

# YO-YO

Журнал Simba · Dickie · Group

Выпуск № 3/сентябрь 2013 г.



## Первопроходцы: **made in Russia**

История успеха: представительство  
Simba Dickie Group в России

## Словом и делом

Из Франции в Россию: игрушки  
Ecoiffier для детей, больных раком

Галина Расс,  
управляющий директор  
Simba Toys Россия

We love our job.

**Every Mark TV commercial benefits from more than 40 years of production experience and our dedication to achieving the best results for our Clients.**

**Values we will continue to hold in the future.**



Mark TV & Communication has been operating since 1970. We are an independent Italian Company with extensive experience in Italy, Europe and the rest of the World, producing commercials targeting kids and families. Our in-house facilities include: Creative,



*Play with us*

Via Colleramole 11 - 50023 Impruneta (Florence) Italy - Phone +39 0552374784 - mtc@markcommunication.com

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

Дорогие читатели,

В этом выпуске журнала YO-YO я хочу познакомить вас с нашим представительством в России. Основатели российского отделения компании и ее управляющие директоры — Борис Певзнер и Галина Расс, брат и сестра. Они основали дело более 20 лет назад и являются одними из первоходоев на российском рынке игрушек. Статья на странице 10 познакомит вас с Москвой, с рынком игрушек в России и, конечно, с местным представительством Stmby Dickie.

На странице 28 я расскажу вам удивительную историю о нашем французском партнере Жаке Экуафье и русских детях. А на странице 23 вы узнаете, что игрушки — это отнюдь не современное изобретение. Руководитель Нюрнбергского музея игрушек доктор Хельмут Шварц рассказывает о том, как игрушки эволюционировали из обычных предметов.

Девочки любят все розовое, а мальчики — голубое. Это всего лишь распространенный стереотип? Корреспонденты журнала YO-YO побеседовали о традиционных цветовых предпочтениях с профессором Харальдом Бремом, специалистом по психологии цвета. Что нужно, чтобы идея превратилась в товар на полке магазина? В статье на странице 18 вы узнаете обо всех этапах производства «Дома для друзей» (Friends House) компании Stmby Toys — от создания проекта и разработки модели до готового домика Wendy.

С момента публикации первого выпуска журнала YO-YO прошло уже более пяти лет. За это время мы получили от вас множество положительных отзывов. Каждый новый выпуск приближал нас к намеченной цели: сегодня YO-YO является одним из лучших фирменных отраслевых журналов. Наш журнал получил престижную награду в сфере корпоративной печати — золотую медаль Fox Awards. Кроме того, журнал YO-YO был отмечен особой наградой Fox Awards в категории «Дизайн и оформление». Высокую оценку получили как бумажное издание, так и электронная версия YO-YO. Я очень рад этой награде: она свидетельствует о том, что YO-YO является для нас важным фактором успеха. Желаю вам приятного прочтения этого выпуска YO-YO.

Ваш

*Mikhail Ziber*

Михаэль Зибер



FOX AWARDS



# СОДЕРЖАНИЕ

## NEWS

### Радужный мир игрушек

8



10

Храм Василия  
Блаженного  
на Красной  
площади

## UP-TO-DATE

### Сконструируйте собственный гоночный автомобиль KlikCarz — комиксы, веб-сайт, видео и онлайн-игра

32

### Друзья навсегда! Коллекция мягких игрушек YooHoo & Friends от Simba Toys очарует всех

34

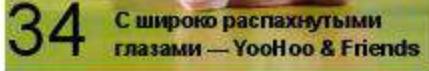


## INSIDE

### Цвета мира детства

16

Какую роль играют цветовые предпочтения?



### Шаг за шагом к дому мечты

18

Взгляд изнутри: «Дом для друзей» от компании Smoby



### Откуда взялись игрушки?

23

История игрушек: вехи развития



### Словом и делом

28

Из Франции в Россию: игрушки Ecoiffier для детей, больных раком

## REPORT



### Первопроходцы: made in Russia

10

История успеха: представительство Simba Dickie Group в России

### Творцы реальности

30

Как дети выражают свою индивидуальность при помощи игрушек

## NICE-TO-KNOW

### Страна доброжелательных людей

22

Советы для деловых поездок в Турцию



### Счасти или напасти?

27

Все, что вы хотели узнать о Хэллоуине, его традициях и обычаях

### Темы номера обозначены красной стрелкой в содержании

10

Храм Василия  
Блаженного  
на Красной  
площади

## Для будущих мастеров

Хотите научиться рисовать как Пикассо или Ван Гог? Раскраски по номерам помогут вам в этом! Всего несколько минут — и готов портрет веселого щенка Паули. При помощи раскрасок Schipper Arts & Crafts можно создать шедевр, последовательно закрашивая отдельные участки картины.



## Контакты

Есть вопросы или предложения?  
Свяжитесь с нами:

Телефон +49 (0) 89 4 57 10 165  
Факс +49 (0) 89 4 57 10 205

E-Mail yoyo@heller-partner.de  
[www.simba-dickie-group.de](http://www.simba-dickie-group.de)

Эти бренды принадлежат Simba Dickie Group:

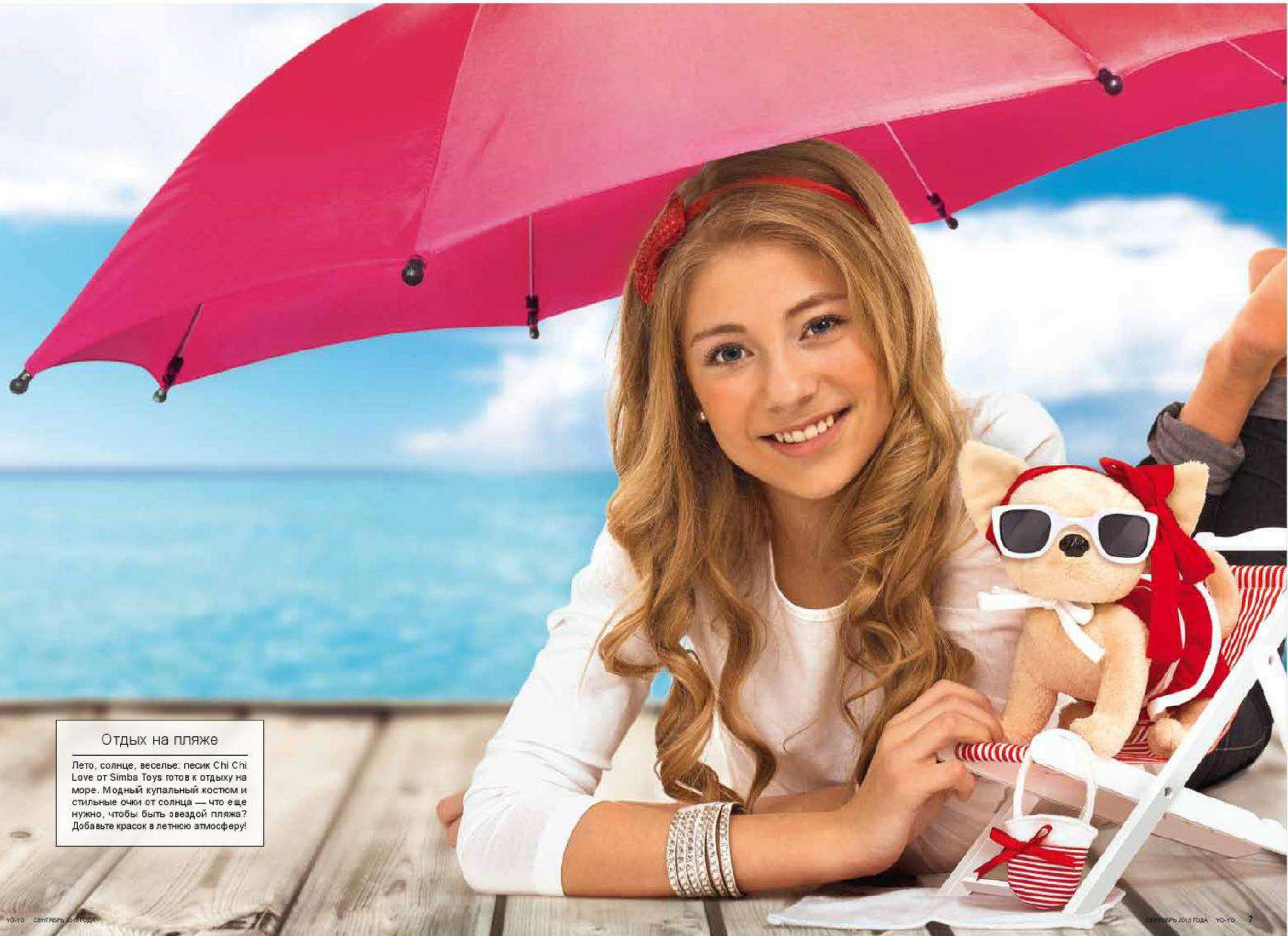
Simba (различные виды игрушек, в том числе куклы, иглы для доставки, коллекционные игрушки), Nicotoy (милые игрушки), Eichhorn (деревянные игрушки), Hergo (деревянные игрушки), VJG (Bobby-Car & Co.), Dickie (игрушки для мальчиков), Maileg (модели автомобилей), Ooshoo (модели автомобилей), Tomy (сборные модели), Casdon (спортивное моделирование), Noris (наклеивающие и авторские настольные игры), Schipper Arts & Crafts (рисование по номерам), Simba (игровые комплексы для улицы), наборы инструментов, игрушечные кухни и многое другое), Zoch (авторские игры).

