

# Laboratorium DermaPharm producentem smakołyków dla psów

O najnowszych trendach żywieniowych panujących na rynku przekąsek dla psów, wymaganiach polskich konsumentów, a także o potrzebie szerzenia wiedzy z zakresu opieki i pielęgnacji zwierząt,  
z **Tomaszem Rajzą, prezesem zarządu Laboratorium DermaPharm,**

ROZMAWIA PAULINA WASILUK

**PAULINA WASILUK:** W ostatnim czasie firma zainwestowała w kupno ekstrudera, który pozwolił poszerzyć portfolio produktowe o linię smakołyków dla psów. Opracowanie koncepcji produkcji tych artykułów wymagało na pewno skrupulatnego przygotowania?

**TOMASZ RAJZA:** To bardzo ważny krok w rozwoju firmy, dlatego do całego przedsięwzięcia przygotowaliśmy się bardzo starannie. Włożyliśmy wiele wysiłku w opanowanie technologii, żeby uzyskać optymalne efekty produkcyjne. Wiązało się to z podniesieniem kwalifikacji i zdobyciem nowych kompetencji przez naszych pracowników. Do opracowania składów Smakołyków dr Seidla zaprosiliśmy czołowych polskich dietetyków. Zależało nam, aby do sprzedaży trafił sprawdzony produkt bardzo wysokiej jakości.

**Przysmaki zajmują kluczowe miejsce wśród produktów dedykowanych psom. Jednak liczba dostępnych na rynku przekąsek jest ogromna. Skąd pewność, że sklepy zoologiczne zainteresują się kolejną linią?**

Rynek smakołyków jest bardzo rozdrobniony. Żaden z polskich producentów ani dystrybutorów nie wiezie prymu. Dlatego dostrzegam w nim niewykorzystany potencjał. Wraz ze zmieniającą się modą, konsumenci poszukują nowych produktów. A my wła-



**TOMASZ RAJZA, PREZES ZARZĄDU  
LABORATORIUM DERMAPHARM**

śnie wychodzimy im naprzeciw. Smakołyki dr Seidla wyróżnia nowoczesna technologia produkcji, stosowana tylko przez kilku producentów w Europie. Pozwala ona na poddawanie nadzienia innej obróbce niż jego otoczki. Stąd możliwość umieszczania w nadzieniu substancji wrażliwych na działanie wysokich temperatur, co byłoby niemożliwe przy zastosowaniu klasycznej technologii ekstruzji. To właśnie dzięki „poduszczykom” z nadzieniem mogliśmy dodać do środka odpowiednio dobrane składniki aktywne w ilościach zbliżonych do tych, jakie normalnie podaje się w formie tabletki.

**DermaPharm proponuje zatem suplementy diety, tylko w atrakcyjniejszej formie?**

Suplementy diety dostępne na rynku występują zazwyczaj w postaci tabletek lub kropli. Podawanie preparatów witaminowych w takiej formie nastęcza właścicielom zwierząt wielu problemów. My proponujemy połączenie suplementacji z przyjemnością, jaką będzie odczuwał pies, jedząc wysmienity smakołyk. Dodatkowo opiekun zwierzęcia nie będzie tracił czasu ani energii na zachęcanie go do spożycia.

**Czy smakołyki prozdrowotne to właśnie kierunek, w jakim zmierza kategoria przekąsek dla zwierząt?**

Nurt zdrowego żywienia zwierząt towarzyszących za granicą rozwija się bardzo dynamicznie. Uważamy, że smakołyki to przyszłość żywności funkcjonalnej. Tego typu produkty mogą stać się skutecznym sposobem podawania różnorodnych składników aktywnych zaspokajających potrzeby zdrowotne zwierząt. Wzrost świadomości konsumentów będzie sprzyjał rozwojowi rynku smakołyków prozdrowotnych. Smakołyki prozdrowotne idealnie pasują do filozofii naszej firmy, która znana jest z produkcji artykułów pochodzących z pogranicza weterynarii i zoologii. Konsumentom oferujemy produkty wysokiej jakości, wytwarzane z lokalnych surowców, w poręcznych opakowaniach ze strunowym zamknięciem, zapewniających wygodę podawa-



ZASTĘPCA DYREKTORA PRODUKCJI RADOŚLAW ŻYŁA  
I KIEROWNIK DZIAŁU PRODUKCJI ADAM OLBRYŚ PODCZAS OBSŁUGI EXTRUDERA

■ ■ ■  
**Rynek smakołyków jest rozdrobniony. Żaden z polskich producentów nie wiezie prymu. Kryje się więc w nim niewykorzystany potencjał. Wraz ze zmieniającą się modą, konsumenci poszukują nowych produktów. A my właśnie wychodzimy im naprzeciw. Smakołyki dr Seidla wyróżnia technologia produkcji, stosowana tylko przez kilku producentów w Europie**

nia podczas podróży i spacerów oraz gwarantujących długotrwałą świeżość.

