

Производство кормов для домашних животных: текущие вызовы и возможности роста

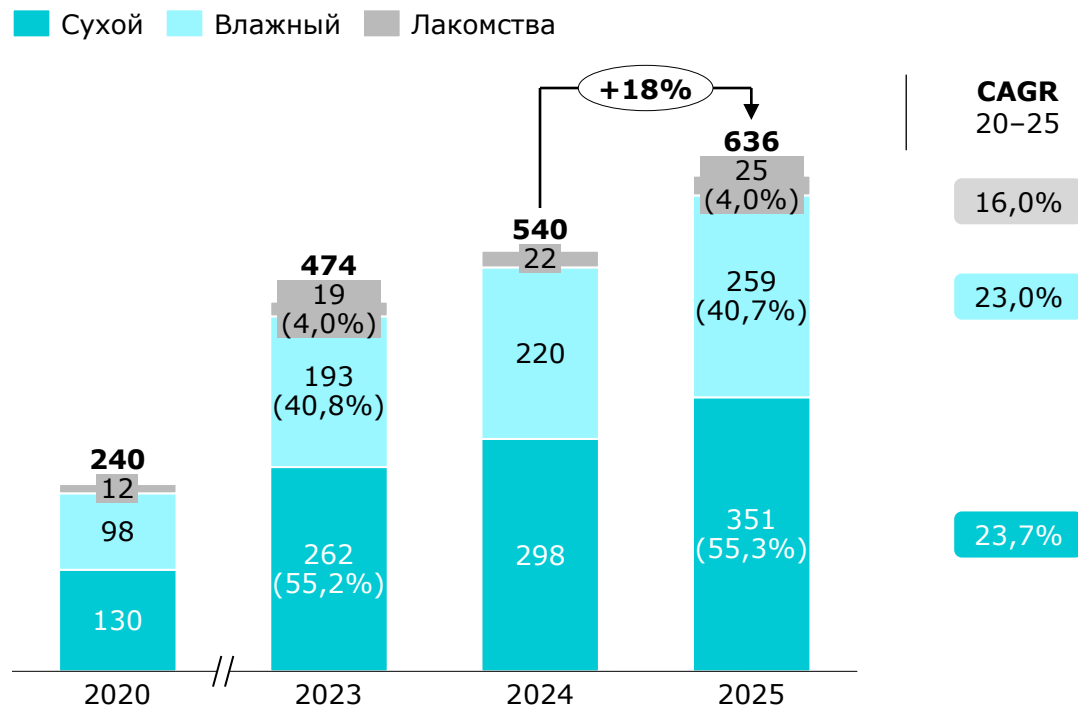
Информационные материалы

Москва, 2026



В 2025 г. рынок кормов вырос на 18% в стоимостном выражении, структура рынка в разрезе ценовых сегментов значительно не изменилась

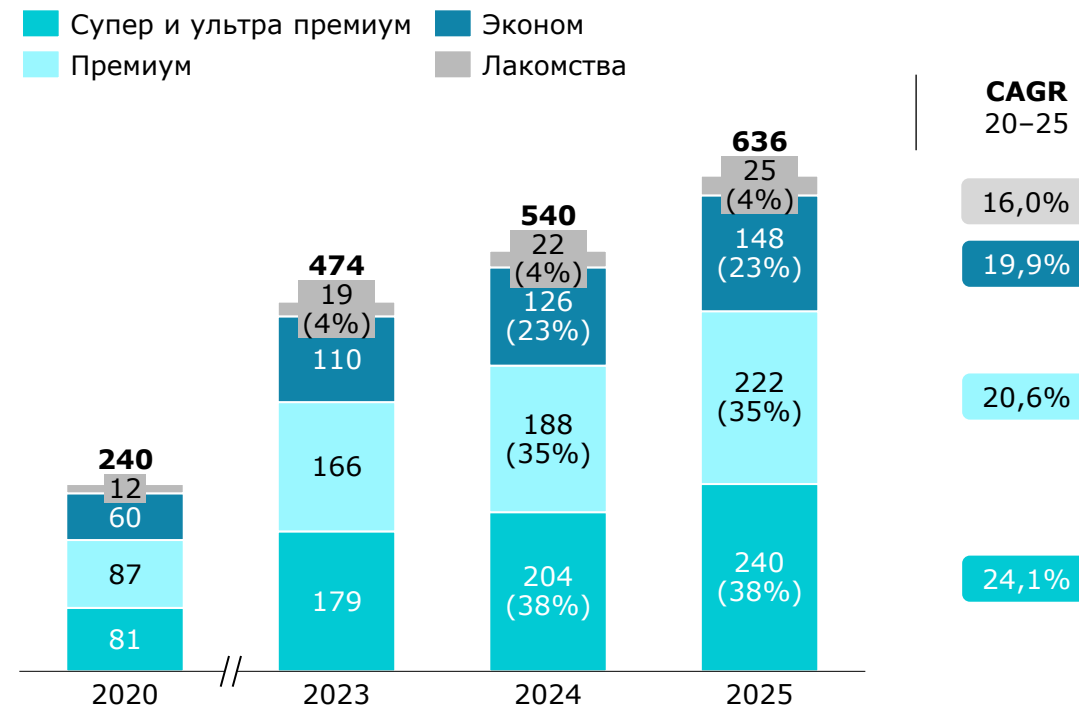
Потребление кормов для кошек и собак в России, млрд руб., 2020-2025 гг.