Выходные данные YO-YO

Издано: SIMBA-DICKIE GROUP GmbH, Werksstrasse 1, 80765 Fürth/Bavaria (Фюрт, Бавария) Тел.: +49 (0) 911 97 65 01  
Факс: +49 (0) 911 97 65 120 Веб-сайт: [www.simba-dickie-group.de](http://www.simba-dickie-group.de)  
Отпечатано: heller & partner communication GmbH, Possartstrasse 14, 81679 Munich, Germany (Мюнхен, Германия)  
Веб-сайт: [www.heller-partner.de](http://www.heller-partner.de)

## Отдых на пляже

Лето, солнце, веселье: песик Chi Chi Love от Simba Toys готов к отдыху на море. Модный купальный костюм и стильные очки от солнца — что еще нужно, чтобы быть звездой пляжа? Добавьте красок в летнюю атмосферу!



# РАДУЖНЫЙ МИЛЛИОНОВ

ПОТЯНЕТ НА РЕКОРД?



В прошлом году игрушечные автомобили Bobby-Car отмечали свой 40-летний юбилей. А в 2013 году произошло другое знаменательное событие: с конвейера завода BIG, что в городе Бургаслах, округ Средня Франкония, сошел 18-миллионный по счету красный Bobby-Car. Первая модель скоростного автомобиля была выпущена в далеком 1972 году. Мы осчастливили 18 миллионов детей! Понапалу объемы производства записывались вручную в бумажные книги, а сегодня диагональная выработка строго учитывается с помощью современных информационно-вычислительных систем. За эти годы палитра моделей расширилась. Появились розовые автомобили, о которых мечтают все девочки, и черные гоночные машины для мальчиков. Но Bobby-Car был и остается первым детищем компании BIG.

## ДВОЙНОЕ ПРИЗНАНИЕ!

Simba Dickie Group имеет двойной повод для радости. Оба брэнда игрушек, Simba Toys и Dickie Toys, были отмечены наградой «За высокие стандарты и качество» группы Metro Group Buying (MGB) из Гонконга за неизменно высокие стандарты поставок, обслуживания и отличное качество продукции. Андреас Шмитт, директор компании Simba Toys, и Андреас Мельхарт, управляющий директор компании Simba Toys Hong Kong, получили награды из рук Стефана Леве, директора компании Handgoods MGB Hong Kong, и Марии Лойкн, менеджера по производству игрушек MGB Hong Kong. Для компании Dickie Toys это уже четвертая награда от MGB, полученная Томом Геригом, управляющим директором Dickie Toys Hong Kong.



## Инвестиции в будущее

Благодаря строительству нового логистического комплекса Simba Toys заложила еще один камень в фундамент развития штаб-квартиры компании в городе Лаван-ле-Сен-Клод в департаменте Юра, Франция. Производственные мощности и административный корпус проходят капитальную модернизацию начиная с 2010 года. Складские помещения общей площадью 30 000 квадратных метров находятся недалеко от производства, в Миран-ан-Монтань. Складской комплекс разделен на пять секций площадью 6000 квадратных метров и вместимостью 34 400 паллет каждая и заменяет собой прежнее складское сооружение, состоявшее из шести отдельных залов. Рациональный подход виден во всем: от интеграции с окружающей средой и привлечения местных специалистов до

внедрения действующих во Франции стандартов потребления энергоресурсов

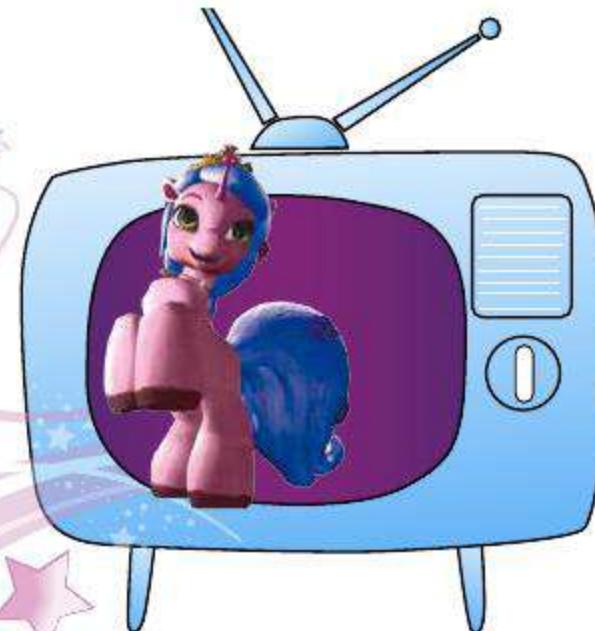


Новый логистический комплекс (большая фотография) построен рядом с административным зданием компании в Лаван-ле-Сен-Клод (фотография справа, на заднем плане).

# МИР ИГРУШЕК

## Галопом прямо на экран

Фанаты лошадок Filly, не пропустите очаровательные малютки покоряют телевизор. Готовится выпуск 26-серийного мультфильма о красочном мире лошадок Filly. Начало всемирного показа по телевидению ожидается в 2014 году. Для создания эпизодов компания Diacross обратилась к известному сценаристу Шону Кэтрин Дереку. Эти игрушки, а также серия фантастических рассказов, веб-сайт Filly, тематические аксессуары, игры, книги, журналы и канцтовары пользуются неизменным успехом у детей.



## ОТВЕТСТВЕННЫЙ ПОДХОД

Охрана климата и рациональное использование сырья — для Simba Toys это не просто модные слова, особенно когда речь идет о правильной утилизации упаковочных материалов. Simba Toys сотрудничает с компанией Der Grüne Punkt — Duales System Deutschland GmbH (DSD).

При помощи приложения Der Grüne Punkt — Recycling Scanner любой пользователь в Германии может легко и быстро получить информацию об упаковке продукта и ее утилизации. Все, что для этого требуется, — считать штрихкод на упаковке, и вы узнаете, из каких материалов она изготовлена, где и каким образом ее можно утилизировать и какие новые продукты будут изготовлены из

вторичного материала. В выигрыше оказываются обе стороны: в 2012 году благодаря участию в программе DSD компания Simba Toys удалось снизить выбросы углекислого газа в одной только Германии примерно на 952 тонны. Эта цифра эквивалентна выбросам CO<sub>2</sub>, при производстве электроэнергии, покрывающей годовую потребность 521 семьи из двух человек. Сотрудничество с DSD открывает множество возможностей, чтобы сделать рациональное использование упаковочных материалов неотъемлемой частью стратегии компании и донести этот подход до конечного пользователя. Все мы хотим лучшего для своих детей, а благополучный мир сложно представить без хорошей экологии.



## Классика дизайна

Среди детских машин-каталок BIG вы найдете модели множества популярных автомобилей. Пользование модели Porsche от всемирно известного производителя автомобилей из Швабии подтверждает репутацию BIG, известной высоким качеством своей продукции. Сотрудничество между компаниями ведется с 1997 года. Сейчас среди аксессуаров Porsche Driver's Selection можно найти специальный детский автомобиль. Эти миниатюрные спортивные автомобили в оригинальном красном цвете Indian Red появятся в продаже в центрах Porsche и в интернет-магазине Porsche начиная с 15 октября. Выпуск моделей других цветов запланирован на 2014 год.

ПЕРВОПРОХОДЦЫ: MADE IN  
*Russia*

Галина Расс и Борис Певзнер — основатели российского представительства холдинга Sumba Dickie Group. Основанная ими фирма — сегодня, пожалуй, самая успешная дочерняя компания одного из крупнейших в мире производителей детских игрушек. История успеха.



**Б**рат и сестра, Галина и Борис — дружная команда еще с самого детства, прошедшего в Санкт-Петербурге. И, как в детстве, они понимают друг друга с полуслова. Москва, крупный торговый центр. Галина и Борис рассказывают о первых шагах Simba Toys Россия и о необыкновенном времени, наступившем в России после распада советского режима, периоде небывалого оптимизма.

Более 20 лет назад, в 1992 году, они основали компанию по продаже игрушек в своем родном Санкт-Петербурге. В воздухе веяло духом новаторства ранних 90-х, в бывших коммунистических странах внезапно воцарилась свобода. «Это уже была другая, «новая» Россия», — говорит Галина. И это правда. О развитии экономики в нынешней России можно судить по количеству современных небоскребов и офисных центров, высящихся рядом с древним Кремлем и храмом Василия Блаженного.

