ТЕМА НОМЕРА: ТОВАРЫ ДЛЯ МЕЛКИХ МЛЕКОПИТАЮЩИХ

9 772078 058009 22007

Зоо бизнес в России

7 2022

НАЗ: НОВЫЕ ШАГИ РАЗВИТИЯ
ВАКЦИНЫ — БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ?
ЗООИНДУСТРИЯ БЕЛАРУСИ: АМБИЦИИ И РЕАЛЬНОСТЬ
PETSHOP DAYS 2022
СИБИРЬ: ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ЮБИЛЯРЫ
ПРАВДА И МИФЫ О КОНСАЛТИНГЕ

freshcat.ru

100% СВЕЖЕСТЬ

SUPER PREMIUM Fresh Cat CAT LITTER

НАПОЛНИТЕЛЬ SUPER PREMIUM КЛАССА ДЛЯ КОШАЧЬЕГО ТУАЛЕТА

#FreshCat фрешкет.рф

ParkZoo ПРИГЛАШАЕМ ПОСЕТИТЬ НАШ СТЕНД НА ПАРКЕ ЗООО

ЗАЛ 4 (ЭКСПО 1, ПЕРВЫЙ ЭТАЖ, ПАВИЛЬОНЫ L 14 И L 15)

СУПЕРПРОЧНЫЙ КОМОК

НОВАЯ ФОРМУЛА

ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫЙ

ПРЕПЯТСТВУЕТ РОСТУ БАКТЕРИЙ

С ИОНАМИ СЕРЕБРА

КОНТРОЛЬ ЗАПАХА

МГНОВЕННО ВПИТЫВАЕТ

2-4 мм ОТБОРНЫЕ КРИСТАЛЛЫ

ОБЕСПЫЛЕННОЕ СЫРЬЕ

СУПЕРНОВИНКА!

Fresh Cat комкующийся экстрабелый бентонитовый наполнитель для кошачьего туалета суперпремиум-класса

Fresh Cat силикагелевый наполнитель для кошачьего туалета суперпремиум-класса

РЕКЛАМА

ЗООБИЗНЕС В РОССИИ №7•176•2022

Учредитель
Т.В. Катасонова

Свидетельство о регистрации СМИ
в Государственном
комитете РФ по печати
ПИ №ФС77-30742
от 27 декабря 2007 г.

Главный редактор
Татьяна Катасонова

Заместитель
главного редактора
Юлия Долженкова

Директор по контенту
Александр Колчин

Дизайн и вёрстка
Алексей Ерёмин

Контент-трафик менеджер
Ольга Аверкиева

Корректор
Дарья Мельник

Рекламная служба
ООО ИИЦ «Зооинформ»
Почтовый адрес:
125212, Москва,
Кронштадтский б-р, 7а
Тел.: +7 (499) 270 05 97
info@zooinform.ru
www.zooinform.ru

Отпечатано в
ООО «Типография «Миттель Пресс»
Адрес: 127254, г. Москва,
ул. Руставели, д. 14, стр. 6.
Тел./факс: +7 (495) 619-08-30,
647-01-89.
E-mail: mittelpress@mail.ru
Тираж 7 000 экз.
Заказ № 835

© Перепечатка материалов
и фотографий из «Зообизнеса
в России» только по согласованию
с редакцией

При цитировании ссылка
на журнал обязательна

Точка зрения авторов статей
не обязательно совпадает
с мнением редакции

По вопросам подписки
обращайтесь:
тел.: +7 (499) 270 05 97
или оформляйте её
на сайте www.zooinform.ru

В НОМЕРЕ:

СОБЫТИЯ

4 Petshop Days 2022
Татьяна Катасонова

12 Праздник в сибирском лесу

ПРОФИЛЬ КОМПАНИИ

8 «ГЛОБАЛ ПЕТФУД»: Питомца не обманешь!

16 Производитель кормов из Сибири

20 Blitz готов ответить на вызовы времени

23 Производитель кормов AlphaPet покоряет рынок

НАЦИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ ЗООИНДУСТРИИ

10 Единый голос, единые интересы и общий успех!
Александр Колчин

14 РОССИЙСКИЕ НОВОСТИ

18 ЗАРУБЕЖНЫЕ НОВОСТИ

СЕГМЕНТ РЫНКА

24 Маленькие друзья зообизнеса
Валентина Конышева

АНАЛИТИКА

34 Закономерности спроса на грызунов и кроликов
Андрей Ситников

ПРОБЛЕМЫ РЫНКА

36 Импортные вакцины. Вопросов больше, чем ответов
Евгений Назаренко

БИЗНЕС-ОБУЧЕНИЕ

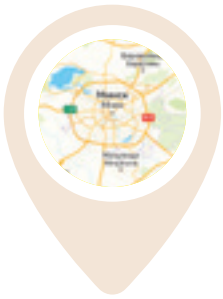
44 Комплексный консалтинг — непредвзятый взгляд на компанию
Наталья Шестакова

АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ С РОБЕРТОМ ИМАНГУЛОВЫМ

48 На виражах импортозамещения, или Как живётся производителю кормов
Юлия Долженкова

ПУТЕВЫЕ ЗАМЕТКИ

50 Зооиндустрия Беларуси: маленький рынок с большими возможностями
Александр Колчин, Татьяна Катасонова



SIBERIAN CAT SILICAGEL

ELIT ECO

ELIT FOR THE CHOOSY CATS

ELIT

УДЕРЖИВАЕТ ВЛАГУ НЕ ПЫЛИТ ПОГЛОЩАЕТ ЗАПАХИ

СИБИРСКАЯ КОШКА

ПаркЗоо СТЕНД F5

ООО ТД Алекс | 630049 Россия | г. Новосибирск, а/я 11 | 8 (383) 363 07 63 | www.alexgr.ru

РЕКЛАМА

ПаркЗоо СТЕНД А1

Дорогие друзья!

Большинство из вас получат этот выпуск в подарок на выставке «ПаркЗоо». Вы приезжаете сюда для того, чтобы встретиться с партнёрами, узнать, что нового происходит на рынке, понять, куда идёт наша отрасль, и получить импульс для новых идей.

Выставка проходит раз в год, а журнал «Зообизнес в России» выходит 10 раз в году. Он, конечно, не заменит личные встречи, но по всем другим вопросам может быть вам надёжным источником информации. Прямо на выставке на нашем стенде вы можете подписаться на бумажную версию журнала и целый год получать свежие номера. В эру интернета многие предпочитают читать с экрана, бесплатный доступ к журналу имеют все посетители нашего сайта. Но всё же я знаю немало людей, которым необходим шелест страниц, пометки маркером в тексте и специфический запах бумаги. Именно поэтому мы даже в такое диджитальное время продолжаем выпускать бумажную версию.

В этом году «Зооинформу» исполняется 25 лет. Всех, кто хочет нас поздравить, приглашаем на наш стенд.

Вернёмся к этому выпуску журнала. Открывает его репортаж с PetShop Days. Я была на нём в этом году впервые, и увиденное произвело на меня очень сильное впечатление. Понятно, что компания в первую очередь развивает лояльность к собственному бренду, но формирование осознанного отношения к питомцам, а именно это ставит своей главной задачей фестиваль, работает позитивно на всю отрасль. Замечательно, что многие компании это уже поняли и активно принимают участие в мероприятии, но, думаю, фестиваль нужно масштабировать на другие города России, и здесь важна поддержка региональных игроков.

Мы уже писали о начале работы новой отраслевой организации — Национальной ассоциации зообизнеса. В этом выпуске рассказ об итогах общего собрания теперь уже 22 участников. На выставке вы сможете встретиться с президентом ассоциации и, надеюсь, захотите присоединиться к группе активных участников рынка, объединившихся для решения проблем нашего многострадального зообизнеса.

Проблемы с поставками ряда товаров, которые начались с конца февраля, продолжаются. В этом номере мы рассмотрели ситуацию с импортными вакцинами. Проблема серьёзная, она касается здоровья наших питомцев. Я была 1 сентября на открытии первой в России частной ветеринарной академии (о чём вы тоже сможете прочесть в этом журнале) и услышала разговор руководителей двух ведущих в Москве сетей ветеринарных клиник: «А у вас ещё есть вакцины?» — «Осталось совсем немного». Довольно страшно! Очень надеюсь, что этот вопрос будет решён в ближайшее время.

Не секрет, что сегодняшняя ситуация в нашей стране заставила резко активизироваться отечественных производителей кормов. В этом выпуске целых пять статей рассказывают о российских производителях. Конкуренция и возможность выбора — это всегда хорошо. Она заставляет развиваться и совершенствоваться.

Сегмент рынка, который мы рассматриваем в этом выпуске — товары для грызунов. Но и сами эти животные активно участвуют в продажах нашего ретейла. Поэтому в помощь продавцам мы публикуем таблицу правильного обращения с ними специально на центральном развороте, чтобы её можно было извлечь из журнала и повесить на стене зоомагазина.

В завершение желаю вам успешно провести время на выставке «ПаркЗоо» и зарядиться энергией на весь следующий год.

Татьяна Катасонова

Вы можете оформить подписку на печатную версию журнала:

на почте
подписной индекс 38813

в редакции
Москва, Кронштадтский бул., 7А

по телефону
+7 (499) 270 05 97

на портале
www.zooinform.ru

по эл. почте
podpiska@zooinform.ru

Выбирайте, что вам удобнее!

Цена подписки • **4000** руб. / год

Petshop Days 2022

Petshop Days — крупнейший в мире фестиваль домашних питомцев — подтвердил свою популярность в этом году, собрав около 50 тысяч посетителей, многие из которых пришли вместе со своими животными.

TXT Татьяна Катасонова Предоставлены организаторами

В последнее воскресенье лета, 28 августа, в ЦПКиО им. Кирова в Санкт-Петербурге прошёл фестиваль Petshop Days 2022.

Темой этого года стало «хвостатое кино». В Петландии появился киногородок PETWOOD — Голливуд для животных, и был организован первый кинофестиваль «Золотая лапа».

На празднике было много спортивных активностей. Любители воды плавали на сапах, легкоатлеты бегали со своими питомцами дистанцию в 700 м — каникросс. Питомцы сами или со своими хозяевами принимали участие в аджилити, проходили препятствия, выступали с фрисби, флайболом и соревновались с другими собаками в ноузворк, в Petshop RUN бегали за наживкой.

На фестивале прошли открытые диалоги с зоопсихологом Еленой Клюсовец, блогером Николаем Нагорным, фотограф-анималист Ксения Райкова провела мастер-класс.

В ресторане «Собачий» в этот день угощали бесплатными обедами. На всей территории мероприятия стояли миски и ёмкости с водой. Это спасало от жажды не только животных, но и людей, которые могли наполнить свои бутылки.

Регистрация на фестиваль проходила через приложение Petshop Days. Там же можно было записаться на участие в активностях и увидеть количество начисленных бонусов за это. Удобно, что в приложении была интерактивная карта и публиковались новости. На мероприятии были не только собаки: на Petshop Days пришли 80 котов и кошек, а ещё грызуны, ящерицы и даже домашний кабанчик. Всего было зарегистрировано 13 тысяч животных.

Благотворительность — большая и важная часть фестиваля. На Petshop Days десять приютов-участников приехали вместе со своими подопечными. Несколько животных обрели свой дом. Кроме того, гости мероприятия пожертвовали приютам более 350 кг кормов и лакомств, а также собрали пожертвований на 92 тысячи рублей.

Вечером на главной сцене прошло награждение победителей среди участников конкурсов фестиваля. Завершилось всё концертом звёзд российской эстрады — выступили Lovanda, Антоха МС и Ева Польна.

Алексей Пьянков, исполнительный директор Petshop.ru и главный организатор Petshop Days, рассказал, что подготовка к фестивалю в этот раз

проходила легче, чем в прошлые годы, так как приобретён уже огромный опыт, учтены ошибки прошлых лет и отработаны технологии. Однако ситуация в стране вносит свои коррективы. Из-за отсутствия иностранных спонсоров пришлось оптимизировать бюджет мероприятия, и в результате в этом году оно проходило всего один день, тогда как в прошлых занимало весь уикенд. Однако это не смутило партнёров, которые уже много лет поддерживают Petshop Days. На двух больших полянах расположились шатры компаний, на которых не только выставлялась продукция, но и проводились конкурсы, викторины и встречи со специалистами.

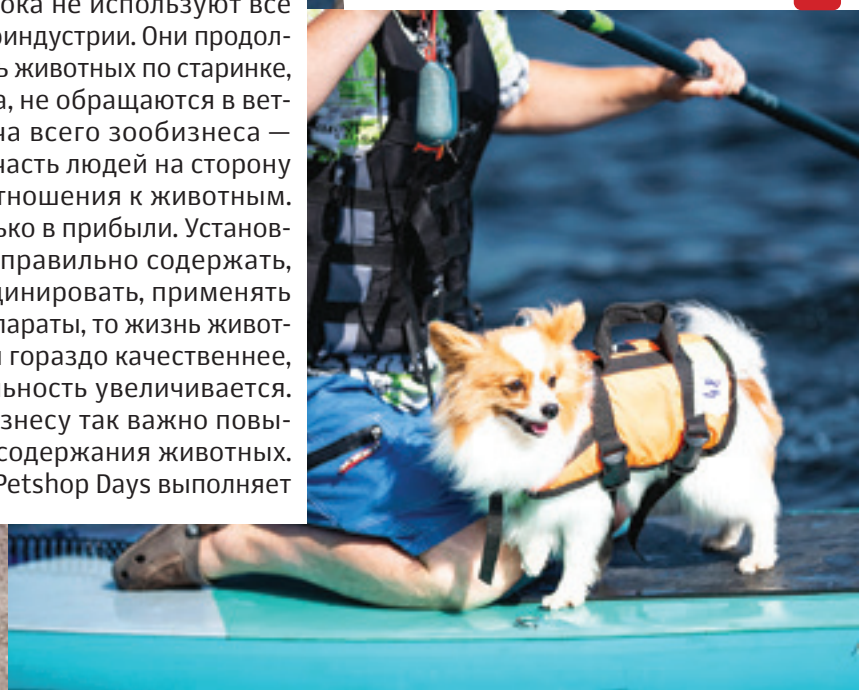
«Наша главная задача — повышение лояльности к бренду Petshop.ru, вторая — просветительская,— объяснил Алексей.— У зоообизнеса есть огромный потенциал за счёт привлечения людей, которые ещё пока не используют все достижения зооиндустрии. Они продолжают содержать животных по старинке, кормят со стола, не обращаются в ветклиники. Задача всего зоообизнеса — повернуть эту часть людей на сторону правильного отношения к животным. Тут дело не только в прибыли. Установлено, что если правильно содержать, кормить и вакцинировать, применять различные препараты, то жизнь животных становится гораздо качественнее, а продолжительность увеличивается. Поэтому зоообизнесу так важно повышать культуру содержания животных. На мой взгляд, Petshop Days выполняет эту миссию на 100%. Фестиваль привлекает огромное число посетителей, компаниям на мероприятии легко рассказывать о своих продуктах и о том, как их применение улучшает жизнь питомцев. Здесь есть и бесплатные ветеринарные консультации, и другие услуги, которые в обычной жизни владельцы животных могут получать только за деньги».

В этом году партнёрами мероприятия стали завод FAVA, бренды Organix, Smart DOG, Smart CAT, FLORIDA, SAVITA, Almo Nature, GO! Solutions/Now Fresh, Bentas, Monge, Brit, компании «Валта», «Гранд-Альфа», «Мираторг» и другие. Алексей Пьянков отметил, что постоянные спонсоры фестиваля каждый год увеличивают площадь своих стендов.

«У меня большая цель, чтобы в Petshop Days участвовали не только зоо-, но и другие компании. Среди таких партнёров у нас уже есть телеканал СТС. В этом году добавилась авиакомпания Utair. Она спонсировала приезд на фестиваль победителей наших конкурсов. Мы будем и дальше привлекать большие бренды, чтобы делать фестиваль ещё масштабнее».

В следующем году Petshop Days запланирован в нескольких городах России с целью повторить масштаб и успех этого года.

END



ДЛЯ B2B КЛИЕНТОВ

Акция
в рамках выставки «ПаркЗоо 2022» от бренда 8in1

Пусть **животные** дарят радость, а не **шерсть!**

СКИДКА -15%

Уменьшает линьку на 90%

** при размещении заказа на набор в рамках акции к выставке «ПаркЗоо 2022» предоставляется дисплей для дешеддеров 8в1 в подарок (по желанию клиента, вместимость — 8 инструментов).

При покупке набора из 4 SKU по 2 шт. каждой позиции – скидка 15%

- 151753 Дешеддер 8in1 Perfect Coat S для мелких собак
- 151791 Дешеддер 8in1 Perfect Coat M для средних собак
- 151821 Дешеддер 8in1 Perfect Coat L для крупных собак
- 151869 Дешеддер 8in1 Perfect Coat S для кошек

Сроки проведения акции с 21.09.22 по 07.10.22

*не распространяется на интернет-магазины, оптовые компании и федеральные сети.

РЕКЛАМА

Питомца не обманешь!

В компании «ГЛОБАЛ ПЕТФУД» работает команда специалистов, влюблённых в свою профессию, любящих и заботящихся о животных. Предприятие производит паштеты, суфле, рубленое мясо, кусочки в соусе и желе. Впервые на российском рынке компания выпустила продукцию с использованием белка насекомых, разработала функциональные корма для стерилизованных кошек и собак, для профилактики у питомцев проблем с суставами, кишечником и МКБ.