Комментарии

- В 2024-2025 гг. сохранилась тенденция на медленное увеличение доли сухого корма в потреблении за счет большего удобства для хозяев

Потребление кормов для кошек и собак в разрезе ценовых сегментов, млрд руб., 2020-2025 гг.

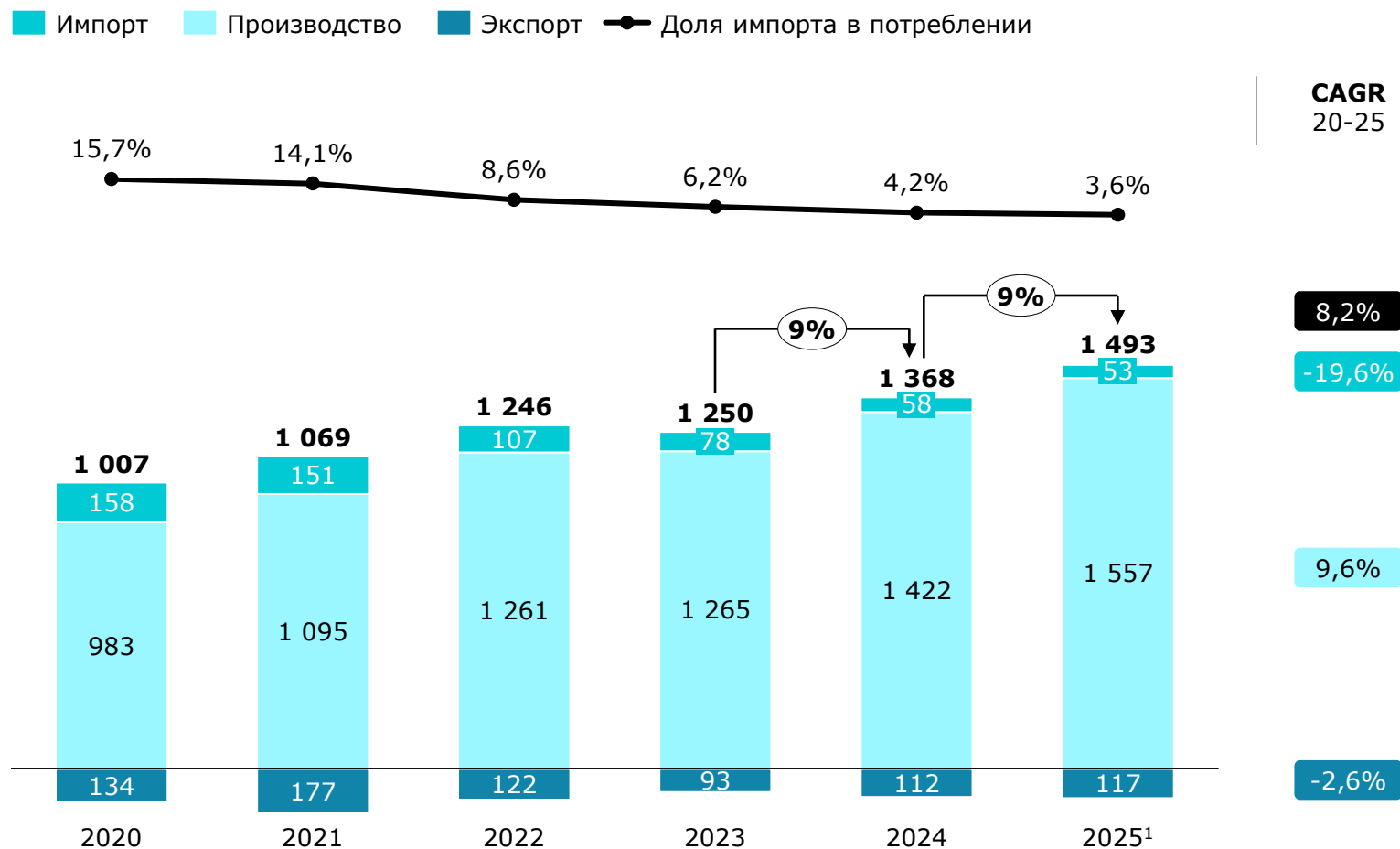


Комментарии

- Супер и ультра премиальный сегмент продолжает оставаться наиболее быстрорастущим в связи с более бережным отношением к питомцу

Потребление кормов в России в 2025 г. сохранило темпы роста в 9% относительно 2024 г. за счет увеличения внутреннего производства

Баланс потребления кормов в России, тыс. т, 2020-2025 гг.



