

# Revista **Brincar**

QUATRO ESTAÇÕES

Ano X • Nº 61  
R\$ 9,90



**ESPECIAL**  
HALLOWEEN É PURA  
DIVERSÃO PARA AS  
CRIANÇAS



**PUERICULTURA**  
FEIRA EM SP REÚNE  
NOVIDADES PARA BEBÊS

**LIGENCIAMENTO**  
AS CELEBRIDADES QUE  
VIRARAM BRINQUEDOS



**PRODUTO**  
BICICLETAS INFANTIS:  
SEMPRE UM BOM  
PRESENTE

## **GIOVANNA RISPOLI**

ATRIZ MIRIM FALA SOBRE AS MALVADEZAS DE SUA PERSONAGEM  
CLAUDIA, SENSÇÃO NA NOVELA "BOOGIE OGGIE"

# As crianças amam esses personagens!



www.braskitbrinquedos.com



Passado o dia 12 de outubro, as empresas do setor de brinquedos fazem as contas sobre as vendas no Dia das Crianças e se preparam para atender às demandas de Natal. De acordo com um levantamento da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), o volume de vendas a prazo no comércio brasileiro registrou esse ano queda de 1,5%, na semana que antecedeu o Dia das Crianças - entre os dias 5 e 11 de outubro -, em relação ao mesmo período de 2013. Foi o pior desempenho do setor nos últimos cinco anos.

Em um ano considerado atípico devido a eventos como a Copa do Mundo e Eleições, os dados não chegam a ser uma surpresa. Porém, ressaltam um claro cenário de endividamento das pessoas. Pesquisa encomendada pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas e pelo SPC Brasil, divulgada em setembro, mostra que de cada dez consumidores inadimplentes, oito pertencem às classes C e

D, que foram assimilados pelo mercado de consumo no Brasil, nos últimos anos.

A pesquisa mostrou ainda que de cada cem consumidores inadimplentes, 45 afirmaram não ter condições de pagar suas dívidas nos próximos 90 dias. Alegam que os valores estão muito além das suas posses, já que o total das dívidas, apuradas pelo levantamento, equivale a duas ou três vezes a renda da família.

Mesmo nessas condições, a previsão da Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (Abrinq) é de que o último trimestre ainda pode ser favorável. Segundo a entidade, o setor deve crescer 12% no ano, totalizando R\$ 9,5 bilhões em faturamento. Vamos aguardar até o Natal, que é o principal momento para a indústria, pois o varejo compra com mais agressividade. Nunca é demais lembrar que Natal e Dia das Crianças juntos representam 70% do faturamento do setor de brinquedos.

Nessa edição da Brincar, o lojista pode

conferir uma matéria com as novidades para o Halloween, festa que ingressou definitivamente no calendário do setor de brinquedos como um evento importante para o aquecimento das vendas. Já a matéria com alguns dos principais players do mercado de bicicletas infantis é leitura obrigatória para quem deseja estar por dentro dos lançamentos desses brinquedos sobre rodas.

Reunimos ainda nessa edição tudo o que aconteceu de importante em quatro eventos ligados ao setor de brinquedos. Acompanhe as novidades mostradas na Office Brasil Escolar, feira de produtos para papelerias, material escolar e de escritório, a mostra regional Showbrinq, em São José do Rio Preto (SP), CBME (Puericultura), além da Expo Licensing Brasil, evento que abre espaço para que os detentores das marcas apresentem seus lançamentos ao mercado.

Boa leitura a todos

Os Editores

Fotos de Capa: Rodrigo Soares/Agência Cintra/Divulgação; (Perfil: Giovanna Rispoli); Divulgação (Especial: Halloween); Divulgação (Produto: Bicicletas Infantis); Eduardo Santos (Feira CBME)

### SUMÁRIO

<b>4</b>	<b>Giro de Mercado</b> Os fatos do mês	
<b>6</b>	<b>Perfil</b> Giovanna Rispoli	
<b>10</b>	<b>Especial</b> Halloween	
<b>14</b>	<b>Produto</b> Bicicletas Infantis	
<b>18</b>	<b>Feira</b> CBME	
<b>22</b>	<b>Feira</b> Office Brasil Escolar 2014	
<b>26</b>	<b>Feira Regional</b> Showbrinq em São José do Rio Preto (SP)	
<b>28</b>	<b>Feira</b> Expo Licensing Brasil 2014	
<b>30</b>	<b>Economia</b> Videogame tem mais de 50% de impostos	
<b>32</b>	<b>Mercado</b> Novo Uno 2015 inspira brinquedos	
<b>34</b>	<b>Varejo</b> Planeta Brinquedo	
<b>36</b>	<b>Licenciamento</b> As celebridades que viraram brinquedos	
<b>38</b>	<b>Comportamento</b> Brinquedos no mundo digital	
<b>40</b>	<b>Novidades</b> Vitrine do mercado de brinquedos	
<b>42</b>	<b>Artigo</b> O Dia das Crianças pode salvar o varejo?	



José Eduardo dos Santos  
Mtb 28.714

**Brincar N° 61**  
Setembro/Outubro - 2014

**DIRETOR DE REDAÇÃO:**  
Eduardo Santos

**REPRESENTANTES COMERCIAIS:**  
Daizinha Rosa de Jesus Tel.: (11) 9 8473-6645  
Lurosa Comunicação Tel.: (11) 9 7631-6066

**REPRESENTANTE INTERNACIONAL**  
Smart Regent Production Ltd.,  
4/F., No. 13 Lan Kwai Fong  
Central District, - Hong Kong  
Tel: (852) 2815 0166 Fax: 2815 6911  
e-mail: sregent@gmail.com

**COLABORADORES:**  
Andres Lustwerk (textos), João Raposo,  
Mário Llaguno, Rafael de Freitas  
(fotografias), Claudio Huerte (artes e  
diagramação); Eduarda S. Araújo (gerente  
administrativa)

**CONSELHO EDITORIAL:**  
ADOLPHO SILVÉRIO FIGUEIREDO JR  
AIRES JOSÉ LEAL FERNANDES  
ANDREA BASILI  
AUDIR QUEIXA GIOVANI  
CARLOS MARIEN  
CHARLES KAPAZ  
DANIEL TREVISAN  
EDUARDO BRITO  
GABRIELA GOMES DE OLIVEIRA  
GILBERTO EUGÊNIO VASCONCELOS  
GRAZIELA MASON SILVEIRA  
IRENE DÁRIO  
JOÃO GILBERTO GHIRARDI

**QUATRO ESTAÇÕES**  
JOÃO CARDOSO DE OLIVEIRA FILHO  
JOSÉ CLÁUDIO THADEO  
LUÍS ILLANES  
LUIZ MARCONI JR.  
LUÍS KOSEI MATSUDA  
MARCIO PONZINI  
MARCELO ROSSI  
MARCOS ERNICA  
MARCOS LIPARI  
MAURO ANTÔNIO RÉ  
NATÂNIA DO CARMO O. SEQUERA  
PAULO BENZATTI  
PAULO ROBERTO BAZZO  
RUBEN PAULO KIPPER  
SÉRGIO FIGUEIREDO  
VAGNER LEFORT  
YEH KUANG HISIANG (ANDRÉ)

*Brincar*, é uma publicação bimestral da Editora Quatro Estações, que nos termos dos Artigos 8º e 9º da Lei 5250/67 e Artigos 122 e seguintes da Lei 6015/73, está registrada na Lei de Imprensa sob o nº 219.355 do Livro B do 1º Cartório de Títulos e Documentos e a marca está devidamente depositada no INPI sob o nº 825999618.

A revista *Brincar* não se responsabiliza pelas opiniões dos artigos assinados.

**EDITORA QUATRO ESTAÇÕES EIRELI**  
Redação, Publicidade e Administração  
Rua Dias Velho, 48  
CEP 02735-040  
São Paulo - SP - Brasil  
Tel./Fax: 55 (11) 3931-7700/ 3992-3086

**VISITE NOSSA HOME PAGE**  
[www.revistabrincar.com.br](http://www.revistabrincar.com.br)  
[redacao@revistabrincar.com.br](mailto:redacao@revistabrincar.com.br)  
[facebook.com/revista.brincar](https://facebook.com/revista.brincar)



## BARBIE VIRA BLOGUEIRA DE MODA E SNOOPY, FASHIONISTA

A boneca Barbie e o cão Snoopy, figuras clássicas do imaginário infantil nos anos 1950, foram tirados do ostracismo para virarem protagonistas de coleções de roupas, de exposição e até de perfil em rede social.

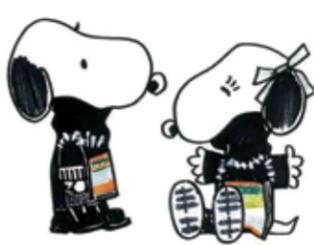
Personagem mais famosa da empresa americana Mattel, a garota loira de Wisconsin (EUA) se tornou blogueira de moda no último mês de agosto.

Em sua primeira conta no Instagram, Barbara Millicent Roberts, a Barbie, nascida em 1959, anunciou que foi convidada para as semanas de moda em Nova York, Londres, Milão e Paris. A nova estratégia deve envolver marcas de moda ainda não definidas.

O perfil @barbiestyle já acumula 108 mil seguidores.

Snoopy, por sua vez, reapareceu durante a semana de moda de Nova York, que começou em 4 de setembro. O New Museum inaugurou no dia 8 de setembro a exposição "Snoopy e Belle na Moda" como parte das comemorações dos 65 anos da série de quadrinhos "Peanuts".

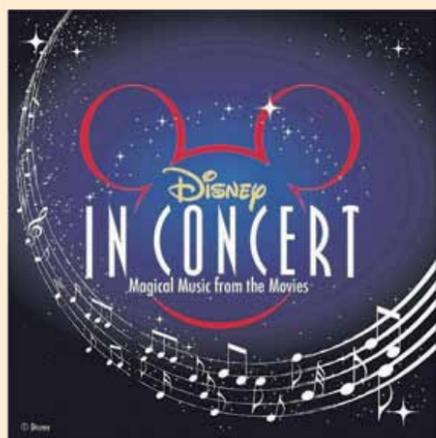
O cão e sua irmã aparecem nas imagens de divulgação da mostra trajados com looks de grifes como Rodarte, J.Mendel, Calvin Klein, Opening Ceremony, Isabel Marant e Diane Von Furstenberg.



Personagem da Mattel tem até conta no Instagram. Já o simpático cão dá as caras na semana de moda de Nova York

O objetivo da nova exposição, que ainda rodará Paris, Milão e Moscou, é que os célebres personagens ganhem fôlego de audiência para o próximo ano, quando a série de quadrinhos terá seu primeiro longa-metragem.

## DISNEY IN CONCERT PELA PRIMEIRA VEZ NO BRASIL



Espectáculo inédito no país apresentou músicas de filmes clássicos da Disney no Teatro Bradesco

As melodias mágicas de filmes da Disney se tornaram parte da vida de diversas gerações de adultos e crianças. Os fãs da Disney de todas as idades puderam experimentar essas músicas de uma maneira nova, com a apresentação "Disney in Concert, Magical Music from the Movies". As temporadas anteriores no México e na Argentina foram um sucesso, mais de 35 mil pessoas assistiram ao espetáculo.

Pela primeira vez no Brasil, o evento contou com uma orquestra de 66 músicos regidos pelo maestro Renato Misiuk e executou 20 clássicos interpretados por tenores, em português. As apresentações ocorreram de 19 a 21 de setembro, no

Teatro Bradesco, em São Paulo.

Além das versões orquestradas das canções clássicas da Disney, o espetáculo contou também com imagens dos filmes projetadas num telão LED, levando o público por uma viagem aos filmes mais queridos da Disney, passando por trilhas de A Bela e a Fera, A Pequena Sereia, Aladdin, O Rei Leão, Mary Poppins e ainda os atuais Enrolados e Frozen – Uma Aventura Congelante. O público entrou numa verdadeira sinfonia da imaginação, com uma coreografia mágica, que permite diversos espaços para as projeções, criando uma sensação de imersão no mundo mágico Disney.

## TURMA DA MÔNICA APRESENTA MUSICAL NO THEATRO NET, EM SÃO PAULO

Desde o último dia 13 de setembro, em São Paulo, as crianças podem conferir o espetáculo infantil "Mônica Mundi – Uma volta ao mundo com a Turma da Mônica", musical dirigido por Mauro Sousa, filho do Maurício de Sousa, com supervisão do criador da Turma da Mônica.

