



Dolina Noteci to jeden z czołowych polskich producentów najwyższej jakości karm dla psów i kotów. W nowoczesnym zakładzie produkcyjnym w Polanowie, u podnóża Dębowej Góry, od ponad 14 lat powstają doskonale skomponowane posiłki dla czworonożnych domowników, trafiające na rynki kilkudziesięciu państw świata.



Kontekst rynkowy

Dolina Noteci od lat jest jedną z najlepiej rozpoznawalnych marek żywności dla zwierząt w Polsce, co potwierdziły badania przeprowadzone w 2022 roku przez niezależne ośrodki badawcze, m.in. Kantar, ASM Research Solution czy ARC Rynek i Opinia. Rynek karm dla psów i kotów okazał się odporny na gospodarcze konsekwencje pandemii – czworonożni pupile stali się lekiem na samotność wywołaną izolacją, a liczba zwierząt przebywających w schroniskach zmalała do poziomów nienotowanych od lat. Jak wynika z danych przedstawionych przez „Wiadomości Handlowe” branża rośnie obecnie w tempie 40 procent w skali roku, a łączna liczba psów i kotów do wykarmienia w Polsce szacowana jest na blisko 14,5 miliona. Opiekunowie uznają psy i koty za pełnoprawnych członków rodzin – wybierając dla nich posiłki kierują się wysoką jakością i przejrzystym składem, podobnie jak wtedy, kiedy szukają produktów dla siebie. Zwiększająca się świadomość i rosnące oczekiwania dotyczące żywienia przekładają się na wzrost segmentu premium. To źródło sukcesu marki Dolina Noteci,

dla której wysoka jakość produktów była od początku priorytetem.

Oferta

Wysoka jakość produktów Doliny Noteci wynika przede wszystkim z wykorzystania najlepszych składników, poddawanych rygorystycznej selekcji na każdym etapie. Podstawę receptur stanowią pełnowartościowe i bogate w białko mięso i podroby, uzupełnione o warzywa i owoce, pozyskiwane w większości od lokalnych dostawców, a także ziola i dodatki funkcjonalne. Dzięki pracy zaangażowanych technologów i specjalistów w zakresie żywienia zwierząt karmy spełniają wszystkie obowiązujące normy i zalecenia dotyczące zapotrzebowania na składniki odżywcze. Flagową linią produktów marki jest *Dolina Noteci Premium*, dostępna w 10 wariantach smakowych oraz wielu formach opakowań, przeznaczona dla psów różnych ras. Z myślą o czworonożnych alergikach powstała linia karm monobiałkowych *Pure*, a opiekunowie psów o specjalnych wymaganiach, zmagających się na przykład z problemami dermatologicznymi czy gastrycznymi, mogą sięgnąć po linię *Perfect Care*.

Dużą popularnością i uznaniem wśród klientów cieszy się także linia *Dolina Noteci Superfood* – karmy mokre dla psów i kotów, bazujące na wysokojakościowych, pełnowartościowych surowcach bogatych w substancje dobroczynnie wpływające na zdrowie i kondycję zwierzęcia. To karmy bez zbóż, konserwantów, sztucznych aromatów, polepszaczy smaku i barwników. Podstawą receptur są wyjątkowe gatunki mięs, m.in. z kaczki, jelenia, sarny, gęsi czy kangura, stanowiące 80 procent składu, uzupełniane o nietypowe dodatki funkcjonalne, takie jak wodorosty morskie, suszone drożdże piwne, omulek nowozelandzki, siemię lniane, nasiona babki płesznik czy ekstrakt z jukki Mojave. Najnowszym produktem Doliny Noteci jest innowacyjna karma suszona. To nowoczesna formuła żywienia psów i kotów, łącząca w sobie chrupkość karmy suchej i smakowość karmy mokrej. Specjalna technologia delikatnego suszenia pozwala zachować możliwie najwięcej składników odżywczych – 100 gramów apetycznej i kruchej karmy suszonej powstaje z aż 200 gramów świeżego mięsa i podrobów, które stanowią 80 procent składu; pozostałe 20 procent to warzywa, owoce i dodatki funkcjonalne.



Bogata oferta produktów firmy, sprawdzających się w żywieniu czworonożców, które mają wrażliwy układ pokarmowy albo skłonności do reakcji uczuleniowych, dostępna jest pod markami Dolina Noteci, a także pod docenianą przez opiekunów za granicą marką Piper Animals; Rafi – będącą flagowym produktem na rynku tradycyjnym, zapewniającym zdrową i zbilansowaną dietę dla psów i kotów; Luger's Superfood – linią bezbożową, obejmującą karmy suche, mokre i suszone, oraz Natural Taste, która przyciąga klientów nie tylko oryginalnymi opakowaniami i zabawnymi nazwami, jak na przykład Dzik Dzik czy Kaczka Dziwaczka, ale przede wszystkim odpowiednio skomponowaną recepturą, pokrywającą zapotrzebowanie na wszystkie składniki odżywcze. We współpracy z lekarzami weterynarii i dietetykami firma stworzyła także linię specjalistycznych karm weterynaryjnych 4Vets Natural, wspierających leczenie chorób dietozależnych.