Комментарии

- Рост потребления в 2025 г. был обеспечен главным образом за счет продолжающегося тренда на переход с натурального питания на промышленные корма и увеличения численности кошек и собак
- Увеличение объемов потребления было преимущественно обусловлено наращиванием выпуска со стороны российских производителей (Мираторг, ГК Талина и др.)
- Отмена ранее введенных Россельхознадзором ограничений на импорт кормов и переориентация поставок позволила сохранить импорт в 2024-2025 гг. на уровне 50-60 тыс. т, сохранив долю импорта в 3-4%



Роман Самойлов

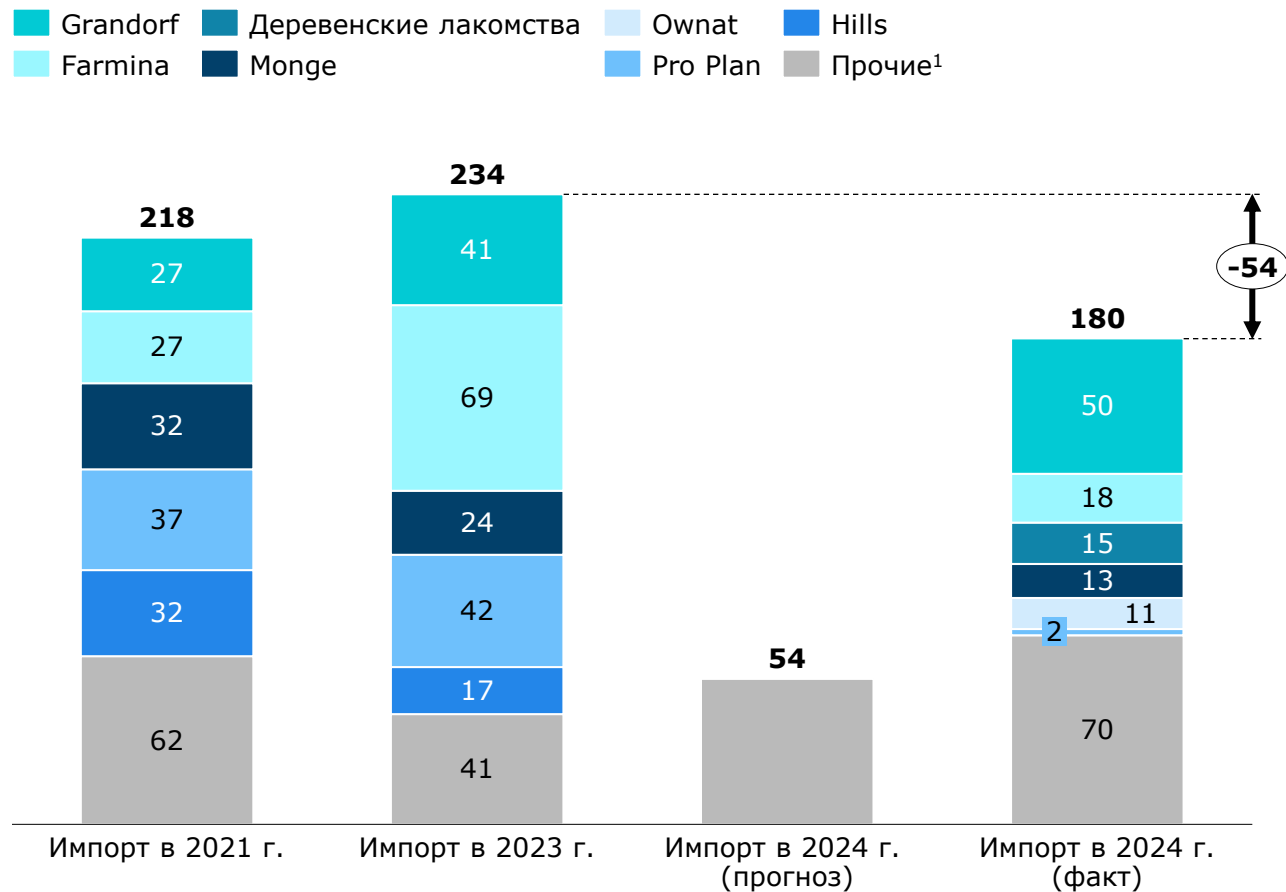
Руководитель проектов

Рост производства быстрее потребления говорит об **усилении конкуренции на внутреннем рынке**, а дополнительный объем, вероятно, будет направляться на экспорт для сохранения равновесной рыночной цены

1 — оценка на основе оперативных данных

Импорт кормов продолжил сокращаться в 2024 г., однако падение оказалось меньше ожиданий: импортеры адаптировались, а часть запретов снята

Динамика импорта крупнейших брендов, млн долл. США, 2021-2024



Комментарии

- В последние годы Россельхознадзор последовательно усиливает контроль за импортом кормов для животных
- Ограничения затрагивают ведущие зарубежные бренды и страны-производители
- Под запрет Россельхознадзора попадают корма преимущественно **ультра-премиум** сегмента:

2021 год

Введен запрет на ввоз кормов Hills из Чехии

2022 год

Ограничены поставки Farmina N&D из Италии

2023 год

Запрещен импорт кормов Monge из Нидерландов и Hills из Франции, а также Hills из Нидерландов

2024 год

Прекращены поставки Pro Plan из Франции и Италии, а также Hills из Италии. Введен запрет на ввоз кормов из Таиланда, включая Grandorf, Monge и Деревенские лакомства

Вопросы для размышления

- Что необходимо, чтобы успешно конкурировать с зарубежными брендами?

