы рассчитываем развивать отрасль, расширять работу кластера детских товаров и готовы предоставлять существующие меры поддержки со стороны государства. Активно ведем работу по решению задач в сфере стимулирования спроса на отечественные товары для детей. Все это позволяет говорить о сотрудничестве на самом высоком уровне.





Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Глеб Никитин,**

губернатор Нижегородской области



Дорогие друзья!

От всего сердца поздравляю вас с 15-летием со дня создания Ассоциации предприятий индустрии детских товаров России!

Детство – один из важнейших периодов в жизни каждого человека. От того, как играет ребенок и в какой обстановке он растет, во многом зависит дальнейшее формирование личности. Значение индустрии детских товаров в этих процессах сложно переоценить. Исторически в России сложилась сильная школа народной игрушки. Достаточно вспомнить матрешку, которая и сегодня широко производится в Нижегородской области. В XX веке традиции нашли продолжение в изготовлении детских товаров уже в Советском Союзе. Многие помнят мебель из детских садов в стиле народных художественных промыслов и другие товары. К сожалению, в переходный период часть предприятий прекратили работу, снизили объемы производства или перепрофилировались.

Сегодня, особенно после появления новых вызовов, мы понимаем, как важно иметь именно отечественных производителей детских товаров. Это вопрос не только комфортной жизни семей с детьми, но и возможности донести до детей традиции нашей страны, помочь им лучше узнать Россию. Игрушка очень легко становится настоящим проводником в культурном пространстве.

Мы тесно и плодотворно сотрудничаем с Ассоциацией предприятий индустрии детских товаров России, реализуем немало совместных проектов. Уверен, что это принесет положительные результаты и даст возможность выработать системные меры поддержки отрасли для ее устойчивого развития.

В год 15-летия желаю Ассоциации предприятий индустрии детских товаров дальнейшей плодотворной работы на благо России! Пусть у вас будет как можно больше интересных проектов и надежных партнеров!



АЛЕКСАНДР СОКОЛОВ: НА ТЕРРИТОРИИ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ ВЫСТРОЕНА ЦЕЛОСТНАЯ СИСТЕМА ПОДДЕРЖКИ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ

Сегодня на территории Кировской области действует более 50 организаций, среди которых производители игрушек, мебели, школьного инвентаря, художественных материалов. О развитии индустрии детских товаров в регионе, мерах поддержки производителей, семей с детьми, а также процессе импортозамещения мы поговорили с губернатором Кировской области Александром Соколовым.



ВИДТ: Какие, на Ваш взгляд, лучшие практики региона можно транслировать на федеральном уровне?

— Индустрия детских товаров в Кировской области — социально значимый сектор экономики, и правительство края заинтересовано в развитии благоприятных условий для бизнеса на территории региона. В области выстроена целостная система поддержки семей с детьми, которая направлена на повышение рождаемости, улучшение благосостояния семьи, жилищных вопросов, повышение уровня жизни.

Наряду с действующими федеральными и региональными мерами поддержки семьи и детства, в Кировской области с 2024 года в целях повышения рождаемости вводится доплата мамам за счет региональных средств до среднемесячного дохода от трудовой деятельности по региону. Мерой смогут воспользоваться все женщины, проживающие в Кировской области полгода и более. Уверен, это поможет молодым родителям решиться на первенца.



ВИДТ: Как промышленность, работающая в интересах детства и демографической политики, может стимулировать принятие программ поддержки для бизнеса?

— Индустрия детских товаров играет важную роль в формировании атмосферы, в которой воспитывается будущий гражданин страны. Игрушки, обучающие и развивающие игры, детские товары создают среду для успешного образования и социализации детей, формирования их менталитета, культурных, языковых и нравственных ценностей. От того, насколько качественны и безопасны детские товары — питание, игрушки, одежда, гаджеты, — зависит здоровье будущего поколения. Производство современной, качественной и безопасной продукции для детей является неотъемлемой частью наших общих усилий по созданию гармоничных условий развития детей и в целом укреплению нашего суверенитета.

Производители детских товаров Кировской области ежегодно принимают участие во Всероссийском конкурсе «100 лучших товаров России». Наши компании ООО «ПФ "Лель"» и ООО «АЗЗАТИ» были награждены специальным призом конкурса «С заботой о детстве». В 2023 году продукция 4 кировских производителей детских товаров была представлена на соискание в Национальной премии «Золотой медвежонок»: настольный театр теней «Крошки в окошке» (ИП Корсаков М. В.), серия кукол «Симпатики» (ОАО «Весна»), «Юрта Башкирская малая дидактическая» (ООО «Наивный мир»), капор «Фунтик. Журавлик» (ИП Журавлев Д. М.).

ВИДТ: В этом году АИДТ исполняется 15 лет. Как Вы оцениваете сотрудничество с ассоциацией?

— Кировская область активно сотрудничает с АИДТ. Для создания в регионе устойчиво развивающейся, конкурентоспособной и структурно сбалансированной индустрии детских товаров в 2022 году было подписано Соглашение о сотрудничестве между Кировской областью и Ассоциацией предприятий ин-

дустрии детских товаров.

Реализация мероприятий дорожной карты направлена на создание благоприятных условий развития индустрии детских товаров в Кировской области, производство качественной и безопасной продукции для детей, отвечающей тенденциям современного рынка. Ежегодно подводим итоги исполнения плана мероприятий.

ИНДУСТРИЯ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ ИГРАЕТ ВАЖНУЮ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ АТМОСФЕРЫ, В КОТОРОЙ ВОСПИТЫВАЕТСЯ БУДУЩИЙ ГРАЖДАНИН СТРАНЫ. ИГРУШКИ, ОБУЧАЮЩИЕ И РАЗВИВАЮЩИЕ ИГРЫ, ДЕТСКИЕ ТОВАРЫ СОЗДАЮТ СРЕДУ ДЛЯ УСПЕШНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И СОЦИАЛИЗАЦИИ ДЕТЕЙ, ФОРМИРОВАНИЯ ИХ МЕНТАЛИТЕТА, КУЛЬТУРНЫХ, ЯЗЫКОВЫХ И НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

дустрии детских товаров, а также разработана дорожная карта по развитию индустрии на территории Кировской области до 2024 года.

План мероприятий дорожной карты предусматривает взаимодействие органов исполнительной власти региона с промышленными предприятиями индустрии детских товаров и АИДТ по вопросам проведения необходимых выставочно-ярмарочных и других просветительских мероприятий для продвижения товаров и привлечения кадров, а также по привлечению мер государствен-

ВИДТ: Принимают ли предприниматели области участие в выставочной деятельности?

— В 2023 году в рамках мероприятий, предусмотренных планом, производители детских товаров при государственной поддержке представили продукцию на международных специализированных выставках, приняли участие в информационно-просветительских мероприятиях, в том числе в сфере разработки, производства и реализации товаров и услуг для детей. В рамках акции «Ночь искусств», «Ночь музеев» привлекались мастера декоративно-

прикладного промысла, изготавливающие игрушки для детей. В настоящее время в здании Правительства Кировской области и в учреждениях культуры представлены выставочные стенды с продукцией региональных производителей с экспонатами товаров для детей.

В целях продвижения продукции региональных производителей в регионе проводятся такие мероприятия, как создание электронных каталогов, разработка интерактивной карты с адресами торговых точек, в которых представлена продукция местных производителей. Данные мероприятия проводятся с активным привлечением производителей детских товаров. Для анализа текущей ситуации потребительского рынка Центром управления региона Кировской области проведено

социологическое исследование по определению уровня узнаваемости региональных брендов одежды и обуви для взрослых и детей, а также детских игрушек и лояльности потребителя к их продукции.

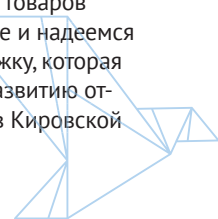
ВИДТ: Какие меры будут приняты в регионе для поддержки бизнеса в ближайшее время?

— По итогам полученных результатов Правительством Кировской области будут реализованы меры поддержки, в первую очередь направленные на активное продвижение продукции через существующие и перспективные каналы сбыта, обучение принципам бережливого производства, предоставление льготных займов через региональный фонд развития промышленности, центр «Мой бизнес», в том числе на при-

обретение высокотехнологичного оборудования.

Приятно отметить, что Кировская область 31 мая 2023 года на торжественной церемонии награждения победителей Национальной премии «Золотой медвежонок» получила награду от председателя Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации В.И. Матвиенко. Награды вручались регионам, которые первыми разработали собственные программы (дорожные карты) развития индустрии детских товаров.

Благодарим Ассоциацию предприятий индустрии детских товаров за оказанное содействие и надеемся на дальнейшую поддержку, которая будет способствовать развитию отрасли детских товаров в Кировской области.



Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Александр Соколов,**

губернатор Кировской области



Примите искренние поздравления с 15-летним юбилеем Ассоциации предприятий индустрии детских товаров!

Благодарю вас за многолетний созидательный труд, направленный на формирование комфортной среды детства. Своей ежедневной работой вы вносите весомый вклад в развитие социально значимой отрасли – индустрии детских товаров.

Кировская область активно сотрудничает с АИДТ и подтверждает свою заинтересованность в дальнейшем развитии отрасли в регионе и стране. Результат, к которому мы все стремимся, – обеспечение высокого качества жизни российских детей.

Желаю дальнейших успехов, реализации намеченных планов, благополучия, счастья!



ЕКАТЕРИНА ЗИНОВЬЕВА: ПОДМОСКОВЬЕ УЧАСТВУЕТ ПРАКТИЧЕСКИ ВО ВСЕХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ПИЛОТНЫХ ПРОЕКТАХ, СВЯЗАННЫХ С ПРОМЫШЛЕННОСТЬЮ

Интервью с заместителем председателя Правительства Московской области – министром инвестиций, промышленности и науки Московской области Екатериной Зиновьевой.



ВИДТ: Что Вы можете сказать о ситуации с индустрией детских товаров в Московской области?

— Московская область в плане промышленности — уникальный регион. Здесь представлены практически все отрасли, за исключением крупного бизнеса из добывающей промышленности. В связи с чем Подмосковье является одним из ключевых «пилотируемых» регионов России — мы участвуем практически во всех федеральных пилотных проектах, связанных с промышленностью. Область позволяет получить срез данных, который достаточно точно можно экстраполировать на федеральный уровень. Например, Московская область стала пилотным полигоном для национального проекта «Производительность труда», статус самозанятого также пилотировали в Подмосковье. Программа «Промышленная ипотека» была разработана в Московской области по инициативе губернатора Андрея Воробьева — сейчас это федеральная мера поддержки. Как видно, регион как открыт для федеральных инициатив, так и сам предлагает свои практики и федеральным, и региональным властям.

Московская область, в частности, является активным участником платформы «Смартека» Агентства стратегических инициатив. На данный момент на платформе представлено почти 120 практик Подмосковья, 40 из них реализуется в других регионах. 13 подмосковных практик, реализуемых другими субъектами, связаны с развитием предпринимательской деятельности.

Таким образом, у нас множество региональных практик, которые могут быть интересны и другим регионам и эффективны на федеральном уровне. В частности, в Московской области разработана и внедрена эффективная система по поддержке предпринимателей – на основе Центра управления регионом мы создали ЦУР «Бизнес». Это система обработки обращений предпринимателей, которая собирает все сообщения по восьми каналам связи. В результате бизнес получает оперативный ответ на любое обращение – от консультации до решения сложных вопросов, связанных с ведением предпринимательской деятельности. Ежедневно в нашу систему поступает 50-60 обращений. С начала этого года всего мы получили около 10 тыс. обращений и порядка 93% из них уже обработали. Остальные задачи находятся в стадии решения. Помимо непосредственной помощи ЦУР «Бизнес» выполняет еще одну важную миссию – выявляет системные проблемы, которые требуют не индивидуального разбора, а таких же системных решений. Уже сегодня экономический эффект от внедрения системы в регионе оценивается в 2,9 млрд рублей.

Если говорить об индустрии производства детских товаров, то для этой отрасли, например, может быть востребована практика

региона по субсидированию маркетплейсов. Сегодня Московская область компенсирует до 50% затрат производителей при выходе на электронные торговые площадки. С начала 2023 года этой поддержкой воспользовались порядка 150 региональных предпринимателей, которым область компенсировала почти 40 млн рублей. Учитывая активное развитие интернет-торговли, производителям детских товаров такая поддержка может быть очень интересна.

ВИДТ: Как промышленность, работающая в интересах детства и демографической политики в целом, может стать инструментом как для регионального, так и для федерального уровня программ?

Уже сегодня индустрия производства детских товаров является приоритетным направлением развития промышленности. Учитывая существенную долю экспортных товаров на этом рынке, инвестиционные проекты, направленные на создание производства детских товаров, как правило, относятся к импортозамещению. В связи с этим для инвесторов уже сегодня предусматривается широкий спектр мер господдержки. Одной из таких программ в Московской области, например, стала региональная программа «Земля за 1 рубль», в рамках которой компании могут получить под строительство нового производства землю в аренду на три года по ставке 1 рубль в год. Проектам в приоритетных отраслях также доступны льготные кредиты в Фонде развития промышленности РФ, а также в Фонде развития промышленности Московской области.

Активное госстимулирование программы импортозамещения, а также индивидуальное сопровождение инвесторов уже позволили привлечь в Московскую область свыше 240 проектов импортозамещения. Общий объем инвестиций по ним превышает 196 млрд рублей. За счет таких проектов в Подмосковье планируется создать более 22 тысяч новых рабочих мест.

Среди инвесторов есть и компании, выпускающие продукцию для детей. Например, крупный проект уже реализовала компания «Бытпласт», которая изготавливает, в том числе детские игрушки и другие товары для детей. Инвестиции в расширение ее производства превысили 360 млн рублей.

Социально значимый с точки зрения демографической повестки проект реализует компания «Инфаприм», которая инвестирует 4,2 млрд рублей в модернизацию крупного производства заменителей грудного молока. Качественная и доступная отечественная продукция станет важным элементом безопасности рынка детского питания.

Еще один пример развития в регионе промышленности по выпуску товаров для детей – компания «Лебер», занимающаяся производством и установкой детских игровых и спортивных площадок. После сокращения доли продукции западных производителей на российских рынках компания не только укрепила свои позиции в России, но и наладила регулярный экспорт продукции в Казахстан и Армению. В ближайших планах производителя – поставки в Саудовскую Аравию и ОАЭ. Сегодня «Лебер» реализует проект по расширению производства – инвестиции превысят 500 млн рублей,



на предприятии будет создано около 250 новых рабочих мест.

Таким образом, компаниям, работающим в индустрии детских товаров, уже сегодня уделяется повышенное внимание как на региональном, так и на федеральном уровне. Учитывая актуальность импортозамещения, а также высокую значимость реализации демографической политики государства, производство продукции для детей остается приоритетным направлением развития промышленности страны.

ВИДТ: В этом году АИДТ исполняется 15 лет. Как Вы оцениваете сотрудничество с ассоциацией?

Московская область на протяжении многих лет активно сотрудничает с Ассоциацией предприятий индустрии детских товаров. В 2020 году Подмосковье принимало очеред-

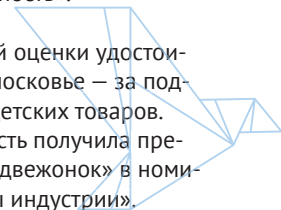
ной конгресс АИДТ, предприятия региона неоднократно становились победителями премий, учрежденных при участии АИДТ, ежегодно компании региона входят в топ рейтинга, составляемого ассоциацией.

Так, в 2023 году сразу несколько компаний из Московской области стали лауреатами премии «Золотой медвежонок» — главной в России отраслевой награды в сфере товаров и услуг для детей. Организатором является Ассоциация предприятий индустрии детских товаров. С 2010 года премия ежегодно проводится АИДТ при поддержке Совета Федерации и Минпромторга.

Так, в номинации «Лучшая косметика и средства гигиены» победителем стала ГК «Диарси», выпускающая средства ухода для полости рта. ООО «Бытпласт» заняло второе ме-

сто в номинации «Лучшие товары для мам и малышей»: награды удостоена его линейка детской посуды на присоске. В номинации «Лучшее учебное оборудование и средства обучения» победил Храпуновский инструментальный завод, разработавший учебный конструктор «Мой Ямал. Образы архитектуры». Изготовитель канцелярских товаров Воскресенская карандашная фабрика взяла премию в номинации «Лучшая канцелярия, хобби и творчество», а производитель настольных игр компания «Десятое королевство» вошла в число победителей в номинации «Устойчивое развитие, КСО и благотворительность».

При этом высокой оценки удостоилось и само Подмосковье — за поддержку отрасли детских товаров. Московская область получила премию «Золотой медвежонок» в номинации «Зал славы индустрии».



Комп **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Екатерина Зиновьева,**

заместитель председателя Правительства –
министра инвестиций, промышленности
и науки Московской области



Дорогие друзья!

Компании, работающие в индустрии детских товаров, создают условия для счастливой жизни наших детей. Поэтому и сами предприятия должны работать в комфортных условиях.

Ассоциация предприятий индустрии детских товаров на протяжении многих лет эффективно защищает и продвигает интересы сообщества производителей товаров для детей.

Свое 15-летие компания отметила накануне главного события индустрии – Конгресса ИДТ, на площадках которого подводят итоги работы отрасли, выдвигают новые законодательные инициативы, решают актуальные задачи и обсуждают самые важные вопросы, находят новых партнеров и друзей.

От лица Московской области, где успешно работают десятки предприятий индустрии детских товаров, поздравляю АИДТ с 15-летием и желаю успешной и плодотворной работы на благо отрасли!

СВЕТЛАНА ЧУПШЕВА: ПРЕЖДЕ ВСЕГО ИНДУСТРИЯ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ ДОЛЖНА БЫТЬ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИ НЕЗАВИСИМОЙ

Директор Агентства стратегических инициатив (АСИ) Светлана Чупшева – о том, как сформировать сильные национальные бренды, которые будут востребованы у российских детей.



ВИДТ: Как сегодня сформировать сильные национальные бренды в индустрии товаров и услуг для детей? Как этому способствует конкурс перспективных российских брендов, который проводимый АСИ?

— Конкурс, который мы с Фондом Росконгресс проводим по поручению Президента России, направлен на поддержку малого и среднего бизнеса в различных отраслях, в том числе в индустрии детских товаров. Для нас как для организаторов это возможность увидеть и поддержать бренды из регионов, а для участников — шанс получить дополнительные инструменты для развития и дальнейшего роста, ну и, конечно, прозвучать на всю страну, рассказать о себе потребителям.

Победители конкурса получают, в том числе, информационную и маркетинговую поддержку, рекламные возможности и различные бонусы от наших партнеров. Не менее важна и образовательная составляющая: многие наши участники хотят учиться у профессионалов, как превращать товар в бренд.

В прошлом году мы получили пять тысяч заявок от компаний, еще не так известных в нашей стране, но уже активно развивающихся. Около 30 из них стали победителями, с помощью СМИ и рассылки



через «Госуслуги» о них узнала вся Россия. Список из 1,2 тыс. компаний-участников мы напрямую направили в торговые сети и маркет-плейсы.

ВИДТ: Какие основные задачи и механизмы по поддержке отечественных производителей, в том числе работающих в индустрии детских товаров, видит АСИ?

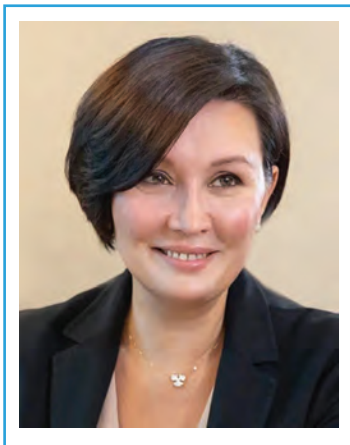
– Самый большой запрос, который мы увидели во время первого конкурса, был не про деньги, а именно про выстраивание понятной экосистемы поддержки – образовательной, информационной, маркетинговой. С помощью наших партнеров мы как раз над этим работаем. Если говорить в контексте именно

индустрии детства, то, например, «Союзмультфильм» готов обучать победителей конкурса, готова во всем помогать и анимационная студия «Воронеж». Поддержка, которую можно, как говорится, «пошупать руками», тоже есть. Это выход на маркетплейсы, в торговые сети, продвижение в новых медиа.

– АСИ давно и плодотворно сотрудничает с АИДТ. Какие, на Ваш взгляд, стратегические задачи сегодня должна поставить перед собой Ассоциация в первую очередь?

– Всем нам, независимо того, где мы работаем, в каком регионе живем, хочется, чтобы у наших детей было все самое лучшее. И образо-

вание, и медицина, и возможности для дополнительного развития, досуга. И чтобы все эти возможности сохранялись, несмотря ни на какие изменения в мире. Поэтому, в первую очередь, индустрия детских товаров должна быть технологически независимой, должна опираться на сильные кадры, о подготовке которых тоже нужно задумываться. Должна быть конкурентоспособной – тот же наш конкурс брендов показал, что в России огромное количество производителей качественной продукции для детей, которые могут быть востребованы. А пожелать вам хочу с уверенностью смотреть в будущее и в чем-то его предугадывать, в вашей работе это особенно важно.



Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Светлана Чупшева,**

генеральный директор Агентства

стратегических инициатив



Уважаемые коллеги! Хочу поздравить вас с юбилеем со дня основания Ассоциации индустрии детских товаров и поблагодарить каждого за по-настоящему визионерскую работу по созданию экосистемы поддержки представителей отрасли.

На протяжении 15 лет вы помогаете выстроить кооперационные цепочки на уровне предприятий и отдельных регионов, предлагаете решения по развитию индустрии детства на федеральном уровне и – главное – помогаете бизнесу понять, как будут меняться запросы отрасли, как правильно и эффективно на них отвечать. Сейчас, когда изменения в российской экономике и в целом на мировых рынках происходят достаточно быстро, ваша работа и экспертиза приобретают особое значение.

Агентство стратегических инициатив неизменно поддерживает ассоциацию в ее начинаниях, поле нашего взаимодействия постоянно расширяется. Важнейший вопрос сегодняшнего дня – создание лицензионного рынка для индустрии развлечений и индустрии детских товаров. И центральную роль в этом играет именно обеспечение взаимодействия экспертов и производителей всех отраслей, работающих в сфере детства. С учетом вашего опыта, задача, уверена, абсолютно выполнимая.

Желаю всем вам дальнейших побед и успехов, надежных партнеров и исполнения задуманных планов.



15 ЛЕТ В ИНТЕРЕСАХ ИНДУСТРИИ

ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ
ИНДУСТРИИ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



АИДТ В ДАТАХ И ЦИФРАХ

Малоизвестный факт: решение об образовании АИДТ было принято 19 марта 2007 года на I Конгрессе индустрии детских товаров. Участники подписали обращение представителей делового сообщества к участникам рынка детских товаров России «О создании Ассоциации индустрии детских товаров».

2008–2009:

✓ 10 ноября 2008 года создана Ассоциация предприятий индустрии детских товаров. Первым принятым совместным решением стал документ, определяющий основные принципы деятельности АИДТ:

- принцип общественной пользы;
- принцип свободы деятельности;
- принцип сотрудничества;
- принцип верховенства права;
- принцип демократического управления;
- принцип самоконтроля;
- принцип открытости;

- принцип ответственности;
- принцип равноправия.

Основной площадкой для представления интересов индустрии и бизнес-сообщества стал **Конгресс индустрии детских товаров**, проведение которого поддержали в Совете Федерации, Минпромторге России, Роспотребнадзоре и в ФТС. Он заложил традицию ежегодных встреч для обсуждения наиболее актуальных проблем отрасли и выработки эффективных решений.

Уже 9 июня 2009 г. по итогам встречи с представителями предпринимательского сообщества 26 мая

2009 г. и выступления Антонины Цицулиной по проблемам индустрии дано поручение президента России – «Принять меры по исключению недобросовестной конкуренции со стороны иностранных производителей детских игрушек на отечественном рынке, обеспечить соответствие реализуемых игрушек требованиям безопасности, рассмотреть вопрос о возможных формах государственной поддержки российских производителей детских игрушек».

Региональная повестка и имущественные меры поддержки семей с детьми были определены



как приоритетные в деятельности ассоциации.

«Поддержка развития – лучший контроль за качеством продукции сферы материнства и детства» – под таким девизом Валентина Ивановна Матвиенко провела 18 ноября 2009 года рабочее совещание по вопросам поддержки развития

отрасли детских товаров, и все последующие годы она продолжит уделять личное внимание поддержке и развитию промышленности детских товаров. На встрече подробно обсуждались вопросы расширения перечня участников в программе по специальным социальным картам. Первый открытый конкурс состоялся 10 де-

кабря 2009 года, в котором смогли принять участие все розничные предприятия Санкт-Петербурга. Представитель ассоциации включен в состав Межведомственной комиссии по реализации Закона Санкт-Петербурга «О социальной поддержке семей, имеющих детей, в Санкт-Петербурге».

2010–2011:

✓ Ассоциация учреждает главную отраслевую премию в сфере товаров и услуг для детей **«Золотой медвежонок»**. Ее проведение поддержано Советом Федерации Федерального собрания РФ и Минпромторгом России. Научный совет премии возглавила Российская академия образования, заложившая совместно с ведущими научными и образовательными организациями критерии, направлен-

ные на поддержку инфраструктуры детства, лучших практик развития, воспитания и образования детей средствами предметно-развивающей среды. Первое награждение состоялось 15 марта 2011 года.

Пилотным регионом, определившим приоритеты развития индустрии детских товаров, становится **Ульяновская область**. 22 июня 2011 года принята Стратегия развития индустрии детских товаров на территории Ульяновской об-

ласти до 2020 года. Это результат совместной работы Правительства Ульяновской области и Ассоциации предприятий индустрии детских товаров. Для реализации данной задачи между двумя сторонами 9 июня 2010 года было подписано соответствующее соглашение.

Губернатор Ульяновской области Сергей Морозов отметил, что развитие индустрии детских товаров – это один из самых амбициозных стратегических инвестиционных проектов региона. «Мы все соскучились по качественным отечественным товарам для детей, – сказал губернатор. – Одно дело ждать как чудо, что они появятся, и другое – создавать его своими руками».

✓ Началось создание научно-экспертного совета, к участию приглашены ведущие НИИ и вузы в сфере физиологии, психологии, социологии и педагогики детства, эксперты в сфере технического регулирования, стандартизации и гигиенических нормативов. Российская академия образования возглавила совет и пригласила к участию ведущих академиков страны.





2012–2013:

✓ Антонина Цицулина представляет предложения о развитии индустрии детских товаров в рамках экспертного совета Агентства стратегических инициатив на Красноярском экономическом форуме. По его итогам выходят поручения президента России, направленные на поддержку развития отрасли и представленного проекта. Агентство стратегических инициатив начинает поддержку институализации индустрии. Подготовлен форсайт индустрии товаров и сервисов для семей с детьми, определивший прогнозы инновационного развития индустрии.

✓ В Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012–2017 годы отражена необходимость господдержки производства детских товаров. Указом Президента РФ Антонина Цицулина утверждена членом координационного совета при президенте по реализации стратегии, а также руководи-

телем рабочей группы «Доступность качественного обучения и воспитания, культурное развитие и информационная безопасность детей».

✓ АИДТ становится инициатором и исполнителем госконтракта Минпромторга России по разработке **Стратегии развития индустрии детских товаров**. Распоряжением Правительства Российской Федерации 11 июня 2013 года утверждены стратегия и план первоочередных мероприятий на 2013–2015 годы по ее реализации. Стратегия и план мероприятий разрабатывались при активном участии органов государственной власти, общественных (экспертных) организаций и экспертных групп представителей промышленности, науки и образования. В разработке стратегии и плана мероприятий приняли участие более 40 регионов Российской Федерации.

✓ Росстандарт создал **Технический комитет по стандартизации «Игрушки и товары для детей»** (ТК 181) и наделил его правом

представлять РФ в международном Техническом комитете по стандартизации ISO / TC 181 Safety of toys, ISO / TC 310 Child care articles. Выполнение функций по ведению дел секретариата ТК 181 с 2018 года возложено на АИДТ, что привело к кардинальным изменениям в сфере стандартизации детских товаров.

✓ Подписано Соглашение с **Федеральной таможенной службой**, и приказом от 11 сентября 2013 года № 1721 создана Рабочая группа по совершенствованию администрирования таможенными органами перемещения детских товаров через таможенную границу Таможенного союза при ФТС России.

✓ Совместно с ведущими анимационными студиями, лицензионный комитет АИДТ становится учредителем **Ассоциации организаций индустрии анимационного кино** и предложил меры государственной поддержки производителей, выпускающих продукцию с использованием отечественных анимационных образов.

2014–2015:

✓ АИДТ принимает активное участие в разработке **подпрограммы «Индустрия детских товаров»** государственной программы «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», утвержденной Постановлением Правительства РФ от 15 апреля 2014 года № 328, включающей меры государственной поддержки. Более 10

промышленных предприятий АИДТ получили существенные меры поддержки на НИОКР и реализацию инвестиционных проектов модернизации производств.

✓ В целях кадровой поддержки промышленного роста началась разработка **профессиональных стандартов**, и сегодня в индустрии внедрены стандарты специалистов: дизайнер детской игровой среды и продукции, дизайнер детской

одежды и обуви, инженер конструктор кукол и персонажей, специалист в области маркетинга детских товаров, специалист в области производственно-технологической комплектации детских игровых программ, специалист по безопасности товаров и услуг для детей, специалист по технологическому обеспечению производства детских товаров, специалист по управлению мастер-данными и контенту детских товаров.

✓ По итогам работы Антонина Цицулина получила благодарность Президента Российской Федерации за заслуги в развитии системы профессиональной подготовки кадров Российской Федерации.

✓ Алтайский край включился в общегосударственную систему работы по созданию многопрофильной инфраструктуры товаров

и услуг для детей. Достижению результатов способствует иницируемая губернатором Александром Карлиным государственная программа «Развитие индустрии детских товаров в Алтайском крае» на 2013–2015 годы и на период до 2020 года. Ее цель — создание конкурентоспособной индустрии товаров и услуг для детей в Алтайском крае. Благодаря реализации

программы в целом производство детских продовольственных и непродовольственных товаров в Алтайском крае выросло на треть.

✓ Был проведен первый мониторинг правового регулирования ИДТ, описавший программы развития индустрии детских товаров в 17 субъектах РФ.

2016–2017:

✓ Системные меры, предложенные АИДТ, отражены в обновленном плане мероприятий по реализации Стратегии развития индустрии детских товаров на 2016–2020 годы. Ассоциация включена в план, как соисполнитель совместно с профильными министерствами и ведомствами.

✓ АИДТ иницирует научные исследования детской игровой среды. Была проведена международная

научно-практическая конференция «Игровая культура современного детства».

✓ Предложения АИДТ внесены в проект Плана основных мероприятий до 2020 года в рамках национальной программы Десятилетия детства.

✓ Иницировано создание образовательной программы международного уровня для дизайнеров детских игр, игрушек и игрового оборудования, партнерами которой становятся 6 ведущих университетов страны.

✓ Вышло первое печатное издание «Навигатора индустрии детских товаров», призванного сформировать справочник индустрии.

✓ Антонине Цицулиной вручена почетная грамота министра промышленности и торговли Российской Федерации Д. В. Мантурова за большой вклад и отдельные выдающиеся достижения в области развития промышленности, ввод новых производственных мощностей и многолетний добросовестный труд.

2018–2019:

✓ АИДТ презентовала модельную программу для регионов «Подарок новорожденному». Эта программа призвана помочь регионам России оказать имущественную поддержку семьям с малышами, а также поддержать производителей товаров для новорожденных и кормящих

мам. Начался мониторинг имущественных мер поддержки семей с детьми.

✓ Началась реализация общепромышленных проектов, в рамках Постановления Правительства РФ от 18 января 2017 г. № 27 «Об утверждении Правил предоставления субсидий российским некоммерческим организациям

(за исключением бюджетных и автономных учреждений) на реализацию общепромышленных проектов по развитию промышленности социально значимых товаров». Первый общепромышленный проект развития индустрии детских товаров «Индустриальная карта Игропрома России» направлен на системные изменения в отрасли игр и игрушек.



2020–2021:

✓ Правительство Российской Федерации утвердило план мероприятий (дорожную карту) по развитию индустрии детских товаров на 2020–2024 годы. План предусматривает разработку специальных мер поддержки, включая налоговые льготы. Впервые дано определение, что под товарами для детей понимается продукция, которая в силу своих потребительских свойств предназначена для обеспечения жизнедеятельности, воспитания, физического, интеллектуального, психического, духовного и нравственного развития детей, для социальной адаптации и реабилитации детей, а также

для осуществления деятельности в сферах образования, культуры, книгоиздания и печатных средств массовой информации, досуга, охраны здоровья, социального обслуживания, санаторно-курортного лечения детей, детско-юношеского спорта, отдыха детей, их оздоровления и в иных сферах.

✓ Сформирован Центр исследований, мониторинга и экспертизы АИДТ. Первым исследованием в области устойчивого развития стало применение вторичных материалов в играх и игрушках. В нем приняли участие 5 стран, реализующие такие программы, а также 9 стран, где производятся игры с использованием ESG-подходов.

✓ В 2021 году АИДТ при поддержке Минпромторга России учредила знак отраслевого признания – ежегодную премию для представителей федеральных и региональных СМИ Российской Федерации «Хрустальный колокольчик».

✓ Проблемы индустрии детских товаров были представлены АИДТ на заседании Совета при Президенте Российской Федерации по реализации государственной политики в сфере защиты семьи и детей и нашли отражение в его рекомендациях органам государственной власти и регионам.

2022–2023:

✓ Ассоциация подписала соглашения о долгосрочном взаимодействии по поддержке развития промышленности детских товаров с Республикой Башкортостан, Кировской и Нижегородской областями (в рамках исполнения дорожной карты). Началась реализация региональных программ развития промышленности детских товаров.

✓ Подписан перечень поручений по итогам заседания Совета при Президенте Российской Федерации по реализации государственной политики в сфере защиты семьи и детей, прошедшего 17 декабря 2021 года и определившего задачи по поддержке развития индустрии в регионах, а также отраслей, связанных с созданием средств обучения и воспитания. АИДТ начинает

подготовку создания ассоциации «Учпром».

✓ Принято решение о проведении отраслевых съездов для выработки решений на следующий этап развития ИДТ. Проведены Национальный съезд производителей игр и игрушек, Национальный съезд производителей учебного оборудования и средств обучения, Национальный съезд производителей школьной формы.

✓ В 2022 году вышел первый выпуск отраслевого ежегодного издания «Вестник ИДТ».

✓ Антонина Цицулина награждена Почетной грамотой Президента Российской Федерации за достигнутые трудовые успехи и многолетнюю добросовестную работу.

✓ Поручением Президента РФ от 15 мая 2023 г. № Пр-1593 по ито-

гам посещения выставки «Развитие креативной экономики в России» поставлена задача представить предложения по поддержке использующих образы героев произведений отечественной детской литературы и мультипликационных фильмов отечественных производителей товаров для детей, в том числе по субсидированию части расходов на развитие производства таких товаров и использование указанных образов. Игры и игрушки внесены в перечень креативных индустрий. АИДТ включена в экспертную группу по направлению «Предпринимательская деятельность в сфере творческих (креативных) индустрий».

✓ В 2023 году председатель Федерального Собрания Валентина Матвиенко вручила награды победителям Национальной премии «Золотой медвежонок».



АИДТ СЕГОДНЯ



АИДТ – сообщество

300+

организаций
являются участниками АИДТ

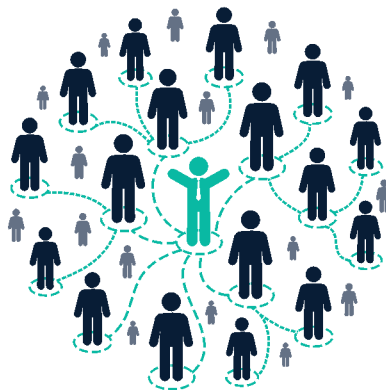
Представляют:

15+

отраслей промышленности
социально значимых товаров
для детей

5+

отраслей сферы услуг
и сервисов для семей
с детьми



500

кодов
экономической деятельности

1+

трлн рублей
совокупная выручка
участников

75+

регионов России,
Казахстан и Беларусь

АИДТ – центр компетенций

15

Более 15 лет успешно решаем задачи
развития индустрии детских товаров
в России.



Членство в ассоциации является
общепринятым показателем уровня
профессионального развития предприятия
и качества оказываемых услуг,
демонстрацией социальной
ответственности бизнеса.



Быть ее членом – значит, быть успешным
и эффективным, быть в тренде всех
изменений.



Ассоциация открыта для новых участников,
ее деятельность прозрачна, она гибко реагирует
на современные вызовы и эффективно
представляет интересы своих участников.



Ассоциация предприятий индустрии детских
товаров – единственная в России
профессиональная организация национального
масштаба, которая объединяет отраслевые
предприятия всех уровней и ставит своей
целью формирование и развитие современных
международных стандартов и лучших практик
управления бизнесом в российских компаниях
индустрии детских товаров.

АИДТ – отраслевой институт развития индустрии

Ассоциация активно использует свои институциональные возможности, опыт
и передовые ресурсы для обеспечения долгосрочного социально-экономического
роста индустрии товаров и услуг для детей в России, способствуя внедрению
инновационных решений и активно развивая отраслевую экосистему.





«МЫ ОСВОИЛИ НОВЫЙ ЯЗЫК». ОСНОВАТЕЛИ АИДТ – О ТОМ, КАК СОЗДАВАЛАСЬ АССОЦИАЦИЯ

Как собрать команду единомышленников? «Рецепт» описан в известном фильме «Чародеи»: нужно видеть цель, верить в себя и... уметь прошибать стены. Именно так 15 лет назад появилась АИДТ – производители детских товаров захотели, чтобы их голос был услышан. Сейчас этот факт кажется удивительным: считалось, что индустрии, работающей в интересах детства, не существует. Были отдельные отрасли: легкая промышленность, производство игрушек, мебели, канцтоваров.

Перед ассоциацией стояла задача – объединить промышленников, громко заявить об их потребностях, донести до общества идею о том, как это важно – поддерживать людей, повышающих качество жизни российских детей, вносящих вклад в будущее страны. Эта задача была с успехом выполнена и уже стала частью истории развития индустрии. О том, как все начиналось, вспоминают «первопроходцы» – представители компаний, которые в числе других основали ассоциацию.



Виктор Ярмоленко,
председатель совета директоров
компании «Русский стиль»,
член президиума правления АИДТ



«Решение о том, что нужна некоммерческая организация, объединяющая профессиональное сообщество в сфере разработки, производства, продажи товаров и услуг для детей, было принято на первом Конгрессе индустрии детских товаров. Мероприятие инициировала НАИР – Национальная ассоциация игрушечников России – в 2007 году. Тогда всем стало

ясно, что оставаться только “в игрушках” тесно, к индустрии детских товаров относятся еще и одежда, и обувь, и средства гигиены, и питание – всего 15 отраслей экономики. В итоге одним из решений первого конгресса стало создание АИДТ.

Основной задачей на тот момент было лоббирование интересов отрасли в органах государственной власти, а также поиск взаимодей-



РАБОТАЕМ ДЛЯ ДЕТЕЙ И РАДИ ДЕТЕЙ

ствия с профильными министерствами и ведомствами.

За это время было успешно решено множество вопросов, включая введение льготного НДС и создание условий эффективного взаимодействия с Роспотребнадзором. Однако самое важное – у нас есть мощная поддержка от Минпромторга и Совета Федерации. Сейчас перед АИДТ стоят новые задачи.

В юбилейный год мы желаем нашей ассоциации и ее президенту оставаться на переднем крае инноваций и креатива. Пусть каждый день приносит новые идеи и решения, которые помогут нам сделать детские товары еще безопаснее и качественнее. Пусть наши решения всегда будут быстрыми и правильными, помогая нам достичь высоких целей и преодолеть любые вызовы, способные возникнуть на нашем пути.

И самое главное – мы желаем нам всем удачи! Пусть каждый шаг, сделанный в интересах детей и их родителей, будет увенчан успехом. Благодаря нашим усилиям и решениям, мы делаем мир детей ярче и безопаснее».



Лев Елин,
генеральный директор
издательства «Лев»



«К моменту встречи с Антониной Цицулиной я знал несколько языков, но она научила меня новому. Честно признаюсь, первое время я ее просто не понимал. Спрашивал других — яснее не становилось. А потом вдруг понял — и осознал, что учит она нас языку, без которого все апелляции к государственным учреждениям — что звон колокольчика. Я говорю это

искренне: Антонина Викторовна учила нас, гендиректоров и президентов, тому, как эффективно провести свою идею по министерским коридорам, как выстроить истинную стратегию покорения бюрократической вершины. Ну а пока наша норма прибыли так сильно отстает от желаемой, куда мы денемся без этого языка?

В издательской отрасли, особенно в издании журналов и газет для детей, ситуация непростая: россий-

ские бренды, за редким исключением, не доросли до той степени востребованности и стабильности, что обещали бы издателям спокойный век после ухода западных «корифеев». Дыры приходится латать на ходу, рискуя новыми запусками, вкладывая деньги в новые проекты, которым бы по уму подождать еще годик-другой.

И вот тут помощь государства была бы не просто нужна, но закономерна. Компенсация части расходов на создание нового издательского продукта, на производство первых тиражей, на выплату авторских вознаграждений отечественному правообладателю. Антонина Цицулина бьется над этой темой уже скоро десять лет, и если бы ее услышали тогда, ситуация могла бы быть куда спокойней. Так что — успеха ей и нам в очередной попытке!»

«За 15 лет активной деятельности ассоциация столкнулась с небольшим количеством вызовов. Один из наиболее заметных примеров — быстроразвивающиеся цифровые технологии. С появлением интернета и смарт-устройств дети стали более активными участниками онлайн-пространства. Это создало новую потребность в обеспечении их безопасности и защите от потенциальных рисков. АИДТ, как всегда, активно реагирует на изменения в отрасли. И при этом сохраняет свою основную миссию — обеспечение безопасности и высокого качества детских товаров.

Для нас, производителей, ассоциация создала платформу, где компании-участники могут обмениваться опытом и знаниями. Это способствует

Константин Белоусов,
генеральный директор «Нордпласт»,
член правления АИДТ



повышению качества продукции и инновациям в индустрии.

Сегодня АИДТ продолжает оставаться важным игроком, поддерживающим интересы отечественных компаний и предприятий. Ее долгосрочный вклад в области безопасности и качества продукции для детей делает ассоциацию незаменимой в этой сфере. Следуя принципам адаптации и постоянного развития, АИДТ остается на переднем фланге, готовясь к новым вызовам и возможностям, которые принесет следующая глава ее истории.

Компания «Нордпласт» поздравляет Ассоциацию предприятий индустрии детских товаров с юбилеем. Пусть эта дата станет новой вехой в нашей истории, наполненной еще большими успехами, яркими идеями и вдохновением».



Александр Аверин,
президент компании «Злти-Кудиц»



«За предыдущие несколько лет мы прошли непростой период, который показал, что вместе мы можем преодолеть экономические трудности и ограничения. В индустрии детских товаров развиваются успешные современные предприятия, появляются региональные лидеры, инновационные производства.

Сегодня ассоциация поддерживает правильное направление и продолжает выполнять свою миссию, привлекая государственную поддержку для предприятий отрасли, развивая и защищая индустрию детских товаров в России.

В своей деятельности АИДТ уделяет особое внимание вовлечению участников в мероприятия, кото-

рые приносят пользу различным отраслям.

Ассоциация проводит опросы и мониторинги среди производителей совместно с Минпромторгом, Минпросвещения и Минтрудом, чтобы оценить текущую ситуацию и принимать грамотные стратегические решения.

Мы поздравляем наших уважаемых коллег с юбилеем и надеемся, что наше сотрудничество будет таким же плодотворным, как все эти 15 лет. И конечно, особую благодарность хотим выразить Антонине Цицулиной, президенту АИДТ. Ее преданность делу, вдохновение и усердие – тот двигатель, благодаря которому мы сейчас с гордостью смотрим на наши достижения».

«Мы присоединились к АИДТ одними из первых, и тогда, 15 лет назад, не было даже понятия о том, что такое индустрия детских товаров. Производители оставались один на один перед необходимостью решать вопросы на государственном уровне. Объединившись в ассоциацию, мы стали реальной силой, и сегодня не только представители власти слышат наше консолидированное мнение, но и принимаются законодательные акты, которые способствуют развитию индустрии.

АИДТ во главе с президентом Антониной Цицулиной стала партнером реализации государственной Стратегии развития индустрии детских товаров, членом Совета при Президенте РФ по реализации государственной политики в сфере защиты семьи и детей. С рядом ре-

Ольга Доротюк,
генеральный директор фабрики
игрушек «Весна», член Правления АИДТ



гионов, в том числе с Кировской областью, подписаны соглашения о сотрудничестве, которые предусматривают первоочередные меры поддержки индустрии на федеральном уровне.

Наше предприятие всегда чувствует реальную поддержку в продвижении бренда. Нас приглашают в качестве спикеров на форумные, конгрессные мероприятия, дают возможность представить продукцию на площадках госучреждений, научно-

педагогических конференций, всероссийских фестивалей игрушки.

Я бы пожелала ассоциации оставаться сердцем нашей индустрии, которое задает ритм, питает свежими идеями и создает возможности для решения важных проблем. Всему нашему сообществу единства и активности в достижении общих задач!»



Игорь Кулешов,
президент компании «Гулливер»



«Создание такой организации, как АИДТ, 15 лет назад было совершенно необходимым шагом. За это время была проделана колоссальная работа.

Как мне виделось, основной задачей было объединить и систематизи-

ровать участников рынка детских товаров, находившегося тогда в зачаточном состоянии. Его необходимо было развивать и встраивать в экономику страны.

Сейчас у нас состоявшаяся организация, которая не только способна

ответить на вопросы участников рынка, дать совет, но и поддержать их инициативы, донести важные предложения до принимающих решение органов. Мы всегда можем обратиться с любой идеей и быть уверенными, что нас услышат и помогут. В текущей ситуации это крайне важно для поддержки бизнеса и развития экономики страны.

Желаю, чтобы следующие 15 лет прошли так же ярко и эффективно, с такой же пользой для бизнеса и страны, как прошедшие годы упорной тяжелой работы.

Желаю, чтобы руководитель ассоциации, уважаемая Антонина Викторовна, имела силы и заряд энергии, позволяющие и дальше выполнять свою важную миссию. С юбилеем, АИДТ!»



Участники АИДТ 2021



МАКСИМ ЕНТЯКОВ: МЫ НЕ ПРЕДСТАВЛЯЛИ 15 ЛЕТ НАЗАД, КАКИМ БУДЕТ НАШ ПУТЬ

Сегодня АИДТ объединяет свыше 300 участников, их совокупная выручка составляет более триллиона рублей. А 15 лет назад ассоциация только делала первые шаги. Тогда роль интегратора сыграл «Детский мир», став стратегическим партнером и соорганизатором всех крупных проектов и программ. Экс-руководитель группы компаний «Детский мир» Максим Ентяков делится своим видением того, как проходило становление будущего большого профессионального сообщества.



Экс-руководитель группы компаний «Детский мир» Максим Ентяков

ВИДТ: Про прошествии столько лет как Вы помните начало?

— Тогда не все было ясно на нашем рынке, он был неорганизованным, существовали разные векторы, разные течения. Мы уже «переступили» через 90-е на тот момент, начинали реорганизовывать рынок, появлялись хорошие идеи. Компании нуждались в том, чтобы кто-то стал голосом, глашатаем индустрии, которая на тот момент отсутствовала как таковая и официально не была признана частью экономики России.

«Детский мир» принадлежал АФК «Система» — открытой, транспарентной компании. Конечно, они полностью поддержали нас, и мы стали соорганизаторами, соучредителями ассоциации, которая уже тогда провозглашала абсолютно правильные идеи — о том, чтобы индустрия для детства стала заметной частью экономики, чтобы производители, импортеры могли максимально достучаться до министерств и ведомств.

Кроме того, нужно было организовать людей, работавших на этом рынке, нужна была общая координация, информационное поле, которое поможет строить планы, делать рынок прозрачным. Это было интелесное, хорошее начало. При этом



не было никаких цифр о рынке – его объеме, портрете покупателя, потребительских предпочтениях семей с детьми, векторах развития.

ВИДТ: Насколько охотно другие компании поддержали инициативу?

– Была часть сообщества, которая видела во всем этом долгосрочные перспективы, но существовало и определенное недоверие. Поскольку «Детский мир» был соучредителем ассоциации, то некоторые компании опасались, – мы ведь не со всеми работали – что их могут где-то «подвинуть», не услышать. Но мы в тандеме создали прозрачную, понятную и, на мой взгляд, дружелюбную ассоциацию, максимально поддерживали участников, предоставляя площадки

для организации наших совместных встреч, общения.

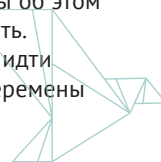
Вода камень точит. Мы смогли донести, что не преследуем собственных интересов и не хотим ни на кого давить или кого-либо контролировать. Да, мы хотим знать рынок, кто на нем есть, понимать вместе с коллегами, что нужно менять, чтобы развиваться.

Ключевой задачей была борьба с серым рынком, колоссальным на тот момент. Он и сегодня имеет определенную представленность. Ассоциация борется с этим, проводит законы через государственные органы, что позволяет делать рынок чистым и интересным для покупателя. Это большая работа. Думаю, для многих ассоциаций в России АИДТ может быть примером.

ВИДТ: Кстати, именно «Детский мир» предложил начать менять ситуацию с налоговыми льготами. Как Вы оцениваете проделанную работу – и в этой области, и в целом?

– Благодаря или вопреки, но мы прошли этот путь. Значит, надо двигаться дальше, расти. АИДТ учредила премию «Золотой медвежонок», благодаря которой можно выделить лидеров рынка, лучшие практики, лучшие продукты.

Сегодня вы участвуете в создании законов, это уже другой огромный пласт работы. Думали ли мы об этом 15 лет назад? Трудно сказать. Возможно, процесс мог бы идти быстрее, но главное, что перемены все-таки происходят.





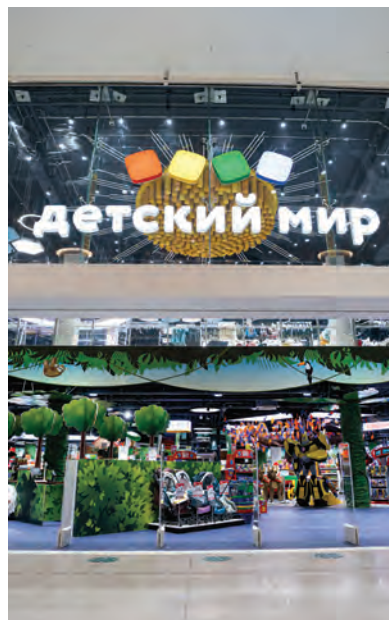
МАРИЯ ДАВЫДОВА: ПУТЕШЕСТВИЕ ИЗ ПРОШЛОГО В НАСТОЯЩЕЕ

Генеральный директор ГК «Детский мир» Мария Давыдова – о текущей ситуации

«Сейчас появился тренд на изменения потребления во всех категориях. Пожалуй, самая яркая картинка наблюдается в категории «Игрушки», потому что она более других чувствительна к экономической нестабильности.

В декабре прошлого года мы проводили анкетирование покупателей –

спрашивали, сколько они готовы потратить на новогодний подарок ребенку. Оказалось, что 70% готовы потратить не более 700 рублей. Для нас это означает, что спрос внутри всех категорий товаров смещается в сторону тех, которые стоят дешевле. Этот тренд стоит учитывать при планировании бизнеса».



Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Мария Давыдова,**

генеральный директор ГК «Детский мир»



«С момента основания ассоциации «Детский мир» – неотъемлемая часть сообщества АИДТ. На протяжении многих лет «Детский мир» поддерживает объединение ведущих российских производителей, дистрибьюторов товаров для детей и как ведущий ретейлер делится накопленной базой знаний о рынке детских товаров и экспертизой в области потребительского спроса.

На данный момент для участников рынка и потребителя как конечного бенефициара чрезвычайно важно не только сохранить действующие механизмы регулирования рынка, но и разработать новые меры поддержки участников отрасли, направленные на стабилизацию цен, повышение покупательской способности.

Необходимо также предусмотреть меры развития, в том числе по увеличению товарного ассортимента и дальнейшего повышения качества детской продукции.

Желаем ассоциации дальнейших успехов, новых достижений, а также решения всех задач, стоящих перед российской индустрией детских товаров».

ВАДИМ РИНСКИЙ: У РОССИИ ЕСТЬ ВСЕ, ЧТОБЫ В СФЕРЕ ТОВАРОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ БЫТЬ НА УРОВНЕ РАЗВИТЫХ СТРАН

Компания «Юнитойс», один из лидеров рынка дистрибуции игрушек, 15 лет назад приняла решение вступить в АИДТ. Вадим Ринский, основатель «Юнитойс» размышляет о том, что за это время удалось сделать, о развитии рынка игрушек в России, маркетплейсах и будущем отрасли.

ВИДТ: Вадим Михайлович, если говорить об индустрии детских товаров 15 лет назад и сейчас, можете провести сравнение из серии «было/стало»?

— Конечно, когда создавалась Национальная ассоциация игрушечников России (НАИР), исходные были несколько иные, чем сегодня. Был слабо развит рынок, шла серия банкротств. Изначально стояла цель — упорядочить его, бороться с контрафактом, который заполнял все, ввести цивилизованные подходы к растаможиванию товара, сертификационным процедурам, выступать некой объединенной силой. Индустрия детских товаров в России была еще очень слабой, чтобы что-то диктовать, особенно в условиях ориентирования государства на сырьевой рынок. С точки зрения глобальных целей АИДТ очень многого добилась. Но есть масса вещей, которые еще нужно сделать.