— *Если человека легко ввести в заблуждение вкусом еды, то питомца обмануть невозможно,*— говорит Константин Фаязов, начальник производства ООО «ГЛОБАЛ ПЕТФУД».— *Для изготовления наших кормов мы используем только качественное сырьё: мясо, мясные субпродукты (желудки, печень, лёгкое), овощи, необходимые для полноценного питания и здоровья животного.*

Собственные бренды «ГЛОБАЛ ПЕТФУД» хорошо знакомы любителям животных и их питомцам: «Шермурр» и «Шермурр Голд», «Гламурр», «Шердог», «Лайда». Впервые на российском рынке компания выпустила продукцию с использованием белка насекомых, разработала функциональные корма для стерилизованных кошек и собак, для профилактики у питомцев проблем с суставами, кишечником и МКБ.

Также у компании размещают заказы на производство кормов под собственной торговой маркой (СТМ) как зарубежные (бренды Dr. Clauder's, Happy Cat и др.), так и российские компании (бренды «Мурчелло», «Онто», Katty, Hunty).

Готовится к подписанию договор с DOO Natura Land (Сербия) о производстве для российского рынка полнорационного функционального влажного корма для кошек и собак всех возрастов класса холистик. Товар будет производиться под брендом «Натура Ленд» на заводе «ГЛОБАЛ ПЕТФУД».

Производственная площадка «ГЛОБАЛ ПЕТФУД» обладает рядом преимуществ. В их числе собственная «Бронницкая Птицефабрика» — поставщик свежего и высококачественного сырья. Широкий выбор материалов и размеров упаковки предлагает цех по производству ламистерной банки. Для заказчика доступно большое разнообразие форм и размеров, в кратчайшие сроки можно разработать и изготовить новую эксклюзивную модель банки.

На Петербургском международном экономическом форуме «ГЛОБАЛ ПЕТФУД» представила инвестиционный проект по импортозамещению сухих кормов для кошек и собак. Компания планирует открытие новой линии на своей высокотехнологичной производственной площадке в Подмосковье.

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

Global PETFOOD

www.globalpetfood.ru

HUMAN GRADE

РОССИЙСКИЙ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ КОРМОВ
ДЛЯ КОШЕК И СОБАК предлагает владельцам брендов

КОНТРАКТНОЕ ПРОИЗВОДСТВО СТМ

ООО «ГЛОБАЛ ПЕТФУД» – это:

- ☑ высокотехнологичная производственная площадка
- ☑ отдел RnD, большая база собственных рецептур
- ☑ своя сырьевая база – ООО «Лобановская Индейка»
- ☑ собственное производство ламистерной банки
- ☑ аккредитованная лаборатория качества
- ☑ запуск линии сухих кормов в 2023

Влажные корма производим во всех видах упаковки:

Ж/Б
ПАУЧ любых размеров
ЛАМИСТЕР любой формы

+7 (495) 505-77-00

Отправить запрос

РЕКЛАМА

140157, Московская область, г. Раменское д. Никулино, дом 24/1

ПаркЗоо СТЕНД А9

Единый голос, единые интересы и общий успех!

7 сентября состоялось внеочередное собрание Национальной ассоциации зооиндустрии (НАЗ). Перед его началом Управляющий совет организации принял в НАЗ две компании: «Гранд-Альфа» и «Био Индастриз», увеличив количество участников до 22.

TXT Александр Колчин

На повестке собрания, председателем которого выбрали президента НАЗ Кирилла Дмитриева, было много рабочих вопросов и несколько принципиальных для ассоциации решений.

НАЗ утвердила свою символику. В устав сообщества внесли несколько важных изменений: уточнили фактический адрес организации, предусмотрели возможность для членов НАЗ участия в совещаниях и голосовании в онлайн-формате.

Был единогласно принят бюджет организации на 2022 год.

Было принято положение о членстве в ассоциации, размерах и порядке уплаты членских взносов.

Участники собрания рассмотрели возможность ассоциированного членства в НАЗ для небольших компаний зооиндустрии. Они могут вступить в организацию, уплатив небольшой взнос. В этом случае они полноправно будут находиться в информационном поле ассоциации, иметь возможность участвовать в её работе (без права голоса), решать собственные задачи.

Международное сотрудничество для НАЗ — одно из важных направлений деятельности, сейчас вопросы импорта и экспорта для многих компаний отрасли — наиважнейшие. Поэтому организация ведёт переговоры о сотрудничестве с ассоциациями зооиндустрии Италии и Нидерландов. Число таких зарубежных партнёров президент ассоциации планирует расширить в самое ближайшее время.

Кроме этого, НАЗ предпринимает шаги к налаживанию связей с российскими отраслевыми бизнес-объединениями. Уже проводится совместная работа с «ОПОРОЙ России», АПК, «Деловой Россией». Ведутся переговоры с объединением иностранных производителей ветпрепаратов АВФАРМ. Всё это поможет ассоциации адаптировать опыт коллег из других отраслей для пользы зооиндустрии: например, совместно выступать против сомнительных инициатив, таких как маркировка продукции.

На собрании обсудили и приняли подготовленные инициативной группой миссию, позиционирование и слоган Национальной ассоциации зооиндустрии. По словам Татьяны Катасоновой («Зооинформ») и Ирины Головченко («Валта»), это очень важные для любой организации элементы самоидентификации, без которых невозможно создание стратегии и привлечение новых участников отраслевого союза.

«НАЗ объединяет зооиндустрию для эффективного развития и реализации миссии каждого участника отрасли!» — такова миссия организации. А её слоганом стал ёмкий девиз: «Единый голос, единые интересы, общий успех!»

Свою позицию в индустрии ассоциация сформулировала так: «Мы – компании зооиндустрии с активной бизнес-позицией, связывающие своё будущее с процветанием отрасли.

Вместе с каждым, кто разделяет нашу миссию и готов вносить личный вклад в общее дело, мы влияем на формирование и развитие нашей экосистемы.

Путём прямого диалога с властью, участия в законотворчестве, разработки принципов отраслевой этики, налаживания внутренних коммуникаций и сотрудничества, работы со СМИ мы отстаиваем интересы участников и отрасли в целом».

Теперь для многих компаний позиция НАЗ и её взгляды на бизнес и сотрудничество стали более прозрачными и очевидными. Единомышленники могут присоединиться к ассоциации, подав заявку на вступление в НАЗ уже сейчас! На следующем собрании объединения можно стать членом единственной отраслевой организации, в планах которой — объединить все компании зообизнеса. А также отстаивать их интересы, развивать российский зоорынок и сделать зооиндустрию одной из самых значимых отраслей экономики России.

!

НАЗ объединяет зооиндустрию для эффективного развития и реализации миссии каждого участника отрасли!

END

ПРОДУКЦИЯ ДЛЯ СОБАК, КОШЕК, ПТИЦ И ГРЫЗУНОВ ОТ КОМПАНИИ «ИРВИС»

Компания «Ирвис» 18 лет представляет на российском рынке высококачественную продукцию для домашних животных: немецкие корма для собак Belcando и кошек Leonardo, итальянские сухие и влажные корма торговых марок Dog Club и Cat Club, Rush Petfood, китайские клетки Kredo и немецкие добавки AniVital.

Индивидуальный подход к каждому партнёру, понимание его потребностей – основные критерии работы компании «Ирвис». При этом первостепенной задачей является представленность товара в тех каналах сбыта, где царить взаимоуважение, эффективное сотрудничество и достойное отношение к нашим маркам.

Немецкий корм Belcando – это отборное мясное филе и уникальные ингредиенты. Особенный продукт для собак с успехом продается в Европе с 1963 г.

Итальянский корм Dog Club – это рецептуры с высокой долей животного белка. Владельцы собак в Европе выбирают Dog Club уже более 10 лет.

Консервированный корм Rush производится в Италии по заказу компании «Ирвис». Нежный мясной паштет приготовлен из бескостного мяса. Упаковка высшего класса надёжно защищает продукт и гарантирует его сохранность на протяжении всего срока годности.

Клетки для птиц и грызунов Kredo – это экологически чистые материалы, интересный дизайн, простота сборки и привлекательная цена.

РЕКЛАМА

Подробнее о продукции можно прочитать на сайте https://irvis-zoo.ru
или отправить запрос на почту info@irvis-zoo.ru
Телефоны для справок: +7(495)735-48-16 / +7(495)518-74-25

СИБИРСКАЯ КОШКА

Праздник в сибирском лесу

Красиво и необычно отметила своё двадцатилетие компания «Сибирская кошка». Праздник прошёл на опушке сибирского леса 25 июня.

Гостей из разных городов страны на солнечной лесной поляне приветствовали музыканты, настраивая собравшихся на мажорный лад. Барабанщики выстукивали чёткий ритм, зажигательно танцевали девушки в лёгких платьях, джазовые мелодии устремлялись ввысь, в кроны подсвеченных солнцем сосен.

Руководители «Сибирской кошки» радушно встречали своих сотрудников, партнёров и клиентов, принимали поздравления и тепло общались. Гости желали здоровья владельцам и всему персоналу, долголетия самой компании, устойчивости бизнеса и его высокого роста. Партнёры, работающие с «Сибирской кошкой» второй десяток лет, поднимали тосты за взаимопонимание, которое позволило компании собрать вокруг себя творческую и продуктивную команду, занимающуюся производством одного из лучших российских наполнителей в стране и за рубежом.

Представители компании в ответном слове поблагодарили всех собравшихся за верность, поддержку и плодотворное взаимовыгодное сотрудничество. Совладелец «Сибирской кошки» Владимир Дмитроца в своём поздравлении отметил, что 20 лет — весьма приличный возраст для российской компании. «Я очень рад,— сказал он на празднике,— что здесь много людей, которые работают с нами все эти 20 лет. Будем надеяться, что следующее двадцатилетие пролетит для фирмы незаметно: так мы будем увлечены своей работой. Хочется, чтобы и для наших друзей эти годы прошли плодотворно, мы будем очень стараться, чтобы так и произошло!»

Учредители компании (второй слева – Геннадий Палевич, в центре – Владимир Дмитроца, первый справа – Николай Пикулин) со своей командой

КЗВС
Здоровье Животных

- ГИБКАЯ СИСТЕМА СКИДОК
- СОБСТВЕННЫЕ ТОРГОВЫЕ МАРКИ
- ОПТОВЫЕ ПРОДАЖИ ПО РФ И СТРАНАМ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА
- ВЕТЕРИНАРНАЯ ЛАБОРАТОРИЯ
- ГИБКАЯ СИСТЕМА СКИДОК

НОВИНКИ для питомцев

КОРМА И ЛАКОМСТВА

Silitter

НАПОЛНИТЕЛИ

VICTORY GUIDE

ОДЕЖДА И АКСЕССУАРЫ ДЛЯ ВАШЕГО ЛЮБИМЦА

GUARANTEED Quality PRODUCTS

РАБОТАЙТЕ С ПРОФЕССИОНАЛАМИ
ОПТОМ И В РОЗНИЦУ

8 (800) 505-05-25

www.kzvs.ru · kzvsofficial · kzvsperts

РЕКЛАМА

СТАТИСТИКА

В Московской области отмечен рост производства кормов для собак, кошек и сельскохозяйственных животных. По данным Мининвеста региона, за первые семь месяцев 2022 года выпуск готовой продукции этой категории в Подмосковье увеличился на 10% по сравнению с аналогичным периодом 2021 года. Число предприятий, производящих такие товары, достигло 57.

По данным аналитической компании RNC Pharma, рублёвая динамика поставок продукции ветеринарного назначения в Россию за период с января по июль 2022 года продолжила сокращаться. В частности, объём отгрузок ветпрепаратов показал снижение на 0,8% относительно аналогичного периода 2021 года, а ввоз кормовых добавок сократился на 0,1%. Абсолютный объём поставленных лекарств для животных достигал 22 млрд рублей (в ценах с учётом стоимости таможенной очистки, включая НДС). Импорт кормовых добавок достиг 25 млрд рублей.

По ветеринарным препаратам динамика относительно января–июля прошлого года зафиксирована на уровне 4,7%, если проводить расчёты в упаковках. Всего в анализируемом периоде было ввезено 19,1 млн упаковок. А вот категория кормовых добавок сократилась в тоннах на 16%. Всего с начала текущего года в Россию было отгружено 80,3 тысячи тонн такой продукции.

В общем объёме поставок ветеринарной продукции основная часть приходится на препараты для сельскохозяйственных животных. За первые семь месяцев 2022 года в общем денежном объёме импорта ветпрепаратов они занимали 74,7%, а доля кормовых добавок достигла 82,5%.

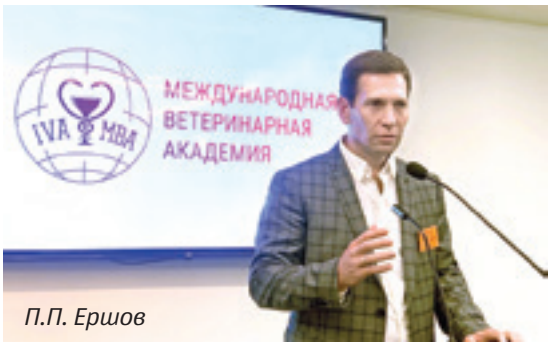
Ввоз продукции для мелких домашних животных активно рос — отгрузка лекарств для питомцев увеличилась на 7,2%, а объём кормовых добавок показал рекордный рост на уровне 81%.

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

Начинается новый виток борьбы с нелегальными ветеринарными препаратами. В марте 2022 года Минсельхоз определил перечень ветлекарств, которые запрещено использовать для лечения инфекционных и паразитарных болезней животных. Правительство приняло решение о внесении интернет-ресурсов, реализующих такие ветпрепараты, в реестр запрещённых. Также блокировать будут сайты, на которых лекарства предлагают продавцы, не имеющие лицензии на фармдеятельность.

Определять, какая информация подлежит блокировке, будет Россельхознадзор, а непосредственно вносить ресурс в реестр запрещённых — Роскомнадзор.

СОБЫТИЯ



П.П. Ершов

В Москве открылся первый частный ветеринарный вуз в России — «Международная ветеринарная академия» (MBA). Учебное заведение создано на базе крупнейшей в стране сети ветеринарных клиник «Свой доктор». Ректором ветакадемии стал Пётр Петрович Ершов.

В академии работают три факультета — ветеринарной медицины, менеджмента в зообизнесе и дополнительного образования. Учебные программы нового вуза направлены на подготовку специалистов «для мегаполиса», то есть ветврачей, ориентированных на лечение собак, кошек и других мелких непродуктивных животных. Студенты будут изучать дисциплины, которых нет в государственных сельскохозяйственных вузах, в том числе деонтологию, частную генетику собак и кошек, а также коммуникации в сфере ветеринарии, ветеринарное предпринимательство и международное ветеринарное законодательство. Также учтена востребованность специалистов узкого профиля.

Закончив академию, выпускники смогут работать ветврачами в государственных и частных клиниках, зоопарках, врачами-лаборантами, а также менеджерами по продаже кормов и фармпрепаратов в зоомагазинах, менеджерами по закупке и реализации товаров для животных в крупных компаниях.

END

ARKON
pet accessories
PASTEL
inst: arkonzoo
WA: +7 953 777 11 85
www.arkonzoo.ru
ПаркЗоо
СТЕНД
L10
РЕКЛАМА

ХОДУ
уют и комфорт для питомца
ЛЕЖАК С ПЛЕДОМ НА ДИВАН
NEW
ПаркЗоо
ЗАЛ 4
СТЕНД F7
21–23 сентября
Москва • Крокус-Экспо
КСОДИ 11 лет производит лучшие аксессуары для домашних питомцев и делает это с любовью!
Радуем новинками – лежак на диван с бортиками и защитой торца диванной подушки, лабиринт для любимого котика.
Организация быта и лучший подарок к новому году – новый лежак, сумка переноска
РЕКЛАМА

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
ГАТЧИНСКИЙ КОМБИКОРМОВЫЙ ЗАВОД
Российский производитель сухих и консервированных кормов для кошек и собак
СБАЛАНСИРОВАННЫЙ СОСТАВ
НАТУРАЛЬНЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ
ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА
НМ
НАША МАРКА
Стаут
безупречен...
Терра Пёс
Терра Кот
www.nm-pride.com
www.stout-pride.com
www.terra-pes.com
www.terra-kot.com
УЧАСТНИК ВЫСТАВКИ ПАРКЗОО, СТЕНД I5
РЕКЛАМА

Производитель кормов из Сибири

Несколько лет назад в России появился новый производитель кормов для кошек и собак — компания «ПроРацион». Высокое качество продукции, проактивный маркетинг и амбициозные планы позволяют после двух с половиной лет совершенствования рецептур и производственных процессов выйти на рынок всей страны.

TXT Андрей Ситников

Предоставлены компанией «ПроРацион»

Компания была основана в 2019 году. Тогда была запущена первая линия по производству сухих кормов для собак. В это время в коллективе было менее 10 сотрудников. На должность генерального директора был приглашён Евгений Буслаев, имеющий большой опыт работы в зообизнесе. Ему предстояло решить множество задач: доукомплектация производственной линии, отладка технологических процессов, поиск сотрудников и многое другое. Для реализации проекта по выпуску сухих кормов была собрана команда профессионалов, в том числе руководитель по качеству и главный технолог, а также привлечены ведущие диетологи для разработки рецептур. В 2020 году компания приступила к созданию оригинальной упаковки, и началась работа по продвижению продукции под брендом Delicana. Впервые корм был представлен в сети зоомагазинов «Красный Кролик» в Новосибирске.

«ПроРацион» всегда следит за качеством производимой продукции: тестирует вкусовые показатели, отслеживает результаты и проводит анализы. Консультации в Новосибирском институте ветеринарии подтвердили статус и общую концепцию выпуска высококачественного полнорационного корма.