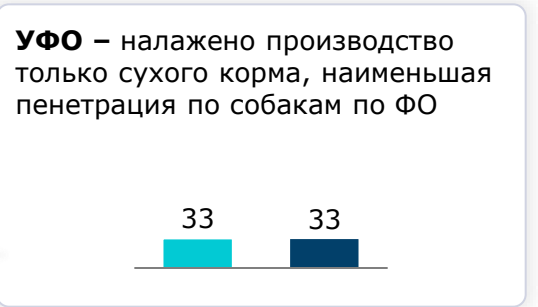
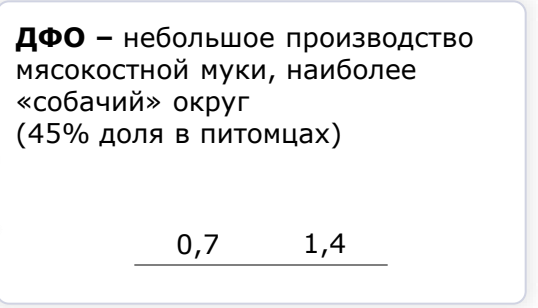
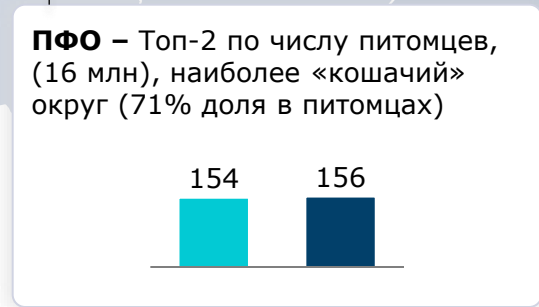


¹ — к прочим относятся запрещенные корма из Италии (Gemon, Almo nature и пр.), Франции (GO!, Now Fresh и пр.), Бельгии (Wellness core, Applaws) и Таиланда (Prime и пр.), в 2021 г. в прочие были включены такие бренды как Gourment и Royal Canin, чей импорт прекратился в 2022 г. из-за политики Mars и Nestle

В 2025 г. производство активнее всего выросло в ПФО (+44 тыс. т к 2024 г.) за счет расширения производственных мощностей и увеличения их загрузки

Производственная база кормов по ФО, тыс. т, 2025 г.¹

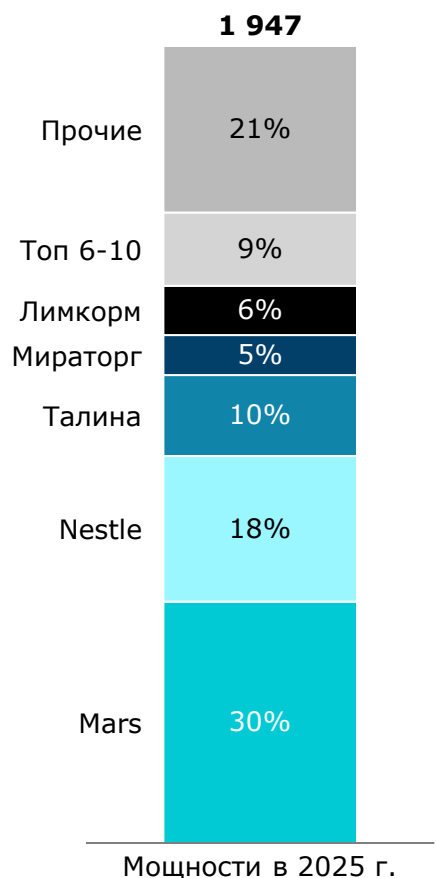
■ Производство корма ■ Производство мясокостной муки



1 — оценка на основе оперативных данных
Источники: Росстат; анализ Strategy Partners

Новые игроки увеличили мощности производства на 139 тыс. т в 2025 г., а до 2029 г. ожидается увеличение еще на 194 тыс. т

