

BARBIE на страже детского зрения

За последние десятилетия рынок детских товаров претерпел качественные изменения. На удовлетворение детских потребностей брошен целый эшелон компаний, производящих одежду, аксессуары, косметику, парфюмерию, игрушки. И если для стран Запада широкий выбор детских товаров уже давно является нормой, то отечественный рынок находится еще только в стадии развития. Один из самых «молодых» сегментов – детская очковая оптика, где лидирующие позиции занимает итальянская компания INOTTICA, специализирующаяся на производстве детских оправ и солнцезащитных очков под такими всемирно известными марками, как BARBIE, HOT WHEELS, FISHER-PRICE и др.

o sole mio!

Практически все любят лето, но в летней эйфории нельзя забывать, что солнце может быть как полезным, так и вредным для здоровья, особенно детского. Ведь согласно медицинской статистике более 80% времени, проведенного на солнце человеком за всю его жизнь, приходится на возраст до 18 лет. Именно поэтому педиатры и офтальмологи не перестают напоминать родителям о вреде ультрафиолетового излучения. Однако впадать в другую крайность и ограждать ребенка от солнца и игр на открытом воздухе совсем не обязательно – на страже детского зрения стоит целая индустрия по производству солнцезащитных очков.

зионных контрактов с всемирно известной американской корпорацией MATTEL, начав производство оправ и солнцезащитных очков под такими брендами – любимцами детей, как FISHER PRICE (1–4 года), BARBIE (5–9 лет), HOT WHEELS (10–15 лет).

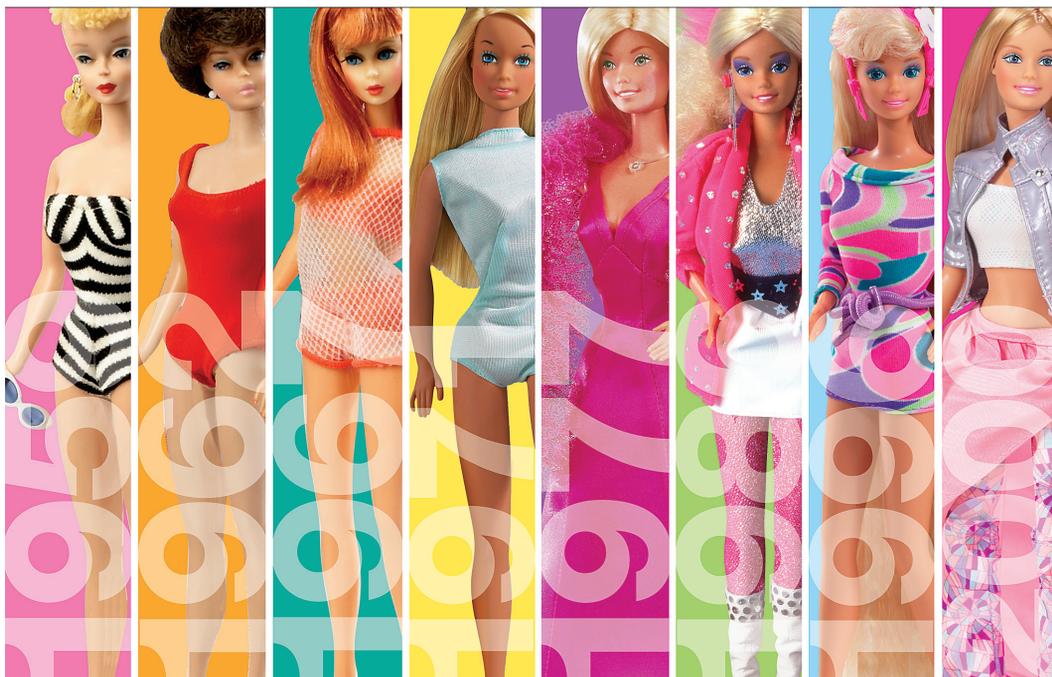
BARBIE покоряет мир

BARBIE известна во всем цивилизованном мире, о чем свидетельствует статистика продаж: приблизительно 1 млн кукол продается за неделю по всему миру, что в переводе на время равнозначно покупке двух кукол ежесекундно. Первая BARBIE была выпущена в 1959 году. На создание

культовой куклы XX века Рут Хэндлер вдохновила ее дочь Барбара – малышка так любила наряжать вырезанных из картона кукол в бумажные наряды, что Рут решила сделать игрушечную копию – модель идеальной девушки, которой можно было бы подобрать целый гардероб. После получения всех необходимых патентов в производство была запущена первая BARBIE – длинноногая красавица с собранными в фирменный конский хвост пшеничными волосами, ярким макияжем и стильными золотыми серьгами, одетая в черно-белый купальник в полоску и туфельки с открытым мысом. Именно в таком виде BARBIE Миллент Робертс из американского штата

INOTTICA

Стоит отметить, что осведомленность родителей по вопросам гигиены зрения ребенка – это лишь залог успеха, но не сам успех. Далеко не всем производителям детской очковой оптики удастся создавать продукцию, которая могла бы воплотить в себе компромисс между желаниями детей и их родителей, ведь в погоне за дизайном можно существенно потерять в качестве, функциональности и безопасности. Тем не менее существуют компании, которым удается успешно справляться с данной задачей, ярким доказательством тому служит итальянская компания INOTTICA. Приняв в 1998 году решение об упразднении «взросло-го» производства, руководство INOTTICA полностью переориентировалось на профессиональную детскую оптику. За десять лет пребывания в «детском» сегменте компания заключила ряд лицен-



Висконсин совершила свой первый выход в свет во время Нью-Йоркской ярмарки игрушек – кукла молниеносно стала лидером продаж, несмотря на свою фантастическую по тем временам цену – \$3 (для сравнения галлон газа стоил \$0,25, а среднегодовая зарплата американца составляла \$5 000). Первый год продаж принес компании MATTEL баснословные прибыли (с прилавков ушло 300 000 кукол), тем самым BARBIE вывела компанию в авангард национальной индустрии детских игрушек.



