



НА АЛИСЕ ЛОБАНОВОЙ:
ЖАКЕТ BALMAIN,
ТОП DOLCE & GABBANA,
ЮБКА RALPH LAUREN,
ЦУМ

НА МОДЕЛЯХ
МИРОН:
ФРАК, РУБАШКА,
ГАЛСТУК-БАБОЧКА,
БРЮКИ, КРОССОВКИ
DOLCE & GABBANA,
ЦУМ
АРИАНА:
ШУБА И ПЛАТЬЕ
GUCCI, ТУФЛИ
WEBERLIS, ЦУМ
СТЕФАНИЯ:
ПЛАТЬЕ
MISCHKA AOKI,
ТУФЛИ PRETTY
BALLERINAS, ЦУМ



эти хиты, видимо, должен пройти каждый ребенок. Потом, в начальной школе, приходит время коллекционирования, собирания серий, а также любовь ко всяческим лизунам и липучкам: и мальчишкам, и девочкам нравится сжимать и бросать все эти штуки — так они снимают стресс. Дальше это уже интерактивные игры, а потом наши подростки просто уходят в интернет.

Тойруша и компания

Дети в 3–4 года сейчас знают столько, сколько мы не знали и в 7. Наша основная аудитория — мамы — тоже сильно изменилась. Мы это поняли, когда начали развивать бренд и розничную сеть Toy.ru. Сегодня зачастую детей в семье двое-трое, и игрушек у них много. Когда

одному ребенку год, второму — 7, третьему — 12, мама выбирает такой магазин, где сразу можно купить и памперсы малышу, и игрушки старшим, и одежду. Мамы идут туда, где удобнее покупать. Торговля игрушками не просто бизнес, это большая ответственность, ведь нам доверяют самое дорогое — своих детей. Поэтому мы регулярно устраиваем мастер-классы для продавцов, они могут рассказать буквально все о каждой игрушке в магазине. Все наши товары безопасны и сертифицированы, подделки исключены. Да покупатели и не гонятся давно за китайскими подделками: родители понимают, насколько опасны они могут быть: это и детали меньшего, чем у официального производителя, размера, которые малыш может проглотить,

и токсичная, опасная пластмасса, и неприятный запах — по нему, к примеру, всегда можно отличить поддельных кукол L.O.L.: настоящие ничем не пахнут. Мы провели масштабную рекламную кампанию бренда — я, как художник, занималась дизайном и визуальной составляющей. Просто снять ролик для ТВ — это одно, а сделать модным бренд — совсем другое. Мы применили новый подход: никогда до нас игрушки не рекламировались в гляцевых журналах: Toy.ru начала ассоциироваться у мам, которые следят за тенденциями, с модным брендом. Игрушки стали элементом моды — и это кардинальное изменение на рынке. Не так давно в нашей семье случилось пополнение: у нас появился Тойруша (первое фото на левой

странице. — «Коммерсантъ Kids»). Наш фирменный персонаж, герой бренда. Этот необычный и всеми уже любимый малыш, похожий одновременно на Чебурашку, героев Minecraft и Lego, но при этом совершенно уникальный. Тойруша — наша будущая торговая марка, наше видение того, какими должны быть современные игрушки для детей. У нас уже вышли детские конструкторы «Тойруша», раскраски, пазлы и комиксы, ростомеры «Тойрушки» для малышек. Придумывать игрушки — это самый творческий момент в нашей работе. На прилавках новинки появятся в 2019 году, а придумали мы много всего интересного — у нас молодая, суперактивная и очень креативная команда!

Записала Любовь Неверовская