Консолидация мощностей, % от тыс. т



Статус реализации инвестиционных проектов крупнейших игроков

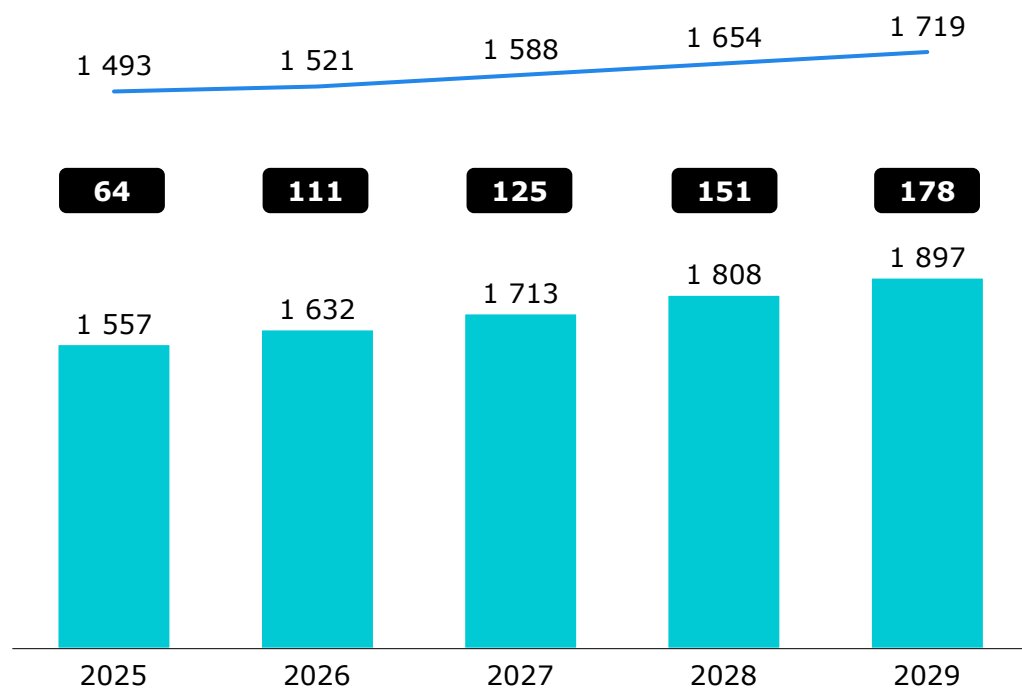
Компания	 петЭКСПЕРТ	 Пэт Лидер	 LIMKORM PET FOOD	 AlphaPet®
Год запуска	2026 2027	2028	2029	2027
Мощность, тыс. т	100	50	30	14
Описание проекта	<ul style="list-style-type: none"> В 2026-2027 гг. строительство мощностей по влажному корму – 40 тыс. т/г. К 2027 году планируется ввод мощностей по выпуску сухих премиум и супер-премиум кормов – 60 тыс. т/г. 	<ul style="list-style-type: none"> Планируется строительство двух заводов по производству сухих кормов общей мощностью 50 тыс. т/г. Объем инвестиций в проекты составит 2,2 млрд руб. 	<ul style="list-style-type: none"> К 2029 году планируется запуск завода мощностью 30 тыс. т/г. в особой экономической зоне «Центр» под Воронежем Строительство объекта, предположительно, начнется в 2027 г. 	<ul style="list-style-type: none"> После реализации проекта производственные мощности компании увеличатся на 10 тыс. т по сухим и на 4 тыс. т по влажным кормам

В отрасли присутствует профицит мощностей, который вырастет на 114 тыс. т в прогнозе до 2029 г.

Прогноз производства и потребления кормов в России, тыс. т, 2025-2029 гг.

■ Производство — Потребление

xx - Избыточное предложение



Комментарии

- Производители кормов для домашних животных будут увеличивать загрузку мощностей с текущих 78% (в 2025 г.), до 84% к 2029 г.
- Прогноз производства был построен с учетом прогноза ввода новых производственных мощностей по производству корма уже объявленным проектам до 2029 г., сделано допущение о вводе новых мощностей в середине каждого года (коэффициент – 0,5)
- Однако высокая ключевая ставка может сдвинуть сроки реализации проектов, необходимо наблюдать ситуацию на рынке

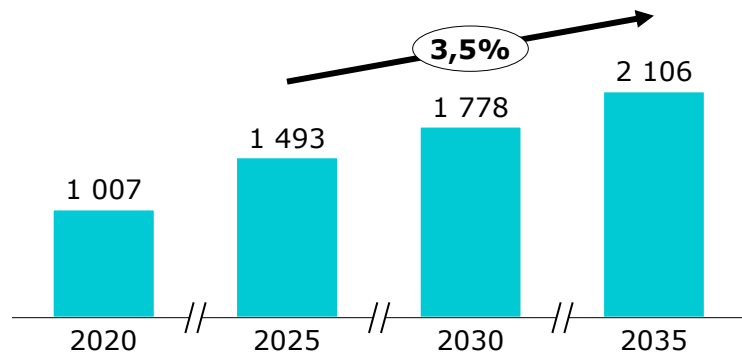
Вопросы для размышления

- Какую стратегию выбрать в условиях нарастающего профицита?
- Как изменится экономика в условиях давления на цены и что с этим делать?

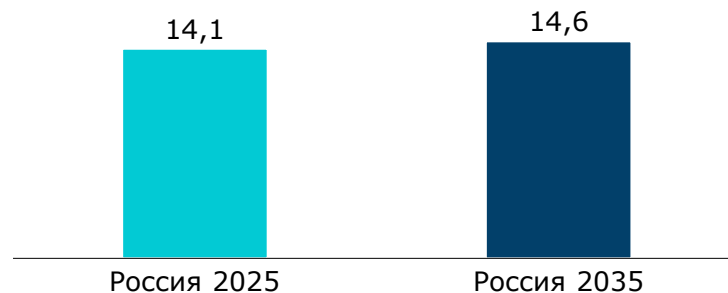


Рынок кормов вырастет до 2 106 тыс. т к 2035 г. за счет роста пенетрации кормов до европейского уровня и роста популяции