O espetáculo passou por Rio de Janeiro, em temporada de sucesso em 2013, e em Vitória/ ES em 2014. Sua reestrea em São Paulo é ótima opção de entretenimento infantil de qualidade para toda a família, levando o público a conhecer, de forma lúdica, educativa e divertida, as mais diversas culturas e países. Tudo isso embalado com canções típicas e sem sair da cadeira!

Com temporada no novo Theatro NET SP, localizado no Shopping Vila Olímpia, até 16 de novembro, a superprodução é um convite a todos para uma inesquecível volta ao mundo com a Turma da Mônica, sem precisar de passaportes. Tradições de países como Portugal, Itália, Japão, França, Estados Unidos, África, Arábia, Grécia e do nosso Brasil se tornam pura diversão nesta linda viagem educativa e cultural. Mônica, Cebolinha, Cascão, Magali, Chico Bento e Jeremias estão prontos para o embarque.



A Maurício de Sousa Ao Vivo é quem está à frente da empreitada

Mais informações: [www.monicamundi.com.br](http://www.monicamundi.com.br)

## O HUMORISTA FERNANDO CARUSO EMPRESTA VOZ A PERSONAGEM DE STAR WARS REBELS

O ator e humorista Fernando Caruso foi especialmente escolhido para dublar o Agente Kallus em Stars Wars Rebels, a nova série do Disney XD. O personagem, membro da Secretaria de Segurança Imperial, é responsável por coordenar o exército de Stormtroopers do Império.

Grande fã da saga Star Wars e extremamente versátil, Caruso está feliz em participar da série e deu um toque único ao personagem. É a primeira vez no Brasil que um artista conhecido do grande público é convidado para um trabalho de dublagem para os canais Disney. A série e a atuação

de Caruso devem ser um verdadeiro marco para o novo sucesso da franquia Star Wars.

"Sou um devorador do universo Star Wars. Vi várias vezes os filmes, leio os quadrinhos, tenho bonequinhos e esculturas em casa. Por isso, fazer parte do universo e fazer um personagem marcante, um vilão, é uma verdadeira honra", diz Fernando Caruso.

A série, com 15 episódios, estreia oficialmente no Disney XD, no dia 18 de outubro

e será exibida aos sábados às 12h.



Star Wars Rebels é uma eletrizante série de animação para televisão

## SEBRAE-SP LANÇA CARTILHA PARA LOJISTA MELHORAR VENDAS NO DIA DAS CRIANÇAS

Sebrae-SP lança a Cartilha Venda Melhor Dia das Crianças para au-



Material traz dicas de marketing para atender bem os pequenos, tirar proveito das redes sociais e confeccionar uma boa vitrine

xiliar os comerciantes a aumentarem as vendas nesta que é, ao lado do Natal, a mais importante data do ano para o varejo de brinquedos e demais segmentos voltados ao público infantil. Para obter a cartilha, disponível na internet em [http://sebrae.sp/vm\\_dcricancas2014](http://sebrae.sp/vm_dcricancas2014), o empreendedor deve se cadastrar no site. Ou se preferir, ainda pode ir pessoalmente até um escritório do Sebrae-SP.

Com o mote "Os presentes são para os pequenos, mas as oportunidades são para quem pensa grande", o material con-

centra informações ensinando dicas de marketing apresentando qual a melhor abordagem para atender os pequenos, como confeccionar uma boa vitrine, tirar proveito das redes sociais e vender presentes por faixa etária, entre outras.

"A segmentação de mercado por faixa etária auxilia o lojista a entender os desafios na hora de atender o público infantil. Produtos dispostos na altura da visão dos pequeninos, por exemplo, além de cores fortes e balões ajudam a atrair a atenção da garotada e podem refletir positivamente no faturamento da loja", afirma o diretor técnico do Sebrae-SP, Ivan Hussni.

## EMPRESA CRIA TAMPINHAS-BRINQUEDOS ECOLOGICAMENTE CORRETAS



Você sabia que são fabricadas 350 bilhões de tampas de garrafas plásticas por ano, no mundo? Já imaginou a vida sem elas?

Criadas por dois inventores brasileiros da empresa Clever Pack, as Clever Caps são tampas que já saem de fábrica com duas vidas. Na primeira, são um eficiente sistema de fechamento, seguras e compatíveis com embalagens tradicionais. Na segunda, são blocos de montagem,

que montam entre si e com outros blocos disponíveis no mercado.

Ecológicamente corretas, as tampas deixam uma menor pegada ambiental e podem ser brinquedos para crianças carentes, materiais para artesãos e ferramentas didáticas para estimular a consciência ecológica.

Cláudio Patrick Vollers, CEO da Clever Pack, acredita que as Clever Caps são um importante marco no desenvolvimento de embalagens sustentáveis, tanto por agregarem os três pilares da sustentabilidade (ecologicamente corretas, socialmente justas e economicamente viáveis), como por colocarem em prática, de forma palpável, o conceito de reuso de materiais.

"Com as Clever Caps não há necessi-

dade de reciclagem. As tampas já saem de fábrica com uma segunda vida e podem ser simplesmente reutilizadas, sem gasto adicional de energia nem emissão de gases ou resíduos poluentes", diz Vollers.



Clever Caps são compatíveis com os blocos de encaixe Lego, o que aumenta infinitamente suas aplicações



## "ACHO QUE A CLAUDIA TEM UM POUCO DE FÉLIX", DIZ GIOVANNA RISPOLI

Atriz mirim se diverte com os textos de Claudia, sua personagem que vem roubando a cena em Boogie Oggie, da Globo, e vê semelhanças com as malvadezas do vilão Félix, vivido por Matheus Solano, em Amor à Vida

Texto: **Andres Lustwerk**



Incentivada pelos pais, Giovanna deu seus primeiros passos como atriz no teatro da escola

e dos pais fictícios, vividos por Heloísa Périssé e Daniel Dantas.

Mas qualquer semelhança com outro vilão recente das novelas da Globo não é mera coincidência. Pelo menos na inspiração de Giovanna para interpretar a Claudia. "Acho ela meio Félix, que foi um vilão que eu vi bastante em cena e adorei", diz sobre o personagem vivido por Matheus Solano em "Amor à Vida". "Apesar disso, a Claudia tem características próprias. Ao mesmo tempo em que é irônica, é também ingênua. Na verdade, não acho que ela seja uma vilã. Ela é sim, interesseira. Faz qualquer coisa para conseguir o que quer

", completa.

Sucesso das 18h no folhetim da Globo, Giovanna diz que gosta muito do seu núcleo de gravações e que está adorando a atual fase profissional. Sua rotina, porém, mudou radicalmente nos últimos tempos. Nascida e criada em São Paulo, no bairro da Vila Mariana, a menina se mudou com a família (e com os três cachorros) para o



"A Claudia é uma peste. Meus pais na trama são até bonzinhos com ela", diz

Rio de Janeiro. Costuma gravar de quatro a cinco dias por semana no Projac, sempre à tarde. Pela manhã, vai ao colégio e diz que ainda sobra tempo para estudar os textos da novela, fazer a lição de casa e brincar.

A trajetória de Giovanna no ramo artístico teve origem na escola, aos sete anos, quando começou a fazer teatro, incentivada por seus pais, já que desde pequena se mostrava extrovertida. Sua inspiração para atuar eram séries adolescentes internacionais e também episódios de Malhação, da Globo. Após ser agenciada pela mãe, a garotinha começou a fazer comerciais, até que veio o primeiro teste na Globo para o papel de Nina, em "Avenida Brasil". "Acabou não dando, mas logo depois fiz testes para o filme "O menino no espelho" e passei", conta a atriz.

Com o término das gravações do filme,



Lançamento  
2014



### Alimentar

A boneca Hora de Alimentar vem com acessórios para a criança brincar de dar 'papá' para o bebê. Vem com copinho de suco e biscoitinho.

### Cuidar

A boneca Hora de Cuidar vem com acessórios de médico para a criança brincar de cuidar do bebê. Vem com injeção e chupeta.





Entre seus desejos estão aprender a tocar piano e cantar

Giovanna deixa bem claro que a agenda cheia de compromissos não atrapalha as outras atividades importantes para a sua idade, como estudar e brincar. Ela adora andar de bicicleta, patinar e até jogar futebol. Também gosta de brincar de polícia e ladrão, queimada e com seus cachorros, que são seus filhos nas brincadeiras, como costuma dizer.

Seu brinquedo preferido é o vídeo game Wii. Gosta também de ir ao shopping e, agora que está morando no Rio, de ir à praia, além de andar de bike. Na TV, assiste Malhação, Boogie Oogie e também vê filmes e séries, às vezes, também pelo iPad. Mas quando o assunto é tecnologia, não disfarça. "Quando posso, fico bastante tempo interagindo com o meu celular", ri.

A melhor amiga de Giovanna é Isabela Guerreiro, que mora no mesmo prédio que a atriz morava na capital paulista. "Beijo Isa, saudades". Já o seu melhor amigo é o irmão Enrico, com quem muitas vezes bate os textos da novela, antes de gravar.

Está no 7º ano da escola e se diz boa aluna. "A escola tem coisas legais e outras nem tanto", ri. "Minha matéria preferida é história", revela. E a história de Giovanna Rispoli no ramo artístico está apenas começando.



Aos 12 anos, a história da carismática menina no ramo artístico está apenas começando



Assim que a novela acabar, Giovanna pretende estudar música, dança e voltar a fazer teatro

### Saiba mais sobre Giovanna Rispoli

**Data de nascimento?**  
30/04/2002.

**Livro que mais gostou?**  
"Diário de um Banana" e "Sem Fôlego". Mas prefiro mesmo outras leituras, como revistas de jovens.

**Tipo de música preferida?**  
Música Pop, Taylor Swift, Demi Lovato, etc. Também algumas nacionais, como Manu Gavassi, Anitta, entre outras.

**Filme/Animação que mais curtiu?**  
Filme: "A culpa é das Estrelas". Animação: "Gnomeu e Julieta".

**Viagem que mais gostou até hoje?**  
Disney.

**Tem medo de alguma coisa?**  
De aranha.

**Tem alguma mania?**  
Eu roía unha, mas agora estou parando.

**Gosta de algum esporte?**  
Natação e futebol.

**Torce para algum time de futebol?**  
São Paulo.

**Cor preferida?**  
Verde água.

**Um lugar que mais gosta de ir?**  
Shopping.

**Que super-herói gostaria de ser e por quê?**  
Não sei, talvez a Mulher Maravilha.

Fotos: Rodrigo Soares/Agência Cintra/Divulgação  
Giovanna Rispoli veste Precoce  
www.precocenet.com.br / Tel.: (33) 3275.2585

Quando você faz coceguinhas no pezinho da boneca, ativa o sensor de toque e faz com que a boneca dê lindas gargalhadas. Ela canta e fala diversas frases quando pressionado sua bazziguinha.



Sempre um rostinho feliz!



## MAIS DO QUE ASSOMBRAÇÃO, HALLOWEEN É PURA DIVERSÃO PARA AS CRIANÇAS

Dia das Bruxas promete movimentar o varejo com diversos artigos voltados para uma festa que cresce a cada ano no Brasil

Texto: Andres Lustwerk



A comemoração, bastante tradicional nos Estados Unidos, tornou-se uma grande diversão para crianças, adolescentes e adultos

mesmo tempo, aterrorizantes são indispensáveis. Mais do que assombração, na verdade, o clima é de puro alto astral.

Para o varejo brasileiro, a data festiva é muito bem-vinda e já está incorporada ao calendário como um evento importante para o aquecimento das vendas. Nesse sentido, segmentos como os de fantasias, brinquedos e

acessórios apresentam suas novidades ao mercado com o objetivo de melhorar o desempenho em uma temporada marcada por uma economia estagnada.

Para a Rubie's Brasil, referência em fantasias, o Halloween, em conjunto com o Dia das Crianças, faz com que o mês de outubro seja tão significativo nas vendas como a temporada de Carnaval. "Apesar do ano difícil para o país em geral, nossa expectativa para a data é de crescimento. Temos produtos com as melhores e maiores licenças do mercado e contamos com a festa para espantar a estagnação do varejo", comenta Persio de Luca Neto, diretor comercial da Rubie's.