**Пионеры российского рынка игрушек**  
Это были нелегкие времена для России. Каждому требовалось найти свое место в новых условиях, понять, как жить дальше. И в это непростое время Борис и Галина решили, что российские дети должны играть в игрушки, такие же интересные и качественные, как и те, в которые играют все европейские дети. Изучив деятельность работавших в то время компаний, они нашли холдинг Simba Dickie Group и вступили в

переговоры с руководством компании. Было это в конце 1992 года, а уже меньше чем через два месяца Галина Расс впервые посетила выставку игрушек в Нюрнберге. Дело пошло уже в 1994 году брат и сестра создали совместное предприятие вместе с Михаэлем Зибера, председателем правления холдинга. В 2007 году их компания стала официальным дочерним отделением Simba Dickie Group. С тех пор их детище изрядно выросло, а к настоящему моменту уже существуют представительства компании в Казахстане и на Украине.

Сегодня можно однозначно сказать: они добились успеха. Однако первые годы работы были совсем непростыми. Несмотря на высшее образование, Галина и Борису, как и всем российским бизнесменам того времени, пришлось постигать премудрости бизнеса на практике. Особенно тяжелым стал 1998 год, когда из-за дефолта Simba Toys Россия понесла колоссальные убытки. «Михаэль Зибер очень поддерживал нас во время кризиса, потому что верил в нас и в наш общий успех», — продолжает Галина Расс. Со временем их фирма стала одним из крупнейших продавцов игрушек в стране. Компания бурно развивалась и развивается так до сих пор. «Первые машины с товаром мне приходилось разгружать вот этими самыми руками», — шутливо вспоминает Борис. Ну а сегодня в подчинении руководящего тандема примерно 500 сотрудников. Многие из них работают



1. Многие сотрудники работают в Simba Toys Россия уже долгие годы.

2. «Первые машины разгружал вот этими самыми руками», — шутливо вспоминает Борис Певзнер.

3. Новая сторона Москвы: современные горизонты.

4. Галина Расс, Ирина Надежина, финансовый директор компании Simba Toys Rus (слева), Карина Наимарк (в центре), сотрудница Детской галереи «Якиманка» — одного из крупнейших универмагов класса «люкс».



Галина Расс (седьмая слева) среди сотрудников на фоне храма Василия Блаженного.



в Simba Toys Россия уже долгие годы. Несмотря на подчас сложные времена, фирма всегда была и есть независимой, надежной и стабильной

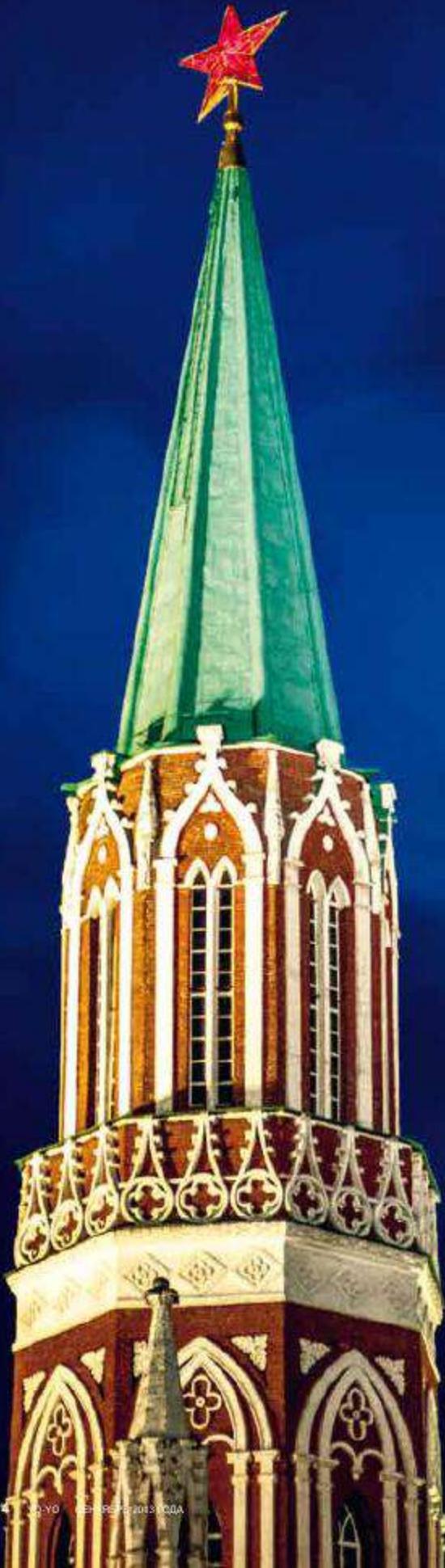
Сегодня современный менеджмент следит за тем, чтобы продукция фирмы была широко представлена на рынке. Клиентами компании со штаб-квартирой в Москве являются практически все специализированные продавцы детских игрушек, работающие на российском рынке: сети «Детский мир» (более чем 200 филиалов), «Дочки и сыночки», «Дети», «Кораблик», «Академия», «Смик», «Здоровый малыш» и многие другие. Кроме того, Simba Toys Россия сотрудничает с крупными российскими и мировыми непрофильными торговыми сетями — «Ашан», «Метро», «Магнит», «Карусель», «Лента», «Зельгер», «Глобус» и т.д. Продукцию фирмы предлагают и магазины класса «люкс», такие как Детская галерея «Якиманка», сеть магазинов «Винки» и ГУМ, расположенный прямо на Красной

площади, и считающийся самым красивым московским универмагом, который, кроме дизайнерских брендов и изысканных кафе, предлагает посетителям волшебное путешествие в мир шопинга. Ассортимент продукции Simba Dickie Group широко представлен в большинстве розничных и сетевых магазинов по всей стране

Галина и Борис познакомили россиян с брендом Chi Chi Love. На российском рынке эти знаменитые маленькие собачки появились в 2011 году и сразу завоевали всеобщую любовь. Дизайн Chi Chi Love разработала Кристина Зибер, почь председателя холдинга Михаэля Зибера, когда ей было 14 лет. Галина считала, что российские дети обязательно должны встретиться с творчеством юного дизайнера. Chi Chi Love быстро стали популярны и востребованы, а на полках стали появляться их подделки», — с улыбкой рассказывает менеджер по работе с ключевыми клиентами Сергей Муравьев.

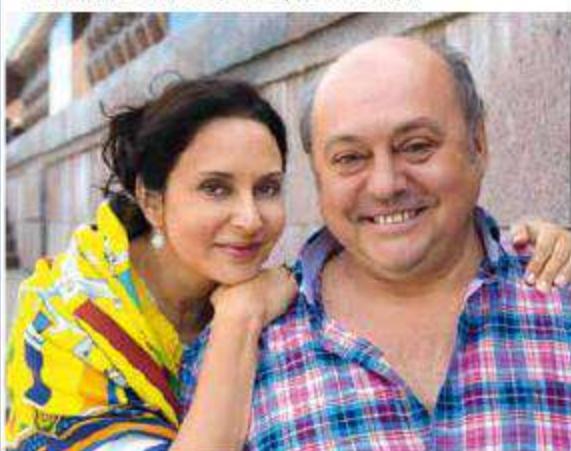
«Представительства холдинга Simba Dickie Group — Россия, Польша и Италия под руководством компании Simba Toys Middle East разработали концепцию новой телерекламы кукол Steffi Love для разных стран», — рассказывает Сергей Пчелкин, руководитель отдела маркетинга. В конце 2013 года начнется рекламная компания коллекции кукол Steffi Love на российском телевидении. Simba Toys Россия активно сотрудничает с телеканалами СТС, Дисней, ТНТ, Nickelodeon, «Детский», «Карусель» и другими представленными в российском эфире каналами.

В последнее время Simba Toys Россия активно развивает знаменитый бренд Bobby-Car от BIG, фабрика которого находится близ Нюрнберга. Очень нравятся покупателям и картины Schipper Arts & Crafts, которые производятся в Германии. ►



В вечернем небе над Красной площадью висит 90-метровая Никольская башня, увенчанная красной звездой.

Спокойная команда:  
Галина Расс и ее брат Борис Певзнер.



Большая поклонница игрушек Chi Chi Love маленькая Ярослава.



Галина Расс, Борис Певзнер и сотрудники Simba Toys Россия на современном складе компании.

## Москва

Москва — столица Российской Федерации, крупнейший город Европы (около 11,55 млн человек), политический, экономический и культурный центр. Первое письменное упоминание о Москве относится к 1147 году. Самыми известными достопримечательностями города, расположенныхми вблизи Москвы-реки, считаются Кремль, Красную площадь, собор Покрова Пресвятой Богородицы (или храм Василия Блаженного), Большой театр. В Москве необычайное количество церквей, расположенныхных в черте города — сегодня их насчитывают около 600, поэтому с XVI века этот город по праву называют «Третьим Римом». Величественный Кремль и знаменитая Красная площадь в 1990 году были внесены в список всемирного наследия ЮНЕСКО. В Москве восемь железнодорожных вокзалов, три международных аэропорта, три речных порта. Она является важнейшим транспортным узлом и крупнейшим промышленным центром России.