Прогноз потребления кормов¹, тыс. т

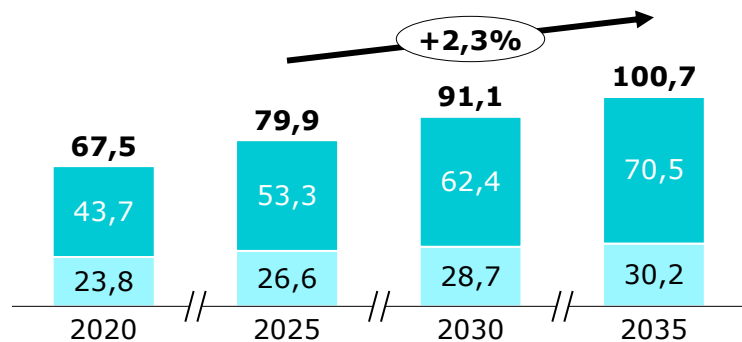


Удельное потребление пром. кормов в сухом виде², кг/кошка/г.

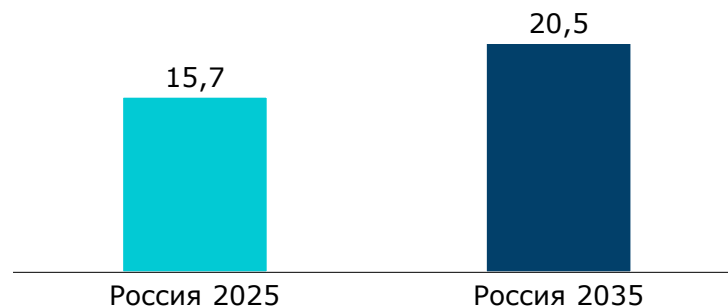


Прогноз популяции питомцев, млн шт.

■ Кошки ■ Собаки



Удельное потребление пром. кормов в сухом виде², кг/собака/г.



Ключевые факторы роста

- Рост пенетрации промышленных кормов до европейского уровня
- Увеличение численности домашних животных, прежде всего в городах
- Восприятие питомца как жизни или члена семьи, сопровождаемое более внимательным отношением к его здоровью

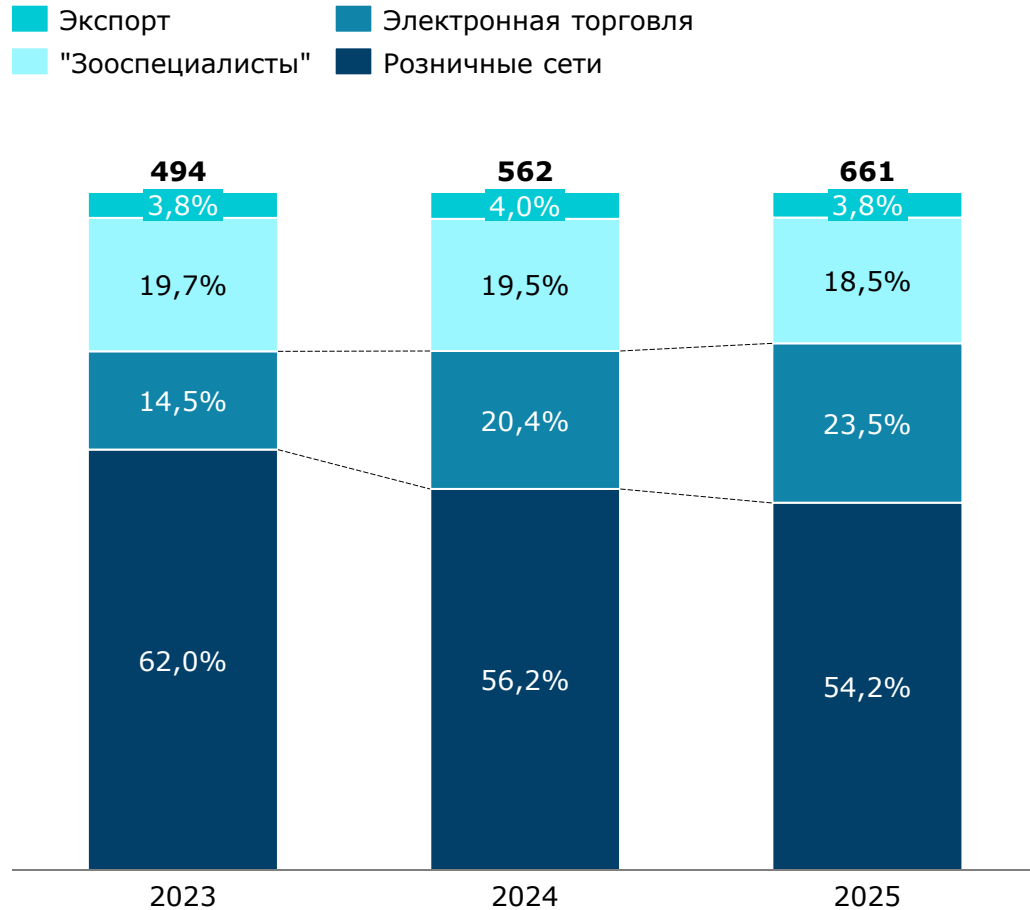
Ключевые факторы сдерживания

- Население в России будет сокращаться в среднесрочной перспективе

1 — с учетом лакомств; 2 — влажный корм был пересчитан на сухой вид с учетом доли воды в структуре влажного корма - 49,1% (для кошек) и 50,5% (для собак).