A empresa conta com mais de 200 itens na linha de Halloween e apresenta



As Fantasias Halloween da Turma da Mônica, com a Mônica Bruxinha e o Zé Caveirinha, além de outros personagens, são as atrações da Rubie's Brasil

como principais novidades para o ano as Fantasias Halloween da Turma da Mônica, com a Mônica Bruxinha e o Zé Caveirinha. Além disso, dispõe ainda de acessórios específicos, como máscaras, capas e foices, entre outros artigos que fazem a alegria da garotada.

Outra boa opção da Rubie's Brasil para os meninos é a linha Star Wars, com destaque para o vilão Darth Vader e seu lado sombrio da força. "Para nós, é certo que a cada ano o Halloween se consolida como um importante evento do calendário, além de fonte de oportunidades para o varejo brasileiro", reforça Persio.

Com uma linha de fabricação própria composta por 62 itens para o Dia das Bruxas, a Brasiflex espera crescer pelo menos 10% sobre 2013 nas vendas desses artigos "assustadores" em tempos de Halloween. "Esse índice já seria um excelente número em função de um ano complicado para os negócios, devido à retração da economia", comenta Eliana Mason, diretora comercial da empresa.

As vendas para a festa de "Doçuras ou Travessuras" ocupam a produção da Brasiflex de julho até outubro. Entre os principais lançamentos da empresa chamam a atenção itens como a Viúva Negra, uma aranha com 27 centímetros, produzida em material emborrachado. "É perfeita para decorações", observa Eliana.

A diretora destaca ainda as Cabeças de Esqueleto Kids, menores que os modelos convencionais, que chegam esse ano



A Alphafestas apresenta suas criações em máscaras plásticas em vacuum forming, para garantir a alegria da criançada



Quando a criança faz a boneca bater palminhas, aciona o dispositivo eletrônico que faz a boneca cantar uma linda canção. Boneca fabricada com vinil macio e perfumado. Vem com lindos sapatinhos para completar a brincadeira da criança.





A Viúva Negra e as Cabeças de Esqueleto Kids, da Brasiflex, são ótimas opções para decorações do "Dia das Bruxas"

também na versão roxa. O produto, de acordo com a profissional, também é uma ótima opção para decoração ou ainda como cesta para lembrancinhas e doces.

Especializada em artigos decorativos para festas, a Alphafestas, maior fabricante local de máscaras plásticas em vacuum forming, possui uma linha com 25 itens específicos para o Halloween. De acordo com seu diretor comercial, André Lula de Oliveira, a festa está crescendo no Brasil e a expectativa de expansão da empresa para a data em 2014 é em torno de 20%.

"No entanto, o diretor reclama da concorrência de produtos importados visando o Halloween. "A entrada de produtos estrangeiros no país atrapalha e muito o fabricante nacional", relata Lula.

No portfólio da Alphafestas para

xas, entre outros.

A tradicional fabricante Grow também entra na brincadeira. A empresa tem em sua linha o Puzzle de 150 peças Metalizado, da Turma da Mônica, chamado "Noite de Halloween". A atração é voltada para crianças a partir de seis anos, que vão adorar encaixar peça a peça até formar uma linda imagem.

Outra empresa do setor de brinquedos que conta com produtos certos para o Halloween é a DTC. Destaque para a Turma do Terror com os bonecos Múmia, Frankenstein e Fantasma. Com efeitos de sons de gritos, eles aparecem à noite e atacam sem avisar. Gritam quando são esticados. Já quando a criança aperta suas cabeças, uma surpresa acontece.

Também da DTC, o Monster Popper é um brinquedo na medida para o Dia das Bruxas. São monstros de borracha que lançam bolinhas a uma distância de até seis metros. Eles vêm com seis bolas macias pra brincadeira não ter que parar. São vários monstros irados para assustar a galera.



Os bonecos Múmia, Frankenstein e Fantasma compõem a Turma do Terror, da DTC. Já o Monster Popper, da mesma empresa, tem monstros irados para assustar a galera

Halloween se destacam itens como as máscaras do Palhaço Pesadelo, Pânico, Abóbora, Chupa Cabra e Caveirinha, além de Móviles Morcego, gravatas estilizadas e chapéus de bruxas,



Das fantasias do Darth Vader às máscaras do Pânico (Rubie's), passando pelo Puzzle da Turma da Mônica (Grow), até chegar às luvas de Freddy Krueger e à faca do Jason (Rubie's). Diversão sem limites para o Halloween



**MINNIE**

1846.5 Carrinho Disney Minnie com Empurrador

1838.7 Moto Elétrica Minnie



1860.9 Dominó Minnie Disney

Conheça também nossa linha de Educativos da Minnie!



1887.6 Canetas Mix Color Minnie Disney

AGORA OS PEQUENOS HERÓIS TÊM NOVAS MANEIRAS PARA IREM SALVAR O MUNDO!

2027.6 - Carrinho Xtreme Ultimate Spider-Man



2019.8 - Triciclo Ultimate Spider-Man



2018.7 - Moto Elétrica Ultimate Spider-Man



www.xalingo.com.br

## BICICLETA: O PRESENTE IDEAL PARA ESTE FIM DE ANO

Pedalar é uma das diversões mais saudáveis para crianças e adolescentes. Pensando nisso, a indústria de bicicletas apresenta novidades para o período de maior movimento da temporada

Texto: **Andres Lustwerk**



Nova geração tem aproveitado o grande estímulo ao uso da bicicleta e põe em prática esse hábito tão saudável

O final de ano está chegando e junto com ele o Dia das Crianças, Natal e férias escolares. Esta é sempre uma boa época para renovar a bicicleta, ganhar aquele presentão pela aprovação na escola ou mesmo pelo comportamento recompensado pelo "bom velhinho".

Apesar do momento difícil da economia brasileira, a indústria de bicicletas infantis se apressa em lançar suas novidades visando o ápice da temporada. Para driblar a crise,



A linha ZRX, da Zummi, chega com acabamento CROM NEON

empresas do setor apostam em novas técnicas de fabricação, versatilidade dos produtos e políticas comerciais vantajosas para os lojistas.

A favor do mercado de bikes está a política de incentivo dos governos para a utilização das magrelas, seja para transporte ou lazer. Novas ciclofaixas e ciclovias nos centros urbanos surgem a todo instante, além de campanhas de educação que buscam a integração da bike ao trânsito nas cidades.

De acordo com Luciano Filho, diretor da Zummi, tradicional montadora de bicicletas localizada em Paulista (PE), nessa época do ano é uma tradição do povo brasileiro presentear filhos e parentes mais próximos com bicicletas. "Ficamos muito felizes pelo privilégio de fazer parte dessa história e esperamos, apesar das dificuldades enfrentadas no início do ano, ter um final de ano bem aquecido e produtivo", comenta Luciano.

Segundo o diretor da Zummi, toda

a linha infanto-juvenil da empresa está apta a atender qualquer público. A principal novidade fica por conta da série ZRX (aro 20), com acabamento do quadro feito com níquel revestido com verniz neon, proporcionando um efeito metálico brilhante e super refletivo. "Isso dá aos modelos uma cor sofisticada, agradando aos consumidores mais exigentes", diz o diretor da Zummi.

Como não poderia deixar de ser, a Brinquedos Bandeirante, tradicional empresa do mercado de veículos infantis, aposta nas bicicletas para as festas de fim de ano. De acordo com o gerente de marketing Alexandre Branco, a empresa ampliou sua linha de bicicletas para crianças a partir dos três anos. Uma das atrações nes-



O licenciado do Batman e a X-Bike 12" Gatinha são as atrações da Brinquedos Bandeirante



As versões aro 16 Dino e Monny, da Track & Bikes, chamam a atenção por suas cores cítricas e rodas em nylon com 12 pontas

se segmento são os modelos licenciados com o personagem Batman, sucesso nos quadrinhos e nas telas do cinema e da televisão.

Outros lançamentos da Bandeirante são a X-Bike 12" Cross e a X-Bike 12" Gatinha. Os dois modelos possuem quadro com suspensão e amortecedor funcional, selim acolchoado, cobre-corrente integral e freio dianteiro. Ambos vêm com rodinhas para aprendizagem e suportam 21 quilos.

Apesar da economia brasileira estagnada, o gerente da Bandeirante está otimista. "O mercado está favorável diante dos estímulos ao uso de bicicletas como meio de transporte. Isso reflete também em mais oportunidades para uso das bicicletas durante os passeios em família", opina Alexandre Branco.



Rock e Fofys, da Verden Bikes, inauguram projeto de injeção plástica interna da fabricante

Quem também tem uma visão positiva para esse final de ano é a fabricante de bicicletas Verden Bikes. "O ano não foi favorável para o comércio. Por consequência, a indústria sofre uma desaceleração natural. Porém, sentimos menos essa queda em função do posicionamento e da versatilidade da nossa linha de produtos", argumenta Everton Francatto, gerente comercial da Verden.

Na linha de bikes infantis, a empresa instalada em Mogi Guaçu (SP) lançou a linha Rock & Fofys. A série tem o grande diferencial de ser o primeiro projeto de injeção plástica interna da Verden, o que proporcionou competitividade nos preços e flexibilidade com relação ao prazo de entrega e quantidades produzidas.

Everton Francatto explica que a vantagem para o lojista foi o preço de venda menor e melhor margem de contribuição, além do tradicional plano da Verden de montar, regular e embalar a bicicleta de forma a facilitar sua montagem final.

Tradicional montadora do setor de bicicletas, a Track & Bikes está confiante em uma retomada no crescimento da linha infantil. Uma das razões para essa confiança é o fato da mídia, como um todo, estar divulgando de forma valiosa os benefícios ligados ao uso da bicicleta. O outro motivo está ligado à questão do Inmetro. "Com a obrigatoriedade da certificação no produto, estamos sentindo uma diminuição no número de montadores no mercado", observa João Paulo Argeri, gerente nacional de vendas da Track & Bikes.

Pensando em colher bons frutos já este ano, a Track destaca três modelos como seus principais lançamentos no segmento infantil. Nos aros 16, as versões masculina, Dino verde neon, e feminina, Monny pink neon, chamam a atenção por suas cores cítricas, freios V-Brake e rodas nylon com 12 pontas. Já o modelo XR para MTB, aro 20, chega na cor preto fosco com laranja e tem seis velocidades. Destaque para seus aros aero, dupla suspensão, além de pedivela três peças



Hot Wheels 16 2015 e Monster High 20: licenças infantis fortes são estratégias da Caloi

34,7mm.

Líder na linha de bicicletas infantis, a Caloi acredita em um bom resultado para o Dia das Crianças e Natal. "Nossa receita de unir a marca Caloi a licenças infantis fortes vem dando muito certo", revela Beatriz Vigeta, gerente de produtos responsável pela linha Caloi infantil.

E realmente as licenças nesse segmento são adoradas pela criançada. É o caso dos lançamentos da centenária empresa. A Hot Wheels 16 2015, por exemplo, é a bike perfeita para



Stone Bike lança a linha Drika, aro 16/20, e segue apostando no sucesso Hot Jr, aro 16



garotos que gostam de velocidade e manobras radicais. Além do design inspirado em verdadeiras motocicletas, possui o sistema de montagem fácil em cinco etapas Plug&Play: monte a bike sozinho.

Já a Monster High 20, da Caloi, convida a menina a expressar sua individualidade, abraçar suas imperfeições e fazer amizades que duram além da vida. Uma bike moderna que possui selim com estampa exclusiva e grafismo irreverente.

A Stone Bike, montadora de bicicletas localizada em São Sebastião da Gramma (SP), apresenta para a temporada a linha Drika (aro 16/20). Trata-se de uma personagem própria, "antena" com as figuras femininas que estão em destaque nas mídias nacionais e internacionais.

Para os meninos, a bike Aro 16 Hot Jr, da Stone Bike, já é um sucesso consagrado dentro do mix da montadora. "Tem como apelo as motos e os carros radicais, com cores chamativas, além do acelerador, que imita um barulho de moto. Isso faz a alegria da molecada", diz Marcelo Ascariz, diretor da empresa.

De acordo com o empresário, o di-



A Tito Bike apresenta a T 16 para os meninos e My Bike 16 para as meninas

ferencial de sua linha é a qualidade. "Mas para que o cliente perceba essa excelência, temos que atraí-lo pelo visual das bikes, para depois conquistá-lo com o que ele sente", explica. "Costumo dizer aos meus colaboradores: "qualidade não custa mais, ela vale mais", conclui o profissional.