В 2020 году было принято решение сменить команду. Из первого состава остались генеральный директор, технолог

Евгений Буслаев

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

и оператор производственной линии. Подбором и обучением новых сотрудников занимался исключительно генеральный директор. После этого была запущена вторая линия и стартовало производство сухих кормов для кошек. Разработкой рецептур занимался ведущий европейский диетолог, имеющий многолетний опыт. Далее на основе этих рационов создавались новые рецептуры.

В июле 2022 года обе линии вышли на полную мощность. Ежемесячно каждая производит по 150 тонн готовой продукции. В этом году в отдельном цехе была смонтирована третья линия, тестовый запуск которой прошёл в августе. Сейчас на ней выпускается 300 тонн корма в месяц. Начало полноценной эксплуатации намечено на октябрь. В планах строительство четвёртой линии.

В 2021 году фабрика произвела 650 тонн кормов, а за шесть месяцев текущего года — в 2,5 раза больше. К концу следующего года планируется выпуск до 800 тонн продукции в месяц. Естественно, такие стремительные темпы роста были бы невозможны без соответствующего спроса на новые премиальные корма Delicana.

Евгений Буслаев отметил очень осторожный подход российских компаний к новым производителям, что совершенно оправданно. В компании «ПроРацион» продукт проходит несколько этапов тестирования: начиная от собственных питомцев до реализации ограниченными партиями в магазинах. Все отзывы о новом корме передаются производителю, анализируются и используются для усовершенствования рецептур, упаковки, производственных процессов.

В прошлом году была запущена производственная лаборатория. Она работает по методикам ГОСТа, что повышает качество продукции и престиж производителя. В лаборатории постоянно улучшаются формулы уже выпускаемых кормов и разрабатываются новые продукты. Для будущих клиентов по выпуску СТМ подготовлено несколько рецептур, соответствующих актуальным трендам кормового рынка. С лабораторией сотрудничает ветеринарный врач-диетолог, при необходимости проводятся также консультации с поставщиками сырья и зарубежными экспертами.

При производстве кормов используется сырьё из индейки, курицы, ягнёнка, лосося и других видов мяса. Компания работает только с проверенными поставщиками и отступать от этого принципа не планирует, поэтому партнёры ценят её за стабильность.

Стратегия развития компании предусматривает дальнейший быстрый рост производственных мощностей и постепенное расширение географии продаж. Цель — продавать свою продукцию по всей России и далее в странах СНГ.

Компания «ПроРацион» приглашает руководителей зоомагазинов и оптовых компаний посетить с 21 по 23 сентября свой стенд А5 на выставке «ПаркЗоо», расположенный в зале 4 («Экспо 1», первый этаж) в Международном выставочном центре «Крокус Экспо» в Москве, где будет знакомить с продукцией, рассказывать об условиях и перспективах сотрудничества. «ПроРацион» будет рад видеть вас в числе гостей!

!

«ПроРацион» всегда следит за качеством производимой продукции: тестирует вкусовые показатели, отслеживает результаты и проводит анализы.

ПаркЗоо СТЕНД А5

END

ПаркZoo СТЕНД A2

ВсемМиром
ТОВАРЫ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ

Э К О К О Р М А

ZooRing®

Готовится к выпуску
«МЯСНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ»
с ещё большим содержанием животных ингредиентов и фитокомплексом для поддержания иммунитета.

zooring-rus@mail.ru www.zooring-rus.ru
+7 (499) 290 5025

РЕКЛАМА

СТАТИСТИКА

Аналитическая компания GreyViews представила прогноз развития глобального рынка кормов для собак. Согласно ему, к 2029 году объём рынка достигнет $95,66 млрд со среднегодовым темпом роста 5,6%. Самыми заметными игроками на рынке продуктов питания для собак эксперты считают Mars Petcare, Inc., Nestlé Purina Pet Care, Hill's Pet Nutrition, Del Monte Foods, The J. M. Smucker Company, The Hartz Mountain Corporation, Total Alimentos SA, WellPet LLC, Diamond Pet Foods и Lupus Alimentos.

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

Генеральный директор компании Mars Грант Ф. Рид уходит со своего поста. Его место в конце сентября займёт Пол Вайраух, в настоящее время — глобальный президент Mars Petcare. Самого же Вайрауха сменит Лоик Муто, ныне — президент подразделения по производству кормов Royal Canin. В свою очередь освободившийся пост глобального президента Royal Canin займёт Сесиль Кутенс, которая является президентом Royal Canin North America.

Carnivore Meat Company, американский производитель кормов под брендами Vital Essentials, Vital Cat и Nature's Advantage, начал строительство фабрики площадью около 22 тысяч кв. м в городе Грин-Бей, штат Висконсин. Предприятие станет крупнейшим в Северной Америке и позволит увеличить производственные мощности компании почти в шесть раз.

Начался выпуск влажных кормов для кошек на фабрике Nestlé в Таиланде. В завод площадью почти в 100 тысяч кв. м вложено около $140 млн. Предприятие будет производить порционные влажные корма для кошек под брендами Purina One, Pro Plan, Felix и Fancy Feast. Эти продукты предназначены для местных и зарубежных рынков вблизи Таиланда, таких как Япония, Австралия и Новая Зеландия, а также в Юго-Восточной Азии.

В Индии принято решение о приобретении Nestlé India бизнеса по производству кормов у Purina Petcare. Когда в 2017 году корпорация Nestlé запустила индийское подразделение своего бизнеса по производству кормов для собак и кошек — Purina Petcare India, оно было организовано отдельно от материнской компании Nestlé India. Сейчас Purina Petcare India не имеет в стране собственных производственных мощностей и импортирует продукцию для домашних животных, в основном из Nestlé Thailand и Nestlé Australia.

На текущий момент швейцарская Nestlé SA владеет Purina Petcare India и 62,76% акций Nestlé India. Как решили в компании, в октябре 2022 года Purina Petcare India всё-таки станет частью Nestlé India. Их объединение обойдётся в $15,95 млн.

Шведский производитель кормов премиум-класса для домашних животных Voff Premium Pet Food объявил о приобретении европейской фирмы Nova Dog Chews, выпускающей лакомства для питомцев.

Ассортимент продукции Nova включает более 200 наименований под брендами Highland Antler, Yak Snacks и Paddock Farm. Заводы предприятия расположены в Великобритании и Франции. Европейский производитель кормов станет восьмым приобретением в портфеле Voff с момента образования компании в 2014 году.

Общий оборот шведской фирмы составляет около 750 млн крон ($82,5 млн) в год, а в команде работает почти 270 сотрудников.

СОБЫТИЯ

В Лас-Вегасе в выставочно-конгрессном центре Las-Vegas Mandalay Bay прошла выставка животных и зоотоваров SuperZoo, организованная WPA,— самое посещаемое мероприятие зооиндустрии в Северной Америке. Выставка заняла почти 28 тысяч кв. м. В мероприятии приняли участие производители и дистрибьюторы всего спектра товаров по уходу за домашними животными, включая розничных продавцов, оптовиков и бренды. Среди новинок зоотоваров, представленных на выставке, прошла церемония награждения New Product Showcase Awards. Обычно на SuperZoo выставляются около тысячи экспонентов, а число посетителей достигает 20 тысяч. В этот раз на выставку зарегистрировались более 1100 участников, а в первый день её работы количество посетителей составило 20 тысяч человек.

END

НАША УПАКОВКА – ЗАЛОГ ВАШЕГО УСПЕХА!
ОСНОВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ УПАКОВКИ КВАДРОПАК:
Замок "липучка"
Облегчённая запайка пакета
Замок Top Slider
Окошко
Лазерные надсечки
Технология расширенного цветового охвата
НОВИНКА!
PACKAGING YOUR BRAND DESERVES
Квадропак с плоским дном
Квадропак с донным швом
ИМЕННО У НАС ВЫ НАЙДЁТЕ ТО, ЧТО ВАМ НАДО!
POLIPAKS.COM/RU/PRODUKCIJA-RU/
DENIS.SOBOLEV@POLIPAKS.COM
+7(915)4504352
POLIPAKS
РЕКЛАМА

LEO&LUCY
HOLISTIC PET FOOD
Полнорационный сбалансированный корм Leo&Lucy разработан совместно с нутрициологом специально для питания домашних питомцев.
Высокое содержание мясных ингредиентов обеспечит оптимальный обмен веществ, а комплекс биологически активных добавок укрепит иммунитет и поддержит красоту и блеск шерсти.
Продукт изготавливается на высокотехнологичном оборудовании с соблюдением всех норм и стандартов, и обязательно придется по вкусу даже самым привередливым хвостикам!
leolucy.ru
РЕКЛАМА

РЕКЛАМА
СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО В РОССИИ!
Барсик
TOFU
комкующийся
NEW
100% натуральный состав
разрешена утилизация в УНИТАЗ
БИОРАЗЛАГАЕМЫЙ, КОМПОСТИРУЕМЫЙ
КОМКУЮЩИЙСЯ, образуется плотный компактный комок
объем: 30л; 15л; 4,54л
Зеленый чай
Кукуруза
30л
ПарkZoo
СТЕНД D2
ООО «НПО Новые Технологии», тел.: (861) 260-34-56;
barsikinfo@bk.ru; www.barsik-best.ru
производство наполнителей TOFU под СТМ
тел.: +7 (918) 932-86-52; e-mail: oem.newtech@mail.ru

Blitz® готов ответить на вызовы времени

Дружная команда ООО «Компания АКАНА»

Российская марка сухих и влажных кормов Blitz известна предпринимателям зообизнеса и владельцам собак и кошек уже почти десять лет. Бренд радует потребителей своим серьёзным подходом и ответственным отношением к процессу производства. Сейчас, когда спрос на отечественные корма вырос в разы, компания не снижает обороты и держит на уровне качество своей продукции, к которому привыкли тысячи питомцев.

Неизменные традиции

Основу ассортимента Blitz составляют две базовые линейки — Sensitive и Classic, которые производятся из высококачественного сырья на заводе Provimi® Petfood (Дмитровский район МО), оснащённом современными экструзионными линиями. Эти рационы проверены временем, они были разработаны профессиональными технологами и ветеринарными специалистами, проходят отлаженный контроль качества, постоянно улучшаются в соответствии с пожеланиями владельцев животных и хорошо известны им своим отличным соотношением цены и качества.

При создании этих рецептур компания ставила себе цель добиться стабильного качества — и сделала это. Достаточно сказать, что в мисках питомцев сотрудников — корма Blitz! Сложности, возникшие весной этого года, уже в прошлом: матрица продукции восстановлена в полном объёме, товар в наличии, так что у магазинов нет поводов для волнений.

Европейское качество

Линейка Holistic (производство Италия) — настоящее украшение бренда Blitz. Качество этих низкозерновых и беззерновых кормов находится на самом высоком уровне, как и всё, что производится в благодатной провинции Парма, знаменитой своими сырами, ветчиной, вином и трюфелями. Семейное итальянское предприятие Mister Pet™ использует при производстве кормов свежее мясо с местных ферм и современные технологии. Двухшнековый экструдер с системой обработки кормовой смеси паром даёт возможность идеально смешивать сухие ингредиенты и свежее

www.blitzpet.ru
+7 495 734 9958

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

мясо и получать однородную текстуру готового продукта. Это улучшает вкусовые и питательные свойства корма и способствует его отличному усвоению.

Российская сторона очень дорожит тесными связями, налаженными с этим партнёром в последние годы, а также тем, что итальянцы не видят препятствий для дальнейшего сотрудничества и планируют его развивать. Радует и то, что вопрос логистики удалось решить своевременно, поэтому поставки товара в нашу страну стали стабильными.

К оценке качества своих кормов разработчики относятся самым серьёзным образом и привлекают лучших экспертов. Так, специалисты Московской ветеринарной академии имени К. И. Скрябина в период с 2019 по 2021 год провели ряд исследований по оценке состояния организма кошек и собак при кормлении сухими рационами Blitz (тестировались все линейки). Их мнение оказалось весьма лестным, что было подтверждено соответствующими сертификатами: корм полностью удовлетворяет все базовые потребности питомцев любых возрастных групп, имеет оптимальные органолептические характеристики, не оказывает отрицательного влияния на состояние пищеварительной и мочевыводящей систем, рекомендуется для повседневного применения.

Незабываемый вкус

Для производства своих влажных кормов бренд выбрал российский завод «ПетКорм», который оснащён на уровне ведущих европейских предприятий, обладает инновационными технологиями и собственным экспериментальным цехом для разработки рецептур. Для Blitz это важно: бренд нацелен на безупречное качество, отменный вкус своих консервов и высокое содержание мясных ингредиентов — до 95%. Влажные корма с текстурой паштета и фарша для собак выпускаются в жестяных банках по 200 и 400 г, а нежные кусочки в соусе — в паучах по 85 г. Для кошек компания предлагает суфле, паштеты и нежные кусочки в соусе или желе в паучах и баночках. Вкусы самые изысканные: например, ягнёнок с лососем, говядина с белой рыбой, индейка с уткой. И всё это великолепие выпускается в плановом режиме без каких-либо препятствий, так что зоомагазины и владельцы могут быть спокойны — корма всегда есть в наличии.

Широта ассортимента

Одно из несомненных преимуществ бренда — внушительный ассортимент. В общей сложности выкладка предлагает покупателям 37 видов влажных кормов и 87 — сухих, которые полностью закрывают потребности кошек и собак разных возрастных групп и физиологических состояний. Есть такие редкие и востребованные у покупателей продукты, как Starter для щенков и котят. Это отличный прикорм, который даёт возможность плавно перевести подсосных малышей на самостоятельное питание. Так что магазину будет что предложить даже самым требовательным покупателям!

Новые тенденции

Понимая, что угощение собаки доставляет владельцу не меньше радости, чем самому питомцу, компания ввела в ассортимент сублимированные лакомства — они отлично легли в концепцию бренда о здоровом питании. И, конечно, разработчики постоянно смотрят вперёд, стараясь развивать свой ассортимент в соответствии с требованиями клиентов и ожиданиями рынка. В самое ближайшее время ждите интересных новостей — компании есть чем удивить!

Команда энтузиастов

Все, кто сталкивался с людьми, развивающими данный бренд, отмечают их серьёзную увлечённость и высокую ответственность за своё дело. Равнодушных здесь нет. Испытывая гордость за свой продукт и прикладывая все свои профессиональные знания, команда ООО «Компания АКАНА» (собственник бренда) делает максимум, чтобы его репутация оставалась на высоте, клиенты — развивали свой бизнес, а польза товаров под маркой Blitz была ощутимой — дарила здоровье питомцам и радость их владельцам!

END

!

При создании рецептур компания ставила себе цель добиться стабильного качества и сделала это: в мисках питомцев всех сотрудников — корма Blitz!

НАЦИОНАЛЬНАЯ ВЕТЕРИНАРНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

19-20-21
ОКТЯБРЯ 2022
МОСКВА. CROCUS EXPO

Together

Друзья! Встретимся вновь
на юбилейной NVC2022.
И пусть в сердцах
горит ученья свет!

HOT! PRICE

RGSTR
9000 ₽
до 15 ОКТЯБРЯ

KRKA
АНАЛИТИКА
ВЕТПРОМ
BET
ЯРВЕТ
МОСЗООВЕТСНАБ
Bonde VetSolution

+7 (495) 984 3390
info@nvc.moscow
www.nvc.moscow

Производитель кормов AlphaPet покоряет рынок

В апреле этого года на полках зоомагазинов появилась первая продукция нового российского производителя кормов AlphaPet. Это корма для кошек и собак класса суперпремиум с высоким содержанием свежего мяса. Они выпускаются на высокотехнологичном заводе, в строительство которого было вложено более 3 млрд рублей. Сегодня это предприятие с мощностью «сухой» линии в 25 тысяч и «влажной» — в 13 тысяч тонн в год. О развитии молодого бренда, первых достижениях и планах компании рассказывает заместитель директора по развитию AlphaPet Ирина Заболоцкая.

TXT Беседовала Юлия Долженкова

— Ирина, продукция AlphaPet появилась на полках магазинов как нельзя более вовремя, учитывая тот голод, который испытывает сейчас российский зоорынок в связи с уходом ряда зарубежных брендов. Каковы итоги первых пяти месяцев?

— Вы правы, AlphaPet вышел на рынок в удачный момент. Из-за санкций из зоомагазинов исчезли зарубежные бренды, предлагающие продукты со свежим мясом. Так что у нас появилась хорошая возможность занять эту нишу и предложить покупателю натуральные сбалансированные корма, качество которых не уступает и даже превосходит зарубежные аналоги.

AlphaPet выпустил в продажу уже 52 SKU сухих кормов. Наша продукция продаётся более чем в 1500 торговых точках. Мы ведём постоянный мониторинг эффективности продаж. Стартовые продажи кормов AlphaPet были очень высокими, а вторичные ежемесячно увеличиваются в среднем на 30%.

— Что вы как производитель кормов делаете для быстрого выхода на рынок и для продвижения?

— Много факторов влияет на быстрое продвижение корма. Фундаментом является высокое качество продукта, его натуральность, отличная поедаемость, и в результате — отличное здоровье питомца. На второе место я бы поставила упаковку и дизайн.

В дальнейшем важны все маркетинговые инструменты, которые помогают максимально быстро донести информацию до покупателей: продвижение и в онлайне, и в офлайне. И, конечно, самое важное для производителя — найти способы получения обратной связи от конечного потребителя, что мы в AlphaPet успешно реализовали.

— Как AlphaPet собирается расширять ассортимент?

