

BRIO AB ÖVER 130 ÅRS ERFARENHET AV TRÄ

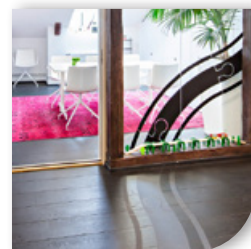
EN TITT PÅ LIVET AV EN LITEN LEKSAKSFABRIK



FRÅN TRÄKORGAR TILL LEKSAKER

Företagets namn som valdes år 1909 står för Bröderna Ivarsson i Osby (BRIO).

År 1884 bosatte sig Ivar Bengtsson och Sissa Persdotter i en by i närheten av Osby och började tillverka träkorgar. Deras utbud hade år 1907 vuxit till 170 olika produkter, inklusive den allra första BRIO-leksaken; en liten trähäst. Samtidigt som Ivars tre söner fortsatte att utöka familjeföretaget med importerade hushållsprodukter och barnvårdsartiklar, började leksaker att spela en central roll i företagets utveckling. Efter andra världskriget lanserade Ivars sonson en serie nyskapande leksaker som exempelvis en järnväg i miniatyr och den klassiska taxen som går under namnet Dachshund. Samtidigt började BRIO också att bedriva sin verksamhet internationellt. Ekonomiska problem under 2000-talet ledde till att den nya ägaren delade upp BRIO i tre olika företag. Idag för de 70 anställda vid BRIO AB företagets tradition av träleksaker vidare.



INNOVATION DRIVER KONKURRENSKRAFTEN



Varje år utvecklar BRIO mellan 40 och 50 nya leksaker som uppfyller barnens senaste önskningar, och fasar samtidigt ut ett liknande antal leksaker som inte längre finns högst upp på barnens önskelistor. Detta är en utmaning unik för leksaksområdet, som uppmuntrar företagen att göra stora investeringar i nyskapande leksaker som uppfyller barnens ständigt föränderliga önskemål. Denna egenhet betyder att det är mycket viktigt att den kreativa processen skyddas för att förhindra likartade produkter och designinrång, eftersom det kan leda till orättvis konkurrens mellan företag och tvinga respekterade leksaksföretag att stå för utvecklingskostnaderna.

Säkerhet och kvalitet är det viktigaste för BRIO och företaget genomför över 1 000 tester varje år.

EN GLOBALISERAD VÄRLD

Större delen av BRIO:s omsättning år 2013 (330 miljoner kr) genereras utanför Sverige.

BRIO:s leksaker tillverkas i BRIO:s fabriker i Tjeckien och Kina och säljs i butiker över hela världen. BRIO har sedan 1950-talet etablerat dotterbolag och ett starkt nätverk med distributörer såväl i som utanför Europa. Tyskland, Frankrike och England är vid sidan av Norden de största marknaderna för det Svenska bolaget inom Europa, medan Japan och USA är de största utanför Europa.



ENGAGERADE I SAMHÄLLET



BRIO är engagerade i det lokala samhället och framtida generationer inom alla områden där företaget bedriver verksamhet. BRIO:s huvudkontor finns idag i Malmö, men de tidigare lagerlokalerna i Osby förvandlades 1984 till BRIO leksaksmuseum, Lekoseum, och lockar fortfarande många besökare. BRIO samarbetar också med olika

svenska universitet för att kunna erbjuda kurser i hållbar design, miljömässiga verksamhetsfrågor och lek. Göteborgs universitet erbjuder exempelvis tillsammans med BRIO ett Master-program i barnens lek och dess gynnsamma effekter på samhället.

SAMMANFÖR GENERATIONER GENOM LEK

BRIO:s vision grundar sig på vikten av lek och kreativitet för barnens utveckling. Den framhäver också vikten av lek i familjelivet och kombinerar därför gamla järnvägsleksaker med nyare varianter som tilltalar alla familjemedlemmar, oavsett ålder. Sedan 1992 delas BRIO Prize ut varje år. Priset går till en forskare eller en ideell organisation för deras arbete med barn och lek. I samband med sitt 130-årsjubileum 2014 startade BRIO tävlingen "Befria någon från deras vuxna liv". Detta var en möjlighet som finansierades av BRIO, att för vuxna upptäcka barnet inom sig genom att avsätta en dag för lek.

BRIO uppmärksammade sitt 130-årsjubileum år 2014 genom att fira vikten av att leka.

"Innovation är nyckeln till framgång i en konkurrensutsatt bransch som leksaker. BRIO investerar en stor del tid och resurser för att utveckla kvalitetsleksaker som uppfyller barnens önskemål. Det betyder att rätten till immateriell egendom måste skyddas ordentligt för att undvika orättvis konkurrens från oärliga tillverkare."

Heikki Takanen, VD



Det finns ungefär 1,6 miljoner barn under 15 år (17 % av befolkningen) i Sverige och den årliga försäljningen av leksaker i **Sverige** uppnår omkring 3,8 miljarder kr. Det finns ungefär 230 leksaksföretag i Sverige, och alla är små till medelstora företag som tillsammans sysselsätter omkring 2000 personer.

Den **europiska unionen** (EU) är världens största leksaksmarknad (27 % av den globala försäljningen) som uppfyller de mångsidiga och föränderliga kraven från 79 miljoner barn. Över 99 % av nästan 5000 leksaksföretag är små och medelstora företag. Leksaksfabriker spelar en viktig roll i Europas ekonomiska struktur med över 220 000 personer som arbetar i branschen inom EU. Leksaksbranschen är ytterst internationell och ett av de mer dynamiska verksamhetsområdena i Europa: ungefär 60 % av leksakerna på marknaden varje år är nyutvecklade. Branschen är också mycket säsongreglerad och kunderna gör den större delen av inköpen under julperioden.

Leksaksbranschen är branschorganisationen för alla aktörer på den svenska marknaden för lek, hobby och baby. Våra medlemmar består av tillverkare, grossister, importör och återförsäljare. BRIO är medlem i Leksaksbranschen.

Toy Industries of Europe (TIE) är leksaksindustrins branschorganisation i Europa. Medlemmar är företag och nationella organisationer från hela Europa och däribland Leksaksbranschen och BRIO.