Корм реализуется через 4 основных канала, наиболее значимыми продолжают оставаться торговые сети, но активнее всего растет электронная торговля

Объем продаж по каналам сбыта, в млрд руб.



Комментарии



Розничные сети — рост происходит преимущественно за счет хард-дискаунтеров и супермаркетов



Электронная торговля — активный рост обеспечен за счет удобства канала, более широкого ассортимента, и возможности покупки по промо-цене



Зооспециалисты — доля канала падает, зоомагазины пытаются сохранить долю за счет консультаций и доп. услуг

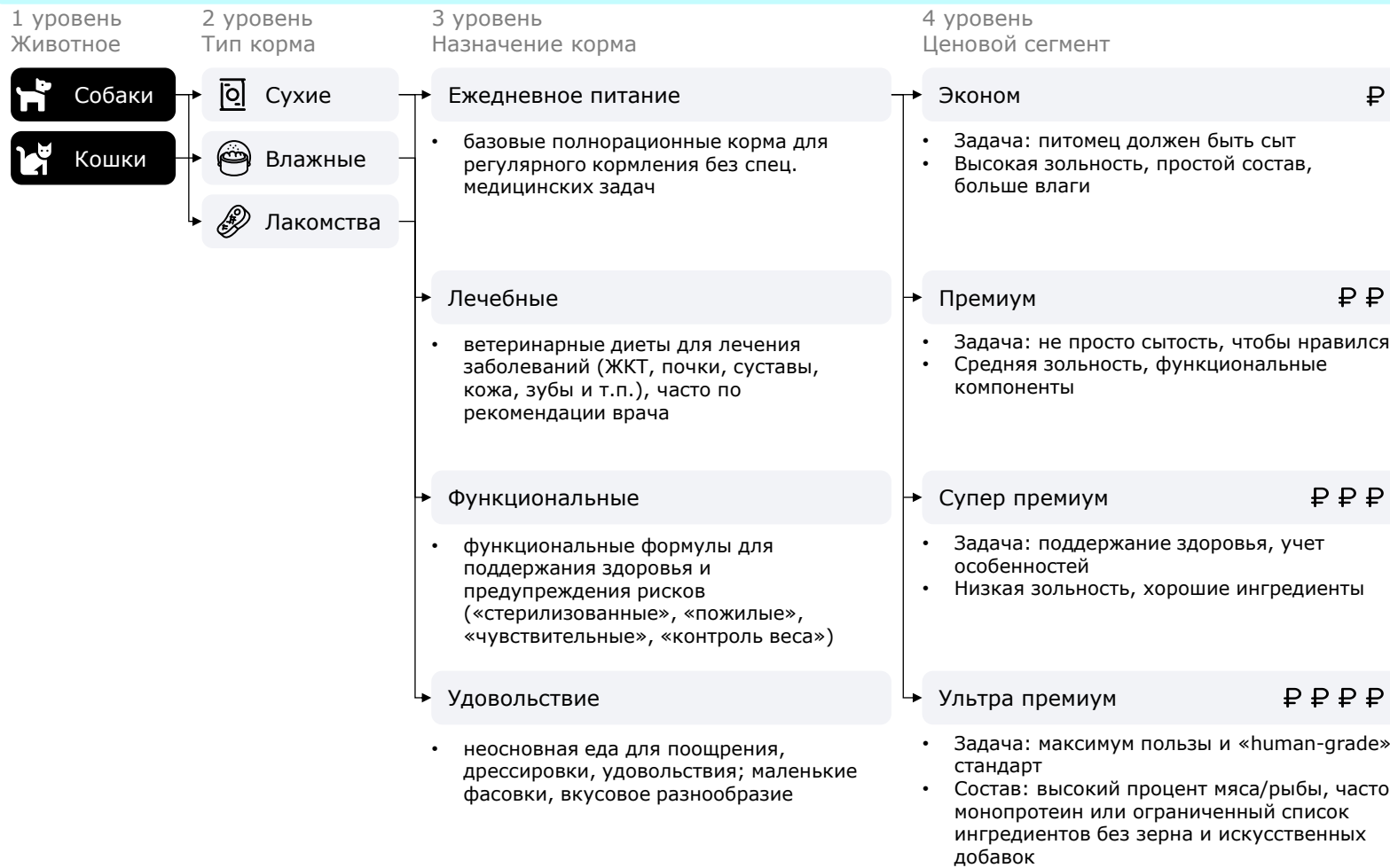


Экспорт — канал растет в нат. выражении за счет наращивания поставок в страны СНГ и Монголию, однако из-за крепкого рубля падает в стоимостном выражении



Рынок кормов в канале делится на 4 уровня, образуя 96 возможных сегментов присутствия, каждый из которых имеет уникальное ценностное предложение

Блок 1: Возможные сегменты рынка



Блок 2: Характеристики ценностного предложения (value proposition)

Тип упаковки	Вес упаковки	Вкусы и клеймы
Дой-пак	до 500 г	Мясное ассорти, говядина, телятина, курица и пр.
Стабило-бэг	до 1 кг	
Пакет	1 – 3 кг	Полнорационное питание
Флоу-пак	3 – 9 кг	Энергия на целый день
Мешок	более 10 кг	Мясо – ингредиент №1



