

Dwa miliardy na smyczy

tekst: Barbara Frątczak-Rudnicka

Nieprzypadkowo karma, produkty i usługi dla zwierząt domowych okazały się kategorią najbardziej odporną na kryzys i recesję. Rynek to duży i pewny. Zarówno masowy, jak i luksusowy. To już nie jest nisza dla małych sklepików.



Niemal połowa Polaków (48 proc.) ma w swoim domu jakieś zwierzę. Aż 85 proc. właścicieli zwierząt towarzyszących twierdzi, że łączy ich z pupilami silna więź. Prawie wszyscy nadają im imiona. Prawie wszyscy (96 proc.) uważają, że zwierzęta odczuwają emocje, radość, ból i tęsknotę tak samo jak ludzie. Rozmawiają więc z nimi, bawią się, a co drugi kupuje im prezenty z okazji Bożego Narodzenia lub urodzin.

Foto ©: Corbis/www.fotohameis.com

Według badań 73 proc. amerykańskich właścicieli psów woli być nazywanymi „rodzicami psów” (dog parents) lub „rodzicami zwierzaków” (pet parents) niż „właścicielami zwierzaków”. Zaś 81 proc. właścicieli

zwierząt domowych twierdzi, że ich status w rodzinie jest równy jej ludzkim członkom. Pojęcie „pet parent” na określenie właścicieli zwierzaków domowych spopularyzowali autorzy książki „Mikrotrendy. Małe siły, które niosą wielkie zmiany”

– Penn i Zalesne, opisując miliony Amerykanów, którzy swoje zwierzęta traktują jak zastępcze dzieci. Bo zwierzęta zastępują im emocjonalną pustkę po dziecku. I chociaż większość Polaków traktuje swoje psy jak przyjaciół, a tylko 36 proc. ►►

» uważa je za członków swojej rodziny, to także w Polsce zachodzą duże zmiany w sposobie traktowania zwierząt towarzyszących. Nieprzypadkowo używamy względem nich coraz częściej słowa „adopcja”, zarezerwowanego onegdaj tylko dla ludzkich dzieci. Stoją za tą sytuacją trendy demograficzne w nowoczesnych społeczeństwach: wydłużanie się czasu trwania życia, opóźnianie posiadania dzieci, zwiększająca się liczba ludzi samotnych. Single w różnym wieku, puste gniazda, bezdzietni z wyboru lub konieczności, jedynacy – wielu osobom zwierzę pomaga zwalczać samotność. Nie wydaje się przypadkiem to, że równoległe do spadku liczby dzieci w Polsce wzrasta liczba zwierząt towarzyszących.

Rynek to pewny i warty 2 mld zł!

Wiadomo, że pieniądze na dzieci się nie żałuje. Nieprzypadkowo karma, produkty i usługi dla zwierząt domowych okazały się kategorią najbardziej odporną na kryzys i recesję. Rynek to zatem nie tylko duży, ale i pewny. To rynek zarówno masowy, jak i luksusowy. To już nie jest nisza dla małych sklepików, jest tu miejsce dla dużych marketów i butików. Karmę dla zwierząt domowych oferują obecnie wszystkie kanały handlu tradycyjnego, tak, abyśmy robiąc zakupy dla rodziny równoległe mogli także zaopatrzyć jej zwierzęcego członka.

Pod względem liczby psów Polska jest na trzecim miejscu w Europie, po Wielkiej Brytanii i Niemczech. W co drugim naszym gospodarstwie domowym jest pies. Kotów jest trochę mniej. Rosną wydatki Polaków na gotową karmę, chociaż na tle Europy mało, bo tylko 20 proc. właścicieli żywi swoje zwierzęta wyłącznie gotowymi posiłkami (w Wielkiej Brytanii to 65 proc., w Danii – 95). Rynek rośnie szybciej niż liczba zwierząt, co oznacza, że rosną wydatki na przeciętnego

zwierzaka. Według danych Euromonitor International, w 2015 r. rynek samej psiej i kociej karmy przekroczy wartość 2 mld zł. Szacuje się, że w ciągu najbliższych lat rynek ten będzie rósł w tempie około 15 proc. rocznie.

Dania z kaczki i modne ubranka

Następuje ulepszanie receptur, dochodzą nowe smaki, modyfikowane są opakowania. Są specjalne karmy dla maluchów, zwierząt po sterylizacji, z nadwagą, dla seniorów oraz hipoalergiczne. Coraz bardziej widocznym trendem, zwłaszcza jeżeli chodzi o karmy kocie, jest powstawanie bogatej oferty produktów premium i superpremium – dania z kaczki, króliczej wątróbki lub owoców morza. A równocześnie rośnie popularność i jakość karmy marek własnych.

Smakołyki, ciasteczka, psie czekoladki od lat są oferowane naszym pupilom. Ostatnio w ofercie pojawiły się też... lody (do kupienia m.in. w Warszawie, w lodziarni Limoni). Sprzedaż łakoci odbywa się zgodnie z najnowszymi trendami, np. „Fido-to-go”, popularny w Chicago food-truck pełen psich łakoci, szybko znajduje naśladowców w innych amerykańskich miastach. Także „domowe” ciasteczka z Psiej Piekarni kupimy na popularnym w Warszawie Targu Śniadaniowym.