Com planta situada no polo industrial da Zona Franca de Manaus, a Prince Bike está confiante em relação às vendas para o mercado de bicicletas infantis. "Considerando que o número de ciclovias está crescendo nas cidades, acreditamos que as vendas também serão alavancadas", avalia Fábio Ocaña, gerente comercial da Prince.

Os lançamentos da empresa para as crianças na temporada são a Garden 16, que chega com cores novas e câmbio de três velocidades, além da Garden 20, cujo quadro com novo design e as cores baseadas nas tendências para o verão prometem conquistar a garotada.

A tradicional Tito Bike apresenta na linha feminina a My Bike, nos aros 16 e 20. Na versão 16, o diferencial é a cadeira para boneca, que vai encantar as meninas. "A qualidade e o

custo-benefício compõem o sucesso dessa linha", conta o diretor de marketing Tito Caloi.

Já para os meninos, a novidade da Tito é linha T, também nos aros 16 e 20. O que chama a atenção nos modelos é o design com paralama e acessório remetendo a uma moto de cross. "O grafismo de ambas bikes agrada imensamente as crianças", finaliza Tito.

Pensando no Dia das Crianças e Natal, a XS Bike lança a Lilybi Flor e a Lilybi Dark, ambas aro 12, que são apostas na linha feminina. A empresa, que tem unidade fabril no distrito industrial de Iperó (SP), investe nessa temporada em uma mistura de cores mais fortes.

"A ideia é o contraste de cores femininas com masculinas, dando uma cara nova ao produto", diz Rafael Ernica, gerente comercial da XS Bike, que destaca ainda as versões masculinas Luca Boy Street e Luca Boy Racing, também nos aros 12.



A Lilybi Dark e a Luca Boy Racing, da XS Bike, chegam com tudo para a garotada



A Garden 16 e a Jump 20 são algumas das novidades da Prince Bike

**ALTIMAR**  
BRINQUEDOS

Não deixe faltar em sua loja a alegria das meninas!

**Coisas de Menina**  
ACESSÓRIOS

**Coleção Cook**

**Coleção Cook Colors**

**Coleção Bellá**

**DARK**

Tel: (11) 4524-0376  
altimar@altimar.com.br  
www.altimar.com.br

A Zuca Toys vai agitar ainda mais as suas vendas!

**colecção cook house colors**

**colecção cook house**

**BEAUTY DARK**

**ZUCA TOYS**  
Tudo fica mais divertido

Tel: (11) 4524-0376  
zucatoys@zucatoys.com.br  
www.zucatoys.com.br



## A VEZ DOS BEBÊS

Com versões em Xangai, Mumbai e Istambul, CBME realiza sua segunda edição em São Paulo e reúne cerca de 100 marcas nacionais e internacionais de produtos para a primeira infância

Texto: **Andres Lustwerk**



Feira teve compradores de peso e um público selecionado em busca de produtos focados na área de puericultura

de R\$ 50 bilhões por ano e cresce 14% no mesmo período, de acordo com dados da assessoria de imprensa da feira. Esses números envolvem negócios realizados nos segmentos de puericultura, brinquedos, higiene, cosméticos, moda para bebês, móveis e decoração infantil, além de uma vasta linha

de acessórios.

A expansão do ramo infantil, de zero a três anos, segundo especialistas, está ligada ao aumento da classe C, acesso à informação e linearidade nas vendas, já que o giro dos produtos nas prateleiras ocorre o ano todo, com investimentos cada vez maiores. A cada hora nascem no Brasil 321 bebês, 5,36 por minuto. Para cada um desses bebês, aponta o mercado, uma família de classe média desembolsa cerca de U\$ 3.000,00 somente na aquisição do enxoval que irá acompanhá-lo no primeiro ano de vida.

De acordo com Marlon Luft, diretor da CBME, o resultado do evento foi bastante positivo. "Contamos com a participação de compradores de peso na Feira e um público selecionado, que veio em busca de produtos focados na área de puericultura. Além disso, a vinda de representantes e distribuidores de todo o Brasil contribuiu para a geração de negócios e contatos, mostrando o fortalecimento do mercado", destacou.

### Lançamentos

Com relação às novidades apresentadas na feira, pode-se dizer que



O evento ofereceu um qualificado programa gratuito de conferências e workshops

os produtos foram desenvolvidos visando oferecer tecnologia, praticidade e qualidade. É o caso dos lançamentos da Brasbaby, distribuidora referência em produtos voltados aos bebês de 0 a 3 anos. A empresa, que expôs na feira pela primeira vez, tem em seu portfólio as marcas 4Momns, Baby Jogger, Tiny Love, K's Kids, Baby Bath e Mini.

No evento, a Brasbaby desta-



Linha de puericultura pesada foi destaque na exposição



Evento realizado no Transamérica Expo Center (SP) proporcionou melhores negociações aos lojistas

cou sua nova marca de carrinhos com exclusividade para o Brasil: a EasyWalker, parceira licenciada da marca Mini mundial. A principal novidade dessa grife é a linha de carrinhos Mini Buggy. Em setembro, a EasyWalker lançou o novo e exclusivo carrinho Mosey, extremamente fácil de usar e que pode ser controlado e dobrado com uma mão.

Para Laís Coelho, gerente de marketing da Brasbaby, a CBME é de extrema importância para o segmento de primeira infância, pois tem reconhecimento internacional e é o único evento especializado em puericultura no Brasil. "Esperamos que cresça a cada ano", diz Laís.

Referência na linha de puericultura pesada, a também estreante na feira, a Prime Baby apresentou como seus principais lançamentos o Carro Triciclo Veloz, a Cadeira de Descanso Harmony, a Banheira Inflável Acqua e o Baby Carrier Comfort.

"Conheci a feira no ano passado como visitante e constatei a falta de expositores. Mesmo assim, resolvi



Variedade de produtos para bebês chamou a atenção dos visitantes

participar para firmar nossa marca no mercado. Ficamos surpresos pelos potenciais clientes que estiveram nos visitando", comentou Sidnei Ramblas, diretor comercial da Prime Baby, que ressaltou a necessidade dos organizadores reverem a data do evento, assim como encontrar um local mais

adequado para sua realização.

Além da linha de puericultura pesada, a Prime Baby também apresentou novidades de dois fornecedores no segmento de puericultura leve e vai lançar em breve uma linha de brinquedos.

Já a Thule, empresa de origem sueca que também participou da CBME pela primeira vez, apresentou a linha Active With Kids voltada para atividades ao ar livre com bebês e crianças. A linha possui carrinhos, bike trailer e cadeira de criança para bicicletas.

O Thule Glide Urban e o Thule Glide Sport, por exemplo, são carrinhos de alta performance, com design esportivo aerodinâmico. Já o Thule RideAlong é um modelo inovador de cadeirinha de criança para bicicleta projetado e testado para crianças de 9 meses a 6 anos, com até 22 kg. Por sua vez, os bike trailer Thule Chariot Cadence e Thule Chariot Coaster são resistentes para até duas crianças e facilmente acoplados no eixo traseiro da bicicleta através do sistema de engate inteligente ezHicht.

"Alcançamos nosso objetivo na feira. Criamos um bom networking, fomentamos o



Personagens dão toque lúdico ao estande da distribuidora Brasbaby

mercado e geramos conteúdo relevante para o segmento com lançamento de produtos", disse Fabio Melo, diretor de marketing e vendas da Thule. Segundo ele, a aposta da Thule foi na nova categoria "Atividade com crianças", levando soluções inteligentes para os pais que desejam compartilhar da paixão pelo esporte com os filhos.

Para a Lansinoh, marca americana especializada em cuidados durante a amamentação e que participou da feira pela segunda vez, a edição deste ano foi menor, com menos expositores. "Porém, recebemos um grande número de clientes em nosso estande,



Representantes e distribuidores de todo o Brasil contribuíram para a geração de negócios



Mamães também puderam conferir as novidades para seus bebês

### Visitas qualificadas do varejo

Durante a feira, visitantes qualificados e representantes de grandes redes de varejo prestigiaram os três dias de atividades. A seguir, confira depoimentos de alguns deles sobre a exposição.

"A diferença entre visitar o fornecedor e visitar uma feira como a

o que valeu bastante a pena", explicou Deborah Simone Elias, gerente de marketing da grife.

O destaque da marca foi a apresentação do corretor de mamilos Lansinoh Brasil. Livre de bisfenol A (BPA Free), o corretor tira o mamilo suavemente para fora para facilitar a pega do bebê e traz alívio para as mamas inchadas. A Lansinoh também aproveitou o evento para lançar a MOMma, uma inovadora linha de produtos criados para entreter e estimular o desenvolvimento dos bebês.

Destaque para o Kit de Introdução Alimentar, indicado para crianças a partir de seis meses, contendo um prato térmico, uma colher e um garfo. Lúdicos, os produtos possuem movimento de "João-Bobo", que entretém e estimula o aprendizado dos bebês durante as refeições, além de prevenir que a ponta do produto entre em contato com as superfícies, garantindo máxima higiene.



Artigos multifuncionais de puericultura leve vão recheiar as prateleiras do varejo

CBME, é que no evento conseguimos melhores negociações, o que talvez não ocorresse em uma sala fechada. Outro ponto é que todos os produtos estão expostos, o que facilita muito na decisão de compra." Julieta Ferreira - gerente de contas baby da Ri Happy

"Na minha loja eu vendo confecção, puericultura e brinquedo. Numa feira como a CBME eu posso encontrar uma grande variedade de produtos e marcas. Antes eu tinha que esperar o vendedor trazer as novidades. Agora, tenho como conhecê-las antes." Angelica Pardelli - gerente de compras da BMart

"Vim para a CBME em busca de novidades, principalmente dos importados. A feira traz a possibilidade de todos terem acesso ao que é novo lá fora e isso faz a diferença. A CBME é uma vitrine de novidades." Luíza Martinez - marketing da Look-Bebe

### Conferências, workshops e consultoria

Além de negócios e networking, o evento ofereceu um qualificado programa gratuito de conferências e workshops, nos quais órgãos regulamentadores e especialistas abordaram temas ligados ao cotidiano do varejo e da indústria de produtos infantis.

Já o Sebrae Móvel esteve presente na segunda edição da CBME



Tatsuya Akai (à esq.) gerente de comércio exterior da fabricante japonesa Iwaya, junto de Kunihito Suzuki, da Mytoys Comércio de Presentes e assistentes durante a feira CBME

e realizou atendimento gratuito a empresários do setor infantil. O Escritório Itinerante do Sebrae presta consultoria para microempreendedores e empresários, oferecendo dicas de como gerenciar melhor a sua empresa. "Este serviço do Sebrae atende pessoas físicas e jurídicas. No caso da física orienta para a abertura do novo negócio, já para a jurídica a consultoria consiste em ajudar a equilibrar os processos administrativos, as finanças e às vezes até a produção", comentou o consultor Francisco Costa.

No site [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br) é possível encontrar a agenda de cursos e as datas e locais de onde o escritório itinerante estará presente.



No estande da Revista Brincar, a representante comercial Daizinha Rosa de Jesus e o diretor de redação Eduardo Santos

PILHAS E CARREGADORES

# ELGIN

energy

DURA ⊕ CUSTA ⊖

## DIVERSÃO POR MUITO MAIS TEMPO

Abasteça seu estoque com as Pilhas, Baterias e Carregadores Elgin Energy. Duráveis, seguros, compactos e fáceis de usar, são fabricados dentro dos mais rigorosos padrões de qualidade.



CARREGADOR PORTÁTIL 5200

CARREGADOR PORTÁTIL 2600



Sr. ZINCO



DONA REÇA



ALCALINO



USE AS ORIGINALS USE AS



LITIN

[www.elgin.com.br](http://www.elgin.com.br)  
SAC: 0800 70 35446  
Grande São Paulo: 3383 5555



## ACÇÕES DE INCENTIVO VOLTADAS AOS LOJISTAS GARANTEM SUCESSO À OFFICE BRASIL ESCOLAR 2014

Feira de produtos para papelerias, material escolar e de escritório teve boa presença de compradores do Brasil e do exterior

Texto: **Andres Lustwerk** • Fotos: **Eduardo Santos**



Estande movimentado da Molin foi a tônica durante os quatro dias da Office Brasil Escolar

Para garantir uma visita qualificada, com forte presença de profissionais com poder de compra de várias partes do País, e também do exterior, a Franca Feiras, promotora da Office Brasil Escolar – Feira Internacional de Produtos para Papelerias, Escritórios e Escolas, investiu fortemente em ações de incentivo voltadas aos lojistas na edição desse ano.