— В сентябре на полках зоомагазинов появятся крупные фасовки сухих кормов в брендированной упаковке. Это 7-килограммовые мешки для кошек и упаковки по 7, 12 и 15 кг для собак. Влажные корма, кроме привычных паучей, мы планируем выпускать в блистерах — это инновационная для российского рынка упаковка, разработанная нашими специалистами, из неё удобно извлекать корм.

— Будут ли также новые рецептуры?

— К выпуску уже планируются монобелковые корма на основе свежего мяса. Его в составе новых рационов будет 30%. Вообще оборудование и технологии нашего завода позволяют включать в состав кормов до 85% свежего мяса.

— Мощности у вас огромные. Могут ли воспользоваться возможностями вашего предприятия владельцы других собственных торговых марок?

— Да. Мощности нашего завода позволяют нам справляться с выпуском очень больших объёмов кормов. Поэтому производитель кормов AlphaPet открыт для приёма заказов на изготовление частных торговых марок, все желающие могут обратиться к нам, мы будем рады сотрудничеству.

Тел.: 8 (800) 550 – 55 – 33
info@alphapet.ru
www.alphapet.ru

END

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

TXT Валентина Конышева

Depositphotos.com

Маленькие друзья зообизнеса

Грызуны и декоративные кролики снова в центре нашего внимания. Интерес к их содержанию за последние два года вырос. Есть мнение, что завлекательные экспозиции из живого товара помогут зооретейлу выжить в череде кризисов. Значит, необходимо повысить знания продавцов-консультантов о главных потребностях зверьков, призванных стать живой витриной магазина.

В этом плане кроликам и грызунам повезло гораздо меньше, чем аквариумным рыбкам. Аквариум, призванный очаровывать посетителей, практически всегда оформляет знаток рыб и подводных интерьеров. Специалиста же по мелким млекопитающим, создающего условия, соответствующие видовым особенностям того или иного грызуна, в штате магазина найти сложнее. А дело-то серьёзное: чтобы действительно привлекать посетителей, зверьки должны быть здоровы, веселы и иметь возможность продемонстрировать свою активность. Кроме того, сейчас то и дело возникают законодательные инициативы — запретить зоомагазинам торговлю животными (правда, в основном из-за котят и щенков) — поэтому надо срочно менять общественное мнение, хотя бы в отношении продажи мелких млекопитающих.

Предлагаем пройтись по всем группам товаров для грызунов и кроликов. В сводной таблице отметим основные особенности каждого вида маленьких любимцев.

Промышленные корма

Декоративных грызунов можно разделить на две группы: травоядных и склонных к всеядности. К первой группе относятся морская свинка, шиншилла, дегу и кролики. Травоядным категорически не подходят так называемые универсальные корма (для всех грызунов), а вот представители всеядных — крысы, мыши и сирийские хомяки — употребляют их без осложнений, при условии, что им дополнительно дают животный белок.

По способу производства промышленные корма для грызунов и кроликов делятся на зерновые смеси, экструдированные и гранулированные корма.

Зерновые смеси являются наиболее распространённым видом корма для грызунов, они выпускаются многими зарубежными и российскими производителями.

Экструдированные корма. В процессе их изготовления сырьё подвергается нагреванию, пропариванию при резком перепаде искусственно создаваемого давления, прессованию и формовке на специальных установках (экструдерах). Несмотря на то что часть сырья перед подачей дробится и перемешивается, в камерах ствола экструдера измельчение и смешивание продолжаются до тех пор, пока продукт не становится полностью однородным. На выходе получаются гранулы заданной формы и одинакового размера. Корма, полученные этим методом, обладают повышенным сроком хранения.

Гранулированные корма. Все ингредиенты (сыпучие смеси разного состава) в грануляторе смешиваются тщательным образом, что позволяет создавать сбалансированные корма. Гранулы такого

Промышленные корма для грызунов и кроликов делятся на зерновые смеси, экструдированные и гранулированные корма.

корма внешне напоминают экструдированные, но на этом их схожесть заканчивается. Обработка более щадящая, клетчатка, ферменты и многие другие вещества не подвергаются значительным изменениям. Но, как и в случае с экструдированными кормами, животное не имеет возможности выбирать только приглянувшиеся компоненты корма и питается более сбалансированно. Есть и гранулы простого состава, например, из сена и трав, что актуально для кроликов, морских свинок и других растительноядных грызунов.

Из-за технологических особенностей (высокая степень измельчения и высокая температура обработки ингредиентов) до последнего времени полнорационные экструдированные корма не могли использоваться без дополнений для растительноядных животных, нуждающихся в грубых кормах, и чья пищеварительная система настроена на переработку натурального крахмала (так как крахмал экструдатов уже технически «предварительно переварен»). Как правило, остаётся в силе требование свободного доступа к сену.

Комбинированные корма для грызунов могут содержать и травы с веточками в оригинальном виде, и кусочки овощей и фруктов, и гранулы из грубого корма (сена и трав), и кусочки экструдатов.

Производители продолжают разрабатывать идею «всё-в-одном», изобретают всё более щадящие методы обработки сырья и вводят нужное количество сырой клетчатки, а также применяют особую прессовку гранул для грызунов, позволяющую стачивать зубы во время еды. Уже появились экструдированные корма для травоядных грызунов и кроликов, претендующие на звание полнорационных. Относятся они к премиум-классу и поступают из-за рубежа. И если можно надеяться, что с зерносмесями при прекращении импорта особых проблем не будет, то возможность импортозамещения в данном классе представляется сомнительной.

Более того, смогут ли наши производители продолжить выпуск тех кормов, в состав которых входят не только российские, но и импортные ингредиенты? В последние месяцы компании столкнулись с беспрецедентным нарушением логистических связей, которые выстраивались на протяжении десятилетий. Например, Mealberry предлагает более 170 наименований продукции, в состав которой входит более 700 ингредиентов. За годы работы компания освоила поставки растительного сырья со всего мира, поскольку качественное питание декоративных птиц и животных должно быть обеспечено ингредиентами, имеющими самый широкий ареал произрастания.

«Несмотря на транспортный кризис, мы в кратчайшие сроки организовали альтернативные способы доставки сырья. Также нашли альтернативных поставщиков, которые предлагают ингредиенты, не уступающие по своим питательным качествам тем, что мы ранее использовали. Таким образом нам удалось продолжить выпуск продуктов RIO и Little One и сохранить планы по выпуску новинок продукции, необходимых рынку», — прокомментировала Надежда Морошенкова, директор по маркетингу Mealberry.

- Стартовый набор для волнистого попугая
- Минеральная палочка для всех видов птиц
- Кость сепии XL

НОВИНКИ RIO и Little One
разработаны экспертами с заботой о маленьких питомцах

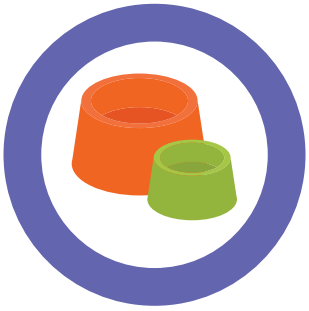
- Туннель средний «Вкусная лазейка»
- Стартовый набор для хомячка

РЕКЛАМА

Mealberry

Mealberry Group
info@mealberry.ru
www.mealberry.ru

Узнайте больше о новинках на выставке ПаркЗоо на нашем стенде **G14 зал 4**



По назначению, помимо персонально-видовых, корма для грызунов и кроликов выпускаются с возрастной градацией (молодняк, взрослые или пожилые животные), породной (например, для карликовых кроликов), а также для животных с особыми потребностями (корм для кроликов с проблемами желудочно-кишечного тракта).

Производители указывают на упаковке, для каких именно зверьков предназначен корм, в каком количестве его нужно давать и требуется ли его чем-либо дополнять. Для травоядных это уже упоминавшийся свободный доступ к сену. Зерновые смеси для всеядных грызунов, например, хомяков или крыс, нужно дополнять небольшим количеством свежей зелени, фруктов и овощей, а пару раз в неделю давать корма животного происхождения.

Если владелец морской свинки не может подобрать специальный корм с достаточной дозой витамина С, надо порекомендовать ему соответствующую подкормку.

Во что насыпать и налить?

Миски для еды и питья должны быть тяжёлыми, керамическими, чтобы резвящиеся зверьки не перевернули всё вверх дном. Поилки рекомендуется устанавливать шариковые и ниппельные. Но с их наладкой у покупателей могут возникнуть вопросы и даже претензии, не у всех сразу получается отрегулировать поилку так, чтобы она, с одной стороны, легко отдавала воду, а с другой стороны, не текла. Вот некоторые рекомендации, которыми продавец может поделиться с покупателем:

1. Наливать воду «под завязку», иначе некоторые поилки текут.
2. Некоторые модели надо закручивать неплотно.
3. Стаканчик поилки вешать строго вертикально (максимально допустимое отклонение +/– 30 градусов от вертикали).
4. Свежезалитую поилку встряхивать в рабочем положении, чтобы выгнать лишний воздух из носика.
5. Новые поилки обязательно разрабатывать пальцем, постукивая по шарику, пока пузырьки воздуха не начнут равномерно подниматься вверх через каждые четыре-пять прикосновений.

Проблемы с шариковыми поилками бывают от того, что неопытный грызун слишком слабо толкает шарик. Как только он приноравливается делать это с большей силой, проблема решается сама собой. Если же у питомцев с такими поилками хроническая несовместимость, посоветуйте купить поилку для птиц.

Многим необходим и держатель для сена. Он может быть металлическим или пластмассовым. Крепится к стенке вольера, не позволяет сену вываливаться. Зверёк сможет достать сено в любой момент и столько, сколько ему потребуется. В прогулочных загонах заботливый владелец тоже поставит контейнер с сеном, чтобы оно было доступно (исключения — летние прогулки среди зелёного корма).

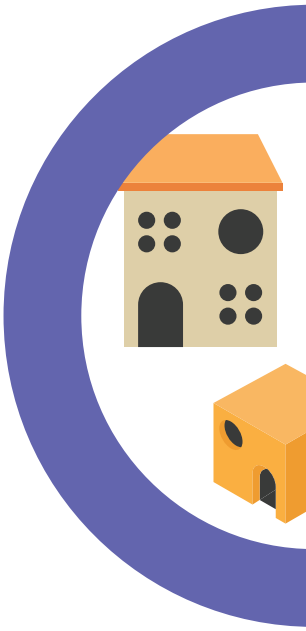
Жильё и предметы интерьера

Общее правило размещения любого «жилища»: не на прямом свету и не на сквозняке. При этом вентиляция должна быть достаточной.

Модельный ряд клеток очень широк. Помимо обычных решётчатых металлических клеток разных пропорций и с пластиковым поддоном различной глубины, грызунам и кроликам предлагаются витрины-стеллажи, многоэтажные клетки и модульные системы, пластиковые боксы-дюны, вольеры и даже адаптированные аквариумы и террариумы. Аквариумы, террариумы и дюны имеют глухие стенки, а воздух поступает через решётчатый верх. Поэтому любители грызунов и кроликов разделились на два лагеря: одни ратуют за такие конструкции, другие считают, что воздуха там недостаточно. Тут надо учитывать и наличие постоянных сквозняков в квартире покупателя, близость работающего кондиционера и другие факторы.

К «меблировке» относятся: домики, укрытия, туннели, полочки, лесенки, гамаки. Домик-укрытие (у мелких грызунов — гнездо) нужен всем, от хорька до самой последней мыши. Подбирается по размеру животного. Вся мебель неизбежно страдает от зубов жильца, поэтому её часто делают не просто из безопасных, но и съедобных для грызуна материалов.

Организация досуга сводится к устройству хоть каких-то туннелей и лабиринтов, полочек и мостиков на разных уровнях, предоставлению лесенок, канатов, качелей, беговых колёс. Очень многие детали интерьера и спортинвентарь можно с удовольствием грызть. Иногда «коварные» производители прячут семечки или вкусное сено в корзиночке или внутри деревянного полена. Также популярен фуражный мячик, внутрь которого кладётся лакомство.



!

Общее правило размещения любого «жилища»: не на прямом свету и не на сквозняке. При этом вентиляция должна быть достаточной.

Многие грызуны виртуозно «водят» прогуный шар: поворачиваприбавляют и убавляют скорость, искусно огибают препятствия. Знатоки советуют подбирать шар с хорошими вентиляционными отверстиями и по размеру питомца, чтобы не было тесно и тяжело, а также не использовать шар в жаркую погоду. Шары, как и беговые колёса, в последнее время не рекомендуют морским свинкам из-за возможных проблем с позвоночником. Морские свинки и кролики предпочитают игры без беготни по вертикали, поэтому от туннелей своего размера не откажутся.

Для кроликов, шиншилл, морских свинок и крыс создана и интерактивная игрушка с тремя уровнями сложности. Как обычно, в эту головоломку играют с хозяином.

Большинство кроликов выбирает для туалета один угол вольера, именно там стоит разместить специальный угловой туалет или лоток (наподобие кошачьего). Так поступают и некоторые грызуны (но далеко не все), поэтому клетки покрывают слоналнителя. Лучше не брать наполнитель с отдушкой (такие выпускают для кошачьего туалета), не все её хорошо переносят, как и наполнитель и опилки из деревьев хвойных пород. Рекомендован кукурузный наполнитель, наполнитель и опилки из лиственных деревьев, универсальная подстилка из гранулированной сухой соломы, коврики из пенькового волокна.

Есть и средства для приучения грызунов к туалету, коррекции поведения и борьбы с запахом. Песок для шиншилл предназначен для любителей песочных ванн (в том числе он подходит для дегу, хомяков и песчанок). Песок подают в специальной ванночке, или купалке.

Прогулочные шлейки, как правило, изготавливаются в форме жилета, реже — тканевых полос или шнуров. Изделия отличаются по величине: одни разработаны для самых мелких особей (хомяки, декоративные крысы), иные — для крупных (кролики, хорьки).

END

ЗООНИК
БОЛЕЕ 1500 НАИМЕНОВАНИЙ
ЗООТОВАРОВ
РОССИЙСКОГО
ПРОИЗВОДСТВА
ПарkZoo
СТЕНД

www.zoonik.ru
ООО «Компания «Орис». Тел./факс: +7 (495) 789-95-99, e-mail: oris@zoonik.ru
РЕКЛАМА

Маленькие друзья

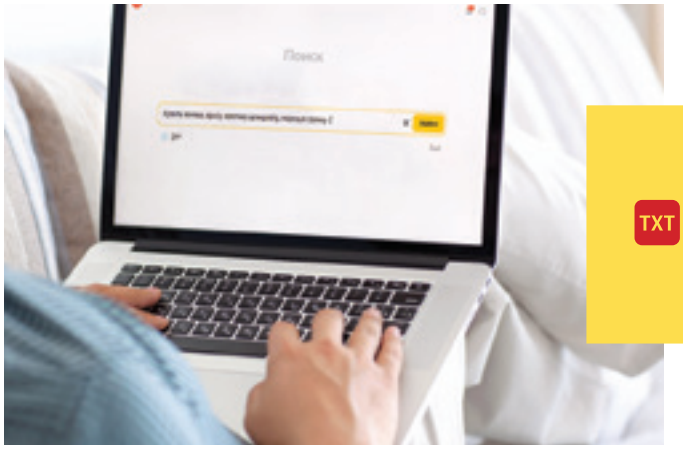
ВИД ПИТОМЦА	СРЕДНЯЯ/РЕКОРДНАЯ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНИ	ОСОБЕННОСТИ ПИТАНИЯ
КРОЛИКИ ДЕКОРАТИВНЫЕ	В зависимости от породы: 5–6 / 8 лет или 10–12 / 14 лет. Громкие звуки и нападение вызывают у кроликов сильный испуг, который может привести к остановке сердца. Для здоровья также важны ежегодные вакцинация и дегельминтизация	Основу рациона кроликов составляют грубые корма (сено, трава, ветки) — от 60 до 70%. Доступ к сену должен быть постоянным!
МОРСКИЕ СВИНКИ	5–8 / 15 лет. Важно: организм морской свинки не может самостоятельно вырабатывать витамин С	Основной корм — качественное сено, оно должно быть в свободном доступе как зимой, так и летом. Кроме сена, обязательную часть рациона морской свинки должен составлять сбалансированный корм с витамином С
ХОМЯЧКИ	1,5–3 / 3–4 года. Карликовые хомячки — джунгарские, хомячки Кэмпбелла и Роборовских — плохо переносят излишек сахаров и углеводов (склонность к сахарному диабету)	Рацион питания сирийского хомяка в дикой природе состоит из трёх основных компонентов: зерна злаковых, сочных кормов (зелень, овощи, фрукты, ягоды) и белковой пищи (мелкие насекомые, черви). Карликовых хомячков лучше кормить специальными рационами, но можно использовать и корм для дегу
КРЫСЫ ДЕКОРАТИВНЫЕ	2–3 / 3,5 года. Для здоровья важна возможность много двигаться и не скучать	Основу рациона должны составлять злаки и семена, дополненные небольшим количеством овощей, фруктов, ягод, а также источниками животного белка. Одни промышленные корма для крыс содержат животный белок, другие нет (в этом случае владелец должен добавлять его в рацион)
МЫШИ ДЕКОРАТИВНЫЕ	1–1,5 / 2,5 года	Рацион схож с крысиным, но мыши считаются более склонными к ожирению. Так, не рекомендуется приобретать смеси с большим содержанием овса, арахиса, семян подсолнечника. Не подходят мышам и смеси с избытком травяных гранул
ПЕСЧАНКИ	3–4 года / 6 лет. Песчанки купаются в песке, а не в воде. Раз в неделю им ставят ванночку со специальным песком для грызунов	Основа рациона — зерносмеси для песчанок, дополняемые животным белком (1–2 раза в неделю); исключения — готовые рационы, уже включающие животный белок. Если владелец хочет дополнить рацион овощами, фруктами и ягодами, то доля их не должна превышать 10% от суточной нормы
ШИНШИЛЛЫ	10–15 / 20 лет. Не переносят жару и повышенную влажность. Эти ночные животные не способны потеть, поэтому при +30–32 °С зверёк может получить тепловой удар и погибнуть. Шиншиллы купаются в специальном мелком песке (в природных условиях в вулканической пыли)	В неволе основной корм включает зерновую смесь. Выпускается достаточно много готовых кормов для шиншилл. Также в рационе зверька должно присутствовать сено, в первую очередь в качестве постоянного источника грубой клетчатки
ДЕГУ	5–8 / 14 лет. Опасность сахарного диабета! Привычка к прохладному климату, как и у шиншиллы. Обычный речной песок ни в коем случае не подходит для купания дегу	Дегу генетически предрасположены к сахарному диабету. Главным условием долголетия дегу считается питание с почти полным отсутствием сладостей и жиров. Корм без фруктов и богатых сахаром ингредиентов, низкое содержание зерна и высокое содержание сырой клетчатки