*«Наши позиции на российском рынке игрушек становятся все сильнее»*

Галина Расс,  
управляющий директор компании Simba Toys Россия

«Выдающийся успех продукции Schipper на российском рынке объясняется, прежде всего, высоким качеством и разнообразием продукции (в ассортименте знаменитые картины величайших художников), а также неповторимой палитрой из более чем пяти тысяч цветов и оттенков», — не без гордости рассказывает бренд-менеджер Анна Хохлова. С 2011 года фирма начала активно представлять продукцию Schipper на выставках.

Разумеется, в ассортименте компании большое количество лицензионных игрушек. Их доля увеличивается из года в год. Это, к примеру, очаровательные разноцветные лошадки Filly из сказочного «Королевства Filly», так полюбившиеся российским детям, а также игрушки, созданные по лицензиям компаний Disney и Marvel.

### Важнейшие выставки

С 1997 года Simba Toys Россия представляет свою продукцию на осенних и весенних выставках игрушек в Москве. «Уже за полгода мы начинаем готовиться к выставкам, — рассказывает Ирина Зорина, исполнительный директор

компании. — И из года в год наши стенды становятся все больше и красочнее. «Помимо участия в выставках, мы представляем нашу продукцию на различных телеканалах, в прессе и используем Интернет как рекламное пространство», — говорит Борис Певзнер. Галина и Борис видят огромные возможности для дальнейшего развития компании. И оснований для этого достаточно: российские потребители в последние годы уделяют большое внимание качеству товаров, и прежде всего — игрушек для своих детей. Качественная продукция концерна Simba Dickie Group, произведенная на собственных заводах Германии, Франции, Чехии, Испании, Таиланда (в 2012 году в Бангкоке были завершены реконструкция и строительство новой современной фабрики), а также прошедшая множество европейских тестов продукция, произведенная в Китае на заводах фирмы, удовлетворяет их высоким требованиям.

«Наши позиции на российском рынке игрушек становятся все сильнее», — уверенно заявляет Галина Расс. ■

# ЦВЕТА МИРА ДЕТСТВА

Девочки любят все розовое, а мальчики — синее и голубое. Что лежит в основе этих цветовых предпочтений? Перед нами пример случайного выбора или результат действия глубинных факторов? С этим вопросом мы обратились к профессору Харальду Брему, специалисту по психологии цвета.

YO-YO: В чем состоит работа специалиста по психологии цвета?

**Профессор Харальд Брем:** Эксперт по психологии цвета изучает теорию и занимается практикой психологического воздействия, которое различные цвета оказывают на людей. Например, цвета, используемые в оформлении жилых помещений, играют исключительно важную роль. Дизайн упаковки — еще одна сфера, с которой мы сталкиваемся каждый день. Здесь выбор цвета также очень важен.

YO-YO: Как именно вы применяете на практике влияние цвета на человека?

**Профессор Харальд Брем:** С медицинской и психологической точки зрения, цвета по-разному влияют на два полушария нашего мозга. В помещениях, где преобладают оттенки голубого и синего, у людей повышается внимание и возрастает концентрация. Зеленый цвет, в свою очередь, создает спокойную и расслабленную атмосферу. Эти эффекты обясняются тем, что цветовые гаммы, используемые в отделке интерьера, напрямую влияют на самочувствие людей.

YO-YO: Красный, синий, желтый, зеленый. Спектр цветовой палитры вышел за пределы основных цветов много лет назад. Сегодня мы все чаще имеем дело с пастельными оттенками. Откуда исходит это стремление к смягчению контрастов?

**Профессор Харальд Брем:** Дети любят яркие основные цвета и не смешивают их. Смешивать цвета они начинают только в подростковом возрасте. Взрослые же люди отдают предпочтение размытым, спокойным, пастельным тонам. Из этого можно сделать вывод, что наши цветовые предпочтения меняются с возрастом.

YO-YO: Девочки одеваются в розовое, а мальчики — в синее или голубое. Что лежит в основе этих цветовых предпочтений? Они тоже меняются со временем?

**Профессор Харальд Брем:** Мальчики выбирают синий и голубой, металлические оттенки и черный цвет как выражение протеста. С другой стороны, девочкам нравится розовый цвет.

Это широко распространенное явление. Розовый цвет приносит спокойствие, снимает напряжение, создает ощущение любви и безопасности, защищенности, к которой подсознательно стремятся все девочки. Многие ученые считают, что

различное восприятие цветов в зависимости от пола сложилось исторически. Мужчины проводили время на охоте, наблюдать за зебрами, погодой и водой, тогда как женщины ходили неподалеку от жилья, собирали ягоды, плоды и фрукты. Поэтому у них выработалось повышенное восприятие к различным оттенкам красного, помогающее различать спелые фрукты и ягоды.

Через тысячи лет это древнее разделение нашло отражение и в культуре: девочки носят розовое, а мальчики — голубое. Эти цветовые предпочтения действуют и по сей день. Фотографка Джон Мэ Юн из Южной Кореи уже пять лет фотографирует детские комнаты в США и в странах Азии. Как свидетельствуют результаты ее работы, комнаты детей во всем мире не слишком отличаются по цветовым решениям.

Независимо от континента у мальчиков игрушки выдержаны в синей и голубой гаммах, а у девочек — в розовой. Девочки и женщины гораздо чаще носят одежду розового цвета. Это явление называется «эффектом Золушки», но социальный статус здесь ни при чем: например, всем известна любовь Перис Хилтон к розовой одежде. Женщины-политики и бизнес-леди также предпочитают этот оттенок в своем гардеробе.

YO-YO: Наблюдаются ли какие-то изменения данной тенденции?

**Профессор Харальд Брем:** Нет. Традиционные цветовые предпочтения связаны с взаимоотношениями полов, поэтому не стоит ждать каких-то значительных изменений.

YO-YO: Эти цветовые предпочтения до сих пор распространены, в особенности в отношении игрушек. Розовые куклы, синие или красные машинки. В чем причина такого выбора?

**Профессор Харальд Брем:** Это результат влияния архетипических моделей: так, красный цвет напоминает пожар или извержение вулкана, т. е. пробуждает сильные эмоции. Розовый же, напротив, символизирует заботу и спокойствие.

YO-YO: Как продавцам игрушек использовать магию цвета, например, при оформлении торговых помещений?

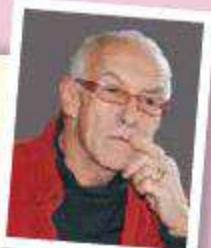
**Профессор Харальд Брем:** В этом вопросе следует руководствоваться классическими представлениями о цветах. Особое внимание традиционным цветовым предпочтениям следует уделять при оформлении отдельных залов с игрушками для мальчиков и для

девочек. Благодаря такому приему скучная «торговая точка» превратится в настоящий праздник для детей. Кроме того, специальное цветовое оформление зон для девочек и для мальчиков — это еще и практично. Игрушки все время меняются. Поэтому продавцам следует делать ставку на использование различных цветовых решений. Это поможет всегда оставаться в тренде. Цвета играют очень важную роль. Например, исследований пациентов, страдающих слабоумием, показали, что они очень забывчивы, но никогда не забывают традиционные цветовые предпочтения. Следовательно, цвета служат для ориентации в этом мире.

YO-YO: Полезно ли порой идти напрекор общепринятым тенденциям в выборе цвета?

**Профессор Харальд Брем:** Я бы этого не делал, поскольку цветовые предпочтения уже сложились, в особенности в отношении игрушек. В этой области изготовители используют архетипические образы. Цветовые предпочтения претерпевают лишь незначительные изменения, сообразно духу времени. ■

Профессор  
Харальд  
Брем



Родился в Берлине  
23 июля 1944 года

Образование:  
прошел обучение по специальности  
дизайна, маркетинга, рекламного  
консультирования, психологии,  
археологии, истории искусств  
и культуры.

Работал художником-оформителем,  
рекламным консультантом,  
копирайтером и творческим  
директором международных  
рекламных агентств.

С 1981 по 2000 год занимал  
должность профессора по  
информационному взаимодействию  
и художественному оформлению  
(специализация: теория цвета) в  
Университете прикладных наук  
Висбадена.

С 2006 года по — настоящее  
время: Институт психологического  
восприятия цвета.



# Шаг за шагом к дому мечты

Дети обожают яркие домики Wendy House от Smoby Toys. Но как эти домики появляются? Журнал YO-YO следил за их развитием с самого начала. Мы видели весь процесс работы и стояли за плечами каждого члена команды французского предприятия, создающей Wendy House.



## 1 Как порадовать малышей

Каждому хочется обзавестись собственным домом. Современным, ярким, привлекающим всеобщее внимание — и домик Friends House от Smoby именно такой. Большой дом для маленьких хозяев стал одной из самых любимых игрушек Smoby. Как же он сделан? Прежде чем разрабатывать игрушку, специалисты маркетингового отдела Smoby провели всестороннее исследование рынка и анализ конкуренции, чтобы четко определить требования к ней.