Poszerza i dywersyfikuje się oferta ubrań, zabawek i akcesoriów dla zwierząt, także tych z górnej półki. Na przykład polska firma Bowl & Bone Republic sprzedaje swoje produkty w eleganckich salonach piękności dla psów oraz w internecie.

Internet na smyczy

Według badań w internecie kupuje karmę i akcesoria dla zwierząt ponad 40 proc. właścicieli. Ponadto poszukuje się tam informacji. Statystyki mówią, że 30 proc. właścicieli pozyskuje informacje na temat zdrowia podopiecznych z internetu, 6 proc.

z prasy hobbystycznej, 3 proc. z radia lub telewizji, 3 proc. z ulotek i reklam. Niedawno utworzony polski portal Pethome.pl pozwala nie tylko na tworzenie profili dla zwierząt, na wymienianie się ich zdjęciami czy komentowanie zdjęć znajomych, ale także pomaga szukać psów do adopcji i udziela porad zdrowotnych. Takie porady znajdziemy też na stronach „Mam psa”, „Cztery łapy”, „Kochamy zwierzaki”.

Rano do weterynarza...

94 proc. opiekunów zwierząt deklaruje, że w razie problemów zdrowotnych odwiedzą lecznicę weterynaryjną, a około 24 proc. traktuje takie wizyty profilaktycznie, jako element troski o zdrowie i dobre samopoczucie swojego podopiecznego. Weterynarze, którzy byli przyzwyczajeni do zmagania się z wścieklizną i nosacizną, teraz zajmują się otyłością, chorobami nerek i arteriosklerozą. W Polsce obecnie zaczyna brakować weterynarzy specjalistów. Od lat funkcjonują wyspecjalizowani psychologowie, „behawioryści” i „korektorzy” zachowań zwierząt.

Wartość rynku farmaceutycznego dla małych zwierząt to w Polsce 190 mln zł. Wartość usług towarzyszących szacuje się na około 480 mln zł. Dobra opieka się opłaca – szacuje się, że dzięki dobrej karmie i opiece weterynaryjnej zwierzęta żyją obecnie 3–4 razy dłużej niż 30 lat temu.

W związku z rosnącym kosztami i oczekiwaniami względem opieki medycznej dla zwierząt w wielu krajach popularne stały się ubezpieczenia. W Polsce do niedawna można było je wykupić tylko w pakiecie z ubezpieczeniem domu lub mieszkania, ale pojawiły się już w ofercie jako samodzielne produkty. Na przykład Petsupport oferuje obecnie pakiety Basic, Standard i VIP. W Polsce ta usługa dopiero raczkuje, ale w Szwecji ubezpieczonych jest 70 proc. zwierzątek, w Niemczech 33 proc.

W południe kosmetyczka, wieczorem TV

Rośnie też oferta różnego rodzaju mniej i bardziej wyszukanych usług dla zwierząt – oprócz weterynaryjnych, usługi kosmetyczne, fryzjerskie, dietetyczne, hotelarskie. Rok temu ruszył w USA pierwszy, specjalny kanał telewizyjny dla psów – DogTV. Za 4,99 dol. miesięcznie można zapewnić psu rozrywkę i wyciszenie za każdym razem, gdy zwierzę musi zostać samo w domu. Podobny kanał uruchomiono już w Izraelu i w Wielkiej Brytanii.

Są też usługi związane z cyklem życia: przedszkola dla szceniąt uczące „socializacji”, psie randki i... wesela, są nawet domy spokojnej starości (to na razie nie w Polsce). A także zwierzęce pogrzeby i nagrobki, krematoria i cmentarze, także wirtualne (np. Teczowy-most.pl, Pupile.nekropoli.pl, Cmentarz-zwierząt.pl).

Bez trudu znajdziemy w Polsce hotele i pensjonaty dla zwierzków, gdzie możemy je spokojnie zostawić, gdy musimy bez nich gdzieś wyjechać. Infrastruktura i standard – różne, także ceny (czasem niewiele niższe niż w „ludzkich” placówkach). Oferują pobyt w kojcach na dworze lub w specjalnych pokojach. Coraz więcej jest też hoteli i ośrodków wczasowych przeznaczonych dla osób podróżujących z psami. Są już też restauracje, gdzie nie tylko można wejść z psem, ale gdzie może on liczyć na miskę wody i psi smakołyk. Nad polskim morzem pojawiały się też gdzieś tam specjalne, wydzielone plaże, na których można przebywać i kąpać się razem z psami.

Wybiegi i parki dla psów to w Polsce ciągle rzadkość, ale i tu powiał wiatr zmian. W Warszawie jest 6 miejsc wydzielonych specjalnie dla psów, ale zapowiedziano już stworzenie duhuhektarowego z prawdziwego zdarzenia parku dla psów na Polu Mokotowskim. Będzie tam miejsce dla zwykłych spacerów, wydzielona część dla szczeniaków i teren dla psów

o zacięciu sportowym (hopki, tunele, górki itp.) oraz sztuczna rzeka do kąpiele.

