

KAM SMĚŘUJE VÝCHODOEVROPSKÝ TRH pet food a pet care?

Východoevropský trh chovatelských potřeb pokračoval nezadržitelnou rychlostí v růstu. V roce 2005 vzrostla regionální hodnota prodeje o 21,4 % na 1,5 miliardy USD. Celkový růst ve východní Evropě byl poháněn zvyšující se kupní silou spotřebitelů, vyššími výdaji na nadstandardní a zbytečné produkty a rostoucím uvědomováním si všech benefitů, které nabízejí průmyslově připravované produkty. Všechny tyto faktory a trendy se vzájemně prolínají a vytvářejí příznivé podmínky pro odbyt chovatelských potřeb v rozvíjejících se východoevropských zemích. Největšími východoevropskými trhy pet food a pet care produktů byly v roce 2005 Polsko, Rusko, Maďarsko a Česká republika. Zdravé nárůsty, i když z nižších úrovní, byly za sledo-

vané období zaznamenány také v Rumunsku, Bulharsku, na Slovensku a Ukrajině. Přestože úroveň rozšířenosti průmyslově připravovaného krmiva pro psy a kočky byla v mnoha těchto zemích nízká, spotřeba na domácnost v rozmezí let 1999 až 2005 rapidně vzrostla. Přesto však východoevropské trhy ve srovnání se svými západními sousedy zůstaly v roce 2005 na relativně nízké úrovni. Průměrná východoevropská domácnost v roce 2005 utratila za tyto produkty 13 USD, zatímco průměrná spotřeba na jednu domácnost v západní Evropě činila 116 USD.

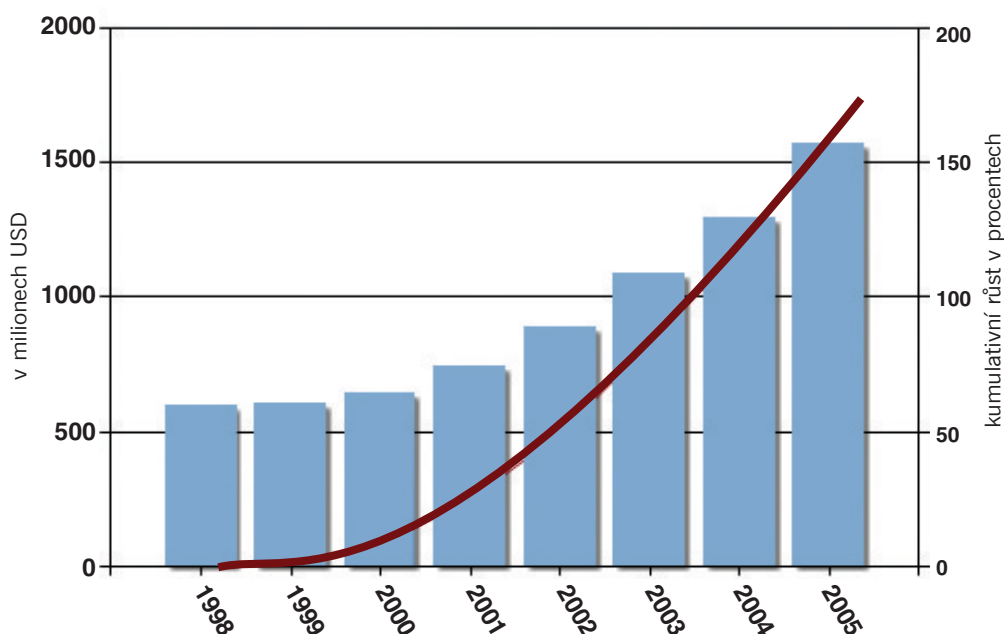
Tento markantní rozdíl je výsledkem nízké úrovně disponibilních příjmů, což je problémem dokonce i ve vyspělých východoevropských zemích.

Euromonitor International, světový lídr na poli zpravodajství globálního spotřebního trhu, bedlivě sleduje události také na největších východoevropských trzích produktů pet food a pet care a identifikuje klíčové faktory ovlivňující jejich dynamiku.