На мой взгляд, условия для производителей в России не самые оптимальные до сих пор. Например, вы можете «правильно» работать, платить белую зарплату, действовать в правовом поле, но конечный продукт всегда будет дороже на 20–40%, чем аналог из Китая. Или, когда мы около 5 лет назад решили делать пластиковые игрушки,



**У РОССИИ ЕСТЬ
АБСОЛЮТНО
ВСЕ, ЧТОБЫ
В ТАКИХ СФЕРАХ,
КАК ИНДУСТРИЯ
ДЕТСКИХ ТОВАРОВ,
НЕ ОТСТАВАТЬ
ОТ РАЗВИТЫХ СТРАН.
УЖЕ СЕГОДНЯ МЫ
ВО МНОГИХ СФЕРАХ
ВИДИМ ПОМОЩЬ
ГОСУДАРСТВА**

то оказалось, что смысла в этом нет. Потому что закупается все импортное — ингредиенты, оборудование, штампы. Нужны условия, чтобы люди, которые могут, хотя и имеют ресурсы, могли создать конкурентное производство у себя на родине.

Конечно, для ребенка нет принципиальной разницы, покупают ему игрушку, сделанную в Китае или в России, главное, чтобы она приносила радость. Отлично, если с этой игрушки уплачены все пошлины, она качественная и сертифицированная. Однако у нас в стране есть рабочие руки, производство, и мне

понятно, почему АИДТ стремится поддержать отечественного производителя. Например, у меня была определенная история с «Диснеем», «Хасбро». Отношение этих больших уважаемых компаний к своим дистрибуторам как к младшему брату было, скажем так, неприятным.

При этом, с одной стороны, мы говорим о поддержке российского, а с другой — на протяжении последних 20 лет шла массированная реклама западных компаний. Когда же мы попробовали заняться дистрибуцией российских франшиз, то получили предложение роялти, которое в два раза превышало диснеевское. На мой взгляд, эту ситуацию нужно менять.

ВИДТ: По истечении пандемии, двух лет санкций — каким вы видите дальнейшее развитие рынка игрушек в России?

— Честно говоря, картина не самая радужная. Это касается не только игрушек, но и всего спектра товаров для детей. Во-первых, становится все больше контрафакта. Недавно я ходил с ребенком в Планетарий и увидел много подделок, которые открыто продаются в центре Москвы. Такого масштаба оборота контрафакта я не припомню.

Но больше всего беспокоят маркетплейсы. Ситуация, которая была на них два года назад, кардинально отличается от сегодняшней. Сейчас мы сталкиваемся с ужесточением

условий доставки, стоимости хранения и прочее. Работать с ними выгодно, только если туда вложено все. Есть еще один фактор, который ухудшает климат на рынке. Выставляя товар в интернете, ты можешь столкнуться с тем, что маркетплейсы самостоятельно снижают стоимость на 20–30%. В моем понимании такая тенденция — не благо для индустрии, это форма нецивилизованного рынка. На практике маркетплейсы могут делать с поставщиком все, что захотят.

ВИДТ: Ну а позитивные тенденции на рынке детских товаров есть?

— Конечно. У России есть абсолютно все, чтобы в таких сферах, как индустрия детских товаров, не отставать от развитых стран. Уже сегодня мы во многих сферах видим помощь государства, в том числе в виде грантов — например, в сфере продовольственных товаров.

Второе — это институт параллельного импорта, за который я, будучи дистрибутором, всегда голосовал. Он дает совершенно другие возможности для десятков тысяч талантливых людей. Потому что условный бренд, который вложил 10–20 млн рублей в рекламу, завоевывает свой кусок рынка. Считаю, что в условиях, когда сырьевой рынок как таковой сильно просел, наверное, десятки тысяч людей из него могут пойти и начать новую жизнь — открыть магазины у дома или другой мелкий бизнес. Поэтому смотрю в будущее с оптимизмом.



ЗОЛОТО ДЛЯ ЛУЧШИХ



МЯГКАЯ СИЛА «ЗОЛОТОГО МЕДВЕЖОНКА»

Любой родитель знает, как непросто бывает выбрать «ту самую» вещь для своего ребенка. Магазинные полки пестрят играми, игрушками и яркой одеждой, но какие из товаров наиболее качественные и безопасные? Для того чтобы ответить на этот вопрос, АИДТ 14 лет назад основала Национальную премию в сфере товаров и услуг для детей «Золотой медвежонок».

С каждым годом конкурс приобретает все большую популярность. Для производителей важно не только заявить о себе, но и получить экспертную оценку своей продукции от ведущих специалистов. За четырнадцать лет победителями премии стали более 800 компаний со всей страны.

А символ премии, желтый плюшевый медвежонок, все чаще упоминается в СМИ и появляется в телевизионных передачах. Дети узнают «Золотого медвежонка», потому что он любит дарить подарки и устраивать розыгрыши продукции от участников премии.

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ

В экспертный совет премии «Золотой медвежонок» входят специалисты из научного, отраслевого и индустриального сообществ.

Более 100 экспертов, среди которых ведущие психологи, педагоги, маркетологи, дизайнеры, а также победители прошлых сезонов премии, тщательно изучают продукцию конкурсантов — обсуждают, спорят и тестируют, — прежде чем вынести вердикт.

Во время защиты перед жюри конкурса, номинанты вступают в живой



Плюшевый герой из Смоленска

Ярко-желтый плюш и приветливая улыбка — именно таким образ медвежонка увидела основатель премии **Антонина Цицулина**, а фабрика «Смоленская игрушка» воплотила идею в жизнь в 2010 году.

Учредитель предприятия Александр Бунцыкин и коллектив фабрики поддерживают премию со дня ее основания.

Четырнадцать лет подряд фабрика отшивает новые партии медвежат к каждому сезону премии. За всю историю существования конкурса было создано более 1500 игрушек.

«Я очень горжусь этой игрушкой, — поделился Александр Бунцыкин. — Считаю поддержку премии своим скромным вкладом в развитие отрасли. И еще очень приятно видеть «Золотого медвежонка» на стендах российских производителей на международных выставках».



диалог с признанными специалистами, в ходе которого можно получить ценные рекомендации – как доработать и улучшить продукт, сделать его более адаптированным к запросам потребителя.

Эксперты по безопасности расскажут, как повысить качественные характеристики товара. Маркетологи и дизайнеры посоветуют, как его усовершенствовать, чтобы увеличить продажи.

Ведущие представители науки, психологии и физиологии оценят изделие с позиции его соответствия потребностям детей и особенностям их возрастного развития.

В итоге, даже если вы не станете победителем, вы получите экспертные оценки, рекомендации и комментарии о вашей продукции, которые помогут повысить ее востребованность.

Антонина Цицулина, президент АИДТ, основатель премии «Золотой медвежонок»:



Антонина Цицулина

**МЕДИАОХВАТ
ПРЕМИИ В ПРОШЛОМ
СЕЗОНЕ СОСТАВИЛ
33,3 МЛН ЧЕЛОВЕК,
КОНКУРС ОСВЕЩАЛИ
45 РЕГИОНОВ**

«Премия – не только символ успеха, но и признание со стороны экспертного совета, ведущих специалистов отрасли. В каждом премиальном сезоне мы видим продукцию, опережающую стандарты. Уровень номинантов растет год от года, победители премии задают высокую планку, формируют тренды и “заголовки” отрасли. И независимо от того, какое место заняла компания, первое, второе или третье, каждый участник “Золотого медвежонка” – действительно лучший».



Александр Савенков

Александр Савенков, председатель Научного экспертного совета, член-корреспондент РАО, доктор педагогических наук, доктор психологических наук, профессор, директор Института педагогики и психологии образования МГПУ:

«Создание Национальной премии в сфере товаров и услуг для детей “Золотой медвежонок” существенно изменило ситуацию в производстве и продвижении на рынке детских товаров. За период работы национальной премии не только значительно улучшились материалы для производства детских товаров, но и появились новые, адресованные детям отечественные разработки, сохраняющие и развивающие лучшие традиции национальной культуры».

Валерий Белгородский, ректор РГУ им. А.Н.Косыгина, доктор социологических наук:

«“Золотой медвежонок” – очень нужный проект. Премия поощряет высокие потребительские качества продукции и услуг, отмечает заслуги компаний и лидеров индустрии. Это мотивирует отрасль двигаться вперед и развиваться».



В ОНЛАЙН-ГОЛОСОВАНИИ ПРОШЛОГО СЕЗОНА ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ БОЛЕЕ 46 ТЫСЯЧ ЧЕЛОВЕК, ЭТО РЕКОРДНОЕ КОЛИЧЕСТВО ЗА ВСЮ ИСТОРИЮ ПРЕМИИ



Татьяна Комиссарова, профессор практики маркетинга Высшей школы бизнеса НИУ ВШЭ:



«Премия за 14 лет ее проведения стала настоящим навигатором для покупателей,

а следовательно, эффективным инструментом для компаний – победителей этого конкурса. Мы рассчитываем, что интерес потребителя, то есть увеличение покупок товаров, которые отмечены знаком “Золотой медвежонок”, будет расти год от года».

Экспертный совет обеспечивает всестороннюю экспертизу продукции и услуг для детей, дает беспристрастную оценку. Но, помимо экспертного, существует еще и народное голосование.

НАРОДНОЕ ГОЛОСОВАНИЕ

После того как все заявки от номинантов приняты, «Золотой медвежонок» открывает народное онлайн-голосование. Начинается горячая пора для участников, которые вступают в борьбу за право называться лучшими по меркам потребителя. К открытому голосованию приглашают всех, кто считает

себя экспертом в детских брендах и протестировал их на практике.

Участникам официально разрешено агитировать аудиторию отдавать голоса за свою продукцию. Уже по традиции старт голосования сопровождается акцией «Голосуй за меня!». В ход идут креативные картинки и видео, розыгрыши, призы и подарки. Чем больше охват – тем выше шансы на победу!



«За нас голосовали все наши друзья и партнеры, – поделилась **Татьяна Логинова** – директор по международному маркетингу ювелирного часового завода NIKA. – Это более 2000 компаний по всей России. Еще нас поддерживали коллеги из “Союзмультфильма”, в коллаборации с которыми мы создали нашу продукцию – коллекцию ювелирных часов и аксессуаров с изображением героев мультфильма “Умка”. Спасибо, что верили в нас!»



Татьяна Логинова и Анастасия Карлович

Дмитрий Калмыков, генеральный директор компании «Космодром», ставшей абсолютным победителем онлайн-голосования с линейкой настольных игр «Имаджинариум»: *«Мы очень признательны своим покупателям за награду в номинации “Народное голосование”, ведь это означает, что нас выбирает целевая аудитория. Главное – дарить радость людям и быть самыми народными!»*

ДЕТСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА

Премия «Золотой медвежонок» не была бы полной без голосования, в котором принимают участие те, для кого она была создана, – семьи с детьми. В 2014 году ассоциация запустила проект «Выбор детей». В крупнейших магазинах и на выставочных площадках страны АИДТ проводит игровые конкурсы, где ребята сами решают, какие из игру-



Театр-студия «Непоседы»



Театр-студия «Непоседы»

шек лучшие. Возможность оценить наиболее понравившиеся им товары (а также поиграть в них) есть и у родителей – они могут поучаствовать в голосовании «МамаПапаЗа».

В этом году в Башкирии в рамках Всероссийского фестиваля «Айда играть» к этим двум проектам «присоединился» третий. Впервые был проведен конкурс «БабаДедаЗа», в рамках которого свои голоса лучшим игрушкам отдавали бабушки и дедушки.

В течение четырех дней проводилось голосование за товары, которые предоставили компании из разных регионов России. Более 500 игр и игрушек отечественного производства разместились на площадке семейной игротки «Золотого медвежонка». Ее посетили более 5000 детей и взрослых, а также педагоги и эксперты в сфере детской игры.

Гости фестиваля, собравшиеся на главной площадке, скандировали: *«Спасибо российским производителям игрушек за праздник!»*

Театр-студия «Непоседы» стала хедлайнером фестиваля «Айда играть». Они исполнили «Гимн Золотого медвежонка», который посвятили маленьким гостям фестиваля. Также медвежонок с главной сцены поприветствовал блогер Милана Хаметова и певец Ваня Дмитриенко.



Ваня Дмитриенко



МЕДВЕЖОНОК ЗА БЕЗОПАСНОСТЬ И КАЧЕСТВО

Совместно с Минпромторгом, экспертным советом премии и Техническим комитетом ТК 181 «Золотой медвежонок» планирует разработать собственные стандарты качества, на которые будут ориентироваться участники премии.

Первый шаг в этом направлении – памятка для родителей «Выбираем игрушку правильно». Она содержит семь подсказок о том, на что обращать внимание при выборе игрушек. По мнению президента АИДТ **Антонины Цицулиной**, подобный формат контента прекрасно выполняет просветительскую функцию не только среди молодых родителей, но и старших детей, а также бабушек и дедушек.

Инфографика была разработана с учетом рекомендаций специалистов, отмечающих, что качественная игрушка не должна быть маркой, громкой, хрупкой, у нее не должно



Олег Рой

быть резкого запаха и ядовитых цветов. Особое внимание следует обратить на маркировку и рекомендуемый возраст использования. Соблюдая эти простые правила, родители смогут выбрать качественные игрушки для своих детей.

В роли главного эксперта по детским товарам «Золотой медвежонок» вно-

сит вклад в обеспечение высокого стандарта качества продукции.

КЛУБ ДРУЗЕЙ ЗОЛОТОГО МЕДВЕЖОНКА

В 2021 году появилась инициатива создания «Клуба друзей Золотого медвежонка». В нем состоят те, кому важно развитие премии: в основном это победители прошлых лет, которые выступают ее амбассадорами и наставниками.

Идея создания Клуба друзей принадлежит **Олегу Рюю**, популярному писателю, сценаристу и продюсеру, победителю премии «Золотой медвежонок».

По словам Роя, клуб представляет собой идеальное пространство для обмена не только эмоциями, но и экспертными знаниями в различных областях. Одна из важных задач сообщества – поддерживать новых участников, которые впервые стремятся получить престижную награду.





Анастасия Василькова

Анастасия Василькова, директор по развитию бренда «Шупет»:

«Даже если вы не станете победителем “медвежонка”, вы все равно выиграете: получите экспертные оценки, рекомендации и полезные комментарии о вашем продукте и бизнес-процессах. Этот отзыв может стать основой для дальнейшего совершенствования продукта.»

Я не могу не выразить свою радость относительно появления Клуба друзей Золотого медвежонка. Я убеждена, что он будет ценным ресурсом как для опытных наставников, желающих делиться своими знаниями, так и для новичков, которые смогут получить ценное бизнес-менторство. Это место, где опыт и амбиции переплетаются, способствуя взаимному росту и развитию».

Ольга Муравьева, директор по развитию ООО «Бытпласт»:

«В течение многих лет я активно участвую в работе экспертного совета. Это позволяет мне следить за трендами на рынке, изучать дру-



Ольга Муравьева

гие категории товаров и внедрять полученные знания в практике своей компании. Кроме того, это отличная возможность для расширения профессиональных контактов и реализации совместных проектов с другими компаниями.

Клуб друзей Золотого медвежонка – можно сказать, вершина айсберга в нашей деятельности. Это уникальное сообщество, в которое входят только

те, кто разделяет наши ценности и цели, общую миссию».

КУРС НА ПРОДВИЖЕНИЕ

Награждение победителей «Золотого медвежонка» – особое мероприятие, призванное подчеркнуть, какое важное место занимает индустрия детских товаров в государственной политике нашей страны. Как правило, премию вручают в Совете Федерации: в наградной фонд входят статуэтка, диплом и мягкая игрушка – узнаваемый всеми медвежонок.

В мае 2023 года, в преддверии Дня защиты детей, церемонию награждения победителей провела председатель СФ **Валентина Матвиенко**. Спикер выразила уверенность в том, что для всех лауреатов «Золотой медвежонок» станет символом успеха, а победа – мотивацией создавать еще более креативные и интересные продукты для детей.



Валентина Матвиенко



**НАГРАЖДЕНИЕ
ПОБЕДИТЕЛЕЙ
«ЗОЛОТОГО
МЕДВЕЖОНКА» –
ОСОБОЕ МЕРОПРИЯТИЕ,
ПРИЗВАННОЕ
ПОДЧЕРКНУТЬ, КАКОЕ
ВАЖНОЕ МЕСТО
ЗАНИМАЕТ ИНДУСТРИЯ
ДЕТСКИХ ТОВАРОВ
В ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ПОЛИТИКЕ НАШЕЙ
СТРАНЫ**

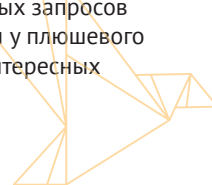


В своей речи **Валентина Ивановна** предложила оказать поддержку АИДТ, отметив, что нашей стране нужны национально ориентированные игрушки: *«Поддержка семьи и детства – это бесспорный приоритет государственной политики России. Всем нам хочется, чтобы у наших детей были лучшие, самые качественные, безопасные игрушки, питание, одежда, чтобы в детские сады и школы поставлялись хорошая, надежная мебель, книги, канцтовары. И чтобы все это производилось у нас в России по самым высоким мировым стандартам. Для этого и работает индустрия детских товаров, объединяющая сотни предприятий и многие тысячи неравнодушных*

людей по всей нашей большой стране».

НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ «ЗОЛОТОГО МЕДВЕЖОНКА»

В следующем году главная детская премия России отмечает 15-летие. За эти годы «Золотой медвежонок» стал синонимом высшего стандарта качества. Однако премия не «застыла», она продолжает развиваться и трансформироваться с учетом требований времени, появления новых технологий, новых запросов потребителей. Впереди у плюшевого эксперта еще много интересных и масштабных задач.



ЦИТАТЫ ПОБЕДИТЕЛЕЙ



Юлиана Слащева,

председатель совета директоров киностудии «Союзмультфильм»,
ставшей «Компанией года»

«Наша киностудия продолжает активное развитие, становясь крупнейшей индустриальной компанией анимационной отрасли. На этом пути мы всегда принимаем во внимание качественную экспертизу и опыт коллег из разных сфер – именно такой весомый бонус получает каждый участник премии. Это дает новые стимулы и повышает статус проектов».

Наталья Третьяк,

генеральный директор ГК «Просвещение»



«Мы получили награду за цифрового помощника для слепых, слепоглухих и слабовидящих детей. Это уникальный продукт, который позволяет сделать процесс получения образования доступным и увлекательным. Мы участвуем в этой премии не первый год и уверены, что в следующем снова сможем представить на конкурсе наши новинки, которые будут интересны – и в первую очередь нашим детям».



Светлана Фарниева,

генеральный директор ЦДМ на Лубянке:

«Участие в премии – отличная возможность заявить о себе всему рынку, всем российским производителям. Мы неоднократно представляли на этой площадке наши проекты и очень рады, что снова получили престижную награду за флагманский проект ЦДМ “Игрушки”».



ГДЕ ЖИВЕТ ЗОЛОТОЙ МЕДВЕЖОНОК

Флешмоб плюшевого блогера

За тринадцать лет существования Национальной премии в сфере товаров и услуг для детей около трехсот ее победителей обзавелись Золотым медвежонок. Это большая команда, и ее участники каждый год разъезжаются по разным уголкам страны. Кто-то из медвежат уже давно «живет» вне «родительского дома», а кто-то переехал только в этом году.

Ассоциация решила объединить всех победителей в одну большую семью и объявила флешмоб «Где живет Золотой медвежонок?». Лауреаты премии с энтузиазмом восприняли творческое задание сфотографировать медвежонка на производстве или в любой интересной локации, которая рассказывает о бренде.

Колесо обозрения «Солнце Москвы»

Колесо обозрения «Солнце Москвы» стало одним из первых участников флешмоба. Накануне вручения на-



град в Совете Федерации делегация призовых медвежат в полном составе решила протестировать знаменитый аттракцион.

Высота колеса обозрения «Солнце Москвы» — 140 метров, оно самое высокое в Европе! Особенно медвежат впечатлили кабинки с прозрачным полом и обзором на 360 градусов, которые придали прогулке небольшой элемент экстрима.

С колеса открывается прекрасный вид на 30 знаковых мест столицы: ВДНХ, парк «Останкино» с усадьбой графов Шереметевых, парк «Сокольники», Ботанический сад, сталинские высотки, Спасскую башню и другие визитные карточки города.

Киностудия «Союзмультфильм»

Одному из плюшевых братьев невероятно повезло — он живет на киностудии «Союзмультфильм». Медвежонок давно мечтает стать героем популярного мультфильма, а пока изучает тонкости производства анимационного кино.



По вечерам медвежонок любит поболтать со своим другом Карлсоном за чашечкой чая с вареньем, а потом обсудить тонкости актерского мастерства с любимыми детскими персонажами — Иа, Винни Пухом и Пятачком.

Но больше всего ему нравится атмосфера легендарной киностудии, созданной в 1936 году, которая выпустила свыше 1,5 тысяч мультфильмов и получила свыше 500 наград на различных фестивалях.





Фабрика игрушек «Весна»

Семья Золотых медвежат на кировской фабрике «Весна» постоянно растет. В этом году на фабрику прибыл уже четвертый медвежонок и сразу отправился на производство легендарных кировских кукол.

В цехах предприятия он познакомился с процессом производства: пошивом одежды для кукол, разрисовкой игрушек и прошивкой паричков из синтетического волокна. Увидел, кто и как одевает, расчесывает и упаковывает игрушечных модниц.

После экскурсии, медвежонок нашел себе место на витрине почета рядом с собратьями. Здесь выставлены все дипломы фабрики «Весна» за победу в премии в разные годы.

Музей «Бузеон»

Другой Золотой медвежонок отправился в Калужскую область и теперь проживает в музее бумаги «Бузеон».

Он был открыт в 2018 году на территории Полотняно-Заводской бумажной мануфактуры, где бумагу производят уже 300 лет! В «Бузеоне» можно узнать о ней практически все — от первых способов производства до самых современных технологий.

Золотой медвежонок с большим удовольствием принимает участие в увлекательных экскурсиях, где рассказывают о видах бумаги и ее применении в разных сферах жизни.

Особенно медвежонку и маленьким посетителям нравятся мастер-классы по отливу бумажного листа и сборке школьной тетради. Эти занятия позволяют детям не только узнать больше о процессе создания бумаги, но и развить творческие способности.

Центр океанографии и морской биологии «Москвариум»

Еще один медвежонок стал настоящим знатоком мирового океана. Он живет в «Москвариуме» — уни-



кальным комплексе, который дает возможность каждому желающему понаблюдать за редкими морскими животными и прикоснуться к удаленным акваториям нашей планеты.

Здесь же располагается мультимедийная выставка с элементами квеста «Путь воды», которая занимает 400 квадратных метров технологичного пространства с игровыми и познавательными инсталляциями.

По выходным медвежонок наслаждается масштабной постановкой произведения Уильяма Шекспира «Буря» на уникальной водной сцене.





Воскресенская карандашная фабрика

На Воскресенской карандашной фабрике обрел свой дом еще один Золотой медвежонок.

Много нового и интересного он узнал об этапах и технологиях производства карандашей, о сохранении традиций карандашного дела и поддержке высокого качества продукции.

В этом году фабрика отметила первый юбилей — 5 лет! У сплоченной команды специалистов производства впереди еще так много поставленных целей и разработок. А наш медвежонок будет фабрике в этом помогать!

Краснокамская фабрика деревянной игрушки

В новом доме медвежонок вкусно пахнет деревом, есть много ярких разноцветных деталей и добрых людей, которые создают для ребят умные развивающие игрушки!

На фабрике часто звучат детские голоса и смех, ведь дети приезжают сюда на экскурсии и мастер-классы, узнают о том, как из деревянного бруска получаются яркая веселая

стучалка, пирамидка, сказочные персонажи, кубики и конструкторы — от простых настольных до огромных напольных! И каждый раз удивляются, увидев, как оживает деревянный кубик при помощи технологии дополненной реальности!

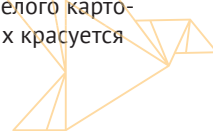
Храпуновский инструментальный завод

Не менее интересная локация у медвежонок из поселка имени Воровского Ногинского района Московской области. Именно здесь располагается Храпуновский инструментальный завод, на котором производят конструктор нового поколения «Фанкластик».

Дружный коллектив работников завода называет медвежонок стражем «Фанкластика». Плюшевый эксперт строго следит за всеми процессами вместе с начальником производства.

«Хатбер-М»

На производстве бумажно-беловой продукции «Хатбер-М» медвежонок, как первопечатник Федоров, неустанно следит за выпуском продукции, с которой компания одержала победу в премии. Теперь он в ответе за безупречное качество школьных тетрадей «Панда», наборов цветной бумаги и белого картона «Хатбер», ведь на них красуется значок победителя!




ВСЕГДА В ТЕМУ. КАК СОЗДАТЬ ПОЗИТИВНЫЙ ОБРАЗ ИНДУСТРИИ ДЛЯ ДЕТСТВА В СМИ

Новости индустрии детских товаров – тема, популярная в СМИ. Однако чаще всего статьи о российском производстве посвящены его «слабостям» и затрагивают такие темы, как выпуск некачественной продукции, повышение цен или рост контрафакта. На этом фоне достижения отрасли теряются, поскольку о них пресса рассказывает куда менее охотно. В результате формируется негативный облик российских участников рынка индустрии для детства.

Это не соответствует действительности. Наши промышленники в непростых экономических условиях делают все от них зависящее и продолжают выполнять важную социальную функцию. Создают игрушки, шьют удобную одежду и практичную обувь, выпускают кроватки, коляски, соски и еще десятки тысяч товаров, необходимых семьям с детьми.

Для формирования позитивного имиджа, устойчивой репутации отечественных производителей АИДТ при поддержке Минпромторга учредила премию «Хрустальный колокольчик». Ее вручают на Конгрессе ИДТ за самые интересные видеосообщения, программы и публикации, описывающие реальное положение дел в индустрии детских товаров.

Премия была учреждена в 2021 году. В ноябре этого года награждение состоится в третий раз. Основатель «Хрустального колокольчика», президент АИДТ **Антонина Цицулина** отмечает, что еще на старте проекта поставила перед собой две цели – привлечь внимание к программе по развитию индустрии детских товаров и поддержать талантливых журналистов, пишущих качественные материалы на эту тему.

 «Мы хотим, чтобы работу отечественных компаний, работающих в индустрии для детства, оценили по достоинству, органы государственной власти узнали об их потребностях и достижениях и чтобы как можно больше родителей выбрали для детей качественную продукцию отечественного производителя», – говорит **Антонина Цицулина**.

Символично, что лауреаты премии получают не только наградные статуэтки, но и настоящие хрустальные колокольчики. Они издают чистый звук, ассоциирующийся с детством. А с другой стороны, это набат, колокол, будоражащий общественность.

Экспертный совет

Экспертный совет премии отбирает материалы и оценивает то, насколько подробно и глубоко проработана выбранная журналистом тема. Учитываются актуальность публикации, совокупный охват просмотров и медиаиндекс. В состав жюри входят представители крупнейших компаний ассоциации: директора по коммуникациям, маркетингу и PR.





В прошлом сезоне членами совета стали эксперты из ГК «Просвещение», ГК «РИКИ», ГК «Самсон», компаний «Гулливер», «Шупет», «Весна», «Москвариум», «Детский мир» и других. Они рассмотрели более 100 публикаций.

PR-директор «Детского мира» **Наталья Рычкова** подчеркивает, что знак отраслевого признания вручают не за рассказы о достижениях индустрии, хотя они тоже важны. В первую очередь отмечаются материалы, вызвавшие за прошедший год большой общественный резонанс, споры и обсуждения, широкое цитирование в СМИ и сети Интернет.

«Писать про детство – огромная ответственность, серьезный ежедневный вклад в будущее. Поэтому мы награждаем журналистов, которые формируют общественное мнение и не забывают о том, что такое фактчекинг при выпуске материалов», – говорит эксперт.

Яна Пешкова, бренд-менеджер ТМ «Юнландия» компании «Самсон», рассказала о том, как ответственно подходят участники совета к отбору

номинантов: «В рамках судейства мы внимательно знакомимся со всеми работами. Изучаем видеорепортажи, статьи, подкасты и даже целые циклы публикаций с большим интересом и каплей догошности. Хочу отметить важность работы

«Мне кажется, что тема индустрии детских товаров в СМИ недостаточно хорошо освещена, – считает эксперт. – Зачастую публикации о детских товарах несут немного скандальный оттенок, а хотелось бы, чтобы было

ЗАЧАСТУЮ ПУБЛИКАЦИИ О ДЕТСКИХ ТОВАРАХ НЕСУТ НЕМНОГО СКАНДАЛЬНЫЙ ОТТЕНОК, А ХОТЕЛОСЬ БЫ, ЧТОБЫ БЫЛО БОЛЬШЕ СТАТЕЙ О ТЕХ ЭНТУЗИАСТАХ, КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ В ОТРАСЛИ, О БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММАХ И ЦЕННОСТЯХ КОМПАНИЙ, А ТАКЖЕ О ЗАМЕЧАТЕЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ РОССИЙСКОЙ ПРОДУКЦИИ

коллег-журналистов: от них зависит, каким будет информационное пространство вокруг индустрии».

В этом году в состав жюри вошла **Ольга Муравьева**, директор по развитию компании «Бытпласт».

больше статей о тех энтузиастах, которые работают в отрасли, о благотворительных программах и ценностях компаний, а также о замечательной инновационной российской продукции».



Чтобы развеять мифы о том, что российские товары хуже по качеству, чем импорт, нужны статьи и передачи о том, «как это сделано». «Хрустальный колокольчик» должен помочь популяризировать тему индустрии детских товаров в СМИ, уверена **Ольга Муравьева**.

На пульсе отрасли

Какие темы сейчас наиболее актуальны для производителей и потребителей детских товаров? На этот вопрос лучше всего ответят лауреаты премии.



Александра Суровцева, шеф-редактор программы «День. Главное» на РБК, победитель прошлого сезона в номинации «Голос отрасли», считает, что главная «болевая точка» — повышение цен, а главная задача — удержать их в условиях инфляции.

«Вопросы производства детских товаров регулярно попадают в наши программы, — отмечает журналистка. — В 2022 году главной заботой было импортозамещение, насыщение рынка. Что будет предложено покупателям вместо ушедших из страны брендов? Достаточно ли будет этих товаров, чтобы не пострадал ритейл. Есть ли в стране мощности и рабочие руки, чтобы увеличить собственное производство игрушек, канцелярии, детской мебели и так далее.

Так или иначе эти вопросы были решены, и в 2023-м фокус сместился на качество и цены в условиях растущей инфляции. Мы благодарны представителям индустрии за открытость и готовность обсуждать эти непростые темы, делиться статистикой, рассказывать о произ-

водственных цепочках, участвовать в дискуссиях с представителями власти и потребителями и делать это в прямом эфире, непредсказуемом и не дающем вторых дублей».

Прозрачные обсуждения способствуют честной конкуренции, развитию российской экономики, повышению качества производимых товаров, а значит, и качества жизни всех нас, уверена **Александра Суровцева**.

Автор «Известий» Евгения Перцева стала одним из первых победителей в актуальной номинации «Общепромышленная дискуссия». Ее материал о запрете проведения испытаний продукции производителей игрушек на животных получил высокие оценки экспертов и имел охват более 4 млн читателей.

«Мы стараемся освещать все направления, которые есть в повестке властей»

ЕСЛИ МЫ ГОВОРИМ, ЧТО САМОЕ ГЛАВНОЕ — ЭТО ДЕТИ, ТО ЛОГИЧНО, ЧТО ГЛАВНЫЕ ПРЕМИИ ДЛЯ ТВОРЧЕСКИХ ЛЮДЕЙ — ЭТО ТЕ, КОТОРЫЕ ДАЮТСЯ ЗА ОСВЕЩЕНИЕ ДЕТСКОЙ ТЕМАТИКИ



и бизнеса. В текущем году это уход зарубежных брендов и адаптация отечественного бизнеса к новым условиям на рынках», — говорит корреспондент «Известий».

В 2023 году Евгения понимала в своих материалах все самые горячие темы индустрии: первые итоги работы под санкциями, добровольный этап маркировки игрушек, разработку ГОСТа на игрушки, который впервые даст определение всем типам этой продукции.

«Круче ТЭФИ и «Оскара»»

Еще одним лауреатом первого «Хрустального колокольчика» в номинации «Общепромышленная дискуссия» стала **корреспондент «Московского комсомольца» Ева Меркачева**, известная журналистка, писательница и правозащитница. Она затрагивает в своих материалах тематику ИДТ, потому что считает детские товары очень важными для формирования сознания и становления личности ребенка.

«Максимально важно, чтобы государство внимательно относилось к тому, чем пользуется ребенок: во что он одевается, что он ест, в какие игрушки играет и какие книжки читает. Ведь дети — это главное достояние и будущее нашего общества, — говорит журналистка. — Я стала одним из первых лауреатов «Хрустального колокольчика» и была приятно удивлена, что существует такая необычная премия, название которой очень точно соответствует сути. Потому что детство — это нечто тонкое, хрустальное, ценное, что ни в коем случае нельзя сломать, к чему нужно относиться максимально бережно».



В номинации «Формула успеха» члены жюри «Хрустального колокольчика» учредили специальный приз «За лучший материал о российской анимации», который получил журналист «Российской газеты» Максим Васюнов. На страницах издания Максим освещает темы культуры и искусства, которые тесно переплетены с индустрией детских товаров.



«Хрустальный колокольчик» круче ТЭФИ и разных там «Оскаров»! – считает публицист. – Сфера детских товаров не прощает ошибок, ведь они могут отразиться на мироощущении подрастающего поколения. Если мы говорим, что самое главное – это дети, то логично, что главные премии для творческих людей – это те, которые дают за освещение детской тематики.

Писать и снимать нужно так, чтобы людей занимало добро, а не зло, чтобы душевность и нежность побеждала спецэффекты. Это касается и детских товаров. Пока, увы, мы все дружно в этом проигрываем. Но за последние годы совершен рывок в этой сфере – стало гораздо больше того, что с удовольствием показываешь или покупаешь детям. Главное – не сдаваться, и тогда мы получим поколение добра, любви и мира».

Время первых

«Хрустальный колокольчик» заинтересован в сотрудничестве – как с представителями бизнес-сообщества, так и с журналистами.

Экспертный совет премии формируется ежегодно. Мы приглашаем директоров по коммуникациям предприятий ИДТ войти в состав жюри, а также присылать нам статьи и видеосюжеты, которые, на ваш взгляд, имеют ценность для индустрии.

Также хочется отметить: чем активнее ключевые игроки рынка будут делиться со СМИ своим компетентным мнением и актуальной статистикой, тем качественнее будут материалы, посвященные проблемам и достижениям отрасли.

Организаторы «Хрустального колокольчика» надеются, что количество авторов, которых волнуют темы, связанные с поддержкой детства, будет расти, а сама премия станет высшим знаком отличия для журналистов.





ПО ВЫСШИМ СТАНДАРТАМ



РУСЛАН ДАВИДОВ: ЧАЩЕ ВСЕГО СРЕДИ ДЕТСКИХ ИГРУШЕК ФТС ВЫЯВЛЯЕТ КОНТРАФАКТ В КОНСТРУКТОРАХ, КУКЛАХ И МАШИНКАХ

В 2013 году по распоряжению Правительства Российской Федерации была создана Рабочая группа по совершенствованию администрирования таможенными органами перемещения детских товаров через таможенную границу ЕЭС.



Ее участниками стали руководители управлений ФТС России и участники АИДТ — эксперты профильных отраслевых комитетов по ВЭД, экспорту, интеллектуальной собственности.

ВРИО руководителя Федеральной таможенной службы Руслан Давыдов рассказал «Вестнику ИДТ» о результатах совместной деятельности с ассоциацией.

ВИДТ: Какие основные задачи рабочей группы Вы могли бы назвать?

— Основные цели рабочей группы — разработка предложений по совершенствованию нормативно-правовой базы, регламентирующей совершение таможенных операций и проведение таможенного контроля. Также сюда относится повышение эффективности контроля за соблюдением таможенного законодательства при перемещении детских товаров через таможенную границу Евразийского экономического союза.

Результатом деятельности рабочей группы я бы назвал создание между ФТС России и ассоциацией открытого и честного диалога, в рамках которого обсуждаются проблемные вопросы и вырабатываются взаимоприемлемые решения.

ВИДТ: Какие меры на сегодняшний день Вы считаете наиболее эффективными по защите прав на объекты интеллектуальной собственности (ОИС), размещаемые на детских товарах?

Наиболее эффективная мера по защите интеллектуальных прав — включение ОИС в таможенный реестр, который администрирует ФТС России в рамках предоставления соответствующей государственной услуги.

На сегодняшний день в таможенном реестре объектов интеллектуальной собственности зарегистрировано 6 427 ОИС, 1 663 из них — со статусом «действующие». Права на них принадлежат как зарубежным, так и российским компаниям.

Из числа ОИС, которые могут использоваться для индивидуализации товаров для детей (одежда, обувь, игрушки, продукты питания, канцелярские принадлежности, печатная продукция и другие), в таможенном реестре со статусом «действует» зарегистрировано 319 ОИС, принадлежащих 46 российским и 65 зарубежным правообладателям.

За три квартала 2023 года таможенными органами уже пресечен ввоз более 3,6 млн товаров, из которых 648 768 единиц контрафактных детских товаров, в том числе 1 024 единицы контрафактной продукции — ЕКП — в международных почтовых отправлениях.

Для сравнения: по состоянию на конец 2022 года — 362 ОИС со статусом «действует» принадлежали 39 российским и 93 зарубежным правообладателям. За весь 2022 год таможенными органами выявлено более 8,2 млн ЕКП (в 2021 году — 7,2 млн ед.), из которых 1,2 млн относятся к товарам для детей (за 2021 год — 2,3 млн ЕКП для детей), в том числе 1 227 ЕКП, пересылаемых в международных почтовых отправлениях.

Наиболее крупными выявлениями стали контрафактные кондитерские изделия фабрики «Красный ок-

тябрь», «Сюрприз» и Kinder Joy, шариковые ручки ErichKrause и игрушки «Маша и медведь».

Ежегодно таможенными органами выявляются такие категории детских контрафактных товаров, как кондитерские изделия, брелоки из дерева, косметические средства, конструкторы, одежда и обувь, куклы и детские машинки с размещенными на них средствами индивидуализации.

ВИДТ: Как Вы оцениваете ситуацию с контрафактной продукцией, ввозимой на территорию РФ? Какие совместные меры необходимы для позитивных изменений в этом вопросе?

— В целом наблюдается снижение количества ввозимой в Российскую Федерацию контрафактной продукции для детей. Однако таможенные органы продолжают стоять на защите потребительского рынка.

Так, по итогам работы за 10 месяцев 2023 года таможенными органами проведено 85 проверочных мероприятий, по результатам которых доначислено 308,72 млн руб. и взыскано 261,39 млн руб. Возбуждено 89 дел об административных правонарушениях и 2 уголовных дела.

Для повышения эффективности принимаемых мер по противодействию обороту контрафактной продукции совместно с ассоциацией мы прорабатываем вопрос организации обмена информацией, содержащей документально подтвержденные сведения о ввозе на таможенную территорию ЕАЭС детских товаров с нарушением

требований таможенного законодательства.

Также важным, на наш взгляд, инструментом противодействия незаконному обороту контрафактных товаров является маркировка товаров. Расширение номенклатуры детских товаров, подлежащих маркировке, приведет к значительному снижению доли контрафакта на рынке товаров для детей.

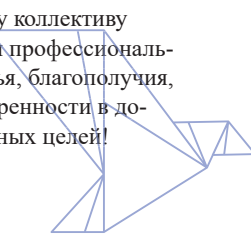
ВИДТ: В этом году ассоциации исполняется 15 лет. Что бы Вы могли пожелать ее участникам?

— АИДТ за 15 лет своей деятельности объединила вокруг себя ведущие предприятия и импортеров индустрии детских товаров, а также завоевала доверие в органах исполнительной власти. Ассоциация вносит существенный вклад в экономическое развитие отрасли, обеспечивая российский рынок качественными, безопасными и современными товарами и услугами для детей.

Мнение ассоциации, ее предложения учитываются при принятии самых ответственных решений, касающихся вопросов безопасности, качества и доступности детской продукции.

Уверен, что сотрудничество ассоциации и ФТС России, наши совместные проекты будут и в дальнейшем способствовать развитию индустрии детских товаров.

Желаю всему вашему коллективу и членам ассоциации профессиональных успехов, здоровья, благополучия, настойчивости и уверенности в достижении поставленных целей!





АНТОН ШАЛАЕВ: ПЕРСПЕКТИВНАЯ ПРОГРАММА СТАНДАРТИЗАЦИИ В ОБЛАСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ ДЛЯ ДЕТЕЙ ОТРАЖАЕТ ПОТРЕБНОСТИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Сотрудничество Росстандарта и АИДТ без преувеличения можно назвать продуктивным. В апреле прошлого года в Совете Федерации была подписана Перспективная программа стандартизации в области товаров и услуг для детей на 2022–2027 годы, которую разработал Росстандарт совместно с ответственными техническими комитетами по стандартизации.



Руководитель Росстандарта Антон Шалаев

Программа предусматривает разработку порядка 170 национальных и межгосударственных стандартов по двум основным направлениям: безопасность и качество детских товаров, а также безопасность услуг для детей.

Ранее, в ноябре 2018 года, АИДТ приняла на себя руководство Техническим комитетом по стандартизации «Игрушки и товары для детства» (ТК 181), который отвечает за разработку соответствующих ГОСТов. За это время было подготовлено и выпущено 19 стандартов, еще 16 сейчас находятся в работе.

И это лишь одна из граней сотрудничества между двумя организациями. В 2023 году Росстандарт провел исследовательскую работу^{***}, посвященную практике применения технических регламентов таможенного союза (ТР ТС) на детскую продукцию. Эксперты изучили два регламента:

^{***} Полное название работы: «Анализ практики применения стандартов к техническим регламентам Таможенного союза "О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков" (ТР ТС 007/2011) и "О безопасности игрушек" (ТС 008/2011), включая методики испытания товаров для детей, и оценку необходимости актуализации этих документов».

СТРУКТУРА ПЕРСПЕКТИВНОЙ ПРОГРАММЫ СТАНДАРТИЗАЦИИ В ОБЛАСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ ДЛЯ ДЕТЕЙ НА 2024 ГОД



ТР ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» и ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек».

Исследование проводилось при участии специалистов АИДТ и ФГБУ «Российский институт стандартизации». Оно впечатляет масштабами проделанной работы и спектром охвата существующих практик. Специалисты рассмотрели порядка 800 стандартов и более 1000 методик и подготовили пакет предложений по актуализации действующих нормативных документов.

Подробно о результатах совместной работы с ассоциацией «Вестнику ИДТ» рассказал глава Росстандарта Антон Шалаев.

ВИДТ: Антон Павлович, с тех пор как была запущена перспективная программа стандартизации, прошло около полутора лет. Уже есть первые результаты. Какие из них самые ценные?

— С момента подписания перспективной программы было разработано и утверждено 43 национальных и межгосударственных стандарта. В частности, обновлены стандарты

на детскую мебель в дошкольных учреждениях, на детское питание.

Разработаны новые стандарты на средства обучения и воспитания, книжные и журнальные издания для детей, стандарты на услуги в области развлечений и отдыха детей, устанавливающие требования к упаковке, в том числе для лекарственных препаратов, стандарты на технические средства для детей-инвалидов и другие.

Важным событием стало утверждение в прошлом году национальных ГОСТ Р 70138–2022 «Средства



обучения и воспитания. Термины и определения» и ГОСТ Р 70223–2022 «Средства обучения и воспитания. Общие требования безопасности и методы контроля» — первых из девяти стандартов, запланированных перспективной программой по направлению «учебное оборудование, модели и устройства школьные демонстрационные».

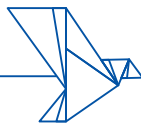
Для развития отечественного производства учебного оборудования стандарты позволят масштабировать и тиражировать лучшие практики разработчиков и изготовителей. Для заказчиков единые стандарты позволят унифицировать требования при закупке учебного оборудования, ведь, согласно законодательству о закупках, объект закупки должен быть описан посредством ссылок на документы национальной системы стандартизации.

В определенной степени стандарты послужили основой для классификации. В августе этого года приказом Росстандарта утверждены изменения в Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД 2) и Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности (ОКПД2) в части производства учебного и лабораторного оборудования.

Принятие национальных стандартов в области учебного оборудования и выделение отдельных кодов общероссийских классификаторов позволит стимулировать производство учебного оборудования в России, а также увеличить долю российских товаров в закупках для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Также не могу не отметить утвержденный в октябре этого года

**ОДИН ИЗ ПРИНЦИПОВ
СТАНДАРТИЗАЦИИ
В РОССИИ –
ДОБРОВОЛЬНОСТЬ
ПРИМЕНЕНИЯ
ДОКУМЕНТОВ.
ВМЕСТЕ С ТЕМ ИХ
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
ПОЗВОЛИТ
ПРОИЗВОДИТЬ
ПРОДУКЦИЮ,
СООТВЕТСТВУЮЩУЮ
СОВРЕМЕННЫМ
ТРЕБОВАНИЯМ**



ГОСТ Р 70996–2023 «Услуги в области развлечений и отдыха детей. Общие требования», в котором впервые определены требования к услугам в части их безопасности, социальной адресности, функционального назначения, информативности, культуры обслуживания. Новый стандарт устанавливает требования к персоналу и порядок осуществления контроля качества услуг.

ВИДТ: Что даст выполнение программы российским производителям детских товаров?

— Стоит отметить, что Перспективная программа была сформирована на основе предложений технических комитетов по стандартизации, которые являются объединениями заинтересованных юридических лиц, в том числе российских производи-

телей, госорганов, органов местного самоуправления и государственных корпораций. В этой связи можно считать перспективную программу наглядным отражением потребности российских производителей в документах по стандартизации.

Один из принципов стандартизации в России — добровольность применения документов. Вместе с тем их использование позволит производить продукцию, соответствующую современным требованиям, повысить ее конкурентоспособность, стимулирует закупки отечественных товаров для детей.

ВИДТ: Несколько вопросов об исследовании, посвященном практике применения ТР ТС на детскую продукцию. Работа такого рода проводилась впервые в России. Какие ключевые результаты Вы можете назвать?

— На основе полученных результатов анализа эффективности документов эксперты сформулировали более 30 предложений по внесению изменений в технические регламенты на детскую продукцию.

Эксперты оценили международный опыт, в том числе формирование фонда международных стандартов, подготовили предложения по актуализации перечней стандартов — их более 300, — а также по подготовке новых документов по стандартизации в обеспечение требований техрегламентов.

ВИДТ: Эксперты оценили международный опыт стандартизации в области производства игрушек и товаров для детей. Какие самые интересные выводы?

— Было установлено, что уровень гармонизации национальных стандартов с международными составляет 13%. Показатель неравномерно распределен по секторам продукции и услуг для детей. Наибольший уровень гармонизации характерен для следующих секторов: игрушки, игры и игровое оборудование — 78%, детская и ученическая мебель — 66%, одежда, обувь и галантерея — 50%, оборудование и покрытия детских игровых площадок — 17%.

Вместе с тем установлен низкий уровень гармонизации, менее 10%, фонда национальных стандартов в области продукции и услуг для детей, в частности: следующих учебное оборудование; детские транспортные средства и удерживающие устройства; товары для детей с ОВЗ; социальные услуги.

На основе анализа был сформирован перечень из 65 международных стандартов, которые представляют для нас интерес и которые целесообразно использовать в качестве основы для разработки национальных стандартов.

ВИДТ: Что, согласно результатам анализа, даст гармонизация международных стандартов с российскими?

— Законодательство в сфере стандартизации на сегодняшний день позволяет применять международные стандарты напрямую. Кроме того, международные стандарты могут использоваться в качестве основы для разработки наших, национальных стандартов — ГОСТов. Иными словами, при разработке того или иного нового ГОСТа либо актуализации существующего, эксперты всегда анализируют наличие международных стандартов в этой области, заложенные в них опыт и применимость для Российской Федерации.

Обратите внимание, насколько это отличается от 1990-х годов, когда вместо разработки собственных ГОСТов, просто брались международные и зарубежные стандарты, переводились на русский язык и принимались в качестве национальных документов по стандартизации «методом обложки».

ВИДТ: В основу каких решений лягут результаты исследования?

— Результаты проведенного анализа в первую очередь были направлены в Евразийскую экономическую комиссию для использования в качестве основы для актуализации программ по разработке межгосударственных стандартов.

В свою очередь в результате их применения на добровольной основе будет обеспечиваться соблюдение требований ТР ТС, а также межгосударственных стандартов, содержащих единые для государств — членов Евразийского экономического союза правила и методы исследований.

ВИДТ: Каков вклад Росстандарта в повышение качества инфраструктуры и безопасности детства?

— Помимо повышения качества инфраструктуры и безопасности детства за счет разработки и введения новых стандартов, не могу не остановиться на областях, в которых Росстандарт является контрольно-надзорным органом. Приведу один из наиболее ярких примеров.

В рамках надзора за соблюдением требований Технического регламента Таможенного союза «О безопасности колесных транспортных средств» проведены проверки в отношении находящихся на рынке

детских удерживающих устройств. В период с 2018 по 2021 годы отозваны более 4 тысяч единиц детских удерживающих устройств, не соответствующих техрегламенту, при этом большая часть из них приходилась приходится на торговые сети.

Основными нарушениями, как и раньше, остаются конструктивные нарушения, в первую очередь в отношении защитных свойств. Реже выявляются нарушения в отношении маркировки и содержания сопроводительной документации.

Благодаря контрольным мероприятиям и профилактике, проводимым Росстандартом, сетевые магазины прекратили продажу «суррогатов» удерживающих устройств для детей. Напомню, что треугольники, адаптеры, фиксаторы и т.д. с точки зрения Правил ООН № 44 являются элементами таких устройств и не могут быть сертифицированы в качестве самостоятельной продукции.

Основная проблема — недостаточность механизмов информирования потребителей, которые зачастую просто не знают о необходимости возврата товара. В настоящее время Росстандарт и наши межрегиональные территориальные управления доводят информацию о недопустимости оборота лямок под видом детских удерживающих устройств и угрозе при их использовании для жизни и здоровья детей.

ВИДТ: АИДТ отмечает 15-летие в этом году. Что Вы можете пожелать нашей организации?

Участие отечественных производителей в работах по стандартизации чрезвычайно важно — голос индустрии должен быть «слышен».



МЕЖДУНАРОДНЫЙ (РЕГИОНАЛЬНЫЙ, СТРАНОВОЙ) ФОНД СТАНДАРТОВ **6**

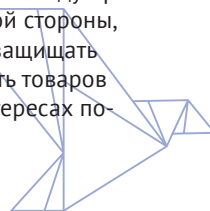
РАЗДЕЛЫ ПРОГРАММЫ	ISO	IEC	EN	ASTM	DIN, DSI, SAC, SB
Игрушки, игры и игровое оборудование	36	10	87	17	45
Одежда, обувь и галантерея	10	0	20	11	12
Детская и учебническая мебель	4	0	19	14	7
Канцелярия, школьно-письменные принадлежности и художественные материалы	0	0	0	1	0
Детские аттракционы и игровые площадки	7	0	6	19	9
Издательская, книжная и журнальная продукция, учебные пособия, учебники	0	0	0	1	0
Учебное оборудование, модели и устройства школьные демонстрационные	0	1	4	1	70
Детские транспортные средства и удерживающие устройства	3	0	24	20	19
Изделия хозяйственно-бытовые и санитарно-гигиенические	2	7	8	7	11
Товары для детей - инвалидов и обучающихся с ОВЗ	0	0	2	0	0
Детское питание	0	0	2	0	38
Упаковка	0	0	0	3	8
Оценка соответствия	45	7	21	2	7
Услуги по присмотру и уходу за детьми	0	0	25	0	19
Услуги в области развлечения и отдыха	0	0	21	10	7
Бытовое обслуживание детей	0	0	3	2	10
Социальные услуги	0	0	9	16	33
ИТОГ	107	25	251	117	295

795

Однако реализовать это в отсутствие сильного отраслевого объединения практически невозможно. В этой связи во многом АИДТ является примером для других отраслей. Не могу не отметить, что с именно с момента возложения на ассоциацию функций по ведению секретариата и председательства в профильном техническом комитете по стандартизации,

работы в этом направлении вышли на качественно новый уровень. Ведение технического комитета, объединяющего различные группы участников, — это настоящий вызов. Ведь балансировать между интересами производителей и потребителей в ходе разработки новых требований весьма непросто, но АИДТ справляется с этим профессионально.

Желаю ассоциации и далее не снижать активности по отстаиванию интересов отечественной индустрии детских товаров с одной стороны, при этом также рьяно защищать качество и безопасность товаров и услуг для детей в интересах потребителей с другой.



ИСТОРИЯ ОДНОГО УСПЕХА: ТК 181

Это история успеха – но не предпринимателя или киноактера, а целого сообщества, стремящегося сделать товары для детей в России максимально безопасными. В ноябре 2018 года в рамках сотрудничества с Росстандартом АИДТ приняла на себя руководство Техническим комитетом по стандартизации «Игрушки и товары для детства» (ТК 181). Раньше координацию деятельности комитета выполнял профильный НИИ.



Ассоциации досталось непростое «наследство». ТК 181 существовал 6 лет, но в рейтинге эффективности деятельности технических комитетов занимал только 165-е место из 213. Уже в 2020 году комитет взлетел на 42-е место, в 2021 году – на 39-е, а еще за год поднялся на 14 пунктов и оказался 25-м среди 235.