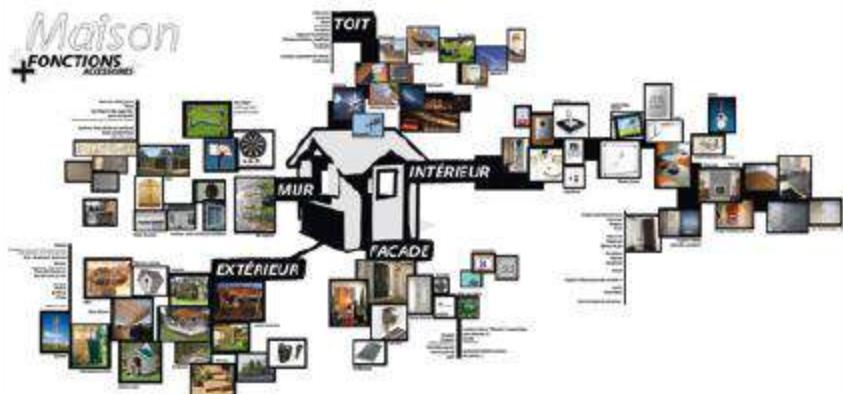
Домики Wendy House много лет остаются в числе самых популярных игрушек Smoby.

## 2

### Сбор информации

Итак, можно приступить. Художник-конструктор начинает работу с подготовки тренд-борда, отражающего образ жизни семей, возможности детей для игры, современные материалы и цвета, пользующиеся спросом. Возможно, появятся новые течения в архитектуре?

Сделав подборку последних тенденций и стилей, конструктор обобщает их все на коллаже — тренд-борде.



## 4

### Как же он будет выглядеть?

Наступила очередь мастеров компьютерного дизайна, использующих средства трехмерного автоматизированного проектирования.

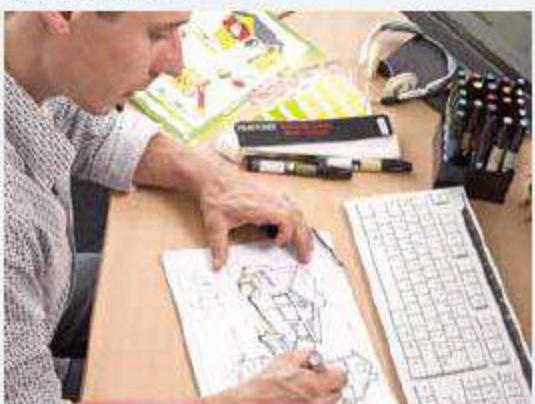


Специалист САПР Максим Грефф (слева) и менеджер проекта Эрик Вийирио с первой моделью.

## 3

### Ближе к цели!

Теперь конструктор может набросать план дома от руки. Он обдумывает этот план выше трех месяцев, отказывается от неудачных проектов и обсуждает различные идеи с менеджерами по продукции и с группой разработки. И вот, в середине января 2012 г., проект дома готов.



Конструктор Жульен Дави готовит начальный эскиз дома.

## 5

### Время голосовать!

Группа разработки знакомит команду проекта с созданными моделями. На этом этапе определяется стоимость производства и оборудования, которую необходимо согласовать с руководством.



Команда проекта (слева направо): Менеджер по качеству Лагрик Наппе; менеджер проекта Эрик Вийирио; дизайнер-график Фредерик Руссель; менеджер по продукции Анн-Валери Таракони; менеджер по закупкам Паскаль Кретен и конструктор Жульен Дави.

6

**Главное испытание**

И конечно, для создания нового дома необходим постоянный контроль его будущими жильцами — на протяжении всего процесса производства. В план испытаний включено эргономическое тестируирование. В этом помогают садики: они предоставляют советы и поддержку, позволяющие повысить эффективность проектирования и усовершенствовать продукт.

Правильный размер:  
в конструкции домиков Friends House максимально учтены физические параметры детей.



9

**35 кг пластика**

Первые производственные испытания проводят до начала массового выпуска, и только после них запускают процесс изготовления домиков на продажу. На одно изделие уходит примерно 35 кг пластика. Этот вес практически соответствует весу готового Friends House: производство почти безотходное.



Инъекционно-литевой автомат, используемый для производства этих игрушек, каждые 72 секунды изготавливает новую стенку для домика.

8

**Контроль качества**

И конечно, домик должен быть достаточно крепким, чтобы выдержать напор детского веселья! Устойчивость и прочность Friends House проверяются многочисленными испытаниями в лаборатории качества Smoby.

**В натуральный рост**

Прежде чем использовать разработанную модель, вносятся завершающие штрихи. Подготовка образца готового домика к производству обходится в несколько сотен тысяч евро. Крупные детали домика изготавливаются методом формовки выдуванием.

7

10

**Готово к упаковке**

Как только все части домика готовы, их обрабатывают и укладывают в коробки.



12

**Всемирный успех**

Он пришел внезапно, в феврале 2013 г., когда новые Friends House были выпущены на рынок. Уже через три месяца команда и руководство отделов продаж и маркетинга радовались небывалому успеху: продано 3500 единиц; компания заняла второе место во Франции по данным анализа компании NPD для европейского рынка игрушек. В то же время компания Smoby получила около 23 000 заказов на Friends House из разных стран мира!



Новые домики Friends House — плод размышлений и труда множества талантливых сотрудников Smoby: каждый из них вложил в их создание весь свой опыт и обширные знания.

11

**Готово к игре!**  
После этого новенькие изделия можно отправлять клиентам...



# Мерхаба!

Жаркий привет из страны солнца и гостеприимства!

Жители Турции почти постоянно пьют чай и отличаются удивительной доброжелательностью. Оказавшись по делам в стране, где сходятся Европа и Азия, рекомендуем придерживаться нескольких несложных правил общения.

**НЕФОРМАЛЬНАЯ БЕСЕДА ЗА ЕДОЙ.** Деловые встречи в Турции проходят преимущественно в форме обеда или ужина. За столом разговаривают о своих семьях и спорте. Поэтому, если вы ищете здесь делового партнера, как следует познакомьтесь с турецким футболом. Так вы быстро расположите собеседника к себе и вернее доведете разговор до успешного завершения. После еды просто необходимо выпить традиционного турецкого чая и выкурить сигару именно в это время совершаются все сделки. Не пытайтесь оплатить счет, в Турции это делает принимающая сторона. Гость, оплачивающий обед, оскорбляет хозяина. Турки часто называют такое поведение «альман усупю» («немецкий обычай»).

**СТАМБУЛ — КРУПНЕЙШИЙ ГОРОД И БИЗНЕС-ЦЕНТР.** В Стамбуле встречаются не только Европа и Азия: здесь проходят важнейшие деловые встречи. Это основной торговый центр Турции, где происходят важнейшие события и заключаются крупнейшие сделки.

**ЕСЛИ СЛОМАЛСЯ БУДИЛЬНИК...** Пунктуальность в Турции очень важна. Опоздать можно, но один раз, а не постоянно. На берегах Босфора старайтесь быть как можно пунктуальнее, чем более

профессиональны ваши партнеры, тем неохотнее они будут терпеть опоздания. Если легкое опоздание еще простят, то уйти со встречи раньше времени — неслыханная для воспитанного турка грубость.

**НЕПОДХОДЯЩЕЕ ДЛЯ ВСТРЕЧ ВРЕМЯ.** Помните, что Турция — мусульманская страна. Прежде чем сюда отправляться, важно узнать, когда будут праздники и особенно месяц Рамадан. Ни в коем случае не назначайте встречи на эти периоды.

**ОДЕВАЙТЕСЬ ТЩАТЕЛЬНЕЕ!** В турецком деловом этикете элегантный ухоженный вид имеет огромное значение. Появление на встрече в повседневных джинсах могут воспринять как неуважение. Поэтому, если сомневаетесь, лучше надеть свой лучший костюм и выглядеть франтоватым педантом, чем показаться невежей. Лишняя осторожность не помешает, если хотите добиться успешной сделки.

**О ТОМ, КАК НЕ НАДО ТОРГОВАТЬСЯ.** Обычай торговаться как на базаре в Турции вышел из моды. Хотя ощущение традиционного подхода к переговорам все еще витает в воздухе, явно он не проявляется. Отведите на переговоры время с



запасом и начинайте с установления личных контактов. В Турции переговоры часто длиятся гораздо дольше, чем в Западной Европе. Чем больше времени вы потратите, тем больше шансы на успех: не только вы должны получить узнат будущего партнера, но и ему важно получить о вас хорошее представление и установить с вами добрые отношения.

**ПОДАРКИ ОТ ГОСТЕЙ ВСЕГДА ПРИЯТНЫ.** На официальную встречу в ресторане подарки лучше не приносить; приберегите их для частной беседы. Конфеты или цветы — вполне достаточная демонстрация расположения и заинтересованности. Не удивляйтесь, если ваши подарок не посмотрят сразу же. Для хозяев в центре внимания — вы, а не ваше подношение, поэтому его откроют только после вашего ухода. Этот приятный момент лучше отложить до конца переговоров, чтобы знак внимания не восприняли как взятку.

**ЗВОНИТ МОБИЛЬНЫЙ?** Берите трубку. В Турции принято курить за едой, и, если вдруг зазвонит мобильный, здесь скорее отложат сигарету, чем трубку. Во время делового обеда считается вполне приличным разговаривать по телефону на частные темы. В других странах это посчитали бы невежливым, но в Турции это норма поведения, а не знак неуважения.