Největšími východoevropskými trhy chovatelských potřeb zůstávají Polsko a Rusko. Podle Euromonitoru International zaujímalo v roce 2005 největší podíl na trhu Rusko (měřeno ve stálých cenách) a zaznamenalo nárůst o 19,1 % oproti předchozímu roku. V důsledku projevujícího se odklonu spotřebitelů od ekonomické kategorie krmiv směrem k dražším produktům byla hnací silou růstu střední cenová kategorie krmiv pro zvířata. Vzrostla rovněž průměrná kupní síla a zákazníci začali nakupovat zbytečné zboží a produkty. Tato tendence byla patrná i v roce 2005, a výrobci proto nabídli široké spektrum různých typů prémiových a nadstandardních typů krmiv a pečujících výrobků. Přestože silnější nárůst se projevil u dražšího zboží, velmi oblíbené zůstalo i zboží nižší cenové kategorie. Zvyšující se poptávka po průmyslově připravovaných produktech, jejichž používání je pro majitele zvířat pohodlné a výhodné, podporuje hodnotový růst, který je dále posilován silnými reklamními kampaněmi nadnárodních společností, jako jsou Mars a Nestlé.

Zdroj: Euromonitor International

VÝCHODOEVROPSKÝ TRH 1998-2005
pet food a pet care



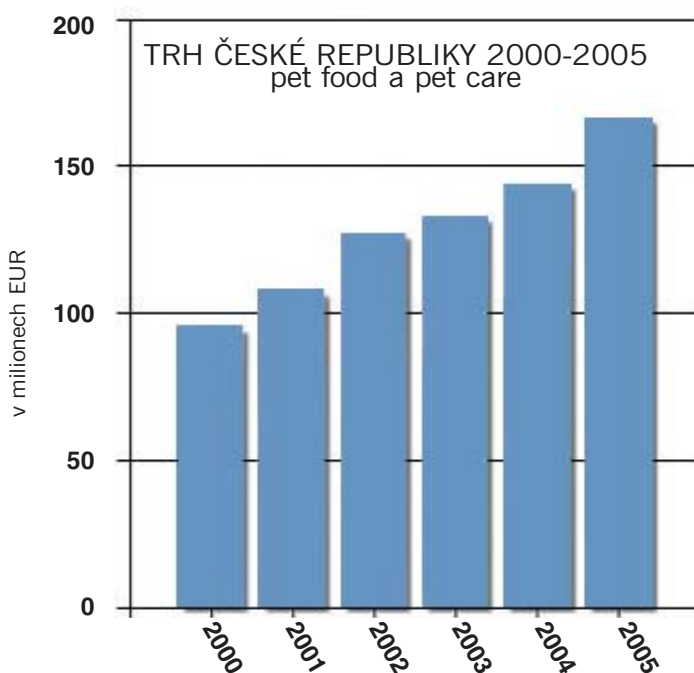
>> Průměrná východo-evropská domácnost v roce 2005 utratila za tyto produkty 13 USD, zatímco průměrná spotřeba na jednu domácnost v západní Evropě činila 116 USD. >>

V roce 2005 byl zaznamenán další rozvoj sektoru chovatelských potřeb také v Polsku. Mezi faktory, které měly největší pozitivní dopad na prodej, patřil růst průměrných disponibilních příjmů polských zákazníků spolu se zvyšujícími se požadavky na zdraví jejich domácích mazlíčků. Hodnota prodeje chovatelských potřeb zde v roce 2005 dosáhla více než 370 milionů USD, což ve srovnání s předchozím rokem představuje nárůst o 27,7 %.

Počet polských domácností vlastnících zvířecí miláčky ve zkoumaném období stabilně rostl. Vyrovnaný nárůst kočičí a psí populace byl odrazem trendu směrem k jednočlenným domácnostem a potřebě společníka. Polská kupní síla rostla a s ní i výdaje na chovatelské potřeby, které v přepočtu na jednu domácnost činily kolem 27,5 USD. Jen pro srovnání: útrata na jednu ruskou domácnost se pohybovala kolem pouhých 7,6 USD.

MAĎARSKO A ČESKÁ REPUBLIKA: PRODEJ JE ŘÍZEN TRENDEM „HUMANIZACE“

Nejdynamičtějším rozvojem z celé střední a východní Evropy prochází v sektoru krmiv pro zvířata během několika posledních let Maďarsko. Ve 39 % maďarských domácností najdeme psy a ve 36 % kočky. Sílicí ekonomika spolu s nárůstem nadnárodních výrobců krmiv pro zvířata



