



W północnej części Wielkopolski, u podnóża Dębowej Góry, znajduje się nowoczesny zakład produkcyjny Dolina Noteci. Ta renomowana marka, tworząca najwyższej jakości karmy dla psów i kotów, jest rozpoznawalna nie tylko w Polsce, ale także na wielu rynkach zagranicznych. Serce, pasja i miłość do zwierząt w połączeniu z wiedzą, doświadczeniem i odpowiedzialnością, pozwoliły jej stać się jednym z liderów branży *pet food*.



Kontekst rynkowy

Stale rosnąca świadomość i odpowiedzialność opiekunów zwierząt domowych oraz szerokie zainteresowanie ich dobrostanem mają istotny wpływ na rozwój branży zoologicznej. Czworonożni pupile są traktowani jak pełnoprawni członkowie rodzin. Dlatego opiekunowie, wybierając dla nich posiłki, oczekują wysokiej jakości i przejrzystego składu – podobnie jak wtedy, gdy szukają produktów dla siebie. Przekłada się to na systematyczny wzrost segmentu żywności dla zwierząt *premium*. To właśnie troska o najwyższą jakość, smak i zdrowie wprowadziła Dolinę Noteci do grona liderów branży. Marka buduje silną i stabilną pozycję na rynku od 15 lat. Badania przeprowadzone w 2022 roku przez niezależne ośrodki, m.in. Kantar, ASM Research Solution i ARC Rynek i Opinia, potwierdziły jej rosnącą rozpoznawalność i wysoką lojalność użytkowników.

Oferta

Dolina Noteci wyróżnia się na rynku wysoką jakością produktów: starannie opracowane receptury obejmują pełnowartościowe mięso i podroby – bogate w białko, uzupełnione o warzywa i owoce, pochodzące głównie od lokalnych dostawców – oraz zioła i dodatki funkcjonalne. Dzięki zaangażowaniu technologów i specjalistów do spraw żywienia zwierząt karmy spełniają wszystkie obowiązujące normy i wymagania dotyczące wartości odżywczych.

Linia *Dolina Noteci Premium*, od której zaczęła się historia marki, obejmuje 10 wariantów smakowych karmy mokrej w puszkach i saszetkach, przeznaczonych dla psów różnych ras i na różnych etapach życia – od suk w okresie laktacji i szceniąt, przez juniorów i psy dorosłe po seniorów. Niesłabnące zainteresowanie produktami sprawia, że asortyment linii regularnie się po-

większa. W 2023 roku uzupełnieniem linii karm mokrych stała się karma suszona, na której marka obecnie opiera swoją kampanię promocyjną i reklamową. 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 ze 160 gramów świeżego mięsa i podrobów, które stanowią 80 procent składu; pozostałe 20 procent to warzywa, owoce i dodatki funkcjonalne. Nowością w ofercie marki są gryzaki naturalne *Dolina Noteci Natural Treats*, będące atrakcyjnym uzupełnieniem diety, a zarazem skutecznym rozwiązaniem dla utrzymania zdrowych zębów i dziąseł, oraz przysmaki treningowe *Dolina Noteci Training Treats*, urozmaicające trening.



Dużą popularnością wśród klientów cieszy się także linia *Dolina Noteci Superfood* – karmy mokre i suszone, bazujące na wysokojakościowych składnikach, bogatych w substancje dobroczynnie wpływające na zdrowie i kondycję zwierzęcia. 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, siemień lniane, nasiona babki płesznik czy ekstrakt z *jukki mojava*. Firma ma w swoim portfolio również inne marki, dostępne także na wielu rynkach zagranicznych: Piper Animals, Rafi, Luger's oraz linię specjalistycznych karm weterynaryjnych 4Vets Natural, wspierających leczenie chorób dietozależnych.