Как получилось, что за короткое время ТК совершил столь стремительный скачок? Дело в том, что АИДТ удалось сформировать структуру комитета – собрать воедино всех специалистов, которые влияют на безопасность детских товаров и работают со стандартами.

В 2022 году был сформирован научно-методический совет, в который вошли:

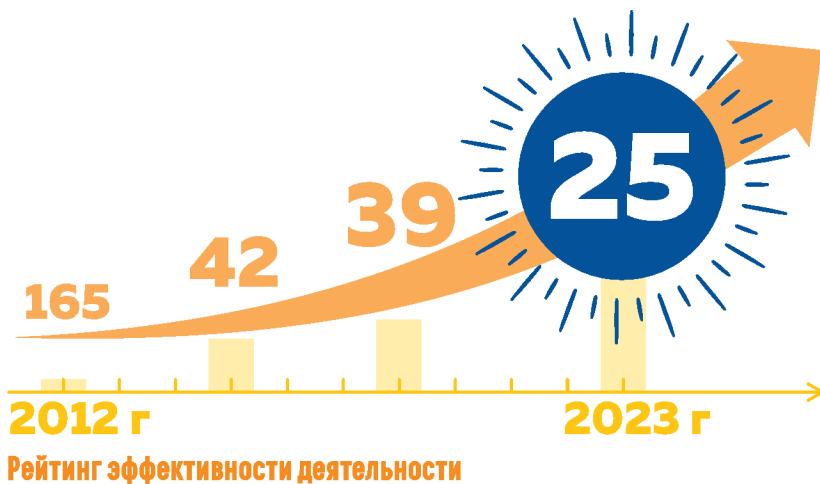
- специалисты в сфере технологий и производственных процессов промышленности детских товаров;
- экспертные организации в сфере стандартизации;
- научно-исследовательские организации;
- эксперты испытательных лабораторий и сертификационных центров;
- представители профильных министерств и ведомств.

Таким образом, ТК 181 стал обладателем уникальной экспертизы, необходимой для работ по национальной, межгосударственной и международной стандартизации товаров и услуг для детей.

Это принесло быстрый результат: в 2019–2022 годах комитет разработал 19 стандартов. В списке – как новые ГОСТы, так и те, которые требовали обновления.



«У нас сформировалась очень сильная команда, и во время разработки каждого нового стандарта к нам присоединяется все больше практиков – технологов и производственников. Мы постоянно повышаем экспертизу, ведь мало просто составить документ, нужно понимать, как его применить, сделать так, чтобы он “работал”», – отмечает председатель ТК 181, президент АИДТ **Антонина Цицулина**.



Установить правила игры

Как понять, что пора вносить изменения или разрабатывать тот или иной ГОСТ? В качестве примера возьмем национальный стандарт, ограничивающий содержание некоторых фталатов в игрушках и изделиях для детей.



Ежегодно Роспотребнадзор отбирает на рынке порядка 200 тысяч товаров для детей, проводит испытания и предоставляет аналитику, касающуюся нарушений безопасности той или иной продукции. В течение трех лет главными «нарушителями» были фталаты. Это помогло экспертам понять, что соответствующий ГОСТ устарел.

Фталаты — эфиры фталевой кислоты, которые применяются для повышения гибкости пластиковых изделий, в том числе игрушек. Ученые отмечают, что главная опасность фталатов — способность накапливаться в организме. Они распространяются по всем органам, нанося вред гормональной системе, печени, легким. Однако если использование эфиров не превышает допустимых граничных показателей, то резкого отрицательного воздействия они не вызывают. Как мы видим, обновленный стандарт, разработанный ТК 181 и устанавливающий допустимое содержание фталатов в игрушках, чрезвычайно важен.

Еще один пример, подчеркивающий актуальность работы с конкретными ГОСТами. Сообщество разработало с нуля межгосударственный стандарт, регулирующий вопросы создания и выпуска книжных и журнальных изданий для детей. До этого издатели детской печатной продукции руководствовались действующими СанПиНами.

Можно сказать, что новый стандарт стал своеобразным «ассистентом офтальмолога» — он помогает осуществлять профилактику зрительных нарушений у детей и подростков. Требования ГОСТа направлены на то, чтобы снизить зрительную нагрузку и способствовать меньшему утомлению маленьких читателей. Кроме того, документ регулирует качество печати книг и журналов, предназначенных для детей.

Другое направление деятельности ТК 181 — разработка стандартов в сфере досуга детей. ГОСТы «Услуги в области развлечений и отдыха де-

тей. Термины и определения» и «Услуги в области развлечений и отдыха детей. Общие требования безопасности» не имели аналогов в российском законодательстве. Это создавало ряд проблем для производителей, и они горячо поддержали необходимость регулирования в этой сфере.

Управляющий партнер семейного парка «Активизон» **Олег Тагиров** при обсуждении инициативы отмечал: в любом судебном деле, связанном с инцидентами на аттракционах, виноватыми считались владельцы или эксплуатанты оборудования. Новый стандарт может послужить решающим аргументом в сторону невиновности владельцев парков развлечений, подчеркивал предприниматель.

Генеральный директор ООО «Мелиор» (сеть батутных центров JUSTUP) **Ирина Пономарева** упоминала о другой дилемме. «*Есть профессиональные батутные центры, есть развлекательное оборудование. А мы,*

Сообщество разработало с нуля межгосударственный стандарт, регулирующий вопросы создания и выпуска книжных и журнальных изданий для детей



по сути, сидим на двух стульях, являясь и спортивной организацией, и развлекательным центром сразу, – рассказала руководитель. – До сих пор непонятно, что такое батутная арена – спортивная площадка или аттракцион? Надеемся, что в стандарте это будет четко прописано».

Разработка нового стандарта решила множество спорных вопросов и упростила работу компаний, занятых в сфере развлечений и отдыха детей.

Перемены к лучшему

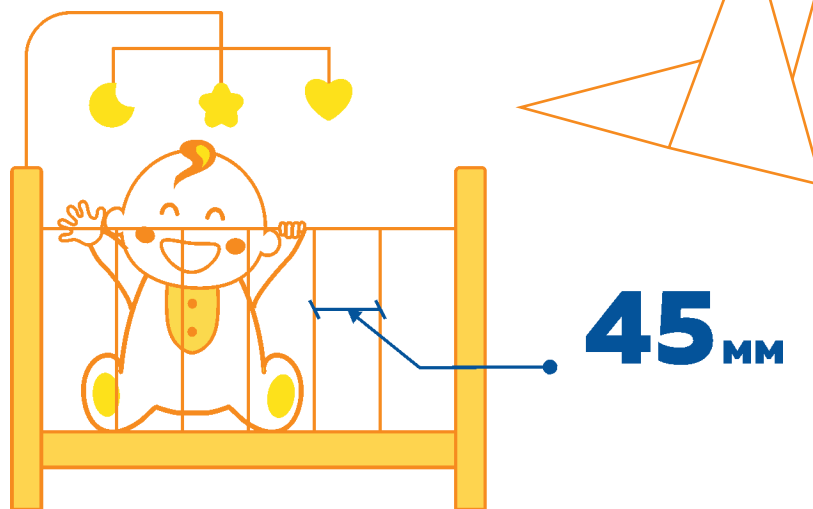
Некоторые стандарты действовали в России на протяжении многих лет, и их пора было обновлять либо дорабатывать.

Самый яркий пример – ситуация с детскими кроватками. В предыдущей версии ГОСТа на дошкольную детскую мебель указывалось: расстояние между вертикальными стойками ограждения («прутиками») кроватки для малыша не должно превышать 75 мм. Отсутствие более четких параметров привело к тому, что на рынке стала появляться мебель, опасная для здоровья ребенка. У младенца могла застрять голова между слишком широкими прутьями, и такие случаи периодически происходили.

В ГОСТе 2022 года были указаны все функциональные размеры детских кроватей – высота, длина, ширина, а также расстояние между вертикальными стойками. По регламенту оно должно быть не менее 45 мм и не более 65 мм. Это стало еще одной мерой, направленной на повышение качества и безопасности детских товаров.

Обновления требовал и межгосударственный стандарт на электрические игрушки. Предыдущая версия документа не учитывала некоторые нюансы – например, наличие в изделии пуговичных батареек. Такую батарейку маленький ребенок может легко проглотить, и ограничения в новом стандарте были направлены на то, чтобы сделать батарейки-пуговицы менее доступными для детей. Также документ 2022 года содержит актуальные требования к безопасности светоизлучающих игрушек (особенно светодиодов) и дистанционно управляемых игрушек.

В ГОСТе 2022 года были указаны все функциональные размеры детских кроватей – высота, длина, ширина, а также расстояние между вертикальными стойками. По регламенту оно должно быть не менее 45 мм и не более 65 мм. Это стало еще одной мерой, направленной на повышение качества и безопасности детских товаров



Новые вызовы

Всего за несколько лет ТК 181 заработал устойчивую репутацию, и производители детских товаров начали обращаться в комитет с просьбой о разработке самых сложных стандартов.

В 2022 году поступил запрос о пересмотре существующего ГОСТа от производителя надувного игрового оборудования.

Директор ООО «РИФ» **Жанна Дроздецкая** на совещании отраслевой рабочей группы отмечала, что принципиальный момент, который должен быть указан в стандарте, – новые требования к глубине канавок на поверхности платформы. Нормы, действующие в России начиная с 2010 года, отличаются от принятых для продукции других стран. Несовместимость европейским стандартам мешает российским компаниям



Юбилей ТК 181

предлагать конкурентоспособную цену для экспорта продукции.

«Мою позицию по пересмотру действующего ГОСТа поддержало 24 компании, — рассказала **Жанна Дроздецкая**. — В их число входят как производители надувных батутов, так и импортеры. Существует многолетняя практика применения международных стандартов, и мы стремимся ей следовать».

Новый документ сейчас находится в стадии разработки и должен быть выпущен в следующем году.

В 2023 году комитет взял на себя выполнение новой задачи: Росстандарт поручил специалистам ТК разработать национальный ГОСТ на детские квест-комнаты. Актуальность подобной меры отметил глава Росстандарта Антон Шалаев

на пресс-конференции «Безопасность детского отдыха: новые законодательные инициативы».

За последние два года в российских регионах выявили почти девять тысяч нарушений при эксплуатации спортивно-игровых площадок, аттракционов и проведении квестов, сообщили на пресс-конференции. Введение национального стандарта будет способствовать комплексному регулированию квест-индустрии.

Аналитическая работа

В рамках реализации политики государства в области детства ТК 181 и Российский институт стандартизации провели аналитическую работу и опубликовали полученные данные. Цель исследования — выяснить, как участники рынка детских товаров оценивают практику

применения стандартов к техническим регламентам Таможенного союза «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» (ТР ТС 007/2011), а также «О безопасности игрушек» (ТР ТС 008/2011).

«Устаревшие требования технических регламентов становятся существенными техническими барьерами и могут привести к отнесению продукции к небезопасной, отзыву документов по оценке соответствия и выводу продукции из оборота», — отмечается в работе.

Профессиональное сообщество предлагает структурно обновить ТР ТС 007, включив туда ряд показателей, приведенных в стандартах, имеющих повышенные риски, например химические вещества, а также требования к ряду товаров (одежда, издательская продукция и др.).

Кроме того, предложено внести в техрегламенты ряд новых терминов, правил идентификации продукции, уточнить отдельные положения в части внесения технических правок.

Также в статье рассказано о том, как реализуется Перспективная программа стандартизации в области товаров и услуг для детей на период 2022–2027 гг. Этот план предусматривает разработку более 160 стандартов по двум направлениям: безопасность и качество детских товаров, а также безопасность и качество услуг для детей.

На основе опроса 25 технических комитетов, участников перспективной программы стандартизации, ФГБУ «Институт стандартизации» и АИДТ в рамках работы ТК 181 подготовили 103 предложения по актуализации перспективной программы. Предложения содержат 31 новую тему по отраслевым разделам: детское питание, одежда, обувь и галантерея, детская и ученическая мебель, канцелярия, школьно-письменные принадлежности и художественные материалы, детские удерживающие устройства, посуда для детей.

Выход на международный уровень

Профессиональное сообщество комитета принимает участие и в решении более глобальных задач. В конце 2021 года на основе ТК 181 был создан Межгосударственный технический комитет по стандартизации «Игрушки и товары для детства» (МТК 181). Комитет объединил страны СНГ, заинтересованные в разработке стандартов на продукцию для детей. Сейчас в МТК 181 входят Россия, Армения, Беларусь, Казахстан, Таджикистан и Узбекистан.

Перспективная программа МТК 181 утверждена до 2026 года. В ней – 48 тем для разработки межгосударственных стандартов. Это позволит выработать единые требования к безопасности игрушек и товаров для детей во всех странах-участниках сообщества.

Кроме того, ТК 181 – полномочный представитель Российской Федерации в международных технических комитетах:

- ISO/TC 181 – Safety of toys / ИСО/ТК 181 – «Безопасность игрушек»;
- ISO/TC 310 – Child care articles / ИСО/ТК 310 – «Товары для ухода за детьми».

Комитет высоко ценит работу своих экспертов. Ежегодно ТК 181 и АИДТ награждают его самых результативных участников. Специалистам вручают почетные и благодарственные грамоты.

Наталья Барсукова, заведующая лабораторией гигиенической оценки и экспертизы, руководитель ИЛЦ ФГАУ «Национальный медицинский исследовательский центр здоровья детей» Минздрава России»:

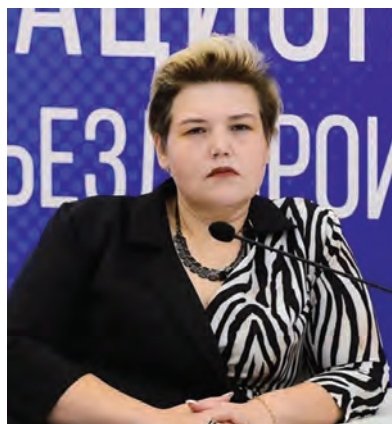


«На протяжении года работа ТК ведется на высшем уровне – на решение всех

вопросов эксперты с готовностью откликаются, относятся к задачам ответственно и с душой. Я бы сказала, что наибольших усилий требует работа над техническими регламентами, когда в обсуждении участвуют много стран и бывает непросто найти общий язык и прийти к единому мнению».



Наталья Барсукова



Ольга Воронцова



Юрий Будкин



Ольга Воронцова, начальник центра физико-химических и биологических испытаний ФБУ «Ростест-Москва»:

«Комитет проводит большую и кропотливую работу по изучению международных стандартов, проведению дополнительных исследований. Например, серьезного внимания требуют стандарты, связанные с предоставлением услуг в области развлечений и отдыха детей, так как это новая область, где пока нет никаких «правил игры». Требуется разработать целый комплекс мер, при этом работа осуществляется с нуля, что всегда непросто».

Юрий Будкин, советник генерального директора Российского института стандартизации:

«ТК 181 объединил экспертов, которые не только знают принципы работы по стандартизации, но и правильно определяют приоритеты, разрабатывая стандарты, имеющие высокую востребованность на рынке».

Что в перспективе?

В этом году в работе у ТК – 16 стандартов. Отмечая важность каждого из них, все же хочется особенно выделить ГОСТ «Игрушки. Термины и определения», который создается впервые.

«Рынок игрушек строго регулируется. Например, компании должны исполнять требования технического регламента о безопасности и качестве таких товаров. Но поскольку в стране нет понятийного аппарата, то эти нормы можно обойти, – говорит **Антонина Цицулина**. – Часть недобросовестных предприятий лавирует. Так

было с иностранными производителями, которые изготавливают игрушку “Хагги-Вагги”. Ее определяли как сувенирную продукцию, и это позволило не исполнять все обязательные требования законодательства. Для того чтобы предприятия соблюдали все нормы, в отрасли следует определить основные термины. Это позволит идентифицировать продукцию и исключить тех, кто ищет обходные пути».

Кроме того, новый документ поможет производителям игрушек говорить друг с другом «на одном языке», пользоваться едиными терминами и определениями. Такой подход важен не только для отечественного рынка, но и для взаимодействия российских компаний с зарубежными партнерами.

Третий бонус, который новый стандарт даст промышленникам, – упрощенное участие в госзакупках. Сейчас производители детских товаров

(исполнители) и представители системы образования (госзаказчики) могут по-разному определять одно и то же изделие. В некоторых случаях это оборачивается против поставщиков – их продукция может не подойти по наименованию заказчика, которое он сейчас выбирает в свободной форме. Когда будет принят новый ГОСТ, производителям станет легче выполнять требования по оснащению образовательных учреждений, поскольку госзаказчик и исполнитель смогут использовать единую терминологию.

В планах у ТК 181 на 2024 год – разработка еще 20 стандартов, многие из которых будут созданы с нуля, в том числе на идентификацию игр и игрушек, товаров для детей, а также учебного оборудования.

Сообщество открыто для диалога с производителями детских товаров и всегда учитывает их запросы при разработке стандартов.



Заседание ТК 181

Стандарты, которые ТК 181 будет разрабатывать в 2024 году:



1. ГОСТ «Безопасность игрушек. Часть 2. Воспламеняемость»



2. ГОСТ «Безопасность игрушек. Часть 9. Органические химические соединения. Требования»



3. ГОСТ «Безопасность игрушек. Часть 10. Органические химические соединения. Подготовка и извлечение проб»



4. ГОСТ «Безопасность игрушек. Часть 11. Органические химические соединения. Методы анализа»



5. ГОСТ «Световозвращающие элементы детской и подростковой одежды. Общие технические условия»



6. ГОСТ «Продукция, предназначенная для детей и подростков. Газохроматографическое определение фталатов в воде и водных вытяжках из материалов различного состава»



7. ГОСТ «Продукция, предназначенная для детей и подростков. Газохроматографическое определение акрилатов и других летучих органических веществ в воде и водных вытяжках из материалов различного состава»



8. ГОСТ «Велосипеды для детей. Основные параметры и размеры»



9. ГОСТ «Изделия по уходу за детьми. Детские сиденья для велосипедов. Требования безопасности и методы испытаний»



10. ГОСТ «Предметы по уходу за детьми. Оборудование для питья. Требования безопасности и методы испытаний»



11. ГОСТ «Ручки шариковые. Общие требования и методы испытаний»



12. ГОСТ «Карандаши. Общие технические требования»



13. ГОСТ Р «Идентификация игр и игрушек. Общие положения»



14. ГОСТ Р «Идентификация продукции, предназначенной для детей и подростков. Общие положения»



15. ГОСТ Р «Идентификация учебного оборудования. Общие положения»



16. ГОСТ Р «Информационная технология в обучении, образовании и подготовке. Руководящие указания по контенту виртуальной реальности с учетом человеческого фактора. Часть 1. Рекомендации по разработке контента виртуальной реальности»



17. ГОСТ Р «Информационная технология в обучении, образовании и подготовке. Руководящие указания по контенту виртуальной реальности с учетом человеческого фактора. Часть 2. Рекомендации по разработке контента виртуальной реальности»



18. ГОСТ Р «Детские стульчики для кормления. Требования и методы испытаний»



19. ГОСТ Р «Манежи детские бытовые. Требования безопасности и методы испытаний»




20. ГОСТ Р «Мебель детская. Матрацы для детских кроваток и колыбелей. Требования безопасности и методы испытаний»



О НАУКЕ – БЕЗ СКУКИ. КАК АИДТ И РОССТАНДАРТ ПОМОГАЮТ РАСТИТЬ БУДУЩИХ ИНЖЕНЕРОВ И МЕТРОЛОГОВ

Что такое метрология? Если спросить об этом случайных людей, то большинство из них предположат, что она как-то связана с прогнозом погоды. О том, что метрология – это наука об измерениях, необходимая во многих сферах жизни, знают единицы. Для того чтобы исправить ситуацию, в 2022 году Росстандарт запустил проект «Метрологический образовательный кластер», который помогает школьникам получить востребованную профессию, а предприятиям – подготовленные кадры.

Эксперты сформировали программы дополнительного образования для школ по направлениям «метрология», «стандартизация», «управление качеством» с привлечением ведущих технических вузов, научных и промышленных предприятий. Сейчас это пилотный проект, он реализуется в 15 регионах. С 2024 года Росстандарт планирует распространить его на всю территорию России.

 «В рамках Метрологического образовательного кластера Росстандарт школьники знакомятся с наукой об измерениях и обеспечении их точности, с такими важными понятиями, как стандарты, обеспечение качества. Происходит ранняя профориентация ребят на профессии метролога и инженера по стандартизации, – рассказал руководитель Федерального агентства

по техническому регулированию и метрологии **Антон Шалаев**. – Результаты впечатляющие. Дети уже в первом классе понимают, что такое метрология. Не каждый взрослый это знает. А ученики 10–11-х классов – достаточно подготовленные специалисты, которые разбираются в измерительных приборах, понимают, каким образом обеспечивается точность измерений».





В 2023 году в эту работу включилась АИДТ. Совместно с кластером Росстандарта ассоциация запустила проект, в рамках которого будет разработано новое учебное оборудование для учреждений образования. Соглашение о сотрудничестве, подписанное сторонами, предусматривает привлечение производителей учпрома к научно-производственной кооперации, а также проведение мероприятий, способные популяризировать метрологию и стандартизацию, участие в научных исследованиях и многое другое.

Первым предприятием, приглашенным для разработки образовательных игр и нового учебного оборудования, стала компания «Научные развлечения», расположенная в ОЭЗ «Технополис «Москва». В рамках выездного совещания было решено, что она создаст и протестирует учебный набор «Юный метролог» для проектной деятельности детей в профильных классах.

Глава АИДТ **Антонина Цицулина** подчеркнула, что разработка учебного оборудования — непростая задача. Важно, чтобы продукция понравилась детям, увлекла их, позволила привести в профессию. Кроме того, прежде чем комплект оборудования

попадает к ученикам, он направляется на апробацию к педагогам. К выполнению задачи привлекаются научно-образовательное сообщество, эксперты, которые могут дать обратную связь. Для производителей она очень важна: от этого зависит комплектность, серийность, объем поставок продукции.

В настоящее время набор «Юный метролог» уже разработан, произведен и одобрен экспертным сообществом. Сейчас обсуждается количество продукции, которое отправится в разные регионы России на апробацию. По ее итогу наборы поступят в распоряжение метрологических классов и будут применяться в образовательном процессе.



«Наша компания разработала и произвела цифровую лабораторию по метрологии для начальной школы, — поясняет директор по развитию компании «Научные развлечения» **Дмитрий Уткин**. — Сейчас у нас в работе



**РАЗРАБОТКА
УЧЕБНОГО
ОБОРУДОВАНИЯ –
НЕПРОСТАЯ ЗАДАЧА.
ВАЖНО, ЧТОБЫ
ПРОДУКЦИЯ
ПОНРАВИЛАСЬ
ДЕТЯМ, УВЛЕКЛА ИХ,
ПОЗВОЛИЛА
ПРИВЕСТИ
В ПРОФЕССИЮ**

находится аналогичный набор для детского сада, планируем создать наборы для средней школы. “Юный метролог” включает в себя аналоговое оборудование – весы, линейки и прочее, а также семь цифровых датчиков. То есть мы учим детей работе с цифровым измерительным оборудованием, которое позволяет при помощи программного обеспечения получать намного более точные результаты по сравнению с аналоговым оборудованием. А главное, на любом этапе работы можно зафиксировать промежуточные результаты.

Кроме того, мы написали очень подробные методические рекомендации для педагогов, которые позволяют провести порядка 90 занятий для начальной школы с расчетом на одно занятие в неделю».

Взаимодействие Росстандарта и АИДТ в рамках Метрологического образовательного кластера поможет проекту выйти на новый уровень, считают представители ведомства. В ближайшем будущем к этой программе присоединятся и другие производители – участники ассоциации.



ИРИНА ШЕВКУН: В РЕЗУЛЬТАТЕ ВВЕДЕНИЯ МАРКИРОВКИ ПО ОБУВНОЙ ПРОДУКЦИИ ДОЛЯ НЕЛЕГАЛЬНОГО РЫНКА СОКРАТИЛАСЬ НА ТРЕТЬ

Наверное, нет россиянина, который бы не слышал о Роспотребнадзоре. За свою почти столетнюю историю организация из санитарно-эпидемиологической службы превратилась в многофункциональный федеральный орган исполнительной власти. Одна из его важнейших функций – контроль качества и безопасности детских товаров.



Организация уделяет этой задаче особое внимание. В текущем году Роспотребнадзор провел большую аналитическую работу, посвященную правоприменительной практике технических регламентов Таможенного союза «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» (ТР ТС 007/2011) и «О безопасности игрушек» (ТР ТС 008/2011), а также оценке необходимости актуализации этих документов. Доклад был подготовлен в рамках выполнения распоряжения президента России Владимира Путина, подписанного в июне прошлого года. В работе принимали участие Минпромторг и АИДТ.

В рамках соглашения о сотрудничестве Роспотребнадзор и ассоциация ведут несколько проектов.

Первый из них – ежегодная горячая линия по вопросам безопасности детских товаров.

Второй – работа над нормативами и требованиями, обеспечивающими соблюдение прав потребителей при использовании продукции для детей и оказания услуг семьям с детьми.

Кроме того, в 2023 году было решено проводить специализированные

образовательные семинары для предпринимателей индустрии детских товаров в формате «открытой приемной». На них обсуждаются самые актуальные вопросы — привлечение к административной ответственности объектов торговли и возможность обжалования решений в досудебном порядке, проблема качества закупаемого оборудования для образовательных организаций на конкурсной основе, предотвращение производства и распространения контрафактных товаров для детей, в том числе с использованием интернета.

Более подробно о защите интересов детства и результатах сотрудничества с ассоциацией рассказывает начальник управления санитарного благополучия населения Роспотребнадзора Ирина Шевкун.

ВИДТ: Какой вклад делает Роспотребнадзор в повышение качества инфраструктуры и безопасности детства?

— Благополучие подрастающего поколения напрямую зависит от качества жизни и состояния здоровья наших детей. А один из ключевых факторов для сохранения здоровья и укрепления растущего организма — полезное и разнообразное питание.

В текущем учебном году на контроле Роспотребнадзора находится 48,5 тысяч общеобразовательных организаций, в которых все школьники 1–4 классов обеспечены 100% горячим бесплатным качественным и здоровым питанием.

Кроме того, в целях предупреждения возможного риска здоровью детей от использования некачественных детских товаров Роспотребнадзор

уполномочен проводить оценку соблюдения требований технических регламентов Таможенного союза 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» и 008/2011 «О безопасности игрушек» в рамках федерального государственного санитарно-эпидемиологического контроля.

Роспотребнадзором ежегодно на всей территории РФ проводятся тематические горячие линии по вопросам качества и безопасности детских товаров в преддверии Дня защиты детей, начала учебного года и новогодних праздников. В период проведения тематического консультирования в территориальные органы Роспотребнадзора поступает 6–10 тысяч вопросов, касающихся соблюдения требований к качеству и безопасности детской одежды и обуви, игрушек, электронных гаджетов, школьно-письменных и канцелярских принадлежностей, детского питания, товаров для отдыха и спорта, средств для дезинфекционной обработки рук, профилактики укусов кровососущих насекомых, от солнечных ожогов и др.

Структура поступающих обращений на протяжении 5 лет существенно не изменялась. Наиболее популярны вопросы, касающиеся детской одежды, в том числе школьной формы, обуви, игрушек. Отмечается увеличение популярности вопросов, связанных с приобретением школьной формы, в преддверии 1 сентября, а игрушек и новогодних подарков — накануне Нового года.

ВИДТ: Роспотребнадзор наделен полномочиями контроля за оборотом продукции, зарегистрированной в национальной системе маркировки «Честный знак». В эксперименте

**ОТ РЕЗУЛЬТАТОВ
ВАШЕГО ТРУДА
ВО МНОГОМ
ЗАВИСИТ ЗДОРОВЬЕ
ПОДРАСТАЮЩЕГО
ПОКОЛЕНИЯ,
ЕГО ДУХОВНАЯ
ЦЕЛОСТНОСТЬ,
ЗНАНИЕ И ГОРДОСТЬ
НАЦИОНАЛЬНОЙ
КУЛЬТУРЫ,
СОХРАНЕНИЕ
ИСТОРИЧЕСКИХ
ТРАДИЦИЙ**

по маркировке участвуют производители детской обуви. Насколько, на Ваш взгляд, эффективна подобная мера?

— Маркировка действительно показывает результат, по обувной продукции доля нелегального рынка сократилась на треть. Мы активно используем функционал системы маркировки для контрольно-надзорной деятельности. Этот инструмент уже сегодня дает возможность реализовать риск-ориентированный подход к контролю. В маркировке созданы системы управления нарушениями и рисками. Мы как видим уже совершенные нарушения, так и понимаем, какие компании более «рискованно» себя ведут, то есть могут нарушить в ближайшее время. Внедряются на государственном уровне индикаторы рисков по всем маркируемым товарным группам.

Роспотребнадзор определен как основной контролирующий орган по нарушениям в маркировке, в личном кабинете видим все нарушения и профили рисков компаний и принимаем решения о проверках.

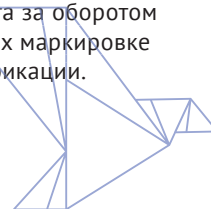
ВИДТ: Ваша организация проанализировала правоприменительную практику техрегламентов Таможенного союза. Какие выводы можно сделать из этой работы?

— Технические регламенты к товарам для детей имеют 10-летнюю

правоприменительную практику. За это время в них были внесены изменения и дополнения, и данный процесс продолжается. Но сегодня назрела необходимость в разработке новых технических регламентов, а не внесение в них изменений. В новых документах будет учтен накопленный опыт. Это введение новых терминов, идентификация продукции, требования к детским спортивным товарам — одежде, обуви.

Введение обязательной маркировки средствами идентификации

детских игрушек позволит в дальнейшем проводить контрольные мероприятия на основании индикаторов риска. Такие индикаторы срабатывают на основе сведений государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих маркировке средствами идентификации.



Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Ирина Шевкун,**

начальник управления санитарного

благополучия населения Роспотребнадзора



Сердечно поздравляю Ассоциацию предприятий индустрии детских товаров с 15-летием!

Современный рынок детских товаров стремительно развивается и расширяется. От результатов вашего труда во многом зависит здоровье подрастающего поколения, его духовная целостность, знание и гордость национальной культуры, сохранение исторических традиций.

Проблемы обеспечения детей Российской Федерации качественными и безопасными товарами, соответствующими требованиям действующего законодательства, очень актуальны и носят государственный характер.

Желаю ассоциации успехов, дальнейшей плодотворной работы и новых достижений в благородном труде!



Минпромторг
России



АИДТ
АССОЦИАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ
ИНДУСТРИИ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



25

место из 238 в рейтинге Росстандарта по эффективности технических комитетов

40+

организаций в составе ТК

400+

кодов ОКПД 2, используемых в 30 отраслях промышленности

181

ТЕХНИЧЕСКИЙ КОМИТЕТ
ПО СТАНДАРТИЗАЦИИ
«ИГРУШКИ И ТОВАРЫ
ДЛЯ ДЕТСТВА»

36

стандартов за последние 3 года, в том числе межгосударственные и международные

20+

стандартов – в перспективной программе на 2024 год



Научно-методический совет
«Безопасность детства»



МТК 181 в составе стран: РФ, Армения, Беларусь, Казахстан, Таджикистан, Узбекистан



Полномочный представитель от Российской Федерации в международных профильных комитетах:

- ИСО/ТС 181 «Безопасность игрушек» (ISO/TC 181 – Safety of toys);
- ИСО/ТС 310 «Товары для ухода за детьми» (ISO/TC 310 – Child care articles)



tc181.ru

МЫ РАБОТАЕМ ДЛЯ ДЕТЕЙ И РАДИ ДЕТЕЙ!



acgi_rnta



tk181@acgi.ru



+7 (499) 519-02-83



ГОСПОДДЕРЖКА



НЕДЕТСКИЕ ЛЬГОТЫ: КАКИМ ТОВАРНЫМ ГРУППАМ СНИЖЕНА НАЛОГОВАЯ СТАВКА НДС

Президент Владимир Путин в конце октября подписал закон, который расширил перечень товаров, облагаемых пониженным НДС. Изготовители детской мебели, велосипедов, автокресел для детей, товаров для малышей и другой продукции вместо 20% налога будут платить 10%. Норма вступает в силу с нового года. Это позволит предприятиям организовать более маржинальное производство, а также стабилизировать цены, считает бизнес-сообщество.

Участники АИДТ и представители рынка уверены, что эту меру государственной поддержки нужно распространить и на другие категории детских товаров. Межфракционная группа депутатов сейчас работает над дальнейшим расширением перечня, документ будет внесен на рассмотрение в Госдуму в 2024 году.

Как в октябре отмечал Минпромторг, в списке товаров, для которых уже снизили НДС в два раза, есть направления, где доля российской продукции превышает 50%: это стулья и стульчики для кормления, манежи, подгузники и пеленки.

Власти и далее предлагают рассматривать такой избирательный подход к назначению преференций для бизнеса. Так, расширение льготного НДС нужно делать в первую очередь в тех сегментах, где доля отечественной продукции превышает 50%. В противном случае пониженный налог помогает в большей степени иностранным производителям детской продукции, ранее пояснили представители Минпромторга.

Например, в 2021 году наибольшую долю расходов федерального бюджета составили выпадающие доходы, связанные с пониженной ставкой НДС при ввозе товаров

для детей. За этот период суммарный объем выпадающего дохода составил 32,6 млрд рублей, и лишь 17% приходится на отечественного производителя, остальное — на ввозимую продукцию.

Важные шаги

Льготный НДС получили социально значимые товары, то есть те, которые семьи покупают своим детям в первую очередь, подчеркнула президент АИДТ **Антонина Цицулина**. Она добавила, что такая преференция сделает производство этих групп товаров более выгодным для изготовителей — компании смогут снизить затраты, в первую очередь на закупку сырья, и, как следствие, нарастить долю на рынке.

Более низкая ставка НДС также повлияет на общую стоимость товара, отмечает заместитель генерального директора завода «Луч» (производитель товаров для творчества) **Максим Комин**. Ее снижение позволит производителям вкладывать деньги в более качественное сырье, сохраняя привлекательную для потребителей цену, считает он.

Однако в ассоциации уверены: работу с расширением льготного НДС следует продолжать. Сейчас налог



Сессия XIII Конгресса ИДТ «Налоговые льготы для детских товаров – за, против, воздержался» на площадке Госдумы


в 10% распространяется на часть товаров для новорожденных, а также на одежду для ясельной, дошкольной и младшей школьной возрастных групп. При этом, например, одежда для детей с 14 до 18 лет в перечень не включена. Получается, что родители покупают подросткам одежду, которая стоит столько же, сколько и взрослая.

По оценкам АИДТ, около трети затрат семьи уходит на детскую одежду, но это не значит, что рынок отечественных производителей готов и может обеспечить родителей такими вещами. Крупнейшие изготовители одежды не занимаются това-

рами для подростков, то есть детей 14+, хотя на них приходится около 10 млн человек. Для компаний невыгодно выпускать вещи на такую возрастную группу. Тогда как налоговые преференции могут подхлестнуть производство.

Это подтверждает и опыт, который уже есть в России: налоговые льготы оборачиваются ростом доходов не только предприятий, но и бюджета в целом. Так, преференции увеличивают поступления от налога на прибыль, НДФЛ, а также от единого социального налога плюс от страховых взносов. Более того, становятся больше поступления от сбора на имущество: чтобы произвести продукцию, компании модернизируют предприятия, запуская новые цеха и фабрики. А значит, растет количество рабочих мест, появляются инвестиционные проекты и многое другое.

Депутаты согласны с бизнесом: следует и дальше расширять список товаров с льготным НДС. Хотя этого недостаточно, уже отмечал глава Комитета Госдумы по защите конкуренции **Валерий Гартунг**:

 *«Надо думать и о других мерах поддержки производителей детских товаров. К сожалению, сегодня российские производители часто не выдерживают соперничества с импортными товарами. А значит, нужно ввести антидемпинговые пошлины, — подчеркнул он. — Мы понимаем, что только в конкурентной среде можно создать производства, которые обеспечат наших потребителей продукцией нужного качества и по доступным ценам. Но для того, чтобы появилась конкуренция, нужно поддержать ее ростки: сформировать комфортные условия*








Директор по развитию компании «Бытпласт»
Ольга Муравьева

для развития отечественного производства детских товаров».

Для этих целей можно использовать средства Фонда развития промышленности, уверена директор по развитию компании «Бытпласт» **Ольга Муравьева**. Так, например, предприятие изготавливает взрослую и детскую продукцию. Когда компания принимает решение, куда вложить деньги, она должна понимать, какой есть дополнительный стимул вложить их в производство именно детской продукции: купить пресс-формы, сделать упаковку, разработать бренд и так далее. Одного льготного НДС недостаточно, нужен комплекс мер поддержки, уверена эксперт.

В АИДТ добавили, что господдержка также необходима для продвижения российской продукции на рынке. Товары могут быть качественными и не уступать зарубежным по этому критерию, но родители их не выбирают только потому, что плохо знакомы с ними. Дополнительные средства на продвижение наших брендов и маркетинг смогут изменить ситуацию, сказали в АИДТ.

В расширенный перечень вошли:

-  детская мебель (перечень дополнен стульями, стульчиками для кормления, манежами);
-  велосипеды;
-  автокресла для детей (и другие удерживающие устройства в механическом транспорте);
-  изделия для ухода за детьми: бутылочки, соски, горшки, ванночки, горки для купания;
-  пеленки



КОНКУРС ПЕРСПЕКТИВНЫХ БРЕНДОВ: НОВОМУ ВРЕМЕНИ – СИЛЬНЫЕ ИДЕИ

В 2023 году Агентство стратегических инициатив (АСИ) и Фонд Росконгресс впервые провели конкурс отечественных брендов, который теперь станет ежегодным.

После того как на заседании наблюдательного совета АСИ в феврале 2023 года президент России Владимир Путин призвал разработать систему продвижения перспективных отечественных брендов, пункт о проведении ежегодного конкурса для лучших торговых марок появился и в перечне поручений главы государства. Ожидается, что мера поможет российским компаниям увеличить объемы производства и выйти с продажами на федеральный уровень.

Конкурс перспективных брендов проводится в рамках форума «Сильные идеи для нового времени». Всего в этом году поступило около 5 тысяч заявок от соискателей из всех регионов. Победителями стали более 30 российских компаний, финалистами – 1,2 тысячи предприятий, поддержку которым оказывают партнеры конкурса. К примеру, лучшим брендам предоставлена возможность продвигать свои товары в торговых сетях и на ТВ.

Директор АСИ Светлана Чупшева:
«Благодаря конкурсу брендов мы показали огромное разнообразие российских компаний, которые сегодня представлены во всех сферах жизни. Наша задача – продолжать поддерживать российских предпринимателей, вместе с регионами и федеральными властями создавать механизмы по формированию спроса и продвижению новых товарных знаков. Все это приведет к увеличению сбыта и росту отечественных брендов на внутреннем рынке».



Фото пресс-службы президента

Лучшие идеи от производителей ИДТ

В 2023 году заявки на Конкурс перспективных брендов подали 15 производителей детских товаров, 10 из них – участники АИДТ. В финал вышли все участники ассоциации, двое из которых – компания NexTouch и «Мякиши» – стали победителями:

«Развивающие игры Воскобовича», Санкт-Петербург – бренд авторских развивающих игр и пособий. Производимые компанией игры и пособия объединены авторской системой методической поддержки педагогов и родителей.

«Росигрушка», Смоленская область – бренд развивающих игрушек, игровых и дидактических материалов, мебели для детей младшего

возраста и детских дошкольных организаций.

Храпуновский инструментальный завод, Московская область – компания-разработчик первого в России модульного пластикового 3D-конструктора «Фанкластик», созданного по оригинальной технологии пространственной сборки элементов.

«ЮНЛАНДИЯ», Воронежская область – бренд товаров для учебы, творчества и детского развития. Особенность бренда – наличие на упаковке товаров познавательной или развлекательной информации, творческих мастер-классов.

Фабрика игрушек «Весна», Кировская область – бренд детских кукол. В ассортименте компании свыше 1200 товаров. Все игрушки передают национальный колорит, а также сочетают традиции и современные технологии.

«Шупет» (Choupette), Москва – бренд детской одежды от 0 до 12 лет. Компания выпускает более 600 моделей в сезон.

«Малыш и листик», Архангельская область – бренд одежды для недоношенных и маловесных детей. Из-за нарушенной терморегуляции таким детям необходима особенная одежда не только по размеру, но и по крою. Компания разрабатывает лекала с учетом мнения врачей.

«Мякиши», победитель в номинации «Потребительские товары», Новгородская область – бренд развивающих детских игрушек. За основу берутся современные разработки психологов для развития детей и качественные отечественные материалы.

Компания «Некс-Т», бренд NexTouch, крупнейший производитель интерактивного оборудования в России.

В 2023 ГОДУ ЗАЯВКИ НА КОНКУРС ПЕРСПЕКТИВНЫХ БРЕНДОВ ПОДАЛИ 15 ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ, 10 ИЗ НИХ – УЧАСТНИКИ АИДТ. В ФИНАЛ КОНКУРСА ВЫШЛИ ВСЕ УЧАСТНИКИ АССОЦИАЦИИ, ДВОЕ ИЗ КОТОРЫХ – КОМПАНИЯ NEXTOUCH И «МЯКИШИ» – СТАЛИ ПОБЕДИТЕЛЯМИ





Бренды-победители могут продвигать свои товары на маркетплейсах и в торговых сетях, на телевидении и в новых медиа, а также пройти бесплатное обучение по специальным бизнес-программам.

АСИ и АИДТ: перспективные проекты для будущего

АСИ всегда поддерживает значимые мероприятия ассоциации. Так, в августе на первом Национальном съезде производителей учебного оборудования «Учпром» агентство представило итоги исследования в важнейшем на сегодня сегменте АИДТ – учебной инфраструктуры. В документе представлены меры по улучшению среды в сфере образования. В свою очередь, участники ассоциации – производители учебного оборудования Храпуновский инструментальный завод, «Развивающие игры Воскобовича» – стали финалистами Конкурса перспективных брендов, одним из победителей был признан крупнейший



Татьяна Мастерова, АСИ

производитель интерактивного оборудования в России, участник АИДТ, компания «Некс-Т», бренд NexTouch.



Президент АИДТ
Антонина Цицулина:

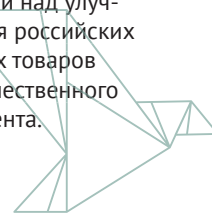
«Агентство стратегических инициатив со дня своего основания последовательно поддержива-

ло наши инициативы по становлению индустрии товаров, услуг и сервисов для детей и семей с детьми, – отмечает **Антонина Цицулина.** – На площадке АСИ мы стартовали с форсайтом индустрии, экспертными группами собирали нашу стратегию развития, запускали системный проект “Национальная технологическая платформа “Инфраструктура детства”, сформировали ведение своего будущего на основе кластерного развития».

В сентябре 2023 года директор Центра развития креативной экономики АСИ **Екатерина Черкес-заде** сообщила о планах по совместной работе двух организаций над улучшением взаимодействия российских производителей детских товаров с производителями отечественного аудиовизуального контента.



Фото пресс-службы президента



КАК ЭТО РАБОТАЕТ: ПРЕДПРИЯТИЯ ИДТ УЧАСТВУЮТ В НАЦПРОЕКТЕ «ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА»

Можно ли поднять выручку компании, не увеличивая штат сотрудников и не привлекая дополнительные ресурсы? Миссия выполнима! Именно с такой целью четыре года назад Минэкономразвития России запустило национальный проект «Производительность труда». Он призван обеспечить ежегодный пятипроцентный рост одноименного показателя и поднять эффективность отечественных предприятий.

Участие производителей в нацпроекте позволяет им оптимизировать и сохранить ресурсы, главный из которых — время. Программа поддержки разделена на две части:

Первая — системные меры. Сюда входят льготное финансирование, налоговые преференции, повышение квалификации сотрудников, помощь с выходом на экспорт.

Вторая — адресная поддержка. Она возможна благодаря работе экспертов федерального и региональных центров компетенций (ФЦК и РЦК) на производственных площадках. Специалисты помогают оптимизировать рабочий процесс, внедрить инструменты бережливого производства и сократить потери на предприятии. Они посещают компании или приглашают руководящий персонал на обучение, рассказывают,

как обнаружить и устранить потери на производстве, дают рекомендации по самому широкому кругу вопросов: от организации рабочих мест и маршрутов между цехами до снижения трудоемкости отдельных видов работ.

В масштабах страны вклад нацпроекта в ВВП страны оценивается в 136 млрд рублей, а затраты государства на него окупались дважды.



Производство компании «Десятое королевство»

Изначально планировалось завершить «Производительность труда» в конце 2024 года, однако в прошлом году премьер-министр РФ Михаил Мишустин одобрил продление сроков его реализации.

Подводные камни проекта: о чем стоит помнить производителям

Многие предприниматели отмечают, что участие в нацпроекте стало проверкой на прочность — как для коллектива, так и для руководства. Особенно это касается опытных сотрудников, имеющих большой стаж работы. Они опасаются сокращений, снижения заработной платы и перемен в целом, однако без их поддержки нововведения вряд ли можно реализовать.

Производители рассказывают, что решить эту проблему помогает ряд мер, в первую очередь инфор-

мирование. В процесс улучшений нужно «затягивать» не силой и с наскока, а постепенно вовлекать подразделение за подразделением. Участники нацпроекта советуют как можно подробнее рассказывать персоналу о предстоящих переменных. Важно, чтобы каждый сотрудник

понимал цели реорганизации и свой функционал.

Материальное и нематериальное поощрение — безусловно, сильные стимулы. Появление дополнительной прибыли — равно прибавка к зарплате. Когда люди понимают,

ПРОИЗВОДИТЕЛИ РАССКАЗЫВАЮТ, ЧТО РЕШИТЬ ЭТУ ПРОБЛЕМУ ПОМОГАЕТ РЯД МЕР, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ИНФОРМИРОВАНИЕ. В ПРОЦЕСС УЛУЧШЕНИЙ НУЖНО «ЗАТЯГИВАТЬ» НЕ СИЛОЙ И С НАСКОКА, А ПОСТЕПЕННО ВОВЛЕКАТЬ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ ЗА ПОДРАЗДЕЛЕНИЕМ. УЧАСТНИКИ НАЦПРОЕКТА СОВЕДУЮТ КАК МОЖНО ПОДРОБНЕЕ РАССКАЗЫВАТЬ ПЕРСОНАЛУ О ПРЕДСТОЯЩИХ ПЕРЕМЕНАХ



Глава «Десятого королевства» Маргарита Мусатова показывает производство зампреду Правительства Московской области Екатерине Зиновьевой

что у них есть возможность получить премию за участие в проекте, они не противятся новому. Нематериальные бонусы тоже важны: даже противники перемен переходят на «светлую сторону», когда видят достижения на предприятии и осознают, что приняли в них непосредственное участие.

Еще одно ноу-хау: при наборе новых сотрудников можно использовать «мотивационный паззл» — небольшой опросник, который позволяет выявить мотивацию сотрудника. Если у руководителя возникает вопрос, как привлечь работника к внедрению улучшений, ему стоит проанализировать эту анкету.



Компания «Бытпласт»

Экономия – но не на качестве

К национальному проекту присоединились несколько предприятий – участников АИДТ. Все они сходятся во мнении о том, что бонусы, которые дает «Производительность труда», значительно преобладают над рисками.

Бережливое производство и lean-технологии – философия в менеджменте, которая ориентирована на снижение потерь с одновременным повышением качества продукции. **Ольга Муравьева**, директор по развитию компании «Бытпласт», отмечает, что применение этих принципов было вызвано поиском новых подходов к производству: «С целью сокращения потерь все процессы в компании необходимо постоянно подвергать критике и просматри-

КАК СТАТЬ УЧАСТНИКОМ ПРОЕКТА

Поучаствовать в нацпроекте могут любые предприятия среднего и крупного бизнеса, относящиеся к несырьевым отраслям, в том числе производители детских товаров. Для участников установлены ограничения по выручке (прибыль выше 400 млн в год) и по участию иностранного капитала – доля резидентов иностранных государств в составе учредителей не должна превышать 50%.

Чтобы подать заявку, нужно:

1. Пройти регистрацию в личном кабинете ИТ-платформы «Производительность.рф» и указать контакты заявителя.
2. Предоставить общую информацию о предприятии и заполнить страницу с финансовой информацией.
3. Заполненную страницу (заявку) скачать и подписать у уполномоченного представителя компании, затем прикрепить ее скан вместе со сканом подтверждающего документа по выручке в разделе «Заявки на участие в проекте» в личном кабинете ИТ-платформы «Производительность.рф».

вать через призму современных решений. Одним из таких решений стало внедрение бережливого производства».

Рационализировать бизнес-процессы сотрудникам «Бытпласта» помогло взаимодействие с центрами компетенций.



Компания «Весна»



«На сегодняшний день специалисты ФЦК и РЦК – признанные лидеры в данной области, а сам проект стал всероссийской библиотекой знаний по внедрению технологий бережливого производства на российских предприятиях, – говорит Муравьева. – Проект адаптировал для России лучшие lean-технологии. Участие нашей компании в нем позволило получить доступ к знаниям ФЦК и РЦК и начать их внедрять в производственную систему».

Ряд сотрудников «Бытпласта» проходит обучение в рамках программы «Лидеры производительности», где получает навыки управления, необходимые для внедрения lean-технологий. Руководство компании считает, что они столь же важны для роста конкурентности российских производителей на мировом рынке, как увеличение клиентской базы и инвестирование в маркетинг.

Компания «Десятое королевство» участвует в нацпроекте два года подряд. Один из бонусов, которые получило предприятие, – возможность сократить время рутинных операций.

«На складе продукцию расположили по принципу – от самого тяжелого – к легкому, в первом проходе разместили самый ликвидный товар. Маршрут от склада до цеха сборки выверен по секундам, чтобы сократить сборщику затраты времени», – комментирует генеральный директор компании **Маргарита Мусатова**.

Но главное – внедрение принципов бережливого производства позволило создать на предприятии условия,



Производство «Десятое королевство»

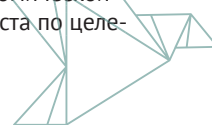
в которых управленческие, логистические и сбытовые процессы совершенствуются непрерывно.

«Этот опыт оказался для нас очень полезен. Он позволил оптимизировать ряд процессов и повысить объемы выпускаемой продукции, – отмечает Мусатова. – Мы до сих пор повышаем производительность труда. Смотрим, где и почему человеку работать неудобно. Меняются обстоятельства, мы подстраиваемся. Оборачиваемость товара идет очень быстро».

Директор по производству фабрики кукол «Весна» **Наталья Бузуева** считает ценным тот факт, что участие в нацпроекте помогает ее предприятию повышать компетенции сотрудников. Так, работники компании научились сами выявлять слабые места на производстве и устранять ошибки.

«Наша команда посетила «Фабрику процессов», где нас научили применять инструменты бережливого производства в реальных производственных процессах, – рассказала предприниматель. – Мы провели самодиагностику состояния производства и построили текущую карту по устранению недостатков. Судя по промежуточным параметрам, мы идем правильным путем. Впереди предстоит нелегкая работа, но результат того стоит! Уверена, что вместе, максимально вовлекаясь в процесс, мы достигнем поставленных показателей производительности труда».

Как мы видим, меры нацпроекта показывают высокую эффективность и позволяют российским предприятиям в непростой экономической обстановке добиться роста по целевым показателям.



ДЕНИС ЛАБУЗА: СОВРЕМЕННАЯ УПАКОВКА СТАНОВИТСЯ ЧАСТЬЮ ИГРУШКИ

Любой товар начинается с упаковки. Именно она привлекает внимание потребителя и побуждает совершить покупку. О том, как сделать упаковку, к которой потянутся руки покупателей, а также о развитии бренда в условиях санкций, мы поговорили с руководителем Нижегородского гофрокартонного завода (НГЗ) Денисом Лабузой.



ВИДТ: Денис Иванович, почти два года действуют западные санкции в отношении российских предприятий. Расскажите, с какими трудностями столкнулось Ваше предприятие из-за сложившейся экономической ситуации?

— С 2022 года мы ведем работу по замене импортных комплектующих производства на отечественные и по закупке российского оборудования и очень благодарны за поддержку в этом вопросе Правительству Нижегородской области. Сейчас мы используем только российское сырье: переходя на отечественные аналоги, мы не теряем в качестве, а в цене даже выигрываем.

Если говорить о проблемах, не связанных с санкциями, то основная трудность, с которой сегодня сталкиваются многие работодатели, в том числе и наш завод, — дефицит квалифицированных рабочих кадров. К сожалению, быстро выстроить единую систему профтехобразования, готовящую нужные кадры, не удастся. Работодатели пытаются удерживать квалифицированных сотрудников заработной платой (она уже на грани себестоимости), переманивают друг у друга грамотных специалистов бонусами и соцпакетами. Все эти меры не совсем правильные, поэтому основной потенциал — это повышение

производительности труда, развитие высокотехнологичного производства и внедрение новых систем управления.

ВИДТ: Каким, на Ваш взгляд, будет ключевой тренд для производителей в 2024 году?

— В первую очередь, однозначно, это импортозамещение. Бизнес претерпевает кардинальную перестройку: идет бурное обновление производственного сектора экономики, выпускается новая продукция, которая нуждается в качественной упаковке. С гордостью скажу, что по итогам первого полугодия 2023 года по индексу промышленного производства Нижегородская область — лидер в России.

