

Pranešimas žiniasklaidai

2024 12 11

**Šunų ir kačių maistas –**

**viena iš sparčiausiai pastaraisiais metais augančių rinkų**

**Nuolat auganti rinka, bendradarbiaujant su mokslininkais sukurti sveikatai palankūs sprendimai, kokybiškos žaliavos... Jei galvojate, kad čia kalbama apie maisto produktus žmonėms, klystate. Tokie teiginiai apibūdina pastarųjų metų šunų ir kačių maisto gamybos tendencijas – jo pardavimai kasmet didėja, pirkėjai ieško kokybiškų, gyvūnų sveikatai palankių gaminių.**

Pirkdami kalėdines dovanas artimiesiems daugelis praveria ir gyvūnams skirtų parduotuvių (realių ar internetinių) duris. Darosi savaime suprantama, kad augintinis taip pat turi rasti po Kalėdų eglute jam skirtą dovaną. Šunys ir katės didžiajai daliai šeimininkų jau ne šiaip augintiniai, saugantys namus ar gaudantys peles, o pilnateisiai šeimos nariai. Tai liudija ir jiems skirto maisto rinkos tendencijos – šio sektoriaus pardavimai per pastaruosius penkerius metus įmonėse augo 20-30 proc.

Nemaža dalis Lietuvoje pagaminto kačių ir šunų maisto eksportuojama – skirtingų įmonių eksporto apimtys siekia nuo 20 iki 67 proc. visos produkcijos. Mūsų šalyje pagaminti produktai pasiekia ne tik kaimynines Latviją, Estiją ar Europos šalis, bet keliauja ir į Malaiziją, Pietų Korėją, Indoneziją, Taivaną ir pan.

**Žmonių mitybos tendencijos persikelia į gyvūnų maistą**

„Pastaruoju metu šioje rinkoje stebimas vartotojų sąmoningumo augimas. Gyvūnai įgyja visaverčio šeimos nario statusą, žmonės vis labiau ir labiau yra linkę rūpintis tinkama jų mityba, sveikata. Todėl vis didesnę dalį rinkos užima aukščiausios kokybės gyvūnų maistas“, – sako AB „Kauno grūdai“ naminių gyvūnų maisto komercijos vadovas Andrius Balzaris.

„Gyvūnams skirtų prekių rinka Baltijos šalyse pastaraisiais metais smarkiai išaugo. Tokį augimą daugiausia lėmė tai, kad daugėja namų ūkių, kuriuose auginami keli augintiniai, ypač šunys ir katės. Taip pat auga gyvūnų savininkų informuotumas apie tinkamą naminių gyvūnėlių priežiūrą, daugiau dėmesio skiriama gyvūnų sveikatai. Dėl to auga aukštos kokybės maisto, veterinarinės priežiūros ir kitų būtiniausių prekių poreikis“, – pritaria kolegai vienas iš „KIKA Group“ bendrakūrėjų Tauras Plungė.

Pasak pašnekovų, šio segmento neaplenkia populiarios pasaulinės žmonių mitybos tendencijos– ekologija, natūralumas, ilgaamžiškumas.

„Gyvūnų augintojai ieško vartojimui patogių, bet kuo labiau keturkojo sveikatai palankių sprendimų. Dominuoja tradiciniai ekstruduoti produktai, kur gamintojai gali vartotojams pasiūlyti produktų su daugiau mėsos, įvairesnių baltymų šaltinių (vabzdžiai, ėriena, antiena, lašiša ir pan.). Taip pat vis didesnę rinkos dalį užima begrūdžiai produktai, kurie skirti jautraus virškinimo, alergijų turintiems augintiniams“, – tęsia pokalbį A. Balzaris.

„Stebime tendenciją, jog prekybos centruose mažėja sausų ėdalų pardavimai, tačiau tai nereiškia, kad bendrai ši kategorija traukiasi. Tuo pačiu matomas augantis konservų populiarumas“, – atkreipia dėmesį UAB „Joniškio grūdai“ marketingo vadovė Milda Šidlauskaitė.

**Didžioji dalis žaliavų – lietuviškos**

Visos trys įmonės, kurių atstovus kalbiname, yra Lietuvos grūdų perdirbėjų ir prekybininkų asociacijos narės.

„Kas mums iš tiesų svarbu – kad pusė ar net daugiau šunų ir kačių maistui gaminti reikalingų žaliavų yra lietuviškos. Ir ši rinka sparčiai auga, statomos naujos įmonės, kuriamos naujos darbo vietos, plečiamos eksporto rinkos“, – sako LGPPA direktorė Dalia Ruščiauskienė.

Pavyzdžiui, „KIKA Group“ pradeda naujos konservų gamyklos „Akvatera W“ statybas Žemaitkiemyje, Kauno rajone. Planuojamos investicijos į gamyklą sieks 20,5 mln. eurų, bus sukurta 100 naujų darbo vietų. Kuriant naujus produktus, į pagalbą pasitelkiami mokslininkai. „KIKA Group“ jau planuoja su LSMU mokslininkais naujus tyrimus, į kuriuos ketina investuoti apie 2 mln. eurų.