Zdroj: Euromonitor International

a obchodních řetězců, v kombinaci s nedostatkem volného času a demografickými změnami se podílí na tom, že stále více disponibilních příjmů je vydáváno na krmiva. Na Maďarsko v roce 2005 připadlo téměř 31 % hodnoty prodeje chovatelských potřeb v rámci východní Evropy. Růst byl trvalý napříč všemi hlavními produktovými kategoriemi, ale nejvíce se projevoval v oblasti péče o zdraví mazlíčků. Tento trend byl podporován zvýšenou poptávkou po těchto produktech způsobenou rostoucím počtem majitelů zvířat ve městech, kteří své miláčky často berou k veterináři, ať už za účelem léčby zdravotních problémů nebo na komplexní zdravotní prohlídky. Prodeje produktů pet food a pet care v Maďarsku a v České republice ve sledovaném období pokračovaly v dynamické růstu dosahujícím hodnoty prodeje 287,6 milionu USD (Maďarsko) a 217,9 milionu USD (Česká republika). Růst prodeje byl ovlivněn zvyšujícím se počtem majitelů koček a psů, kteří své miláčky krmí komerčně připraveným krmivem. Procentuální podíl komerčně připravovaného krmiva však zůstal v porovnání s vyspělými západními zeměmi nízký, proto se další růstový potenciál jeví jako slibný. V České republice byly hybnou silou růstu především produktové inovace spolu se spotřebitelským požadavkem po

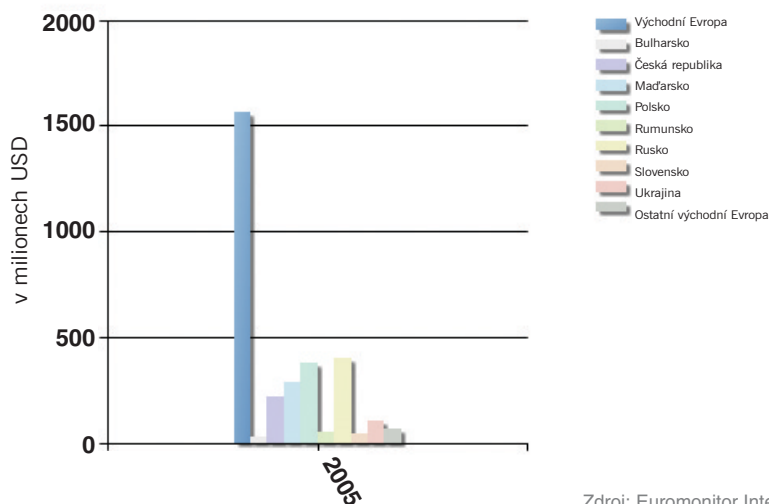
kvalitním krmivem s vyšší výživnou hodnotou. Poptávku po praktických, emotivně podbarvených a doplňkových krmivech ovlivňoval také trend polidšťování miláčků jejich majiteli. Stejně jako je tomu u naší lidské stravy, také v oblasti krmiv pro zvířata převládl trend směrem k pohodlí a praktičnosti.

Ačkoliv prémiová krmiva zaznamenala ve sledovaném období nejsilnější nárůst, pozitivní výsledky vykazovala také střední cenová kategorie krmiv pro psy a kočky. V růstu pokračovala také ekonomická kategorie krmiv, spíše ovšem v objemu než v hodnotě.

RUMUNSKO, UKRAJINA A SLOVENSKO: OBROVSKÝ POTENCIÁL PRO DALŠÍ RŮST

Slovenští, ukrajinští a rumunští zákazníci věnovali v roce 2005 ve větší míře než dříve pozornost kvalitnímu a nutričně hodnotnému krmivu. Navzdory tomuto trendu zůstala mezi majiteli zvířat velmi oblíbená i levná cenová kategorie krmiv, která na těchto trzích vykazovala jeden z největších objemových nárůstů. Milácci jsou v těchto zemích navíc stále více považováni za členy rodiny. Tento faktor ovlivnil jak prodej kvalitních prémiových a na různé životní etapy zvířete specializovaných výrobků, tak i různých doplňků, jako je např. oblečení pro psy a kočky. >>

SROVNÁNÍ TRHŮ ZEMÍ VÝCHODNÍ EVROPY 2005 pet food a pet care



Zdroj: Euromonitor International

Rumunský trh chovatelských potřeb byl nejrychleji rostoucím trhem ve východní Evropě. V roce 2005 zaznamenal nárůst o 31 % v hodnotě – hodnota prodeje dosáhla 46,7 miliónu USD. Tento růst, zejména v kategorii krmiv pro kočky a psy, byl ovlivněn zvýšením počtu jednočlenných domácností – mnoho Rumunů si jako společníka pořídilo právě čtyřnohého přítele. Rumunsko v roce 2005 zaznamenalo nejrychlejší nárůst v krmivech pro kočky.

Hnací silou byl zvýšený zájem zákazníků o výživu koček, zejména mezi majiteli žijícími v městských aglomeracích. Naproti tomu na rumunském venkově se krmiva pro kočky v podstatě neprodávají. Je to způsobeno jednak nízkou kupní silou a jednak také tím, že kočky jsou obvykle pořizovány z ryze praktických důvodů – aby lovily myši.

