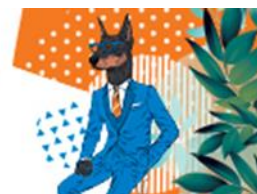




1-3
МАРТА 2023

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ТОВАРОВ И УСЛУГ
ДЛЯ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ



«Будем добиваться признания зооиндустрии самостоятельной отраслью»

С 1 по 3 марта в Санкт-Петербурге в конгрессно-выставочном центре Экспофорум прошла выставка товаров и услуг для домашних животных «Зооиндустрия-2023».

За три дня выставку посетили свыше **3000 специалистов**. В экспозиции приняли участие **104 компании** из **20 регионов России, Беларуси и Китая**. Они представили корма, добавки, аксессуары, средства гигиены для животных, наполнители, оборудование для груминга, ветеринарные препараты. Новейшие отечественные разработки демонстрировались в специальной тематической зоне **«Галерея новинок»**.

В [церемонии открытия](#) «Зооиндустрии» приняли участие начальник управления ветеринарии Санкт-Петербурга **Юрий Андреев**, президент Национальной Ассоциации Зооиндустрии **Кирилл Дмитриев**, вице-президент Торгово-промышленной палаты Санкт-Петербурга **Елена Желтухина**, директор Санкт-Петербургского ветеринарного общества **Любовь Осипова**, генеральный директор «ЭкспоФорум-Интернэшнл» **Сергей Воронков**.

«Зооиндустрия» заработала репутацию ключевого российского отраслевого бизнес-события. Каждый год на выставке демонстрируются новинки, организаторы предлагают новые форматы. Мы видим, что отрасль развивается даже в трудные времена. Цены на товары для животных резко выросли. Расходы на содержание питомцев увеличились на 30%. Российские производители нарастили выпуск товаров, но не все потребители пока готовы перейти на отечественное и отказаться от того, к чему привыкли. «Зооиндустрия» развеет их сомнения», – заявила Желтухина.

Сергей Воронков отметил динамичное развитие рынка и качество отечественных товаров:

«У россиян – 44 миллиона кошек, 20 миллионов собак. Они нас учат доброте, преданности и терпению. Поэтому и народ у нас самый добрый, и зоорынок один из самых больших и перспективных. Всё, что представлено на «Зооиндустрии», направлено на развитие рынка, достижение задач по импортозамещению, цифровизации, международному сотрудничеству. Наши отечественные товары уже превосходят импортные. Не говоря уже о ветеринарии. Ветеринарные клиники зачастую оснащены чуть ли не лучше людских», – сказал генеральный директор «ЭкспоФорум-Интернэшнл».

2 марта на выставке работал **Центр деловых контактов**. В нем приняли участие больше **100 компаний** из **России, Беларуси и Китая**. Состоялись свыше **1200 деловых встреч и переговоров**, представители КНР дали советы по выходу на китайские маркетплейсы российским предпринимателям. Ключевыми участниками Центра деловых контактов стали OZON, СберМаркет, «ВкусВилл», «РеалЪ», «Вкустер», «МОСЗООВЕТСНАБ», WikiZoo, Цифровая торговая платформа «Э Мао Тун» в свободной экономической зоне провинции Хэйлунцзян (Китай), Petzone (ОАЭ), Eurovets Veterinary Medicines (ОАЭ), «ZOOмаркет» (Беларусь) и другие.

Конгрессно-деловая программа включала **23 мероприятия** по трём направлениям: **бизнес-мероприятия, программа для заводчиков от Академии «DOG-Профи», «Грумингфест»**. Центральным событием стал круглый стол **«Эволюция зообизнеса: риски и возможности на новом этапе развития»**, организованный совместно с РБК. Спикеры отметили, что зоорынок России входит в тройку самых крупных в мире, уступая только рынкам США и Китая, поэтому его привлекательность для бизнеса с каждым годом растёт. С уходом некоторых западных брендов для отечественных производителей наступило благоприятное время для вывода новых торговых марок, особенно кормов. Ситуация с лечебными ветпрепаратами сложнее. Отечественная фарма не считает этот рынок большим и не торопится предлагать замену ушедшим брендам.

Председатель Национальной ассоциации зооиндустрии **Кирилл Дмитриев** провёл **открытый диалог** с представителями отрасли. Участники обсудили ввоз кормов, дефицит диет и вакцин, маркировку товаров и нехватку кадров. **Дмитриев** призвал объединяться в отраслевые ассоциации, чтобы добиться законодательного признания и получить государственную поддержку.

*«Кто мы? Зооиндустрия – это более тринадцати тысяч зоомагазинов, тысячи компаний, десятки тысяч работников. 75% российских семей имеют сегодня домашних животных. Проблемы отрасли решать можно! Мы огромный электорат, который может сказать слова в свою защиту и в защиту питомцев. Мы должны участвовать в разработке законов, влиять на разработку правил. Мы должны объединиться, потому что только мощная отраслевая ассоциация может справиться с такими задачами. Мы будем добиваться признания зооиндустрии самостоятельной отраслью со своим регулированием, мерами поддержки. Вступайте в ассоциацию! Давайте вместе поможем каждому и отрасли в целом», – сказал **Дмитриев**.*

Директор по контенту ИИЦ «Зооинформ», бизнес-тренер по продажам **Александр Колчин** выступил с докладом на тему [«Тренды отечественной зооиндустрии»](#). Развитие российского зоорынка **Колчин** связывает с увеличением количества новых владельцев домашних животных и числа питомцев в семьях. Благоприятный тренд в российской зооиндустрии – повышение интереса к домашним животным среди молодежи. На миллениалов приходится около 43,7 млн питомцев. Популяризация домашних животных стимулирует к развитию рынок зооиндустрии.

*«Развитие российских брендов и собственных торговых марок идет бурными темпами и в ближайшие годы тенденция усилится. Растет спрос на продукты для взрослых и стареющих животных, а также породные корма», – отметил **Колчин**.*

Про [современные инструменты цифрового маркетинга](#) для продвижения зоотоваров и услуг рассказала директор по развитию digital branding agency CROP media **Екатерина Огонёк**. Эксперт выделила три наиболее эффективные площадки – «Telegram», «ВКонтакте» и «Яндекс.Дзен». Огонёк подчеркнула, что digital-инструменты не будут эффективны при отсутствии аналитики конкурентов, стратегии продвижения, слабом брендинге и некачественном контенте.

Маркетинг, управление персоналом и работу с клиентами в груминг-бизнесе обсудили участники всероссийской конференции [«Грумингфест»](#). Ведущие грумеры России также провели мастер-классы по стрижке собак. Программа для заводчиков от [Академии](#)

«DOG-Профи» была посвящена генетике, заболеваниям и особенностям поведения собак.

Параллельно с «Зооиндустрией» прошел **Санкт-Петербургский ветеринарный хирургический конгресс**. Его участниками стали более **1500 специалистов** со всей России.

Организатор: «ЭкспоФорум-Интернэшнл»

Партнёры: РБК, CROP MEDIA, МедиаСфера, DOG-ПРОФИ, Milord, PETZOO Eurasia, Pet Fair Asia, CPF, PETZOO Antalya, МИР Зоо.

Подробности – на официальном [сайте](#) проекта.