Osiągnięcia

Silna i stabilna pozycja w branży *pet food* sprawiła, że Dolina Noteci na przestrzeni lat została uhonorowana wieloma nagrodami. Marka ma na swoim koncie m.in. tytuł Superbrands Polska, wyróżnienie w katego-

rii Marka Roku w rankingu redakcji Media Marketing Polska i Kantar Poland, prestiżowe nagrody w branży zoologicznej – Sflinksy, Diamenty Zoologii targów zoologicznych Pet Expo w Bydgoszczy, nagrody w plebiscyście Top for Dog, Złoty Paragon oraz tytuły: Firma Roku, Top Innowacja, Złota Innowacja, Perta Rynku FMCG i Konsumentki Lider Jakości. Ważnym elementem działalności Doliny Noteci jest dobroczynność. Marka regularnie wspiera schroniska, przytuliska i organizacje pomagające potrzebującym zwierzętom – tylko w 2023 roku przekazała na ten cel ponad 12 ton karmy. Na wsparcie mogą liczyć także inicjatywy pracowników, takie jak np. stworzenie drużyny Doliny Noteci podczas ekstremalnego biegu z przeszkodami Terenowa Masakra czy pomoc w organizacji Wielkiego Wyrzyckiego Ultramaratonu Pomagania.

Promocja

Telewizja, radio, *outdoor* i *digital marketing* to główne kanały wykorzystywane w promocji marki. W 2023 roku w wiodących stacjach telewizyjnych: TVN, TVP

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Prezes i Moli to imiona psów, które szefują w Dolinie Noteci.
- Produkty Doliny Noteci dostępne są w Chile, Hong Kongu i Dubaju.
- Łączna wysokość palet wysłanych z magazynów Doliny Noteci odpowiada 347 wysokościami Burj Khalifa, najwyższego wieżowca świata.
- Każda ciężarówka Doliny pokonuje rocznie około 70 tysięcy kilometrów. To ponad 7,5 długości Kolei Transsyberyjskiej – najdłuższej trasy kolejowej na świecie.

20 milionów

– tyle wyświetleń miał w 2023 roku należący do marki kanał YouTube „Spółka ZOO”.

i Polsat, widzowie zobaczyli łącznie kilka tysięcy plansz sponsorskich i kilkadziesiąt spotów reklamowych Doliny Noteci. W kwietniu tego roku premierę miał najnowszy spot reklamowy „Fabryka Psich Snów” z Psem Prezesem w roli głównej, a w wielu miejscach w Warszawie pojawiły się billboardy marki. Marketing internetowy bazuje na prowadzeniu profili na Facebooku, Instagramie i TikToku. Marka prowadzi także dwa kanały w serwisie YouTube – pierwszy, pod nazwą „Dolina Noteci”, obejmuje serię podcastów prowadzonych przez psa Gutka i kota Boczka, poruszających kwestie związane ze zdrowiem, pielęgnacją i codziennym życiem z pupilem. Drugi, cieszący się ogromną popularnością kanał „Spółka ZOO”, to przede wszystkim cykl materiałów utrzymanych w konwencji: co mówią psy/koty na wakacjach/w kąpiel/gdysągłodne. Ambasadorami marki są: Krzysztof Jankes Jankowski, Marzena Rogalska, Anna Deresowska, Kamila Piwowarska działająca w sieci jako Milabyli oraz Igor Tracz.

www.wiecejnikarma.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. Marka wypuszcza pierwszą reklamę telewizyjną.

2021 Rusza produkcja karmy suszonej. Firma kupuje zakład przeznaczony do produkcji gryzaków naturalnych i zwiększa powierzchnię magazynową sklepu internetowego.

2022 Na rynek wchodzi karma suszona *Dolina Noteci Superfood*.

Marka uruchamia kampanię marketingową opartą o spoty telewizyjne, radiowe i *outdoor*.

2023 Rusza produkcja naturalnych gryzaków dla psów *Dolina Noteci Natural Treats* oraz przysmaków treningowych *Dolina Noteci Training Treats*. Na rynek wchodzi karma suszona *Dolina Noteci Premium*.

2024 Rusza kampania promocyjna karmy suszonej *Dolina Noteci Premium*. Marka po raz pierwszy uczestniczy w międzynarodowych targach zoologicznych Interzoo w Norymberdze jako wystawca.