Miejsca przyjazne psom wskażą nam m.in. blogi: Nie-taki-pies, PieswWarszawie, Zwierzolubni.pl, Zpazurem.pl, a polecenia znajdują się też na portalu GoldenLine.

Elektronika na czterech łapach

Rośnie oferta gadżetów elektronicznych, np. obroże monitorujące aktywność i parametry zdrowotne psa i sygnalizujące np. że pies ma za mało ruchu. Może to być darmowa aplikacja (np. od Puriny) albo bardziej zaawansowany system połączony z obrożą (jak Whistle Activity Monitor) lub PetPace – inteligentna obroża monitorująca (wstrząsoodporna, wodoszczelna i wytrzymała na pył i kurz), na razie dostępna tylko w USA.

Są też zdalnie sterowane zabawki (nie trzeba już biegać za tą piłką!), kamery do zdalnego nadzoru (np. Pet's Eye View) i komunikatory wideo. Taki PetChat to urządzenie z kamerą i monitorem umieszczonym na wysokości oczu psa, który umożliwia kontakt ze zwierzęciem, a nawet nagrodzenie go smakołykiem, ponieważ jest wyposażone w zdalnie uruchamiany pojemnik. Kolejny wideokomunikator jest wyposażony w laserowy wskaźnik, którym – zdalnie – możemy pobawić się z kotem lub psem. No i oczywiście specjalne obroże z systemem GPS, pozwalające zlokalizować zwierzę, gdyby nam się zerwało ze smyczy (np. Aportuj.pl).

Facebook miauczy i szczeka

Facebook oszacował, że około 10 proc. kont na tym portalu nie należy do ludzi, a do ich zwierząt. W Stanach Zjednoczonych 14 proc. właścicieli psów założyło w ich imieniu konta na FB. Udostępniono więc specjalne aplikacje Catbook i Dogbook, które służą temu, żeby oddzielić zdjęcia i wpisy dotyczące twojego kota

lub psa od twojego głównego konta, żeby nie zasypywać nimi niechętnych im znajomych. Ponad połowa zwierzaków ma na FB więcej niż 25 znajomych! Na przykład polski kot Kitek Fiodro Ryś ma 150 znajomych (chwali się np., że złapał właśnie muchę albo że aportuje kapsle). Nie wspominając już o psie Marka i Cilli Zuckerbergów o imieniu Beast, który „mówi” o swoim tacie, np. że zapoznaje go z najnowszymi wiadomościami, a o mamie, np. że upina mu włosy, żeby mu oczu nie zasłaniały! Te ciekawostki spija z jego ust (pyska) 1,9 miliona fanów!

I pamiętajcie – 26 kwietnia obchodzimy Pet Parents Day!

Barbara Frątczak-Rudnicka, konsultant ds. badań, 4P research mix.

barbarafratczak@4prm.com

Artykuł ten prezentuje jeden z trendów opisywanych w raporcie 4P research mix dotyczącym nowych trendów w życiu polskich rodzin. Zainteresowanych zapraszamy na naszą stronę: www.4Prm.com.

Źródła m.in.:

- „DOGgadaj się z psem”, TNS OBOP – Purina, 2010
- Fajerski M. „Coraz większe zoozapotrzebowanie”, Rynek Zoologiczny, 09.2012, http://www.rynekzoologiczny.pl/nr/raport/coraz_wieksze_zoozapotrzebowanie.html
- Konecki K. „Ludzie i ich zwierzęta”, Scholar, 2005
- Krowicka B. „Gotowa uczta dla Burka i Mruczka”, www.zyciejhandlowe.com, 2014-05-26
- Majdan K. „Facebook nie tylko dla ludzi...”, <http://natemat.pl/13807,facebook-nie-tylko-dla-ludzi-zwierzeta-tez-maja-profile-i-pisza-blogi> [dostęp: 2014-09-02]
- „Meet the New Family”, JTW, 2014
- „Miliardy na psy i koty...”, wyborcza.pl, 03-01-2014
- Nowaczyk-Woźniak B. „Dobry biznes – o rynku karm dla psa i kota”, Rynek Zoologiczny, http://www.rynekzoologiczny.pl/pg/pl/puls_branzy/dobry_biznes_o_rynku.html [dostęp: 2014-10-12]
- Penn M., Zalesne E., „Mikrotrendy. Małe siły, które niosą wielkie zmiany”, MT Biznes, 2011
- „Pet Parent Survey”, Keltoin Survey, 2011
- „Polak i jego pies”, http://www.rynekzoologiczny.pl/pg/pl/warto_wiedziec/polak_i_jego_pies.html [dostęp: 2014-11-11]
- „Social Savy Critters”, infografika, ebay classified [dostęp: 2014-10-12]
- Walczak A. „Pies biznes”, http://www.biznesweterynaryjny.pl/nr/raport/pies_biznes.html02.2012
- „Zwierzęta w polskich domach”, TNS, 10.2014