Osiągnięcia

Na przestrzeni lat firma Dolina Noteci i jej marki otrzymały wiele nagród branżowych i konsumenckich, w tym Slinksy – prestiżowe wyróżnienie branży felinologicznej, Diamenty Zoologii targów zoologicznych Pet Expo w Bydgoszczy, w ramach plebiscytu Top for Dog nagrody w kategorii karm mokrych dla psów. Firma Roku i tę przyznawaną przez Ambasadorów, Złoty Paragon, Top Innowacja, Złota Innowacja, Perła Rynku FMCG w 2021 i 2022 roku, tytuł Konsumenckiego Lidera Jakości oraz Superbrands Polska 2023. Firma od lat angażuje się w działania charytatywne, regularnie wspierając schroniska, przytuliska oraz organizacje pomagające potrzebującym zwierzętom – tylko

w 2022 roku przekazała im ponad 24 tony karmy. Ważnym aspektem działalności społecznej firmy jest także promowanie świadomej adopcji; Dolina Noteci od lat jest partnerem jednego z największych schronisk w Polsce – Schroniska na Paluchu – któremu regularnie przekazuje karmę w postaci wyprawek dla zwierząt zaadoptowanych. Jako lider na lokalnym rynku pracy Dolina Noteci bierze czynny udział w licznych wydarzeniach, odbywających się w okolicznych miejscowościach, m.in. piknikach rodzinnych, obchodach Dnia Dziecka, imprezach sportowych. Od kilku lat wspomaga także Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy.

Promocja

W działaniach marketingowych marka wykorzystuje największe media: telewizję, radio i outdoor. Dużą część działań stanowi także promocja w Internecie, zarówno w formie tradycyjnej reklamy graficznej, jak i poprzez prowadzenie kanałów na YouTube oraz profili w social mediach, głównie na Facebooku, Instagramie oraz w zyskującej coraz większą popularność aplikacji TikTok. Największa zrealizowana dotąd przez firmę kampania reklamowa, promująca karmy suszone, emitowana była w wiodących stacjach telewizyjnych: Polsacie, TVN oraz Telewizji Polskiej – widzowie zobaczyli łącznie 3671 bilbordów sponsorskich i 462 spoty reklamowe. Na promocję najnowszego produktu złożyły się również: kampania radiowa (Radio Zet, RMF FM) i kampania outdoorowa w wielu miejscach w Warszawie, m.in. przy Dworcu Centralnym, Rotundzie i przy centrum handlowym Złote Tarasy. Dolina Noteci prowadzi także dwa kanały w serwisie YouTube – pierwszy, pod nazwą „Dolina Noteci”, został

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Prezes II i Moli – to imiona psów, które szefują w Dolinie Noteci.
- Przestrzeń magazynowa, którą dysponuje firma, zajmuje powierzchnię około 212 boisk do siatkówki.
- Produkty Doliny Noteci dostępne są w Rwandzie.
- Łączna liczba kilogramów produktów spakowanych przez Dział Pakowania Doliny Noteci w 2022 roku jest równa masie 173 pociągów Pendolino.
- W 2022 roku Dolina Noteci sprzedała 212 067 266 produktów.

24 tony

– tyle karmy dla psów i kotów Dolina Noteci przekazała potrzebującym schroniskom i organizacjom pomocowym w 2022 roku.

wyświetlony prawie 1,5 miliona razy, drugi – „Spółka ZOO” – uzyskał ponadprzeciętny wynik ponad 98,5 miliona wyświetleń (dane na kwiecień 2023). Wiele działań promocyjnych prowadzonych przez markę odbywa się we współpracy z jej Ambasadorami, m.in. dziennikarzami radiowo-telewizyjnymi Krzysztofem „Jankesem” Jankowskim, Marzeną Rogalską, a także Anną Deresowską, Antonim Smykiewiczem oraz Mistrzem Świata Psich Zaprzęgów Igorem Traczem.

Ostatnie wydarzenia

Jednym z najważniejszych wydarzeń w historii marki było stworzenie, dystrybucja i promocja na rynku polskim i rynkach zagranicznych karmy suszonej – innowacyjnego produktu, powstającego ze świeżego mięsa, podrobów oraz owoców, warzyw, ziół i dodatków funkcjonalnych, tworzonego w procesie długiego, delikatnego suszenia w temperaturze poniżej 100°C, dzięki któremu karma zachowuje maksymalną ilość składników odżywczych. W najbliższym czasie marka planuje rozwinąć asortyment karm suszonych wraz z szeroką kampanią edukacyjną, prezentującą ich innowacyjność i wyjątkowość.

www.wiecejnizkarma.pl

HISTORIA MARKI

- 2009** Marka kupuje zakład produkcyjny w Polanowie.
- 2011** Rusza linia do produkcji karmy w puszkach oraz sprzedaż produktów w Polsce.
- 2012** Marka rozpoczyna sprzedaż eksportową.
- 2013** Na rynek wchodzi marka Dolina Noteci Premium.
- 2014** Rusza linia do produkcji karmy w saszetkach.

- 2015** Marka uruchamia sprzedaż internetową przez stronę www.dolina-noteci.pl.
- 2016** Rozpoczyna się rozbudowa zakładu w Polanowie.
- 2017** Rusza linia do produkcji karm w puszkach i saszetkach w nowo wybudowanej części zakładu w Polanowie; emisja pierwszej reklamy telewizyjnej.

- 2021** Rusza produkcja karmy suszonej; firma kupuje zakład przeznaczony do produkcji gryzków naturalnych i zwiększa powierzchnię magazynową sklepu internetowego www.dolina-noteci.pl.
- 2022** Na rynek wchodzi karma suszona Dolina Noteci Superfood; marka uruchamia kampanię marketingową opartą o spoty telewizyjne, radiowe i outdoor.