A organizadora do evento, que foi realizado entre os dias 11 e 14 de agosto, no Pavilhão de Exposições do Anhembi (SP), e reuniu 180 empresas em uma área total de 30 mil m<sup>2</sup>, apostou em atividades como cortesia de viagem para cerca de 400 compradores e caravanas gratuitas



Molin apresentou muitas novidades em produtos para o Volta às Aulas, com destaque para a linha de escrita Minions

da Franca Feiras foi altamente positivo. A expectativa da empresa para a feira era de no mínimo igualar o resultado obtido em 2013. “Porém, logo no primeiro dia da exposição, tivemos a ótima surpresa de que teríamos um evento muito melhor que as nossas presenças em anos anteriores. Foi um ótimo fluxo de visitantes praticamente em todos os dias, que se confirmou em excelentes negócios e parcerias realizadas”, revela Eliane Von Muhlen, diretora comercial da Ciabrink.

De acordo com Muhlen, participar da Office Brasil Escolar é primordial na estratégia da empresa, já que 80% do portfólio de produtos da companhia atendem o segmento de papeleria e a feira é a principal desse setor no Brasil. “A edição 2014 contou com relevantes palestras, além de ser um importante canal para apresentarmos nossos produtos di-

retamente para as escolas, pois sabemos que se conhecerem a qualidade dos produtos Ciabrink, com certeza, irão procurar nas papelerias e distribuidores de suas regiões”, enfatiza a profissional.

Outra empresa que também elogiou a edição deste ano foi a Carlu Brinquedos, que tem uma linha de produtos direcionada aos brinquedos educativos e pedagógicos. Segundo Clayton Ost, diretor executivo da Carlu, a cada edição, os resultados da Office Brasil escolar vêm surpreendendo. “A versão 2014 foi a que a Carlu Brinquedos mais comercializou seus produtos durante suas participações na feira”, ressaltou Clayton.

O executivo explica que o evento foi satisfatório tanto em termos de organização como nos negócios realizados. “O cliente teve a oportunidade de conhecer detalhes dos brinquedos pedagógicos da Carlu e a melhor forma de usá-los com as crianças”, disse Clayton. Além disso, o profissional explicou que o sucesso alcançado na feira é a prova de que a população está adquirindo mais brinquedos pedagógicos. “Ficamos muito felizes com os resultados nos negócios e em saber que as pessoas se preocupam com a educação das crianças”, comenta.

O executivo explica que o evento foi satisfatório tanto em termos de organização como nos negócios realizados. “O cliente teve a oportunidade de conhecer detalhes dos brinquedos pedagógicos da Carlu e a melhor forma de usá-los com as crianças”, disse Clayton. Além disso, o profissional explicou que o sucesso alcançado na feira é a prova de que a população está adquirindo mais brinquedos pedagógicos. “Ficamos muito felizes com os resultados nos negócios e em saber que as pessoas se preocupam com a educação das crianças”, comenta.

O executivo explica que o evento foi satisfatório tanto em termos de organização como nos negócios realizados. “O cliente teve a oportunidade de conhecer detalhes dos brinquedos pedagógicos da Carlu e a melhor forma de usá-los com as crianças”, disse Clayton. Além disso, o profissional explicou que o sucesso alcançado na feira é a prova de que a população está adquirindo mais brinquedos pedagógicos. “Ficamos muito felizes com os resultados nos negócios e em saber que as pessoas se preocupam com a educação das crianças”, comenta.



Especializada na criação de coleções de livros com rico conteúdo, a editora Vale das Letras também mostrou novidades na feira

## Ele está chegando...

### Esteja preparado para as vendas de final de ano com os brinquedos da BS Toys!



**Moto Evolution**  
Mais um grande sucesso de vendas. 43cm de comprimento e 16cm de altura. Movida à fricção.

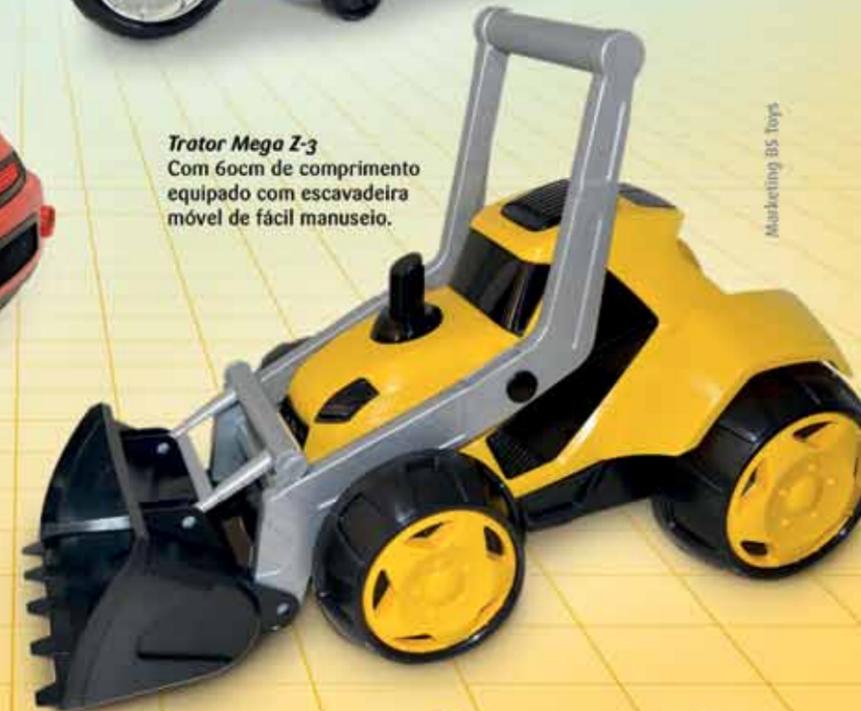
**PICK-UP TEXAS:**

43cm de comprimento, com linhas arrojadas, cores vibrantes e acabamento impecável. um item que se destaca na prateleira de brinquedos.



**Trator Mega Z-3**

Com 60cm de comprimento equipado com escavadeira móvel de fácil manuseio.



Sempre Inovando!



[www.bstoy.com.br](http://www.bstoy.com.br)

Acesse e conheça toda nossa linha



Com sua marca própria Tris, Summit apresentou novidades para o Volta às Aulas por meio de seus licenciados, como a Barbie

pequenos a separar os quatro principais tipos de lixos recicláveis, papel, vidro, metal e plástico, de uma forma divertida e desafiadora

A Carlu também apostou nos cuidados com o meio ambiente em seus lançamentos. Seu carro chefe apresentado na feira foi o livro Fantoches Cuidando da Água. Nele são abordadas todas as situações, boas ou

não, relacionadas à água e a conscientização sobre o seu uso adequado. Juntamente com o livro, acompanham sete personagens de fantoches (Água, Rios, Lagos e Mares, Chuva, Vazamento, Desperdício, Poluição e Seca), que ilustram o conteúdo do livro.

Outra grande novidade da Carlu é o Armário Métrico – Pesos e Medidas. O Armário conta com 26 itens diferentes para facilitar os ensinamentos sobre as disciplinas de matemática, física, trigonometria e conversão de medidas. Já a coleção de livros infantis Amiguinhos da Natureza também fez sucesso. São cinco livros que ajudam a criança a entender os cuidados com a natureza, alimentos e animais. Acompanham cada título dedoches dos personagens das histórias.

### Linha Volta às Aulas

Participando da Escolar há 20 anos, a Molin apresentou muitas novidades na linha de Volta às Aulas. Direcionado para públicos como papelarias, lojas, supermercados e atacados, um dos principais lançamentos da empresa foi a linha de escrita Minions.

Exclusivamente para esse personagem são apresentados artigos como a caneta bicolor, que tem escrita azul e vermelha em uma única caneta. Destaque também para o lápis preto com três Minions diferen-



Fantoches que acompanham o livro Cuidando da Água, da Carlu. Empresa apostou na linha de cuidados com o meio ambiente

tes no topo dos lápis, além das já tradicionais maletas de pintura com 72 e 48 itens, respectivamente, que, de acordo com a gerente de comex/produto, Lilian Thomazetto, funcionam muito bem nas lojas de brinquedos.

“Essa edição foi excelente para a Molin. Nossos clientes estiveram muitas vezes em nosso estande para ver os lançamentos e novidades apresentados”, destacou Thomazetto.

Também presente à Feira Escolar, a Summit destacou sua nova linha pré-escolar por meio da marca própria Tris, além da tradicional marca alemã Staedtler, da qual é distribuidora exclusiva no Brasil. A nova linha da Tris foi pensada especialmente para crianças de dois a cinco anos. Tem produtos com funções pedagógicas e formas anatômicas que auxiliam no desenvolvimento da coordenação motora. São itens como Jumbo, Giz de pintar e montar, Giz mágico, Aquarela em esponja e Biscnaga guache.

Para completar tantas novidades, a Summit também apresentou o Lápis Tradition Staedtler no Brasil. Indicado para escrita, desenho e esboço sobre papel e



Com forte atuação na linha brinquedos educativos, Ciabrink realizou ótimos negócios e parcerias durante a exposição



Carlu Brinquedos lançou 20 novos produtos dentro de sua linha direcionada aos brinquedos educativos e pedagógicos

película, esse item, que é um clássico da marca alemã, possui grande amplitude de gradações e será ofertado nas versões HB, 2B, 3B, 4B, 5B e 6B.

Também serão comercializados a partir de agora diversos clássicos da marca Staedtler, como Marcador Textsurfer e Borracha Mars Plastic, em cartela.

Já o Grupo Luxcel chegou à Office Brasil Escolar 2014 com uma vasta linha de Volta às Aulas, tendo os mais variados personagens que vão acompanhar meninos e meninas de todas as idades e em todos os momentos.

Cerca de 40 coleções de personagens que conquistaram o coração da garotada estiveram expostas, com lançamentos pra lá de animados. Entre os destaques, fãs do



Também se destacaram entre os lançamentos da Carlu a Tabuada Giratória e o Gaveteiro



As crianças vão adorar a nova mesa lançada pela Carlu

Garfield poderão desfilarem com muito estilo com bolsas e mochilas estampadas com o gato mais amado do mundo.

Para garotas confiantes e vencedoras, Penélope traz malas, mochilas, bolsas, estojos e lancheiras cheios de charme e glamour. Por sua vez, o encantado mundo das princesas dos contos de fada se transforma e transporta para os acessórios o deslumbrante e sinistro reino Once Upon Zombie.

### Ciclo de palestras e seminários

Voltado a papelarias, supermercados, bazares e demais profissionais do setor, o ciclo de palestras realizado entre os dias 11 e 12 de agosto durante a Office Brasil Escolar teve como objetivo preparar o varejo para os diversos desafios modernos do setor.

Como temas principais foram apresentados o tripé Tecnologia-Capacitação-Conhecimento, com palestras voltadas para mudanças nos hábitos de consumo, mídias sociais, volta às aulas, marketing e gestão de pessoas.

Já no dia 13 de agosto, aconteceu o 1º Seminário de Educação Office Brasil Escolar 2014 – A Convivência do Tradicional e do Digital na Educação Infantil. O evento reuniu professores, educadores e demais profissionais da área para discutir o efeito das novas tecnologias no desenvolvimento da inteligência, da sociabilidade e da criatividade na primeira infância – crianças até 5 anos.

“A escolha do tema reflete uma necessidade que sentimos de aprofundar o entendimento do impacto da introdução precoce das tecnologias digitais, não apenas por motivos de mercado, mas também como contribuição da indústria gráfica ao aprimoramento da educação”, afirmou o presidente da regional paulista da As-

sociação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf-SP), Sidney Anversa Victor, entidade realizadora do Seminário.



No Equilibrando os Piratas, da Ciabrink, o desafio é levar os piratas até o último degrau através de hastes em madeira



O Armário Métrico, da Carlu, busca facilitar os ensinamentos sobre as disciplinas de matemática, física, trigonometria e conversão de medidas



## ESTADO DE SÃO PAULO TEM SUA PRIMEIRA EDIÇÃO DA SHOWBRINQ

Realizada em São José do Rio Preto, showroom de brinquedos reúne 45 empresas nacionais que apresentaram suas novidades para 120 lojistas

Texto: **Andres Lustwerk**



Showroom valorizou o comércio de brinquedos da região de São José do Rio Preto por meio de um eficiente ambiente de negócios

Ao valorizar o comércio de brinquedos da região por meio de um eficiente ambiente de negócios, a feira de São José do Rio Preto teve uma avaliação muito positiva tanto da organização como dos expositores. “Por ter sido a primeira edição, tivemos um número considerável de visitantes. Nossa expectativa, no entanto, é de



Importadora Fort Tudo levou suas novidades para o evento regional

tados de São Paulo e Rio de Janeiro apenas comprova essa realidade”, finaliza Eliane.