зообизнеса

ОСОБЕННОСТИ СОДЕРЖАНИЯ	ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ	ОТНОШЕНИЯ С ЧЕЛОВЕКОМ
Просторная одноэтажная клетка, вольер или стеллаж. Идеально — вольер из расчёта 2 кв. м на кролика, клетка — от 100 × 50 × 46 см	Активность в сумерках. Очень социальны. Необходимо общество сородичей, для того чтобы чувствовать себя комфортно	Принимают человека в компанию, но это не заменит общения с другими кроликами. При одиночном содержании хозяин должен ежедневно общаться с питомцем: разговаривать, гладить, дрессировать
Вольер, просторная клетка или стеллаж. Площадь от 80 × 60 см. Клетка должна быть от 35 до 50 см высотой и давать возможность животным встать на задние лапки	Весьма активны днём. Самок лучше содержать парой или группой, самцов поодиночке	Дружелюбные, спокойные, принимают человека в компанию, но не страдают от дефицита общения
Просторная клетка 60 × 40 см; при наличии расширяющих модулей основное помещение может быть меньше. Для карликовых хомячков расстояние между прутьями не более 1 см. Также подойдут дюна и аквариум	Одиночный территориальный зверёк. Парами и группами можно содержать только мать с неполовозрелыми детьми. Преимущественно сумеречный и ночной	Самодостаточны. Принимают человека в компанию, но не страдают от дефицита общения
Многоуровневая просторная клетка, не менее 40 × 60 × 50 см. Металлические прутья с расстоянием до 1,5 см	Содержат однополыми парами или группой. Преимущественно ночной зверёк, но подстраивается под хозяина	Привязываются к хозяину и нуждаются в общении с ним, особенно при одиночном содержании
Многоуровневые конструкции. Клетки-дюны, проволочная клетка: не менее 40 × 40 × 40 см, с расстоянием между прутьями не более 1,1 см	Преимущественно сумеречный и ночной. Но активность полифазная (в сутках — до 15–20 периодов бодрствования длиной 25–90 минут). Самок лучше содержать парой/группой, самцов — по одному	При одиночном содержании нуждаются в общении с человеком (хотя не слишком общительны)
Многоуровневая конструкция, расстояние между прутьев не более 1,5 см. Террариум, аквариум, специальная дюна с высоким поддоном. Площадь не менее 60 × 40 см. Песчанкам необходим толстый слой опилок, который они будут с увлечением рыть. Хорошая вентиляция	Однополыми парами или группами. Активность полифазная — периоды активности и днём, и ночью	Легко приручаются, но в компании сородичей могут обойтись без человека: не скучают, хотя всегда идут на контакт
Многоуровневая клетка размером 80 × 50 см, высотой от 50 см. Хорошая вентиляция, наличие кондиционера или вентилятора у клетки. Наиболее оптимальная температура: +18–22 °C	Сумеречные	Самки бывают агрессивны к подругам и даже к самцам. Легко приручаются и учатся манипулировать хозяином. Подходят на роль первого питомца ребёнка
Дегу: 80 × 50 × 40 см для одиночки, 100 × 50 × 100 см для пары, между прутьями не более 2 см. Располагать клетку необходимо не ниже 150 см от уровня пола для защиты от сквозняков и переохлаждений. Оптимальная температура в комнате +22 °C	Активны утром, ранним вечером, приспосабливаются к ритму жизни хозяев	Нуждаются в компании, можно содержать как однополыми, так и разнополыми парами. Легко приручаются, можно приучить откликаться на кличку

Закономерности спроса на грызунов и кроликов

Интернет-запросы, связанные с покупкой грызунов и кроликов, а также товаров для их содержания в домашних условиях, говорят о явно выраженной сезонности спроса, который увеличивается в холодное время года. Кроме того, цифры говорят об общем стабильном росте популярности этих животных.



ТХТ Андрей Ситников

По общегодовому числу интернет-запросов безоговорочно лидируют кролики, за ними следуют хомяки, крысы, шиншиллы и морские свинки. Наибольшее число запросов традиционно фиксируется в Москве и Московской области, затем идут Санкт-Петербург, Ленинградская и Свердловская области, Краснодарский край и Новосибирская область.

Купить кролика

В марте 2022 года «купить кролика» в поисковую строку вбивали 153 326 раз. Это значительно больше, чем упоминания других мелких млекопитающих и грызунов. Отрадно, что бум спроса на кроликов, наблюдавшийся в конце 2018-го и начале 2019 года, не стихает, по сравнению со среднемесячными показателями 2021 года число интернет-запросов в этом году выросло на 25,1%. Положительная динамика отмечается даже в летние «мёртвые» месяцы: в августе 2020 года запросов было 81 253, в июле 2021-го — 90 008, в июле текущего года — 94 475.

В марте 2022 года число запросов, связанных с кормом для кроликов, в сравнении с аналогичным периодом 2021 года выросло на 254%. Клетки тоже стали искать чаще — 11 351 запрос.

2023 год по китайскому календарю будет годом кролика, что, вероятно, ещё более подстегнёт спрос на этих животных в ближайшее время.

Купить хомяка

Наибольшее число запросов «купить хомяка» фиксируется во второй половине декабря, после чего следует плавное снижение до мая–июня. Очевидно, что этих животных, как, впрочем, и других грызунов, особенно активно приобретают в качестве новогодних подарков детям. Как и в случае с кроликами, наблюдается общий рост популярности этих животных. Так, в декабре 2021 года запросов «купить хомяка» было на 8,6% больше (57 491), чем в декабре 2020 года. Аналогичная ситуация и относительно декабря 2019 года. Июльские показатели нынешнего года превышают аналогичные прошлого года на 7,1%.

Аксессуары для хомяков чаще всего ищут в октябре. И опять же динамика от года к году положительная. В октябре 2021 года +118% по сравнению с октябрём 2020-го, в феврале 2022 года +61,9%.

Интерес к клеткам для хомяков в феврале этого года вырос на 10,1% в сравнении с февралём 2020-го, а корма для хомяков

в марте и вовсе прибавили 181,1% относительно марта 2021 года. Минимальное число запросов по этому показателю — в июне, но и тут годовая динамика +40,4%.

Купить крысу

Резко возросший в декабре 2019 года интерес к крысам аналитики объясняли предстоящим годом этого животного по китайскому календарю. Увеличение числа поисковых запросов «купить крысу» в декабре 2021 года (60 190 запросов) — результат общего тренда на рост популярности грызунов. Минимальное число запросов «купить крысу» приходится на август.

Корма для крыс пользуются наибольшим спросом в январе (2700 запросов в 2022 году), наименьшим — в июле (1060), но и здесь фиксируется годовой рост (835 запросов в июле 2021 года).

Купить шиншиллу

Пожалуй, наименьшую годовую динамику из всех рассматриваемых животных показывают запросы, связанные с шиншиллами. В июле 2021 года их было 32 046, в 2022 году — 32 138. Зато с кормами для этих животных противоположная ситуация: в марте 2022 года было 4304 запроса, это почти в пять раз больше, чем годом ранее. В июле этого года число запросов «купить корм для шиншилл» увеличилось на 58%.

Купить морскую свинку

Особенный интерес к морским свинкам проявился на стыке 2021–2022 годов — число запросов в январе 2022 года составило 30 512, увеличившись за год на 20%. Общегодовую тенденцию отражают цифры за июль 2022 и 2021 годов — 21 432 и 19 972 запроса соответственно. Наименьший интерес к этим грызунам покупатели проявляют в апреле.

По части кормов для морских свинок наблюдается удивительная динамика: в марте текущего года число запросов возросло на 633,1% по сравнению с мартом 2021 года.

А вот к клеткам для морских свинок который год наблюдается спад интереса и зимой, и летом. В августе 2020 года купить клетку для морской свинки собирались 2807 человек, в июле 2021-го — 2553, а в июле 2022 года — 2208.

Общие выводы

Спрос на кроликов и грызунов имеет в России явно выраженный сезонный характер, но в целом увеличивается, так же как и спрос на почти все товары для их содержания. Цифры говорят об «эмоциональном поведении» этого рынка — он заметно реагирует на внешние факторы, такие как Новый год, пандемия, наступление года того или иного животного. Эти обстоятельства можно с выгодой использовать при продаже кроликов, грызунов и товаров для них.

END

По общегодовому числу интернет-запросов безоговорочно лидируют кролики, за ними следуют хомяки, крысы, шиншиллы и морские свинки.

Хомяк Крыса Кролик Шиншилла Морская свинка

Импортные вакцины
Вопросов больше, чем ответов

Недавно в СМИ появилась информация о том, что в связи с исчезновением импортных вакцин с российского рынка в ближайшее время питомцы россиян могут стать «невыездными», поскольку для получения документов на выезд они должны быть привиты препаратом, сертифицированным в стране ввоза. А российские вакцины не сертифицированы нигде. Мы попробовали разобраться с проблемой детально и ответить на два вопроса: действительно ли в России нет импортных вакцин и правда ли, что в ближайшее время нельзя будет вывезти животное за пределы России?

TXT
Евгений Назаренко

Depositphotos.com

Так можно ли выехать?

В первую очередь нас заинтересовал резонный вопрос: можно ли вывезти животное, вакцинированное препаратом отечественного производства? Выяснилось, что однозначного ответа на этот вопрос нет.

Для вывоза животного владелец в первую очередь должен получить т. н. «Форму №1», которую выдаёт ветеринарный врач государственной ветслужбы. Правилам вывоза и оформлению документов на сайте Россельхознадзора (РСН) посвящён длинный и обстоятельный разъяснительный текст. Нигде в нём ничего не говорится о том, какой вакциной должен быть иммунизирован питомец. Мы запросили у ведомства разъяснение, задав конкретный вопрос: **оформит ли специалист государственной ветслужбы документ для вывоза, если собака или кошка привита препаратом российского производства (при соблюдении владельцем всех прочих требований)?** РСН достаточно оперативно ответил нам следующее: «Ветеринарный специалист

оформит ветеринарный сопроводительный документ, если животное вакцинировано препаратом российского производства. При этом нужно соблюдать требования страны-импортёра при ввозе животных, с которыми можно ознакомиться на сайте Россельхознадзора, а также уточнить в посольстве или консульстве страны, куда будет ввозиться животное».

Однако в территориальном ветеринарном управлении Министерства сельского хозяйства Московской области на тот же самый вопрос однозначно ответили: «Нет». По словам представителя ведомства, необходимость наличия иммунизации препаратом, который сертифицирован в стране въезда, следует из самой сути данной услуги, хотя это нигде не прописано. Налицо ситуация, когда одно ведомство противоречит другому, причём именно Россельхознадзор в данном случае является головной инстанцией, но свидетельства выписываются на местах.

Во всех официальных разъяснениях, касающихся правил вывоза, всегда прописана необходимость уточнять правила страны ввоза непосредственно в её посольстве (консульстве) либо где-то ещё. Однако здесь тоже не всё так просто. На сайте ряда посольств и консульств есть правила ввоза животных в страну (Израиль, Чехия), никаких упоминаний о производителе вакцины там нет. Мы направили соответствующий запрос в несколько посольств, однако он, судя по всему, поставил в тупик их представителей. В ряде случаев мы вообще не получили ответ. Те, кто нам ответили, за редким исключением перенаправляли к тем же самым опубликованным правилам, где ничего не сказано о том, какой вакциной следует прививать животное. Только от посольства Испании мы получили чёткий и внятный ответ на заданный вопрос: «Никаких ограничений по стране производства в правилах ввоза не обозначено, кроме того, что вакцина должна быть официально зарегистрирована в РФ, а ветсертификат оформлен государственным ветврачом».

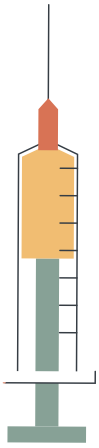
А вот правила ввоза животных, опубликованные на сайте ветеринарной службы Кипра, приводят список сертифицированных в стране препаратов. Из текста следует, что ввозимый питомец должен быть привит именно одной из указанных вакцин, среди которых российских нет.

Можно понять представителей госветслужбы, которые не выписывают ветеринарное свидетельство на животное, привитое российским препаратом. Врач не может и не обязан знать правила въезда во все страны, и в этой ситуации всегда логично перестраховаться, чтобы не возникло проблем после. С другой стороны, как можно видеть, многие страны не предъявляют требований к производителям вакцин, и — согласно их правилам — ввезти животное, иммунизированное российским препаратом, вполне возможно. Безусловно, для каждого владельца в подобной ситуации стоит предъявлять врачу переведённые официальные требования страны въезда и дополнительно — официальный ответ на запрос по поводу вида вакцины.

Чем прививать будем?

Ситуация с вакцинами для животных плачевная. Это связано с отсутствием импортных препаратов на российском рынке, хотя до последнего времени их ассортимент был большим.

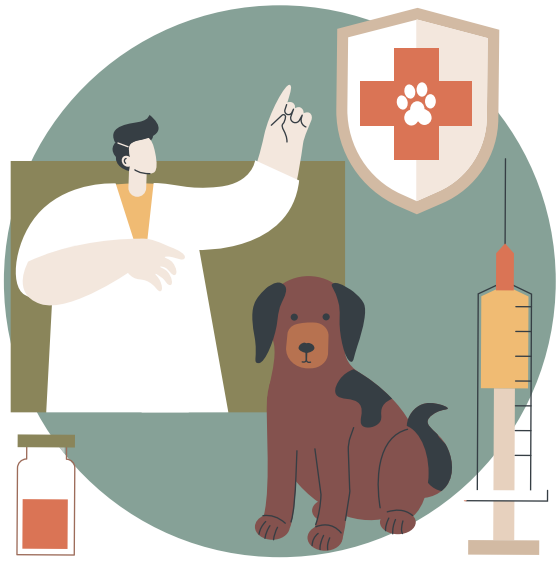
По мнению Сергея Данкверта, в последнее время увеличился спрос на российские фармакологические препараты, потому что «Россельхознадзор и отечественные компании стали активно объяснять ветеринарным врачам преимущества российских ветпрепаратов перед западными». В начале июля в ведомстве назвали информацию о дефиците препаратов «некорректной», заявив при этом, что «поставки зарубежных лекарственных средств также не прекращались». Мы не сомневаемся в увеличении спроса на препараты отечественных производителей, но причина такого интереса явно иная.



Импортные препараты исчезают с рынка. То, что не видят чиновники Россельхознадзора, явственно ощущают профессионалы на местах.

!

Ожидания большинства врачей в отношении рынка препаратов скорее пессимистические.



Импортные препараты исчезают с рынка. То, что не видят (или не хотят видеть) чиновники Россельхознадзора, явственно ощущают профессионалы на местах.

Мы опросили представителей 26 клиник из разных городов России: Москвы, Тюмени, Краснознаменска, Электростали, Твери, Волгограда, Калининграда, Нижнего Новгорода, Санкт-Петербурга, Томска, Пушкино, Таганрога, Звенигорода, Перми, Ростова-на-Дону, Сочи, Владивостока, Красноярска. Абсолютно все респонденты сообщили нам, что импортных вакцин у поставщиков нет (или «практически» нет). При этом 14 человек из опрошенных (больше половины) сообщили, что спрос на вакцинацию среди владельцев за последние месяцы вырос. Двое врачей указали, что был сильный всплеск в феврале-марте, сейчас спрос снизился. Елена Чудакова (ветклиника «Феликс», Нижний Новгород) рассказала, что повышенного спроса не наблюдает, но многие владельцы пытаются выкупить вакцину для себя впрок, когда слышат об отсутствии препаратов у поставщика.

Импортёры, в свою очередь, не обнадёживают ветврачей. Самый частый ответ на вопрос по поводу перспектив — «ничего не ясно». Кто-то обещает поставки к концу года, оговариваясь, что «это не точно». По словам Александры Анохиной (ветклиника «Ветерритория», Москва), их контрагенты говорят: «Поставка ожидается». И этот ответ не меняется последние пару месяцев.

Отсутствие вакцин — частный случай дефицита импортных препаратов и расходников, возникшего за последние месяцы. За исключением одного человека, все наши респонденты сталкиваются с серьёзными проблемами в отношении закупок. Среди упоминаемых препаратов, которые стало трудно или невозможно купить — средства для наркоза, антибиотики, антипаразитарные средства, НПВС, противорвотные, лабораторные реактивы. Виктория Милюкова (ВЦ «Медвет», Москва), сетует: «Отсутствие некоторых препаратов в доступе (например, “Веторила”) сделало невозможным терапию ГАК (гиперадренокортицизма.— Ред.). Пациентам же с синдромом Аддисона пришлось ещё тяжелее. Это только два примера, когда замена была просто невозможной. Мы не можем предложить альтернатив, это очень печально. И таких примеров немало». Александра Анохина говорит о том, что фактически прекратила свою деятельность в России компания IDEXX, включая поддержку лабораторий, которые работали на их оборудовании (мы отправили запрос в компанию с просьбой прокомментировать ситуацию, но ответа не получили).