Еще один тренд — стремительные и масштабные изменения, привнесенные в бизнес-среду распространением электронной торговли. К слову, для продаж на маркетплейсах также требуется качественная упаковка, это тоже интересное направление.

ВИДТ: В 2023 году Ваша компания приняла участие в организации Национальной отраслевой премии в сфере товаров и услуг для детей «Золотой медвежонок», изготовив презентационную упаковку для наградной продукции. Каким Вы видите взаимодействие с производителями детской продукции?

— Рынок детских товаров разнообразен, и запросы на упаковку всегда индивидуальны. Однозначно, что коробка должна вызывать интерес потребителя и надежно защищать продукцию при транспортировке. Как правило, мы рекомендуем микрогофрокартон повышен-

**С ГОРДОСТЬЮ СКАЖУ,
ЧТО ПО ИТОГАМ
ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ
2023 ГОДА
ПО ИНДЕКСУ
ПРОМЫШЛЕННОГО
ПРОИЗВОДСТВА
НИЖЕГОРОДСКАЯ
ОБЛАСТЬ — ЛИДЕР
В РОССИИ**

ной прочности и всегда тщательно подходим к разработке конструкции и дизайн-макета. Так, сегодня у нас есть очень интересные коробки-трансформеры, например, в виде машинки, которые могут «превращаться» в гараж, а коробка для куклы — в ее домик. Сегодня упаковка становится частью игрушки, выполняя не только развлекательную, но также воспитательную и образовательную функции. Поэтому изготовителям товаров для детей лучше заказывать упаковку у профессионалов, разрабатывающих продукты любой сложности и под любые требования.

ВИДТ: Какой совет Вы можете дать участникам индустрии детских товаров?

— В индустрии детских товаров счастливые дети и родители — главный показатель успеха.

Сейчас немного производителей, кто постоянно заказывает большие тиражи упаковки и при этом долго не меняет ее конструктив, дизайн, содержательное наполнение. Индивидуальная, информационная и эстетически красивая упаковка однозначно помогает производителям детской продукции найти больше клиентов, поэтому не стоит пренебрегать этим аспектом.

ВИДТ: Нижегородский гофрокартонный завод производит упаковку более 20 лет. Какие ценности и принципы важны для Вашей компании?

— Первоначальная наша цель была создать максимально удобную упаковку для производителей товаров, эстетически красивую, информационно полезную для покупателей. Почти 20 лет мы специализировались на производстве полноцветной упаковки из кашированного микрогофрокартона. В этом году, запустив новую гофролинию, вышли в сегмент трехслойного гофрокартона профиля В и Е, расширив тем самым предложения по нестандартной гофротаре. Это серьезное достижение для нашей компании, которая сильна именно в долгосрочном развитии выпускаемого продукта.

Что касается ценностей, то это качество, прочность, информативность, улучшение продаж благодаря красочной и индивидуальной упаковке, многофункциональность и, безусловно, экологичность продукции. С уверенностью говорю, что мы сможем оправдать по всем этим параметрам ожидания клиента. Сегодня конкурентное преимущество напрямую зависит от возможности производителя гибко и оперативно переходить на требования заказчика, и наш завод это умеет.

ОБЪЕДИНЯЕМ УСИЛИЯ. КАКИЕ КЛАСТЕРЫ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ ЕСТЬ В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ

В последнее время кластерный подход становится одним из главных направлений экономической политики российских регионов. На федеральном уровне тоже уделяется особое внимание развитию и поддержке кластеров. Для этого есть несколько причин.

Поддержка российских кластеров производителей детских товаров и услуг помогает создать условия для эффективного развития индустрии, внести вклад в обеспечение технологического суверенитета, повысить конкурентоспособность, простимулировать потребительский спрос и узнаваемость региональных брендов.

КЛАСТЕРЫ — это предприятия, которые находятся на одной территории, сотрудничают друг с другом и получают ресурсы для развития. Все компании в таком объединении остаются юридически самостоятельными — в отличие от холдингов. Таким образом, оставаясь независимыми, компании становятся экономически сильнее.

Плюсы кластерного подхода:

- создание условий для увеличения доли товаров для детей, которые производят местные предприятия;
- развитие инновационного и экспортного потенциала региональных предприятий;
- повышение доступности, безопасности и качества товаров для детей.

Специализированные кластеры и промышленные парки в ИДТ



Нижегородский кластер индустрии детских товаров «Территория детства»

ствами области анализирует, какую продукцию выпускает региональная промышленность, какая из этой продукции может быть использована в интересах образования, медицины и спорта, культуры и туризма, а также социальной сферы.

Эти дискуссии в 2024 году переводятся в очень конкретные показатели. Выбраны школы-новостройки, которые необходимо оснастить, детские лагеря и санаторно-курортные учреждения. Пилотный проект позволит включиться в него нижегородским производителям и коллегам из пилотных регионов. В течение года оснащение выбранных объектов будет происходить с участием механизма приоритетного государственного заказа российских производителей».

В его состав входят как малые и средние, так и крупные предприятия, имеющие экспортный потенциал на мировом рынке. Предприятия кластера планируют активно взаимодействовать с научными институтами и образовательными организациями, организовывать совместные проекты.

Президент АИДТ Антонина Цицулина:
«Нижегородская область выбрала для себя приоритетом развитие сектора экономики с использованием кластерного механизма. В рамках реализации развития кластера индустрии детских товаров АИДТ с министерствами и ведом-



Цель создания кластера – устойчивое развитие индустрии непродовольственных товаров в Рязанской области за счет освоения производства востребованных на мировом рынке видов промышленной продукции и повышения конкурентоспособности предприятий.

Основные задачи:

- Выпуск новых позиций продукции и расширение ассортимента доступных и качественных товаров для детей.
- Выход на новые товарные рынки – расширение номенклатуры выпускаемых товаров.
- Освоение новых географических рынков и развитие экспортного потенциала.

Специализированная организация кластера – Ассоциация производителей детских автокресел и колясок «Приоритет», которая подтвердила в Минпромторге России свое соответствие всем необходимым требованиям.

Рязанский инженерно-производственный кластер «Детские и потребительские товары»

Полученный статус позволяет предприятиям – участникам кластера претендовать на получение государственной поддержки в виде субсидий из федерального бюджета при реализации инвестиционных проектов.

Рязанский частный промышленный парк «Карандаш» ориентирован на резидентов рынка товаров для школы и офиса в Рязанской области. Промышленный парк создается в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» при активной поддержке Минэкономразвития России и Правительства Рязанской области.

Услуги для резидентов парка – сдача в аренду земельных участков, складских и производственных помещений, офисов, услуги связи, транспортно-логистические услуги. Согласно проекту, резидентам будет предоставлена вся необходимая инфраструктура для ведения бизнеса. Парк расположен на территории особого социально-экономического развития «Лесной» (Шиловский район Рязанской области). Новые инфраструктурные объекты планируется разместить на базе предприятий группы компаний «Рельеф Центр». Сама компания – крупный инвестор

области и лидер российского рынка оптовой дистрибуции товаров для офиса, учебы и творчества.

При строительстве инфраструктуры парка из бюджета привлечено 500 млн рублей федеральных субсидий.

В дальнейших планах компании – формирование промышленного кластера по производству товаров для школы и офиса с привлечением резидентов промышленного парка «Карандаш». Соответствующее соглашение о сотрудничестве подписано в рамках XXIV Петербургского международного экономического форума. Оно предусматривает реализацию инвестиционных проектов с ориентировочным объемом инвестиций 4 млрд рублей, созданием около 660 рабочих мест и планируемыми объемами выпуска готовой продукции 10 млрд рублей в год.

Создание промышленного кластера и включение его в реестр промышленных кластеров Минпромторга России позволит предприятиям получать федеральную поддержку на реализацию совместных инвестиционных проектов.

В настоящее время ведется работа над формированием кластера в Республике Башкортостан.



НОВИНКИ НА РЫНКЕ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

Лео

ЛЕО – ЭТО ТВОРЧЕСТВО!



Реклама

НОВАЯ ЯРКАЯ СЕРИЯ

КОНКУРС ОТ «ЛЕО» ДЛЯ ДЕТСКИХ САДОВ И ШКОЛ



**С ВАС КОНКУРС,
С НАС ПОДАРКИ!**

LEO-SHKOLASAD.RU

www.firma-gamma.ru

Фирма «ГАММА» г. Москва, 111024,
5-я Кабельная ул., д. 3
e-mail: opt-kanz@firma-gamma.ru
тел: +7 (495) 784-7788

АО «Гамма ТД», 111024, г. Москва, ул. 5-я Кабельная, д. 3, кор. 1, ОГРН 1127747085212

ДЕТЯМ ОТ «ЛЕО»: КАРАНДАШИ ИЗ РУССКОЙ ЛИПЫ

Рисование – любимое детское хобби. Недостаточно купить ребенку любой набор – выбор должен основываться на показателях качества и удобстве применения.



Форма корпуса

Воскресенская карандашная фабрика выпускает карандаши под брендом «Лео» с корпусом из русской мелколистной липы. Качественный материал позволяет легко точить такие карандаши.

Мягкость грифеля

У карандашей «Лео» – высококачественные хорошо пигментированные мягкие стержни. Они не крошатся, не царапают бумагу, рисуют ярко и насыщенно.

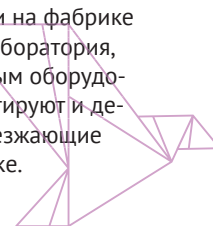
Количество цветов в наборе

Палитра в наборах «Лео» – до 36 цветов, под этим брендом выпускаются карандаши акварельные, неоновые и металлик.

При выпуске карандашей «Лео» учитываются разные потребности и возрастные особенности детей. Поэтому они разных форм: есть двусторонние, длинные и короткие, стандартной толщины и угольные «джамбо», шестигранные и трехгранные.

В 2023 году Воскресенская фабрика выпустила под брендом «Лео» серию «Ярко». На каждой коробке изображен представитель живой природы. Карандаши упакованы в выдвигающиеся пеналы, которые можно достать из коробки одним нажатием.

За качеством продукции на фабрике следят участки ОТК и лаборатория, оснащенная специальным оборудованием. Продукцию тестируют и делегации педагогов, приезжающие на экскурсию по фабрике.



По итогам 2021 года карандаши «Лео» серии «Играй» заняли первое место в номинации «Лучшая канцелярия хобби и творчество» в рамках премии «Золотой медвежонок – 2022»



«РАСТИПЛАСТ»®: Я ЛЕПЛЮ ИЗ ПЛАСТИЛИНА

Способ приготовления всех марок пластилина одинаков: в расплавленный воск добавляю тонко промолотую глину и цветовой пигмент и все тщательно перемешивают.

Однако производители активно меняют рецептуру пластилина, делая его более комфортным для лепки. Сегодня недостатка в этом товаре для творчества нет.

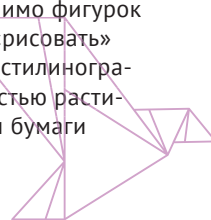
Пластилин классический, восковый, скульптурный, плавающий, шариковый – на полках магазинов можно подобрать товары для лепки на любой вкус.

Бренд «Лео», например, выпустил растительный пластилин «РАСТИпласт»®, изготовленный по уникальной рецептуре. В составе – крахмал и пчелиный воск, которые делают этот материал для лепки непривычно мягким, поэтому «РАСТИпласт»® рассчитан на детей любого возраста.

Кроме этого, цвета такого пластилина легко смешиваются – есть возможность создавать свои от-

тенки. Без труда удаляется с любой поверхности водой и не твердеет на воздухе.

Растительный пластилин «Лео» недавно появился еще и в нежных пастельных тонах. Помимо фигурок и поделок, им можно «рисовать» картины в технике пластилинографии: материал с легкостью растирается по поверхности бумаги или картона.





РАСТИПЛАСТ

НОВИНКА ОТ «ЛЕО»:
растительный пластилин нового поколения!



Реклама



НАТУРАЛЬНЫЙ
СОСТАВ



ЛЕГКО
РАЗМИНАЕТСЯ



РАЗВИВАЕТ МЕЛКУЮ
МОТОРИКУ



НЕ ОСТАВЛЯЕТ
СЛЕДОВ И ПЯТЕН



УНИКАЛЬНАЯ
ЗАПАТЕНТОВАННАЯ
ФОРМУЛА



РОССИЙСКОЕ
ПРОИЗВОДСТВО

Фирма «ГАММА» г. Москва,
111024, 5-я Кабельная ул., д. 3
e-mail: opt-kanz@firma-gamma.ru
тел: +7 (495) 784-7788

www.firma-gamma.ru



R.O.C.S.[®]

REMINERALIZING ORAL CARE SYSTEMS

SMART ORAL CARE*



Саша Плющенко
выбирает зубные
пасты и щетки
R.O.C.S.[®] JUNIOR*



Junior

ЗУБНЫЕ ПАСТЫ И ЩЕТКИ ДЛЯ ДЕТЕЙ 6-12 ЛЕТ

РАЗРАБОТАНЫ СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ДЕТЕЙ В ПЕРИОД
СМЕНЫ МОЛОЧНЫХ ЗУБОВ НА ПОСТОЯННЫЕ.
РАЗРАБОТАНЫ ПРИ УЧАСТИИ ДЕТСКИХ СТОМАТОЛОГОВ.

Двойной экстракт коры осины и ксилит в зубных пастах R.O.C.S.[®] Junior защищают зубы и десны от воспаления и болезнетворных бактерий. Минеральный комплекс (кальций, фосфор и магний) в сочетании с ксилитом эффективно защищает от кариеса**, укрепляет эмаль и усиливает блеск и белизну молодой эмали**.

Особая щетина зубных щеток R.O.C.S.[®] Junior не травмирует эмаль и десны.
Щетки изготовлены из безопасного пластика PET-G.

ЗАЩИТА ОТ КАРИЕСА И НЕЖНЫЙ УХОД · УКРЕПЛЕНИЕ ЭМАЛИ МОЛОЧНЫХ И ПЕРВЫХ ПОСТОЯННЫХ ЗУБОВ

СКИДКА 20% по промокоду ROCS***



*** Промокод распространяется
только на продукцию R.O.C.S.[®]
и действует до 31.08.2023



ООО «ДИАРСИ ЦЕНТР» ОГРН 1067746306495, ЮР. АДРЕС: 142800, РОССИЯ, МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г. СТУПИНО, СЕЛО СТАРАЯ СИТНЯ, КИЛОМЕТР 3-Й (АВТОДОРОГА СТУПИНО-МАЛИНО ТЕР), ВЛ. 1, СТР. 1. ТОВАР СЕРТИФИЦИРОВАН НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ * ДЛЯ ДЕТЕЙ * УМНАЯ ГИГИЕНА ПОЛОСТИ РТА. ** ПОДТВЕРЖДЕНО КЛИНИЧЕСКИМИ ИССЛЕДОВАНИЯМИ. * НОВИНКА.



WWW.ROCS.RU

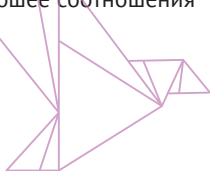
«Я – ХУДОЖНИК!»: НАСТОЯЩИЕ КРАСКИ ДЛЯ ТВОРЧЕСТВА

Производители предлагают сегодня любителям живописи много видов красок — акриловые, масляные, гуашь, жидкие, пастообразные или даже в виде спрея. Они состоят из разных компонентов, например, пигментов, придающие им цвет, и связующих веществ, которые делают краску липкой и позволяют ей хорошо держаться на поверхности.

Но только профессионал точно знает, что именно нужно художнику. Производственное предприятие «Невская палитра» выпускает краски и продукцию для художественного творчества более ста лет. Материалы «Невской палитры» использовались при реставрационных работах в Эрмитаже, Государственном Русском музее и Третьяковской галерее.

Линейка товаров для школьников «Я – Художник!» от «Невской палитры» создавалась в соавторстве с детьми и педагогами. Поэтому и продукция получилась с ярким дизайном, в удобной упаковке и с богатой палитрой цветов. При производстве красок используются только натуральные пигменты.

Бренд широко представлен в магазинах России и ближнего зарубежья, его отличает хорошее соотношение цены и качества.





УЧЕБНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

НПО «Унитех»



Отечественный разработчик и поставщик современного учебно-лабораторного оборудования. Более 20 лет помогает готовить инженеров, химиков и экологов. За это время зарекомендовали себя в качестве надежного и ответственного поставщика.

Цифровая лаборатория «Химия» (расширенная комплектация)



Для проведения лабораторных и практических работ в рамках углубленной программы изучения химии с 8 по 11 классы, организации элективных курсов, внеурочной, учебно-исследовательской и проектной работы по дисциплине химия.



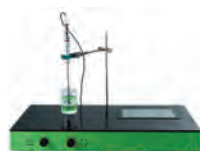
Учебно-лабораторный комплекс «Химия в школе»

Для проведения учебно-исследовательских и проектных работ, демонстрационных экспериментов, организации элективных курсов и внеурочной деятельности по различным разделам химии в образовательных учреждениях с углубленным изучением естественно-научных дисциплин.



Учебно-лабораторный комплекс «Физическая и коллоидная химия»

Для проведения лабораторных работ по различным разделам химии в вузах и специализированных средне-специальных учебных заведениях. В комплексе представлены следующие разделы химии: химическая термодинамика, фазовое равновесие, электрохимия, химическая кинетика, коллоидная химия.



Учебно-лабораторный комплекс «Экология»

Для комплексного изучения объектов окружающей среды: почвы, воды, воздуха, биологических объектов и пищевых продуктов. Комплекс может использоваться общеобразовательными учреждениями с углубленным изучением естественно-научных дисциплин, центрами дополнительного образования, средними специальными учебными заведениями и вузами.



Демонстрационный набор образцов химических элементов периодической таблицы Д. М. Менделеева

Для изучения химических элементов и их свойств в рамках дисциплин естественно-научного цикла. Представляет собой демонстрационное пособие включающие графическое изображение периодической таблицы Д.И. Менделеева с образцами оригинальных химических элементов, муляжей и катушки тесла. Образцы химических элементов герметично упакованы в прозрачные ампулы.

ТМ «Карпичики»



Уникальная новинка на российском рынке от ТМ «Карпичики» – экологичные наборы для творчества в виде конструктора из пищевого целлюлозного картона, на котором удобно рисовать. С помощью его деталей можно собирать огромные фигуры и даже построить дом в полный рост детей. Наборы сертифицированы и абсолютно безопасны для детей. Конструктор представлен пятью разными наборами с разным количеством деталей и выпускается в двух масштабах – большие и малые.

Карпичики.рф, karpichiki@ya.ru
+ 7989 573 84 10



ООО «Образование будущего»



Лаборатория «Интросат». Стандартная комплектация

В стандартную лабораторию общей комплектации входят наборы «Спутникостроение», «Механические конструкции космических аппаратов», «Космическая оптика», «Магнетизм» «Электропитание космических аппаратов», «Радиосвязь космических аппаратов», «Терморегулирование космических аппаратов».

Полная лаборатория позволяет заниматься основами спутникостроения и изучением бортовых систем космических аппаратов в течение 2 лет в кружках, космических классах, технопарках и на уроках технологий.



ОДЕЖДА И ОБУВЬ

ООО «Скай Лэйк»



Красивая, удобная и комфортная – это все про школьную форму от бренда Sky Lake!

У нас самый большой ассортимент одежды для школы 1 по 11 класс, множество коллекций в различных цветовых решениях. Все коллекции дополнены аксессуарами, что позволяет создавать уникальный стиль каждой школы. Они разработаны так, что все вещи сочетаются между собой, с нашей формой можно создавать множество образов – как нарядных, так и повседневных. В каждом размере отшивается несколько ростов, что дает возможность подобрать форму для каждого школьника. Также мы производим модели для детей с нестандартными размерами. Мы предлагаем коллекции в различных ценовых категориях.

ТМ «Шупет»



«Шупет» – российский бренд модной детской одежды от 0 до 12 лет

Марка не только следует актуальным тенденциям, но и выступает в роли трендсеттера в сфере детской моды. Производство марки полностью расположено в России и выпускает более 600 моделей в сезон. Широкая география сети, более 100 магазинов Choupette – от Москвы до Дубая – позволяет уже более 15 лет одевать детей по всему миру красиво! В 2020 году бренд Choupette представлял Россию на крупнейшей международной выставке Pitti Vimbo в Италии. Торговая марка стала победителем в номинации «Бренд года» десятой юбилейной премии в сфере товаров, услуг и сервисов для детей «Золотой медвежонок – 2019». В 2020 году российский бренд стал победителем в номинации «Лучшая школьная форма» и вошел в тройку лидеров номинации «Экспортер года» XI Национальной премии в сфере товаров и услуг для детей «Золотой медвежонок – 2020».

Товарный знак «МаксЮниор»



Деловая и повседневная одежда для детей и подростков: жакеты, жилеты, брюки, юбки, сарафаны, платье, блузки, водолазки. Ежегодно предприятие разрабатывает и выпускает более 50 моделей школьной и повседневной одежды для детей.

В производстве используются ткани из натуральных волокон – вискоза, хлопок, шерсть, а также смесовые ткани. Натуральные волокна делают изделия комфортными, а добавление полиэстера – практичными.

Введен обязательный регламент входного контроля: перед запуском в производство все материалы проходят лабораторные испытания на показатели в соответствии с требованиями ТРТС 007/2011.

КАНЦЕЛЯРИЯ

«КОМУС»



Пенал односекционный «Змей Горыныч» из коллекции «Три богатыря» от ТМ «Комус»

Вместительное отделение для канцелярских принадлежностей на молнии. Изготовлен из полиэстера. Без наполнения. Размер: 19×2,5×13 см.

Страна производитель: Россия.



Мешок для обуви «Змей Горыныч» из коллекции «Три богатыря» от ТМ «Комус»

Имеет одно отделение, карман и светоотражающие элементы. Материал — полиэстер. Размер: 360×470 мм.

Страна производитель: Россия.



Бейдж «Змей Горыныч» из коллекции «Три богатыря» от ТМ «Комус», вертикальный, изготовлен из экокожи

Подходит для ношения именных карточек и пропусков. Размер: 104×63 мм.

Размер вкладыша — 90×60 мм.

Страна производитель: Россия.



Фартук с нарукавниками «Любава» из коллекции «Три богатыря» от ТМ «Комус» для труда и занятий творчеством

Изготовлен из непромокаемой ткани — полиэстера. Размер: 535×445 мм.

Страна производитель: Россия.



Ранец для девочки «Любава» из коллекции «Три богатыря» от ТМ «Комус»

Имеет эргономичную обтекаемую форму, жесткий каркас и анатомическую спинку, два отделения на молнии. Ранец оснащен двумя ручками: одна для подвешивания на крючок парты, вторая — для ношения в руках. Удобные регулируемые по длине и высоте лямки из воздухообменного сетчатого материала позволяют добиться наиболее комфортного расположения ранца на спине. Материал — высокопрочный полиэстер.

Страна производитель: Россия.



Молодежный рюкзак «Три богатыря» от ТМ «Комус»

Практичный вместительный рюкзак с одним просторным отделением на двухсторонней молнии. Снаружи один объемный пришитый карман на молнии. Имеет ручку, регулируемые мягкие плечевые лямки для комфортной посадки. Предназначен для учащихся средних и старших классов, а также студентов. Размер изделия — 300×140×390 мм. Материал изделия — полиэстер. Дизайн: персонаж мультфильма «Три богатыря» — конь Юлий.

Страна производитель: Россия.



ПК «ЛУЧ»



Акварель «Классика», 12 цв., без кисти

Высококачественная краска для детского творчества, изготовленная по классической рецептуре с добавлением мёда. Состав акварели: вода питьевая, пигмент, декстрин, глицерин, мёд, патока, наполнители и консервант.

Удобный пластиковый пенал с прозрачной крышкой, крышка служит палитрой для смешивания красок. Кюветы с высокими бортиками и увеличенным расстоянием между кюветами. Форма кювет – прямоугольная со скругленными углами.

- ЯРКИЕ, ПРОЗРАЧНЫЕ, ЧИСТЫЕ ЦВЕТА • ПРЕКРАСНО РАЗНОСИТСЯ ПО ПОВЕРХНОСТИ БУМАГИ • ЛЕГКО СМЕШИВАЕТСЯ • БОЛЬШОЕ НАПОЛНЕНИЕ КЮВЕТ • СРОК ГОДНОСТИ НЕ ОГРАНИЧЕН • СТРАНА ПРОИЗВОДИТЕЛЬ: РОССИЯ



Акварель «Zoo» 24 цв. без кисти

Высококачественная краска для детского творчества, изготовленная по классической рецептуре с добавлением мёда. Состав акварели: вода питьевая, пигмент, декстрин, глицерин, мёд, патока, наполнители и консервант.

Удобный пластиковый пенал с прозрачной крышкой, крышка служит палитрой для смешивания красок. Кюветы классической круглой формы, минимально соприкасаются друг с другом, что предотвращает перетекание красок.

- ЯРКИЕ, ПРОЗРАЧНЫЕ, ЧИСТЫЕ ЦВЕТА • ПРЕКРАСНО РАЗНОСИТСЯ ПО ПОВЕРХНОСТИ БУМАГИ • ЛЕГКО СМЕШИВАЕТСЯ • БОЛЬШОЕ НАПОЛНЕНИЕ КЮВЕТ • СРОК ГОДНОСТИ НЕ ОГРАНИЧЕН • СТРАНА ПРОИЗВОДИТЕЛЬ: РОССИЯ



Краски пальчиковые «Кроха», 6 цв. (40 мл)

Краски в герметичных баночках емкостью 40 мл. Пальчиковые краски разработаны специально для маленьких детей, которым еще сложно рисовать кисточкой или карандашами. У красок особая консистенция, благодаря которой при рисовании они не капают и не разбрызгиваются. Ими можно рисовать на бумаге или картоне как пальчиками, так и при помощи губки или кисточки.

- ЯРКИЕ КЛАССИЧЕСКИЕ ЦВЕТА • ХОРОШО СМЕШИВАЮТСЯ МЕЖДУ СОБОЙ • ВОДОРАЗБАВЛЯЕМЫЕ • ЛЕГКО СМЫВАЮТСЯ ВОДОЙ • ГЕРМЕТИЧНЫЕ ВИНТОВЫЕ КРЫШКИ • СРОК ГОДНОСТИ НЕ ОГРАНИЧЕН • СТРАНА ПРОИЗВОДИТЕЛЬ: РОССИЯ



Мелки восковые на масляной основе «Классика», 12 цв.

Мелки изготавливаются на основе восков и высококачественных пигментов. Предназначены для рисования и письма по разным поверхностям: бумаге, картону, дереву, ткани, камню. Экономичные, штрихи свободно наносятся на поверхность. Прекрасно рисуют в различных техниках в сочетании с акварелью, гуашью и т.д.

- ЯРКИЕ НАСЫЩЕННЫЕ ЦВЕТА • ПРОЧНЫЕ • НЕ ТРЕБУЮТ ЗАТАЧИВАНИЯ, НО ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ТОЧИЛКУ • КРАСИВЫЕ • НЕ ПАЧКАЮТ РУК



Гуашь «Классика», 6 цв. / 12 цв.

Предназначена для детского творчества, для выполнения художественно-декоративных и оформительских работ. Краски изготовлены на основе натуральных компонентов и высококачественных пигментов.

- ЧИСТЫЕ ЦВЕТА • ЧИСТЫЕ ЦВЕТА И ОТТЕНКИ ПРИ СМЕШИВАНИИ • ОПТИМАЛЬНАЯ КОНСИСТЕНЦИЯ И ОДНОРОДНОСТЬ • ГЕРМЕТИЧНАЯ УПАКОВКА • ПРИ ВЫСЫХАНИИ НЕ ВЫЦВЕТАЕТ, ПРИОБРЕТАЕТ БАРХАТИСТУЮ ПОВЕРХНОСТЬ • ОТЛИЧНАЯ УКРЫВИСТОСТЬ • ЦВЕТНЫЕ НАКЛЕЙКИ С УКАЗАНИЕМ ЦВЕТОВ НА КРЫШКЕ • СРОК СЛУЖБЫ 5 ЛЕТ



Гуашь «Классика», 24 цв.

Предназначена для детского творчества, для выполнения художественно-декоративных и оформительских работ. Краски изготовлены на основе натуральных компонентов и высококачественных пигментов.

- ЧИСТЫЕ ЦВЕТА • ЧИСТЫЕ ЦВЕТА И ОТТЕНКИ ПРИ СМЕШИВАНИИ • ОПТИМАЛЬНАЯ КОНСИСТЕНЦИЯ И ОДНОРОДНОСТЬ • ПРИ ВЫСЫХАНИИ НЕ ВЫЦВЕТАЕТ, ПРИОБРЕТАЕТ БАРХАТИСТУЮ ПОВЕРХНОСТЬ
- ОТЛИЧНАЯ УКРЫВИСТОСТЬ • ЦВЕТНЫЕ НАКЛЕЙКИ С УКАЗАНИЕМ ЦВЕТОВ НА КРЫШКЕ • ГЕРМЕТИЧНЫЕ БАНОЧКИ • ПОВЫШЕННАЯ ПРОЧНОСТЬ УПАКОВКИ • СРОК СЛУЖБЫ 5 ЛЕТ



Краски акриловые художественные, 12 цв.

Акриловые краски предназначены для художественных, декоративных и дизайнерских работ. Красками можно работать практически на любой поверхности (бумага, картон, грунтованный холст, дерево, металл, кожа и других).

- ПРЕКРАСНО СМЕШИВАЮТСЯ МЕЖДУ СОБОЙ • РАВНОМЕРНО НАНОСЯТСЯ • ОБЛАДАЮТ ХОРОШЕЙ СВЕТОСТОЙКОСТЬЮ • БЫСТРО ВЫСЫХАЮТ • ОБЛАДАЮТ ОТЛИЧНОЙ АДГЕЗИЕЙ • РАЗБАВЛЯЮТСЯ ВОДОЙ В ЖИДКОМ ВИДЕ • ПОСЛЕ ВЫСЫХАНИЯ ОБРАЗУЮТ НЕСМЫВАЕМУЮ ПЛЕНКУ • КРАСОЧНЫЙ СЛОЙ ЭЛАСТИЧЕН, ПРОЧЕН И ДОЛГОВЕЧЕН



Пастель масляная трехгранная «Школа творчества», 18/24 цв.

Масляная пастель считается учебным материалом, поэтому идеально подходит для уроков рисования. При использовании дает глубокий насыщенный цвет и красивую фактуру. Масляная пастель подходит для использования на разных поверхностях: картон, бумага, холст.

- ЯРКИЕ, НАСЫЩЕННЫЕ ЦВЕТА • УДОБНАЯ ТРЕХГРАННАЯ ФОРМА • ИНДИВИДУАЛЬНАЯ БУМАЖНАЯ ОБЕРТКА



Пластилин скульптурный серого цвета



Скульптурный пластилин предназначен для любителей и профессионалов. Скульпторы используют его для выполнения эскизов своих работ, небольших скульптур, а аниматоры — для создания героев мультфильмов. Его часто используют студенты факультетов скульптуры или ученики художественных школ на учебных занятиях. Пластические свойства этого пластилина дают большие возможности для творчества, самовыражения.

- НЕЙТРАЛЬНЫЕ ЦВЕТА • ОЧЕНЬ ХОРОШО ДЕРЖИТ ФОРМУ • ПОДАТЛИВЫЙ И МЯГКИЙ ПОСЛЕ РАЗОГРЕВА, ЧТО ПОЗВОЛЯЕТ ПРОРАБАТЫВАТЬ САМЫЕ МЕЛКИЕ ДЕТАЛИ • ГОТОВАЯ ФОРМА НЕ ЗАСТЫВАЕТ, НЕ КРОШИТСЯ, НЕ ТЕРЯЕТ ЭЛАСТИЧНОСТЬ

Пластилин мягкий восковой «Кроха», 12 цв.



Пластилин создан в соответствии с предложениями и рекомендациями педагогов, работающих с детьми младшего дошкольного возраста. Пластилин настолько мягкий, что не требует предварительного разминания, поэтому в первую очередь это идеальный пластилин для малышей, которые только начинают лепить.

- ЯРКИЕ ЦВЕТА • НЕ ТРЕБУЕТ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОГО РАЗМИНАНИЯ • ИДЕАЛЬНО ДЕРЖИТ ФОРМУ • НЕ ЛИПНЕТ К РУКАМ И НЕ ПАЧКАЕТСЯ • ЛЕГКО СМЕШИВАЕТСЯ МЕЖДУ СОБОЙ • КОМБИНИРУЕТСЯ С КЛАССИЧЕСКИМ ПЛАСТИЛИНОМ

Пластилин «Классика», 10 цв.



Предназначен для лепки и моделирования в детском творчестве. Яркий и пластичный, изготовлен из высококачественных компонентов. Отличный материал для обучения лепке. Рекомендован профессиональными мультипликаторами.

- ЯРКИЕ ЦВЕТА • ОТЛИЧНО ДЕРЖИТ ФОРМУ, НЕ РВЕТСЯ И НЕ КРОШИТСЯ • ПРАКТИЧЕСКИ НЕ ИМЕЕТ ЗАПАХА • НЕ ЛИПНЕТ К РУКАМ



Пластилин «Классика», 12 цв.



Предназначен для лепки и моделирования в детском творчестве. Яркий и пластичный, изготовлен из высококачественных компонентов. Отличный материал для обучения лепке. Рекомендован профессиональными мультипликаторами.

- ЯРКИЕ ЦВЕТА • ОТЛИЧНО ДЕРЖИТ ФОРМУ, НЕ РВЕТСЯ И НЕ КРОШИТСЯ • ПРАКТИЧЕСКИ НЕ ИМЕЕТ ЗАПАХА • НЕ ЛИПНЕТ К РУКАМ





НАУКА+
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ



ОЛЬГА ВАСИЛЬЕВА: СЕГОДНЯ НУЖНА ЭКСПЕРТИЗА ВСЕГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ, С КОТОРЫМ ВЗАИМОДЕЙСТВУЮТ НАШИ ДЕТИ

Российская академия образования – главный центр планирования и проведения научных исследований в области образования в России. Многолетнее сотрудничество в интересах детства традиционно идет в условиях непрерывного диалога ученых с производителями. Научные центры Российской академии образования (РАО) оказывают помощь и поддержку в освоении нового подхода к развитию промышленного сектора, ориентированного на наукоемкую и высокотехнологичную продукцию.



Президент Российской академии образования, доктор исторических наук, профессор, академик **Ольга Васильева** в интервью «Вестнику ИДТ» рассказала о главных задачах и вызовах, стоящих перед педагогической наукой, о современной образовательной практике и диалоге с производителями детских товаров и учебного оборудования.

ВИДТ: Какие главные стратегические задачи видит РАО сегодня в контексте развития исследований субкультуры современного детства?

– Мы живем в условиях стремительно изменяющегося мира, цифровизации всех сфер нашей жизни. Анализируя через призму достижений современных наук об образовании теорию и практику разработки учебного оборудования, детских игрушек, развивающих программ – всего, с чем взаимодействует подрастающее поколение, – ученые Российской академии образования видят необходимость акцентировать внимание на ряде направлений.

Во-первых, это активный переход к работе с «цифрой», создание новых цифровых инструментов для ин-

терактивного обучения. И здесь важно помнить о том, что любое цифровое, и не только цифровое, новшество перед внедрением в практику должно пройти экспертизу — научно-педагогическую, медицинскую и ряд других. Также нельзя забывать о том, что требуют пристального внимания и исследования вопросы, связанные с влиянием новых технологий на подрастающее поколение — на его когнитивное, психологическое и физическое развитие. Все это находится в фокусе внимания академии.

Вместе с тем с развитием технологий возрастают возможности для индивидуализации образования. Школьники и студенты могут изучать материалы в собственном темпе, дополняя основную курс интересующими их темами, используя программы и оборудование, необходимое именно им. Вопросы грамотной организации этих процессов и методического обеспечения педагогов необходимым для этого инструментарием также входят в круг интересов научного сообщества.

Проще говоря, сегодня необходима экспертиза всего образовательного, развивающего, игрового и воспитательного контента и оборудования, предметов ежедневного использования, с которыми взаимодействуют наши дети. Нередко маркетологи и разработчики учебного оборудования пишут в инструкциях к собственным продуктам, что они якобы развивают: «мелкую и крупную моторику», «абстрактный интеллект», «критическое мышление», «эмоциональный интеллект», «учат детей сотрудничеству и сотворчеству»...

Возможно, что-то из этого — правда, но где результаты исследований, подтверждающие это? В настоящей науке принято доказывать любое

НАУЧНО-ПЕДАГОГИЧЕСКОМУ СООБЩЕСТВУ И ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ УЧЕБНОГО ОБОРУДОВАНИЯ ПРЕДСТОИТ ВМЕСТЕ НАХОДИТЬ НОВЫЕ РЕШЕНИЯ, СОЗДАВАЯ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, ОБЛАДАЮЩИЕ ЦЕЛОСТНОСТЬЮ И АВТОНОМНОСТЬЮ, СПОСОБНЫЕ СЛУЖИТЬ НАДЕЖНЫМ ИСТОЧНИКОМ ИНФОРМАЦИИ, ФОРМИРУЮЩИЕ У УЧАЩИХСЯ НАУЧНУЮ КАРТИНУ МИРА И МИРОВОЗЗРЕНИЕ НА ОСНОВЕ ТРАДИЦИОННЫХ ДУХОВНО-НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

свое утверждение. Если производитель учебного оборудования утверждает, что его продукт развивается то или иное качество личности, построен на передовых достижениях детской психологии, дидактики, или методики преподавания, он должен подтвердить это данными профессиональных психолого-педагогических исследований.

Это проблемное поле не только образования, но и здоровьесбережения подрастающего поколения. Поэтому многим из этих вопросов мы планируем уделить внимание в рамках работы координационного совета Российской академии наук и Российской академии образования «Здоровье и образование детей, подростков и молодежи».

ВИДТ: Какие новые задачи предстоит решить научно-педагогическому сообществу во взаимодействии с производителями учебного оборудования?

— Учитывая новые открытия в педагогике, детской психологии, дидактике, методиках преподавания и по-

стоянные изменения в практическом использовании новых технологий, сегодня мы должны не только оперативно отреагировать на вызовы нашего времени, но и попытаться увидеть средне- и долгосрочные перспективы системы материально-технического обеспечения нашего дошкольного, школьного и высшего образования.

От того, как мы обеспечим процесс обучения и воспитания подрастающего поколения, зависит будущее России. Производство учебного оборудования в нашей стране имеет долгую историю, богатые традиции и свои выдающиеся достижения. Главным центром планирования и проведения научных исследований в области образования всегда была и остается Российская академия образования. Вполне закономерно, что РАО проявляет интерес к перспективам развития производства учебного оборудования, развивающего свою продукцию на основе достижений наших научно-педагогических школ и передовой образовательной практики.



Происходящие в стране политические, социальные, экономические изменения касаются всех сфер нашей жизни и не только требуют качественного изменения подходов к материально-техническому обеспечению образовательного процесса, но и одновременно порождают множество вопросов о совершенствовании связи педагогической науки и производства, их соответствия вызовам времени и перспективам развития общества.

Стремительная эволюция информационного общества, внедрение в образовательный процесс широкого спектра технологий расширенной реальности, включающей не только дополненную и виртуальную реальности, но и сочетание информационных технологий с предметным миром, поставили новые проблемы перед образованием. Эти технологии предоставляют обучающимся возможность погружаться в виртуальную среду, но не стоит забывать, что традиционные средства обучения никуда не уходят. Порой самые простые мел, доска, идущее от души «живое слово» педагога, как во времена К.Д. Ушинского, дают потрясающие педагогические эффекты.

Еще раз: современные цифровые технологии могут быть полезны для оптимизации некоторых процессов, в том числе в образовании. Уже есть системы, которые можно использовать для демонстрации химических или физических опытов в виртуальном пространстве. Но все эти технологии не способны заменить главное: человеческое взаимодействие и интуицию, личность учителя и тот духовно-нравственный опыт, который он передает своему подопечному.

ВИДТ: Какие у Вас ожидания от взаимодействия с АИДТ в условиях современных вызовов?

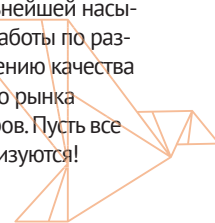
— Опыт последнего времени показывает, что количество «специалистов», желающих проводить экспертизу учебного оборудования и в целом товаров для детей, множится с невероятной скоростью. С сожалением можно констатировать, что многие люди, заявляющие о своих компетенциях, не всегда являются специалистами в области современной инфраструктуры детства.

Как вы помните, с целью решения проблемы формирования высокопрофессиональной научной школы изучения и экспертизы инфраструк-

туры детства, еще в 2008 году при Российской академии образования совместно с Ассоциацией производителей детских товаров и услуг создан общенациональный проект: Национальная премия «Золотой медвежонок» — главная отраслевая премия в сфере товаров и услуг для детей в стране, задача которой на основе высокопрофессиональной экспертизы детских товаров и услуг выявлять и награждать лучших разработчиков и производителей. В состав экспертной группы, с одной стороны, входят ученые, педагоги-практики, детские психологи, психофизиологи, с другой стороны — дизайнеры, маркетологи и производители детских товаров и учебного оборудования. Руководство группой экспертов осуществляют член-корреспондент РАО Александр Ильич Савенков и президент АИДТ Антонина Викторовна Цицулина.

Научно-педагогическому сообществу и производителям учебного оборудования предстоит вместе находить новые решения, создавая средства обучения, обладающие целостностью и автономностью, способные служить надежным источником информации, формирующие у учащихся научную картину мира и мировоззрение на основе традиционных духовно-нравственных ценностей; позволяющие формировать предметные и метапредметные умения и навыки, стимулировать мотивацию к обучению, способствуя активизации учебно-познавательной деятельности, а также оптимизировать педагогическую диагностику.

Я желаю ассоциации дальнейшей насыщенной и эффективной работы по развитию отрасли и обеспечению качества продукции отечественного рынка важнейших детских товаров. Пусть все ваши смелые планы реализуются!



КАДРЫ РЕШАЮТ ВСЕ: КАК ПОДГОТОВИТЬ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ИДТ

Образование в России не успевает за «капризами» рынка: по данным Росстата, к концу 2022 года число россиян, не работающих по полученной специальности, составило свыше 30%. Это проблема и для производителей: предприятия не получают квалифицированные кадры, а выпускников колледжей и вузов приходится обучать практически с нуля. Что нужно, чтобы связка «образование + промышленность» в нашей стране стала прочнее?

«Профессионалитет» против дефицита кадров

В настоящее время в системе среднего профессионального образования (СПО) идет перезагрузка: колледжи модернизируются и теснее интегрируются с экономикой. Помочь перезапустить систему призваны две федеральные программы, реализуемые Минпросвещения, — «Профессионалитет» и «Молодые профессионалы».

Программа «Профессионалитет» стартовала в сентябре 2022 года. Ее цель — «перезагрузить» систему СПО, а главное преимущество — в том, что она дает возможность студентам учиться прямо на будущем рабочем месте, с максимумом практики под руководством сотрудников предприятий.

Необходимость подобных мер обсуждалась давно. В том числе запрос на массовую подготовку квалифицированных кадров поступал от производителей детской одежды, ведь в этой сфере сейчас остро чувствуется нехватка швей и модельеров.

Директор по развитию бренда дизайнерской одежды ТМ Chouquette, член правления АИДТ **Анастасия Василькова** озвучила проблему еще на заседании Совета при Пре-



Фото предоставлено пресс-службой Минпросвещения России

зиденте Российской Федерации в декабре 2021 года.

«У нас на фабрике средний возраст швей — 60 лет. Стоят оборудованные цеха, но нет людей. В регионах закрываются швейные факультеты», — отметила производитель.

Профессиональное сообщество надеется, что новый проект позволит исправить ситуацию в достаточно сжатые сроки. Сейчас он охватывает порядка 870 тысяч студентов организаций СПО. Одной из отраслей, специалистов для которых готовят



Анастасия Василькова



ОСНОВНОЙ ВОПРОС, НА КОТОРЫЙ НАМ ПРЕДСТОИТ ОТВЕТИТЬ, – КАК ПРЕВРАТИТЬ ИГРУШЕЧНУЮ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ ИЗ «ОТРАСИ-НЕВИДИМКИ» В КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ СО СВОИМ ЛИЦОМ



«Профессионалитет», стала легкая промышленность, и в частности швейное производство.

Федеральный проект «Молодые профессионалы» также был запущен с целью адаптировать систему СПО к требованиям экономики и запросам рынка труда. В его рамках в колледжах вводятся новые, практико-ориентированные и гибкие образовательные программы обучения по самым востребованным и перспективным профессиям. По плану к 2024 году такие программы должны быть введены в 100% СПО по всей России.

В рамках проекта создаются мастерские и лаборатории, обновляется оборудование колледжей. Государство вкладывает средства в обновление материально-технической базы, чтобы повысить качество обучения в целом. Этот процесс возможен только в тесной интеграции

с производителями учебного оборудования: благодаря программе уже заработали 104 мастерские, которые помогают в подготовке специалистов для предприятий легкой промышленности и сферы дошкольного образования.

Роботов – в школу

Еще одну кадровую проблему обозначил продюсер проекта «Роббо» Павел Фролов, выступая на национальном съезде «Учпром» в августе этого года. По словам эксперта, интерес к техническим вузам в России падает год от года, а профессия инженера становится все менее популярной. Особенно это ощущается в области обслуживания робототехники: по прогнозам, к 2030 году дефицит специалистов в этой сфере достигнет 66 тысяч.



«В 2022 году было выделено 588 тысяч дополнительных бюджетных мест на инже-

нерные и технические направления, – рассказал Фролов, ссылаясь на данные РБК. – По итогу часть мест оказалась незаполненной, а на остальные люди смогли поступить с рекордно низкими баллами ЕГЭ».

Эксперт видит выход из ситуации в партнерстве государства и бизнеса. На его взгляд, для решения этой задачи нужно приглашать специалистов из крупных технологических корпораций преподавать в школах программирование, 3D-печать и моделирование. Однако для этого им нужно обеспечить достойную оплату труда.

Вузы в помощь

Одна из важных задач, которые сейчас стоят перед производителями детских товаров, – создание сильных национальных брендов, узнаваемых не только в нашей стране, но и за рубежом. Для этого нужно научиться создавать продукцию,



Павел Фролов

которая и визуально, и тактильно, и идеологически воспринималась бы как единое целое.

В этих целях АИДТ совместно с Институтом дизайна РГУ им А.Н.Косыгина подготовили программу бакалавриата, ориентированную на разработку специалистами промышленного дизайна продукции для детей. Новая программа стартует в сентябре 2024 года. В частности, использование проектных решений кафедры позволит создавать игрушки, настольные игры, конструкторы и оборудование. Обучать студентов будут специалисты предприятий ИДТ со стажем.

«Основной вопрос, на который нам предстоит ответить, — как превратить игрушечную промышленность из «отрасли-невидимки» в конкурентоспособный сектор экономики со своим лицом, — говорит президент АИДТ **Антонина Цицулина**. — В чем уникальность российской игрушки, как стать заметными среди мировых трендов, используя отечественную художественную школу. Еще один ключевой вопрос — будут ли российские игрушки драйвером развития для индустрии промышленного дизайна в сфере детства».

Для того чтобы студенты получали все необходимые компетенции, планируется привлекать специалистов предприятий, которые досконально знают все аспекты производства, отмечает заведующая кафедрой промышленного дизайна **Наталья Казакова**. Студенты смогут применять актуальные подходы к проектированию в рамках решения конкретных проблем и задач игрового дизайна.

Производственные компании, которые сегодня начинают развиваться, считают, что такое взаимодействие расширяет возможности, помогая развернуть ситуацию в свою сторону, комментирует генеральный директор фабрики игрушек «Весна» **Ольга Доротюк**.

«На нашей фабрике множество направлений, где нужны профессионалы, к prošедшие обучение по дизайну игр и игрушек, — подчеркивает она. — Это изготовление кукол, небольших виниловых игрушек, настольно-печатных игр. Также у нас работают дизайнеры по одежде для кукол. Специалистам, раньше занимавшим-

ся разработкой дизайна для взрослой одежды, бывает очень сложно переключиться на это направление. Поэтому кафедра дизайна игровой продукции действительно нужна, и мы открыты для сотрудничества».

В решении кадровой проблемы для предприятий ИДТ необходим системный подход. Один из его значимых элементов — повышение престижа рабочих и инженерных профессий. Отношение к работающим на заводах и предприятиях должно измениться и вызывать ассоциацию с престижной профессией, обеспечивающей стабильность и уверенность в будущем.



Фото предоставлено пресс-службой Минпросвещения России



ВТОРИЧНОЕ СЫРЬЕ В ДЕТСКИХ ИГРУШКАХ: РАЗРЕШИТЬ НЕЛЬЗЯ ЗАПРЕТИТЬ

В России активно спорят об идее отменить запрет на применение вторичного сырья при производстве игрушек. К сведению: сегодня продажа данной продукции из вторсырья в торгово-розничной сети на территории Российской Федерации исключена. Но ситуация может кардинально измениться в случае, если власти примут во внимание аргументы отраслевых ассоциаций и производителей, которые не первый год стараются встроиться в мировую экологическую цепочку. Без использования вторсырья в игрушках сделать это невозможно.

История вопроса

Решение о запрете на производство игрушек из переработанных материалов было принято в 2009 году, когда разрабатывали технический регламент «О безопасности игрушек». В основу документа легли санитарно-гигиенические нормы по производству 40-летней давности, которые сегодня во многом мешают развиваться производствам детских товаров в России: иностранные бренды не могут продавать часть своей продукции на нашем рынке, а отечественные компании не включены



Фото из фотобанки АИДТ

АИДТ предлагает дополнить технический регламент Таможенного союза «О безопасности игрушек» фразой о допустимости применения вторичного сырья, полученного в результате повторной переработки материалов, бывших в употреблении с обязательным указанием при маркировке продукции, что она изготовлена из переработанного материала

в глобальные процессы развития зеленой промышленности замкнутого цикла. Мало кто знает, что использовать промышленные отходы в производстве на территории РФ все-таки можно, но для этого необходимо снять запрет. Только это условие не попало в технический регламент по игрушкам.

Так насколько безопасные будут такие игрушки и подпрыгнет ли на них цена?

Инициативы АИДТ

Ассоциация предприятий индустрии детских товаров поддерживает отмену запрета на использо-

вание вторсырья при производстве игрушек.

В частности, АИДТ предлагает дополнить технический регламент Таможенного союза «О безопасности игрушек» фразой о допустимости применения вторичного сырья, полученного в результате повторной переработки материалов, бывших в употреблении, с обязательным указанием при маркировке продукции, что она изготовлена из переработанного материала.

При этом покупатель имеет право знать, что товар произведен из «вторички». Это значит, что на этикетке обязательно должна стоять отметка о составе товара.

В раздел «Маркировка» регламента организация предлагает внести дополнение с требованием нанесения на потребительской упаковке игрушки, изготовленной из переработанного материала, условного графического изображения «петля Мебиуса» с пояснительной формулировкой «При производстве продукции использовано вторичное сырье».

Также производителям рекомендуется указывать процент переработанного материала.

Предложение изучили эксперты из стран — участниц ЕАЭС, против выступила лишь Белоруссия. В стране поставили под сомнение полную безопасность такой продукции для самой чувствительной части населения — детей.

Помимо этого, ассоциация планирует разработать стандарт об общих принципах безопасности при использовании вторсырья при производстве игрушки.

Документ будет отвечать одной из главных задач, которые стоят перед российской экономикой для включения в мировую экопромышленность, — внедрение зеленых технологий в отраслях, ориентированных на детскую аудиторию.

«Мы провели научное исследование, выездное совещание на производстве по переработке вторичного сырья, сейчас проводим опрос производителей игр и игрушек по их видению использования вторичных материалов», — отмечает глава АИДТ **Антонина Цицулина**.

При этом идея по использованию «вторички» при производстве детских товаров уже прошла обще-



Испытания в институте коррекционной педагогики

ственное обсуждение. В настоящее время документ находится на рассмотрении в Минэкономразвития. После того как ведомство подготовит официальную позицию властей по данному вопросу, документ уйдет на подпись в правительство. Пока идея по использованию вторсырья в производстве игрушек находится в статусе предложения.



Испытания в институте коррекционной педагогики

Вопрос безопасности

Чтобы снять все опасения и вопросы, перед тем как выходить на правительственный уровень с предложением о допуске в производство игрушек из вторичного сырья, АИДТ инициировала ряд серьезных испытаний.

НИИ гигиены и охраны здоровья детей и подростков Минздрава России совместно с АИДТ проанализировал с точки зрения гигиенических требований игрушки и сырье из полиэтилена высокой плотности из первично и вторично переработанных материалов. В ходе эксперимента изучались зарубежные игрушки и наполнитель, произведенные из вторично переработанного пластика, предоставленные крупными иностранными компаниями.

«Результаты показали, что образцы из вторично переработанного материала были химически стабильны и соответствовали всем требованиям, которые приведены в техрегламен-



те о безопасности игрушек», — прокомментировала результаты исследования заведующая лабораторией комплексных проблем гигиенической оценки и экспертизы, начальник Испытательного лабораторного центра НИИ Гигиены и эпидемиологии **Наталья Барсукова**.

По итогам исследования получены данные, что всего лишь 1% детских игрушек из переработанных материалов не соответствуют санитарно-химическим и токсикологическим показателям техрегламента, поэтому Роспотребнадзор одобрил использование вторсырья при производстве игрушек, при условии что на маркировку товаров будет вынесена информация о переработке с указанием состава материалов.

Что скажут родители?

Основным вопросом для разработчиков остается, насколько российские родители готовы отдавать предпочтение игрушкам из переработанного сырья.