Expectativa dos organizadores da edição é de que no próximo ano o índice de visitantes seja ainda mais expressivo

Consolidada em diversos pontos do país, a Showbrinq, que promove há uma década suas feiras regionais de brinquedos, acaba de dar um importante passo e chega ao estado mais rico da federação. O município paulista de São José do Rio Preto, distante 454 km da capital, recebeu pela primeira vez, entre os dias 27 e 28 de agosto, no Ipê Park Hotel, a tradicional mostra de brinquedos.

O evento tem como objetivo reunir importantes fabricantes em um mesmo local, viabilizando negócios para lojistas de pequeno porte que tenham dificuldades em realizar deslocamentos para os grandes centros.

que no próximo ano esse índice alcance números ainda mais expressivos”, conta Eliane Faria Neves que, ao lado de Manoel Ribeiro, é responsável pela organização da Showbrinq.

Eliane chama a atenção para o fato de que além da realização de negócios diretos (vendas), o evento é importante também para o pós-venda, quando o representante visita o cliente que, até então, não conhecia determinadas marcas. “De uma forma geral, nossas feiras regionais cresceram cerca de 10% em termos de volume de negócios com relação ao ano passado”, diz a profissional.

Iniciada em 2004 em Caruaru (PE) com apenas seis expositores, a Showbrinq cresceu nos últimos dez anos e acontece hoje nas cidades de Manaus (AM), São Luís (MA), Fortaleza (CE), Caruaru (PE), Feira de Santana (BA), Goiânia (GO), Contagem (MG) e agora São José do Rio Preto (SP).

Em 2015, no mês de agosto, a exposição chega também ao Rio de Janeiro. “O mercado está se modificando e as feiras regionais passam a ser uma possibilidade para os lojistas e fabricantes realizarem negócios. O fato do evento desembarcar nos es-



Tradicional mostra de brinquedos foi realizada no Ipê Park Hotel, entre os dias 27 e 28 de agosto

### EXPOSITORES EM SÃO JOSÉ DO RIO PRETO

Ciabrink, Diverplas, Coloria, Verden, Zuca Toys, XS Bike, Todolivro, Sakes, Quero Mais Beach, Artoys, DCL- Dif Cultural de Livros, Amatoys, Hemitoys, GGB, Rosita, Forttudo, Usual Plastic, Mielle, Cotiplás, Pica-Pau, Divertoys, Biemme, Bel Fix, Carlu Brinquedos, Duk Toys, Baby Brink, Tilin Brinquedos, Munditoys, Altimar, Família Talismã, Brasilflex, Tecnil, Gessele, Calesita, Bandeirante, Tecnil, Mimo, Super Toys, Mercotoys, Conthey, Styll Baby, BS Toys, Anjo.

# Tô Dodói

Tô Dodói é uma linda boneca que vem com acessórios de médico para a criança brincar de cuidar do bebê e fala diversas frases.



É muito mais brincar!





## EXPO LICENSING BRASIL 2014 IMPULSIONA SETOR DE R\$ 14 BILHÕES

Feira foi ponto de encontro para profissionais de um mercado em que o Brasil está entre os seis países com maior faturamento em licenciamento de marcas do mundo

Texto: **Andres Lustwerk**



Evento reuniu principais detentores de marcas e estúdios de entretenimento globais, que anteciparam ao mercado filmes e personagens disponíveis para o desenvolvimento de novos produtos



Primeiro canal infantil do portfólio da Globosat, Gloob apresentou suas novidades ao público

reram sobre temas relacionados ao segmento, como mídias digitais, estratégias de comunicação, marketing e varejo. Nos screenings, os estúdios anteciparam os filmes e personagens que colocarão à disposição do mercado para desenvolvimento de novos produtos. Na ocasião, foram anunciadas as tendências até 2017.

### Mercado

O mercado mundial de licenciamento é crescente. Estima-se que, em 2013, as 150 maiores empresas licenciadoras do mundo geraram vendas no varejo na casa dos US\$ 250 bilhões, aproximadamente 9,5% a mais do que em 2012.

licenciamento.

De acordo com dados da organização da Expo Licensing Brasil e da Associação Brasileira de Licenciamento (ABRAL), foram estimados no evento negócios da ordem de R\$ 1,5 bilhão, com o mercado devendo fechar temporada próximo aos R\$ 14 bilhões em vendas no varejo.

Os estandes das marcas ficaram numa área de exposição aberta e de acesso gratuito. Paralelamente, foram realizadas no auditório palestras e screenings de grandes estúdios, como Disney, Warner, Dremworks, MSP e Redibra, entre outros.

Nas primeiras apresentações, especialistas discor-



Uma das grandes indústrias de jogos e brinquedos do mundo, Hasbro, expôs seus personagens



Liderada por sua principal personagem, a Hello Kitty, Sanrio marcou presença mais uma vez na Expo Licensing

Mundialmente, as 10 maiores empresas do setor de licenciamento registraram um crescimento acima da média global, com 13,3% de expansão (de US\$ 112 bilhões para US\$ 126,9 bilhões).

Entre as 20 maiores empresas mundiais no mercado de licenciamento, 50% da receita bruta delas vêm de marcas do universo infantil. A outra metade vem de segmentos como moda, estilo de vida, esportes, universitário e corporativo.

Em um exemplo prático, para cada US\$ 100 vendidos pelo varejo mundial, US\$ 50 são de produtos para o universo infantil e outros US\$ 50 para setores majoritariamente adultos.

No Brasil, estima-se existir de 700 a 800 empresas licenciadas (fabricantes ou varejistas) para um universo de mais de 500 marcas (entre personagens, marcas e celebridades). Destas, pelo menos 70% estão focadas no mercado infantil.



Com a aquisição da Marvel e da Lucas Film, Disney potencializou sua presença no mercado de licenciamento



Personagens clássicos como Snoopy e Garfield fazem parte do portfólio da BR Licensing e geraram interesse dos presentes



Power Rangers fazem exibição em frente ao estande da Cartoon Network, que possui um crescente acervo de produções originais



Vista em mais de 110 países e em 500 milhões de domicílios, Nickelodeon possui animações como Bob Esponja e Dora, a Aventureira, entre outras



## PRESENTES PARA O DIA DAS CRIANÇAS, TÊNIS E VIDEOGAME TÊM MAIS DE 50% DE IMPOSTOS

Quem quis agradar seus filhos com a compra de um videogame, no último dia 12 de outubro, pagou 72,18% de tributos, valor que será revertido aos cofres federais, estaduais e municipais. O mesmo se aplica aos jogos do brinquedo eletrônico, também com 72% de tributos e ao tênis importado, cujo percentual de impostos corresponde a 58,59%.

Caso o contribuinte tenha optado pelo calçado nacional, a carga foi de 44%. As informações fazem parte do levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação – IBPT, com os itens mais comercializados nesta época do ano.

O presidente executivo do IBPT, João

Eloi Olenike, explica que a alta carga tributária dos produtos se deve ao princípio da seletividade utilizado para definir a tributação. “O legislador deve destinar alíquotas mais altas para os produtos de menos importância ao cidadão. Da mesma forma, a incidência de tributos é menor em produtos considerados mais necessários e essenciais, como aqueles que compõem a cesta básica”, informa.

Outros presentes que fazem a alegria da garotada também estão repletos de encargos tributários, como é o caso dos binóculos (51,71%); do aparelho de MP3 ou iPod (49,45%); do televisor (44,94%); e dos DVDs de filmes e desenhos (44,20%).

Presentes como bicicleta, bola de futebol e brinquedos têm incidência tributária de 45,93%, 46,49% e 39,70% respectivamente.



O legislador destina alíquotas mais altas para os produtos de menos importância ao cidadão

## DEMANDA DO CONSUMIDOR POR CRÉDITO RECUA 1,6% EM SETEMBRO, APONTA SERASA EXPERIAN

De acordo com o Indicador Serasa Experian da Demanda do Consumidor por



Houve declínio da demanda do consumidor por crédito em todas as faixas de renda

Crédito, a quantidade de pessoas que buscou crédito recuou 1,6% em setembro/14 na comparação com agosto/14. Entretanto, na comparação com setembro/13, houve crescimento de 10,4% na procura por crédito. Já no acumulado de janeiro a setembro deste ano, a demanda do consumidor por crédito acumula queda de 3,6% perante o período de janeiro a setembro de 2013.

De acordo com os economistas da Serasa Experian, o recuo da demanda por crédito em setembro/14 em sua comparação mensal, isto é, com relação a agosto/14 reflete a sazonalidade mais fraca daquele mês já que, em agosto, por conta da data comemorativa do Dia dos Pais, a busca por crédito tende a ser

mais intensa. Já a alta significativa de 10,4% frente a setembro/13 pode ser explicada pela reação positiva do consumidor frente as medidas de estímulo ao crédito anunciadas pelo governo ao final de agosto último.

Houve declínio da demanda do consumidor por crédito em todas as faixas de renda durante o mês de setembro/14, especialmente para aqueles que ganham entre R\$ 500 e R\$ 1.000 mensais: queda de 2,2% perante agosto/14. Para os que recebem entre R\$ 1.000 e R\$ 2.000 a queda foi de 1,7%; para os que ganham entre R\$ 2.000 e R\$ 5.000 o recuo foi de 1,1%; e para os que recebem mais de R\$ 10.000 por mês o declínio foi de 1,3%.

## COMPRAS PELA INTERNET PARA O DIA DAS CRIANÇAS CRESCEM 14%, REVELA PESQUISA

O comércio eletrônico apresentou bons resultados na semana que antecedeu o Dia das Crianças. Segundo levantamento realizado pela Conversion, empresa líder no setor de otimização de sites (SEO) do País, as lojas virtuais registraram um aumento de 14% nas transações para as comemorações de 12 de outubro.

A pesquisa, que analisou mais de 1 milhão de visitas de consumidores em lojas virtuais de 23 de setembro a 8 de outubro, mostra que, embora o volume de vendas via internet tenha crescido no País, o gasto médio por compra caiu em torno de 3% nesse período. O ticket médio nacional é de R\$ 292, segundo dados da

própria Conversion.

Para Diego Ivo, CEO da Conversion, os dados mostram que o consumidor preferiu realizar mais compras pela internet e, ao mesmo tempo, gastar menos com os produtos. “Entretanto, a tendência é de que as vendas aumentassem até a véspera do Dia das Crianças, atingindo um crescimento acima de 20%”, afirma Ivo.

O levantamento da Conversion também levou em conta o nível de procura por presentes infantis, apurado no Google Trends. Segundo análise, no início de outubro, houve crescimento de 77% na busca por itens de criança em comparação com o mês anterior.



Pesquisa analisou mais de 1 milhão de visitas de consumidores em lojas virtuais

**Um super carrinho de mão e mais um montão de acessórios super divertidos!**

**Hemi Toys**

(11) 2305 4259  
(11) 2305 4281  
hemitoys@outlook.com

**Completa linha de carros, Pick ups e Carretas!**

**Ta to** brinquedos

11 4546-6651  
produtos@luckmold.com.br



## PLANETA BRINQUEDO APOSTA NA POLÍTICA DE ENCANTAMENTO AO CLIENTE

Com R\$ 2,5 milhões investidos em 2014 e um total de 12 lojas, rede nordestina se consolida no varejo ao investir em um mix bem escolhido, atendimento personalizado e conceito de venda

Texto: **Andres Lustwerk**



A empreendedora Patricia Dale Couto pretende contribuir para que as crianças venham a ser adultos menos inseguros e mais amados

tando este como um critério mais seguro para a escolha dos profissionais. Nesse sentido, quem trabalha conosco gosta de brinquedo e entende os desejos de cada faixa etária”, explica Patricia Dale Couto, proprietária da Planeta Brinquedo.

Natural de São Paulo, mas morando no Rio de Janeiro em grande parte da vida, Patricia fez carreira em agência de publicidade e teve passagens como executiva nas Lojas

Americanas e na Ri Happy. O casamento, há doze anos, a levou para Fortaleza, onde decidiu montar sua primeira unidade da Planeta Brinquedo. Reunindo toda sua experiência em varejo, marketing e publicidade, a empresária adotou e desenvolveu desde o início diversas ferramentas que têm garantido o sucesso do empreendimento.

