**03.04.2018**

**Меры социальной поддержки и перспективы развития ИДТ обсудили на круглом столе выставки «Планета детства» в Санкт-Петербурге**

В рамках деловой программы выставки «Планета детства» состоялся круглый стол «Десятилетие детства: Стимулирование рождаемости & стимулирование промышленности», организаторами которого выступили Ассоциация предприятий индустрии детских товаров (АИДТ) совместно с Уполномоченным по правам ребенка в Санкт-Петербурге. Участники встречи обсудили необходимые меры социальной поддержки, тенденции и перспективные направления развития отрасли детских товаров и услуг, а также приняли участие в торжественной церемонии открытия выставки.

Как отметила Уполномоченный по правам ребенка в Санкт-Петербурге Светлана Агапитова, в ведомство поступают обращения о социальной поддержке со стороны государства, в основном по улучшению жилищных условий со стороны многодетных семей, а также по здоровью детей с хроническими заболеваниями и проблемам образования. В последнее время, сильно увеличился поток обращений, связанных с семейными конфликтами, для решения которых в аппарате Уполномоченного была создана отдельная служба медиации.

«Мы много занимаемся поддержкой детства. В этом плане государственные программы социальной поддержки становятся адресными и ориентируются на те семьи, которые в этом действительно нуждаются. Другой проблемой становится нарастающая агрессивность в обществе. Увеличивается число обращений, связанных с нарушением прав одним из родителей – «дележки» ребенка при разводе, невыплаты алиментов, а ребенок находится в центре подобного конфликта», - подчеркнула детский омбудсмен.

На экономическую ситуацию на рынке детских товаров повлияло не только демографическая ситуация, но и падение уровня жизни семей с детьми. Как отметила президент Ассоциации предприятий индустрии детских товаров Антонина Цицулина, за 2016-2017 года настолько сократились возможности семейного бюджета, что производители игр и игрушек снизили цены товаров на 12 % и эта тенденция сохраняется для всех видов детских товаров. Если в одежде покупали раньше четыре пары брюк, то теперь только две, а обувь в сезон берут всего одну пару.

«Людям не хватает денег на крупные покупки – нормальную кроватку, коляску. Поэтому одна из наших инициатив – имущественная поддержка семей с детьми. Самые сложные и затратные периоды – это первый год жизни ребенка и подготовка в школу», – подчеркнула Антонина Цицулина.

У Санкт-Петербурга есть успешная практика поддержки персонифицированной поддержки семьи – существует «Детская карта» – единовременная компенсация при рождении ребенка, детское питание, а также другие виды пособий.

Необходимо детально разработать систему персонифицированных сертификатов – на обучение, отдых, оздоровление или дополнительное образование. Эта система очень прозрачна и понятна - деньги возвращаются в отрасль.

«Петербург – второй регион в стране по количеству производителей и разработчиков детских товаров, хотя мер поддержки для них в городе не много. Здесь много сохранивших компетенции специалистов, например, в дизайне, и в 2018 году мы запускаем специальную программу для дизайнеров по игрушкам. Хочется провести предметное совещание с промышленниками в Петербурге», – отметила А. Цицулина.

Необходимо проводить просвещение родителей, основанное на фундаментальных прикладных исследованиях детства. Какие детские товары в какой период взросления нужны и почему. Этот диалог родителей и науки крайне важен для развития детской промышленности.

В последние годы отрасль нарастила производство - благодаря санкциям появилась свободная доля рынка, но это кратковременный эффект. Если мы хотим сохранить индустрию детских товаров, необходимо развивать наукоемкие технологии. Производство игрушек должно быть конкурентоспособным на международном уровне.

Современные производители уже начали выпускать такую продукцию для ребенка, которая заинтересует современные семьи. В этом направлении нужно работать журналам, книгопечатным издательствам - говорить с детьми и родителями на их языке. Например, через комиксы, если есть такой запрос от потребителей. Бизнесу важна максимально широкая линейка продуктов: умный производитель ищет возможности стать инструментом помощи для семей.

На рынке существует необходимость в каналах продвижения качественных детских товаров, какими могут быть выставки, детские СМИ и даже руководители многочисленных бэби-клубов. Участники рынка отметили, что сегодня не хватает информации, которой бы доверяли родители. Недоверие является большой проблемой, поэтому должны появляться специалисты для популяризации этого направления.

Эксперты отметили, что в помощь начинающим родителям возможно выпускать печатный «навигатор» и разработать специальный сайт. Журнал мог бы вкладываться в коробки с приданым для новорожденных – одеждой, погремушками, подгузниками, средствами гигиены и детской косметикой. С 1 января 2018 года такие коробки с приданым уже выдают в московских роддомах.

Сейчас разрабатывается проект «Подарки новорожденным» как одно из мероприятий в рамках программы «Десятилетия Детства», проведение которого объявлено Владимиром Путиным на 2018–2027 годы. В различных регионах – разный уровень жизни. Анализ потребностей сам задаст запрос на комплектацию, поэтому сейчас прорабатываются идеи различного наполнения: «базовый», «стандарт» и «комфорт».