«Мы провели исследование на нашей онлайн-площадке. В опросе приняли участие родители детей от 0 до 12 лет. Мы узнали у них, станут ли они приобретать детям игрушки из «вторички»», — рассказала **Анна Башкирова**, директор департамента качественных исследований Ipsos Россия.

По итогам исследования 93% родителей заявили о готовности покупать детям игрушки из вторичного сырья при условии, что это точно безопасно. 6% не готовы категорически, поскольку сомневаются в контроле качества такой продукции. Среди основных пожеланий родительского сообщества — сохранить внешнюю привлекательность игрушки из вторичного сырья и ввести определенные ГОСТы, согласно которым будет контролироваться качество.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПОКАЗАЛИ, ЧТО ОБРАЗЦЫ ИЗ ВТОРИЧНО ПЕРЕРАБОТАННОГО МАТЕРИАЛА БЫЛИ ХИМИЧЕСКИ СТАБИЛЬНЫ И СООТВЕТСТВОВАЛИ ВСЕМ ТРЕБОВАНИЯМ, КОТОРЫЕ ПРИВЕДЕНЫ В ТЕХРЕГЛАМЕНТЕ О БЕЗОПАСНОСТИ ИГРУШЕК



кательность игрушки из вторичного сырья и ввести определенные ГОСТы, согласно которым будет контролироваться качество.

Дороже не значит больше

Вполне ожидаемо, что производители в случае отмены запрета

на использования вторсырья для производства игрушек захотят поднять стоимость на свой товар только за маркировку «эко», да и первичное сырье в России стоит дешевле, чем переработанное. Но при этом бизнес должен понимать, что при общем падении спроса на детские товары в стране есть риск снижения продаж.

Так что скорее всего массовые производители не будут поднимать стоимость на свою продукцию, сохранив тем самым объемы продаж, уверены эксперты.

Что касается выхода российских игрушек на зарубежные рынки, то запрет на использование вторичного сырья усложняет и этот процесс: иностранные потребители отдадут предпочтение экологичным товарам. В свою очередь, зарубежные производители вынуждены будут вводить новые технологии для российской линии игрушек, что автоматически повышает их стоимость у нас в стране. При этом для потребителей в России становится недоступна линейка детской инновационной продукции, например, из биопластика.

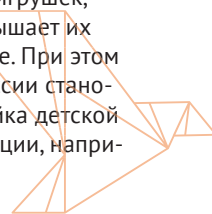


Фото из фотобанки АИДТ

НАУКА В ИНТЕРЕСАХ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: КАК ПОСТРОИТЬ ДЕТСКУЮ ИНДУСТРИЮ ДЛЯ БУДУЩЕГО

Современным производителям игрушек, детской и школьной мебели, учебного оборудования и средств обучения для детских садов, школ и колледжей не обойтись без помощи науки. Подготовка кадров, консультации педагогов и психологов, научные заключения, корректировка изделий на этапе проектирования для получения максимально качественных и долговечных товаров – все это этапы работы на пути к появлению новых совместных проектов науки и производства для ИДТ.

Принимая во внимание экономические потрясения последнего года, и, как результат, освободившиеся ниши и незакрытые потребности в средствах обучения, этот рынок может стать настоящим полигоном для научных исследований в индустрии детской продукции.

Как производить лучшие в мире игрушки

Вызовы нового времени повлекли беспрецедентные изменения для отечественных производителей игр и игрушек и поставили задачи, решение которых требует полной трансформации структуры отрасли, а также сложившихся отношений и партнерств. Игрушки – спутники жизни ребенка, и их создание невозможно без участия педагогов и психологов.

По мнению доктора педагогических наук, профессора, директора Института педагогики и психологии образования МГПУ, председателя научно-экспертного совета премии «Золотой медвежонок» **Александра Савенкова** производить лучшие в мире товары для детей можно только в тесной кооперации науки и производства.

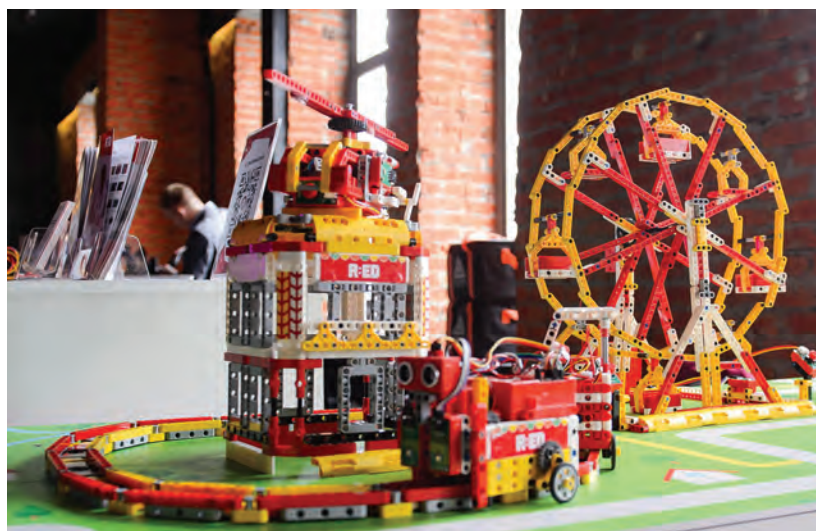


Фото из фотобанки АИДТ

Эта продукция чрезвычайно разнообразна по типам, материалам, по технике изготовления, возрастному и воспитательному назначению, но качество и безопасность должны оставаться неизменными.

Научные исследования педагогических возможностей игр и игрушек активно ведутся экспертами, которые сотрудничают с АИДТ, – детскими психологами, физиологами и педагогами.

Экспертиза качества игрушек оценивает их внешний вид, эстетическую

привлекательность, безопасность для ребенка. Игрушки, в том числе настольные и компьютерные игры, не должны вызывать у детей чувство страха либо агрессии. Они должны побуждать маленьких пользователей познавать мир, обучаться, развиваться. Создать такие игрушки без помощи педагогического сообщества не представляется возможным.

Кроме эстетической составляющей игрушки эксперт оценивает качество ее изготовления: материал, запах, цвет. И здесь в силу вступают разработки научных институтов.



К слову, номинанты премии «Золотой медвежонок» могут получить от научного сообщества АИДТ полную экспертизу своей продукции, консультации и помощь в совершенствовании системы менеджмента — все это часть программы поддержки и продвижения участников.

Образование в научной среде

Возможности для наших детей учиться на современном российском оборудовании во многом зависят от производителей оснащения для школ и детских садов.

Современные требования к средствам обучения предполагают ориентацию на инновационное развитие учебного оборудования и инфраструктуры для воспитания и развития детей.

Добиться решения этих задач возможно лишь путем вовлечения в процесс разработки и создания средств обучения педагогов и экспертов.

Научные исследования — это дополнительная возможность доказать об-



Фото из фотобанки АИДТ

разовательную ценность продукции. Чтобы она могла точно соответствовать образовательным программам, проводить их надо на этапе апробации.

Основная препона на пути к качественному оснащению школ — отсутствие методического обеспечения, без которого новейшее оборудование будет не востребовано

педагогами. Тогда как оснащение образовательного процесса учебно-методическими комплексами позволяет проводить эксперименты и получать знания и навыки на практике.

Новые подходы к разработке учебного оборудования, а также его поставкам в школы и детские сады позволят учителям более эффективно преподавать дисциплины, а ученики, в свою очередь, смогут получить более глубокие знания.

При этом для оборудования есть особые критерии, по которым оно и переводится в разряд учебного, благодаря качественной апробации.

Около полугода назад Российская академия образования совместно с ассоциацией проработала вопрос создания Лаборатории современных методов обучения. Ее основная задача — анализ ситуации в российских школах по оснащению учебным оборудованием. При этом школы должны не только получить новей-

НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ – ЭТО ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ДОКАЗАТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ ЦЕННОСТЬ ПРОДУКЦИИ. ЧТОБЫ ОНА МОГЛА ТОЧНО СООТВЕТСТВОВАТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ ПРОГРАММАМ, ПРОВОДИТЬ ИХ НАДО НА ЭТАПЕ АПРОБАЦИИ



шую продукцию, но и инструкции, как с ней работать, то есть методическое сопровождение.

Бизнес хочет иметь возможность организовать массовое производство учебного оборудования. Единые стандарты, которые сейчас принимаются в этой сфере, дадут возможность производителям строить понятную и на долгие годы планируемую ассортиментную политику для данного сегмента рынка.

АИДТ и научные институты: будущее индустрии

К сожалению, не вся детская продукция проходит качественную

экспертизу, которой занимаются, например, в Институте коррекционной педагогики РАО, Московском городском педагогическом университете и НИИ гигиены детей и подростков Минздрава РФ. АИДТ сотрудничает с этими учебными и научными центрами не первый год.

Всего более 30 ведущих институтов и образовательных организаций входят в научно-экспертный совет АИДТ. Они готовы предложить свои площадки и компетенции высококвалифицированных экспертов для проведения исследований.

Например, лаборатория НИИ гигиены и охраны здоровья детей и подростков — одна из сильнейших в стране, с которой АИДТ проводит серию совместных испытаний

по подтверждению стандартов и характеристик детской продукции.

В частности, участники ассоциации — производители канцелярии, игр и игрушек, мебели и учебного оборудования оснащают экспериментальные площадки и лаборатории своей продукцией как в Институте коррекционной педагогики, так и в МГПУ и получают научные заключения по соответствию детской продукции. Результаты этого сотрудничества ложатся в основы научных исследований продукции. Появляются разработки методических рекомендаций по ее использованию в работе с детьми, вносятся корректировки в производственный процесс, запускаются исследования по изучению развивающего потенциала отечественных изделий.



Фото из фотобанка АИДТ



Для бизнеса это прекрасная возможность нарастить инновационный потенциал и образовательную ценность.

Директора Института педагогики и психологии образования МГПУ, председатель научно-экспертного совета премии «Золотой медвежонок» **Александр Савенков:**

«Определить степень способности той или иной игры или игрушки к решению задач развития психики ребенка могут только квалифицированные эксперты – профессиональные педагоги и детские психологи. В ответ на эту социально значимую задачу в нашей стране появилось несколько научных организаций, сформировавших свои экспертные группы с собственными критериальными базами. Как правило, они видят свою функцию в том, чтобы не допустить или максимально ограничить на рынке некачественную продукцию, адресованную детям».



Фото из фотобанки АИДТ

С этой целью более десяти лет тому назад АИДТ совместно с рядом научных институтов и ведущих педагогических университетов была разработана премия «Национальная премия

в сфере товаров и услуг для детей конкурс “Золотой медвежонок”. Ежегодно в нескольких десятках номинаций экспертами определяются лучшие игры и игрушки, а также другие товары для детей.



Фото из фотобанки АИДТ

Педагоги и детские психологи института педагогики и психологии образования МГПУ создали на своей базе «полигон для испытания продукции для детей». В департаментах учебного заведения сосредоточено более сотни высококвалифицированных педагогов и детских психологов – это серьезный кадровый ресурс, позволяющий решать широкий спектр научных и образовательных задач.

Заведующая лабораторией комплексных проблем гигиенической оценки и экспертизы, руководитель ИЛЦ ФГАУ «Национальный медицинский исследовательский центр здоровья детей» Минздрава России **Наталья Барсукова:**

«При получении экспертизы следует не только ориентироваться на стоимость и сроки проведения работ, но и проверить наличие аттестата об аккредитации, который размещен на сайте Росаккредитации».

Представители науки сегодня могут оказать неоценимую помощь производителям детских товаров: академическим знаниям можно доверять при разработке современных товаров для наших детей. Эти знания постоянно обновляются и дают ориентир качества предприятиям ИДТ.

Главное исследование АИДТ в 2023 году: безопасность тканей для детской одежды

В 2023 году АИДТ совместно с компаниями «Спортмастер» и «Детский мир» проводит научно-



Фото из фотобанка АИДТ

исследовательскую работу по изучению влияния гигроскопичности на безопасность детской одежды.

Итоги исследования лягут в основу предложений в Технический регламент Таможенного Союза «О безо-

пасности продукции, предназначенной для детей и подростков» (ТР ТС 007/2011).

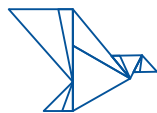
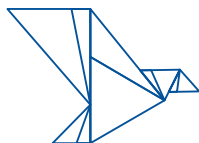
Исследование пройдет в несколько этапов, первый — в НИИ гигиены и охраны здоровья детей и подростков, на базе которого эксперты протестируют воздействие с точки зрения воздухопроницаемости, капиллярности, теплопроводности и др.

На втором этапе из одобренных специалистами тканей будут изготовлены образцы спортивной одежды, в которой дети будут заниматься спортом, а эксперты тестировать — изделия на соответствие продукции для детей.

На основании полученных данных и выводов рабочей группы будет предложен список физических параметров текстильных материалов, которые отвечают за безопасность организма ребенка.



Фото из фотобанка АИДТ



Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Ольга Васильева,**

президент Российской академии образования,

доктор исторических наук, профессор, академик



Уважаемые участники ассоциации!

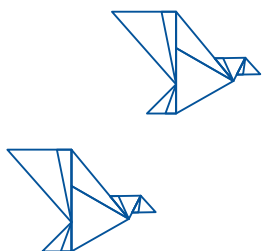
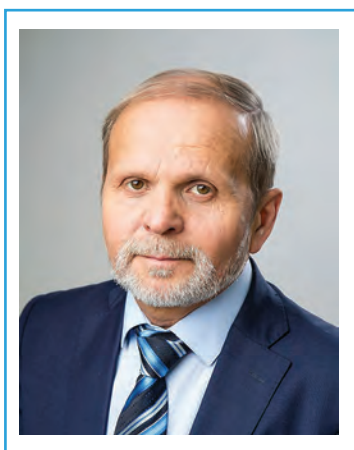
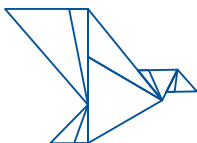
Сердечно поздравляю вас с 15-летием АИДТ!

За эти годы вам удалось объединить усилия ответственных производителей, научного сообщества и педагогов-практиков для развития и совершенствования сферы производства детских товаров и образовательного оборудования.

Невозможно переоценить социальную значимость вашей деятельности, влияние на популяризацию качественной отечественной продукции среди родителей и учителей. Благодарю вас за то внимание, которое вы в своей работе неизменно уделяете вопросам научной экспертизы всего многообразия детских товаров – от игрушек до школьных парт. Важно, что вы привлекаете к этой деятельности высококлассных специалистов, признанных лидеров педагогической науки и практики, медиков и экологов, инженеров и архитекторов – всех, кто готов трудиться на благо ребенка и детства.

Уже много лет мы вместе с вами реализуем общенациональный проект – проводим главную отраслевую премию в сфере товаров и услуг для детей в нашей стране «Золотой медвежонок». Раз за разом ее лауреатами становятся те производители, чья продукция является лучшим образцом функциональности, полезности, качества и безопасности для самой главной аудитории на свете – для детей.

Уважаемые коллеги! Позвольте еще раз поздравить вас с этой знаменательной датой и пожелать неиссякаемого оптимизма, радости творческого и научного поиска, а также реализации всех намеченных планов на благо Отечества!



Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Александр Савенов,**

член-корреспондент РАО, доктор педагогических наук,

доктор психологических наук, директор Института педагогики и психологии образования МГПУ



АИДТ ведет большую и интересную работу в области развития инфраструктуры современного детства, содействуя консолидации и ускорению темпов развития отрасли. Оказывает неоценимую помощь российским производителям детских товаров в разработке и реализации системных мер по укреплению конкурентоспособности отечественных производителей детских товаров в Российской Федерации.

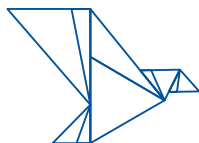
Все проекты АИДТ, направленные на развитие отрасли, научно-обоснованы и посвящены всему спектру задач инфраструктуры современного детства: нормативно-правовому регулированию производства детских товаров; отраслевой классификации; стандартизации и сертификации; сложным вопросам «детского» маркетинга; изучению потребительского спроса покупателей; развитию национальных премий, конкурсов, рейтингов производителей; стимулированию создания новых обучающих программ для повышения квалификации специалистов отрасли; привлечение государственной поддержки для предприятий отрасли.

Важнейшим направлением деятельности АИДТ являются совместные аналитические исследования с Российской академией образования, ведущими университетами и научно-исследовательскими институтами в области изучения предметно-пространственной среды современного ребенка, что оказывает неоценимую помощь отечественной индустрии детства.

Высокопрофессиональный подход к делу руководителей и сотрудников АИДТ, опирающихся на передовые научные достижения в области педагогики, детской психологии и психофизиологии, позволяет решать самые сложные задачи разработки, производства и маркетинга детских товаров.

Ребенок – человек устремленный в будущее. Наполнив окружающую его предметно-пространственную среду современными компонентами, мы сделаем его настоящее счастливым. АИДТ интенсивно работает в этом направлении.

Искренне желаю ассоциация предприятий индустрии детских товаров новых достижений в важнейшей научно-практической области – развитии инфраструктуры современного детства!



Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Татьяна Соловьева,**

директор Института коррекционной педагогики



Уважаемые участники Ассоциации предприятий индустрии детских товаров!

От имени Института коррекционной педагогики поздравляю вас и всех членов АИДТ с 15-летием со дня основания.

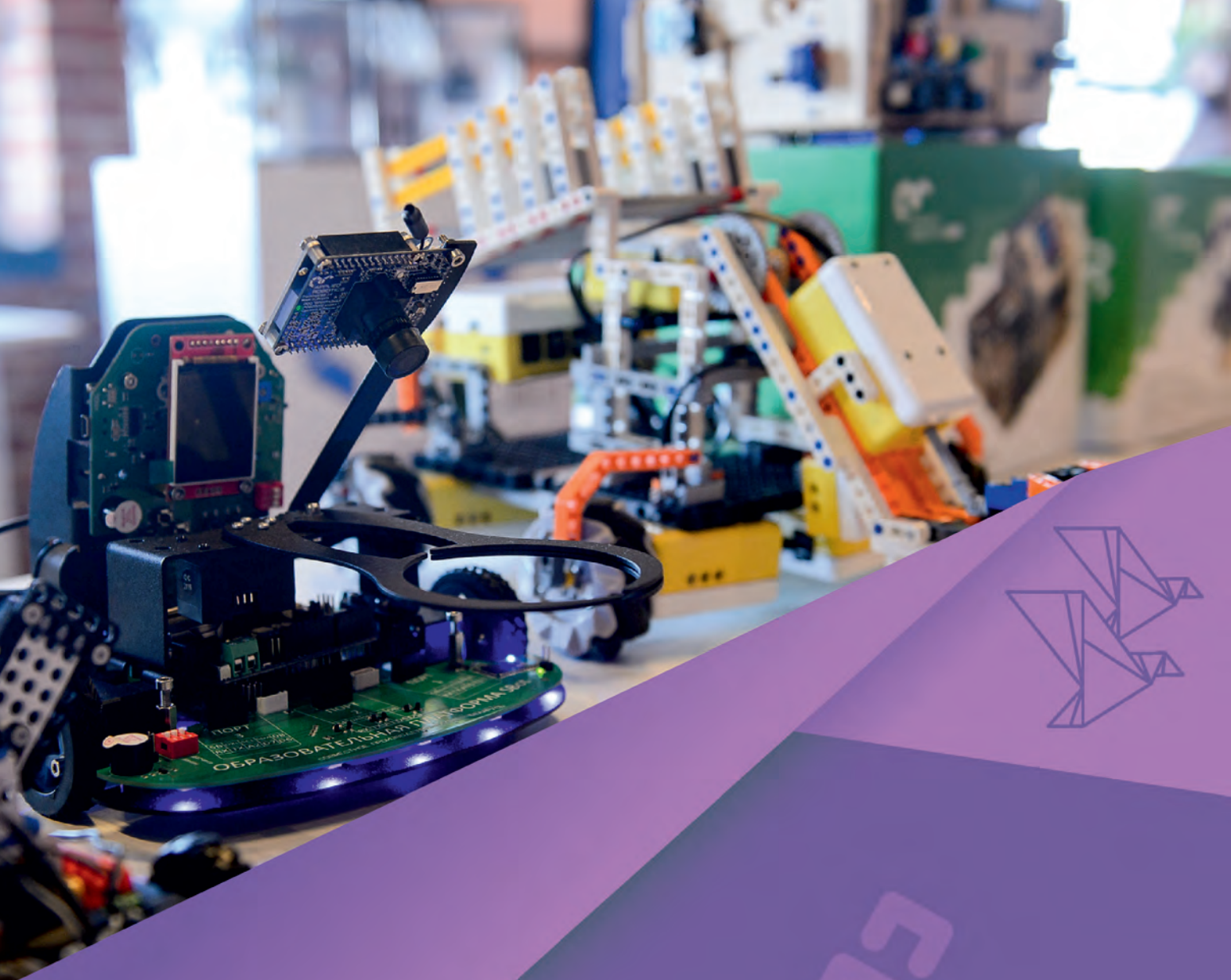
За это время пройден значительный путь, ассоциацией немало сделано для развития индустрии товаров и услуг для детей в нашей стране, укрепления конкурентоспособности отечественных производителей детской продукции, создание и производство востребованных товаров, в том числе и для детей с ограниченными возможностями здоровья. Одна из важнейших задач ассоциации — обеспечение детей и семей с детьми в России качественными, безопасными и современными товарами и услугами.

Впечатляющие итоги пятнадцатилетней деятельности свидетельствуют о правильно расставленных приоритетах, умении четко понимать суть проблем отрасли и предпринимать эффективные шаги для их решения. За относительно небольшой период ассоциация достигла значимых успехов, и этот результат — заслуга людей, искренне преданных своему делу.

Желаю вам и всем членам АИДТ, вопреки преградам и трудностям, на которые были богаты предыдущие годы, успешной работы в дальнейшем укреплении и развитии отечественной индустрии детских товаров и услуг, удачи во всех начинаниях, расширения горизонтов профессиональной деятельности, неиссякаемой энергии, креативности, свежих сил на многие годы вперед!

Мы гордимся нашим партнерством и искренне надеемся на дальнейшее плодотворное сотрудничество и взаимодействие!





УЧПРОМ



«УЧПРОМ»: СТРОЙ НА СВОЕМ

Возможность российским детям учиться в современных классах гарантирует нацпроект «Образование». В задачи предприятий по производству продукции для школ, детских садов и колледжей входит при поддержке государства наладить бесперебойный выпуск интерактивного оборудования для учебных организаций.

Экономические санкции показали тотальную зависимость отрасли от импорта, а перед предприятиями встала задача в кратчайшие сроки перестроить процессы,кратно увеличить объем выпускаемой инновационной продукции и стать частью образовательной программы обновленных детских садов, школ и СПО.

В такой ситуации важен лидер, который объединил бы профессиональное сообщество. Эту роль на себя готова взять Ассоциация предприятий учебной промышленности, учредителем которой выступает Ассоциация предприятий индустрии детских товаров.

Педагоги + производители = перезагрузка

Пока российские образовательные организации с удивлением открывают для себя отечественные робототехнические конструкторы, цифровые лаборатории, оборудование для предпрофильного обучения, производители продолжают преодолевать сложности.

Актуальны вопросы поиска партнеров — поставщиков сырья, комплектующих, оборудования,

промышленного программного обеспечения. Возникают сложности с кадрами, есть проблемы из-за слабой обратной связи с властью.



Владимир Крикушенко,
генеральный директор
ООО «Некс-Т»,

ТМ NexTouch:

«Несколько лет подряд мы являемся лидерами по оснащению образовательных учреждений интерактивными панелями, детскими столиками, проекционными решениями. Все наши продукты разрабатываются с учетом инклюзивности, макси-



Фото из фотобанка АИДТ

мальным уровнем отечественной ЭКБ и применяются практически в каждой школе или вузе страны. Находясь в постоянном контакте с преподавателями, мы понимаем, насколько сегодня большая потребность в оснащении современным оборудованием образовательных учреждений».

Эксперты также уверены, что выстроить цепочку образовательных процессов, начиная с детского сада и заканчивая старшими классами школы и колледжами, и включить в нее производителей — одна из основных задач по перестройке отрасли.

**Президент АИДТ
Антонина Цицулина:**
«Подготовку биотехнологов, квантовых инженеров, создателей транспорта необходимо начинать с игровых наборов и конструкторов для детей самого раннего возраста. Вообще, образова-

ние — одновременно самая постоянная и самая динамичная сфера. Она должна обеспечивать баланс между прошлым и будущим, между сенсорными занятиями ребенка любого возраста с предметной и цифровой средой».



Фото предоставлено компанией ООО «Некс-Т», ТМ NextTouch



Фото предоставлено компанией ООО «Некс-Т», ТМ NextTouch

Инженера растят с детского сада

Несмотря на все сложности, российские производители оборудования для школ и детсадов в новых условиях выпускают современную продукцию, не уступающую иностранным аналогам. Задача власти — не дать этим изделиям залежаться на складах и создать условия, чтобы они вовремя попали к конечному потребителю.

Риски есть: из-за низкой информированности руководители учебных организаций иногда не подозревают о наличии новых программ или учебного оборудования. В этом вопросе бизнес ждет поддержки от власти: лицензированный продукт с методическим сопровождением должен получать официальное информационное сопровождение.

**Директор Храпуновского инструментального завода
Нина Мышанская:**

«Многие педагоги дошкольного образования столкнулись с тем, что у них



Фото предоставлено компанией ООО «Некс-Т», TM NextTouch

не хватает компетенции в освоении методичек, поэтому второе предложение — выйти с инициативой в регионы и открывать курсы повышения квалификации для педагогов в способах конструирования. Это существенно упростит госзакупки».

Осведомленность учебных организаций о новинках рынка не означает, что ответственный за госзакупки сможет заказать любое понравившееся оборудование, поскольку существует перечень рекомендованной для закупок государством учебной продукции Минпросвещения России.

И помочь здесь сможет внедрение общего реестра продукции российских производителей учебного оборудования, к которому бы имели доступ руководители образовательных организаций.



Анатолий Мурашко, генеральный директор ООО «Мир пластика»:

«Мы создали конструктор, который стал не просто развлечением, а раз-

вивающим пособием. Мы активно сотрудничаем с детскими садами, педагогическими вузами, которые разработали образовательные программы на базе нашего конструктора. Буквально за год мы создали сотни новых артикулов вместе

с лучшими педагогами и хотели бы довести информацию о нем до руководителей детсадов».

В свою очередь, производители учебного оборудования на съезде «Учпром», который прошел в августе 2023 года, высказали пожелание перейти от поставок по абстрактному перечню к комплексному оснащению по образовательным программам. Промышленники уверены, что в этом случае современные учебно-лабораторные стенды, конструкторы и цифровые лаборатории точно не будут пылиться в цехах, а уйдут по назначению, поскольку на первый план в школах выходит предпрофильная подготовка.

Предприятия также готовы не только выпускать оборудование для школ и детсадов, но и осваивать пришкольные территории. Все эти возможности могут быть широко использованы в рамках государственно-частных партнерств



Фото из фотобанки АИДТ

и при внедрении новых моделей кооперации государственных контрактов с частными инвесторами, в том числе со строительными компаниями.

Колледжи: второе рождение

В последние два года кардинально изменилась ситуация с оснащением СПО: колледжи находятся в центре внимания государства как конгломерат подготовки рабочих и технических специалистов, в которых остро нуждается экономика страны. Теперь молодые люди учатся делать сварку, строить дома, чинить станки и шить одежду на российском оборудовании с новыми отечественными рекомендациями.

Процесс масштабного оснащения СПО новым оборудованием выявил нехватку кадров на предприятиях: в цехах по выпуску продукции для колледжей недостаточно сварщиков, электриков, программистов и наладчиков станков. Эта проблема перешла в разряд государственных, и в рамках национальной программы «Образование» появился проект «Профессионалы».

В кратчайшие сроки после введения санкций была разработана концепция Всероссийского чемпионатного движения по профессиональному мастерству, которое пришло на замену WorldSkills. Оно включает в себя проект «Профессионалы» и Чемпионат высоких технологий. Идеи, рождающиеся в ходе соревнований, ложатся в основу новых разработок для оснащения колледжей. Для произ-



Фото из фотобанка АИДТ

водителей — это источник новых долгосрочных заказов.

Генеральный директор ООО «Дидактические системы» Юлия Гольденштейн:
«Необходим мониторинг наличия и использования средств обучения и воспитания по всем уровням образования, определить потребность в таком оборудовании и рассчитать объемы финансирования, отладить и упростить механизм включения в реестр промышленной продукции, произведенной в РФ, разработать альтернативные тендеры канала поставок — офсетные контракты, федеральные программы, госзакупки».

Оборудование по госзакупкам

Среди учебного оборудования в первом полугодии 2023 года были проведены 8 274 закупки на общую сумму 25 358 900 419 рублей. Бизнес провел 4 817 торгов по 44-ФЗ и 3 457 торгов по 223-ФЗ.

Аукционы практически единственный канал реализации продукции для изготовителей учебного оборудования и средств обучения: основной заказчик у производителей учебного оборудования — государство. В целом бизнес рассматривает участие в тендерах как остров стабильности, гарантированное финансирование



от надежных заказчиков и возможность развивать свой бизнес дальше в сложной экономической ситуации.

Сегодня главный запрос от учебных организаций — очертить круг поставщиков, которые комплексно оснащают образовательные организации. В первую очередь эта задача стоит для высокотехнологичного оборудования. Они продают учебно-методические комплексы, в составе которых штучная продукция — высокотехнологичные станки, инструмент, методические разработки. Все учебное оборудование имеет уникальные технические характеристики. Но заказчики часто сосредотачиваются на стоимости, не уделяя должного внимания образовательной ценности таких изделий. Власть, стараясь решить эту проблему, отдает приоритет при госзакупках инновационной продукции.

При этом оборудование, к выпускаемое нашими производителями, может остаться невостребованным, поскольку его не видят закупщики: в России действует приказ № 804, который утверждает перечень средств обучения, а он не всегда соответствует каталогу услуг и товаров. Сегодня все закупщики должны ориентироваться именно на каталог. Если он не актуализирован, то возникают разночтения.

Своевременной для бизнеса является и инициатива рабочей группы Комитета по просвещению Госдумы по вопросам мониторинга и совершенствования законодательства в сфере среднего профессионального образования предоставить колледжам возможность приобретать оборудование у единого поставщика — российского производителя. Мера поможет бизнесу получать стабильные и долгосрочные заказы.

Владимир Крикушенко, генеральный директор ООО «Некс-Т», ТМ NexTouch:

«Важно, чтобы появилась возможность планирования закупок на несколько лет вперед для развития современной аппаратной цифровой среды, создания ЭКБ и оснащения инфраструктуры регионов с фокусом на качественные изделия именно российских передовых предприятий. Постоянный спрос на продукцию, производимую в РФ, — необходимое условие для развития технологического суверенитета страны. Пока мы видим, что во многих закупочных процедурах до сих пор предпочтение отдается недобросовестным поставщикам, которые привозят на отечественный рынок оборудование иностранного производства, просто нарисовав на бумаге, что оно российское, или, сделав экспертизу на один продукт в серии, поставляют совершенно другой. Тут нужен системный подход, и важно оказать экспертную поддержку заказчикам при приемке, например, от профильных ассоциаций или региональных ТПП, т.к. очевидно не может в каждой школе или детском саду работать эксперт по оценке соответствия товара критериям российской продукции. Это важнейший фактор, без которого развивать технологический суверенитет невозможно».



Фото предоставлено компанией ООО «Некс-Т», ТМ NexTouch

«Учпром»: что ждут производители от нового сообщества

Перед новым объединением «Учпром» стоит задача структурировать индустрию, провести мониторинг первоочередных проблем производителя, очертить круг специалистов, принимающих решения о приобретении оборудования,

и стать связующим звеном между предприятиями и властью.

Генеральный директор ООО «Дидактические системы» Юлия Гольденштейн:

«Основная проблема в том, что рынок учебного оборудования очень урегулирован государством, все решения принимаются регулятором, нет свободного рынка. И главная задача союза – обеспечить диалог между бизнесом и государством. Чтобы бизнес-сообщество могло влиять на формирование программы по материально-техническому оснащению учебных заведений».

Отрасль ждет и единые методические рекомендации по оснащению для начального и среднего профессионального образования, по аналогии с недавно принятыми рекомендациями для дошкольного образования.

АИДТ планирует участвовать в апробации и внедрении этого документа. В том числе ассоциация будет привлекать экспертов и отечественных производителей для информирования учебных организаций о средствах обучения и воспитания.

Ольга Доротюк, директор фабрики «Весна»:

«Производители с нетерпением ждут формирования единых требований к учебному оборудованию. Сейчас мы находимся в состоянии раздвоенности, как нам сбалансировать свой ассортимент, чтобы система образования находила в нем педагогическую целесообразность, а наши покупатели испытывали потребительский интерес. Не каждому производству под силу нанять сотрудника, который смо-



Фото из фотобанки АИДТ

жет придать продукту методологическую ценность».

Ведущий российский холдинг ГК «Просвещение», ранее выступавший стратегическим партнером Национального съезда производителей учебного оборудования, поддерживает создание ассоциации «Учпром».

Сегодня компания – не просто издательство учебной литературы, это крупный образовательный интегратор, главной задачей которого является обеспечение доступа к качественному образованию для всех категорий учащихся.

Например, «Просвещение» выпускает мобильные лаборатории, позволяющие школьникам интересно и при этом безопасно проводить

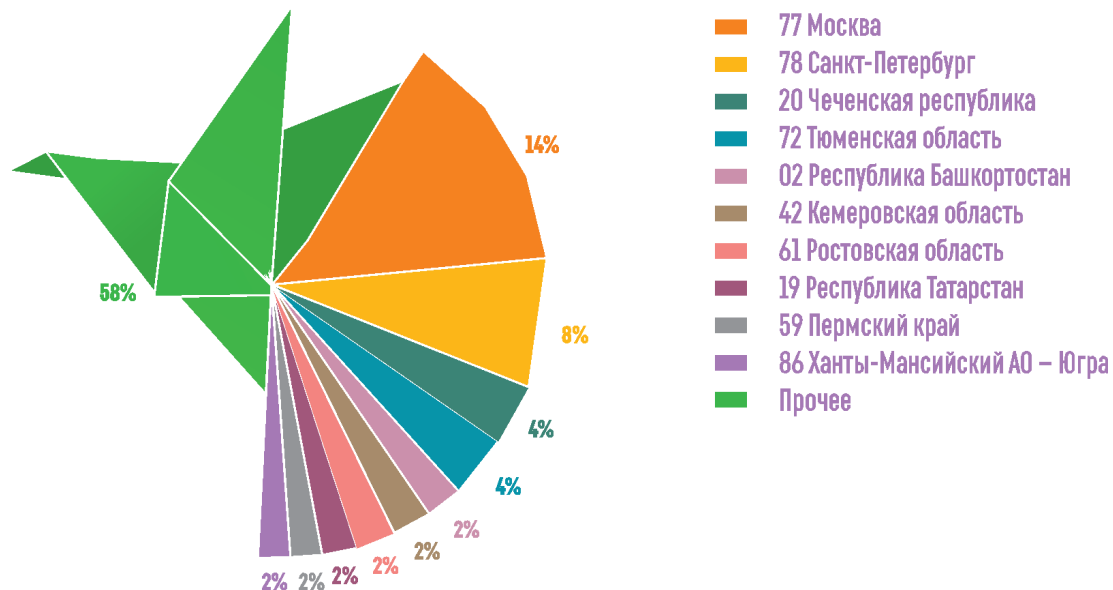
опыты, эксперименты, организовывать проектную и исследовательскую деятельность.

Виктория Копылова, вице-президент по издательской деятельности АО «Издательство “Просвещение”»:
«Учпром» – это быстро развивающаяся, динамичная площадка, призванная оперативно реагировать на вызовы времени с целью интеграции науки, образования, воспитания и российского производителя».

АИДТ уверена, что создание такого объединения актуально в плане коммуникаций с властью для всех, кто производит учебное и игровое оборудование, и для тех, кто оснащает ими образовательные организации.



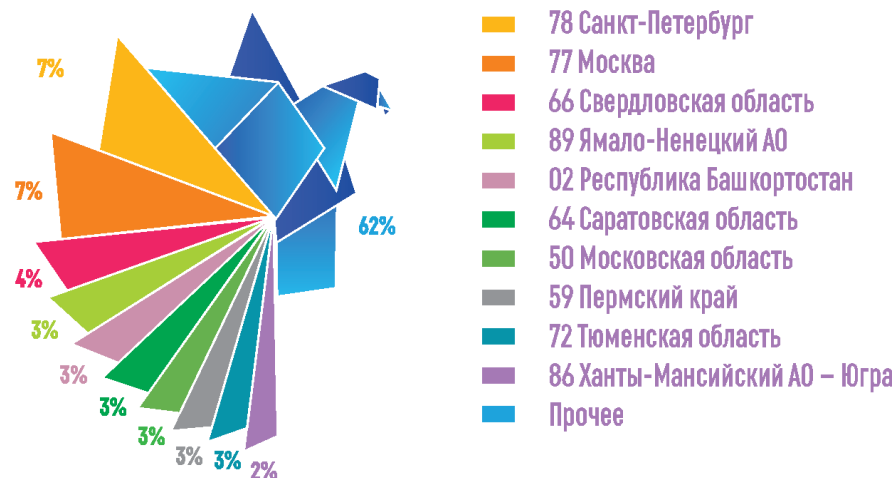
Доля субъектов по общей сумме закупок по коду 32.99.53 (Учебное оборудование), %



Топ-10 субъектов по общей сумме закупок по коду 32.99.53 (Учебное оборудование)

Регион	Общая сумма	Количество закупок	Доля от общей суммы закупок, %
77 Москва	3 611 048 671	613	14%
78 Санкт-Петербург	1 929 235 746	614	8%
20 Чеченская республика	913 054 089	32	4%
72 Тюменская область	906 218 230	209	4%
02 Республика Башкортостан	571 900 973	276	2%
42 Кемеровская область	566 676 993	114	2%
61 Ростовская область	559 165 526	188	2%
16 Республика Татарстан	511 393 556	124	2%
59 Пермский край	497 313 506	214	2%
86 Ханты-Мансийский АО – Югра	473 434 860	206	2%
Прочее	14 819 458 269	5 684	58%
ИТОГ	25 358 900 419	8 274	100%

Доля субъектов по количеству закупок по коду 32.99.53 (Учебное оборудование), %



Анализ в разрезе способов закупки

Способ отбора	Количество по полю НМЦ	Сумма по полю НМЦ2	Доля от общей суммы закупок, %
Электронный аукцион	1 293	1 628 304 849	61%
Закупка у единственного поставщика	989	361 046 077	14%
Конкурс	13	324 281 316	12%
Закупка иного способа размещения	298	166 213 642	6%
Запрос котировок в электронной форме	369	148 796 478	6%
Запрос предложений в электронной форме	6	21 330 937	1%
Закупка с учетом положений ст. 111	1	4 629 132	0%
ИТОГ	2 969	2 654 602 432	100%

Анализ в разрезе способов закупки

Способ отбора	Количество по полю НМЦ	Сумма по полю НМЦ2	Доля от общей суммы закупок, %
Закупка иного способа размещения	823	1 934 329 086	8%
Закупка с учетом положений ст. 111	28	755 805 100,6	3%
Закупка у единственного поставщика	1 706	2 896 540 303	11%
Запрос котировок в электронной форме	991	765 777 372,4	3%
Запрос предложений в электронной форме	23	40 881 635,63	0%
Запрос цен	2	648 000	0%
Конкурс	38	992 821 856,5	4%
Электронный аукцион	4 663	17 972 097 064	71%
ИТОГ	8 274	25 358 900 419	100%



УЧЕБНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
1	ООО «Некс-Т»	1 909 430	↑ 89,0%	7723740056	26.20	Москва
2	ООО «Экзамен-Технолаб»	1 169 469	↑ 18,8%	7721604435	58.19	Москва
3	ООО «Прикладная робототехника»	977 742	↑ 54,1%	7730697556	47.91.2	Москва
4	ООО «Научные развлечения»	883 984	↑ 66,9%	7724614449	72.19	Москва
5	ООО «Геоскан»	844 519	↑ 27,5%	7801450808	72.19	Санкт-Петербург
6	ООО «ЦИТО»	709 906	↓ 26,6%	7701867242	58	Москва
7	ООО «Сага Технологии»	675 288	↓ 59%	7718589473	26.20	Москва
8	ООО «Строникум»	617 226	↑ 47,9%	9718140096	46.90	Москва
9	ООО «Айсизл Техно»	496 009	↓ 91,5%	1624014670	26.20	Татарстан
10	ООО «Релеон»	436 754	↓ 19,3%	5753061837	26.51	Орловская
	ИТОГО	8 720 327	-31			

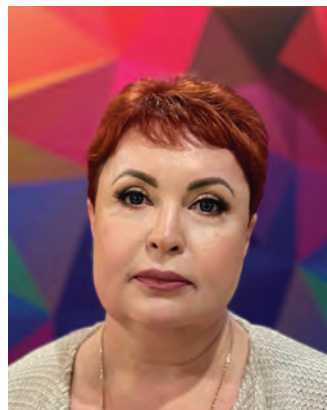


Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Виктория Копылова,**

вице-президент по издательской деятельности

АО «Издательство «Просвещение»»



От всей души поздравляем Ассоциацию индустрии детских товаров с юбилеем!

Кажется, что 15 лет – не такой большой срок, но сколько всего важного вы успели сделать за это время. Хочется выразить благодарность за ваши инициативы, которые помогают развитию отрасли и способствуют повышению качества продукции для наших детей.

Как производители учебного оборудования особую благодарность хотим выразить за инициацию обсуждений о создании единых стандартов производства товаров для детей. Наша главная цель – счастье и благополучие подрастающего поколения, поэтому жизненно важно, чтобы все детские товары были безопасными и современными.

Желаем ассоциации еще долгих лет процветания, успехов и осуществления всего задуманного!

СЕРГЕЙ ПЛАХОТНИКОВ: РЫНКУ ГОСЗАКУПОК ДЛЯ САДИКОВ НУЖНЫ ПЕРЕМЕНЫ

Начиная с 2019 года компания «Бабашки» занимается разработкой и производством образовательных сред для детских садов и начальных школ, задействующих пространства помещений и улицы. Компания также обучает педагогов и создает сообщество вокруг идеи самоценности дошкольного и начального школьного детства. В чем специфика оснащения современных дошкольных учреждений учебным оборудованием, мы узнали у генерального директора компании Сергея Плахотникова.



Сергей Владимирович, откуда такое необычное название у Вашей компании?

— Бабашка — это деревянный брусок, с помощью которого создавали пробел между словами при наборе печатного текста на старых полиграфических станках. Пробел — это своего рода пауза, которую должен держать взрослый, когда наблюдает, как играют дети. Так дети строят из тишины, пустоты и достаточного времени, в этом смысле они настоящие творцы. Бабашки помогают им создавать практически любые объекты и реализовывать всевозможные идеи. Часто строительство сопровождается режиссерскими и ролевыми играми.

ВИДТ: В чем специфика пространства современного детского сада?

— Детские сады в России преимущественно маленькие, часто спальни совмещены с игровой. Проблема дефицита пространства решается трансформируемостью и полифункциональностью развивающих сред. Центр конструирования «Бабашки» отвечает этим требованиям. Дети могут создавать из бабашек кукольные дома, многоэтажные гаражи, необходимую мебель под собственный рост, персонажей для режиссерских игр и всевозможный мобильный транспорт.

ВИДТ: Какие еще нюансы нужно учитывать производителям, которые хотят поставлять оборудование в дошкольные учреждения?

— Я много хожу по детским садам и вижу, как купленное оборудование простаивает, оно оказывается слишком затратным по материальным и человеческим, профессиональным



ресурсам. Часто такое оборудование покупается садами только благодаря работе маркетологов.

Главный нюанс — это думать о детях, а не о своей сверхценной идее. Они голосуют за предлагаемые им материалы в течение длительного времени. Часто быстро проходит вау-эффект, и дети остывают к объекту. В норме они взаимодействуют с развивающими средствами самостоятельно, а когда приходит взрослый, то начинают видеть больше ресурса в том, во что играли. В монтессори-педагогике есть понятие «презентация материала», когда воспитатель рассказывает и показывает ребенку, как с материалом взаимодействовать, но в дальнейшем ребенок действует самостоятельно.

ВИДТ: Есть ли какие-то особенности психологии у современных дошколят, которые стоит учитывать производителям учебного оборудования?

КЛЮЧЕВАЯ ПРОБЛЕМА СОСТОИТ В ТОМ, ЧТО ПОБЕДИТЕЛЬ ТЕНДЕРА ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ПО ЦЕНЕ. ЕСЛИ МЫ ДУМАЕМ О БЛАГЕ ДЕТЕЙ, КРИТЕРИИ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ИНЫМИ: ИМ НЕ НУЖНО ДЕШЕВЛЕ, ИМ НУЖНО КАЧЕСТВЕННЕЕ



— Главная особенность состоит в том, что у большинства детей богатый опыт взаимодействия с гаджетами, что часто приводит не только к высокой эрудиции, но и к нехватке операционального опыта. Гаджеты помогают эффективно решать поставленные задачи: добывать информацию, преобразовывать ее, налаживать связи и т.д. Но для дошкольника важно такие процессы прожить практически, а не с помощью цифрового инструмента.

В этом смысле конструктор «Башки» — декомпозиция игры «Майнкрафт». Дети создают свой мир в реальности, а не в виртуальности. Вообще, тема эффективного действия — не для дошкольников, она возникает в начальной школе, когда с погружением в учебную деятельность ученику важно экономить силы.

Дошкольник — аристократ времени. У него должно быть достаточно временных ресурсов, ведь он все пробует по многу раз. Взрослому кажется, что малыш занят одним и тем же, но это не так. Исследования показали, что повторяющееся действие у до-

школьника всякий раз отличается от предыдущего, он ищет, экспериментирует. Современные дети хотят получать достоверную, не искаженную информацию об окружающем мире. Они хотят «настоящие» инструменты.

ВИДТ: Вы участвуете в системе госзакупок. Что бы Вы в ней усовершенствовали?

— В первую очередь отмечу очень низкую активность руководителей образовательных учреждений. Их часто не устраивает качество продукции, но они ленятся оспаривать что-либо. Заведующих, которые не имеют возможности обратиться к специалистам по закупкам, нужно учить создавать детализированные технические задания, иначе они будут получать продукты низкого качества.

Еще один минус: некоторые компании не являются производителями, но выигрывают тендеры и потом тянут время, лишая детский сад возможности получить продукт, когда он нужен. Конечно, такие недобросовестные поставщики в результате покидают площадки, но на улаживание конфликта уходит до полугода. Соответственно, ключевая проблема состоит в том, что победитель тендера определяется по цене. Если



мы думаем о благе детей, критерии должны быть иными: им не нужно дешевле, им нужно качественнее. Я бы предложил увеличить сумму закупки для садиков и отказаться от тендеров.

Третья проблема — защита продукта. Наше преимущество в авторской методике и в тщательно составленных технических заданиях.

ВИДТ: Как Вы взаимодействуете с образовательным сообществом, с воспитателями? Дают ли они обратную связь?

— Конечно, обратная связь есть. Не буду говорить о положительной, ее действительно много. Скажу о дефицитах, отмечаемых педагогами. Главный — методический. Я пока не видел ни одной парциальной программы в образовательной среде, которая бы меня устроила. Методичка или программа должна быть зачитана до дыр. Это первый пока-

затель того, что она работает. Очень много формальных и примитивных текстов, которые педагоги не читают, в которые не подсматривают.

Наша задача — восполнить этот дефицит, дать действительно работающую программу и достаточно методического материала для педагогического творчества.

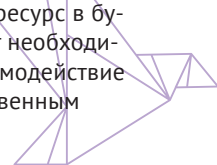
ВИДТ: Вы считаете идею полифункциональных сред одной из доминирующих в дошкольном образовании. Почему?

— В чем смысл полифункциональности? В том, что ребенок не получает готовое значение той или иной формы. К примеру, пластмассовая машинка обладает конкретными значениями. Это гоночная машина желтого цвета с тонированными стеклами и четырьмя черными колесами. Взрослые уже за ребенка все придумали, создали объект по определенному замыслу. Ребенку оста-

лось только употребить его для игры. К сожалению, детализированные игрушки воспитывают потребителя. А будущее поколение — это поколение создателей новых технологий.

В полифункциональной среде ребенок сам приписывает необходимые значения, осмысливает пространство с точки зрения его ценности для реализуемой идеи. К примеру, в машинку может превратиться единичный брусок, а может — и фрагмент мобильной платформы из нашего центра конструирования. Ребенок сам назначает масштаб, функциональную составляющую, меру надежности и красоты.

Секрет полифункциональности в том, что она затрагивает работу активного воображения, а это главный человеческий ресурс в будущем, когда возникнет необходимость выстраивать взаимодействие с обучающимся искусственным интеллектом.





Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Юлия Гольденштейн,**

генеральный директор

ООО «Дидактические системы»



От всей души поздравляю Ассоциацию предприятий индустрии детских товаров с 15-летием!

Хочется пожелать всем участникам ассоциации больших надежд и огромных успехов. Пусть каждый наш совместный проект приносит весомые плоды и высокий достаток! Пусть в коллективе сотрудников ассоциации всегда царит дружная и веселая атмосфера и пусть каждому из нас удастся полностью реализовывать свои силы и возможности.

А лично Цицулиной Антонине Викторовне – президенту Ассоциации хочется пожелать здоровья и мощной, нескончаемой творческой энергии! Пусть все задачи будут нам по плечу! Долгих лет деятельности и процветания!



Кому **АИДТ Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Олег Поваляев,**

основатель и генеральный директор

компании «Научные развлечения»



Уважаемые коллеги!

Вот уже полтора десятка лет мы трудимся на благо детей, создавая инструменты для системы образования. За это время отрасль прошла путь формирования и наконец начинает взрослеть.

Желаю всем нам как можно более спокойного взросления и успешного развития в непростое время, которое тем не менее дает множество возможностей. Пусть они не перестают появляться, а нам с вами удастся ими пользоваться!

Поздравляю!



АЙДА ИГРАТЬ



РОССИЙСКИЙ РЫНОК ИГР И ИГРУШЕК: ЛЕД ТРОНУЛСЯ

«Лед тронулся!» – эта крылатая фраза отлично подходит для описания того, что сейчас происходит на российском рынке игр и игрушек. С тех пор как нашу страну покинули крупные иностранные компании, прошел год. Однако только сейчас отрасль начинает «оправляться» от санкций.

Все участники рынка — от Минпромторга РФ до продавцов — находятся в стадии трансформации. Формируются новые партнерские обязательства, финансовые расчеты, логистические пути, расширяется география поставок. В свою очередь ретейл стремится подстроиться под постоянно меняющиеся обстоятельства. Медленно, но верно рынок тестирует и внедряет новые стратегии.

На текущий момент категория игр и игрушек среди всех отечественных детских товаров занимает второе место (20,5%) по продажам и составляет более 200 млрд рублей. Уступает она только категории детской одежды и обуви с 34,1% продаж.

**НАМ ПРЕДСТОИТ
АРХИСЛОЖНАЯ ЗАДАЧА
НЕ ПРОСТО ВЫРАСТИ
С СЕГОДНЯШНИХ 10%
МИНИМУМ ДО 25%,
А ЕЩЕ И ИСПОЛЬЗОВАТЬ
СОВРЕМЕННЫЕ
ТЕНДЕНЦИИ
И СОЗДАВАТЬ БРЕНДЫ
С МЕЖДУНАРОДНЫМ
ПОТЕНЦИАЛОМ**

Несмотря на то что это весьма крупный «кусочек пирога», доля российских производителей здесь, как и в прошлом году, не более 10%. На рынок пришли новые иностранные игроки, да и «старые» ушли не до конца — из-за введения параллельного импорта их продукцию по-прежнему можно встретить на магазинных полках, а покупатели весьма активно голосуют за них рублем.

Тем не менее позитивные сдвиги уже наметились. Так, в 2021 году выручка 10 крупнейших отечественных предприятий по производству игр и игрушек составляла 7 млрд рублей, а выручка трех крупнейших зарубежных компаний-импортеров – 33,5 млрд рублей. Всего через год выручка «россиян» выросла до 11 млрд рублей, а лидирующей тройки «иностранцев» снизилась в три раза — до 10,5 млрд руб.

Глава АИДТ **Антонина Цицулина** уверена, что доля рынка российских игрушек будет увеличиваться, хотя это и непростой вызов: «Сейчас ситуация меняется очень быстро. С одной стороны, технологии меняют игру детей, с другой — набирает тренд осознанного потребления, экологии детства, и отрасль отвечает на такие запросы выпуском соответствующих игрушек. Конечно, внимание национальных производителей сосредото-



Фото из фотобанка АИДТ

чено на новых возможностях. Нам предстоит архисложная задача не просто вырасти с сегодняшних 10% минимум до 25%, а еще и использовать современные тенденции и создавать бренды с международным потенциалом».

Вызов принят

Санкции, уход иностранных поставщиков, разрыв логистических цепочек заставили российский рынок столкнуться с новыми вызовами. Как на них отвечают производители?

Наталья Супрунюк, директор по стратегическому развитию холдинга «Мир хобби», говорит: «Любые сложные ситуации на рынке — это возможность оптимизировать бизнес, пересмотреть процессы, найти более оптимальные решения. Мы пересмотрели цепочки поставок, вкладываемся в открытие нового завода в Тверской области, увеличиваем количество по-



Фото предоставлено компанией «Мир хобби»

ставщиков, работаем над расширением ассортимента. Хотим отметить работу наших студий с российскими геймдизайнерами, благодаря которой мы смогли выпустить в этом году новые успешные настольные игры».