Esse êxito profissional se traduz em números para a marca. Com 230 funcionários nas 12 unidades na região nordeste - sete em Fortaleza, duas em Recife, duas em Natal e uma em Aracaju -, a empresa cresceu 20% em 2013 e espera faturar esse ano mais de R\$ 60 milhões. Ainda nessa temporada, uma oitava unidade será inaugurada em Fortaleza e em 2015 mais duas lojas ingressam no grupo, uma em João Pessoa (abril) e outra em Belém (junho).



Equipe selecionada para trabalhar na Planeta tem que entender os desejos de cada faixa etária



Organização dos brinquedos na loja é fundamental para chamar a atenção das crianças

### Concorrência no mercado

Em 2012, a Planeta Brinquedo se uniu a quatro redes varejistas regionais e ganhou ainda mais força para investir e fazer negociações com fornecedores do setor de brinquedos. Ao lado da gaúcha Superlegal Brinquedos, da brasiliense Ciatoy, das paulistas Balão Mágico e Brinquedos da Hora, a empresa respondeu à encontrada uma resposta para a fusão entre as duas maiores empresas de brinquedos do Brasil: a Ri Happy e a PB Kids, ambas compradas pelo fundo de Private Equity Americano Carlyle.

“Eles criaram uma grande potência no ramo de brinquedos e a gente se viu obrigado a se movimentar. Somos sócios e nos dividimos com fatias iguais”, esclarece Patricia. Segundo a executiva, o grupo já chegou a fechar bons acordos na linha de transporte e quantidade de containers. E as empresas passaram a ter mais movimentação com as importações. “O ano de 2013 foi o primeiro que importamos e entre o grupo inteiro chegamos a movimentar cerca de 500 mil dólares”, afirma.

Sobre o mercado, a empresária acredita que o setor de brinquedo cresce cada vez mais com o aumento da oferta e o varejo se fortalece a cada ano. “Com as pesquisas que temos acesso, verificamos que o brinquedo está acima dos crescimentos divulgados no varejo em geral. Ou seja, não estamos sofrendo tanto quanto outros mercados no atual panorama da economia”, finaliza Patricia.

## Geleinha, Amoeba e Sticky



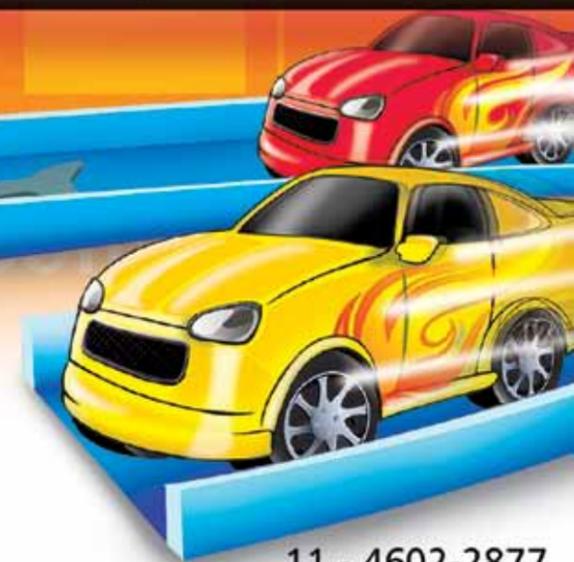
**Distribuidor: BH Toys Ltda.**

Tel.: (31) 3413-7565 (BH-MG)  
e-mail: bhtoys@bhtoys.com.br



## Embalagens que fazem a diferença!

Design de Embalagem, Ilustrações, Fotografias, Licenciados, Catálogos, Criação de Guides e Padrões.



carlosmarien@hotmail.com

11 - 4602-2877



## AS CELEBRIDADES QUE VIRARAM BRINQUEDOS

Conheça brinquedos inspirados nas atividades de adultos famosos que fazem sucesso em áreas como entretenimento, literatura, artes e até zootecnia

Texto: **Andres Lustwerk**



Ciente disso, a Brinquedos Estrela resolveu levar o programa de TV para o tabuleiro e o resultado foi tão positivo que o jogo já teve lançada sua segunda versão com novos termos. “Desde seu lançamento, o Mega Senha tem tido um número de vendas interessante e que tende a aumentar nas próximas datas importantes para o varejo, Dia das Crianças e Natal”, diz Aires Leal Fernandes, diretor de marketing da Estrela.

Sem se apoiar em personagens infantis, a exemplo de outros adultos-

celebridades que têm brinquedos licenciados com suas figuras mirins, casos de Xuxa (Xuxinha) e Senna (Senninha), entre outros, a aposta nesses rostos do showbiz mostra que é possível a criança se identificar com trabalhos de “gente grande”.

A mais recente licença com uma celebridade “maior de idade” lançada pela Estrela mostra bem essa realidade. Trata-se do jogo Fala Sério, com a escritora popstar Thalita Rebouças, em que a tradicional fabricante se inspirou em situações vividas na literatura pela personagem da jornalista para criar a atração.

No programa iniciado em 2010 e que também já foi apresentado por Luciana Gimenez, uma dupla - um desconhecido e uma celebridade - tem que atuar em conjunto para que um deles acerte a tal da palavra na tela. Em um período cronometrado, um dá as dicas e o outro tenta adivinhar, processo que se inverte na sequência. Chamada Mega Senha, a atração deixa o telespectador ligado no desempenho dos participantes.

Quando, aos sábados à noite, na Rede TV!, o empresário e apresentador Marcelo de Carvalho, marido da também apresentadora Luciana Gimenez, diz a frase: “Palavra na tela, já!”, o telespectador quase que se transporta para dentro do cenário da atração, ansioso em acertar essa palavra.

No jogo da Gulliver, é possível aprender com o Doutor Pet o que é preciso para transformar seu melhor amigo em um verdadeiro campeão. Jogado por 2 a 4 participantes, a atração contém tabuleiro com roleta,



O apresentador Marcelo Carvalho e Thalita Rebouças estampam os jogos Mega Senha e Fala Sério, ambos da Estrela

dos lojistas, de acordo com a Estrela. “O Fala Sério já teve seus estoques esgotados, superando as expectativas iniciais de venda, tanto que aumentamos a produção”, conta Aires. O diretor revela ainda que a Estrela já veiculou comerciais sobre o brinquedo na TV aberta e fechada e está programando lançamentos em lojas-chave, como no Rio de Janeiro.

A Grow também aposta na tendência de estampar celebridades em seus brinquedos. Destaque para a linha do Caldeirão do Huck/Luciano Huck, com os jogos Soletrando, Torrecopos e Acerte o Desenho. Segundo o gerente de marketing da Grow, Gustavo Arruda, a expectativa da linha com o apresentador da Globo para o fim de ano é muito boa. “Sobretudo para o jogo Acerte o Desenho, que acabou de ser lançado”, avalia Arruda.

A linha do Luciano Huck é divulgada no próprio programa Caldeirão. “No ano



A Grow aposta em uma linha de quebra-cabeças do artista plástico Romero Britto e no lançamento Acerte o Desenho, do apresentador Luciano Huck

passado tivemos comercial de TV na Globo que promoveu o Torrecopos”, conta o gerente, ao explicar que os brinquedos terão suas licenças renovadas de acordo com o desempenho nas vendas.

Artistas plásticos também têm levado seu trabalho ao mundo dos brinquedos. A mesma Grow lançou uma linha de quebra-cabeças que leva a assinatura de Romero Britto, renomado artista plástico brasileiro. São unidades que vão de 150 até 6.000 peças. A inspiração para os brinquedos são os traços coloridos e alegres de Britto, reconhecidos mundialmente por celebridades, inclusive pela presidente Dilma Rousseff, que já foi homenageada com uma obra do artista.

“Na série do Romero Britto, estamos fazendo um trabalho de divulgação especial nas redes sociais, sobretudo em nossa fanpage, onde contamos com mais de 600 mil seguidores”, complementa Gustavo Arruda.

Com o mesmo desafio de levar as artes ao universo infantil, a Nig Brinquedos lançou este ano seis produtos licenciados com o artista plástico gaúcho Luciano Martins, que tem mais de 70 mostras em seu currículo com destaque para exposições inter-

nacionais na Itália, Portugal, França, Estados Unidos e Argentina.

São quebra-cabeças e jogos de memória com traços lúdicos e cores típicas do artista radicado em Florianópolis. Os brinquedos se destacam entre temas ecológicos e de futebol, além de uma homenagem à musa de Leonardo Da Vinci, Mona Lisa, por meio do Puzzle Releituras de 260 peças.

De acordo com Roberto Cardeña, diretor da Nig, o mercado tem hoje uma oferta maciça de personagens e marcas que agregam valor aos brinquedos. “A diferença desta licença é que a criança se encanta pelo personagem Luciano Martins por reconhecer naquela imagem um desenho infantil como o seu”, explica o profissional.

Cardeña revela que o interesse por essa linha vem crescendo entre os lojistas, sobretudo nos pontos de venda voltados para o brinquedo educativo. “A expectativa é que a propriedade cresça até o Natal e atinja os números das outras marcas licenciadas pela empresa, que agrupadas respondem por 15% do nosso faturamento”, comenta o diretor.

Inspirado nos ensinamentos do apresentador Alexandre Rossi no programa “Missão Pet”, transmitido pela NatGeo, o jogo Dr. Pet - CãoPeão, da Gulliver, mescla duas paixões da criançada: brinquedos e bichos. Conhecido por amestrar de peixinhos a borboletas, o zootecnista levou para a TV sua habilidade em ensinar animais não domésticos. Logo depois, a ideia foi adaptada para o mercado de brinquedos com o Dr. Pet - CãoPeão.

No jogo da Gulliver, é possível aprender com o Doutor Pet o que é preciso para transformar seu melhor amigo em um verdadeiro campeão. Jogado por 2 a 4 participantes, a atração contém tabuleiro com roleta,

quatro dados de reforços positivos, 33 cartas “dono”, 33 cartas “cão”, cinco cartas “não”, além de 30 fichas de ossinhos e manual de instruções.



Os brinquedos da NIG inspirados nos traços lúdicos do artista plástico Luciano Martins se destacam com temas ecológicos e ligados ao futebol



Dr. Pet - CãoPeão, da Gulliver, mescla duas paixões da criançada: brinquedo e bicho



## BRINQUEDOS CLÁSSICOS MIGRAM PARA O MUNDO DIGITAL

Geração de crianças ligadas no virtual explica a movimentação da indústria de brinquedos em adaptar seus principais jogos para o universo online

Texto: Andres Lustwerk



Migração dos jogos do analógico para o digital é necessária pelo grande crescimento do mercado de smartphones nos últimos anos

Segundo recente pesquisa feita pela empresa de ciber segurança AVG com 5.423 pais entrevistados online de dez países, incluindo o Brasil, 97% das crianças entre 6 e 9 anos de idade já usaram a web no Brasil. Enquanto isso, nos demais países pesquisados esse índice chega a 89%.

A pesquisa revela ainda que crianças entre 3 e 5 anos também estão cada vez mais próximas de dispositivos com acesso à internet. 76% delas sabem desligar e ligar um tablet ou computador e 73% já utilizam algum game virtual. Por sua vez, 42% dessas crianças já sabem fazer uma ligação telefônica, apesar de 43% não serem capazes de escrever o próprio nome.

Atentas ao comportamento dessa geração Y (ou seria Z?), tradicionais empresas do setor de brinquedos estão fazendo a migração de seus jogos para o mundo digital. É o caso da Grow, que criou um canal especial na web ([www.clickjogos.uol.com.br/jogos-da-grow](http://www.clickjogos.uol.com.br/jogos-da-grow)), no qual os usuários podem encontrar alguns jogos que fizeram parte da infância de várias gerações.

é preciso se registrar no Click Jogos, maior portal de games do Brasil, o que pode ser feito com apenas dois clicks. Isso porque nele dois jogadores irão competir entre si, e de acordo com as vitórias, poderão acumular medalhas, moedas e ganhar novas cartas.

O objetivo da Grow é se fortalecer no mundo digital e agregar mais um público para a marca com essa nova presença online. A estratégia visa conquistar a "geração do Angry Birds".

