



**Asiento de baño
BABIDU**

La compañía presenta el asiento de baño giratorio que es abatible y dispone de una barra de seguridad de fácil apertura. Además, incluye juegos en esta barra de seguridad para entretener y divertir al pequeño.



**Avión + 2 personajes
VIKING TOYS – ANDREU TOYS**

Juguete de primera infancia compuesto por un avión y dos personajes (piloto y azafata) para entretener a niños y niñas mayores de un año. Combina colores atractivos para los pequeños como el rojo, amarillo y azul.



**Burbuja Mini
VIKING TOYS – ANDREU TOYS**

La firma presenta una burbuja con 50 mini Chubbies Mascotas. Unos pequeños coches con formas de divertidos animales y de colores atractivos para niños y niñas de más de un año.

Stand: C48
Pabellón: N2-P7

C.Voravia, 8 · Pol. Ind. Avellanet
08554 St.Miquel de Balenyà · Seva (Barcelona) SPAIN
Tel. (+34) 938 124 625 · Fax. (+34) 938 124 545
info@andreutoys.com - www.andreutoys.com



La opinión de la industria

ANDREU TOYS – Salva Andreu, director comercial

“Hemos cumplido las expectativas y a fecha de hoy la facturación del canal Puericultura supera más de un 11% la del año anterior 2009, y a pesar de las subidas de precios en las tarifas de coste de origen (las cuales sobrepasan la media del 6% respecto al año pasado), nuestros beneficios se mantienen en su línea. Nuestra apuesta ha sido incorporar un número importante de novedades, renovando el catálogo respecto al del año anterior. Además, hemos editado un nuevo catálogo para el detallista y hemos apostado de nuevo por asistir a la próxima edición de la Feria Internacional del Bebé de Valencia, entre otras acciones. Sin duda, todo ello se refleja en los resultados mencionados anteriormente. A pesar de la coyuntura económica, consideramos que no es un desastre, sino que hay que saber aprovechar mejor las oportunidades, pensar, estudiar y si hace falta descubrir las opciones del producto o servicio que estemos vendiendo. Nuestra opinión es que, en términos generales, el mercado está estancado, aunque siguen existiendo buenas oportunidades de negocio, a las cuales seguramente hace unos años no les prestábamos ni la más mínima atención. Para 2011, tenemos como objetivo de ventas un crecimiento del 6% respecto a 2010”.



BABYLINE – Noelia Sánchez

“Debido a la situación económica mantenida durante 2010, no podemos afirmar que se haya convertido en un año estrella, pero hemos logrado mantener las ventas, lo que supone un pequeño logro. Hemos puesto en marcha acciones puntuales, como pueden ser descuentos y promociones especiales, para conseguir una mayor demanda de producto, lo que ha resultado muy positivo para la empresa, ya que así ha mantenido su nivel de ventas y ha conseguido una mayor presencia en el mercado. Partimos de la base de que la puericultura si no es un artículo de primera necesidad, si lo podemos calificar como inevitable. Podemos señalar la “relativa necesidad” de estos artículos como punto fuerte de nuestro sector. Debido a la situación actual sería de “valientes” adelantarse a 2011 y establecer expectativas, pero aun así podemos hablar de mantenimiento, es decir, consideramos según la trayectoria de 2010 que 2011 no va a ser muy diferente”.



BABYNOW – Gabriel Oliver, director general

“2010 ha sido un año bueno, hemos incrementado la facturación y los beneficios, y se han cumplido las expectativas, aunque con menos alegría de lo esperado. Considero que somos una empresa joven y con gran potencial; apostamos por un producto de gran calidad y diseño innovador y diferenciado a un precio ajustado (que no quiere decir que sea bajo). Además, apostamos fuerte por abrir nuevos mercados. La puericultura, a pesar de ser un mercado (debido a su propia naturaleza) mucho más estable que otros, la crisis está pegando fuerte en todos los sectores, la prudencia, el miedo o incluso la reducción en la capacidad de gasto del consumidor se está notando, a nivel general, también en nuestro sector. Aun así, deberíamos ser conscientes de la suerte que tenemos de trabajar en un mercado con esa estabilidad y potenciar los aspectos positivos que nos ofrece la misma. Como siempre o más que nunca nos debemos exigir la máxima profesionalidad. Nuestras previsiones para 2011 son relativamente optimistas; vamos a crecer en un porcentaje significativo, pues entiendo que vamos a seguir recogiendo los frutos de un trabajo realizado con dedicación durante más de ocho años”.