«Мы нашли новых поставщиков и наладили логистику, — рассказывает генеральный директор фабрики игрушек «Весна» **Ольга Доротюк**. — Однако сложности с валютными платежами продолжаем преодолевать. Также есть проблемы с импортным сырьем, но мы ведем работы по импротозамещению для производства пластика, адаптируя рецептуры лакокрасочных материалов под отечественные ингредиенты».

Осознавая, что повышение стоимости товаров снизит покупательную активность, компания смогла за счет внутренних ресурсов не допустить резкого скачка цен на свою продукцию, отмечает производитель.

К другим изменениям в бизнесе Доротюк относит «феноменальную динамичность и непредсказуемость происходящих событий». В таких условиях приходится быстро реагировать и принимать решения.

Санкции довольно заметно повлияли не только на деятельность отдельных компаний, но и на рынки в целом, уверена руководитель отдела продаж компании товаров для хобби и творчества «7-Я» **Елена Искандерова**.

«В 2022 году оборот нашей компании сократился на 22% по сравнению с 2021 годом, что, на наш взгляд, нормально в нынешних реалиях, — говорит она. — Стало сложнее работать в связи с уходом некоторых зарубежных компаний с российского рынка, материалы и компоненты которых мы использовали в нашем производстве. Однако появляются альтернативные варианты, вполне неплохо заменяющие их».

По мнению коммерческого директора компании «Нордпласт» **Романа Ефимова**, рынок игр и игрушек не просел, а перестроился: зарубежные товары по-прежнему ввозятся в Россию, правда, теперь другими путями.



Фото предоставлено фабрикой игрушек «Весна»



Фото предоставлено компанией «Нордпласт»

Наблюдаются скачки цен на сырье, полиграфию, логистику. Эти факторы повлияли на то, что компания стала более гибко подходить к ценообразованию и договоренностям с поставщиками, чтобы сохранить интерес потребителей. По мнению предпринимателя, в ближайшее время продажи по пластиковым игрушкам, которые выпускает «Нордпласт», будут снижаться, а конкуренция расти.

В целом же производители сходятся во мнении: главное в текущих условиях — сохранять активность и оперативно реагировать на перемены.

«Настолки» с российской полки

Согласно рэнкингу АИДТ, представленному на Национальном съезде производителей игр и игрушек (Игропром) в 2023 году, самое значительное увеличение доли

на рынке достигли производители настольных игр. Например, у некоторых сетей продажи «настолок» выросли на 70% по сравнению с предыдущим годом.

Специалисты отмечают, что так обычно происходит в периоды кризиса: для большинства семей игры остаются одним из самых доступных и любимых развлечений. Поэтому потребители скорее откажутся от дорогой еды, чем от возможности интересно провести досуг.

Казалось бы: у отечественных производителей появился отличный шанс развивать собственные бренды. Однако многие предпочитают идти по проторенному пути и использовать уже готовые решения. В 2023 году в России выпустили более 150 совершенно новых настольных игр, но большая часть этих лицензий — из стран ЕС и США. Права приобрели у зарубежных компаний или авторов, а затем игры



Фото предоставлено компанией «Десятое королевство»



Фото предоставлено компанией «Мир хобби»

адаптировали и стали производить на территории нашей страны.

Так, у «Монополии» есть несколько вариаций: «Декодер», «Мегаполис», «СССР». Их легко можно найти в магазинах и маркетплейсах. С Uno все еще проще: она «превратилась» в карточную игру Tres, которая почти полностью копирует оригинал. Альтернатива «Скрэбблу» — «Считай слова» или «Словодел».

Подобная ситуация озадачивает, рассуждает **Антонина Цицулина**: «Во-первых, обидно за тех наших разработчиков, оригинальные игры которых — на международном уровне. Наши зарубежные коллеги отмечают, что уже можно говорить о российской школе "настолок". Хотелось бы усилить и использовать открывшиеся возможности.

Во-вторых, производить "карточную игру, которая почти полностью копи-



Фото предоставлено компанией «Десятое королевство»

рует оригинал” — значит превращаться в страну с пиратской промышленностью, и нам это точно не нужно.

В-третьих, продукция, выпущенная в России с торговой маркой и правом собственности зарубежной страны, согласно 719 Постановлению Правительства РФ, не считается российским производством и не будет получать господдержку».

Таким образом, лучше вкладывать инвестиции в оригинальные российские разработки и поддерживать собственных новаторов, делает вывод эксперт.

АИДТ уже запустила собственную «первую ласточку» в этом направлении — масштабный проект по разработке и производству краеведческой игры-маршрута, в который вовлечены многие разработчики и производители.

Новая «настолка» появится в начале 2024 года, она будет посвящена Ни-

жегородской области и ее основным достопримечательностям. Эксперты по разработке игровых механик рассмотрели несколько оригинальных идей и выбрали самую интересную. Игра будет носить образовательный характер, но при этом станет отличным сувениром для гостей региона, позволяющим увлекательно провести время всей семьей.

Тренды рынка

За последнее время изменилось не только распределение сил игроков рынка, но и сама его структура. Маркетплейсы отвоевывают все более значительную нишу, тесня физические магазины. Рынок интернет-торговли ежегодно вырастает примерно в полтора раза, и порядка 65% детских товаров сейчас продается онлайн.

Один из ведущих российских маркетплейсов «Валдберриз» представил на Игропроме статистику,

согласно которой за год рост оборота детских товаров составил 56%, а рост поставщиков — 131%. Категория «Игры и игрушки» оказалась на втором месте по востребованности (24%), уступив только «Детской одежде» (28%).

Для того чтобы оставаться конкурентноспособными, физические магазины придумывают свои «фишки». Сейчас, чтобы быть эффективными в сфере офлайн-торговли, мало предоставлять доступ к качественному продукту, считает **Светлана Фарниева**, генеральный директор ЦДМ на Лубянке. Важно дополнить предложение эмоциональной надстройкой в виде сервисной составляющей, впечатляющего декора, интерактивными фотозонами и иными инструментами, которые позволят конечному потребителю получить осязаемый и запоминающийся опыт от взаимодействия с продуктом.

НАШИ ЗАРУБЕЖНЫЕ КОЛЛЕГИ ОТМЕЧАЮТ, ЧТО УЖЕ МОЖНО ГОВОРИТЬ О РОССИЙСКОЙ ШКОЛЕ «НАСТОЛОК». ХОТЕЛОСЬ БЫ УСИЛИТЬ И ИСПОЛЬЗОВАТЬ ОТКРЫВШИЕСЯ ВОЗМОЖНОСТИ





Фото предоставлено ЦДМ на Лубянке

«В ЦДМ всегда была и по сей день остается атмосфера живой сказки и настоящей детской мечты, — говорит специалист. — Наши посетители, приходя в магазин, получают уникальный эмоциональный опыт, который в буквальном смысле слова передается через поколения. На наш взгляд, подобный синтез живых эмоций, впечатлений и непосредственно самого торгового предложения — главный драйвер успеха любых офлайн-проектов, независимо от их специфики».

На что же ориентироваться участникам быстро меняющегося российского рынка? Навигатором в этом море стал Игропром, участники которого обсудили главные тренды и ключевые каналы продаж.

Директор отдела регулярных и синдикативных исследований компании Ipsos **Марина Лучина** рассказала о структуре детского населения России, которая влияет на тренды потребительского рынка. Самую многочисленную возрастную группу сейчас составляют подростки 11–16 лет с численностью 9,6 млн человек, сообщила эксперт. Около половины подростков 11–15 лет имеют дома шашки, шахматы, нарды, конструкторы и бизнес-игры. А каждый пятый подросток 11–15 лет считает конструктор и бизнес-игры любимыми игрушками.

Свои прогнозы развития рынка представил и **Илья Келпш** из исследовательского холдинга «Ромир». Специалист подчеркнул, что около 60% потребителей переключились

на новые бренды. Самые частые причины — рост цен, уход привычных товаров, эксперименты с ответственными марками.

В том числе это повлияло и на рост рынка собственных торговых марок (СТМ), который специалист назвал основным трендом в текущих условиях. С 2009 по 2022 годы объем сегмента СТМ увеличился с 1,7% до 8,1%, а в последнее время этот процесс ускорился.

Более половины респондентов перешли с брендов на собственные торговые марки, и значительный потенциал дальнейшего роста категории сохраняется. Среди основных причин покупки СТМ Илья Келпш назвал то, что качество таких товаров сравнимо с качеством стандартных брендов, а цена обычно ниже.

Господдержка

То, что семьи с детьми стали выбирать более дешевые товары, может привести к негативным изменениям на «игрушечном» рынке. Отвечая на новые запросы, магазины и маркетплейсы окажутся заваленными иностранной продукцией низкого качества, а порой и небезопасной. Значительно вырастет количество контрафакта. А инвестиционные деньги будут уходить в другие страны вместо того, чтобы оставаться в России и «работать» на отечественного производителя.

Для того чтобы этого не произошло, государству нужно создать комфортные условия для российских компаний, помочь развить их конкурентоспособность, а значит, расширить меры государственной поддержки, считают в АИДТ.

В сентябре на фестивале «Айда играть» АИДТ и министерство образования и науки Республики Баш-

**ГОСУДАРСТВУ
НУЖНО СОЗДАТЬ
КОМФОРТНЫЕ УСЛОВИЯ
ДЛЯ РОССИЙСКИХ
КОМПАНИЙ,
ПОМОЧЬ РАЗВИТЬ
ИХ КОНКУРЕНТО-
СПОСОБНОСТЬ, А ЗНАЧИТ,
РАСШИРИТЬ МЕРЫ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ПОДДЕРЖКИ**

кортстан подписали соглашение, в рамках которого в регионе создадут единый реестр производителей игрушек и средств обучения. Этот

документ позволит производителям и заказчикам — образовательным учреждениям — говорить на «одном языке». Заказчик сможет указывать в реестре ту продукцию, которая ему нужна, и заключать договор с подрядчиком о ее поставках. Таким образом, у производителя будет четкое понимание того, какие требования предъявляются к игрушке или игре, и ему будет проще выполнить госзаказ. Также создание единого реестра поможет профильному ведомству разработать рекомендации по материально-техническому оснащению детских садов и школ.

Еще одна мера, которая упростит для российских производителей игр и игрушек участие в госзакупках, — отнесение этих изделий к продукции, произведенной на территории Российской Федерации. Соответствующие требования были установлены законодательством в июне этого года.

Сегодня это обязательный фактор при работе на рынке государственных закупок. Он помогает получить преимущество на аукционах, избежать снижения стоимости на 15%, а также использовать право указать на упаковке продукции «Сделано в России».

Ассоциация оказывает поддержку отечественным производителям при получении заключения Минпромторга России, включая идентификацию продукции, подбор кодов ОКПД, а также соответствие другим необходимым требованиям.

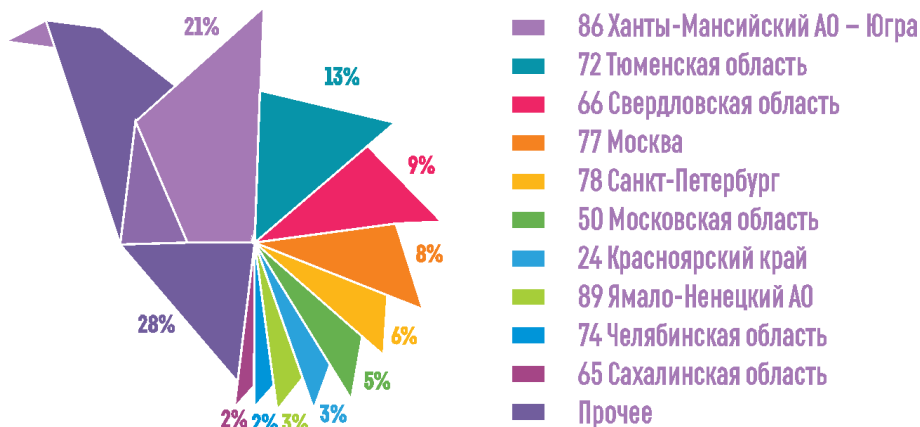


Фото предоставлено ЦДМ на Лубянке



Наибольший объем закупок игрушек в первом полугодии 2023 года произведен субъектами: Ханты-Мансийский АО – Югра, Тюменская область, Свердловская область, г. Москва и г. Санкт-Петербург

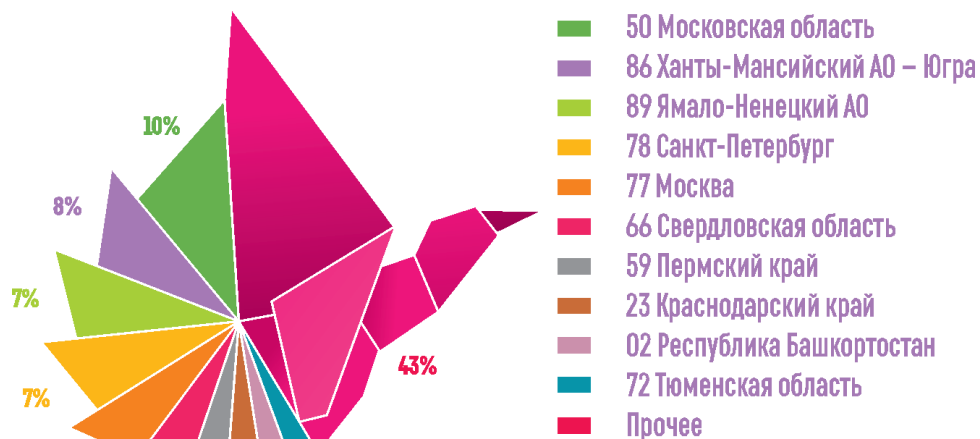
Доля субъектов по общей сумме закупок по коду 32.40 (Игры и игрушки), %



Топ-10 регионов по общей сумме закупок по коду 32.40 (Игры и игрушки)

Регион	Общая сумма	Количество закупок	Доля от общей суммы закупок, %
86 Ханты-Мансийский АО – Югра	551 028 610	230	21%
72 Тюменская область	351 903 820	82	13%
66 Свердловская область	244 770 673	149	9%
77 Москва	211 879 711	171	8%
78 Санкт-Петербург	145 013 692	213	5%
50 Московская область	124 445 731	306	5%
24 Красноярский край	91 787 491	48	3%
89 Ямало-Ненецкий АО	88 822 145	219	3%
74 Челябинская область	54 648 099	81	2%
65 Сахалинская область	44 876 466	48	2%
Прочее	745 425 994	1 422	28%
ИТОГ	2 654 602 432	2 969	100%

Доля субъектов по количеству закупок по коду 32.40 (Игры и игрушки), %



Топ-10 регионов по количеству закупок по коду 32.40 (Игры и игрушки)

Регион	Общая сумма	Количество закупок	Доля от общей суммы закупок, %
50 Московская область	124 445 731	306	10%
86 Ханты-Мансийский АОО – Югра	551 028 610	230	8%
89 Ямало-Ненецкий АО	88 822 145	219	7%
78 Санкт-Петербург	145 013 692	213	7%
77 Москва	211 879 711	171	6%
66 Свердловская область	244 770 673	149	5%
59 Пермский край	33 767 557	120	4%
23 Краснодарский край	26 718 187	116	4%
02 Республика Башкортостан	39 687 822	96	3%
72 Тюменская область	351 903 820	82	3%
Прочее	836 564 483	1 267	43%
ИТОГ	2 654 602 432	2 969	100%



Kidfinity — забота о детях и поддержка родителей



Почему мамы выбирают детские товары Kidfinity:

- Производство в России из безопасных материалов в соответствии с принципами международной системы контроля качества ISO 9001:2015
- Разработка изделий в собственной дизайнерской студии с учетом физиологических особенностей развития детей
- Безопасность: изделия не содержат бисфенол А
- Функциональность и долговечность



БЫТПЛАСТ
СТИЛЬ И ПЛАСТИКА
www.bytplast.ru



- Детская посуда
- Сиденья для купания
- Накладки на унитаз

ПРОСЛЕДИТЬ ЗА КАЖДЫМ: ДЕТСКИЕ ИГРУШКИ НАЧНУТ МАРКИРОВАТЬ

В России стартует добровольный эксперимент по маркировке игрушек. Производители и власти готовы оценить, как система прослеживаемости будет работать в отрасли. Минпромторг готовит документы, которые сделают ее легитимной. По итогам эксперимента власти направят доклад в правительство и решат, нужно ли маркировать игрушки в обязательном порядке.

Попробовать маркировку

С 1 декабря стартует добровольный эксперимент по маркировке игрушек для возраста до 14 лет, к нему могут присоединиться производители, дистрибьюторы и продавцы. Компании могут на практике попробовать, как работает система прослеживаемости. Глава Ассоциации предприятий индустрии детских товаров **Антонина Цицулина** отмечает, что крупнейшие компании намерены участвовать в эксперименте.



«Его основная цель — исследовать все процессы, которые связаны с нанесением маркировки на упаковку игрушек, а также понять, какие сложности могут при этом возникнуть. В отрасли достаточно разнообразный модельный ряд игрушек: от самых маленьких, которые также придется маркировать, до наборов с несколькими товарами, их тоже нужно будет каким-то образом идентифицировать», — пояснила эксперт.

Более того, важно оценить: как долго может марка сохраняться на упаковке игрушек. Так как они двигаются по достаточно длинному пути от производителя до покупателя, есть опасения, что QR-код будет затираться. А значит, для его нанесения

нужны будут более дорогие краски и оборудование.

Несмотря на эти возможные сложности, у рынка есть понимание, что маркировка может обелить его. Проблема нелегальной продукции сейчас стоит достаточно остро, такие товары мешают производителям и продавцам. По оценкам АИДТ, на долю игрушек вне закона приходится до 30% в разных категориях, в 2021 году этот показатель был меньше — 25%.

Во всем виноваты «Хагги Вагги»

Решения о маркировке той или иной товарной категории принимает правительство РФ на основе данных о незаконном обороте товаров, информируют в Центре перспективных технологий (оператор маркировки, ЦРПТ).

В начале 2021 года правительство утвердило Стратегию по противодействию незаконному обороту промышленной продукции в РФ на период до 2025 года. В ней сказано, что незаконный оборот детских товаров сопряжен с серьезным риском. Нарушая одни

В 2022 году Федеральная таможенная служба (ФТС) выявила

1,2 млн

единиц контрафактных детских товаров, что составляет

15%

от всех обнаруженных таможенной подделок. Общее количество —

8,2 млн товаров.

В 2022 году служба не допустила к ввозу

7,2 млн

единиц продукции, из них

2,3 млн

пришлось на товары для детей.

Среди наиболее подделываемых оказалась продукция под брендами Angry Birds, L.O.L. Surprise!, Barbie, Hello Kitty и Lego.

обязательные требования, недобросовестные предприниматели зачастую нарушают и другие, в числе которых подтверждение соответствия продукции требованиям технического регламента «О безопасности игрушек».



Так, например, в 2022 году большой резонанс вызвала реализация мягких игрушек «Хагги Вагги». Нарушения были связаны с техрегламентированием, маркировкой, правами на бренд, кроме того, 90% «монстров» были признаны низкокачественными и небезопасными. Этот кейс наряду с другими причинами привел к тому, что Минпромторг предложил провести эксперимент по маркировке игрушек. Ведомство подготовило проект постановления правительства, который уже прошел общественное обсуждение.

В ходе эксперимента в маркировке будут участвовать все детские игрушки, в том числе настольные и карточные игры, наборы электрических гоночных автомобилей. После эксперимента правительство примет решение об обязательной маркировке таких товаров. Тогда же власти определят меры поддержки для отрасли, если они понадобятся, уточнили в ЦРПТ.

Отработать бизнес-процессы

В Минпромторге подчеркнули, что эксперимент по маркировке игрушек проводят в добровольном формате и на безвозмездной основе. Коды маркировки и оборудование для тестирований будут бесплатно предоставлены участникам оператором системы маркировки товаров ЦРПТ.

«Эксперимент предполагается проводить в отношении максимально широкой номенклатуры товаров для детей, в том числе игрушек, которые несут массу ребенка. Это позволит детально проанализировать бизнес-



Фото из фотобанки АИДТ

процессы в отрасли и отработать подходы к нанесению средств идентификации на полный набор факторов продукции», — сказали в ведомстве.

По результатам этой работы министерство направит доклад в правительство для того, чтобы принять решение о внедрении обязательной маркировки конкретных позиций детских товаров, а также сроков ее введения.

По данным Минпромторга, сейчас на российском рынке более 1,6 тыс. предприятий производство товаров



Фото из фотобанки АИДТ

для детей, в том числе игры, игрушки и куклы. Среди крупных игроков рынка — компании «Весна», «Десятое королевство», «Нордпласт» и другие.

Отечественные предприятия, включая специализирующихся на производстве детских игр и игрушек, могут воспользоваться мерами поддержки, которые сейчас предлагает Фонд развития промышленности, заметили в Минпромторге. В частности, для того чтобы технологически перевооружить и модернизировать основные производственные фонды российских предприятий, предоставляются займы от 5 млн до 500 млн рублей сроком до 5 лет.

Также средства можно получить на реализацию проектов, направленных на внедрение передовых технологий, создание новых продуктов или технологий, включая опытно-конструкторские и опытно-технологические работы, сертификацию и приобретение расходных материалов. В министерстве напомнили, что Налоговый кодекс РФ предусмотрел для производителей

детских игр и игрушек пониженную налоговую ставку НДС в размере 10%, что также является господдержкой предприятий отрасли.

Основные сомнения

Многие производители игрушек настороженно относятся к нововведению. Основные опасения касаются того, что придется понести издержки

такие расходы? Для крупных производителей это, возможно, несущественно, а для средних и маленьких может стать дополнительным ударом по бизнесу.

«У нас много ручных операций на производстве. Автоматизировать маркировку будет непросто, а значит, скорее всего, это приведет к удорожанию игрушки», — считает Рафис Юсупов,

трат на борьбу с контрафактом, то эта затея имеет смысл, добавляет он.

Маркировка — скорее положительный вариант развития событий для бизнеса, говорит коммерческий директор «Нордпласт» **Роман Ефимов**. Сейчас на рынке присутствует большая доля контрафактных дешевых игрушек из Китая, которые завозят в РФ с нарушениями по серому импорту. Система прослеживаемости детских товаров решит эти проблемы.

«Но есть и опасения — система не отработана конкретно в нашей отрасли, а пример с другими товарами — обувью и “молочкой” — не совсем применим на рынке детских товаров. Игрушками торгует огромное число продавцов, это могут быть ИП, люди, которые стоят на рынках, в том числе оптовых, а также маркетплейсы. Согласно правилам маркировки, их следует включить в систему прослеживаемости, а значит, у них должны быть специальное оборудование и программное обеспечение», — пояснил эксперт.

В такой ситуации бизнесу будет проще отказаться от продажи игрушек, добавил он.

Учитывая специфику отрасли и понимая, что многим маленьким предприятиям перемены дадутся непросто, ассоциация внесла предложение о мерах господдержки для тех производителей игрушек, кто вводит маркировку, еще на этапе эксперимента. Этот вопрос сейчас прорабатывается с профильными федеральными органами исполнительной власти.



Фото из фотобанка АИДТ

на оцифровку бизнеса, чтобы система прослеживаемости могла функционировать на производствах. Нужно купить новое лицензионное оборудование, обучить персонал тому, как им пользоваться, закупить материалы. За счет чего покрывать

генеральный директор ООО «МПП» (бренд «Буди Баса»).

С другой стороны, маркировка поможет бороться с подделками, отмечает предприниматель. Если затраты на маркировку не будут превышать за-



ИГРУШКИ – ПРОИЗВОДСТВО

№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
1	ООО «Мир хобби»	2 882 808	↓ 3,1%	7708812210	32.4	Москва
2	ООО «Нордпласт»	1 301 602	↑ 10,3%	7816465211	32.4	Санкт-Петербург
3	ООО «Десятое королевство»	1 243 976	↑ 9,4%	7713321088	32.4	Московская
4	ООО «7-Я»	928 248	↓ 22,2%	7602033398	32.4	Ярославская
5	ООО «Звезда»	882 509	↑ 12,1%	5025025461	32.4	Московская
6	ЗАО «Степ Пазл»	801 131	↓ 5,4%	7720249869	32.4	Московская
7	ОАО «Весна»	708 758	↑ 4,6%	4346008642	32.4	Кировская
8	ЗАО «Русский стиль»	700 535	↑ 7,5%	7736048420	32.4	Москва
9	ООО «Стеллар»	658 322	↓ 5,4%	6165021405	32.4	Ростовская
10	ООО «Мир хобби - Производство»	600 917	↑ 79,4%	6950236630	32.4	Тверская
ИТОГО		10 708 806	4,9			

ИГРУШКИ – ДИСТРИБУЦИЯ

№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
1	ООО «Симбат»	8 975 144	↑ 17,8%	7731351857	46.49.42	Москва
2	ООО «Росмэн» (игры)	3 555 423	↑ 26,7%	7728313019	58.11	Москва
3	ООО «С-Маркет» («Симбат»)	3 157 301	↑ 11,8%	9729287012	46.49.42	Москва
4	ООО «ТК «Урал Тойз»»	2 474 626	↑ 37,1%	6658491969	46.49.42	Свердловская
5	АО «МТК «Алиса»»	2 449 940	↓ 19,3%	7726630252	46.49.42	Москва
6	ООО «ТК «Наша игрушка»»	2 311 704	↓ 23,7%	7724375688	46.49.42	Москва
7	ООО «Инвентив Тойз»	2 075 207	↓ 24,1%	7701408400	46.49.42	Москва
8	ООО «Рыжий Кот»	1 933 256	↓ 12,7%	6102040652	46.49.42	Ростовская
9	ООО «Тридевятое царство»	1 767 939	↑ 16,6%	7743068280	46.49.42	Московская
10	ООО «Эврики»	1 767 002	↑ 129,4%	6679122225	46.49.42	Свердловская
ИТОГО		28 700 540	4			

ИГРУШКИ – МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОМПАНИИ

№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
1	ООО «Маттел»	4 692 583	↓ 35,9%	7710747833	46.49.42	Москва
2	ООО «Лего»	3 714 390	↓ 80,5%	7707311980	46.49.42	Москва
3	ООО «Хасбро Раша»	2 119 734	↓ 70,6%	5047129351	46.49.42	Москва
4	ООО «Симба Тойз Рус»	1 226 284	↓ 7,0%	7729556575	46.49.42	Московская
5	ООО «Спин Мастер Рус»	1 050 375	↓ 41,4%	7704455590	46.49.42	Москва
ИТОГО		12 803 366	-66			

ИГРУШКИ – РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
1	ООО «Икстрим»	4 270 523	↓ 24,5%	7723875857	47.65	Москва
2	ООО «Той Ру»	881 126	↓ 70,0%	5036155945	47.65	Москва
3	АО «Вандеркинд»	922 173	↓ 7,0%	7701937980	47.65	Москва
4	ООО «Лавка чудес»	904 984	↑ 22,0%	7717705046	47.65	Москва
5	АО «Леклерк»	711 366	↓ 4,0%	7720718824	47.65	Москва
ИТОГО		7 690 172	-29			



КОНГРЕСС ИНДУСТРИИ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



Минпромторг
России



МЫ РАБОТАЕМ ДЛЯ ДЕТЕЙ И РАДИ ДЕТЕЙ!

Главная отраслевая площадка для диалога общества, государства и бизнеса

- **70%** участников Конгресса ИДТ – отечественные производители
- **55%** – лица принимающие решения – представители государственной власти, генеральные директора, учредители компаний производителей
- Здесь формируют новые инструменты в бизнес-кооперации
- Делятся опытом регионального и федерального развития
- Задают тренды и определяют сценарии для индустрии
- Находят новых партнеров, поставщиков и инвесторов



congress-idt.ru



Генеральный
информационный
партнер



Стратегический
информационный
партнер



Мир Детства

29-я международная выставка
«Индустрия детских товаров»

24–27
СЕНТЯБРЯ
2024

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»
www.mirdetstva-expo.ru



МИНПРОМТОРГ
РОССИИ



65 ЭКСПОЦЕНТР

12+



Реклама



СТИЛЬНО МОДНО



ВРЕМЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ: ЧТО ПРОИСХОДИТ НА РЫНКЕ ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

Отечественный рынок детской одежды и обуви – один из самых быстрорастущих в стране и крупнейший в отрасли: по данным АИДТ, за 2023 год его объем составил порядка 220 млрд рублей.

После того как Россию друг за другом покинули иностранные бренды, отечественные производители получили уникальный шанс – сформировать не зависящий от внешних поставок сегмент одежды и обуви для детей.

Для российских брендов это не только новые возможности, но и колоссальная ответственность: производителям приходится завоевывать доверие потребителей.

Эксперты отрасли прогнозируют приход новых русских Reima и Zara, но при этом упускают из вида, что стать лидером сложно – это требует больших инвестиций и ресурсов, которыми зачастую не обладают отечественные предприятия, чье производство еще встает на ноги.

Покупаем бюджетное и российское

Даже в условиях экономической неопределенности, когда россияне начали с осторожностью тратить деньги, есть перечень самого необходимого, на который средства из семейного бюджета выделяются несмотря ни на что. Так, 23,6% дохода на семью россияне расходуют на детскую одежду и 10,5% на обувь.

Основные потребительские тренды 2023 года, оказывающие влияние на развитие сегмента детской одежды и обуви, – это снижение покупательской способности, увеличение доли одежды и обуви в среднем и нижнем ценовом сегменте и параллельно – рост объема покупок

в бюджетных категориях и на маркетплейсах.

На фоне этих тенденций наибольший интерес у предпринимателей вызывают в текущем году имущественные меры поддержки семей с детьми, такие как социальные карты на детские товары, акции «Подарок новорожденному», «Школьная форма», «Подарок первокласснику», которые непосредственно способны повлиять на появление постоянных заказов у производителей.

Отечественные торговые сети за последние годы серьезно нарастили присутствие на полках продукции собственных торговых марок: потребители продукция СТМ привлекает более низкой ценой, а производителей – гарантированным заказом от ретейлера.

Тернистый путь к покупателю

Основные задачи, которые производители одежды и обуви для детей продолжают решать по сей день, – это разрушение прежних логистических цепочек и невозможность переводов за рубеж. Кроме того, большой удар был нанесен по текстильной отрасли из-за землетрясения в Турции – для многих предприятий это поставщик номер один по тканям и фурнитуре. Как следствие, компании, работающие с качественными текстильными материалами, столкнулись ещё и с недостатком сырья.

В нашей стране фурнитуру для детской одежды только начинают производить в достаточных объемах, а значит, ее опять-таки нужно закупать за рубежом. Продукция хо-



Компания-производитель школьной формы Sky Lake



№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
1	ООО «ТД «Батик»»	1 466 746	↑ 42,0%	6685111422	14.13	Свердловская
2	ООО «ППО «Орбита»»	1 285 604	↑ 2,5%	4401044669	14.13	Кострома
3	ООО «Галерея детской одежды»»	946 178	↑ 42,7%	7715474308	14.13	Москва
4	АО «МПШО «Смена»»	710 745	↑ 24,0%	7716221243	14.13.2	Москва
5	ООО «Скай Лэйк»»	607 954	↓ 12,7%	5027207883	14.13	Московская обл.
6	ООО «Карамелли»»	327 706	↑ 4,3%	7724680145	14.13	Москва
7	ЗАО «Пеплос»»	294 898	↑ 9,9%	7420000334	14.13.21	Челябинская обл.
8	ООО «Артель»»	265 884	↑ 36,2%	710603408	14.13.21	Тульская обл.
9	ООО «Арктилайн»»	252 853	↑ 14,1%	7701334854	14.13	Москва
10	ЗАО «Александрия»»	240 457	↑ 7,2%	2309009595	14.13	Краснодарский край
ИТОГО		4 932 279	17,27			

рошего качества стоит дорого. Естественно, это сказывается на цене готовых изделий.

Помимо этого, в условиях экономического перехода производителям сложно прогнозировать спрос на детскую одежду и обувь. И если для новых игроков в детском сегменте стоит выбор, на какую торговую площадку идти с товаром, то крупные игроки ищут новых потребителей, осваивая зарубежные рынки.

Анастасия Василькова, совладелец и директор по развитию ТМ «Шупет»:

«При выходе на зарубежные рынки мы используем два основных формата. Мы работаем и готовы работать с сетями, а также предлагаем франшизу. У нас есть позитивные кейсы работы нашей бизнес-модели на международном рынке. Но его рассматривать как единое целое, у каждой страны свои особенности. Например, в Индии предпочтительнее работать через франчайзи, в Дубае — одним из самых сложных рынков для выхода — лучше

работает стратегия открытия собственных магазинов».

Офлайн против онлайн

Один из главных вопросов для любого производителя — как реализовать свою продукцию. И здесь существенным фактором, влияющим на формирование потребительских привычек, стал рост популярности электронных маркетплейсов, который был зафиксирован в начале 2022 года и продолжает расти ежегодно на 50%. Онлайн сегодня приобретает 65% детских товаров.

Родители идут в онлайн-магазины в поисках качественной одежды по более доступной, чем у традиционного офлайн-ритейла, цене.

Производителям, в свою очередь, становится все более выгодно работать с крупными маркетплейсами за счет большого объема продаж и обширной географии. У них уже налажены логистические цепочки и каналы сбыта. Этот канал продаж для новых брендов порой един-

ственная возможность заявить о себе.

К снижению посещаемости сохранившихся магазинов в этом сегменте на 25% привел и уход с рынка иностранных брендов и приостановка развития крупных сетей детских магазинов.

В период пандемии сетевые продуктовые гипермаркеты расширили свой ассортимент товарами для детей. Из-за нехватки специализированных магазинов детских товаров родители активно покупают там одежду и обувь, что также влияет на перераспределение точек сбыта.

Генеральный директор компании ООО «Гулливер Групп» **Наталья Рыжкова**: «И онлайн, и офлайн-покупки будут развиваться одинаково бурно, онлайн-торговля дает возможность жителям маленьких городов ни в чем не отставать от жителей мегаполисов и не зависеть от расстояния. Онлайн-покупки — это свобода, а розница — возможность пообщаться».



При этом производители одежды и обуви зачастую не могут однозначно сказать, какой канал продаж дает большую прибыль – в розничных магазинах или через маркетплейсы.

Из минусов розницы – ограниченная площадь, высокая цена привлечения клиента, необходимость крупных вложений в открытие торговых точек и зарплату персоналу. Из плюсов – возможность личного общения с покупателем, шанс убедить или предложить купить что-то из предпочитаемой линейки, закрепить лояльность бонусными картами и подарками.

Что касается электронных площадок, то благодаря огромному охвату аудитории производители отмечают возможность прийти со своей продукцией в регионы, где у предприятия нет розничной сети.



Генеральный директор
ООО «ППО «Орбита»
Мария Чекшезерова:

«Три года назад мы начали продажи на маркетплейсах, и видим ряд плюсов. Во-первых, маркетплейс – это бесконечная “витрина”: количество товаров, представленных здесь, значительно превышает количество товаров в физическом магазине. Также мы имеем большие данные для аналитики продаж, что позволяет расширять ассортимент. Мы анализируем не только свои продажи, но и продажи конкурентов. Тем самым мы управляем ценой и количеством ассортимента, что позволяет увеличить выручку».

Растет и у российских производителей интерес к франчайзингу. Эксперты отмечают, что в условиях дефицита доступных кредитов для многих компаний по производству детской одежды франчайзинг



Компания-производитель школьной формы «Шупет»

становится возможностью расширить присутствие за счет открытия партнерских точек, а у потребителя появляется возможность получить в магазинах партнеров тот же уровень сервиса и единые привилегии, что и в магазинах розницы, несмотря на то в каком городе он совершает покупку.

Школьная форма – просто одежда

Центральной темой обсуждения Национального съезда производителей школьной формы, который АИДТ провела при поддержке Минпромторга России, стала инициатива по введению стандарта на школьную форму.

Авторы заверяют, что стандарт не призван регламентировать внешний вид формы или ее сырьевой состав и не приведет к подорожанию одежды для школы, а скорее должен служить неким маркером

безопасности, комфорта и качества товара.

Однако в России уже есть технический регламент, где указаны требования к одежде для детей и подростков, в том числе к школьной форме. Новый стандарт в части условий противоречит действующему регламенту, требования которого являются обязательными. Это неизбежно создаст путаницу и значительно усложнит работу швейных предприятий.

Помимо этого, введение стандарта приведет к значительному росту расходов на производство и подорожанию одежды для школы. К примеру, новый проект содержит дополнительные требования к качеству и безопасности формы, для оценки которых испытательным лабораториям необходимо будет аккредитоваться на более чем 20 методик испытаний, не требуемых для обычной одежды. Также в предлагаемых условияхкратно возрастет и стоимость испытаний.



Начальник центра физико-химических и биологических испытаний ФБУ

«Ростест-Москва» Ольга Воронцова:
«Понадобится закупка дорогостоящего специализированного оборудования. Например, для определения стойкости к пиллингу нужен прибор, который стоит около 1 млн рублей. Чтобы определить устойчивость окраски к свету, придется приобрести оборудование ценой от 8 млн рублей, а для определения изменения размеров после пяти циклов – эталонную стиральную машину ценой от 2,5 млн рублей и так далее».

При этом нужно помнить и о потребителе, который поставлен в рамки экономического кризиса. Эксперты уверены, что из двух внешне одинаковых блузок или рубашек, одна

из которых сделана по ГОСТу и более дорогая по стоимости, родители выберут более дешевый вариант.

Производители школьной формы единодушны в своем мнении: новый стандарт не приведет к позитивным результатам.



Директор по развитию ТМ «Шупет» **Анастасия Василькова:**
«Введение ГОСТа нецелесообразно. Уже есть техрегламент на детскую одежду. Это достаточно жесткие всесторонние требования к производству. На мой взгляд, школьная форма – не униформа, а повседневная одежда, она должна быть удобной, функциональной, из качественных материалов. Поэтому я не считаю, что нужны какие-то “сверхстандарты” для этого типа изделий».

Споры у промышленников вызывает и намерение увеличить воздухопроницаемость для некоторых тканей: сейчас этот показатель равен 70%, предлагается увеличить его до 85%.



Директор по производству одежды для детей «МПШО “Смена”» **Светлана Ерина:**
«Улучшение гигиенических требований по гигроскопичности и воздухопроницаемости повлияет на ухудшение потребительских и эксплуатационных свойств одежды».

Бизнес-меры: что ждут предприниматели от власти

Производителям детской одежды, и в том числе школьной формы,



Компания-производитель школьной формы «Шупет»



Фото из фотобанка АИДТ

нужны меры государственной поддержки — субсидии, льготы, пониженное налогообложение.

По данным центра мониторинга АИДТ, за 2023 год средний объем рынка школьной формы — 70 млрд рублей. Это достаточно крупная часть отрасли, и ее проблемам и запросам следует уделить особое внимание.

Так считают и профильные ведомства, которые в последнее время вводят новые меры поддержки. Тем не менее проблемы все еще остаются.

Продолжает действовать постановление правительства РФ «О внесении изменений в Правила предоставления субсидий из федерального бюджета российским организациям на компенсацию потерь в доходах, возникших в результате производства камвольных и (или) поливискозных тканей, предназначенных для изготовления одежды обучающихся (школьной формы) в начальных классах».

Теперь российские производители школьной формы могут получить субсидию на компенсацию потерь в доходах из-за роста цен на ткани. Представители отрасли отмечают, что это высокоэффективная и востребованная мера. Однако тревогу вызывает предусмотренное в новом бюджете значительное сокращение субсидии — с 398 млн рублей до 100 млн рублей.

Второй актуальный вопрос связан с льготной ставкой НДС. Производителям школьной формы экономически невыгодно выпускать форму для подростков, поскольку они не получают никаких послаблений. При этом запрос рынка на такую одежду, безусловно, есть. АИДТ выступает с инициативой расширения льготы на одежду для девочек ростом от 172 см и мальчиков ростом от 182 см.

Выступая на Национальном съезде производителей школьной формы, первый заместитель председателя комитета Госдумы по международным делам **Светлана Журова** рассказала об отдельной законодательной инициативе депутатского сообщества, которая касается спортивной обуви. Пока эта категория продукции не вошла в расширенный перечень, инициаторы продолжают работу над обоснованием льгот.

«Мы понимаем, что пролонгированный эффект от инициативы будет позитивно отражаться как на здоровье и благополучии наших детей, так и на возможности развития новых производств, увеличения объемов в части производства спортивной детской обуви. Причем необходимо понимать, что спортивная

обувь зачастую является и сменной, то есть частью школьной формы для ребенка», — сказала Светлана Журова.

В свою очередь **Антонина Цицулина** отметила, что такие государственные программы, как концепция развития детско-юношеского спорта, открытие школьных клубов, ставят необходимость дополнительного приобретения детской спортивной одежды и обуви. В тоже время они стимулируют промышленность и производство отечественными компаниями детской спортивной обуви и спортивной формы.

Еще одна проблема, озвученная на съезде, — нехватка кадров. Средний возраст швей на производствах детской одежды составляет 60 лет, и если ситуация не изменится, то через пять лет детскую одежду в России шить будут иностранцы.

Гендиректор фабрики «Орбита» Мария Чекшезерова: «Сегодня на рынке сложно найти квалифицированных инструкторов, технологов, дизайнеров. Помочь в решении этого вопроса может сотрудничество с университетами и колледжами: на практику придут студенты, которые позже смогут работать на предприятиях уже дипломированными специалистами».

Решить эту проблему призван федеральный проект «Профессионалитет», объединяющий образовательные учреждения и предприятия в кластеры.

Кроме того, на съезде подчеркнули особую важность анализа региональных практик введения мер государственной поддержки, который позволит внедрить лучшие из них на федеральный уровень.

КОТМАРКОТ

одежда с любовью и заботой



СДЕЛАНО
В РОССИИ



НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ
БРЕНД ГОДА
В РОССИИ

Детский мир
СЕТЬ МАГАЗИНОВ



WILDBERRIES



lamoda



OZON



Choupette

ИП Василькова Анастасия Валентиновна, 121601, г. Москва, Филевский бульвар, д.28 кп.382 ОГРН 3077700005123643

**16 ЛЕТ НА РЫНКЕ
100+ ФИРМЕННЫХ МАГАЗИНОВ
ВО ВСЕМ МИРЕ**

Инвестиции от 6 000 000 рублей
Окупаемость от 6 до 18 мес

- Модная одежда и обувь (0-12 лет)
- Школьная форма (1-11 класс)
- Наряды для праздников и церемоний
- Комплекты и конверты на выпуск
- Крестильные наборы
- Нижнее белье, термобелье

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ!

Директор по развитию и франчайзинговой программе: Анастасия Василькова

+7 (903) 766-45-44, corp@my-choupette.ru

WWW.CHOUPETTE.RU

АНАСТАСИЯ ВАСИЛЬКОВА: ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ ОДЕЖДЫ НУЖНЫ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ ПРОДВИЖЕНИЯ РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ

Директор по развитию бренда детской одежды ТМ «Шупет» Анастасия Василькова рассказала «Вестнику ИДТ» о ситуации в отрасли, трендах ближайшего будущего, а также о том, какие меры поддержки востребованы отечественными производителями.



ВИДТ: Какие основные вопросы нужно решить легкой промышленности сейчас?

— У нас наступило непростое время. Проблема номер один — дефицит кадров, практически полное отсутствие на рынке специалистов со средним профессиональным образованием и специалистов рабочих профессий. Таких как швея раскройщик, специалист ВТО и так далее. Если учитывать, что до этого практически десятилетия в стране не готовились эти кадры, то мы попадаем сейчас не только в демографическую дыру 1990-х годов, но и в кадровую дыру, возникшую из-за отсутствия профессионального образования в этой отрасли.

Вторая проблема — отсутствие качественного сырья и фурнитуры отечественного производства, которые бы позволили производителям одежды конкурировать на мировом рынке.

Существует международное разделение труда. Одна страна — ведущий производитель кружевных изделий, другая — фурнитуры, третья — костюмных тканей и так далее. Это невозможно сразу импортозаместить.

Для того чтобы быть сильным игроком на международном рынке, нужно продолжать закупать то сырье, которое есть у мировых лидеров отрасли. Соответственно, есть проблемы как логистические, так и финансовые. Они, я думаю, бьет по многим игрокам рынка, и их также нужно решать в первую очередь.

**ВИДТ: Что помогло Вашей компании сохранить лидирующую позицию на рынке в непростой экономической ситуации?**

— Начиная с 2014 года мы уже пережили парочку, а то и троечку экономических кризисов, связанных с различными мировыми или локальными обстоятельствами. Я думаю, что любая компания, кпрошедшая через все последние кризисы, сделала это благодаря комплексу причин, который и помог ей в непростых экономических реалиях.

Если говорить о нашей компании, то, наверное, в этот комплекс входит в первую очередь профессионализм сотрудников, потому что именно он помогает быть гибкими в кризисах. Команды, где профессиональные сотрудники работают как единое целое, могут пережить непростые ситуации.

ВИДТ: Какой ключевой тренд текущего и 2024 года в отрасли Вы бы назвали?

— На мой взгляд, основной тренд — это увеличение конкуренции в отрасли легкой промышленности и, в частности, в производстве детской одежды.

На самом деле, многие западные игроки с рынка не ушли, они «переоделись» и остались. Кроме того, детскую одежду стали шить производители взрослой одежды, в сектор пришли новые «иностранцы». В итоге уровень конкуренции, который был до 2022 года, только вырос, причем как минимум вдвое.

На мой взгляд, это основной тренд текущего года, отражающийся не только на потребительском пове-

дении, но и на структуре производства в России, на конъюнктуре рынка.

Думаю, что в 2024 году он продолжится, даже усилится. Игроки, которые вступили в игру с новыми инвестициями, с новыми идеями, будут бороться за место под солнцем. Так что, скорее всего, нас ожидает ужесточение конкурентной борьбы в этом сегменте.

ВИДТ: Как Вы в целом оцениваете меры поддержки государства легкой промышленности и, в частности, производства детской одежды и обуви?

— Сегодня существует достаточно большое количество мер поддержки от государства, в том числе для легкой промышленности. И для стартапов, и для оснащения производства, и по компенсации различных видов деятельности. Основная проблема — сложно отследить все существующие меры государственной поддержки, потому что они исходят от разных департаментов.

Но они действительно есть, ими можно воспользоваться, и было бы здорово, если был бы какой-то единый источник, который аккумулирует все.

ВИДТ: Нужно ли, на Ваш взгляд, расширить льготную ставку НДС на подростковую одежду и обувь?

— Этот вопрос давно, уже десятилетия, обсуждается на разных уровнях. Конечно, расширение льготной ставки НДС стало бы хорошей поддержкой для производителей одежды и обуви.

Так, например, в последнее время наблюдается такое явление, как акселерация. И если 15 лет назад мы

увеличивали ступню новорожденного, потому что малыш не влезал в комбинезон, то этот же ребенок, которому сейчас 15 лет, не влезает в детскую одежду, обувь.

Мы поддерживаем идею расширения льготной ставки НДС на подростковые размеры одежды и обуви, поскольку это позволит нам производить больше соответствующих товаров. Таким образом будет преодолен дефицит определенных размеров детской одежды, который есть в связи с различием ставок НДС.

ВИДТ: Какие еще меры поддержки были бы востребованы отраслью?

— Я считаю, что было бы важно добавить меры поддержки, направленные на продвижение российских брендов. Реклама на телевидении и в интернете стоит достаточно дорого. Это закладывается в себестоимость товара, а она сейчас и так растет.

Так что если были бы предложены меры поддержки, которые будут компенсировать или авансировать маркетинговые мероприятия национальных производителей, то это было бы, конечно, значимой поддержкой как для бизнеса, так и в конечном итоге для потребителя.

ВИДТ: Нашей ассоциации 15 лет. Что Вы можете пожелать ее участникам?

— Последние годы были особенно яркими, ассоциацией проделана огромная работа. Хочется пожелать всем игрокам рынка набраться терпения и терпимости, оптимизма и энергии, чтобы преодолеть кризисы, найти источник энергии, который вдохновит на новые подвиги и свершения.

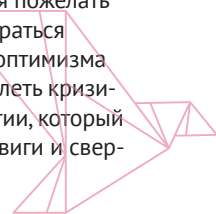


Иллюстрация предоставлена киностудией «Союзмультфильм»



БРЕНД В ПОМОЩЬ



ВРЕМЯ НОВЫХ ГЕРОЕВ: КАК МЕНЯЕТСЯ ЛИЦЕНЗИОННЫЙ РЫНОК В РОССИИ

В последний год большинство СМИ как некую мантру повторяют мысль о том, что иностранные бренды, покинув Россию, освободили ниши для отечественных производителей. Но насколько это соответствует действительности? «Уходят, да не прощаются» – так можно описать сегодняшнюю ситуацию на российском рынке детской лицензионной продукции. Иностранные бренды в том или ином виде по-прежнему присутствуют в «лицензионке» и все так же пользуются спросом.

«У многих участников рынка есть иллюзия, что сейчас идет плавный переток аудитории от западных к российским франшизам, – говорит генеральный директор АО «Издательский дом “Лев”» **Олег Вишняков**. – Однако отечественные анимационные студии, как правило, пока не выдают продукт того же уровня, что иностранные правообладатели – качественный, конкурентоспособный, привлекательный с точки

зрения лицензиатов. Кроме того, бюджеты российских правообладателей по продвижению лицензий, маркетинговой поддержке также не сопоставимы с зарубежными. В итоге иностранные франшизы продаются лучше».

Мнение издателя разделяет и **Юлия Голова**, руководитель лицензионного направления киностудии «Союзмультфильм». «Занять ниши, которые, ка-



Иллюстрации предоставлены киностудией «Союзмультфильм»

залось, навсегда заполнили зарубежные контент-мейкеры, включая Disney, можно только сделать качественный рывок, – отмечает она. – Нужно в разы повысить профессиональный уровень российского лицензионного рынка, который пока еще довольно молод».

Ветер перемен

Тем не менее ситуация на рынке лицензионной продукции постепенно меняется. Если раньше «иностранцы» занимали на нем почти 90%, то за последние два года доля российских лицензий в сегменте TV/Digital увеличилась на целых 38%. Иностранные франшизы при этом рост не показали. Доля игрушек с отечественными лицензиями в этом сегменте достигла 37% (два года назад эта цифра составляла 27%) и 21% по выручке (в 2021 году – 19%, в 2020 году – 17%).

Лицензионные игрушки занимают порядка 20% рынка. При этом 60% от их общего объема приходится на мультипликационных и ТВ-героев. Лидирующие места в продажах традиционно у мягких игрушек,



Фото из фотобанка АИДТ



№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
1	«СОЮЗМУЛЬФИЛЬМ» (производственная кооперация)	1 465 788	↑ 18%			
1.1	ООО «СОЮЗМУЛЬФИЛЬМ»	1 012 405	↑ 30,7%	7731393568	59.11	Москва
1.2	АО «КИНОСТУДИЯ «СОЮЗМУЛЬФИЛЬМ»»	453 383	↑ 45,4%	9715404978	59.11	Москва
1.3	ГК «СОЮЗМУЛЬФИЛЬМ»	0	0,0	7707328769	59.11	Москва

№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
2	«РИКИ» (производственная кооперация)	1 023 490	↓ 16,7%			
2.1	ООО «СКА «ПЕТЕРБУРГ»»	337 086	↓ 31,9%	7825497675	59.11	Санкт-Петербург
2.2	АО «АЭРОПЛАН»	233 690	↓ 30%	7709602495	59.11	Москва
2.3	ООО «СМЕШАРИКИ»	342 626	↑ 27,6%	7825500631	59.11	Санкт-Петербург
2.4	ООО «АЭРОПЛАН СТУДИЯ»	110 088	↑ 16,8%	7709734371	59.11	Москва

№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
3	ООО «СТУДИЯ «ПАРОВОЗ»»	757 012	↓ 24,98%	7725383191	59.11	Москва

№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
4	МАША И МЕДВЕДЬ (производственная кооперация)	447 880	↓ 17,18%			
4.1	ООО «МАША И МЕДВЕДЬ»	216 860	↓ 9,3%	7717673901	59.11	Москва
4.2	ООО «СТУДИЯ «АНИМАККОРД»»	137 390	↑ 4,8%	7717611253	59.11	Москва
4.3	ООО «АПЦ»	93 630	↓ 44,9%	9717076680	59.11	Москва
5	ООО «СТУДИЯ «МЕТРАФИЛЬМС»»	420 691	↑ 104%	7703780519	59.11	Москва

ИТОГО ПО ЛИДЕРАМ АНИМАЦИОННЫХ СТУДИЙ		4 114 861	-2,6			
---	--	------------------	-------------	--	--	--

кукол и фигурок героев. Активно приобретают лицензии производители одежды, обуви, канцелярии, мебели, посуды, предметов гигиены.

В разных сегментах «лицензионки» импортозамещение происходит с разной скоростью, отмечает **Майя Москвичева**, генеральный дирек-

тор «Мармелад Медиа» (входит в ГК «РИКИ»). Есть сегменты, где глобальные мейджоры диктовали повестку годами, а российским студиям практически невозможно было проникнуть в ассортимент — зато сейчас фокус внимания переместился к контенту локальных производителей.



«Динамичнее всего замена зарубежных товаров отечественными происходит на полках FMCG (повседневный спрос) и в сегменте fashion, — говорит эксперт. — В первом случае мы видим существенную ротацию некоторых ассортиментов и желание российских производителей скорее занять



долю, при этом есть и заводы, и компетенции, и команды, готовые к рывку вперед. В fashion среднестатистический потребитель охотно переключается с международных марок на российские, а те, в свою очередь, расширяются на фоне ухода «глобалов» и сложностей с логистикой и оплатами. Это значит, нас ждет больше проектов с российскими художниками, фильмами и, конечно, с анимационными героями».