## ПУТЬ ИГРУШКИ: от палки-заменителя к массовому производству

Человек играл всегда. Но как менялось его представление об игрушках? Экскурс в прошлое поможет это понять.



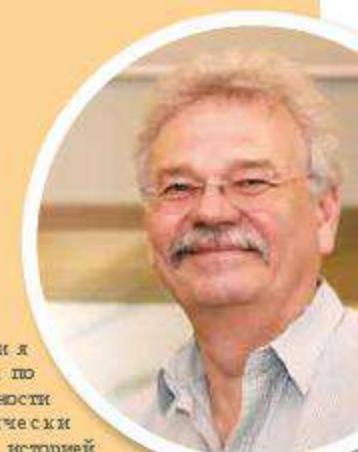
1558

История игрушек по длительности практически совпадает с историей человечества. Они всегда оставались непременной составляющей повседневного быта. Сегодня игрушка — это предмет, сделанный специально для детей и в соответствии с их потребностями.

Даже в каменном веке наши предки изготавливали маленьких кукол, статуэтки животных и тому подобное, и эти творения не так уж сильно отличаются от современных игрушек. Главное различие заключается в том, что в древности эти фигурки могли выполнять и роль ►

Вверху: Доктор Хельмут Шварц, директор Нюрнбергского музея игрушек, специалист по древней и старинной игрушке.

Слева: Резчик игрушек и коробочный мастер Клаус Шак, рис. в книге Hausbuch der Mendelschen Zwölfbrüderstiftung Mendel II (рукопись с рисунками, изображающими членов «братьев» общины ремесленников, живших в доме престарелых «двадцати братьев» семьи Мендель, книга II). Нюрнберг, 1558 г. (Нюрнбергская городская библиотека, Amb. 317b.2\*, лист 10, оборотная сторона)





XIV/XV  
66.

Статуэтки из белой глины. Нюрнберг, XIV/XV вв.

культовых объектов. К примеру, куклы использовались для захоронений.

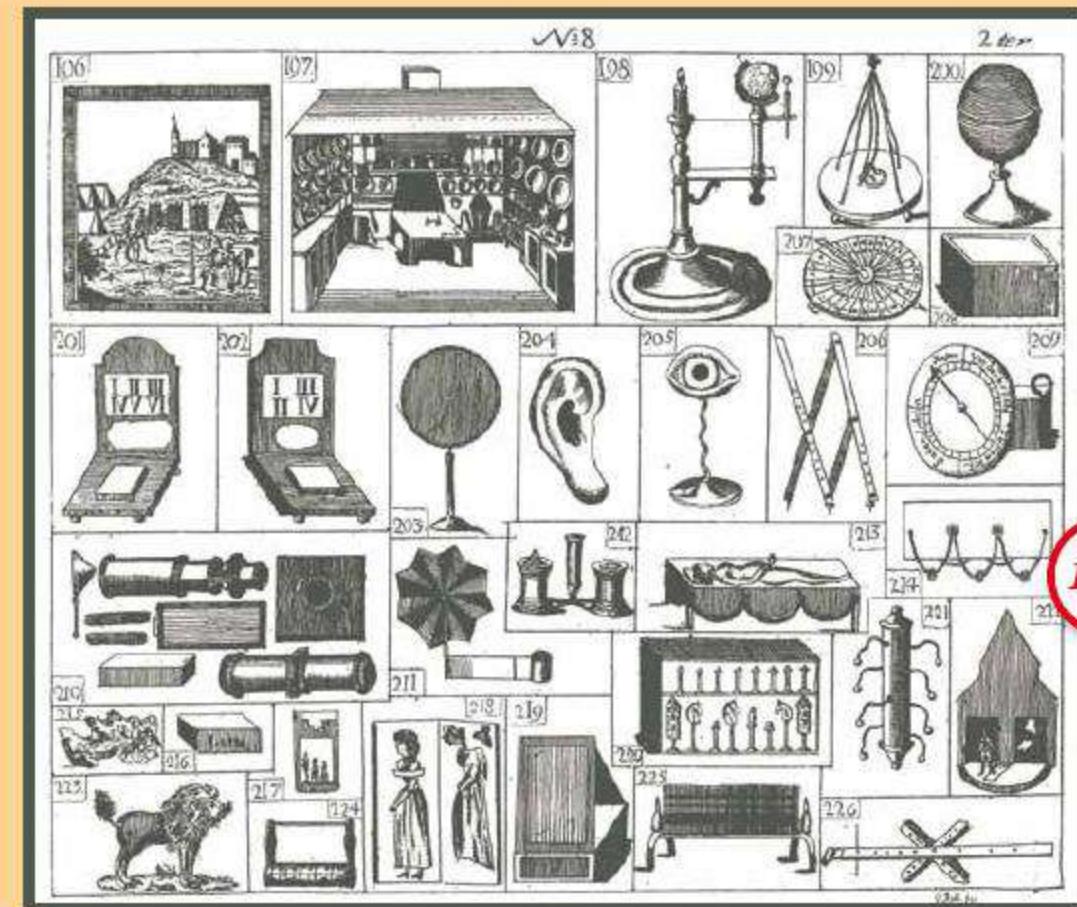
Игрушка в современном понимании возникла примерно 5000 лет назад, с появлением первых игр. Подтверждением служит королевская игра из города Ур с доской передвижки фишки, имела ярко выраженный религиозно-мифологический смысл. Играющие в сенет проходили символический путь от рождения до загробного мира. Игрушкой, распространенной во всех частях света и во все времена, был мяч — шар идеально круглой формы, изготовленный из самых разных материалов.

#### Отражение реальности

И куклы, и фигурки животных обычно отражали повседневный мир, который был перед глазами их изготовителей. Поэтому среди европейских древних игрушек не встретишь изображений обезьян, о которых наши предки не знали. Это означает, что игрушки должны

были отражать знакомую реальность, чтобы через имитацию и ролевую игру помогать в социальном взаимодействии и в адаптации к среде жизни. «Образы игрового поведения можно найти в любой исторический период и у любого народа», — говорит доктор Хельмут Шварц, историк и директор Нюрнбергского музея игрушек. Единственное, что менялось — используемые предметы. По словам доктора Шварца, по ним можно судить о быте изучаемого периода, об обществе и его классовой структуре. «Решительный перелом в развитии игрушки произошел тогда, когда для игры стали применять специальные объекты», — полагает эксперт.

Игровым объектом может быть что угодно: например, палка или камень. Отличие игрушек — в том, что они изготавливаются специально для игры. «Необходимым условием появления такой игрушки является общество, основанное на разделении труда», — продолжает доктор Шварц. Однако уже в древнем мире начали делать и продавать кукол в одежде, с телом из рога или глины и с подвижными суставами на металлической проволоке. ►



1803

Игры, игрушки, развлечения: оттиск с медной доски в «Журнале разнообразных искусств и других полезных предметов» коммерсанта и первопроходца почтового заказа Георга Иеронимуса Бестельмайера, Нюрнберг, 1803 г.

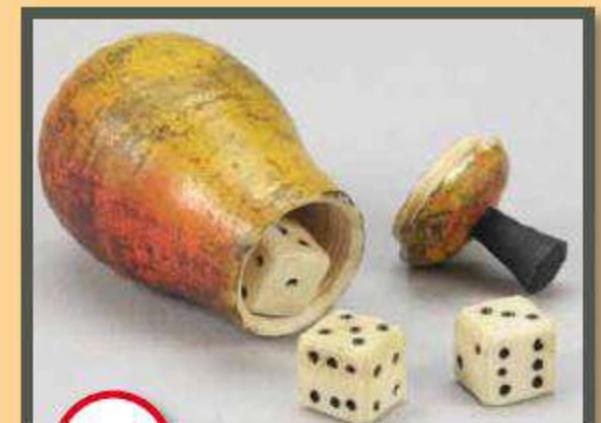
## Город игрушек: Нюрнберг в мире игрушки

Выставка в Нюрнбергском музее игрушки (до 9 апреля 2014 г.)



1830

Тирольские винодельчики (нем. Blumen-träger). Литье (олово, свинец), ручная раскраска. Неизвестный художник. Нюрнберг, ок. 1830 г.



1850

Коробочка в форме груши из полированной кости с тремя кубиками. Берхтесгаден, ок. 1850 г.



1920

Горизонтальный паровой двигатель. Иоганн Фальк. Нюрнберг, ок. 1920 г.



1870

Набор фокусника. Иоганн Конрад Бемлендер. Нюрнберг, ок. 1870 г.



1920

Горизонтальный паровой двигатель. Иоганн Фальк. Нюрнберг, ок. 1920 г.

Профессиональное массовое изготовление игрушек началось лишь в средние века. Так, в Нюрнберге производили кукол разного с пальцами, выполненных из белой глины, с кружевом — головным убором, который носили с 1350 по 1430 гг. Эти куклы точно воспроизводят моду того времени. Небольшие фигуры наездников также подтверждают появление массового выпуска игрушек. Швы по бокам показывают, что эти фигуры отливались в формах. Слово «Tockenmacher» или «Dockenmacher» (старонем. «изготовитель кукол») в этот период стало означать «изготовитель игрушек», а слово «Dockenwelt» — не только «кукла», но и «игрушка» вообще.