Представители компаний не обнадёживают. Так, MSD Animal Health пишет, что продолжает поставки лекарственных препаратов на российский рынок, но, «к сожалению, изменение международных логистических маршрутов и условий их эксплуатации, а также оптимизация производственных процессов могут влиять на доступность некоторых лекарственных средств». Компания предпринимает шаги для нейтрализации возможных сбоев и задержек в поставках.

Что с импортозамещением?

Российские вакцины, конечно же, существуют. Их выпускают такие производители, как «Ветбиохим», «Ветзвероцентр», «Биоцентр», ВНИИВВиМ. Однако большинство врачей сомневаются, что отечественные производители в ближайшее время смогут в достаточной степени насытить рынок в стране: только трое из наших респондентов положительно ответили на вопрос про

БОЛЬШОЙ АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ ДЛЯ КОШЕК

Туалеты • Когтеточки • Игрушки • Миски • Одежда
Переноски • Лежанки • Амуниция

AMMA / +7 (499) 705-03-55 / info@amma.pet / www.amma.pet

реклама

такую возможность. Вполне логично, что компании, выпускающие вакцины, не смогут быстро увеличить производство в несколько раз. Всё же иммуногенные препараты — не одноразовые маски. Не говоря уже о том, что существуют вакцины, аналогов которым просто нет. Например, единственную в мире вакцину против ВИП кошек производит компания Pfizer, а единственный препарат, профилактирующий боррелиоз — это выпускаемая компанией MSD Nobivac Lyme. Последняя, правда, до сих пор не была зарегистрирована в России, но теперь на это не будет даже шансов. Создать новые иммуногенные препараты в короткий срок невозможно.

Если ситуация с импортом препаратов не поменяется в ближайшее время, то Россия будет вынуждена сформировать собственное производство, как минимум, в отношении вакцин и препаратов для наркоза. Ведь все, кто связан с ветеринарией, понимают, что выезд за границу — дело десятое, речь в первую очередь идёт о здоровье. Причём как животных-компаньонов, так и продуктивных. Невозможно длительное время существовать в ситуации отсутствия жизненно важных препаратов.

У российских фармпроизводителей прогнозы в лучшем случае осторожные. Кто-то считает, что препараты для мелких домашних животных возможно заместить российскими, однако в области фармакологии для сельскохозяйственных животных как минимум в ближайшие три-пять лет этого сделать не удастся. У других в оценках звучит скепсис и в отношении препаратов для питомцев: нарекания вызывает как ассортимент, так и качество препаратов. Оптимистических прогнозов не даёт никто.

Ожидания будущего

Ожидания большинства врачей в отношении рынка препаратов и расходников также скорее пессимистические. Кто-то предполагает, что ситуация всё же должна наладиться, но даже в этом случае большинство признаёт: полноценного замещения импортных препаратов произойти не может. Ожидается снижение качества и рост цен. Вернее, цены уже выросли — на препараты, оборудование, расходные материалы. По ряду позиций увеличились сроки поставок. Также высказываются сомнения в том, что в России вообще синтезируют необходимые действующие вещества, а многие сетуют на то, что производители закрыты для потребителей (в данной ситуации — ветеринарных врачей), не работают с ними в достаточной степени и не дают нужной информации. Сергей Мендоса-Истратов (ветклиника «Белый Клык») говорит: «При текущем развитии ситуации логистические проблемы поставщики, скорее всего, преодолеют, но с увеличением “плеча доставки” увеличится и стоимость импортных препаратов и расходных материалов».

Ряд респондентов предполагает, что в обозримом будущем наладится «параллельный» импорт. Но возникает вопрос,— а будет ли, например, при въезде в другую страну признана действительной вакцинация, произведённая препаратом, который официально в Россию не ввозится?

Елена Чудакова высказывает опасение, что недобросовестные врачи в ситуации недоступности нормальных анестетиков начнут делать хирургические операции исключительно с применением миорелаксантов. Кто-то рассчитывает на российского производителя, кто-то — на Китай.

За последние двадцать лет российская ветеринария вышла на принципиально новый уровень. В стране есть и специалисты высшего класса, и высокотехнологичные клиники, которые занимаются лечением самых сложных патологий. Не откатится ли теперь всё это назад из-за банального (банального ли?) отсутствия импортных препаратов, расходников и оборудования? На этот вопрос ответа нет.

END

!

Большинство врачей сомневаются, что отечественные производители в ближайшее время смогут в достаточной степени насытить рынок в стране.

Superior PRIME EVER

Корма PRIME EVER линейки SUPERIOR разработаны с учётом рекомендаций FEDIAF (Европейская федерация производителей кормов для животных) и содержат **Prime Synergy System** - сочетание натуральных природных компонентов, синергия полезных свойств которых благотворно воздействует на различные аспекты здоровья питомца.

*Суперфуды: зародыш пшеницы (содержит октакозанол, сквален, аллантоин, фитостеролы), юкка шидигера, экстракт бархатцев, корень цикория.
*Пребиотики: МОС пивных дрожжей, инулин цикория, пектин яблока и моркови, растительные волокна, юкка шидигера.

ПРЕИМУЩЕСТВА PRIME SYNERGY SYSTEM

Контроль веса
Октакозанол отвечает за снижение отложения жиров и уменьшение воспалительных процессов, а в комплексе с пищевыми волокнами достигается увеличение выносливости

Суставы
Хондропротекторы, омега жирные кислоты и натуральные противовоспалительные компоненты рациона способствуют поддержанию здоровья опорно-двигательного аппарата

Кожа и шерсть
Омега жирные кислоты совместно с фитостеролами, цинком и биотином дают противовоспалительный эффект и улучшают состояние кожи и шерсти

Иммунитет
Укрепляется благодаря нормализации кишечной флоры пребиотиками, обогащению рациона цинком и витаминно-минеральным комплексом

ЖКТ
Аллантоин, клетчатка и пребиотики способствуют нормализации кишечной флоры и снижению воспалительных процессов в ЖКТ

Нервная система
Поддерживается за счет сильнейшего природного антиоксиданта — сквалена и омега жирных кислот в комплексе с витаминами группы В

реклама

АФИНА

КОМПАНИЯ АФИНА
ЗАБОТИТЬСЯ ЛЕГКО

Представляем ВПЕРВЫЕ на "ПАРКЗОО"! Посетите наш стенд и получите эксклюзивное предложение на новинки.

AJO КОРМ

technology and care

CAT

LOW GRAIN

В составе корма AJO отсутствует пшеница и кукуруза, а также понижено содержание других злаков. Благодаря этому мы получили продукт для кошек с низким содержанием углеводов. 75% – 80% калорий приходится на белки и жиры, что максимально приближено к природной потребности питомца.

Kitten & Mom | Active | Grand Master | Sterile Weight Control | Sterile | Skin & Hair | Delicate | Sense

DOG

WITH BUCKWHEAT

Гречневая крупа входит в рецепты всей линейки кормов AJO для собак. Гречиха – одна из самых полезных круп, имеет высокую питательность и гипоаллергенность. Богата железом, магнием, калием, фосфором и витаминами группы B. Не содержит глютен.

Sense | Mini Hypo | Hypo

Very Small Puppy & Junior | Very Small Adult | Mini Puppy & Junior | Mini Adult | Puppy & Junior | Medium | Maxi

НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

AJO — это по-настоящему инновационный, полезный, сбалансированный продукт с высокой биологической ценностью, превосходными органолептическими свойствами, созданный в парадигме «Holistic View».

HOLISTIC VIEW

HOLISTIC VIEW

При создании кормов AJO мы исходили из концепции целостного взгляда на кормление питомцев. Выверенные формулы учитывают особенности обмена веществ, физиологические параметры, этапы жизни и генетически обусловленные потребности питомцев.

WHEAT / CORN FREE

WHEAT & CORN FREE

Во всех кормах AJO отсутствует пшеница и кукуруза. Источником углеводов является рис/гречка/овсяные хлопья. Данные ингредиенты имеют высокую пищевую ценность и улучшают органолептические свойства корма.

ООО «ЛИМКОРМ ГРУПП»
308504, Белгородская область, с.Таврово,
мкр. Таврово-1, ул. Северная 2Б, тел.: 8-800-234-71-13
www.ajo-pet.ru | info@limkorm.ru

AJO-PET.RU

РЕКЛАМА

Комплексный консалтинг — непредвзятый взгляд на компанию

Каждый владелец зоомагазина в своей работе сталкивается с проблемами, которые кажутся нерешаемыми. Для того чтобы сохранить бизнес и преодолеть кризисные моменты, приходится прибегать к помощи сторонних специалистов и экспертов, которые способны объективно оценить ситуацию, выработать антикризисную программу и эффективно её реализовать. При этом очень важно, чтобы эксперт был из отрасли.

TXT Наталья Шестакова, директор Академии зообизнеса «Валты», бизнес-тренер, игротехник, коуч

Зачем нужен консалтинг

К экспертам, которые проводят сессии индивидуального консалтинга, обращаются, если:

- планируется перестройка бизнес-процессов;
- бизнес будет расширяться;
- бизнес находится в кризисе, который вызван как объективными причинами — кризисные явления в макроэкономике, так и субъективными — ошибки в управлении ассортиментом, некорректное ценообразование, подвёл персонал или поставщики, нарушены базовые принципы мерчандайзинга, нет стратегии и не определены важные показатели эффективности бизнеса.

Зачем проводить интервью?

Всё начинается с этапа исследования. Консультант проводит серию интервью с собственниками и ключевыми сотрудниками, строя по результатам модель процессов в организации. На этом этапе уже выявляются проблемные зоны и противоречия. Не менее важно выявить болевые точки, то есть места напряжений и конфликтов. Именно там кроются истинные проблемы. Методика интервью у каждого специалиста своя, при проведении стратегических сессий используются коучинговые инструменты.

Сами интервью цикличны. Так как участники могут давать противоречивую информацию, то по ходу проекта она уточняется. В этот момент очень часто выявляются проблемы, которые изначально не были сформулированы заказчиком. Все они в обязательном порядке документируются.

Что дальше?

После этапа интервью происходит анализ ситуации, состоящий из двух частей: формулирование зон ответственности и проблемных мест. При указании проблемных участков обязательно выясняется причина их возникновения.

Далее составляется пошаговый план изменений, и тут важно понимать, что результат на 100% зависит от вас. Очень часто экспертам задают вопрос: «Вы же нам всё сделаете как нужно, а мы получим результат?»

Это верно. Но в организации должен быть идейный вдохновитель для реализации проекта. Этот сотрудник обязан брать управление проектом в свои руки. Он должен занимать высокую должность в компании. Если этот человек — вы, то готовьтесь к серьёзной работе. От вас потребуются реальные распоряжения и контроль, а также вовлечение множества людей в организации. Вероятно, вы должны будете выделить на это часть своего рабочего времени на весь период проекта.

После прочтения статьи у вас может возникнуть ещё один вопрос: «Мы можем это осуществить своими силами! Зачем нам кого-то приглашать?» На это есть простой ответ: только сторонний эксперт может оценить систему непредвзято, не начиная тянуть одеяло на себя. Помимо этого, он уже имеет опыт решения большинства проблемных ситуаций, которые обычно встречаются в деятельности зоомагазинов, либо знает, кто может их решить.

END

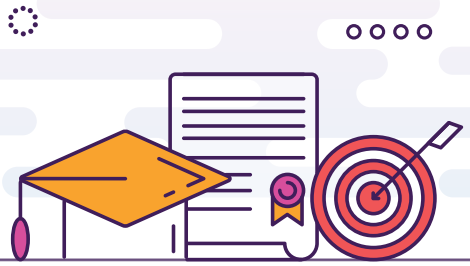
Академия Зообизнеса Валта

ПОЧЕМУ НАМ МОЖНО ДОВЕРЯТЬ

- Преподавательский состав – сертифицированные бизнес-тренеры, работающие в зообизнесе от 10 лет и больше
- Все наши курсы заточены под формирование конкретных навыков, необходимых для работы именно в зоомагазине
- Учим с нуля – от анатомии и особенностей ухода за всеми видами домашних питомцев до психологии розничных продаж

ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ ДЛЯ УСПЕХА НАШИХ КЛИЕНТОВ

Повышаем результативность вашего персонала



- Проведем оценку компетенций сотрудников
- Разработаем индивидуальные планы обучения и мотивации
- Дадим рекомендации по увеличению лояльности и вовлеченности коллектива

Учим эффективно работать с ассортиментной матрицей

- Выполним ABC-анализ брендового портфеля
- Вместе рассчитаем рентабельность
- Внедрим лучшие практики современного мерчандайзинга

Развиваем управленческие компетенции

Вы научитесь разрабатывать стратегию развития бизнеса, находить новые точки роста компании и гибко вовлекать команду в процессы изменений

Проводим бизнес-игры под запрос клиента

Мозговые штурмы, формирование навыков принятия решений в нестандартных ситуациях, командообразование

Узнайте больше об Академии зообизнеса «Валты»

РЕКЛАМА

VII

САММИТ ЗООБИЗНЕСА РОССИИ 2023

5–7 апреля 2023

Трансформация реальности. В поисках нового

Что это такое?

Масштабная отраслевая площадка для делового общения владельцев и руководителей бизнеса.

Зачем участвовать?

Встретиться с 250 коллегами из всех регионов страны.

Узнать о современных тенденциях в зооиндустрии и бизнес-трендах.

Наладить деловые контакты.

Где и когда?

5–7 апреля
г. Сочи, отель Radisson Rosa Khutor

ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ОНЛАЙН УЧАСТИЯ

Организатор — «АРТИС Экспо»
+7 (495) 797 6443, +7 (903) 729 7096 E-mail: we@zoosummit.ru; www.zoosummit.ru

Приглашаем посетить наш стенд D4
Mr. BUFFALO
Premium Quality Food
ADULT · SENSITIVE
M/L
ADULT
ASSORTED MEAT & BEEF
WWW.MRBUFFALO.RU
РЕКЛАМА

На виражах импортозамещения, или Как живётся производителю кормов

Российские производители кормов находятся сегодня в двойственном положении. С одной стороны, они как никогда востребованны. С другой — из-за различных ограничений у них появились новые трудности. О том, как отечественные производители справляются с вызовами импортозамещения, рассказывает совладелец компании «Петкорм» Роберт Имангулов.

Роберт Имангулов

ТХТ Беседовала Юлия Долженкова

— Роберт, от российских производителей рынок сегодня ждёт очень многого. Вам нужно «закрывать» пробелы из-за недостатка импортных кормов, плюс большие розничные игроки активно расширяют ассортимент собственных марок. И мы видим, что завод «Петкорм» отлично справляется с этой ответственностью. Как вам это удаётся?

— Спасибо. Мы очень стараемся. Ответственность действительно очень большая, объёмы заказов растут — по сравнению с первым полугодием прошлого года «Петкорм» производит и отгружает в три раза больше продукции. Завод загружен почти на полную мощность. Но, как и во многих других отраслях, вопросы импортозамещения влияют на работу предприятия. И для их решений требуются не просто корректировки в цепочке поставок одного завода, но и комплексные межпромышленные взаимодействия. Российским производителям кормов предстоит решить немало проблем, и мы не исключение.

Одна из них — оборудование. Продукт отечественный, но выпускается на импортном оборудовании. В процессе эксплуатации оно иногда ломается. Отдельные детали мы пытаемся с помощью российских подрядчиков копировать и таким образом ремонтировать. Используются при этом только те материалы, которые есть в стране. Но, например, специализированной нержавеющей стали для пищевой промышленности у нас нет, только обычная нержавейка. Узлы со сложной геометрией тоже никто у нас не берётся производить. Мы надеемся, что в ближайшее время в отраслях металлообработки и машиностроения обратят внимание на потребности отечественных заводов, в противном случае последствия тяжело даже представить. Надо отдать должное некоторым иностранным партнёрам — итальянские и испанские компании оказывают техническую поддержку, консультируют дистанционно. А вот один из основных наших поставщиков оборудования из Дании прервал все взаимоотношения в один день, просто отправив e-mail.

Установленные на заводе «Петкорм» контроллеры почти все немецкие или американские. И наши подрядчики вместе со всей страной ищут замену Siemens, сейчас ждут на тесты южнокорейскую технику.

— При почти максимальной загруженности и растущем спросе, но при этом недоступности зарубежного оборудования как вы планируете развиваться?

— Сейчас основной сдерживающий фактор производства — это пропускная способность на этапе стерилизации продукта. Мы заказали автоклавы российского производства и получим их в конце года. Это будет наш первый опыт импортозамещения такого оборудования. Такое расширение упростит процессы и позволит заводу «Петкорм» серьёзно увеличить мощности.

— Железо — это одна часть оборудования. А что происходит с программным обеспечением после ухода с рынка зарубежных IT-компаний?

— ПО — это ещё одна важная составляющая любого современного производства. Всё зависит от айтишников, которые у нас в стране есть. А они в России на выс-

шем уровне. Поэтому после того как датчане отказались произвести доналадку ПО, мы нашли специалиста, который во всём разобрался, на сегодняшний день он почти закончил выполнение поставленной задачи. Так что проблемы с софтом пока не представляются непреодолимыми.

— Предполагаю, что оборудование — это не единственная проблема, с которой приходится сражаться отечественному производителю кормов...