50 – BARBIE ягодка опять

С момента появления первой BARBIE прошло ровно полвека, в этом году культовой кукле исполняется 50 лет – зрелость по человеческим меркам и вечная молодость по кукольным стандартам. К своему юбилею кукла подготовилась во всеоружии – на протяжении всего года запланированы громкие мероприятия и события, приуроченные к круглой дате именинницы.

В день св. Валентина в Нью-Йорке прошло первое в истории BARBIE дефиле в рамках Mercedes-Benz Fashion Week. В подготовке коллекции участвовало 50 fashion-дизайнеров. «Многие дизайнеры признались нам, что BARBIE была их первым «клиентом» или моделью», – заявил во время показа представитель компании MATTEL.

солнцезащитные очки BARBIE

Barbie

Коллекция солнцезащитных очков BARBIE весна-лето 2009 была представлена осенью прошлого года в Париже на

международной профессиональной выставке очков, оптических инструментов и оборудования – SILMO. В приближающемся весенне-летнем сезоне INOTTICA снова порадует своих маленьких поклонниц и их родителей актуальными дизайнами оправ: розовыми, лиловыми, яркими в цветочек, украшенными стразами, серебряными звездочками, фирменными

логотипами в виде профиля первой куклы BARBIE и буквой «В» – все это разнообразие доступно юным модницам и в России. С 3 апреля по 31 июля при поддержке детского журнала «Играем с BARBIE» проходит акция «BARBIE: солнцезащитные очки + подарок». К каждому солнцезащитным очкам прилагается не только фирменный футляр, но и подарок – брелок для мобильного телефона.

С технологической точки зрения, новшеством в данной коллекции солнцезащитных очков являются линзы O.ZONE (собственная разработка компании INOTTICA), изготовленные из атрауматического поликарбоната с внутренним многослойным покрытием, в том числе и антибликовым, что позволяет обеспечивать 100% защиту от UVA и UVB лучей и играет решающую роль при выборе солнцезащитной оптики для ребенка.

«Играй! Смейся! Расти!» в очках FISHER-PRICE

Fisher-Price

Линия солнцезащитных очков и оправ FISHER-PRICE появилась в 2001 году. Компания FISHER-

PRICE известна на рынке детских развивающих игрушек с 30-х гг. XX века. Солнцезащитная коллекция бренда, так же как и игрушки этой марки, смогла быстро завоевать популярность благодаря своим техническим и функциональным характеристикам. Так как линия рассчитана на детей от 1 года до 4–5 лет, задача удовлетворения потребностей целевой аудитории непростая – ведь в этом возрасте лицо ребенка только формируется, и некачественная очковая оптика может нанести колоссальный вред. Поэтому при создании очков для малышей учитывается множество факторов: физиологические, морфологические и функциональные аспекты, в связи с чем INOTTICA привлекает к разработке, тестированию и контролю качества детской очковой оптики лучших детских офтальмологов. В 2006 году детская очковая оптика FISHER-PRICE получила гран-при SILMO в номинации «Оптика для детей и подростков».

«крутые» очки HOT WHEELS

В 1968 году корпорация MATTEL совершила очередную революцию на рынке детских игрушек, выпустив серию



машин – HOT WHEELS. Для разработки дизайна и моде-

лей машинок корпорацией были привлечены настоящие конструкторы и дизайнеры, занятые в автомобильной промышленности. С самых первых моделей, разработанных по прототипам известных автомобильных марок MUSTANG и CORVETTE, машинки HOT WHEELS пользовались огромным спросом, представляя собой функциональные мини-модели реальных автомобилей.

Линия солнцезащитных очков HOT WHEELS полностью отражает философию бренда, предоставляя возможность подросткам 10–15 лет завоевать авторитет среди сверстников стильным образом «крутых парней». Дизайнеры компании INOTTICA стараются максимально отобразить тему автомобилей, скорости и движения в конструкции и оформлении очков, перенося на них красочные изображения машин, огня, покрышек и других тематических символов.

формула успеха

Благодаря тому что продукция компании INOTTICA представляет собой симбиоз творческого потенциала, многолетнего опыта, технологических инноваций и функциональности, компании удается хранить верность формуле успеха: «здоровье + безопасность + комфорт ребенка». Юные поклонники BARBIE, FISHER-PRICE и HOT WHEELS получают не только привлекательный, эксклюзивный дизайн солнцезащитных очков и корректирующих оправ из самых современных материалов, но и отличную возможность выразить свою индивидуальность, сохраняя при этом зрение.

ООО «Галерея Очков» – эксклюзивный представитель компании INOTTICA в России
www.kidsoptika.ru
gallery_ochkov@mail.ru
Тел.: (495) 647-13-61, 8-901-534-75-54