**Wspomniał Pan o tym, że właściciele psów otrzymają produkty wysokiej jakości i do tego polskie. Czy krajowe pochodzenie zachęca do kupna?**

Choć niektóre krajowe produkty bywają źle kojarzone, uważam, że na pewno nie są to te posiadające logo dr Seidla. Według mnie łatwość wypromowania marki zależy raczej od tego, czy dany produkt odpowiada na potrzeby klientów, a nie od jego pocho-

żenia. Warto w tym miejscu dodać, że wiele polskich produktów cieszy się uznaniem nabywców. Przykładem mogą być artykuły akwarystyczne, ale nie tylko one.

**Wprowadzenie na rynek nowej serii artykułów to nie lada wyzwanie. Jakie wsparcie sprzedaży planuje firma?**

Obecnie prowadzimy ciekawą akcję promocyjną dotyczącą smakołyków skierowaną do punktów sprzedaży detalicznej. O szczegóły należy pytać przedstawicieli handlowych. Wdrażamy również w życie plan sprzedaży smakołyków na zagranicznych rynkach.

**Laboratorium DermaPharm jest znane w branży zoologicznej jako jeden z czołowych producentów preparatów pielęgnacyjnych dla zwierząt...**

Zgadza się. Od początku naszej działalności jesteśmy kojarzeni z marką szamponów dr Seidla znaną i cenioną wśród konsumentów za skuteczność działania. Co nie oznacza, że wprowadzone później do naszego portfolio nowe produkty pielęgnacyjne nie zdobyły uznania klientów. Wręcz przeciwnie. Z roku na rok rośnie popularność profesjonalnych kosmetyków marki Champion. Sporym zainteresowaniem nabywców cieszą się także wysokiej jakości szampony z odżywką Fresh Line.

**Odniesiony sukces pozwolił firmie dalej rozwijać skrzydła?**

■ ■ ■

**Nurt zdrowego żywienia zwierząt za granicą rozwija się bardzo dynamicznie. Smakołyki to przyszłość żywności funkcjonalnej. Tego typu produkty mogą stać się skutecznym sposobem podawania różnorodnych składników aktywnych zaspokajających potrzeby zdrowotne zwierząt. Wzrost świadomości konsumentów będzie sprzyjał rozwojowi rynku**

Nieustannie rozszerzaliśmy portfolio naszych produktów, angażując się w produkcję preparatów przeciwpchelnych i przeciwkleszczowych, repelentów i witamin. Wraz z pomysłem na opracowanie nowej serii smakołyków podjęliśmy kolejne wyzwanie zarówno w sferze organizacyjnej, jak i technologicznej i mamy nadzieję z sukcesem mu sprostać.

**Ale na pewno na tym nie kończą się plany rozwojowe Laboratorium DermaPharm?**

Oczywiście, że nie. Zamierzamy nieustannie się rozwijać, pracujemy nad ciągłym ulepszaniem receptur naszych produktów, odświeżaniem etykiet i opakowań. Rozszerzamy portfolio produktów i szukamy nowych rynków zbytu. Chętnie nawiązemy współpracę w ramach private labeling z firmami zainteresowanymi sprzedażą smakołyków opartych na innych niż nasza formuła, gdyż zakupiona technologia daje dużą elastyczność w opracowywaniu nowych receptur. Angażujemy się także w różne przedsięwzięcia mające na celu podniesienie poziomu wiedzy opiekunów zwierząt i profesjonalistów z branży zoologicznej. Obecnie wspieramy inicjatywę otwarcia studiów podyplomowych z zakresu pielęgnacji i żywienia zwierząt na Wydziale Weterynaryjnym SGGW w Warszawie, które zostaną uruchomione w październiku tego roku. Będziemy jednym z dwóch partnerów strategicznych, drugim jest firma Mars Polska. ◀