— Правильно, в настоящий момент самый серьёзный наш вызов — это упаковка. Есть перебои с красками для ретортных плёнок и клеем, которые попали под санкции, с фольгой для производства паучей и жестяными банками. Все наши поставщики упаковочных материалов ищут альтернативы, экспериментируют, перестраивают технологические процессы и цепочки поставок. Например, пробуют турецкий, индийский, китайский клеи, налаживают связи с новыми поставщиками из Азии. Но пока им не удаётся выйти на стабильный режим работы. Ещё недавно всё у них было чётко налажено, теперь менее оптимально и более дорого. Я предполагаю, что проблемы с упаковкой будут нарастать. На сегодня мы справляемся, проявляем гибкость к новым условиям и оперативно реагируем на возникающие проблемы, чтобы совместить возможности наших поставщиков с потребностями наших заказчиков.

— Как в целом вы оцениваете положение российских производителей кормов? И какие у вас ожидания?

— У всех производителей, насколько можно судить, ожидания разные. Кто-то уверен, что будет лучше, у кого-то другое мнение. Я думаю, что ещё пару лет будет сложно. Заметен нисходящий общеэкономический тренд, при этом у экономики большая инерция. Вероятнее всего, основные проблемы наберут силу в начале следующего года. Но в производстве влажных кормов нет непреодолимых проблем, просто сейчас мы не можем обеспечить такой широкий ассортимент в короткий срок, как у иностранных компаний с большим опытом и долгой историей.

— Тем не менее, чувствую оптимистичный настрой.

— Есть два сценария развития событий и, следовательно, два прогноза. Первый предполагает, что рынок всё равно будет расти — животных в России много и становится всё больше. При этом транснациональные корпорации сообщают, что не будут вкладываться в увеличение мощностей, ограничили себя в инвестициях. Следовательно, рост рынка должен будет удовлетворяться российскими производителями. Согласно второму сценарию, люди начнут экономить на животных, тогда рост рынка в тоннах остановится.

Лично я считаю, что потребление продолжит расти, поскольку наши люди не склонны экономить на кошках и собаках. Будет ли рост в премиальном секторе, сложный вопрос, но в экономе точно. Представители сетевых супермаркетов придерживаются именно такого сценария, планируя больше и больше продавать. И им категорически не хватает товара. Одновременно, благодаря специализированным компаниям зообизнеса, растут продажи и производство премиальной продукции.

Так что мы настроены оптимистично. В текущей модификации оборудования завод работает на максимальной загруженности, и в ближайшее время расширение линии даст новые возможности заводу быть максимально полезным рынку.

END

!

В настоящий момент самый серьёзный наш вызов — это упаковка.

Цех с автоклавами завода «Петкорм»

Зооиндустрия Беларуси: маленький рынок с большими возможностями

Белорусский и российский зоорынки очень близки между собой. Страны входят в Таможенный союз, что способствует тесному сотрудничеству и активной торговле. Да и по менталитету владельцы домашних животных в России и Беларуси — схожи.

ТХТ
Александр Колчин,
Татьяна Катасонова

Предоставлены компаниями

Обзор рынка зоотоваров нашего соседа мы уже публиковали в 2016 году. За шесть лет многое изменилось, внесло свои коррективы и последнее полугодие, насыщенное политическими событиями. Поэтому, отправившись в Минск на единственную в республике выставку зоотоваров «МирЗоо», мы постарались пообщаться с ведущими игроками белорусского зообизнеса, собрать как можно больше мнений и составить собственную картину.

Нашими проводниками по зоорынку Беларуси стали Александр Поборцев, директор компании «Ветторгпартнёр», и его заместитель по продажам Юлия Кашпар. Мы очень благодарны им за обстоятельный рассказ о структуре рынка, его участниках и сегодняшних реалиях белорусского зообизнеса, за интересную экскурсию по зоомагазинам и ветеринарным клиникам Минска и, конечно, за то радушие и гостеприимство, которым по праву славится народ Беларуси.

Рынок в целом

Белорусский зоорынок — небольшой по ёмкости и территориально компактный. В стране около 10 млн населения и всего один город-миллионник — Минск. По разным источникам, владельцами животных являются всего около 10% жителей Беларуси. Официальной статистики о количестве собак и кошек в стране нет, при планировании продаж компании чаще всего используют цифры в 500 тысяч кошек и 400 тысяч собак.

Мировые тренды зооиндустрии доходят до Беларуси с определённым временным лагом. Отставание от российского зоорынка, например, оценивают в пять лет. Западные регионы Беларуси чаще всего демонстрируют зависимость от зоотрендов Польши и Литвы, а восточные — от России.

Премиумизация, как общемировой тренд, мотивировала белорусский рынок на развитие сегмента качественных

и дорогих зоотоваров. Однако при том, что спрос на такую продукцию среди владельцев животных возрос, многие потребители по-прежнему стремятся сэкономить на разовой покупке. В результате значительная часть кормов и даже наполнителей в рознице продаётся «вразвес». Ретейлеры предлагают поштучно и такие товары, как витамины, лакомства и пелёнки.

Низкая покупательная способность населения сказывается на развитии таких направлений, как аквариумистика и террариумистика. Этот сегмент рынка в Беларуси пока переживает не лучшие времена. Не готовы платить зоовладельцы и за современные гаджеты для ухода за животными, которые из-за этого представлены в зоомагазинах очень скудно.

Основной объём продаж на рынке — корма для кошек, на втором месте по объёмам реализации — продукты для собак. Местное отделение аналитической компании NielsenIQ пока отслеживает продажи кормов для кошек и собак только в сегменте продуктовой розницы. Сегодня они оцениваются примерно в 150 млн белорусских рублей (около 3,5 млрд рублей).

!

Розничный бизнес активно укрупняется. Особенно заметен в масштабах страны рост сетей, как на республиканском, так и на региональном уровнях.

Товары для птиц и грызунов в традиционных супермаркетах найти сложно. Основные их продажи сосредоточены в специализированной рознице и онлайне. Возможно, это связано с особенностями торговли грызунами и мелкими млекопитающими в зоомагазинах. По словам экспертов, продажа сопровождается таким количеством документов, что далеко не все заводчики способны их предоставить. Поэтому владельцы зооточек предпочитают с этим не связываться. По той же причине торговли собаками и кошками в белорусских магазинах практически нет.

Александр Поборцев

Вообще госконтроль и бумажная волокита ощутимо сдерживают развитие белорусского зоорынка. Например, вывод товаров кормовых групп на рынок Беларуси может занимать несколько лет. Причиной тому — сложная процедура проведения обязательных испытаний и сертификации. Руку Большого Брата на своём плече чувствуют все участники процесса, начиная от производителей и продавцов и заканчивая рядовыми владельцами животных. В частности, с 2020 года зоолюбители платят государству налог на домашних питомцев, включённый в коммунальные платежи.

Розничные цены на товары для животных в периоды, когда идёт борьба с инфляцией, контролируются государством. В первом полугодии 2022 года из-за санкций серьёзно выросла стоимость логистики, и практически все поставщики перешли на предоплату. Многие компании зоорынка значительно повысили цены на свою продукцию. Но официальный курс доллара и евро по отношению к белорусскому рублю не сильно изменился, и госорганы посчитали повышение цен необоснованным. В итоге за шесть месяцев 2022 года антимонопольное ведомство выдало предпринимателям больше претензий и предписаний, чем за весь 2021 год.

Что изменилось за шесть лет?

С момента публикации нашего предыдущего обзора на зоорынке Беларуси произошли серьёзные изменения.

Большинство фирм, совмещавших разные направления работы, пошло по пути разделения бизнеса. Так, в 2018 году одна из крупнейших белорусских компаний, занимавшаяся одновременно оптовой и розничной торговлей, была преобразована в два новых юридических лица. ООО «Ветторгпартнер», директором которого стал Александр Поборцев, занялся оптом, а СЗАО «Ветсервис-Плюс» во главе с Алексеем Поборцевым — розницей. С тех пор «миксовых» компаний на рынке практически нет.

При этом розничный бизнес активно укрупняется. Особенно заметен в масштабах страны рост сетей, как на республиканском, так и на региональном уровнях. Значительно увеличилась в общем объёме продаж доля e-commerce, сервис в этом сегменте улучшился.

За 2020–2022 годы на рынке появилось множество новых брендов во всех товарных категориях, особенно в кормовой группе. Увеличилась доля товаров белорусского и российского производства.

Начиная с 2020 года заводчики собак и кошек сосредоточились на внутренних выставках и соревнованиях. Продажи помётов за границу заметно сократились, в результате чего в республике стало больше владельцев породистых животных.

Стрессы и вызовы последнего полугодия

Март 2022 года для белорусской розницы ознаменовался ажиотажным спросом на зоотовары. Владельцы животных старались закупиться впрок, опасаясь не столько дефицита, сколько возможного роста цен. Многолетний опыт экономических кризисов научил жителей республики держать деньги в товарах, а не в валюте.

«В головах белорусов,— рассказал нам Александр Поборцев,— повышение цен в магазинах всегда связано с курсом доллара. Если курс растёт, повышение цен понятно. А в этот раз курс довольно быстро вернулся к “докризисному” значению. И, чтобы не попасть под удар антимонопольного органа, многие розничные и даже оптовые продавцы старались удерживать цены на уровне начала февраля 2022 года».

Склад «Альпака-Бел»

«Во время мартовского ажиотажа спрос на продукцию увеличился,— подтвердил владелец оптовой компании “Альпака-Бел” Олег Репека,— но европейские поставщики перешли на предоплату, что на две недели увеличило время получения товара. Украинские партнёры, например, “Кормотех”, чья продукция на белорусском рынке занимала порядка 7%, отказались от поставок. Товара не хватало. Цены мы решили не поднимать, но ввели квотирование продукции: хотелось равномерного

Олег Репека

AllerPetfood

since 1921

YOUR PET WILL LOVE IT

датское качество

100 ЛЕТ ИСТОРИИ В ОБЛАСТИ ПИТАНИЯ ЖИВОТНЫХ

РЕКЛАМА

+7 (812) 309 25 60

www.aller-petfood.com/ru/

mail@aller-petfood.ru

Коллектив «ТриолБел»

Официальной статистики о количестве собак и кошек в стране нет: чаще всего звучат цифры в 500 тысяч кошек и 400 тысяч собак.

распределения товара по регионам и его доступности во всей Беларуси».

После февраля 2022 года некоторые зоотовары стали дефицитными, а часть зарубежных брендов, поставлявшихся из России, и вовсе ушла с белорусского рынка на неопределённый срок. Осложнились поставки аксессуаров и некормовых товаров. В ряде случаев код этой продукции совпадал с кодами продукции двойного назначения, и европейские таможенные службы не захотели выписывать на неё документы.

В таких условиях основным конкурентным преимуществом для белорусских продавцов стало наличие товара. Дистрибьюторы вынуждены оттачивать своё мастерство в планировании ассортимента и стоков и постоянно искать альтернативные источники поставок.

По словам Сергея Клименко, директора компании «ТриолБел», в данный момент рынок переживает волатильность по многим направлениям. Усложнение импорта существенно повлияло на себестоимость зоотоваров и продолжает вносить коррективы в структуру продаж. При этом нельзя утверждать, что товары отечественного производства будут дешевле импортных.

В целом условия работы с зарубежными компаниями для белорусов стали более жёсткими. Выставка Interzoo показала, что деловые отношения Европы и Беларуси будут продолжаться, пока страна не участвует в специальной военной операции. Однако многие наши собеседники честно признались, что, по их мнению, в современных условиях финансовое, коммерческое и маркетинговое планирование на стратегическом уровне практически не имеет смысла. Бизнесмены строят краткосрочные планы, описывая дальнейшие перспективы «крупными мазками».

Белорусский зооретейл

По данным 2GIS, зоотоварами в Минске сегодня торгуют 460 магазинов, а по всей стране их около тысячи. Примерно треть этих точек принадлежит крупнейшим республиканским сетям: Zoobazar, «ZOOмаркет» и «Доктор Вет». «Три кита» зооретейла сравнимы по обороту, а их суммарный объём продаж эксперты оценивают в 30–40% от всей белорусской розницы.

Zoobazar и «ZOOмаркет» — предприятия, выросшие из одного бизнеса. Их руководители — Павел Бушмакин и Михаил Гузняк — разделили свою компанию в 2011 году. 10 из 23 существовавших тогда торговых точек в формате «магазин у дома» вместе с интернет-подразделением достались Михаилу Гузняку и дали начало сети «ZOOмаркет». Остальные магазины отошли Павлу Бушмакину и стали называться Zoobazar.

Сегодня Zoobazar имеет более 200 торговых точек по всей территории республики, 85 из них — в Минске. Два года назад совладельцем сети стал Сергей Ткачук — крупный белорусский предприниматель, владелец продуктовых компаний, предприятий общественного питания, заводов и магазинов алкогольной продукции. Благодаря новым инвестициям сеть стала активно развиваться, расширяя свою географию.

GRAND PRIX
Super Premium

NEW

HOLISTIC
6 MIX FISH
MONOPROTEIN

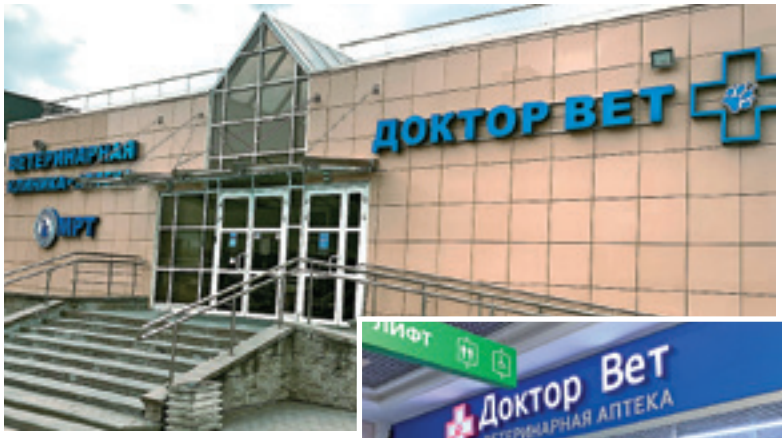
Новинка!

- ХОЛИСТИК
- 6 ВИДОВ РЫБ
- МОНОПРОТЕИН

SEE MORE

grand-prix.com.ru

РЕКЛАМА



!

Первая негосударственная ветклиника открылась в Минске в 1997 году. Массовый старт частного ветеринарного бизнеса в Беларуси относится к 2012 году.

«ZOOмаркет» насчитывает около 100 торговых точек, и, по мнению экспертов, связанный с ним интернет-магазин E-zoo лидирует в продажах. В последние годы «ZOOмаркет» развивает именно онлайн-канал. Поэтому все новые магазины площадью не менее 100 кв. м открываются с учётом хранения большого ассортимента товаров, сбора заказов, отгрузок и доставок из ближайшей к клиенту торговой точки.

«Доктор Вет» — ещё одна крупная сеть республики, насчитывает около 60 торговых точек. Компания всегда открывала зоомагазины-ветаптеки в торговых центрах, используя трафик ключевых арендаторов. По словам совладельца сети Алексея Поборцева, это было более затратно, чем открывать магазины в формате стрит-ретейла, но стратегия подразумевала принцип «лучше меньше, но лучше». И доходнее.

Ещё одна особенность сети — продавцы с ветобразованием. По мнению владельцев, этот фактор серьёзно влияет на продажи ветеринарной продукции. Консультантов «Доктор Вет» воспринимают как экспертов, и поэтому ветеринарные диеты и препараты здесь продаются лучше, чем в других зоомагазинах. Кроме того, сеть ориентирована на экспертный ассортимент, здесь не продаются бюджетные рационы, в то время как Zoobazar и «ZOOмаркет» предлагают покупателям и этот сегмент продуктов.

Второй эшелон белорусской сетевой розницы — это региональные предприятия, которые не дотягивают до республиканского масштаба. Например, в Минске это зоомагазины «Стрелка» (23 торговые точки), в Витебске — «Кот и Пёс» (22 ветклиники и зоомагазина), «Зоолавка» (20 торговых точек) и «Хамелеон» (15 магазинов), в Бресте — «Доктор Хвостов» (эта сеть из 19 магазинов выросла из оптового бизнеса «Альпака-Бел»). Среди прочих эксперты выделяют могилёвскую сеть «Какаду» и гродненскую «Зоосферу».

Ассортимент белорусских зоомагазинов, особенно в части кормов для кошек и собак, схож. Основные лидеры сегмента не меняются здесь уже на протяжении 10 лет — это Royal Canin, Hill's и ProPlan. Доля полок каждого бренда в сетях может быть разной — в зависимости от предпочтений владельцев и коммерческих условий. Но в целом это базовые бренды для всей белорусской зоорозницы. Сегодня, по словам экспертов, розница испытывает стресс от роста цен на основные кормовые бренды и переживает ограничения по ассортименту — у лидеров рынка доступны не все продукты. Часть ретейлеров воспринимает текущую ситуацию как возможность для развития альтернативных торговых марок и заполняет пробелы новыми брендами.

Магазин «ZOOмаркет»

Среди наполнителей по популярности лидируют SUPER BENEK, Pi-Pi-Bent, Cat's Best, Cat Step. Популярны и белорусские марки: в стране развито производство древесных наполнителей.

Небольшие, по российским и европейским меркам, масштабы бизнеса ретейлеров, скромные размеры магазинов и дефицит полочного пространства заставляют белорусскую зоорозницу быть очень гибкой. Быстрая обратная связь от покупателей (понравился продукт или нет) стимулирует ротацию ассортимента на полке: бренды с плохой маржой и оборачиваемостью «вылетают». На их место приходят товары, от которых ретейл ждёт большей эффективности.