**Ateities tendencijos – dar daugiau dėmesio augintinių gerovei ir sveikatai**

Kalbinti pašnekovai neabejoja – šio sektoriaus produktų gamybos apimtys ateityje taip pat turėtų augti. Jei infliacija ir privertė augintinių šeimininkus taupyti, tai šie labiau ieškojo nuolaidų ir akcijų, rinkosi didesnes pakuotes.

„Nepaisant pastangų mažinti išlaidas, naminių gyvūnėlių savininkai ir toliau teikia pirmenybę savo augintinių gerovei ir sveikatai, rodydami pirmenybę kokybiškiems produktams“, – dalijasi pastebėjimais T. Plungė.

Pasak pašnekovo, vietinėje mažmeninėje rinkoje pastebima auganti sveiko ir kokybiško naminių gyvūnėlių ėdalo tendencija. Taip pat didėja poreikis specializuoto maisto, skirto spręsti specifinėms sveikatos problemoms, pavyzdžiui, alergijoms ir virškinimo sutrikimams.

„Tendencijos rodo, kad daugės aukščiausios klasės produktų, nes žmonės toliau tik dar labiau rūpinsis gyvūnais. Tai leidžia šiai industrijai būti viena iš sparčiausiai augančių. Urbanizacijos socialinis procesas keičia gyvūno tipo pasirinkimą, vis greitesnis gyvenimo tempas skatina įsigyti mažos veislės šunis arba kates dėl elementarios priežiūros, tad ir visa industrija nukreipusi savo tyrimų ir plėtros resursus būtent į šiuos segmentus“, – komentuoja A. Balzaris.

**Keliami vis didesni tvarumo reikalavimai**

Dar viena bendra tendencija – gamintojai pastebi vis didesnį dėmesį tvarumui. Norėdami su savo gaminiais patekti į didžiausias Europoje specializuotas gyvūnų parduotuves ar mažmeninės prekybos tinklus, jie turi atitikti tam tikrus tvarumo reikalavimus, ir įmonės kasmet šiam aspektui skiria vis daugiau dėmesio.

„Tvarumas susideda iš daugelio grandžių. Viena iš jų jau anksčiau minėtos lietuviškos žaliavos – trumpėja tiekimo grandinės, taip suvartojama mažiau kuro, į aplinką išmetama mažiau teršalų. Visur, kur įmanoma, naudojame perdirbamą pakuotę. Taip pat norėčiau paminėti, kad didelį dėmesį skiriame ir socialinei atsakomybei – dalijamės su tais, kuriems labiausiai to reikia – remiame gyvūnų prieglaudas“, – pasakoja UAB „Joniškio grūdai“ marketingo vadovė M. Šidlauskaitė.

„Bendrovėje nuolat ieškome priemonių, kaip su mažiau, padaryti daugiau, optimizuoti gamybą ir kitus veiklos procesus. Gamyboje nuolat geriname efektyvumo rodiklius, maksimaliai išnaudodami esamus įrengimus, sėkmingai integruojame sprendinius energijai taupyti, mažinti dujų suvartojimą (įdiegę atnaujinimus, sutaupėme apie 50 proc. dujų), o perteklinę šilumą naudojame gamybinėms patalpos šildyti“, – sako AB „Kauno grūdai“ naminių gyvūnų maisto komercijos vadovas A. Balzaris.

„Tvarus energijos ir resursų naudojimas yra svarbus mūsų kompanijų grupės strategijos komponentas. „KIKA Group“ pusę reikalingos elektros pasigamina iš saulės, pirmą nuosavą saulės elektrinę atidarėme dar 2019 metų lapkritį. Platus saulės energijos panaudojimas taip pat užtikrina mums stabilesnes elektros kainas ir kartu stiprina mūsų energetinę nepriklausomybę“, – kalba „KIKA Group“ bendrakūrėjis T. Plungė.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Apie Lietuvos grūdų perdirbėjų ir prekybininkų asociaciją**

Asociacija įkurta 1992 metais, šiuo metu ji vienija 33 įmones, kuriose dirba apie 4000 darbuotojų.

Plačiau: <https://allgrain.lt/>

***Daugiau informacijos:***

*Dalia Ruščiauskienė, Lietuvos grūdų perdirbėjų ir prekybininkų asociacijos direktorė*

*Tel.+370 698 74063*

*El. p.:* [*info@allgrain.lt*](mailto:info@allgrain.lt)

*Vaida Samuolytė, Strateginės komunikacijos ekspertė*

*Tel. +370 682 43660*

*El. p:* [*vaida.samuolyte@gmail.com*](mailto:vaida.samuolyte@gmail.com)