#### Первые заказы по почте

В XVII в. для изготовления игрушек использовались дешевые материалы, такие как глина, дерево или папье-маше. Это позволяло увеличивать объем производства. Для продажи игрушек нюрнбергер Георг Иеронимус Бестельマイер придумал послать их почтой. Предприниматель коммерсант опубликовал первый каталог почтовых заказов в 1793 г. Это событие стало важным этапом в истории развития игрушки. Ассортимент Бестельマイера насчитывал 97 наименований кукол, настольных игр, предметов для фокусов и познавательного времязнепровождения. В 1823 г. он предлагал уже 1350 товаров.

При мерно с середины XIX в., благодаря индустриализации, появилась возможность

массового производства игрушек в больших количествах. Жестяные игрушки, имитирующие машины, — автомобили, корабли и поезда — отражали величия времени. С ростом благосостояния покупателей увеличивался спрос на игрушки для всех слоев общества. Новые технологии производства, такие как литье под давлением методом в преска и художественное литье, а также новые материалы (особенно пластмассы) позволили во второй половине XX в. расширить ассортимент игрушек и повысить их качество. Сегодня игрушки так же разнообразны и многограничи, как человеческое общество и его технические возможности. На этот раз громадный скачок в развитии производства вызван победоносным проникновением во все сферы жизни компьютера.

«Игрушки всегда отображают эпоху в миниатюре. Поэтому они меняются с эпохами. Эта тенденция прослеживается на протяжении всей их истории», — рассказывает доктор Хельмут Шварц. Меняется, в соответствии с представлениями эпохи, только их внешний вид. Хотя за многие века было создано неисчислимое множество игрушек, для директора музея игрушек классическим ее воплощением остается мяч. Из чего бы он ни был сделан, его назначение — быть складом для упражнений и развивать ловкость движений — не меняется.

И доктор Шварц уверен: мяч остается с нами в ближайшие несколько веков. ■



1904

Магнитная рыбалка: не теряет популярности из поколения в поколение. И. В. Спир и сыновья. Нюрнберг, ок. 1904.



1904

Флаг для игры «Ангел». Нюрнберг, ок. 1904.

# Сласти или Напасти?

На Хэллоуин дети в костюмах ходят по улицам и стучатся в двери в надежде получить сладости. Значимость праздника для индустрии игрушек все возрастает.

#### КАК БЫЛО НА САМОМ ДЕЛЕ

Хэллоуин возник в кельтском обществе. В ночь с 31 октября на 1 ноября кельтские священники отмечали конец лета и приветствовали повелителя тьмы и зимы по имени Самайн. Считалось, что в этот день мертвые ищут подходящих живых людей, в которых их душа может провести наступающий год. Чтобы не дать покойникам воспользоваться чужими телами, приносили многочисленные жертвы. В дополнение кельты наряжались так, чтобы быть похожими на мертвцов или привидения, они надеялись встретиться с предками и родственниками и сыграть шутку над живущей их тел нежитью, выдав себя за мертвых. Этот же день знаменовал начало нового года.

#### КЕЛЬТЫ ПРОТИВ ХРИСТИАН

Христиане несли язычникам не только весть о своей вере, но и связанные с ней праздники. Упрямые кельты не хотели отказываться от собственных обычая, и в 837 г. н. э. Папа римский ввел христианский праздник День всех святых, отмечавшийся 1 ноября, с продолжением на следующий день в виде дня поминования усопших. Таким образом, внешне христиане как будто побороли языческий обычай. Но забыт он не был. В XVI в. протестантская церковь начала отмечать «вечер» для святых накануне соответствующего праздника 1 ноября.

**ПРИЧЕМ ТУТ ТЫКВЫ?** Смысл традиции стучать в дверь и предлагать на выбор «шутку или угощение» (Trick or treat!) прост: хозяин должен дать гостям конфеты, если не хочет, чтобы те напрокалы. Дети-рэкены, переходящие от дома к дому, продолжают кельтский обычай, а вот конфеты — влияние христианства. В IX в. н. э. дети христиан стучались 2 ноября, в день поминования усопших, во все двери, выпрашивая особых сладких булочки, которые пекли к этому дню. Если хозяин-христианин оказывался щедрым и угощал детей, те молились за него и его покойных родственников.

Если же дети ничего не получали, то насыпали на дом проклятие.

#### ХЭЛЛОУИН — КАТАЛИЗATOR ПРОДАЖ ИГРУШЕК

Праздник стал одним из периодов основных продаж для индустрии игрушек. На Хэллоуин очень велик спрос на костюмы и аксессуары — как в англо- и немецкоговорящих странах, так и в других частях Европы.

#### МОНСТРЫ, СКЕЛЕТЫ, ВАМПИРЫ

При выборе костюмов и игрушек для Хэллоуина празднующие проявляют безграничную изобретательность. Главное правило гласит: как можно безумнее и страшнее. Большим спросом пользуются игрушечные скелетики и резиновые летучие мыши и пауки — ими хорошо пугать знакомых.

Еще более ярко и страшно выглядят маски. Часто прибегают к персонажам из фильмов ужасов. Те, кто предпочитает бояться дома, с удовольствием покупают комнатные игры, чтобы поохотиться на привидений. А самые храбрые заводят себе мягкие игрушки-монстры...

Еще более ярко и страшно выглядят маски. Часто прибегают к персонажам из фильмов ужасов. Те, кто предпочитает бояться дома, с удовольствием покупают комнатные игры, чтобы поохотиться на привидений. А самые храбрые заводят себе мягкие игрушки-монстры...

**НОЧЬ УЖАСОВ ВО ТЬМЕ КИНОТЕАТРА** Хэллоуин стал, пожалуй, наиболее плодотворной темой фильмов ужасов. И самый известный пример — триллер «Хэллоуин». Низкобюджетная картина американского режиссера Джона Карпентера обошлась всего в 300 000 долларов, а собрала 75 миллионов. Премьера состоялась в 1978 г.

Еще более ярко и страшно выглядят маски. Часто прибегают к персонажам из фильмов ужасов. Те, кто предпочитает бояться дома, с удовольствием покупают комнатные игры, чтобы поохотиться на привидений. А самые храбрые заводят себе мягкие игрушки-монстры...



**écoiffier**

# от души и с умом

Как Жак Экуафье за один день доставил игрушки из Франции больным детям в Россию.

Пение потребовалось быстро и неожиданно. Задачей было отправить игрушки из Франции в Москву за один день. Но любая возможность помочь детям важна для Жака Экуафье. Случилось вот что. Президент Франции Франсуа Олланд совершил визит в Москву в сопровождении своей подруги Валери Триервейлер. Крестник месье Экуафье Жером Жульян работает в московском агентстве организации мероприятий. Как раз он и обеспечивал поддержку высоких гостей.

Он узнал, что г-жа Триервейлер хотела бы посетить Центр им. Дмитрия Рогачева, где лечат детей, страдающих серьезными онкологическими заболеваниями. Он тут же попросил г-на Экуафье прислать французских игрушек, чтобы Первая леди Франции вручила их детям. Жаку Экуафье идея, конечно, пришла по душе, и он без промедления согласился.

**Вызов времени и расстоянию**  
Осуществить эту мысль оказалось нелегко: игрушки нужно было прислать в Москву к 11:00 следующего дня. Что же делать? Собирать посылку в России было слишком поздно. Но к счастью, менеджер по экспорту компании Ecoiffier Максим Леруа сразу нашел выход. Он позвонил Сергею Пчелкину,

менеджеру по маркетингу компании Симба Тойз Россия, и попросил помочь. При поддержке сотрудников посольства Франции в Москве Мари Керль и Ольги Ворон менеджеры компании Симба Тойз Россия предоставили игрушки вовремя и в соответствии со всеми требованиями безопасности. А несколько недель спустя Жак Экуафье получает письмо. Письмо было необычное: в нем г-на Экуафье благодарит сама Первая леди. Валери Триервейлер была приятно удивлена такой готовностью помочь, и помочь быстро.

С тех пор Жак Экуафье регулярно участвует в благотворительных проектах Первой леди. Он предоставлял игрушки для детей в таких странах, как Марокко и Мали. В знак признательности за постоянную поддержку г-жа Триервейлер пригласила Жака Экуафье и его семью в Елисейский дворец. Сейчас они вместе разрабатывают другие проекты помощи детям.

Ярким моментом совместной деятельности стал обед с детьми из Центра им. Дмитрия Рогачева, которых Валери Триервейлер пригласила во Францию. Две девочки и мальчик смогли вместе с родителями познакомиться с Парижем и Елисейским дворцом, а также встретиться с Жаком Экуафье и его дочерью Жули Шабу. ■



1. Жули Шабу (слева), Жак Экуафье, его жена (вторая слева) и Стефани Булетт (справа) — гости Валери Триервейлер (в центре), принявший их в Елисейском дворце.

2. Первая леди Франции (четвертая слева) помогает детям, страдающим онкологическими заболеваниями, в московском Центре детской гематологии им. Дмитрия Рогачева.