Melwin
PREMIUM
PETFOOD
SENIOR
Melwin
PREMIUM PET FOOD
МЯСО
ПТИЦЫ
10 кг
JUNIOR
Melwin
cats
PREMIUM PET FOOD
НЕЖНАЯ
ТЕЛЯТИНА
10 кг
ADULT
Melwin
PREMIUM PET FOOD
ИНДЕЙКА
И РИС
БОЛЬШЕ,
ЧЕМ ПРОСТО ДРУЖБА
ПаркЗоо
СТЕНД J17
ГК «МЕЛКОМ»
8 (4822) 34-87-41
www.melkom.ru
РЕКЛАМА

Что касается покупателей, их поведенческая модель, по мнению зооретейлеров, пока остаётся прежней. Нет серьёзного перетекания клиентов между сегментами «премиум» и «эконом». Основные изменения в этом направлении эксперты прогнозируют на осень.

Оптовики, дистрибьюторы и импортёры

До сих пор ни одна из сервисных компаний в Беларуси не может сказать «у нас есть всё». Даже самые крупные игроки рынка сегодня не способны вложить достаточно средств в закупки, хранение, логистику и сервисное обслуживание максимального числа брендов. Возможно, небольшому зоорынку страны это и не нужно. Поэтому все «интересные» торговые марки на рынке поделены между основными игроками. Кто-то лидер в дистрибьюции кормов, кто-то — в сегменте наполнителей, кто-то занимается ветеринарными препаратами.

Крупнейшими поставщиками зоотоваров для розницы в Беларуси сегодня являются «РусканБел» (Royal Canin), «Алидивест» (Purina), «Ветторгпартнер» (Hill's), «ТИАН групп», «Альпака-Бел» и «ТриолБел».

Лидером кормового рынка страны эксперты считают Royal Canin. Отпускные цены на продукцию «РусканБел» на местном рынке ниже, чем в аналогичном подразделении в России. Специалисты считают, что низкая стоимость кормов — это инвестиция глобальной компании в белорусский зоорынок.

«Ветторгпартнер» — один из крупнейших оптовиков, обеспечивающих Республику Беларусь товарами для домашних животных. Компания на рынке с 2018 года, имеет более 100 поставщиков, эксклюзивные контракты с Hill's, Gheda, JRS, Nederma, BEEZTEES. Одновременно с этим «Ветторгпартнер» является абсолютным лидером по продаже ветеринарных пре-

паратов для мелких домашних животных в Беларуси. Фирма сотрудничает с российскими «Апиценна», «АВЗ», «Астрафарм», VEDA, международными компаниями MSD Animal Health, Elanco, KRKA, Zoetis. Её доля продаж на рынке ветпрепаратов Беларуси оценивается в 75–80%. «Ветторгпартнер» имеет более 5 тысяч кв. м складских помещений. Недавно компания переехала в новый офис с дизайнерским ремонтом и современной эргономикой.

«ТИАН Групп», созданная в 2007 году, работает с TRIXIE, COLLAR, SAVIC, CELPAP, GIGWI и «Мираторгом». Является посредником для части белорусских зоокомпаний по поставкам товаров для животных в гроссери-сегмент.

«Альпака-Бел» находится в Бресте, работает с 2004 года и представляет на рынке продукцию украинских «Кормотеха», «Сузирья», «Лори», польской CERTECH, российских «Велкорма», Mealberry, «Экопрома» и «Лидинга». Имеет три логистических комплекса в Минске, Бресте и Бобруйске.

«ТриолБел» под руководством Сергея Клименко работает с 2016 года, являясь официальным представителем в Республике Беларусь ассоциации предпринимателей зообизнеса «Триол». Портфель компании включает порядка 3 тысяч SKU, покрывая практически все категории зоорынка за исключением ветеринарного направления. Основными брендами компании являются Brit, Cat Step, Triol, Darsi, Molina и торговые марки группы Hagen. Компания располагает 2500 кв. м складских помещений.

!

Сырьё для производства кормов для домашних животных в Беларуси есть: в республике развито сельское хозяйство.

Компания «ВетМедиаСервис» работает с 2009 года. Это оптовое подразделение ветеринарного бизнеса Алексея Базылевского. Компания торгует медикаментами и расходными материалами для ветклиник, в ассортименте — более 10 тысяч наименований. Имеет собственное производство, несколько логистических центров в Беларуси и РФ, склад в 2 тысячи кв. м в Витебске и профессиональную команду из 30 человек, которая обслуживает более 100 клиентов.

В числе заметных оптовых фирм: «Трибьют», импортёр продуктов Versele-Laga и производитель собственного наполнителя «Кошкина полянка»; «СанавиСервис» — дистрибьютор ветпрепаратов

для продуктивных животных; «Зоотерра плюс» — наследница оптового подразделения литовской компании KIKA, представляющая бренд Natural Protection; ИП Адамович (Monge); местный «Ветпродакс» и ИП Рабынин, занимающиеся брендом Farmina.

Особенность белорусского оптового рынка в том, что многие популярные кормовые бренды (например, Monge, Bosch, Happy Dog, Josera, Farmina) в страну привозят небольшие компании. Как правило, у этих фирм не хватает ресурсов для создания серьёзных запасов продукции на складах, для отсрочек платежей крупным розничным сетям, для проведения маркетинговых активностей на рынке. Поэтому в сетевом зооретейле, как правило, этих брендов нет. Чаще всего такие торговые марки представлены в интернет-магазинах, средней и мелкой рознице и активно продаются заводчикам кошек и собак.

«Верить в бренд и развивать его в сетевой рознице можно только при гарантии его стабильных поставок и доступности. Именно поэтому, к сожалению, многие международные бренды, скорее всего, не получат серьёзного объёма продаж на белорусском рынке, пока не попадут в руки крупных компаний»,— считает Александр Поборцев.

Денис Герасимов

Производство кормов в Беларуси

Сегмент производителей кормов для домашних животных в Беларуси крайне узок. Специализированных предприятий практически нет, рассчитать потенциальные мощности выпуска продуктов для питомцев невозможно. Как и в России, влажные корма для животных производят на мясокомбинатах, которые выпускают продукты для людей. Изготовлением сухих кормов занимаются государственное предприятие «Белкорм» и частная компания «Пэтс Фуд».

По словам экспертов, сырьё для производства кормов для домашних животных в Беларуси есть: в республике развито сельское хозяйство. Но в целом местный рынок качественного белкового сырья ограничен. Кроме традиционных говядины, свинины и птичьего мяса, доступны ягнятина и крольчатина. В производстве используют компоненты, произведённые компаниями BASF и DSM, а также ингредиенты английских, итальянских и испанских поставщиков.

Первое частное предприятие по выпуску сухих кормов «Пэтс Фуд» начало работать в 2016 году. Компания — часть белорусского холдинга по производству кормов для продуктивных животных.

Завод расположен в Гродно и выпускает продукты премиального и суперпремиального класса для кошек, собак, грызунов и птиц. Сегодня предприятие имеет собственные торговые марки: Pets Brunch и Ragu, работает и по контракту. Продукт Pets Brunch разрабатывался и тестировался около шести лет, его рецепты созданы бельгийским нутрициологом, ранее работавшим на заводах Royal Canin. Продукты завода продаются только в специализированной рознице, но в ближайшем будущем «Пэтс Фуд» планирует выпуск частной марки для сети FixPrice.

Соотношение собственного производства и СТМ, по словам директора предприятия Дениса Герасимова,— 50/50. Для России «Пэтс Фуд» выпускает, например, корма под брендом Landor.

На заводе используется как сухое сырьё, так и сырое мясо (до 30% в рецепте). Компания выпускает корма в соответствии с нормами FEDIAF. В линейках «суперпремиум» ингредиенты животного происхождения составляют от 40 до 48%. Упаковку для кормов предприятие получает от белорусских поставщиков.

В настоящее время мощности завода полностью не загружены. По словам Дениса Герасимова, предприятие способно увеличить выпуск продукции на 10–15% без ущерба для существующих контрактов. Но для этого нужна уверенность в стабильности сырьевого рынка. «Все проблемы на производстве, как правило, связаны с тремя вещами: оборудованием, сырьём и людьми,— говорит Денис Герасимов.— В тот момент, когда я буду уверен, что три эти составляющие способны выдержать новые объёмы производства,

Monge
Natural Superpremium

№1 ПРОИЗВОДИТЕЛЬ В ИТАЛИИ

КОРМА СУПЕРПРЕМИАЛЬНОГО КАЧЕСТВА ДЛЯ КОШЕК И СОБАК

VALTA.RU

ОСТАВЬТЕ ЗАЯВКУ НА СОТРУДНИЧЕСТВО!

MONGE – СЧАСТЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ ВСЕЙ СЕМЬИ!

Park3oo СТЕНД E4, E3, F2, F3

АО «ВАЛТА ПЕТ ПРОДАКТС» – ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР НА ТЕРРИТОРИИ РОССИИ

Monge Семья

РЕКЛАМА

!

Даже крупные игроки рынка не способны вложить достаточно средств в закупки, хранение и сервисное обслуживание максимального числа брендов.

завод возьмёт дополнительные контракты. Мы и сейчас увеличиваем объёмы выпуска, но очень аккуратно и постепенно, понимая, что те договорённости, которые уже существуют,— в приоритете».

Компания «Белкорм», она же «Жабинковский комбикормовый завод» — государственное предприятие. Продукты для домашних животных здесь выпускают на отдельной линии, которая находится на заводе по производству комбикормов для сельскохозяйственных животных, птиц и рыбоводства.

Завод находится в городе Жабинка в Брестской области. Предприятие выпускает собственные торговые марки от эконом- до суперпремиум-класса и по контракту не работает. Рецепты кормов «Белкорма» разработаны при участии Витебской ветакадемии и компании Petfood Specialities. Продукты компании в основном продаются в традиционной продуктовой рознице. Экспортируются они и в Россию. Основные бренды для собак — Petboom, «РЭКС», ONLY; для кошек — Petboom и CAT FIT. Корма поставляются в силовые структуры Беларуси для кормления служебных собак.

Недавно завод сообщил об увеличении производства и выходе на проектную мощность производственной линии, которая сейчас работает круглосуточно. Как рассказал директор завода Игорь Лобода, в продукции «Белкорма» заинтересованы представители бизнеса из многих регионов России, в том числе из Ленинградской и Московской областей, Северного Кавказа, Краснодарского и Ставропольского краёв. В ближайшее время завод планирует выпуск линейки ветеринарных диет.

Одним из крупнейших мясоперерабатывающих заводов Беларуси является компания «Квинфуд», выпускающая консервы под ТМ «Гродфуд». Предприятие также изготавливает консервированный корм для кошек в жестяных банках и ламистерах под брендом Felicat и для собак под маркой PROPS. В производстве используется мясо говядины, курицы, индейки, утки и печень птицы. Завод готов выполнять заказы предприятий на частные торговые марки. СТМ завода продаётся как в Беларуси, так и в России.

Ветеринарный сегмент рынка

Первая негосударственная ветклиника открылась в Минске в 1997 году. Массовый старт частного ветеринарного бизнеса в Беларуси относится к 2012 году, когда государство сняло запрет на подобную практику. Сегодня та самая первая клиника работает под брендом сети «Доктор Вет», состоящей из двух больших ветеринарных центров и нескольких веткабинетов в Минске. При каждой клинике есть ветаптеки и даже зоомагазины. Ежедневно клиники сети принимают порядка 300 пациентов.

Вторая по времени основания сеть клиник, «Альфа-Вет», ведёт историю с 2008 года. Её владельцы — Александра Болматова и Александр Ушачёв — открыли свою первую клинику в здании бывшего вивария в Институте физиологии. Сегодня в сети три клиники, в которых работают около 60 сотрудников.

Сеть ветеринарных центров доктора Базылевского также работает в Беларуси с 2008 года. В неё входят восемь клиник полного цикла, ведущих приём в режиме 24/7, и ветеринарная школа. В 2019 году на базе Ветеринарного центра был запущен первый в Беларуси МРТ для животных. Сеть имеет свою «российскую половину»: шесть клиник в Москве, Санкт-Петербурге, Смоленске, Севастополе и Брянске. В Москве открыта специализированная клиника только для кошек в рамках международной программы Cat Friendly, вторая такая же скоро появится в Санкт-Петербурге.

Ещё одна прекрасно оснащённая ветеринарная клиника в Минске — «Сас Энимал Сервис» — основана в 2012 году врачом Сергеем Сасом.

По мнению наших спикеров, на ветеринарном рынке Беларуси спрос пока значительно превышает предложение: ветрынок республики освоен примерно на 40%. Уровень клиник по стране — очень разный: спектр услуг в областных центрах оставляет желать лучшего. А в маленьких городах республики клиник для животных нет в принципе.

ХВОСТ НЬЮС
Pet-friendly сообщество

«Хвост Ньюс» - это pet-friendly сообщество, которое объединяет всех, кто неравнодушен к домашним питомцам, хочет делиться опытом и получать новые знания.

Мобильное приложение

- Рекомендации экспертов
- Познавательные видео
- Проверенные экспертами статьи о содержании и воспитании домашних любимцев

доступно в App Store

доступно в Google Play

Онлайн - журнал HVOST.NEWS

- Новости из мира хвостатых питомцев
- Советы ветеринарных врачей
- Интервью и обзоры pet-friendly мест
- Анонсы и репортажи с мероприятий

Мы в социальных сетях

- Конкурсы
- Розыгрыши ценных призов
- Общение с единомышленниками

ВКонтакте

Одноклассники

YouTube

- Ток-шоу
- Передачи о породах собак и кошек
- Всё самое интересное из мира птиц и грызунов

ПарkZoo СТЕНД E4, E3, F2, F3

РЕКЛАМА

Одна из причин недостатка клиник на зоорынке — проблема с кадрами. В крупнейшей Витебской ветакадемии из 320 мест только 20 — платные со свободным распределением. 300 выпускников обязаны после окончания вуза отработать три-пять лет в колхозах республики. Многие из них уходят из профессии, не найдя мотивации для дальнейшего развития. При высоком авторитете ветеринарного врача ценность его услуг для владельцев животных находится на низком уровне, как и культура пользования ветеринарными услугами.

Значимый аспект белорусского ветбизнеса — его низкая рентабельность. Это связано с плохой покупательной способностью населения, что влияет на стоимость ветуслуг, а также с высокими зарплатами врачей, которые призваны удержать специалистов ввиду их острого дефицита на рынке.

Центр доктора Базылевского

Прогнозы и перспективы

Белорусский зоорынок сами его участники сравнивают с золотыми приисками. Чтобы намыть крупицы золота, нужно много и настойчиво работать, шаг за шагом продвигаясь к цели. Рынок не принимает агрессивных методов захвата чужой доли или расширения дистрибьюции, во всяком случае, старожилы такого не припоминают.

По мнению Александра Поборцева, крайне маловероятно, что количество и персоналии ключевых игроков рынка в ближайшее время изменятся. Среди крупных компаний не предвидится ни слияний, ни поглощений. Если западный или российский капитал захочет войти на рынок зоотоваров Беларуси, то, скорее всего, ему придётся приобретать готовый бизнес. Создать что-то своё — розничную сеть или сервисную компанию — будет сложно. Опыт литовской зоосети KIKA, которая продержалась на белорусском рынке около пяти лет, но так и не стала «своей», показывает, что варягов здесь не ждут и не очень любят.

По словам Олега Репеки, сегодня наблюдается интерес российских компаний к «параллельному импорту» зоотоваров из Беларуси (мы писали об этой проблеме в «Зообизнесе в России», 1/2021). Увеличились запросы на импортные корма от маркетплейсов. Объём поставок по этим каналам вырос настолько, что можно предположить, что значительная часть товара перетекает в Россию. (Мы проверили слова Олега и убедились в том, что, например, на Wildberries в карточках многих кормов для кошек и собак, которые уже не завозятся в Россию, поставщиками значатся белорусские компании.)

Если говорить о прогнозах, то игроки рынка считают, что тренд на премиумизацию продаж замедлится. Уже сейчас интерес к премиум-сегменту заметно снизился, хотя локальный спрос на некоторые дорогие товары всё ещё сохраняется. По мнению наших собеседников, в обозримом будущем белорусский зоорынок ждёт неизбежное сужение ассортимента и снижение уровня маркетинга. Не исключено и возвращение «челночества» — ввоза товаров маленькими партиями через западную границу.

Белорусский зообизнес в своём развитии повторяет, за некоторым исключением, основные тренды российского. Однотипные рынки могут успешно сотрудничать и даже объединяться. В Беларуси много ресурсов и возможностей, которые могут быть полезны российскому зоорынку. Предприятия республики способны увеличить производство кормов для россиян, возможны попытки локализации западных брендов на заводах республики. Интересны России и поставки упаковки, в том числе жестяных банок для консервов, а также сырья для производства продуктов для животных. Российские компании-производители, уже зашедшие на рынок Беларуси, могут получить дополнительные продажи за счёт ухода из страны западных брендов (например, в ветеринарном сегменте). Возможна и коллаборация ветеринарных компаний наших стран для насыщения рынка ветуслуг в республике.

Несомненно, что рынки России и Белоруссии намерены продолжать сотрудничество. Насколько масштабным оно будет — покажет ближайшее время.

END

Редакция «Зообизнеса в России» благодарит наших экспертов: Александра Поборцева и Юлию Кашпар («Ветторгпартнер»), Олега Репеку («Альпака-Бел»), Сергея Клименко («ТриолБел»), Дениса Герасимова («Пэтс Фуд»), Александра Ушачёва («Альфа-Вет»), Алексея Базылевского (Ветеринарный центр доктора Базылевского), Елену Курзину («Доктор Вет»).