"Encontramos na Sioux um grande parceiro de negócios para desenvolver nossa estratégia online e colocar a marca Grow nesse universo digital. Nossa marca tem por DNA o entretenimento coletivo e manteremos esse espírito no mundo online", afirma

A migração, feita em parceria com a empresa do mercado de games Sioux, inclui jogos como Perfil, Super Trunfo e puzzles em geral. Cada um deles tem diversos desafios e fases, para que a diversão não fique apenas nos tabuleiros, cartas e peças e passe para o mundo digital, sem perder o toque clássico.

A maior novidade vem no Super Trunfo. Para jogar, a maior novidade vem no Super Trunfo. Para jogar, a maior novidade vem no Super Trunfo. Para jogar, a maior novidade vem no Super Trunfo.

ma Marcelo Rovai, diretor-geral da Grow.

Atualmente, os títulos Perfil, Imagem e Ação, Super Trunfo e ABC Animado, da Grow, também já contam com versões disponíveis nas lojas para iPhones e celulares Android. A Sioux comenta que o desempenho dos games é animador nas lojas virtuais. Perfil, por exemplo, já esteve entre os cinco games mais baixados da Apple Store no Brasil e conta atualmente com cerca de 300 mil instalações, incluindo as plataformas da Apple e do Google. Já o game de cartas Super Trunfo teve mais de 150 mil partidas realizadas.

Outra gigante do mercado de brinquedos, a Estrela, anunciou este ano duas novidades no formato digital. Cilada, o clássico brinquedo que testa o raciocínio do jogador, chega em uma versão totalmente reformulada para aparelhos com o sistema operacional da Microsoft. A atração conta com novos modos de jogo e situações ainda mais empolgantes e difíceis.

Para escapar de todas as ciladas neste quebra-cabeça, o jogador precisa descobrir e encaixar todas as peças sem que falte nenhuma. O aplicativo possui dois modos de jogo grátis. No



O Aquaplay, da Estrela, é outro clássico que também ganhou ares virtuais



Cilada chega em uma versão totalmente reformulada para aparelhos com o sistema operacional da Microsoft

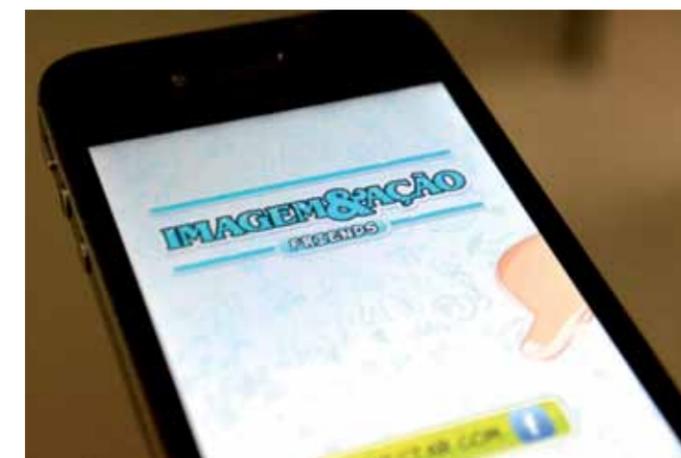
total são mais de 50 versões de desafios disponíveis na versão completa, que pode ser adquirida na loja do Windows Phone por R\$ 4,99.

O Cilada também foi desenvolvido em parceria com a Sioux. O jogo está disponível para os smartphones com o sistema operacional Windows Phone 8 da Microsoft. Há também uma versão disponível para pc's, notebooks e tablets com Windows 8.1.

Outro clássico da Estrela que também ganhou ares virtuais foi o Aquaplay, aquele brinquedo aquático em que o jogador tenta pendurar argolas flutuantes em pequenos ganchos de plástico. Na versão digital, este sucesso nos anos 80 agora pode ser jogado em dispositivos com as plataformas iOS e Android.



War: o jogo da estratégia, agora também online



Na versão virtual do clássico Imagem & Ação, continua valendo a imaginação

"A APOSTA NO MEIO DIGITAL É UMA ESTRATÉGIA ESSENCIAL PARA A SOBREVIVÊNCIA"

As palavras do diretor-presidente da Grow, Marcelo Rovai, dão ideia da revolução online que acontece no mercado de brinquedos. Segundo ele, esta é uma forma de levar jogos clássicos de gerações anteriores para uma faixa etária que só está atenta aos produtos eletrônicos.

"Os jogos são conhecidos por gerações passadas, mas são pouco famosos entre as crianças de 8 a 15 anos. Essa nova geração está muito ligada ao meio online e a digitalização leva essas marcas clássicas até elas", diz

Segundo Rovai, o objetivo com os produtos nos meios digitais é atrair a atenção do público infantil para as plataformas físicas. Conforme Rovai, as vendas de jogos de tabuleiro não tiveram queda, mas migraram para um público consumidor de 15 a 30 anos de idade.

"Os jogos digitais nunca vão substituir os físicos. O tabuleiro possui um grau de interação que as mídias eletrônicas ainda não são capazes de reproduzir", avalia o executivo.





## Tirano Rex (Adijomar)

Desenvolvido todo em vinil atóxico com cinco articulações, o dinossauro vem com dispositivo sonoro, pequenos dinossauros como acessórios e uma embalagem toda ilustrada. O boneco mede 43 centímetros de comprimento e é o maior dinossauro em vinil produzido no Brasil.

Mais informações: SAC: (15) 3383-9700 - comercial@adijomar.com.br - www.adijomar.com.br



## Baldinhos Injetados (BBRA/Rosita)

A Rosita, do Grupo BBRA, lança em toda a sua linha Praia os novos baldinhos injetados, em que a decoração é realizada pelo processo in-mold label (IML). No sistema, uma inovação da empresa, os rótulos são aplicados já na etapa de moldagem dos produtos, "fundindo-se" aos mesmos. O processo permite maior qualidade, durabilidade e beleza para o produto, eliminando a adesivagem tradicional.

Mais informações: (11) 4646-1301 ou www.bbba.com.br



## Trator Mega Z-3 (BS Toys)

A tradicional fabricante de brinquedos apresenta um super trator com 60 centímetros de comprimento. A novidade vem equipada com escavadeira móvel de fácil manuseio. As crianças vão adorar.

Mais informações: (15) 3326-2254 ou www.bstoy.com.br



## Bate Palminha (Cotiplás)

Quando a criança faz a boneca bater palminhas, aciona o dispositivo eletrônico que faz a boneca cantar uma linda canção. A Bate Palminha é fabricada com vinil macio e perfumada. Vem com lindos sapatinhos para completar a brincadeira das meninas.

Mais informações: (15) 3383-9100 ou www.cotiplas.com.br



## Carro Sedan da Família (Sylvanian Families)

Grande aliado nas aventuras pela Terra de Sylvanian, o elegante conversível vermelho pode acomodar dois adultos e dois filhotes e ainda comporta acessórios para um agradável piquenique. O possante torna o passeio ao ar livre ainda mais agradável.

Mais informações: SAC: epochmagia@epochmagia.com.br ou www.sylvanianfamilies.com.br



# O MUNDO DO BRINQUEDO ESTÁ AQUI.



**7 - 10** | 7 a 9 - 10 às 20h  
**ABRIL** | 10 - 10 às 18h  
 Expo Center Norte  
 São Paulo - Brasil  
[www.abrin.com.br](http://www.abrin.com.br)

PROMOÇÃO / PATROCÍNIO



Trate criança  
 como **criança**

Informações: (11) 2226-3100

ORGANIZAÇÃO / NEGÓCIOS



Compromisso de  
 gerar oportunidades  
 de negócios

# O DIA DAS CRIANÇAS PODE SALVAR O VAREJO?

Por **Marcelo Murin\***



O varejo apresenta grande confiança no resultado das vendas do dia 12 de outubro, que promete movimentar cerca de R\$ 3,5 bilhões no setor

Estamos entrando no último trimestre do ano, e o mês de outubro traz com ele uma boa expectativa de crescimento de vendas no varejo, principalmente pelo Dia das Crianças. Sabemos que a economia não vem bem neste ano de 2014, por isso o varejo apresenta grande confiança no resultado das vendas do dia 12 de outubro, que promete movimentar cerca de R\$ 3,5 bilhões no setor, o que representa números 16% maiores que no ano anterior.

Está aí uma excelente oportunidade para começar os últimos três meses do

ano com o pé fundo no acelerador das vendas, e embalar forte para buscar recuperação nos resultados do varejo, em um ano que prometia muito e está entregando bem abaixo das expectativas.

Claro que a data por si só, restringe as categorias que apresentam potencial de crescimento. No entanto, mesmo para o varejista que não tem em seu sortimento produtos e/ou categorias relacionadas ao Dia das Crianças, sempre há algo a ser realizado no ponto de venda para atrair o shopper, e pegar uma carona no potencial incremento de consumo.

Para a categoria de brinquedos, por exemplo, a data representa 38% das vendas anuais, o que é muito significativo. Mas o que o varejista que não atua nesta categoria deve fazer para agregar vendas neste período?

É evidente que o movimento nas lojas irá automaticamente aumentar, portanto fique muito atento

ao que pode atrair seus clientes. Será fundamental manter seus estoques e sortimento adequado com sua estratégia de vendas e também promocional.

Tenha em mente que os tomadores de decisão de compra, invariavelmente estarão fazendo suas compras com grandes influenciadores no processo, que obviamente são seus filhos. Portanto, o que pode atraí-los nos pontos de venda?

É o momento deles, e por mais que sua loja não trabalhe com produtos dirigidos para este target, o varejo pode criar espaços para as crianças brincarem durante as compras dos pais. Ambientar sua loja com a temática infantil, contratar temporários para cuidar das crianças, entregar brindes e brincadeiras para os petizes enquanto mamãe e papai ficam livres para realizar suas compras, certamente pode ser um diferencial enorme entre sua loja e seus concorrentes.

Mais uma vez a diferenciação faz com que você se destaque! E para criá-la, movimente-se. Busque alternativas que impactem seus clientes, e já deixe um "gancho" para o final do ano, pois também pode ser um excelente momento para você plantar as sementes em busca das vendas do final do ano, que será sua última chance de recuperar parte das perdas que a economia de 2014 trouxe ao varejo.

Hora de executar o planejamento e, se você não se planejou, faça-o imediatamente. Temos poucos dias para a reta final do ano. Vá em frente e não perca esta oportunidade. Se o Dia das Crianças vai salvar o ano para o varejo, ainda não temos como saber. Mas, que pode tirá-lo da UTI, isso pode. Boas vendas!

\***Marcelo Murin** é administrador de empresas com especialização em marketing e sócio-fundador da **Officina di Trade**



A data para as crianças representa uma excelente oportunidade para começar os últimos três meses do ano com o pé fundo no acelerador das vendas

**ZIPPY** toys

TODO DIA É DIA DAS CRIANÇAS!



BARRACA TÚNEL PORTÁTIL PRINCESAS

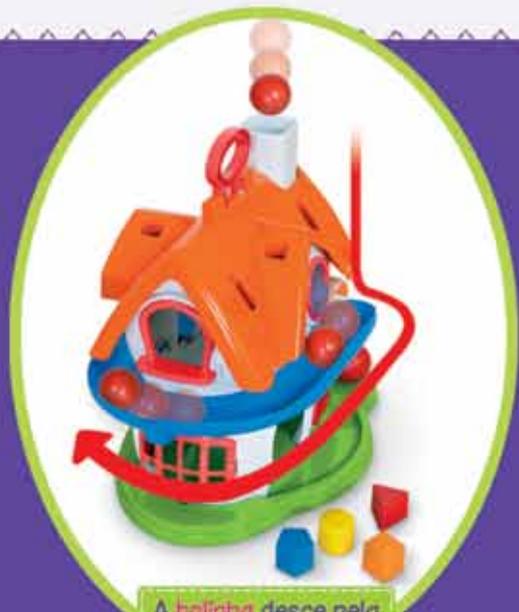


JOGO EQUILIBRA SPIDERMAN

JOGO DO MICKEY CORRIDA CONTRA O TEMPO



BRINQUEDOS DIVERTIDOS E CRIATIVOS!



A bolinha desce pela chaminé da casinha.

# Play Time



Compre no melhor preço!

## Casinha Divertida

Brinquedo **unisex** que ajuda na coordenação motora da criança e auxilia a distinção de **formas, cores e som**.



Blocos didáticos para encaixar.

! Produto 100% seguro para seu bebê



Com quem o bebê vai falar?