Производители также отмечают, что заинтересованы в продукции с персонажами отечественных мультфильмов.

«В прошлом году компания «Бытпласт» выпустила новую линейку посуды для детей от 3 лет, поэтому мы рассматривали в первую очередь лицензии, которые предназначены для детей от 1 года, с ядром целевой аудитории 3–7 лет, — рассказывает дирек-



Фото предоставлено компанией «Бытпласт»



Фото предоставлено компанией «Бытпласт»

тор по развитию компании **Ольга Муравьева**. — Критериев выбора у нас было много: от финансовых (стоимость лицензии, минимальная гарантия) до того, насколько конкретная лицензия популярна у целевой аудитории. Кроме того, мы смотрели, насколько материалы стилиздов «лягут» на нашу продукцию. В итоге мы выбрали Ми-ми-мишек и не прогадали: линейка вошла в топ-10 самых популярных лицензий, товары с которыми приобретали родители во втором полугодии 2022 года. Коллекция получилась яркая, она была очень позитивно воспринята как ретейлом, так и покупателями».

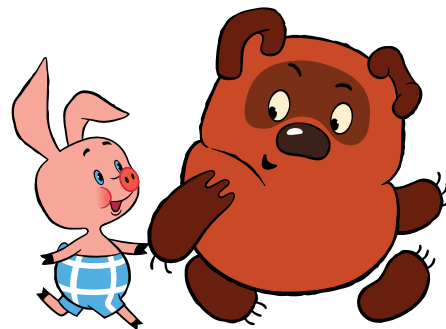
Новые вызовы — новые решения

Однако есть отрасли, где импортозамещение проходит совсем не просто, и на него требуется больше времени. Например, в производстве игрушек, где есть «сложные» коллекции героев с огромным количеством молдов — специальных форм для изготовления объемных деталей.

«Нужны творческие и инженерные команды, способные разработать востребованный продукт, с чутьем трендов и по-

ниманием инсайтов в детской игре, нужна сильная производственная база, — считает **Майя Москвичева**. — Вывод продукта на рынок ускоряется, но при этом скоростные тренды живут недолго, нужно уметь быстро насытить рынок. Также необходимы практические знания в построении культового бренда, как это сделала компания Lego и многие другие».

Здесь скрыты большие возможности, еще не подкрепленные нужной технической базой. Специалисты и команды уже есть, но в России их немного. Пока локальные бренды не могут похвастаться захватом долей



Иллюстрации предоставлены киностудией «Союзмультфильм»

крупных производителей игрушек — а она была выше 30% у тройки лидеров в объеме продаж. Именно эти компании диктовали моду в сегменте лицензий.

Чтобы увеличить востребованность российских брендов, нужно научиться работать по мировым стандартам, уверена и **Юлия Голова** из «Союзмультфильма»: заранее планировать выход контента, определить бюджет на его продвижение, а также на продвижение лицензионных товаров, выстраивать маркетинг-планы, оказывать помощь лицензиатам в работе с сетями.

Это большой вызов, который требует масштабной перенастройки. Однако шансы есть: количество анимационных студий в стране увеличилось за последние годы в три раза, а брендов – в десятки раз. Теперь им предстоит выйти на новый качественный уровень.

«Сейчас мало просто продать лицензию – важно обеспечить лицензиату индивидуальные условия и поддержку – например, продвижение по линии PR и маркетинга, – отмечает эксперт. – Думаю, после периода некоторой турбулентности мы увидим новый ландшафт лицензионного рынка, где будут лидировать те, кто может дать весь спектр необ-

ходимых для качественной работы услуг».

Потребитель уже избалован зарубежным профессиональным подходом к реализации лицензионных сделок, говорит один из основателей и председатель совета директоров группы компаний «РИКИ», соавтор идеи сериала «Смешарики» **Илья Попов**. Для того чтобы отечественная лицензионная продукция заняла на нем достойное место, необходимо, чтобы больше инвесторов, и в первую очередь частных компаний, участвовало в создании российских медийных брендов, считает он. Для этого необходимо создать условия, при которых лицензиатам будет

выгодно вкладывать деньги в отечественное.

«Если вы покупаете широко известный в мире лицензионный бренд, то вы просто привозите в Россию уже готовый товар, – поясняет свою мысль **Илья Попов**. – Если же это нераскрученный бренд, вам нужно вложить деньги в пресс-формы, разработку дизайна, упаковки и многое другое. Очень часто это сдерживающий фактор при запуске производства лицензионной продукции».

По мнению эксперта, нужен дополнительный рычаг, ресурс, который поможет инвесторам проголосовать за российский бренд.



Фото предоставлено компанией «РИКИ»



Лицензиаты — производители детских товаров — также отмечают, что им нужна поддержка извне. «Для нас выбор героев отечественных мультфильмов понятный и простой, — говорит **Ольга Доротюк**, генеральный директор фабрики игрушек «Весна». — Для нас важно, чтобы наши дети росли, воспитывались на героях российской анимации. Сегодня мы выпускаем игрушки — героев мультфильмов “Барбоскины”, “Три кота”, “Волшебная лавка Есенин”».

Однако процесс создания лицензионных игрушек действительно весьма затратный, подчеркивает предприниматель. Помимо изготовления пресс-форм и покупки лицензии, нужно вкладывать деньги в маркетинг, рекламу и продвижение продукции. Если производители получают поддержку по этим направлениям, то на полках магазинов появятся больше героев российских мультфильмов, уверена **Ольга Доротюк**.



Фото предоставлено фабрикой игрушек «Весна». Кукла Есения

К примеру, государство может компенсировать затраты роялти (регулярный платеж за использование объектов интеллектуальной

собственности), которые составляют порядка 12%, считает **Олег Вишняков**. В таком случае у производителя появится серьезный дополнительный стимул создавать продукцию по российским лицензиям.

Эту инициативу поддерживает **Александр Саблуков**, генеральный директор компании «Ноль плюс медиа». «В принципе, мы как правообладатели можем найти лицензиата, который произведет продукцию в Китае, привезет сюда, и финансовый результат будет тот же, что и в случае с российским, — говорит бизнесмен. — Но, конечно, нам гораздо больше хотелось бы видеть отечественные товары на полках магазинов — в этом случае нивелируются логистические и валютные риски. Поэтому мы как медиа готовы предоставлять свои ресурсы для продвижения отечественных лицензионных товаров».



Фото предоставлено компанией «Ноль плюс медиа»

Господдержка

Для того чтобы потребитель осознанно выбирал российские товары, произведенные по лицензии, сначала должны появиться крупные национальные бренды. На сегодняшний день эту задачу сложно решить без маркетинговой поддержки и мер продвижения отечественных детских товаров в СМИ.

«Любая форма поддержки, которая затрагивает индустрию лицензионных товаров, имеет двойную эффективность, — подчеркивает **Александр Саблуков**. — Она помогает одновременно развиваться и производителям детских товаров, и правообладателям анимационных брендов, стимулируя и тех и других увеличивать инвестиции, создавать больше проектов. Причем поддержка актуальна по всем направлениям бизнеса: капитальные затраты на оборудование и пресс-формы, разработка дизайна продуктов, маркетинг, дистрибуция и лицензионные платежи. Затраты на все эти составляющие лежат в основе себестоимости готового продукта, и при наличии эффективных форм субсидирования будет расти его конкурентоспособность».

В мае 2023 года Владимир Путин подписал распоряжение Правительству РФ, в котором поручил представить предложения по поддержке использующих образы героев произведений отечественной детской литературы и мультипликационных фильмов отечественных производителей товаров для детей, в том числе по субсидированию части расходов на развитие производства таких товаров и использование указанных образов.

Уже через несколько месяцев Агентство стратегических инициатив (АСИ)

В МАЕ 2023 ГОДА ВЛАДИМИР ПУТИН ПОДПИСАЛ РАСПОРЯЖЕНИЕ, В КОТОРОМ ПОРУЧИЛ ПРАВИТЕЛЬСТВУ РФ ПРЕДСТАВИТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПОДДЕРЖКЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ ОБРАЗЫ ГЕРОЕВ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ КНИЖЕК И МУЛЬТФИЛЬМОВ

в рамках исполнения поручения президента представило в Аппарат Правительства РФ и в Минпромторг РФ ряд предложений по субсидированию. Эксперты основывались на анализе рынка, проведенном АИДТ. Ассоциация предложила предоставить выплаты:

- на изготовление, приобретение и аренду необходимого оборудования, в том числе пресс-форм;
- на заключение лицензионных договоров, позволяющих использовать образы героев произведений отечественной детской литературы и мультипликационных фильмов при производстве детских товаров;
- на разработку промышленного дизайна указанной продукции.

Еще одна инициатива АСИ — проработать предложения об усилении мер по борьбе с распространением контрафактной продукции. В связи с этим лицензионный комитет АИДТ будет на постоянной основе проводить исследования рынка детской

лицензионной продукции. Сбор данных поможет изучение маркированных товаров. Эксперты надеются, что благодаря ему участники лицензионного рынка смогут получить необходимую им статистику, проводить аналитику и видеть, какую долю рынка занимает продукция, сделанная по лицензии.



Иллюстрации предоставлены киностудией «Союзмультфильм»



МЕДИАТРЕНДЫ: ЧТО ВЫБИРАЮТ ДЕТИ В ИНТЕРНЕТЕ

Компания Mediascope исследовала медиапотребление детей и подростков от 4 до 17 лет, проживающих в городах России с населением более 100 000 человек. Размер группы – около 11,5 млн человек.

Технологический прогресс привел к тому, что интернет стал для современных детей максимально естественной средой. Даже в 4–5 лет интернетом хотя бы изредка пользуются 87% детей, а чем они старше, тем больше времени проводят

в Сети. Например, не меньше четырех часов в выходные проводят онлайн 14% детей 4–5 лет, 25% детей 6–8 лет и уже 42% детей 9–11 лет.

Смартфон – главный, но не единственный девайс в руках ребенка.



Интернет: объемы использования

Пользуются интернетом



53% Каждый/ почти каждый день

44% Умеют пользоваться самостоятельно без взрослых



68% Каждый/ почти каждый день

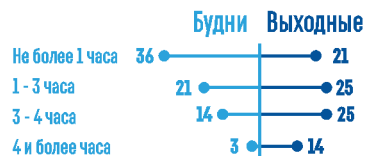
76% Умеют пользоваться самостоятельно без взрослых



68% Каждый/ почти каждый день

76% Умеют пользоваться самостоятельно без взрослых

Продолжительность пользования за день (% от всех)



Факты о подростках 12-17 лет

97% аудитория за месяц

95% среднесуточная аудитория

380 минут - среднесуточная продолжительность пользования интернетом (среди всех 12-17 лет, включая не пользователей)

359 минут на смартфоне

*Mediascope Cross Web (Россия 100k+, май 2023, Desktop & Mobile, автоматическое измерение - принципиально другой способ сбора данных) Mediascope Kids&Teens

Устройства, доступные детям



Что делают в социальных сетях



У детей есть богатый выбор устройств для выхода в интернет. У 35% малышей 4-5 лет уже есть личный смартфон, а те, у кого гаджета нет, почти всегда могут рассчитывать, что свой телефон дадут родители. Собственным планшетом распоряжаются 34% детей и подростков от 4 до 17 лет, ноутбуком – 22%. Почти у четверти из ребят в детской стоит телевизор с функцией Smart TV или с приставкой.

Какой контент любят смотреть по ТВ или в интернете



Что делают в соцсетях

Социальные сети занимают заметную долю в структуре интернет-активности детей и подростков. Четверть малышей от 4 до 8 лет заходит в них хотя бы раз в месяц, а среди подростков от 12 до 17 лет этот показатель достигает уже 94%.

До 12 лет, пока круг общения ограничен в основном семьей, социальные сети, как правило, служат детям источником контента, прежде всего в формате клипов. Тинейджеры продолжают смотреть в соцсетях видео, слушать музыку и играть в игры, однако теперь они начинают активно использовать

функционал для общения: обмениваются сообщениями, следят за новостями друзей, выкладывают сами и комментируют чужие посты, фото или видео.

У детей наиболее популярны из социальных сетей «ВКонтакте» и TikTok. Likee больше нравится девочкам, Twitch – мальчикам. Дети умеют пользоваться VPN и потому могут заходить в Instagram (принадлежит Meta, деятельность которой признана в России экстремистской и запрещена), однако из-за блокировки они причисляют этот сервис к трендам прошлого.



Какое видео смотрят

Видео — ключевой формат контента, потребляемого детьми и подростками. Причем им интересен не только «длинный» контент от профессиональных студий, но и видео от блогеров, геймеров и просто обычных пользователей.

Источником видео является в первую очередь (но не только) YouTube.

Детей привлекают продукты, снятые не только в Голливуде, но и в Корее, Турции и других странах. Но самыми популярными остаются отечественные фильмы, сериалы и мультфильмы.

«Несмотря на ограничения последних лет, связанные с детским контентом в YouTube, этот сервис остается для нас основным по охвату аудитории, — говорит **Александр Саблуков**, генеральный директор компании «Ноль плюс медиа». — *Всего наши*

мультфильмы, среди которых “Ми-ми-мишки”, “Сказочный Патруль”, “Лео и Тиг”, “Кошечки-собачки” и другие, на русском языке в YouTube посмотрели более 8 млрд раз. Просмотры на других языках — английском, испанском, португальском, итальянском, арабском, хинди- составляют сотни миллионов.

При этом существенный рост показывают российские видеосервисы, активно набирающие аудиторию, — “Kinopoisk”, Okko, Kion, “Иви”, Start, Premier, VK video и другие. Также мы один из немногих правообладателей, у которого есть собственный онлайн-кинотеатр для детей — “Мульт”. Все наши премьеры выходят прежде всего там».

Видеоблоги смотрят 32% детей 4–8 лет и 48% детей 9–17 лет. У блогеров детям интересны прежде всего лайфхаки (44% детей от 14 до 17 лет), распаковки товаров (41%), а также видео, посвященные обычной жизни сверстников (29%). Наименее популярны интервью

(10%), фитнес-тренировки (8%) и советы психологов или ролики для медитации (7%).

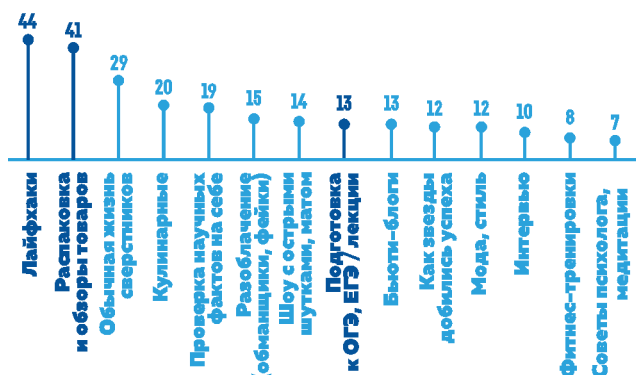
Среди любимых авторов — Влад А4, Дима Масленников, Валя Карнавал, Даня Милохин, Настя Ивлеева, Миша Литвин, Дава, Брайан Мапс, Эдисон, стримеры Дмитрий Куплинов, Windy 31. Чем старше дети, тем более разнообразны их интересы и тем требовательнее они становятся к качеству контента.

Что считают модным

Именно с видео подростки нередко связывают передовые технологии — об этом говорит показатель «Тренд Индекс», рассчитанный Mediascope. Количество тех подростков, которые называют явление модным или развивающимся, сопоставляется с количеством подростков, которые утверждают обратное. Чем больше индекс, тем более современным и привлекательным явление кажется подросткам.

Блогеры: популярные тематики % от 4-17 лет

Популярные темы программ, шоу, блогов



Популярные у детей



Тренды: технологии

Считают более модными



Мальчики

Киберспорт
Метавселенная
Игровые приставки
Marvel
NFT
Стриминг
Виртуальная реальность VR/AR
Дроны
Крипта, криптовалюта
Видеоигры

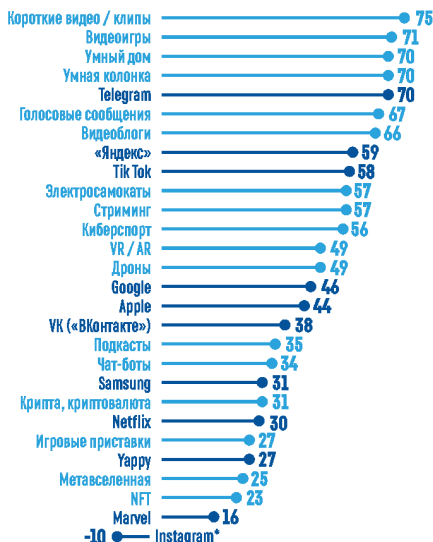


Девочки

Голосовые сообщения
Instagram*
«Яндекс»
Tik Tok
Telegram
Netflix
Google
Видеоблоги

*Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской и запрещенной на территории РФ
Mediascope Kids&Teens

«Тренд Индекс»: технологии (9-17 лет)



Что читают

Хотя видео как формат потребления контента преобладает, дети продолжают читать. К бумажным носителям — книгам (кроме учебников), журналам, комиксам — обращается 80% детей 4–17 лет, к цифровым — аудиокнигам, подкастам, электронным книгам — 50% детей 4–17 лет.

Тексты и картинки: бумаги vs цифры

80%

детей 4-17 лет читают на бумажных носителях, в том числе:



73%
Читают бумажные книги



27%
Читают бумажные журналы



25%
Читают комиксы, мангу

50%

детей 4-17 лет используют цифровые носители, в том числе:



28%
Слушают аудиокниги



27%
Слушают подкасты



22%
Читают электронные книги

Дети считают модными клипы, видеоблоги, игры, стриминг и др. Из устройств они выделяют умную колонку (и вообще концепцию умного дома), из сервисов — Telegram, «Яндекс», TikTok.

«Тренд Индекс» не учитывает известность явления, поэтому в конец списка могли попасть как сервисы, которые действительно оказались в прошлом (например, Netflix), так и новые сервисы или явления, появившиеся сравнительно недавно, например, NFT или Yappy.

Каким видят будущее

Думая о будущей профессии, дети 12–17 лет чаще всего видят себя IT-специалистами, представителями творческих специальностей (актеры, блогеры, фотографы, дизайнеры и т.д.), а также врачами, бизнесменами или сотрудниками силовых структур (полиция, МЧС, армия).

Мамы были бы рады увидеть своих чад программистами, медиками или юристами. Из наименее привлекательных сценариев — будущее ребенка в качестве кадрового военного или полицейского.

Наука не выглядит популярной сферой занятий. Только 8% детей 12–17 лет в будущем хотели бы работать в лаборатории или научном центре, и лишь 5% мам детей 4–17 лет считают привлекательной для ребенка карьеру в научной сфере.



Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Юлиана Слащева,**

председатель правления киностудии

«Союзмультфильм»



Исполняется 15 лет АИДТ – ассоциации, которая действительно борется за права производителей детских товаров, отстаивает их интересы.

Это очень большой срок. Считаю, что за это время ассоциации удалось сделать невероятно много – помочь как индустрии, так смежным отраслям, в том числе анимационной отрасли, которую я представляю. Это, конечно, дорогого стоит, трудно переоценить результаты этой работы.

Искренне поздравляю ассоциацию и ее руководителя, Антонину Цицулину, с теми результатами, которых удалось добиться. Желаю еще много раз по 15 лет такой же эффективной работы – и спасибо вам огромное.



Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Александр Саблуков,**

генеральный директор компании

«Ноль плюс медиа»



На протяжении 15 лет для всей детской индустрии (и 12 лет для меня лично) АИДТ – это не только сильный институт поддержки бизнеса, законотворческой активности и профессионального развития, но и настоящий клуб ведущих специалистов отрасли. Такая атмосфера открытости, взаимопонимания и взаимопомощи была бы невозможна без личного участия и энергии лидера ассоциации – Антонины Цицулиной.

Желаю АИДТ расти и развиваться, добиваясь новых результатов во благо индустрии детских товаров, а всем ее участникам – успешных бизнес-проектов, финансового благосостояния и удовольствия от работы.



ЛАСТИК, НОЖНИЦЫ, БУМАГА



РЫНОК КАНЦТОВАРОВ: ОБСТАНОВКА СЛОЖНАЯ, НО РАБОЧАЯ

На фоне вызовов, с которыми столкнулась экономика России, ситуацию на рынке канцтоваров в 2022–2023 годах эксперты характеризуют как сложную, но рабочую. Рынок сумел избежать значительных перебоев с поставками сырья и готовой продукции. Однако по итогам 2022 года его объем снизился на 13% – в основном из-за того, что потребители переключились на более дешевые бренды.

В 2023 году спрос на канцтовары, в том числе для детей, постепенно начал повышаться. По предварительным оценкам, объем рынка в текущем году увеличился на 7%. Согласно прогнозам, к 2025 году среднегодовые темпы прироста должны составить 1,5–2%.

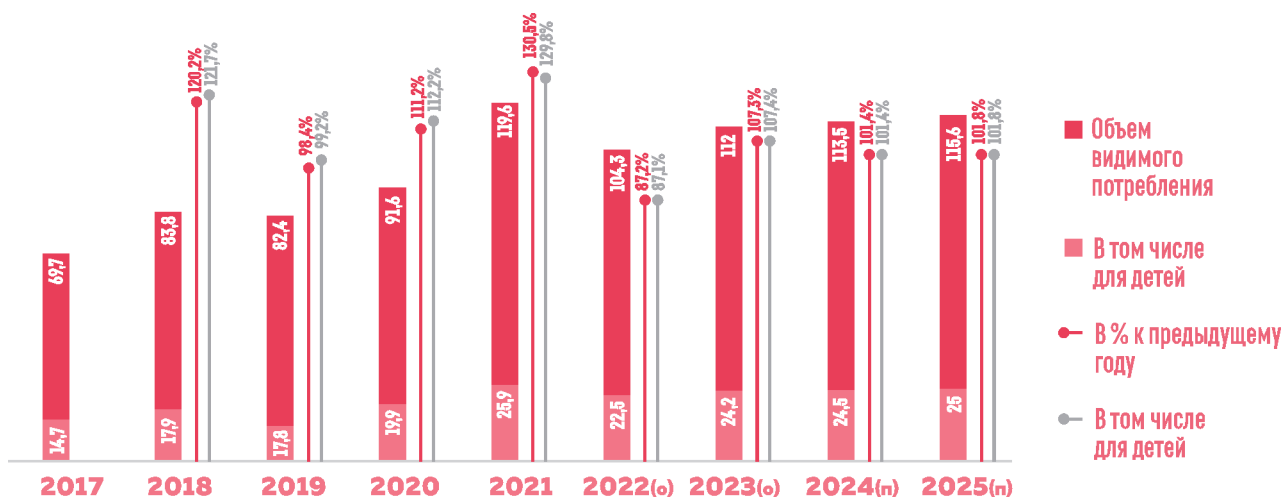
«Родное» или импортное?

Как и на другие отрасли индустрии детских товаров, на «канцелярку» оказали влияние санкции. За период 2017–2021 годов доля импорта в ряде сегментов оставалась стабильно высокой – свыше 90% в объеме потребления. В 2022–2023 годах на фоне логистических



проблем с поставками и поиска новых поставщиков российскими импортерами эта цифра понизилась до 85%.

Объем видимого потребления на рынке канцелярских товаров в 2017–2023 гг. и прогноз до 2025 г., млрд руб.



Источник: Росстат, ФТС, экспертные оценки, аналитика АИДТ

Динамика и структура рынка канцелярских товаров для детей 2017-2023 гг. и прогноз до 2025 г., млрд руб.



Источник: Росстат, ФТС, экспертные оценки, аналитика АИДТ

Ожидается, что в перспективе до 2025 года уровень самообеспеченности России канцтоварами будет повышаться за счет наращивания производства, высокой инвестиционной активности в отрасли, развития новых производств и расширения существующих мощностей. Ожидается, что к концу прогнозного периода доля импорта снизится до 77–80% с 87% по итогам 2022 года.

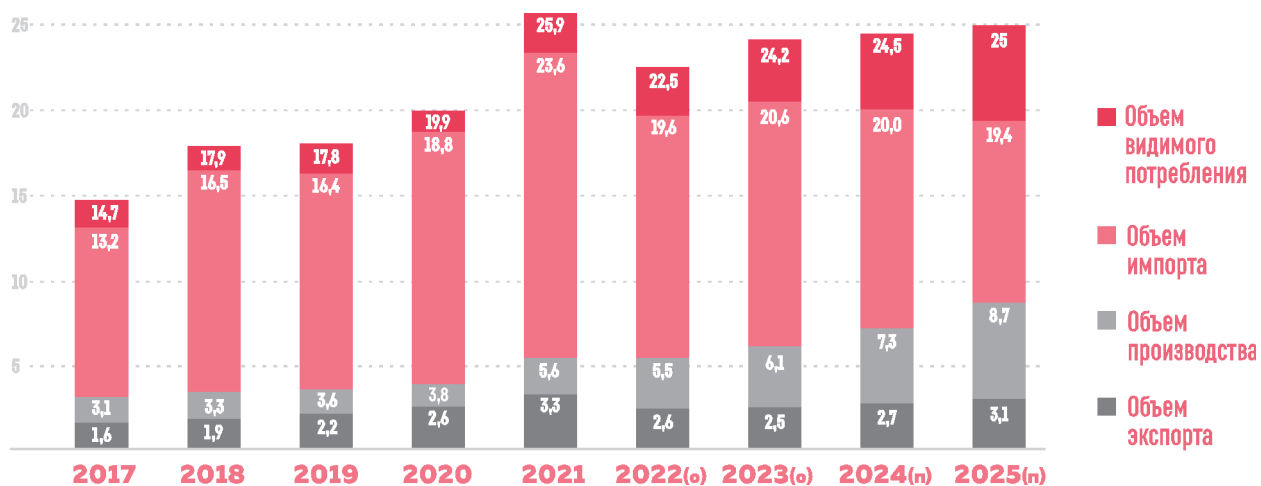
К барьерам развития рынка можно отнести:

- сохранение зависимости от импортных поставок, обострение конкуренции с китайскими производителями, лидирующими в объемах импорта на территорию России за счет низких цен. Кроме того, наблюдается высокая доля им-

порта в цепочке создания стоимости конечной продукции;

- низкая доступность отечественного оборудования для производства канцтоваров, а также комплектующих и программного обеспечения;
- наблюдаемая волатильность цен на полимерное сырье;
- снижение покупательной способности населения на фоне сокращения реальных доходов, связанного с кризисными тенденциями в экономике России в 2020–2022 годах, и соответствующая переориентация на канцелярские товары более низкого ценового сегмента.





Источник: Росстат, ФТС, экспертные оценки, аналитика АИДТ



Аркадий Костенко, генеральный директор ООО «Хатбер-М»:

«Я бы слухавил, если бы сказал, что этот год дался нам легко. Простой оборудования иногда достигали трех месяцев – вместо двух-трех дней, как раньше. И невозможно предугадать, что выйдет из строя в следующий раз. Расходные матери-

алы, аналогов которым нет в дружественных странах, везли окольными путями, с большим сверхнормативным запасом. Мало того что логистика стала намного дороже, еще и «замораживаются» деньги.

Стараемся перейти на российские материалы, даже там, где это получается дороже и не так каче-

ственно. Надеемся, что локальные производители воспользуются моментом, «подтянут» качество, и нам не придется ориентироваться на импорт. И все же, несмотря на трудности, нашему предприятию удастся сохранять уверенную позицию на рынке – здесь помогают скорость реакции на возникающие запросы и интуиция».





КАНЦЕЛЯРСКИЕ ТОВАРЫ – ПРОИЗВОДСТВО

№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
1	ПК «Химический завод «Луч»»	2 726 729	↓ 2,9%	7605014989	20.30.2	Ярославская область
2	АО «Гамма»	1 807 032	↓ 6,4%	7718101230	20.3.	Москва
3	АО «Завод художественных красок «Невская палитра»»	1 553 372	↓ 7,9%	7814013756	20.30.2	Санкт-Петербург
ИТОГО		6 087 133	-5			

№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
1	ООО «Издательский дом «Проф Пресс»»	4 996 782	↑ 21,9%	6165089795	17.23	Ростовская область
2	ООО «Хатбер-М»	4 374 950	↑ 4,0%	7709268931	17.23	Москва
3	ООО «ПЗБМ»	3 478 603	↓ 8,2%	4028051436	17.12	Калужская область
4	ООО «Полиграф принт»	1 954 648	↑ 1,8%	7607021124	17.23	Ярославская область
5	ООО «Куверт»	1 269 086	↑ 48,2%	7720671502	17.23	Москва
6	ООО «Эксмо»	1 227 494	↑ 18,5%	7708211516	17.23	Московская область
7	ООО «ТетраПром»	933 292	↑ 2,5%	3250069466	17.23	Брянская область
8	ООО «Полиграфика»	931 808	↑ 37,4%	7736168220	17.23	Москва
9	ООО «Босла»	877 571	↑ 329,9%	7706784896	17.23	Москва
10	ООО «Маяк Канц»	818 247	↑ 26,8%	5834030717	17.23	Пензенская область
ИТОГО		20 862 481	10			

КАНЦЕЛЯРСКИЕ ТОВАРЫ – ДИСТРИБУЦИЯ

№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
1	ООО «Рельеф-Центр»	31 739 006	↑ 11,2%	6227009062	46.49.33	Рязанская область
2	ООО «Офисмаг» (ГК «Самсон»)	30 069 441	↑ 19,7%	3666113066	46.49.33	Воронежская область
3	ООО «Топгифтс»	19 530 606	↑ 18,2%	7810814314	46.49.33	Санкт-Петербург
4	АО «Финсиб»	10 358 836	↑ 37,5%	5406138217	46.49.33	Новосибирская область
5	АО «Фарм»	8 134 414	↑ 2,1%	7701019588	46.49.33	Москва
6	ООО «Спейс»	7 129 597	↑ 9,1%	6230073124	46.49.33	Рязанская область
7	ООО «Офис-импэкс»	6 751 105	↑ 8,1%	3666147178	46.49.33	Воронежская область
8	ООО «Офисмаг»	6 175 069	↑ 19,8%	7707030771	46.49.33	Москва
9	АО «Офис премьер»	5 129 646	↑ 13,2%	7722789813	46.49.33	Московская обл.
10	ООО «Офисмаг-Поволжье» (ГК «Самсон»)	3 480 861	↑ 28,0%	3446012104	46.49.33	Волгоградская область
ИТОГО		128 498 581	6			

КАНЦЕЛЯРСКИЕ ТОВАРЫ – РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

№	Организация	2022	Динамика	ИНН	ОКВЭД2	Регион
1	ООО «Комус»	96 211 954	↑ 6,7%	7721793895	46.90	Москва
2	АО «Планета увлечений» (ГК «Леонардо»)	10 458 647	↑ 6,7%	7705814643	47.52.4	Москва
3	ООО «Офисмаг РТ» (ГК «Самсон»)	5 540 816	↑ 23,8%	3662149706	47.19.1	Воронежская область
ИТОГО		112 213 439	7,3			



Другие тренды рынка

Что происходит на рынке канцелярии? Можно выделить несколько тенденций.

Вполне логично, что в числе самых востребованных категорий остаются школьные принадлежности и товары для творчества. Несмотря на подорожание сырья и нестабильную экономическую ситуацию, спрос на них остается неизменным. В наборе школьника «лидируют» тетради, фломастеры, карандаши и краски. На их долю приходится в среднем по 15% от общего объема продаж.

Еще одна особенность школьной «канцелярки» в том, что для нее

характерна сезонность. Перед началом и в самом начале учебного года родители часто делают групповые закупки – большой объем с запасом сразу на весь класс.

Вторая тенденция – растущий интерес части покупателей к высококачественной продукции среднего и премиального сегмента. Особенно это заметно в категории пишущих принадлежностей, а также в категориях товаров для творчества и бумажно-беловой продукции.

Что касается противостояния «онлайн– офлайн», то здесь можно отметить две особенности. В офлайне канцтовары сейчас активно продаются в крупных сетевых магазинах.

Это дает возможность предложить покупателям товар по низкой цене, так как закупки осуществляются напрямую у производителя большими партиями.

Как и во многих других сегментах рынка, в канцтоварах онлайн постепенно завоевывает все более крупную «территорию». В ряде категорий (например, пишущих принадлежностей) на долю интернет-покупок приходится уже порядка 14–15% в деньгах и порядка 10% покупок в штуках.

Что ожидает отрасль: прогнозы рынка

В 2024–2025 годах ситуацию на рынке канцтоваров для детей будут определяющими скоростью восстановления покупательной способности населения. В среднесрочной перспективе определяющим факторами будут курс рубля, ситуация с международной и внутренней логистикой, отток/приток населения и оказание дополнительной финансовой поддержки семьям с детьми. Участники рынка позитивно восприняли новость о том, что 2024 год в России объявлен Годом семьи.

Согласно экспертизе АИДТ, драйверами развития рынка канцтоваров можно считать:

- наличие возможностей для импортозамещения и рост инвестиционной активности в отрасли в 2024–2025 годах;
- возможный запрет на государственные закупки импортных канцтоваров, который по состоянию на декабрь 2023 года обсуждается в Минпромторге России;

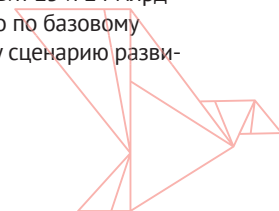
ЛАСТИК, НОЖНИЦЫ, БУМАГА

- рост региональных производств, формирование производственных кластеров в регионах вследствие экономической целесообразности децентрализации производства;
- рост численности населения школьного возраста. В 2022 году в России в первый класс пошло на 600 тыс. чел. больше, чем годом ранее, что стало рекордным показателем;
- стабильность спроса на школьные канцтовары и товары для творчества.

В рамках базового сценария развития экономики предполагается увеличение потребления канцтоваров в 2024 году на 1,4%. Это будет происходить на фоне сохранения позитивной динамики роста спроса и восстановления реальных доходов населения. Далее потребление канцелярских товаров будет увеличиваться также сдержанными темпами на уровне 2% в год.

В рамках консервативного сценария объем потребления канцтоваров будет расти более медленными темпами на фоне отложенного восстановления спроса и более низких темпов роста реальных доходов населения.

В 2024–2025 годах темпы роста потребления канцелярских товаров не превысят 1%. К 2025 году объем потребления составит 25 и 24 млрд руб. соответственно по базовому и консервативному сценарию развития рынка.



**20 ЛЕТ УСПЕШНЫХ
ПРОДАЖ**

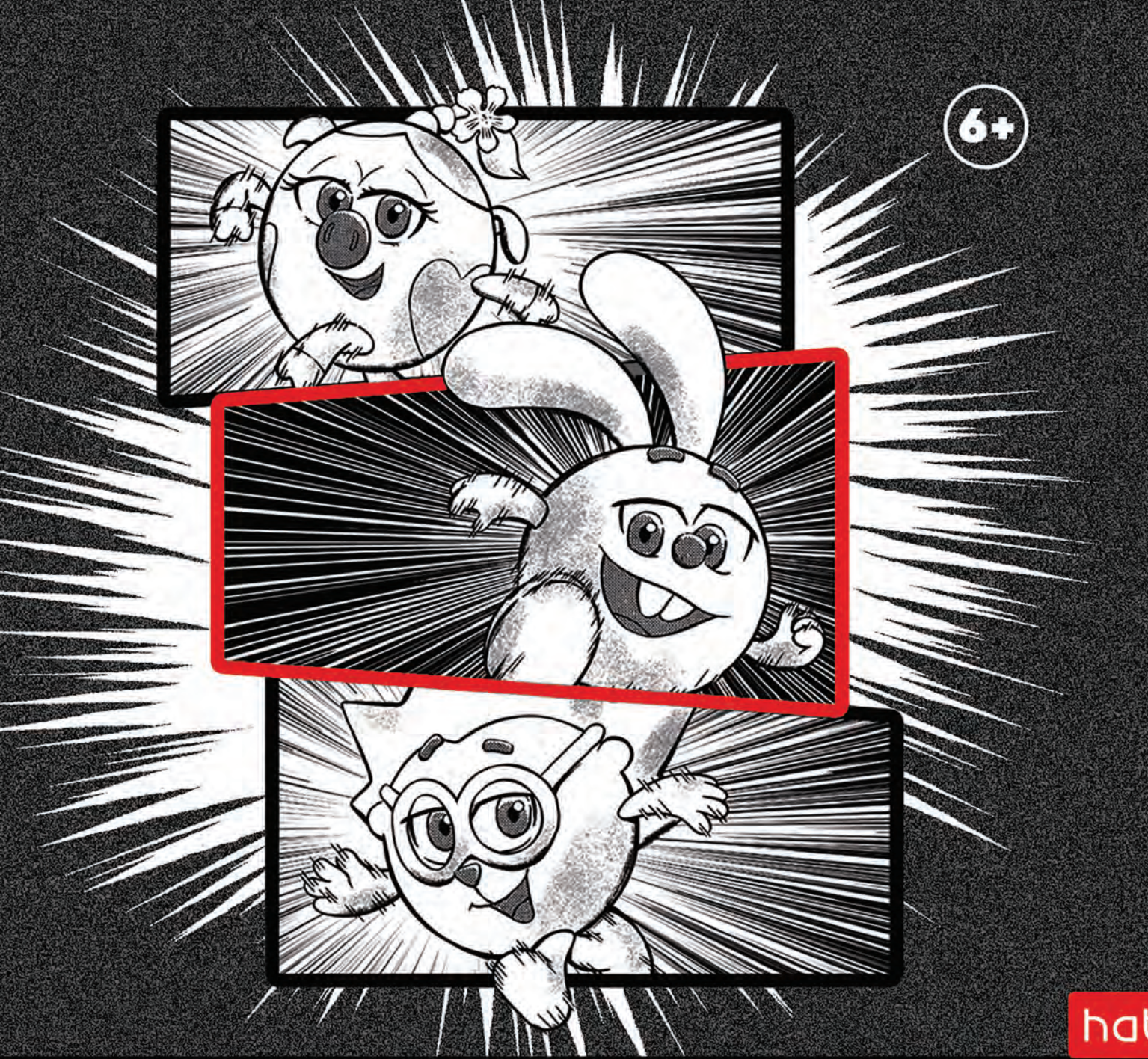
**№1 В ОСНОВНЫХ
КАТЕГОРИЯХ***

**РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ
НА ФЕДЕРАЛЬНОМ ТВ**



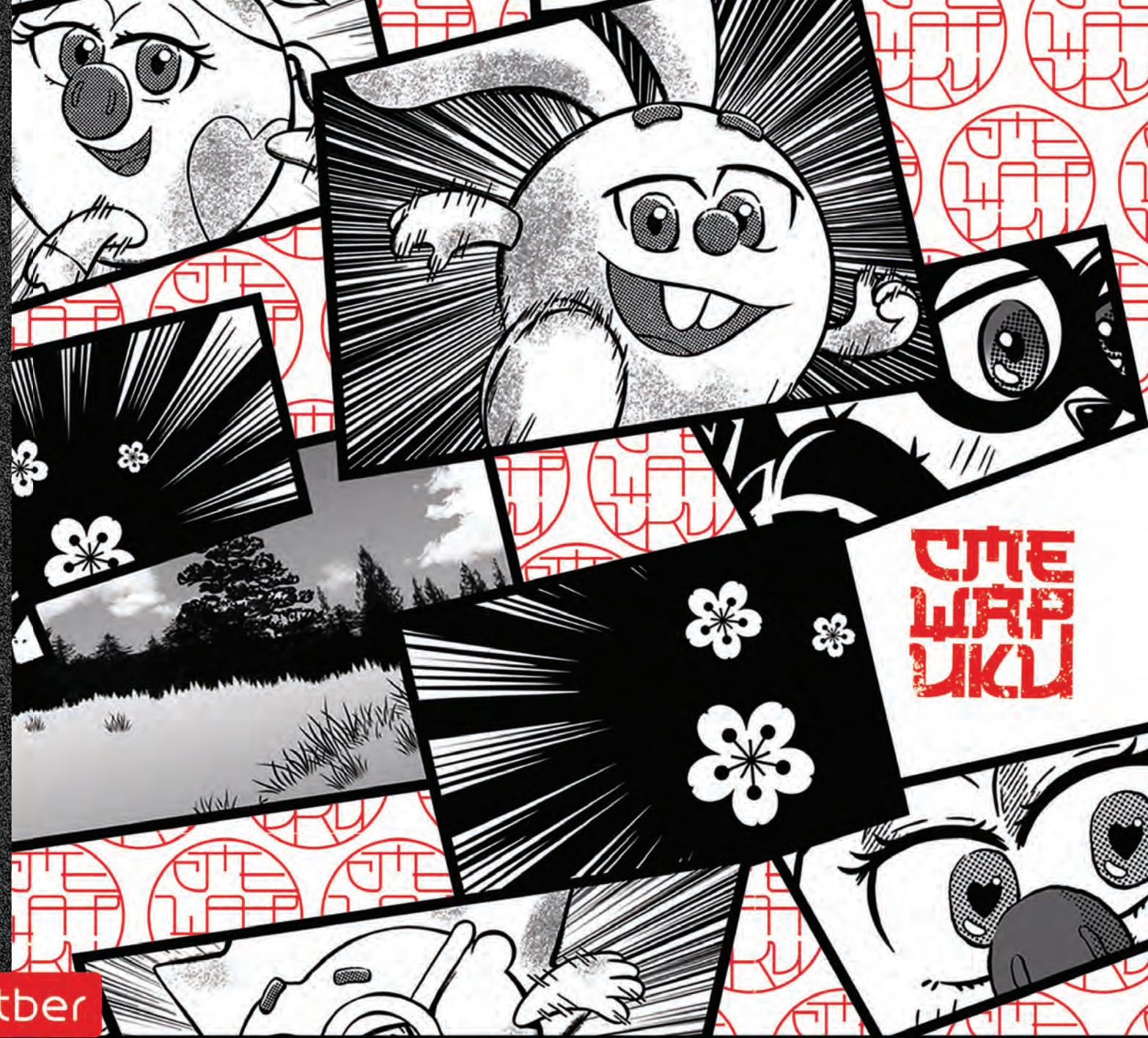
компания INFORMAT (АО ФАРМ)
тел.: +7(495)380-14-04
order@informat.ru

*В категории цветные карандаши согласно отчету GFK за 2022



6+

hatber



СМЕ
ШАР
ИКИ

ЗАЦЕНУ НОВИЇ МАНГА-СТИЛЬ!

НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ КАНЦЕЛЯРСКИХ ТОВАРОВ

буба

hatber



ВЕСЕЛЬЯ МНОГО НЕ БЫВАЕТ!

КОЛЛЕКЦИЯ КАНЦТОВАРОВ ДЛЯ ВАШЕГО НАСТРОЕНИЯ



Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Василий Фатеев,**

генеральный директор компании

INFORMAT



Для нас ассоциация предприятий индустрии детских товаров – не только площадка, объединяющая профессиональное сообщество, это еще и рупор, который открыто говорит о проблемах, поднимает острые вопросы и помогает найти решение, учитывающее интересы большинства компаний отрасли.

АИДТ можно смело назвать одной из движущих сил рынка товаров для детей. Хочу пожелать не останавливаться на достигнутом, расширять экспертизу и продолжать успешно решать задачи индустрии, столь важной для развития человеческого капитала страны.



Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Аркадий Костенко,**

генеральный директор ООО «Хатбер-М»



Компания «Хатбер-М» поздравляет Ассоциацию предприятий индустрии детских товаров с 15-летием!

Благодарим вас за величайший вклад в развитие индустрии товаров и услуг для детей, поддержку российского бизнеса и отстаивание интересов детства. Вы успешно и самоотверженно трудитесь на благо нашего общего дела.

Компания «Хатбер-М» ценит возможность быть участницей ассоциации, способствовать развитию российского предпринимательства. Нас объединяют совместные цели и задачи, искреннее стремление сделать бизнес-процессы максимально эффективными, а маленьких россиян – счастливыми.

Благодарим АИДТ за высокий профессионализм, умение сплотить команду и верность делу!



МЕБЕЛЬ НА ВЫРОСТ



ПРОИЗВОДСТВО МЕБЕЛИ В РОССИИ РАСТЕТ ВСЛЕД ЗА СПРОСОМ

Ностальгия по ушедшим иностранным мебельным брендам в России заканчивается. Наши соотечественники ждут появления сильных локальных производителей, которые будут выпускать недорогую и качественную продукцию.

Что волнует российских мебельщиков

В последние два года российский рынок детской мебели активно трансформируется. Компании расширяют ассортимент, вводят новые товарные категории, стремятся предоставить клиентам комплексные интерьерные решения, понимая, что за таким подходом — будущее.

Тем не менее острые проблемы остаются. Одна из главных — нехватка кадров, отмечает директор по маркетингу интерьерной компании Mr.Doors **Екатерина Хворостова**.

«Мы постепенно подходим к демографической яме, влияние которой ощущается уже сейчас, — говорит специалист. — Особенно это заметно на производстве, где недостаток сотрудников иногда достигает порядка 10%. Считаем необходимым на уровне правительства обсуждать возможные пути решения сложившейся ситуации и меры, которые позволят восполнить нехватку кадров. Думаю, мотивация школьников, студентов, а также жителей регионов, где есть нехватка рабочих мест, в первую очередь должна быть учтена при решении проблемы».

С этим мнением согласен и **Александр Кологреев**, генеральный директор компании по производству детской мебели ООО «СКВ-Компани». Кроме того, производитель вы-



Мебельная компания «Титан»

деляет такую проблему, как дефицит сырья, которое производители сейчас вынуждены получать от поставщиков по квотам.

Руководитель мебельной компании «Титан» из Екатеринбурга Игорь Волков среди основных трудностей отрасли назвал стремительный рост цен на материалы — в частности, плитные. **«Иногда кажется, что это спекуляция, — рассуждает производитель. — Я считаю, что необходим контроль уровня цен в условиях дефицита некоторых видов сырья».**

У производителей школьной мебели другие заботы. **Евгений Куимов**,

директор нижегородской фабрики «Комод», подчеркивает: главная «боль» этого сегмента — наличие недобросовестных конкурентов, которые участвуют в госзакупках.

«На рынке госзакупок необходимо сформировать абсолютно прозрачную конкуренцию и введение жесткого контроля качества, — уверен он. — В результате этих мер недобросовестные поставщики и производители вынуждены будут уйти».

Однако в целом ситуация для мебельщиков, выполняющих госзаказы, сейчас весьма благоприятна, признает производитель. Государство



Евгений Куимов

вкладывает большие средства в обновление школ и детских садов. Это отличная возможность реализовать продукцию.

Оснащение школ и детских садов = поддержка производителей

На протяжении нескольких лет в России действуют государственные программы по строительству, ремонту и обновлению детских садов, школ, техникумов и колледжей.

В их рамках в прошлом году было построено почти 240 садиков, а в течение предыдущих трех лет — более тысячи.

Объем финансирования программы строительства школ из федерального бюджета с 2019 по 2024 год составил почти 490 млрд рублей. В прошлом году было приведено в порядок более 1,5 тысячи зданий и свыше 250 — построено.

В феврале Владимир Путин заявил, что начиная с 2025 года федеральные средства на эти нужды будут



Игорь Волков

выделяться регионам на регулярной основе.

Подобная политика — благо не только для семей с детьми, но и для производителей детской мебели и учебного оборудования. Мебельщики могут быть уверены в регулярном получении госзаказов, что, безусловно, способствует развитию отрасли, укреплению межотраслевых связей и кооперации с образовательным сектором.

Игорь Волков рассказал, что их компания активно взаимодействует с проектировщиками, архитекторами, директорами образовательных учреждений, заведующими детскими садами, а также ректорами вузов. Подобный обмен опытом очень важен, отмечает специалист.



«Ранее мы часто сталкивались с тем, что люди, которые проектируют образовательные учреждения, не очень хорошо представляют, как должны выглядеть школы и садики. Они даже не бывали там, — говорит производитель. — Однако сегодня ситуация изменилась. Мы находимся в постоянном диалоге со всеми участниками процесса и выступаем в роли связующего звена».

Уже на старте проекта специалисты «Титана» консультируют проектировщиков и дизайнеров по всем вопросам, касающимся мебели, обязательных требований, ГОСТов, санитарных норм.



Мебельная фабрика «Комод»

**ГОСУДАРСТВО
ВКЛАДЫВАЕТ
БОЛЬШИЕ СРЕДСТВА
В ОБНОВЛЕНИЕ ШКОЛ
И ДЕТСКИХ САДОВ.
ЭТО ОТЛИЧНАЯ
ВОЗМОЖНОСТЬ
РЕАЛИЗОВАТЬ
ПРОДУКЦИЮ**

Новые льготы для маленькой мебели

В октябре текущего года произошло долгожданное событие — был утвержден закон, который расширяет перечень детских товаров, облагаемых пониженной ставкой НДС в размере 10%. В обновленный список вошли детские стулья, стульчики для кормления и манежи. Ранее подобная льгота распространялась только

на производство детских кроваток (до 120 см в длину).

В правительстве отметили, что уменьшение налоговой нагрузки поможет поддержать спрос, увеличить темпы роста рынка и нарастить долю товаров российского производства.

Производители согласны с тем, что эта мера господдержки стимулирует развитие промышленности. Налоговые льготы позволят им вложить освободившиеся средства в продвижение продукции, в развитие производства и зарплаты сотрудникам. За счет этого бизнес сможет стабилизировать цены, не потеряв прибыли.

Однако, по мнению мебельщиков, перечень нужно расширять и дальше.

Александр Кологреев отмечает: *«На сегодняшний день под льготы попадает только одна категория кроватей — для детей от нуля до трех лет. Если введут десятипроцентный НДС на другие категории, мы будем заинтересованы в производстве линейки кроватей для детей более старшего возраста. Дру-*

гие производители, которые сейчас выпускают взрослую мебель, также захотят выпускать новую для них продукцию. Это привлечет достаточное количество инвестиций, возникнет здоровая конкуренция.»

Коллегу поддерживает и президент ГК «Тополь» **Дмитрий Злобин**. *«На мой взгляд, для кроваток нужно увеличить размерный ряд, например, с 120 см до 140 см, — говорит он. — В целом же льготный НДС позволит конечному потребителю приобрести продукцию по более привлекательной цене.»*

Тренды рынка. Как российская мебель «переселилась» в интернет

Какие еще перемены происходят на российском мебельном рынке? Многие товары для детей постепенно «переходят» из офлайна в онлайн — их продажи на маркетплейсах активно растут из года в год. Не избежала этой участи и детская мебель.



Александр Кологреев



Дмитрий Злобин




Алла Котюга

МЕБЕЛЬ НА ВЫРОСТ

Для российских производителей знаковым событием стал уход с рынка шведской мебельной компании IKEA. Скандинавский бренд, который считался чуть ли не синонимом недорогой мебели, пользовался большим спросом среди семей с детьми. И хотя компания упорно стремится занять освободившуюся долю рынка, добиться идеального соотношения «цена — качество» удается пока очень немногим.

Торговая площадка «Яндекс Маркет» нашла свой путь: она наняла команду бывших менеджеров российского подразделения IKEA во главе с **Аллой Котога**. Специалист, которая ранее руководила закупочным бизнесом шведского ретейлера в России, стала директором по развитию бизнеса товаров для дома на маркетплейсе.

Команда нашла российских поставщиков, выпускающих недорогую и качественную мебель, и создала новую линейку, разработанную специально для онлайн-торговли. В результате количество запросов на покупку товаров в категории «Дом и мебель» на маркетплейсе выросло на 30%. Таким образом, появился новый покупательский тренд — выбирать мебель, в том числе детскую, в интернете.

 *«Категория мебели — самая молодая и быстрорастущая на “Яндекс Маркете”; — комментирует Алла Котога. — Год к году наблюдается прирост аудитории в три раза. Наиболее продаваемые позиции — столы и стулья, мебель для спальни, мягкая мебель, шкафы, тумбы и комоды. Бизнес продолжает расти, к нам прихо-*

дят новые партнеры, в том числе крупные розничные сети».

Специалист предполагает, что уже через несколько лет доля в продажах мебели на маркетплейсах может вырасти до 50%, то есть догнать офлайн-магазины.

Эти перемены могут показаться невероятными, ведь считается, что покупатель сначала хочет «посмотреть, пощупать, посидеть». Однако механизмы принятия решений меняются по мере роста доли клиентов из «цифровых поколений».

В целом же крупные российские производители мебели предлагают потребителю достойную продукцию, конкурентноспособную на международном рынке, отмечают эксперты.

 **АЛЬТЕРНАТИВА**
ИЗДЕЛИЯ ИЗ ПЛАСТМАСС



452615, Россия, Республика Башкортостан,
г. Октябрьский, ул. 8 Марта, 9А
тел./факс: +7 (34767) 4-34-24, 3-99-91; e-mail: tnp@alternat.ru
alternat.ru



Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Александр Колодреев,**

руководитель компании «СКВ -Компани»



От лица компании «СКВ-Компани» я хочу выразить искреннюю признательность ассоциации и ее президенту, Антонине Цицулиной, за ее целеустремленность и преданность делу. Благодаря ее усилиям ассоциация пережила настоящую метаморфозу, став центром силы и влияния в отрасли.

Особо приятно осознавать, что наша компания, находящаяся на севере и представляющая интересы индустрии детских товаров в Архангельской области, вносит свой вклад в развитие Ассоциации. Мы стремимся к активному участию в жизни АИДТ, предлагая свой опыт, знания и ресурсы для достижения общих целей.

Уверен, что ближайшее время преподнесет еще больше возможностей для Ассоциации. Хочу заверить вас, что компания «СКВ-Компани» будет продолжать активно поддерживать и развивать сотрудничество с вами.

