



ПРЕДОСТАВЛЕНО MARS PETCARE

лиза качественных и достоверных научных данных. За мечу, наши коты-долгожители, которые живут в нашем центре 20 и более лет,— это лучшее доказательство преимуществ готовых промышленных рационов, которые производит компания Mars.

ВГ: На рынке продуктов питания есть мнение, что политику во многом диктуют крупнейшие сети. А как с товарами для домашних животных? Как складываются ваши отношения с магазинами? Сколько продаж сейчас приходится на специализированные магазины, сколько — на обычные супермаркеты?

В. Щ.: Сейчас действительно большая часть кормов для домашних животных продается через магазины продуктов питания для людей. Специализированная розница продает, наверное, чуть меньше 40%. Но я бы сказал, что сейчас очень сильно стирается граница между разными каналами. Мы видим, что крупные игроки в специализированной рознице активно развивают интернет-торговлю, а те, кто раньше был только в интернете, например Petshop, активно строят физические локации по всей стране.

Что касается наших отношений с крупными игроками в ритейле, я в первую очередь выступаю за открытый, равноправный диалог. Я вышел из отдела продаж, где долгое время работал, и имею многолетний опыт взаимоотношений с ритейлерами. Я вижу, что там, где взаимоотношения между людьми, работающими в разных компаниях, строятся на основе равноправного диалога, есть опережающие бизнес-результаты. Нам в этом вопросе во многом помогают Пять Принципов Mars и сама наша категория. Многие наши партнеры понимают роль категории для увеличения трафика в их магазины и увеличения размера среднего чека.

ВГ: Новые бренды из глобального портфеля выводить в Россию собираетесь? У вас есть, к примеру, корм для рыбок Aquarian...

В. Щ.: У нас много предложений на глобальном уровне и для рыбок, и для лошадей, и для птиц. Лично я верю в силу выбора и фокуса в бизнесе. Наш приоритет в России на сегодняшний момент — накормить большинство кошек и собак полнорационными, качественными кормами. Это задача, на которой мы будем фокусироваться в ближайшие годы.

ВГ: А новинки, созданные специально для российского рынка, планируете выводить?

В. Щ.: Мы это делали, делаем и будем делать, причем не только для России. Хороший пример — корм для кошек Whiskas «Аппетитный микс», новое пополнение в большом семействе Whiskas, которое мы придумали и запустили на российском рынке, а теперь это будет глобальной инновацией. Мы первыми в «марсовском мире» запустили праздничные предложения в кормах для домашних животных. В преддверии Нового года на полках магазинов и в этом году мы увидим новогодние Whiskas и Sheba. Кор-

да компания поймала тренд на ЗОЖ и натуральность, наш рынок стал первым, кто запустил первый «гросерийный» бренд — бренд, который продается в обычных магазинах,— это рационы Nature's Table.

ВГ: Подавляющая часть вашего ассортимента — корма, в какие-то другие категории товаров для домашних животных или сегменты рынка выходить хотите?

В. Щ.: Еще один столп моей веры в развитие бизнеса — это экосистема. Может быть, в последнее время немного затасканное понятие, поэтому размывается сама его суть. Мы ставим в центр экосистемы взаимоотношения владельца и его питомца. Если этих взаимоотношений нет и питомец выполняет потребительские функции, то вся экосистема страдает. Если там больше уважения и любви, причем взаимной, то вся экосистема расцветает. Появляется больше потребности в качественном питании, в аксессуарах, в лакомствах и различных сервисах. В частности, в ветеринарии, выгуле собак, передержке, гостиницах и т. д.

Понимая эту экосистему, мы пару лет назад провели достаточно глубокое исследование, пытаюсь определить, в чем же основные «боли» и желания владельца питом-

цев. И оказалось, основные сложности у владельцев обнаружались не в области кормления, а на тот момент они были в области ветеринарии. В частности, в возможности попасть к ветеринарному врачу в определенное время или узнать отзывы на конкретного специалиста... Как правило, люди переносили свой опыт пользования другими услугами на ветеринарию.

В Mars существует внутренний акселератор проектов, который мы называем «Фонд смелых идей». И вот два с половиной года назад как раз на этом конкурсе одной из идей было создание мобильного приложения, которое бы облегчало для владельцев возможности общения с ветеринарными врачами. Мы создали мобильное приложение Petstory, которое и сейчас развивается. Правда, уже в рамках Kinship, подразделения Mars Petcare, занимающегося цифровыми сервисами, акселерацией стартапов и развитием экосистемных проектов.

ВГ: Вы как-то с Kinship взаимодействуете сейчас?

В. Щ.: Да, взаимодействуем, сохраняя взаимовыгодные отношения с точки зрения бизнеса. Мы все сейчас понимаем, что data — это вторая нефть. И умение получать информацию, причем достоверную информацию, в нужное время в

нужном месте — это одно из неотъемлемых умений конкурентоспособного бизнеса. Поэтому в настоящий момент мы прежде всего сотрудничаем в этом направлении.

ВГ: Как IT-технологии в целом сегодня влияют на ваш бизнес?

В. Щ.: Когда мы говорим об IT-технологиях, я бы не заикливался только на прямых взаимоотношениях с нашим покупателем. Для меня IT-технологии — это в первую очередь средство провести трансформацию всего бизнеса, начиная с закупок, производства, логистики, маркетинга. Внедрение искусственного интеллекта и машинного обучения позволяет нам содержать наши производства в состоянии «как новые». То есть цифровые технологии сейчас меняют производство и наши прежние взгляды на его эффективность.

Кроме того, помните, я говорил про наш Центр НИОКР в Ульяновске? Миллионные инвестиции были направлены в первую очередь в создание инновационных решений на базе цифровых технологий. Например, наши запатентованные в России кормовые станции для кошек. Российское решение стало глобальным стандартом для всего Mars. И это пример высокотехнологичного прорыва, потому что эти кормовые станции помогают нам очень детально и качественно понимать, почему та или иная кошка выбирает тот или иной корм.

ВГ: Что будет определять развитие российского рынка товаров для домашних животных в ближайшем будущем?

В. Щ.: Я считаю, что два направления развиваются очень сильно — забота о кошках и маленьких собаках. Про то, что Россия — страна кошек, говорим часто. Что касается маленьких собак: если вы живете в большом городе в многоквартирном доме, то видите, насколько выросло их количество. У меня в подъезде на 18 этажах остались только две среднеразмерные собаки, все остальные выходят погулять подмышкой у своих владельцев. Это большой тренд, который будет влиять на развитие нашей категории, особенно в России, с учетом того что, как я вам говорил, конвертация в категории кормов для собак еще пока невысокая и позволяет нам работать в этом направлении.

Мы верим, что категория кормов для домашних животных в России будет продолжать свой рост как в объемах, так и в деньгах. И, к счастью или к сожалению, это видят и многие другие компании на рынке. Мы также ощущаем интерес со стороны венчурного капитала в России. Поэтому, скорее всего, в ближайшем будущем нас ждет много новых игроков в категории, которые захотят попытаться счастья и построить успешные бренды в России. Мы, в свою очередь, будем продолжать инвестировать в категорию, в бренды, стараясь сделать мир для домашних животных лучше.

Интервью взял АНТОН СТЕПАНОВ



ГРИГОРИЙ СОВЧЕНКО