Na Slovensku naopak zase zůstala nejdůležitější subkategorií krmiva pro psy. V roce 2005 zaujímala až 55 % hodnoty prodeje chovatelských potřeb. Hodnota prodeje v sektoru pet food a pet care na Slovensku loni dosáhla 45 miliónů USD. Hodnota

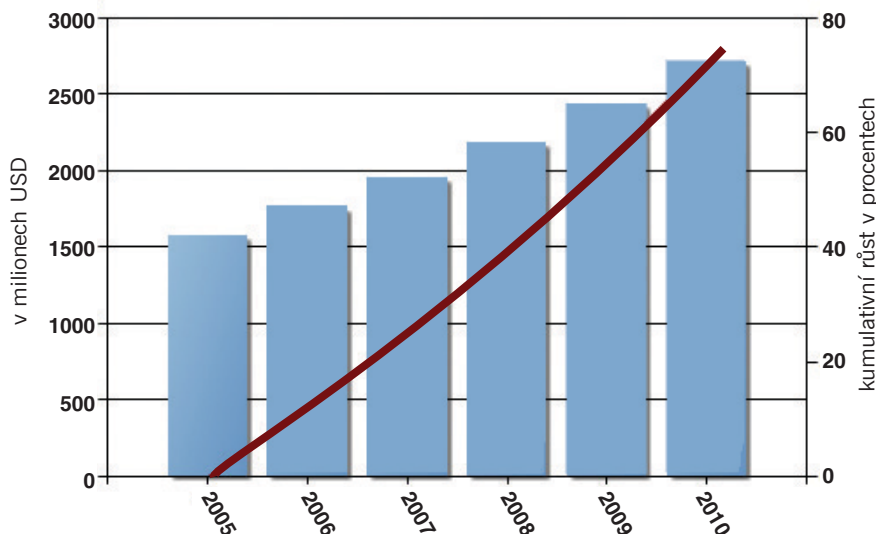
prodeje krmiv pro psy oproti předchozímu roku vzrostla o 5 %. Nárůst v hodnotách byl poháněn především pochoutkami pro psy, které se mezi slovenskými zákazníky staly velmi populárními. Bez těchto pamlsků by růst v hodnotě byl spíše nízký, neboť ekonomická cenová kategorie krmiv

pro psy se stále těší velké oblibě. Také slovenský trh má z celkového pohledu značný potenciál pro další růst, přestože procentuální podíl komerčně připravovaného krmiva představuje přibližně pouze jednu pětinu průměru zemí EU. Rozvoj ukrajinského trhu chovatelských potřeb byl do značné míry ovlivněn limitovanou dostupností sofistikovanějších a nadstandardních produktů, podmíněnou především rozlehlostí tohoto regionu a obtížně přístupnými venkovskými oblastmi. Tento faktor, podobně jako všeobecný nedostatek povědomí o spotřebním zboží, omezil v roce 2005 výdaje domácností. Hlavním činitelem, který bránil rozvoji prodeje na Ukrajině, byla především málo rozvinutá ekonomika a z toho vyplývající nízké

>> Celková hodnota prodeje východoevropského trhu chovatelských potřeb by se měla do roku 2010 vyšplhat z 1,5 až na 2,7 miliard USD. >>

Zdroj: Euromonitor International

PROGNÓZA ROZVOJE VÝCHODOEVROPSKÉHO TRHU pet food a pet care



disponibilní příjmy, což způsobuje, že majitelé zvířat citlivě reagují na cenu výrobku. Výdaje na jednu domácnost zde v roce 2005 dosáhly pouhých 5 USD, s nárůstem 12,3 % oproti předchozímu roku.

Celková hodnota prodeje produktů pet food and pet care na Ukrajině dosáhla 100,1 milionu USD. Hlavním impulzem zde byl pokračující nárůst prodeje suchého krmiva pro psy na úkor mokrého, neboť suché krmivo pro psy je na Ukrajině považováno za zdravější a praktičtější než mokré. Sílicí urbanizace a reklamní kampaně nadnárodních výrobců i zde loni podpořily růst prodeje.