Роман Самойлов
Руководитель проектов






Чтобы определить ценностное предложение для своего продуктового портфеля необходимо:

1. Определить сегменты присутствия в Блоке 1
2. Сформировать ценностное предложение в приоритетных сегментах на основе структуры в Блоке 2



Каналы реализации имеют свою специфику ассортимента – производителям важно адаптировать ценностное предложение под каждый канал

Сравнение структуры ассортимента на примере каналов розничных сетей и электронной торговли

	01 Розничные сети	02 Электронная торговля
 Ценовой сегмент	<ul style="list-style-type: none">• Эконом• Премиум	<ul style="list-style-type: none">• Премиум• Супер премиум
 Упаковка	<ul style="list-style-type: none">• Небольшие упаковки (до 3 кг)• Пакеты, дой-паки	<ul style="list-style-type: none">• Большие упаковки (от 5 кг)• Наборы по 15-20 шт. (паучи)• Стабило-беги
 Вкусы	<ul style="list-style-type: none">• Небольшое разнообразие вкусов (мясное ассорти, птица)	<ul style="list-style-type: none">• Широкое разнообразие вкусов• Уникальные вкусы (в супер и ультра премиуме)
 Клеймы	<ul style="list-style-type: none">• Небольшое число ходовых клеймов, указаны на самом товаре	<ul style="list-style-type: none">• Широкое разнообразие клеймов, преимущества описаны в карточке товара
 Особенности канала реализации	<ul style="list-style-type: none">• Ограниченность полки, требуется высокая оборачиваемость товара	<ul style="list-style-type: none">• Quick commerce: еще большая ограниченность полки, нужны только высоко оборачиваемые позиции• Маркетплейсы: широкий ассортимент, важно обеспечить топ-позиции в поиске и высокий трафик на карточку товара

Основные вызовы текущих производителей связаны с избытком мощностей и изменением структуры каналов сбыта

Ключевые вызовы для типового производителя кормов для домашних животных



Рост затрат на сырье и маркировку товара

Снижение рентабельности производства

Избыток мощностей в отрасли

Усиление конкуренции на рынке

Изменение структуры каналов сбыта

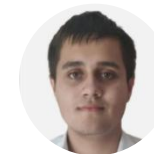
Потеря покупателя в традиционных каналах

Сильные импортные позиции в ультра премиуме

Переток спроса от одних импортных брендов в другие, а не к отечественным производителям

Типовой игрок на рынке

- **Мощность производства:**
50-80 тыс. т
- **Продуктовый портфель:**
сухие и влажные корма
- **Каналы сбыта:**
розничные сети и дистрибьюторы



**Альберт
Маллямов**

Эксперт

Для ответа на вызовы можно развивать собственный бренд pet food, оптимизировать продуктовый портфель и перераспределять продажи по каналам сбыта



Рынок кормов для домашних животных перспективен, однако для успеха на рынке необходимо проработать ряд важных вопросов

Необходимые шаги по выходу на рынок для нового игрока

Выбор локации и оптимального объема производства

- Построение количественной модели определения объема производства
- Создание гравитационной модели

01

Выбор модели выхода на рынок

- Оценка привлекательности выхода через M&A, Greenfield, Brownfield или микс из нескольких вариантов

02

Определение бизнес модели проекта

- Выбор между видами корма, животными и ценовыми сегментами
- Определение целевой рецептуры
- Поиск сырья (с учетом сложностей доступа)

03

Создание плана по продвижению продукции

- Выбор ключевых каналов продвижения (Digital, ТВ, радио)
- Создание маркетингового плана и его синхронизация с планом производства

04

» Показатели типового проекта:

20-37 млрд руб. выручка

20-25% EBITDA margin

5-11 млрд руб. CapEx¹

2-6 лет срок окупаемости

Необходимые шаги для разработки стратегии сбыта для существующего игрока

Изучение каналов реализации

- Составление детальной рыночной модели в разрезе сегментов, каналов сбыта, географии
- Выделение приоритетных сегментов

01

Анализ существующего value proposition

- Формирование собственного ценностного предложения в выбранных сегментах

02

Создание целевого продуктового портфеля

- Оценка сегментов по сложности и потенциалу
- Составление приоритетного портфеля на основе мат. методов

03

Определение мер по работе с каналами

- Формирование дорожной карты по работе с каналами
- Оценка требований к инвестициям, ресурсам, активам

04

» Эффект на бизнес:

Кратный рост выручки

Загрузка мощностей до оптимального уровня

на 5-15% рост рентабельности

1 — на основе 5 проектов аналогов, реализованных в последние несколько лет



Решения,
которые работают



Владимир Шафоростов

Партнер

+7 (916) 437-91-42
shaforostov@strategy.ru



Роман Самойлов

Руководитель проектов

+7 (915) 302-55-78
samoilov@strategy.ru



t.me/strategy
partners



strategy.ru

121099, г. Москва, ул. Композиторская, д. 17
+7 (495) 730-77-47 | inbox@strategy.ru