# Игра как способ выстроить модель реальности

*С помощью игры дети выстраивают свой мир, а персонализированные игрушки помогают выразить свою индивидуальность. Можно ли считать это стремление преходящим этапом?*

Яркая одежда, экзотическая обувь или необычные хобби — в этом быстро меняющемся мире мы стремимся любыми способами выразить свою индивидуальность. Если взрослые ищут свой стиль в манере одеваться или выбирают интересный образ жизни, дети достигают цели естественным путем — через игру. За этим занятием мальчики погружаются в свой собственный мир. «В детском и подростковом возрасте игра имеет важнейшее значение: она помогает справляться с различными задачами, трудностями и желаниями, сиюминутными или долговременными», — рассказывает профессор возрастной психологии Рольф Эртер.

«Игры просто необходимы детям, чтобы справляться с жизнью. У них еще очень мало практических навыков, а их возможности и свобода в реальном мире очень ограничены», — продолжает он. Зато в игре нет ничего невозможного. Здесь дети могут воплощать свои мечты: стать взрослыми, водить автомобиль, обладать властью или быть Мисс Вселенной. При этом они придумывают собственные правила и создают собственную реальность. Это происходит не только в ролевых играх, но и в разных творческих занятиях, таких как, например, изготовление поделок. «Этот процесс называется овеществлением», — объясняет профессор Эртер. Проходит этот процесс, дети и

подростки учатся связывать конкретное и абстрактное. Если это происходит без принуждения, в разнообразной форме, то развивается способность личности к самореализации и творческому воплощению идей и предпочтений. Высшее проявление игры — искусство, театр, балет и музыка.

Конструктивная игра подразумевает такие виды деятельности, как изготовление предметов своими руками, занятия с конструктором, рисование, вязание крючком и спицами, пение или импровизация на музыкальных инструментах. При помощи раскрепощенной ролевой игры дети выражают чувства и моделируют действия, соответствующие их потребностям. Подростки погружаются в компьютерный мир, где могут творить и быть собой, можно основать колонию на какой-нибудь планете, построить город и управлять им или найти другое дело по душе. Такие игры никогда не проходят одинаково у разных детей. Каждый ребенок играет по-своему и таким образом по-своему развивается. Даже если компьютерные игры не всегда полезны и могут отнимать слишком много времени.

## Игрушка должна дарить свободу действий

Такие занятия, как свободное рисование красками и карандашами, изготовление поделок, лепка из глины и игра на музыкальных инструментах, позволяют детям позитивно и творчески проявлять

свое «я». Этому требование отвечают те игрушки, с которыми можно играть разными способами и которые можно изменять. И наоборот, игрушки с одной функцией (например, заводная мышка или медвежонок) не достигают этой цели. Сочинение сценариев, знакомству со структурой предметов и умению отражать в них свою индивидуальность способствуют те игрушки, которые предоставляют обширное поле действий, учитывают индивидуальные потребности и стремления. Примерами могут служить шапочки пухоси от Nois-Spiele, которые можно связать самим, или сумки Color Me Mine от Simba Toys, оформленные своими руками.

Современные устройства, такие как фотоаппараты и камеры, также идеально подходят для творческого развития. Традиционные игрушки и материалы для работы своими руками также часто используются сами по себе или как вспомогательное средство. Они даже могут стать основой игры (мяч, юбка или волшебный жезл, вокруг которых строится сюжет). Итак, насколько важную роль играет развитие индивидуальности у детей и подростков? Может, это просто преходящий этап? Профессор Эртер уверен, что нет. Дети выражают свою личность, не задумываясь об этом, — если только им позволят. Взрослым приходится делать усилие — дети творят непринужденно. ■



**majorette**

# Создай собственный гоночный автомобиль!

Запуская проект KlikCarz, компания Majorette создала в поддержку новой, уникальной линии игрушек целый мультимедийный комплекс: комиксы, веб-сайт, телепередачи и онлайн-игру.

Любой мальчишка, понимающий толк в гонках, придет в восторг от того, что можно своими руками сконструировать автомобиль и принять с ним участие в настоящем соревновании. Модели KlikCarz позволят справиться с этой задачей в два счета. Majorette предлагает широчайший выбор: автомобиль мечты найдется для каждого. Радость, скорость и, главное, полет фантазии обеспечены!

И это еще не все возможности KlikCarz! Сотрудники по развитию продукции Majorette создали мультимедийный игровой мир, представленный комиксами KlikCarz, веб-сайтом (<http://www.klikcarz.com>) и онлайн-игрой ([www.play.klikcarz.com](http://www.play.klikcarz.com)). В этом совершенно особом мире обитают три мальчика — Мартин, Кенжи и Джефф, — которых связывает дружба, хотя они и живут на разных континентах. Троица разделяет одно увлечение — гоночные автомобили. Мальчишки обожают их конструировать и мечтают вместе создать непревзойденную модель.

**Победная комбинация**  
Majorette предлагает 24 автомобиля. Их уникальность заключается в том, что все

модели взаимно комбинируются. Благодаря этому увлеченные юные конструкторы смогут создать свыше 1000 вариантов собственного болида. Вслед за тремя героями KlikCarz, все модели линейки получили прописку на трех континентах — американском, азиатском и европейском, по восемь моделей для каждого.

Захватывающие приключения Мартина, Кенжи и Джеффа публикуются с августа на страницах журнала комиксов Micky Maus («Микки Маус»). Помимо этого, будущим умельцам творчества доступен веб-сайт KlikCarz, где они найдут информацию о моделях и смогут почитать или загрузить комиксы. К открытию линейки были выпущены мультифильмы на разных языках. Небольшой бонус — онлайн-игра KlikCarz. Игра целиком посвящена моделям линейки. Тем, кто хочет выжать из мотора полную мощность и достичь следующего уровня игры, понадобится лишь код, прилагающийся к каждой игрушке.

Линейка постепенно продвигается на мировые рынки при помощи телерекламы. Итак, определяйся с моделью, вводи ее код и вперед, к победам в гонках! ■



# навсегда друзья

С новой линейкой коллекционируемых игрушек от Simba Toys — Юху и его друзьями (YooHoo & Friends) — мир станет чуть-чуть добнее и лучие.

**К**то устоит перед их большими блестящими глазами? Как только такой зверек — галаго Юху, пустынная лисичка Памми, белка Чизу, лемур Лемки или обезьянка-капуцин Руди — заглянет вам прямо в душу, вы не сможете не помочь пяти друзьям защитить их планету. Ведь именно к этому стремятся разноцветные крохи!

Мягкие игрушки Simba Toys пользуются таким успехом, что ряд миниатюрных животных для коллекционирования решили продолжить. Модели разработаны в сотрудничестве с корейским производителем игрушек Aulona World Ltd.

**Воплощение исчезающих животных**  
Каждая игрушка от частки напоминает какого-нибудь исчезающего представителя фауны, нуждающегося в защите и сохранении. Их повесть — это повесть пяти маленьких существ и их дома, планеты Ютопии, где они заботятся о Дереве Жизни. Но однажды случается беда: налетает ураган, который уносит все семена волшебного дерева. И с этой минуты над некогда солнечной и яркой планетой нависает тьма. Крошки Юху и его верные друзья думают лишь об одном: как спасти Ютопию и разогнать темные тучи. И они отправляются на Землю, чтобы разыскать унесенные семена. Юху не был бы собой, если бы не пережил в пути множества приключений и, главное, не обзавелся бы новыми друзьями по всему свету... ■

Ряд представлен 26 игрушками. Из моделей можно собирать коллекцию. Каждая игрушка продаётся в мешочке с карточкой для обмена и буклетом, содержащим информацию о соответствующем исчезающем животном. Еще одна особенность Юху — то, что с ним мы знакомимся посредством самых современных мультимедийных источников. Так, в Германии появился журнал YooHoo & Friends издательства Blue Ocean. Крошки с планеты Ютопия и их история часто появляются в телерекламе. Для увеличения спроса коллекция зверьков была дополнена развлечениями на сайте Юху и его друзей ([www.yoohoo.simbatoys.de](http://www.yoohoo.simbatoys.de)) и на Facebook, обновляющимися в течение года. В цифровом формате команда YooHoo & Friends появилась на экранах iPhone и iPad в рамках семи различных приложений.

Сейчас ряд YooHoo & Friends включает четыре игровые набора. Июжанска в том, что в каждом из них главный герой немножко не такой, как в других. Глаза и хвост Юху в каждом наборе окрашены в свой цвет радуги — жёлтый, фиолетовый, зелёный или голубой.

В 2014 г. к 26 друзьям добавятся еще семь животных из Африки, Индии и Южной Африки. И конечно, малыши Юху приготовят для юных коллекционеров еще один большой сюрприз... ■





# КЛЮЧ — СЦЕПЛЕНИЕ — ВПЕРЕД!

Адреналин, ветер, победа

Хочешь собрать свою тачку для гонок? С KlikCarz это легко: всего три шага — и болид твоей мечты готов. Создай свыше 1000 моделей. Все в твоих руках!



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

SIMBA · DICKIE · GROUP