DALŠÍ VYHLÍDKY

Podle předpovědi Euromonitor International se v pětileté periodě 2005 až 2010 můžeme těšit na další růst segmentu chovatelských potřeb. Hlavním a očekávaným tahounem tohoto růstu na rozvíjejících se trzích kromě Severní Ameriky, západní Evropy a Australasie je stále se zvyšující počet majitelů zvířat a pokračující odklon od doma připravovaného krmiva směrem ke komerčně vyráběnému. Východní Evropa si zaslouží pozornost už jen vzhledem k největším předpokládaným nárůstům (78 %). Celková hodnota prodeje východoevropského trhu chovatelských potřeb by se měla do roku 2010 vyšplhat až na 2,7 miliard USD. Prodej bude nadále podporován rostoucí hodnotou disponibilních příjmů východoevropských spotřebitelů a nedostatkem volného času. Kromě toho bude v průběhu příštích pěti let v zemích východní Evropy dále pokračovat trend polidštvání zvířecích mazlíčků a v popředí bude i zájem o jejich zdraví a wellness.

Očekává se, že spotřebitelé v Polsku, Maďarsku, Rumunsku, na Slovensku a v České republice budou utrácet stále více peněz za praktické a funkční produkty poskytující různé zdra-

>> Procentuální podíl komerčně připravovaného krmiva ve východní Evropě zůstal v porovnání s vyspělými západními zeměmi nízký, proto se další růstový potenciál jeví jako slibný. >>

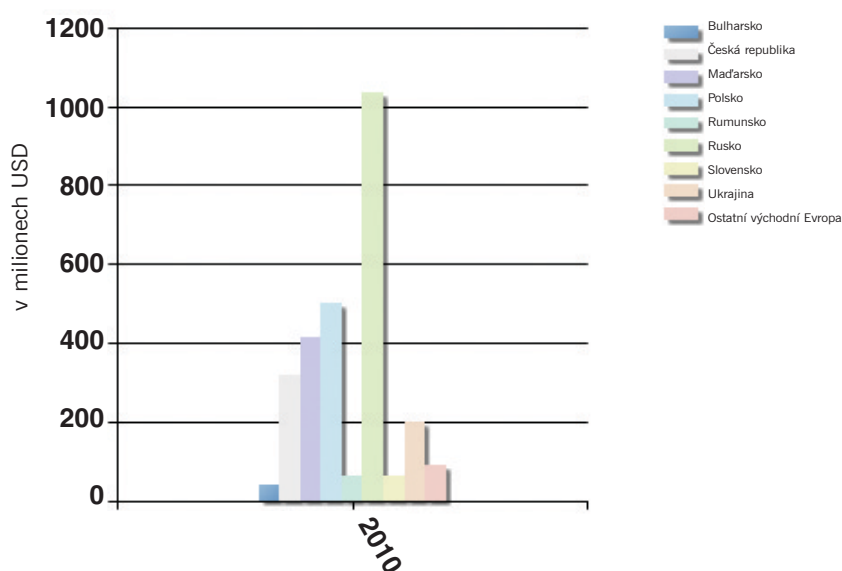
votní benefity, stejně jako za doplňky a dárky, které pomáhají posílit emoční vazby mezi zvířaty a jejich majiteli. Obzvláště silný růst v kategorii krmiv pro psy a kočky se očekává v Polsku, České republice a Maďarsku, zejména díky výhodám plynoucím z jejich členství v EU. Například v Polsku se očekává růst počtu zahraničních investorů, neboť ekonomická situace země se stabilizuje a importní i exportní vztahy na otevřeném západoevropském trhu vytvářejí pro domácí hráče zajímavé příležitosti. Zlepšení ekonomické situace bude zároveň posilovat spotřebu. Rápidní ekonomický rozvoj v Rusku

pravděpodobně podpoří zvýšenou spotřebu průmyslově připravovaných krmiv a dalších chovatelských potřeb. Růst ve stálých cenách bude dynamický, jelikož výrobci nebudou nuceni udržovat nízké prodejní ceny, aby vygenerovali dostatečný objem prodeje.

Hodnotu prodeje v těchto zemích posílí také nadstandardní produkty s prémiovými a superprémiovými produkty připravenými k silnému růstu. Na ostatních menších trzích v tomto regionu se rovněž očekává pokračující trend směrem ke střednímu a prémiovému cenovému segmentu krmiv pro kočky a psy, jednak v souvislosti s tím, že spotřebitelé požadují větší pohodlí a více benefitů, které mohou v pozitivním smyslu ovlivňovat zdraví jejich miláčků, a jednak i v souvislosti s růstem disponibilních příjmů.

Článek byl pro časopis PET MEDIA exkluzivně zpracován analytiky společnosti Euromonitor International.

PROGNÓZA ROZVOJE TRHŮ ZEMÍ VÝCHODNÍ EVROPY pet food a pet care



Zdroj: Euromonitor International