Поздравляю АИДТ и ее президента с достигнутыми результатами и желаю дальнейших успехов на пути к процветанию отрасли. Давайте работать сообща, стремиться к качеству и безопасности товаров, к инновациям, чтобы каждый ребенок имел возможность расти и развиваться в здоровой и благоприятной среде.



Кому **Ассоциация «АИДТ»**

От кого **Дмитрий Злобин,**

президент группы компаний «Тополь»



15 лет в современной России – целая вечность! За эти годы мы прошли тернистый путь, сплотились и стали единой командой, официально признанной отраслью промышленности социально значимых товаров.

Узость внутреннего рынка товаров для детей вследствие падения рождаемости толкает нас на освоение новых территорий вне России. В этой связи первостепенной задачей для ассоциации я вижу поддержку производителей при выходе на зарубежные рынки, в том числе через активное взаимодействие с профильными госорганами для продвижения интересов участников АИДТ.

Искренне желаю нашей ассоциации дальнейшего развития и процветания через развитие и процветание всех ее участников, а нашему бессменному лидеру Антонине Викторовне – крепкого здоровья, мудрости и видения на пути к новым высоким целям!

Фото: пресс-служба ЦДМ на Лубянке



ЗАГЛЯНУТЬ В БУДУЩЕЕ



ТРЕНДЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА ДЕТСКИХ ТОВАРОВ – 2023

«Ромир» на базе Единой панели данных проводит ежеквартальное исследование «М-Пульс»**, которое позволяет оценить основные тренды потребительского рынка.

** Исследование «М-Пульс» проводится ежеквартально на базе Единой панели данных «Ромир» и включает в себя агрегированные результаты еженедельного опроса 700 верифицированных участников панели. Выборка репрезентативна взрослому городскому населению городов 10 тыс. +.

Потребительская уверенность

Индекс** потребительской уверенности россиян постепенно растет. По итогам третьего квартала он получил значение –2. После шока начала и конца прошлого года, когда индекс опустился до отметок в –20 и –9 соответственно, его значения в текущем году колебались в разные месяцы от +1 до –4. В третьем квартале мы видим, что Индекс потребительской уверенности находится в слабо отрицательной зоне. Это говорит о том, что покупатель адаптируется к текущей ситуации и начинает воспринимать ее как норму.

Разные социально-демографические группы демонстрируют разный уро-

вень потребительской уверенности. Так, мужчины чувствуют себя более уверенно (+1), чем женщины (–1). Если анализировать различные возрастные группы, то можно отметить, что наибольшую уверенность демонстрирует группа 60+ (+3), а наименьшую – группа 22–34 (–5). В различных доходных группах наименьшую уверенность показывают россияне с заработком ниже 20 тыс. руб. (–13), а наибольшую – 160–180 тыс. руб. (+20).

Безусловно, индекс напрямую коррелирует и с финансовым благосостоянием населения, поэтому на уровне доходных групп также наблюдается разница: чем меньше доход на члена семьи, тем более существенное отрицательное значение.

С точки зрения медиапотребления россияне также демонстрируют разный уровень потребительской уверенности. Так, среди тех, у кого телевидение присутствует в качестве основного источника информации, индекс потребительской уверенности составил +2. В то время как среди потребителей диджитал-контента, в том числе на YouTube, индекс уверенности резко отрицательный и находится на уровне –12.

** Расчет индекса потребительской уверенности базируется на двух вопросах, в первом из которых предлагается оценить текущую экономическую ситуацию в стране, а во втором – дать оценку тому, насколько экономическая ситуация в ближайшем будущем улучшится или ухудшится. Индекс представляет собой нормированный процент людей, оценивающих текущие экономические условия («оптимисты») минус «пессимисты», плюс процент людей, оценивающих перспективы экономических изменений («становится лучше» минус «ухудшается»). Индекс нормируется в значении от –100 до +100.

Единая панель данных «Ромир» (Romir Consumer Scan Panel) – это уникальная технологическая разработка «Ромир», благодаря которой компания собирает и анализирует данные о покупках домохозяйств и отдельных потребителей. Исследование охватывает более 40 000 потребителей в более чем 220 городах России с населением более 10 000 человек. Выборка панели репрезентирует все население России.

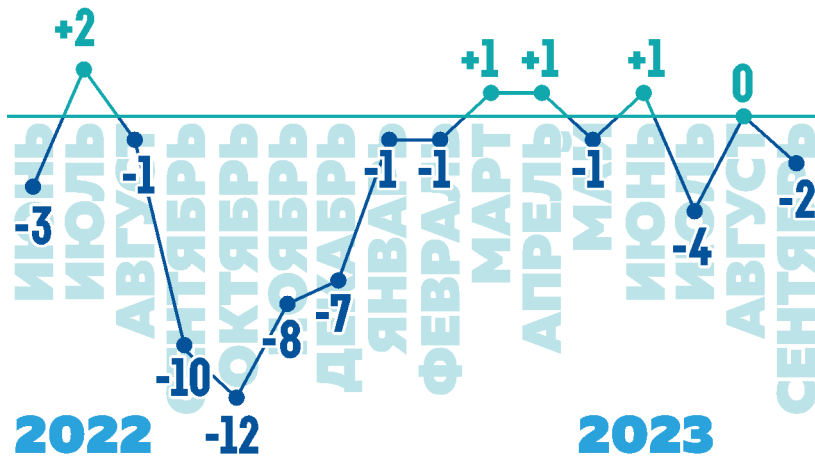
Стресс и потребление

Вместе с тем исследования «Ромир» показывают, что становится все больше людей, которые не меняют образ жизни и не подстраивают покупательское поведение под текущую ситуацию. То есть растет доля тех, кто воспринимает текущую ситуацию как сложившуюся норму. Для рынка это важно.

В 2022 году 27% россиян говорили о том, что готовы вернуться к привычному ритму жизни в течение 1 месяца, а 32% опрошенных отметили, что не меняли привычный образ жизни. В 2023 году доли аналогичных ответов изменились: к привычному образу жизни готовы вернуться 24% респондентов, а 38% признались, что не меняли образ жизни.

Исследования «Ромир» также фиксируют постепенное снижение уровня стресса. Так, в первом полугодии

Индекс потребительской уверенности



Источник: «М-Пульс», Потребительская панель «Ромир», Июнь'22-Сен'23, Россия 10+

2022 года о жизни без стресса заявляли 41% россиян. В 2023 году этот показатель вырос до 46%. Вместе с тем снижается и острота стресса. Средний балл по итогам первого полугодия 2023 года составил 6,2.

Это все еще достаточно высокое значение, но динамика относительно прошлого года заметна.

В периоды нестабильности для бизнеса важно находить точки взаи-

модействия с аудиторией. В такие моменты крайне важно быть рядом с покупателем и поддерживать его. Коммуникация может проходить в том числе через способы борьбы со стрессом. Такие сценарии, как «Прогулки», «Время с близкими» и «Вкусная еда», по наблюдениям Ромир, прочно закрепились в топе.

Если рассмотреть отдельно Москву, то видны достаточно существенные отличия. Так, москвичи в большей степени выбирают такие способы борьбы со стрессом, как «Время с близкими», «Время с питомцами», «Занятия спортом», и разные параметры, связанные с расходами: покупка новых вещей, витаминов, употребление алкоголя, посещение психолога.

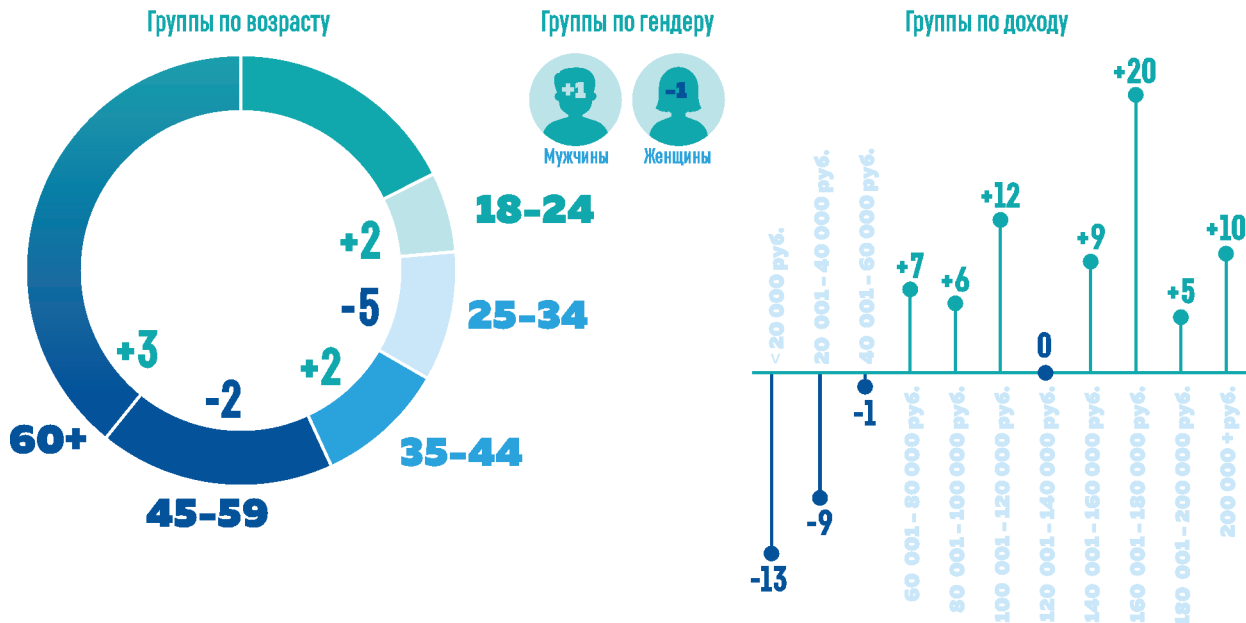
Россияне в целом и москвичи в частности пробуют разные способы борьбы со стрессом. Поэтому крайне важно исследовать и анализировать настроение аудитории



Фото пресс-службы ЦДМ на Лубянке

Разные социально-демографические группы демонстрируют различный уровень потребительской уверенности

Индекс потребительской уверенности



Источники: «М-Пульс», Потребительская панель «Ромир», Q2'23, Россия 10+

в целом, чтобы увидеть и понять как нынешняя непростая ситуация отражается на трансформации потребительской корзины.

Экономия

В 2023 году мы наблюдаем сохранение общего режима экономии. Топовые паттерны стратегий экономии 2022 года сохраняют свое значение, однако вместе с тем в текущем году заметно снижение охватов. Это говорит о том, что покупатель не просто адаптировался к текущей макроэкономической ситуации, но и перестал воспринимать свое покупательское поведение как режим экономии.

Так, топ-3 паттернов поведения за год потеряли от 5 до 7 пунктов:

отказ от дорогостоящих покупок и товаров длительного пользования (-7), сокращение расходов на отдых и развлечения (-6), перераспределение бюджета в пользу еды и самого необходимого (-5).

Если говорить о сценариях экономии в рамках сокращения расходов на еду и товары первой необходимости, то в III квартале 2023 года самыми распространенными паттернами стали переключение на товары со скидками (62%), выбор более дешевых товаров (56%) и отказ от некоторых категорий товаров (54%). За квартал значительно увеличилась доля тех, кто в целях экономии сократил число походов в магазины (41%) и перешел на покупку СТМ (собственных торговых марок) вместо привычных (36%).

Если рассмотреть ситуацию по регионам, то можно увидеть интересные отличия в вопросе отказа от некоторых категорий товаров в целях экономии. Так, жители Северо-Западного, Дальневосточного и Сибирского округов не готовы отказаться от кормов для питомцев. Северо-Кавказский и Южный регионы не представляют жизни без сладостей, а потребители Центральной части России – без кофе.

По наблюдениям «Ромир», в рамках повседневной корзины также присутствуют паттерны покупательского поведения, ориентированные на экономию. Топ-3 параметра, на которые следует обратить внимание, демонстрируют сокращение охватов, что снова иллюстрирует изменения в восприятии покупателями

Жители Москвы и МО в меньшей степени, чем жители других регионов, готовы отказаться от решений побаловать себя

Россия 10+



В меньшей степени, чем другие регионы, готовы отказаться

Северо-Западный ФО



Корма для животных

ДВ И Сибирский ФО



Корма для животных

СК и Южный ФО



Сладости

Центральный ФО



Кофе

Москва и МО



Источник: «М-Пульс», Потребительская панель «Ромир», Q2'23, Россия 10+



Фото пресс-службы ЦДМ на Лубянке

текущей ситуации. В первую очередь — это поиск промоакций (–5,7%), переключение на более дешевые ценовые решения (–7,7%), посещение магазинов с низкими ценами (–1,6%).

Детское питание и товары

В общей структуре затрат россиян сегмент детского питания находится в зоне низкой готовности отказа от покупки в целях экономии. Они теми или иными способами оптимизируют затраты на категорию. Непродуктовый сегмент детских товаров находится в пограничной зоне: покупатели, с одной стороны, не готовы экономить на качестве, но ищут более доступные и рациональные решения.

Потребители не могут закрыть все свои потребности в рамках одного формата, поэтому происходит смешение форматов покупок. В частности, «Ромир» наблюдает в рамках этой категории активный переход в онлайн, в первую очередь на маркетплейсы, которые позволяют не просто сравнивать цены, но и находить выгодные промодельные предложения.

Цена для россиян по-прежнему важна, но это не единственный критерий принятия решения. Важны также ассортимент, доверие, удобство покупки. Сегодня лидирующие компании находятся на стыке двух параметров: доверия и заметности. Через корректную коммуникацию нужно не просто привлечь покупателя, но и удержать его и фиксировать повторную покупку. Для этого необходимо изучать свою целевую аудиторию.



ЧТО РАССКАЗЫВАЕТ ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ПРОГНОЗ О РАЗВИТИИ ИНДУСТРИИ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ В РОССИИ

«Вестник ИДТ» проанализировал демографическое развитие России и то, как оно повлияет на ситуацию в индустрии детских товаров в ближайшие 5–10 лет.

Перспективы в условиях демографического перелома

Основные демографические тенденции в России схожи с глобальными: старение населения, снижение рождаемости, изменение возрастной структуры общества. Важный тренд — более поздний переход молодежи к социальной зрелости. Молодые откладывают начало трудовой деятельности, вступление в брак и рождение детей. Как следствие происходит изменение родительских стратегий.

По мнению социологов и демографов, уникальность нынешней ситуации в России в том, что страна находится на этапе демографического перелома. Это результат «эха девяностых», которое в свою очередь наложило на «эхо войны». Поколение 90-х, которое сейчас готово к вступлению в семейные отношения и рождению детей, получилось малочисленным. И похоже, что в ближайшие несколько лет количество детей в возрасте до 3 лет будет самым минимальным за последние 30 лет.

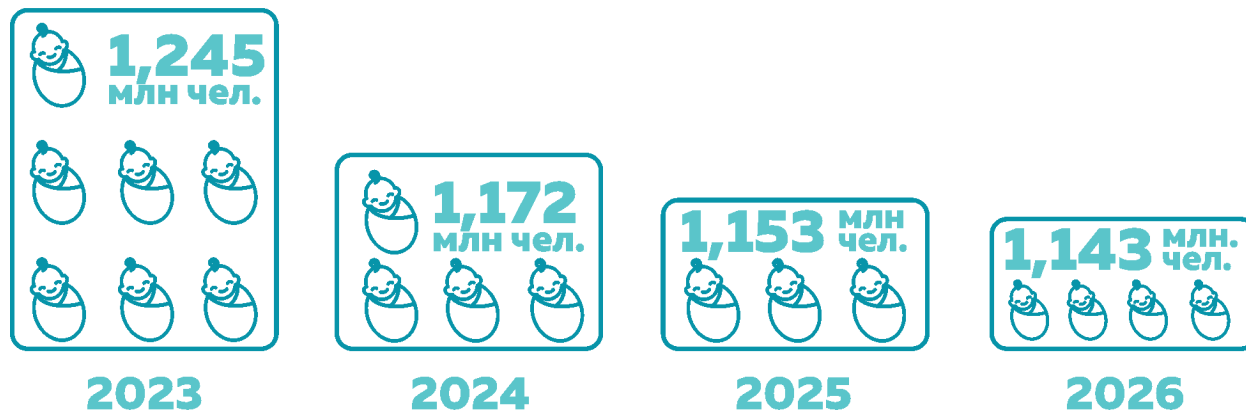
В начале октября 2023 года был опубликован проект бюджета Со-

циального фонда, где содержится прогноз рождаемости в России на 2024 год и плановый период до 2026 года. По данным Росстата, число родившихся в 2023 году составит минимум с 1999 года, когда родились 1,215 миллиона россиян. А в 2024 году это число снизится еще на 5,8% — это минимум с начала 1990-х годов.

К основной демографической проблеме России — малому числу родившихся — добавляется относительно невысокая рождаемость. Причина — снижение численности фертильных женщин.

Об этом рассказала замминистра труда и социальной защиты **Ольга Баталина** в рамках выступления на форуме «Демография и семейная политика — 2030: опора на традиционные ценности». В России фертильным считается возраст от 15 до 49 лет. По состоянию на 1 января 2022 года под эту категорию попадали 34 миллиона женщин. К январю 2031 года их число может сократиться на 1,4 миллиона. На россиянок в возрасте от 20 до 29 лет приходится

Прогноз по количеству родившихся



Источник: Проект бюджета Социального фонда



построить карьеру и только потом создавать семью. Не последнюю роль играют стремление к самореализации, поиск впечатлений и желание «пожить для себя».

Уверенности молодым семьям не добавляют жилищные условия и отсутствие устойчивой уверенности в завтрашнем дне. Что касается многодетности, к этому явлению в России сложное отношение. Это и экономически трудно, и психологически — работают негативные установки окружающих и работодателей.

Ожидается, что нынешний неблагоприятный демографический тренд, сменится после 2028 года, при переходе в «семейный» возраст поколения 2000-2010-х годов.

Таким образом, демографическая ситуация складывается для индустрии детских товаров и услуг не самым благоприятным образом. По прогнозам, на горизонте 5 лет наиболее востребованными будут товары и услуги для подростков.

44 процента всех рожденных детей. За минувшие 10 лет численность этой категории женщин сократилась на 4,6 миллиона человек. По состоянию на 1 января 2022 года в данную группу входили 7,2 миллиона человек.

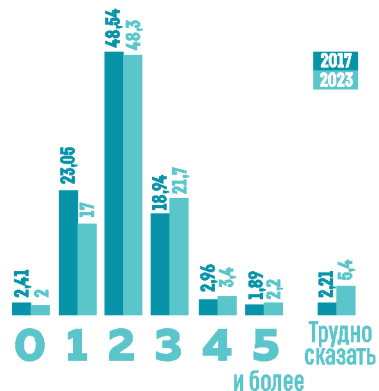
Снизился и суммарный коэффициент рождаемости — он показывает сколько в среднем родила бы одна женщина на протяжении всего репродуктивного периода. По данным Минэкономразвития, в 2022 году коэффициент составил 1,416 родившихся детей на одну женщину (в 2021 году — 1,505), что ниже уровня простого воспроизводства населения.

Максимум за последние 30 лет был в России в 2015 году (1,78). Для сохранения численности населения на одном уровне нужен суммарный коэффициент рождаемости более 2,1 рождений на женщину.

Исследование Росстата показало, что в сравнении с 2017 годом желаемое количество детей сократилось у всех категорий россиянок, кроме 10% наиболее обеспеченных.

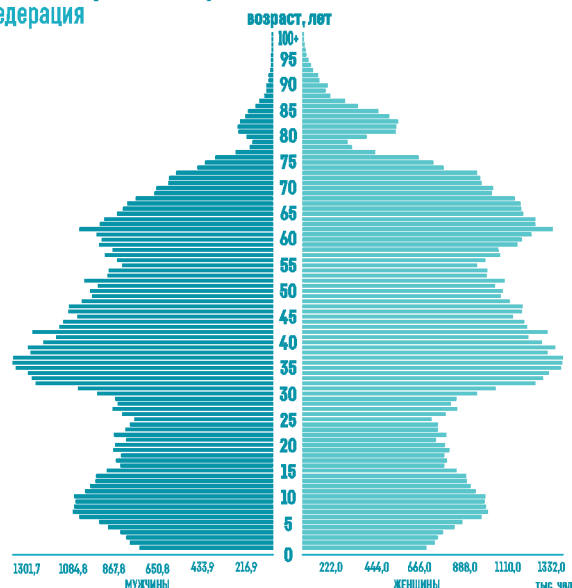
Ситуацию усложняет общемировой тренд — откладывание рождения детей на более поздний срок. Он обусловлен в том числе стремлением молодых людей — и женщин, и мужчин — получить образование,

Сколько детей хотят россиянки
Доля женщин, заявивших желаемом количестве детей, %





Возрастно-половая диаграмма населения Российской Федерации на 1 января 2023 г. (тыс. чел.) Российская Федерация



Сегодня наиболее «населенный» сегмент — дети в возрасте 5–10 лет, а в ближайшие 3–7 лет они перейдут в ранний подростковый и подростковый возраст.

Перспективы сегмента товаров для новорожденных будут зависеть в том числе от успешной реализации демографической политики по стимулированию рождаемости.

Региональные демографические программы для поддержки рождаемости

Какие меры предпринимаются на государственном уровне, чтобы решить текущие демографические проблемы? В первую очередь они

ШЕСТЬ БЛОКОВ МЕР ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ РОЖДАЕМОСТИ

Региональные меры	Включают проведение оценки субъектами России демографического потенциала, формирование линейки годового числа рождений на 2023-2025 гг., утверждение локальных программ по повышению рождаемости
Повышение уровня жизни семей и их доходов	Прежде всего, на уровне комплексной федеральной политики. Для граждан с высокой семейной нагрузкой необходимо развивать формы занятости, позволяющие совмещать работу с выполнением семейных обязанностей
Улучшение жилищных условий семей с детьми	Основной мерой может стать развитие арендного жилья, так как ипотека создает значительную финансовую нагрузку и приводит к снижению уровня жизни семей с детьми, отмечается в материалах
Совершенствование инструментов, позволяющих совмещать профессиональные и семейные обязанности	Повышение доступности и качества услуг присмотра и ухода за детьми способствует быстрому возвращению к трудовой деятельности работников с семейными обязанностями
Развитие мер, стимулирующих рождение третьих и последующих детей	Необходимо закрепить единый статус многодетных семей и базовый перечень гарантий для них
Формирование в обществе установок на повышение значимости института семьи и брака, укрепление традиционных семейных ценностей	Это в том числе современные социальные технологии, социальная реклама, онлайн-проекты, культурно-просветительские мероприятия

Источник: Минтруд России

направлены на повышение значимости семьи с детьми, профилактику прерывания беременности, создание дополнительных мест в детских садах. Важную роль играет финансовая поддержка: единое детское пособие, материнский капитал, программы по увеличению доступности жилья, единовременные выплаты по ипотеке. И этот список расширяется.

Чтобы повлиять на ситуацию, Минфин объявил об увеличении расходов на господдержку семей с детьми. В 2024 году они составят 3 триллиона рублей, что на 200 миллиардов больше трат текущего года.

Программу материнского капитала продлили до 2026 года и расширили на рождение первого ребенка. Размер маткапитала с 2024 года составит 631 тысячу рублей на первого ребенка и около 834 тысячи рублей на второго.

Федеральные методы повышения рождаемости будут дополнены региональными программами. Поручение разработать соответствующие стимулы дал президент России. Основные направления программ: повышение доходов и улучшение жилищных условий семей, расширение возможностей совмещать работу и учебу с заботой о ребенке, улучшение репродуктивного здоровья, повышение доступности дошкольного образования и другие.

Для оценки эффективности программ сформированы линейки целевых значений числа рождений на 2023–2025 гг., и в рамках ежемесячного мониторинга Минтруда регионы будут информировать о до-



стижении или рисках недостижения результатов на основе данных Росстата о количестве рождений за соответствующий месяц.

Нужен комплексный подход

Демографическая ситуация в стране складывается из уникальной демографической ситуации каждого региона. Поэтому внедрение региональных программ, разработанных с учетом специфики отдельных субъектов Федерации, — логичная мера.

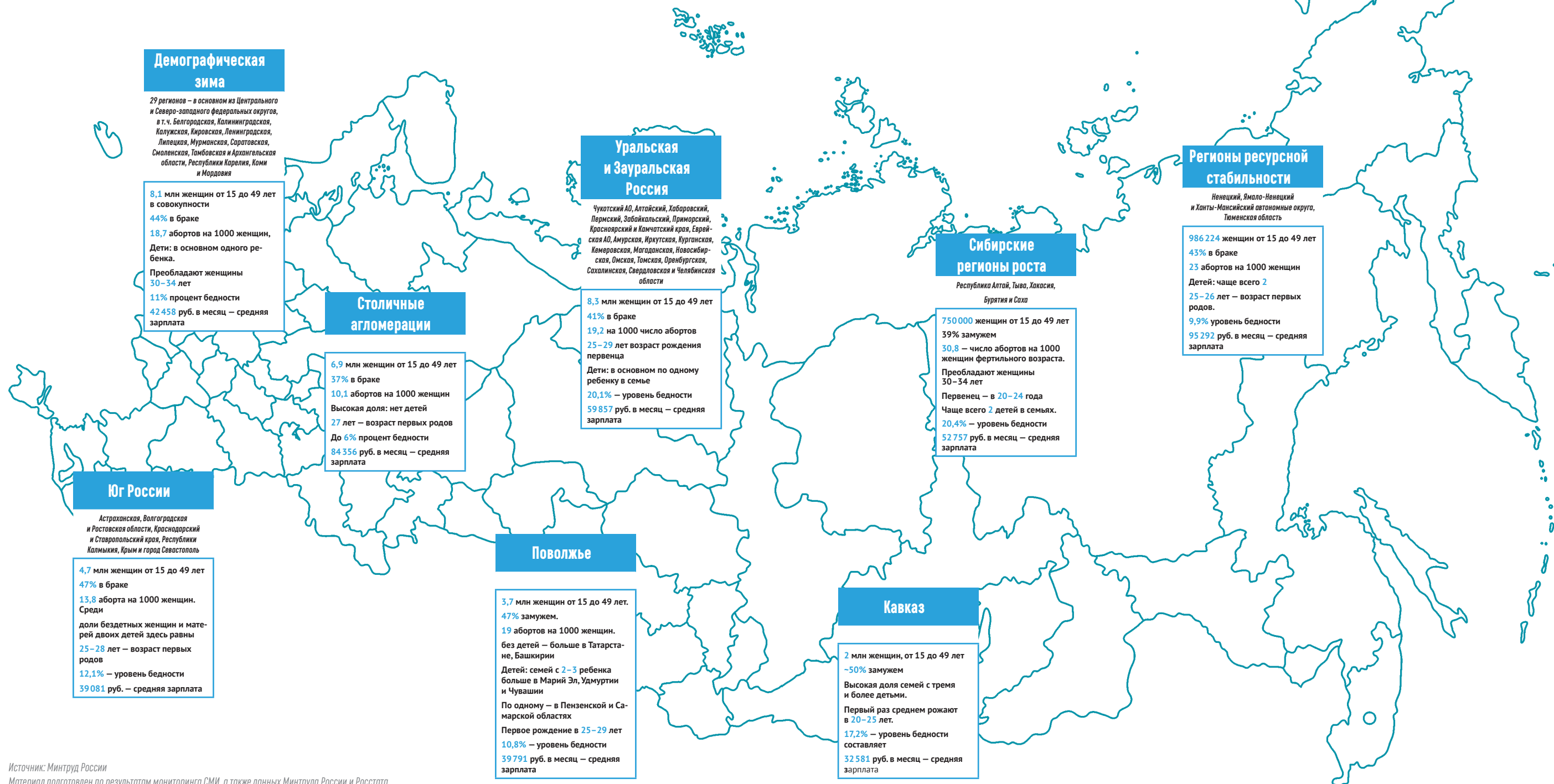
Однако наибольший эффект и для демографии, и для экономики региона принесет комплексный подход, считает президент АИДТ **Антонина Цицулина**. Нужна синхронизация социальных мер поддержки детей в каждом из регионов со стимулами для развития сегментов рынка детских товаров. Это означает комплексную поддержку, включая выделение субсидий на покупку

товаров при рождении ребенка, сборах в школу и т.д. Эти меры благоприятно скажутся на экономике.

Есть практика президентских выплат школьникам и перед новогодними праздниками, которая не только получила однозначное одобрение населения, но и доказала свою эффективность. Такие выплаты стимулировали рост отечественного производства, что, например, очень поддержало индустрию детских товаров в период пандемии.

Учитывая признание важности государственной политики в сфере детства, можно было бы подумать о введении безусловного базового дохода для детей — регулярных федеральных/региональных выплат семьям, зависящих от количества детей. Это позволит поддержать ребенка в период его взросления и развития. Такая программа стала бы весьма действенной мерой поддержки промышленности, работающей в интересах детей и семей с детьми, считает глава ассоциации.

Демографические кластеры – Минтруд России

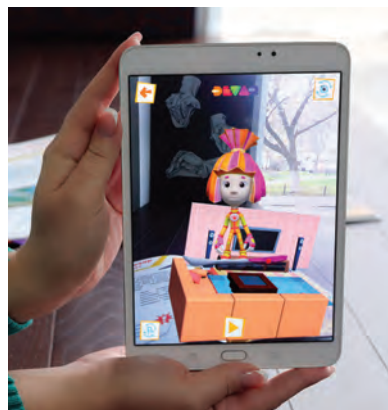


Источник: Минтруд России
Материал подготовлен по результатам мониторинга СМИ, а также данных Минтруда России и Росстата



ЧТО ДЕНЬ ГРЯДУЩИЙ НАМ ГОТОВИТ: ТРЕНДЫ БУДУЩЕГО В ИНДУСТРИИ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

АИДТ запускает новый мониторинг трендов – мы отслеживаем тренды, которые будут иметь наибольшее значение для производителей детских товаров в ближайшем будущем. Эти материалы получают отражение в форсайте, который ассоциация представит в 2024 году. В фокусе работы – как влияют на индустрию перемены в стиле жизни, технологиях, промышленности.



По прогнозам агентства
The Insight Partners
ежегодный рост
мирового рынка детских
игрушек составит
5,1% в период
с **2022** по **2030** год.
В целом рынок
вырастет с **122,9**
миллиарда долларов
в **2022** году
до **183,15** миллиарда
долларов в **2030** году,
считают эксперты

Редакция АИДТ собрала основные факторы, которые с большой долей вероятности будут влиять на развитие индустрии детских товаров.

1. «Детоцентричность». Родители меняют стратегии образования и воспитания детей

В современном мире нормативным становится образ «включенного» родителя. Больше времени уделяется совместным играм и досугу, меняются подходы к образованию. В то же время дети сами оказывают все более существенное влияние на решения касательно того, что им носить, с чем играть, какие книги читать, как проводить свободное время.

Начиная с младших классов 7 из 10 родителей, а в средней школе – 9 из 10 дают школьникам карманные деньги: около 500 руб. в неделю в начальной школе и до 3000 руб. в неделю в старших классах.

Уровень финансовой грамотности подрастающего поколения растет: 75% родителей сообщили,

что их дети откладывают деньги. Главным образом, они ставят себе цели накопить на гаджеты (33%), одежду (16%), подарки близким, путешествия и обучающие курсы (по 11%). Правда, стоит отметить, что родители, анализируя траты своих чад, беспокоятся о количестве импульсивных покупок (32%) и вредной еды в чеках (23%).

При этом карманные деньги – основной (41%), но не единственный инструмент обучения финансовой грамотности. 31% родителей объясняют азы на примере собственных трат, а остальные играют с детьми в специальные игры, например, в «Монополию» (5%), читают с ними профильную литературу (3%), записали ребенка на курсы (2%) либо доверили эту работу школе (4%).

Что это значит для производителей детских товаров

Специалисты советуют брендам развивать «семейную» составляющую, чтобы не уступить конкурентам в борьбе за покупателя. Кроме того, с учетом имеющихся финансов (и влияния на принятие решений), которыми обладают современные дети, следует признать, что их мнение учи-

тывается при покупке большинства товаров. Это означает, что производителям нужно больше внимания уделять оформлению упаковки и новым маркетинговым стратегиям.

И хотя дети, как, впрочем, и взрослые, совершают импульсивные покупки, уровень их финансовой грамотности растет, и решения становятся более взвешенными. Например, дети поколения Альфа (от 8 до 18 лет) тщательно изучают товар в онлайн перед покупкой, даже если она совершается офлайн: сравнивают цены, читают отзывы, обращают внимание на персонализированные предложения, экологичную продукцию и т.д.

2. Проникновение технологий во все сферы жизни

Процесс тотальной диджитализации набирает обороты. В обиходе появляются новые термины. Современных родителей, не до конца принявших цифровую реальность, называют цифровыми иммигрантами (digital immigrants), а современных детей, рожденных со смартфоном в руках, — цифровыми аборигенами (digital natives). Для этого поколения мобильные игры и виртуальное общение — норма.

По данным Mediascope, смартфон есть у 90–95% детей от 4 до 17 лет в России, правда, имеют доступ к Интернету всего порядка 80%.

Подростки 12–17 лет в городах проводят в сети в среднем 380 минут в день. Самыми модными явлениями в Интернете тинейджеры считают короткие видео, видеоигры, а также технологию умного дома.

Что это значит для производителей детских товаров: кейсы

Происходит смещение предпочтений от традиционных игрушек к современным и высокотехнологичным электронным игрушкам, играм с дополненной или виртуальной реальностью и т.д. Инновационные и интерактивные игрушки все больше привлекают внимание детей. Они часто включают в себя дополненную реальность, искусственный интеллект и робототехнику, обеспечивая уникальный и увлекательный игровой опыт.

Дополненная реальность

Виртуальная среда (цифровая) все сильнее интегрируется в физический мир и реальную жизнь: это явление называется Phygital. К процессу подключаются крупные правообладатели: например, «СТС Медиа» начал продавать игрушечных персонажей «Трех котов», которых с помощью смартфона и QR-кода можно «оживить» и поиграть с ними в несколько мобильных игр.

Через игры дети все глубже погружаются в метавселенную — цифро-

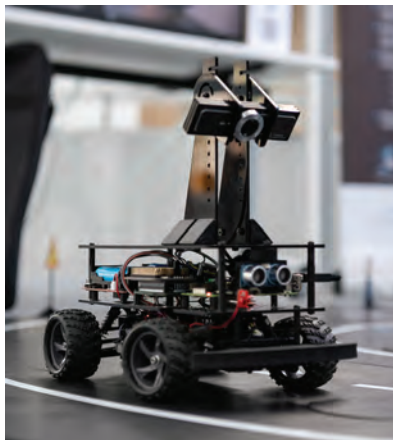
вой мир, существующий в реальном времени. Производители детских товаров используют этот тренд. Так, производитель детской одежды из Костромы «Орбита» в 2022 году запустил проект OrbyLand с собственным мерчем в игровой метавселенной Minecraft. Внутри цифрового мира OrbyLand есть копия офлайн-магазина, где можно купить лимитированную цифровую одежду, заработав «валюту» OrbyLand.

Gloria Jeans, наоборот, вдохновляется метавселенными, заимствуя для своих коллекций популярные в виртуале цвета: полночный синий, розовый коралл, графитовый и ультрафиолет.

Виртуальная реальность

В России к 2023 году появились сотни VR-парков и клубов (досуг в виртуальной реальности). Крупнейшие торговые центры по всей стране создают VR-парки (примеры в Москве — ЦДМ на Лубянке, «Остров мечты» и др.), предлагая посетителям симуляторы полетов и автомобильных гонок, VR-параплан/парашют, а также различные игры (например, квесты).





Роботы

Современные методы обучения включают применение высоких технологий, в том числе интерактивные доски, программирование и робототехнику. Обучающие системы варьируются для разных возрастов. Дети помладше собирают устройства из блоков и модулей, дети постарше учатся программировать роботизированные руки, и, наконец, в университетах роботы используются для научной и инженерной деятельности, обучения программированию для беспилотных аппаратов и т.д.

Технологические новинки активно проникают в ретейл и уже меняют стандарты обслуживания: в некоторых супермаркетах есть голосовой помощник Galina, на ПМЭФ кофе разливала робот-буфетчица Дуняша, роботы перевозят товары на складах и даже разрисовывают витрины.

Голосовые помощники и искусственный интеллект

Активнее всего дети и подростки используют голосовые помощники и ИИ в учебе: 45% школьников регулярно прибегают к помощи Алисы, Сири, Маруси и других помощников.

По данным «Яндекса», впервые число постоянно работающих станций превысило 7 млн — фактически, небольшой город-миллионник полностью подключен к «Алисе». Только во время ноябрьской распродажи 11.11 было продано 142 тыс. «Яндекс Станций» (в два раза больше, чем в 2022 году).

Голосовые помощники могут стать для детей тем удобным интерфейсом, с помощью которого они смогут управлять более сложными технологиями, сейчас для них неудобных или трудных во взаимодействии, как, например, виртуальная реальность.

Соцсети

TikTok и прочие соцсети становятся одним из самых активных каналов формирования потребительских трендов и одновременно каналом продаж из любой точки мира с доставкой практически в любую страну. Эта доступность позволила осуществлять глобальный обмен игрушками в разных культурах и регионах.

Кроме того, социальные сети и онлайн-обзоры в значительной степени влияют на выбор потребителей: родители часто обращаются за рекомендациями и отзывами



к другим родителям, а подростки ориентируются на моду на те или иные игрушки.

Компании, заинтересованные в продвижении продукции среди детей и подростков, все чаще обращаются к лидерам мнений, популярным блогерам и звездам социальных сетей. Показательно, что на выручку топ-20 крупнейших блогерских агентств в России, работающих главным образом на молодую аудиторию, блокировка Instagram и Facebook (запрещены в России) в 2022 году оказала минимальное влияние: всего –4% выручки в прошлом году и прогноз на +25–35% выручки в 2023-м.

3. Промышленность: локализация, развитие промышленного дизайна, переосмысление функционала детских площадок

Санкционные ограничения, в т.ч. ужесточение доступа к участию подсанкционных компаний в госзакупках в России, оказали существенное влияние на процессы импортозамещения. Все больше поставщиков различного игрового оборудования локализуют производство в России. В последние годы реализовано много программ по развитию городских территорий и пространств, в том числе этот процесс коснулся детских площадок во дворах и школах.

Что это значит для производителей детских площадок, игрового и спортивного оборудования

У властей и у жителей сформировался запрос на новое качество

жизни. Производителям открыт масштабный рынок строительства школ, дошкольных учреждений (с госфинансированием или государственно-частным партнерством).

Растут запросы от девелоперов жилых кварталов на рекреационные, спортивные зоны, парки, а также частные школы и площадки детских садов, помещения под которые заложены в проектах нового жилья. Например, девелоперы проектируют в игровых зонах водные объекты (сухие фонтаны, ручьи со шлюзами и водяным колесом), интерактивные и музыкальные объекты, метеостанции, игрушечные экскаваторы, конвейеры и прочее оборудование для игр с песком, и даже тематические мини-парки.

При этом пока не во всех сферах сформированы новые стандарты, в том числе под игровые пространства или рекреационные зоны для семейного отдыха. Это открывает новые перспективы для креативных индустрий.

Кроме того, в России пока отсутствует формат подростковых парков развлечений — как в формате открытых площадок, так и парков в закрытых помещениях. Парки типа «Кидбург» и «Кидзания» копируют одну и ту же модель: дети от 2 до 10 лет, семейный ресторан, комната дней рождения, дополнительные услуги, говорит основатель парков Zamanía **Павел Ковшаров**. Для подростков же можно найти отдельно скейтпарк, лазертаг и т.д., но проекта, который комплексно закрывал бы все потребности этой аудитории в одном месте, нет, в то время как спрос на подростковый досуг есть.



Фото Евгений Разумный

4. Запрос на безопасность

Безопасность игрушек и игрового оборудования — одно из ключевых требований родителей к производителям. Как глобальный тренд запрос на безопасность детской продукции только усиливается: например, в ЕС разрабатывают проект о полном запрете вредных веществ в импортируемых игрушках.

Что это значит для производителей детских товаров

Современные родители во всем мире требуют тщательного тестирования игрушек. В этом плане Россия — не исключение.

«Москва сильно испорчена хорошим качеством, — отмечает основатель парков Zamanía **Павел Ковшаров** в комментарии для «Ведомостей». — Если посмотреть зарубежный проект SuperPark, то там все сделано чуть ли не из глины и палок, а полоса препятствий — из фанеры. Я сначала думал, что это

для собак. И у них это нормально и востребовано, а если у нас такое сделать — я даже не берусь предсказать реакцию родителей и Роспотребнадзора».

С подачи родителей составляются антирейтинги, такие как «10 худших игрушек этого года», что наносит удар по репутации некоторых брендов и заставляет участников рынка делать соответствующие выводы.

Подводя итоги, стоит отметить, что нынешнее подрастающее поколение действительно не похоже ни на одно другое. Они уже в раннем возрасте получают доступ к самой разной информации, а их взгляды, поведение и потребительский выбор постоянно развиваются. С учетом покупательной способности, которой обладают современные дети, потребителю следует признать, что их мнение учитывается при покупке большинства товаров. И это мнение становится все более взвешенным и аргументированным.



АНТОНИНА ЦИЦУЛИНА: БЕЗОПАСНОСТЬ, КАЧЕСТВО И ДОСТУПНОСТЬ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ — НАШИ ПРИОРИТЕТЫ

Президент АИДТ Антонина Цицулина вспоминает о значимых моментах в истории ассоциации и рассказывает о ближайших планах сообщества.



ВИДТ: Антонина Викторовна, Вы были идейным вдохновителем и основателем АИДТ. С тех пор прошло 15 лет. Какие самые яркие моменты Вы можете вспомнить?

— В первую очередь вспоминаются трудности, с которыми мы столкнулись, когда решили учредить новую ассоциацию. На тот момент существовала Национальная ассоциация игрушечников России (НАИР). И вот, ряд наших участников активно не принял идею о создании новой организации. Опасались и того, что она будет конкурентна НАИР, и того, что не хватит времени заниматься проблематикой, которая касается не только отрасли игр и игрушек. Такая позиция для меня была неожиданной. Однако большинство производителей уже тогда осознавали, что надо нам развиваться не по отраслевому признаку, а по индустриальному.

Еще один важный вопрос, на который нужно было ответить, — кого будет объединять новое сообщество? В то время никто не понимал, что такое индустрия детских товаров. Я слышала в очень многих кабинетах: «Такой индустрии нет. Покажите нормативные правовые акты, где о ней написано». Я изучала учебники по экономике, праву, чтобы понять, каким образом создается новая индустрия.

Главное, что мы тогда решили, — это то, что мы должны быть зеркалом рынка, а значит, открыты для всех — для больших и маленьких производителей, для разных отраслей, дистрибуторов и ретейла.

Тогда, 16 лет назад, это был рынок дистрибуторов. У них были основные продажи, основная рыночная сила. И мы вывели простое правило:

сосредоточиться на продвижении только тех направлений, которые приносят в индустрию ресурсы. В единой экосистеме эти ресурсы окажут позитивное влияние на весь рынок. Мы этого принципа придерживаемся до сих пор. Мы не инициировали ни одного решения, которое ограничило бы развитие какой-либо из сторон.

Второе, о чем мы договорились: любые наши инициативы однозначно не должны приводить к повышению стоимости детских товаров либо к ограничению выбора потребителей. Меры, которые предпринимаются другими отраслями, в нашей сфере неприемлемы. Для нас доступность детских товаров была и остается одним из главных приоритетов.

Первые три года производители к нам присматривались. Нам удалось выдержать заданную планку, и это помогло: стали приходиться люди вовлеченные, они предоставляли свою экспертизу для решения тех или иных задач, рассказывали о своих проблемах. Сообщество сформировалось и начало развиваться, и у нас уже есть ряд лидеров по отраслям, те, кого можно назвать «голосом индустрии». Это уже следующий этап развития нашего сообщества.

ВИДТ: Как трансформировалась сама индустрия за это время?

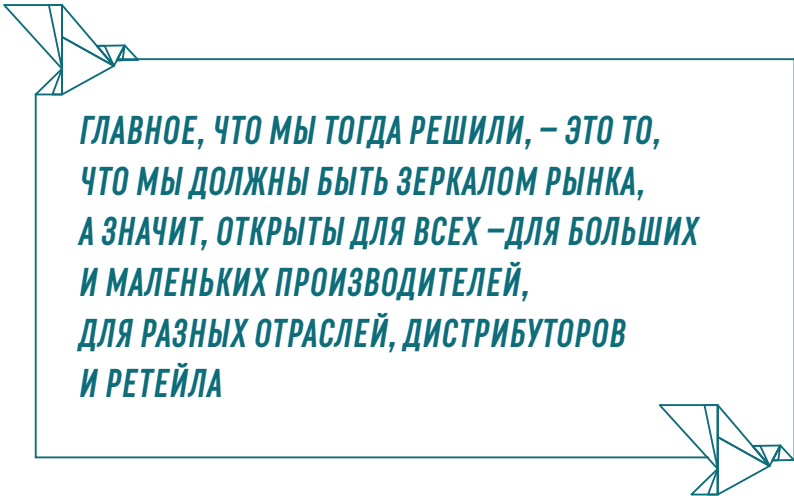
— Тут речь даже не о трансформации — мы создавали индустрию. То есть все это время занимались ее становлением, формированием, сделали так, что она нашла свое отражение в нормативных документах. И тогда все привыкли к тому, что мы говорим не только об игрушках, дет-

ской одежде или еще какой-то товарной категории.

Сегодня мы говорим о том, что индустрия детских товаров — это более 15 отраслей промышленности, более 5 отраслей сферы услуг и сервисов для детей, более 500 кодов экономической деятельности. За этим стоят миллиарды рублей, триллионы штук товаров для детей и огромное количество людей, которые очень бережно и вдумчиво относятся к тому, что они делают.

И при госзакупках в детские сады будет приоритет для отечественных игрушек. Я опять надену белый костюм, мы соберемся на нашем конгрессе, и я доложу о том, что такая стратегия подписана».

Сейчас в истории достижений нашего сообщества есть указ президента, где написано, что для формирования государственной политики по улучшению положения детей необходимо разработать стратегию развития индустрии детских товаров. Пра-



ГЛАВНОЕ, ЧТО МЫ ТОГДА РЕШИЛИ, — ЭТО ТО, ЧТО МЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ЗЕРКАЛОМ РЫНКА, А ЗНАЧИТ, ОТКРЫТЫ ДЛЯ ВСЕХ — ДЛЯ БОЛЬШИХ И МАЛЕНЬКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, ДЛЯ РАЗНЫХ ОТРАСЛЕЙ, ДИСТРИБУТОРОВ И РЕТЕЙЛА

ВИДТ: Какие самые яркие победы АИДТ Вы можете вспомнить?

— Когда я представляла коллегам стратегию развития нашей организации, я говорила о том, что такая стратегия должна появиться у всей индустрии. Помню, как Владимир Ефременко, основатель компании «Стеллар», сказал: «Ну мы же понимаем: не будет никакой государственной программы в этой сфере». И я ему ответила: «Давайте запомним этот момент. Когда-нибудь у нас будет государственная стратегия развития индустрии детских товаров, которую утвердит правительство.

вительством разработан комплекс документов по его реализации.

Начиная с 2013 года каждые 3 года обновляется план, в котором ставятся те или иные приоритеты, обозначаются и реализуются новые направления деятельности в интересах развития ИДТ.

Вместе с этим развивалась и организация. Она была еще очень молодая, слабая, было мало опыта общественной деятельности. При этом нам пришлось работать на уровне состоявшегося сообщества. Мы совершали ошибки, что-то не получилось,



были моменты недобросовестной конкуренции, управленческих просчетов. Мы прошли все этапы кризиса развития. Но вот эта сила сообщества, когда есть, на кого опереться, позволяла быстро выходить из кризиса и подниматься на следующий уровень.

Сегодня у нас огромное количество единомышленников как в бизнес-сообществе, куда входят крупнейшие лидерские организации, так и среди начинающих компаний.

ВИДТ: Вы говорите, что сначала были ошибки. А было что-то, что ассоциация сразу сделала правильно?

— Да, конечно. Во-первых, стали формировать наблюдательный совет организации, тем самым показывая, что мы будем работать открыто в очень конкурентной среде.

И во-вторых, мы начали формировать научно-экспертный совет, понимая, что мы работаем в такой социально значимой области, как сфера детства. В ней важно все, что касается качества и безопасности детства, все, что подразумевает ценность для ребенка — способствует его развитию, образованию.

Это не только B2B, но и B2G рынок. Мы работаем и для специалистов, участвующих в процессе воспитания детей. Сегодня у нас плодотворное сотрудничество с ведущими исследовательскими институтами, университетами, специализированными маркетинговыми агентствами, компаниями с очень качественной экспертизой в сфере подтверждения безопасности, оценки соответствия, методологии, технического регулирования, законодательного права.

Есть большое количество депутатов и сенаторов, которые на разных этапах помогали сообществу и продолжают помогать. Конечно, огромная благодарность Валентине Ивановне Матвиенко, которая начала нас поддерживать, еще будучи губернатором Санкт-Петербурга. И продолжила в Совете Федерации — он для нас стал своеобразным местом силы.

Хочется отметить Агентство стратегических инициатив. Наши проекты — одни из первых, которые АСИ поддерживало.

В Государственной Думе — Комитет по вопросам семьи, женщин и детей. Мы работали с многими руководителями комитета и всегда находили общий язык.

ВИДТ: У ассоциации много проектов, и каждый год появляются новые. Есть у вас любимый проект?

— Я очень хочу, чтобы у нас появилась доска почета, отраслевой зал славы, чтобы мы могли официально, на государственном уровне, давать звание «Заслуженный работник индустрии детских товаров».

Первое, что мы сделали в этом направлении, — основали Национальную премию в сфере товаров и услуг для детей «Золотой медвежонок», которая рассказывает о лидерах, лучших практиках, лучших продуктах. У нее очень сложная экспертиза, публичная защита.

Этот проект у нас, безусловно, получился, поэтому с большим удовольствием передадим ему эстафету после того, как отпразднуем юбилей АИДТ. В следующем году «Медвежонок» тоже исполнится 15 лет.

Второе — это, конечно, Конгресс ИДТ. Мы сделали отраслевую площадку, где обсуждаем актуальную проблематику. К нам любят приходить люди, которые могут транслировать повестку, которым доверяют, и по итогам этого обсуждения по нашим предложениям принимаются реальные решения.

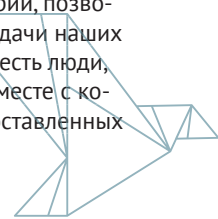
Третье — для нас есть перспектива в том, чтобы активно работать в регионах. Чем больше у нас пытаются закрыть границы, тем внимательнее нам надо смотреть на то, что у нас есть.

У нас огромная страна, любящие родители, много детей — конечно, хотелось бы, чтобы их было больше. У нас происходят кардинальные изменения в сфере государственной политики детства, и поэтому перед нами стоят большие задачи.

Как соответствовать этим вызовам? Конечно, развиваться, трансформироваться вместе с новыми технологиями, потребностями общества, с новым стилем жизни семей с детьми. Это вдохновляющая, творческая задача.

Кроме того, мы — достаточно весомый инструмент для развития общественных пространств и образовательной инфраструктуры. Нам точно есть куда расти.

Мы можем гордиться своим сообществом. У нас есть проекты, на которые мы можем «опереться», долгосрочные программы, некоторые из них реализуются уже больше 10 лет. Есть инструментарий, позволяющие отработать задачи наших участников. И главное — есть люди, участники ассоциации, вместе с которыми мы достигаем поставленных целей.





НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ
В СФЕРЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ ДЛЯ ДЕТЕЙ

**ЗОЛОТОЙ
МЕДВЕЖОНОК**



Минпромторг
России



АИДТ
Агентство
по техническому
регулированию



НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ В СФЕРЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ ДЛЯ ДЕТЕЙ «ЗОЛОТОЙ МЕДВЕЖОНОК»

ЗНАК КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ

- Главная премия в индустрии детских товаров
- Более 100 экспертов из научного, отраслевого и индустриального сообществ

ЗАЧЕМ НУЖНО УЧАСТВОВАТЬ

- Пройти всестороннюю экспертизу продукции
- Получить ценные рекомендации для развития
- Укрепить доверие потребителей к продукции и бренду



kidsaward.ru



Средство массовой информации: «Вестник ИДТ» – 2023/2024

Регистрационный номер СМИ: серия Эл № ФС77–74965 от 25 января 2019 года

Порядковый номер СМИ 1П.2023

Дата выхода в печать: 04.12.2023 год

Тираж 1015 экз.

Распространяется бесплатно

Издатель и учредитель: ассоциация «АИДТ»

Адрес: 119049, г. Москва, Ленинский пр-т, д.9, этаж 6

Телефон: 8 (499) 519–02–81

E-mail: info@acgi.ru

Типография: Onlineprint.ru

Адрес: Москва, ул. Нагатинская 16 Б

Контактные данные:

По вопросам сотрудничества и PR: pr-d@acgi.ru

По вопросам размещения рекламы: conf@acgi.ru

Авторы публикаций выражают исключительно собственную точку зрения.

Любое воспроизведение материалов и фрагментов возможно только с письменного разрешения редакции.

При перепечатке материалов сайта гиперссылка на www.acgi.ru обязательна.

Издается при поддержке Минпромторга России в рамках реализации общепромышленного проекта по развитию промышленности социально значимых товаров для детей «Устойчивое развитие в интересах детства», в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 18 января 2017 г. № 27.

Главный редактор – Цицулина А.В., президент АИДТ



ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ
к нашему профессиональному
сообществу!

ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ

**КОНСОЛИДАЦИЯ
ИНДУСТРИИ**

**СИНХРОНИЗАЦИЯ
ИНТЕРЕСОВ**

