

«Нам доверяют самое дорогое»

Алиса Лобанова о суперхитах и игрушках будущего



На Алисе Лобановой: ПЛАТЬЕ ALEXANDER McQUEEN, ЦУМ

«**МЫ** знаем, чего хотят дети», — гласит рекламный слоган магазинов Toy.ru. Искусствовед по образованию, в прошлом режиссер, телеведущая и продюсер Алиса Лобанова занялась развитием розничной сети компании семь лет назад и сумела сделать бренд не только популярным, но и модным.

Недетский бизнес

Декабрь — один из лучших месяцев для нас, самый высокий сезон для продавцов игрушек. Хотя для нашего бизнеса хороши любые праздники, исключение составляет лето, когда дети отдыхают, а потом готовятся к новому учебному году — тут как-то не до игрушек. Я начала заниматься этим бизнесом в 2011 году, можно сказать, вне-

дрялась в него постепенно. Ездил с мужем на выставки, смотрела, как все это устроено. Мой муж Андрей Лобанов занимается игрушками с 1990-х, именно он привез в Россию Lego и стал его первым дистрибутором в нашей стране. Конечно, с тех пор многое изменилось: сейчас бренды сами приходят на наш рынок, открывают магазины и в посредниках или представителях уже не нуждаются. «Игрушечный» бизнес — он совсем не детский, и я бы не сказала, что это женская история. Он очень сложный: тут и логистика, и растаможка, и общение с производителями, и само производство. Все очень серьезно — в павильоны крупных брендов на международных выставках вы, например, просто так не попадете. Увидеть новинки индустрии могут

только игроки рынка, крупные компании. Строжайше запрещены съемки, конкуренты шифруются и прячутся друг от друга, все новые игрушки — страшная коммерческая тайна. Но сложнее всего угадать, что понравится детям. Ребенку невозможно что-то навязать: либо ты попал в точку, либо нет. Вот, например, с куколками L.O.L. у нас такая была история — когда мы увидели их на выставке, подумали: ну шарик с куколкой, ничего особенного. Закупили минимальную партию, выпустили на рынок — и тут началась настоящая лолomania, которая длится до сих пор. Теперь это уже не шарик, а капсулы с кодами, только что появились новые суперхиты — Ready2Robot, аналог L.O.L для мальчишек, и домик L.O.L., мечта всех девочек.

Вечные ценности

Пока есть дети — будут появляться и новые игрушки. Сейчас родителям стало интересно ходить в магазин с детьми: каждый раз там можно увидеть что-то новое, игрушки становятся все сложнее. В Америке уже появились машинки, которые управляются движением руки. Или, к примеру, мы в школьные годы развлекались стрелялками из трубочек мокрой бумагой, а сейчас это эволюционировало в toilet paper blaster — игрушечный автомат с контейнером для воды и приспособлением, на которое надевается рулон туалетной бумаги. Игрушки становятся интерактивными, к ним теперь нужно скачивать мобильное приложение. Но есть и вечные ценности: плюшевые мишки, кубики, пирамидки для малышек. Через