



HISTORIE

Společnost VAFO Praha s.r.o. byla založena v roce 1994 panem Františkem Bouškou a jeho společníkem. Od počátku byla klíčovou činností výroba, vývoj a distribuce krmiv pro domácí mazlíčky. Roční produkce krmiv pod značkami Asta, Astor, Astik a Mourek rostla z 1 000 tun v roce 1995 na 4 500 tun v roce 1999. Na veletrhu Propet 2000 byly představeny první produkty Brit – nejlepší krmivo pro nejlepší psy. Účast na jednom z největších mezinárodních veletrhů InterZoo v roce 2002 otevřela značku Brit dveře do světa. V roce 2004 už byla exportována do 17 zemí. Rostoucí prodej exportu se staly základem úspěchu na tuzemském trhu. V roce 2007 byla řada rozšířena o Brit Care, krmiva v superpremiové kvalitě pro psy a kočky a o 2 roky později byla uvedena na trh řada pro hlodavce Brit Animals. Logo Brit v aktuálním designu začalo značku reprezentovat v roce 2010. Na podzim 2015 přibýly do řady Brit Care produkty bez obilovin – Grain Free řada, ve které receptura stojí na kombinaci lososa a brambor. Rok 2017 vstoupí do historie značky jako rok odstartování marketingové komunikace na exportních trzích. Výrobky Brit byly v ČR vždy prodávány pouze na trhu specializovaných obchodů – chovatelských potřeb. Aktuálně dominuje v krmivech pro psy kategoriím premium a superpremium. V zemích, kde jsou produkty dostupné již delší dobu, se značka v prodeji pohybuje mezi TOP5, na ostatních si díky své kvalitě dokáže pozici rychle budovat.

INOVACE

Společnost VAFO Praha s.r.o. v čele se značkou Brit se řadí mezi moderní a velice dynamické firmy. Sleduje a aplikuje současné trendy, od svého vzniku však zároveň stojí na tradičních hodnotách. Společnost se soustředí na základy zdravé výživy a vybírá si takové inovace, které se pozitivně odráží v kvalitě produktů, jejich fungování či vnímání spotřebitelem.



HODNOTA ZNAČKY

Základním know-how značky Brit je dlouholetá praxe v oblasti výživy většiny domácích zvířat. Profesionálové zodpovídající za kvalitu krmiv jsou chovatelé a milovníci zvířat stejně jako ti, kteří produkty nakupují. Prioritou značky je zdraví a kondice. Při výrobě produktů proto nepoužívá ingredience, které by mohly negativně ovlivnit zdravotní stav zvířat. V premiových a superpremiových recepturách jsou použity čerstvé suroviny a zároveň jsou vyloučeny nevhodné přísady jako proteinové náhražky, sója nebo geneticky modifikované organismy. Krmiva Brit také nikdy nebyla a nejsou testována na laboratorně chovaných zvířatech. Za jedinečný produkt považuje společnost řadu Brit Care, v rámci níž jsou krmiva vyvíjena a vyráběna s myšlenkou „Prevence výživou“. Smyslem této řady je krmít zvířata tak, aby jejich majitelé nemuseli u veterináře řešit civilizační choroby, které dnes postihují bohužel i domácí zvířata. Dalšími produkty spadajícími pod značku Brit jsou například krmiva Brit Premium, Brit Let's Bite, Brit Boutiques Gourmandes nebo Brit Sausage. Kromě značky Brit, s jejímiž produkty se zákazník setkává v řetězových i nezávislých chovatelských obchodech, na internetu či v hobby marketu, má společnost ve svém portfoliu krmiva Carnilove, Sam's Field, Profine, NutriHorse a divizi doplňků stravy Canvit. Vedle kvality svých produktů vyznává značka Brit přátelský a otevřený přístup k zákazníkům a spotřebitelům. Zákazníci (velkoobchody, distributoři) si toho vědí a mají značku Brit rádi, protože ji rádi nakupují spotřebitelé, kterým přináší za investované peníze radost ze zdravých zvířat. O spokojenosti spotřebitelů vypovídá například řada pozitivních ohlasů na internetu a hlavně rostoucí prodej, ať už v době kampaní, tak mimo ně. Své renomé si značka Brit navíc vydobyla nejen v domácím prostředí, ale také i v mezinárodním měřítku.

Trendy ve výživě zvířat jdou paralelně s trendy ve stravování lidí. Společnost Brit, která si své hypotézy a vize potvrzuje výzkumem, tomu přizpůsobuje i vývoj svých produktů. Například řada Grain/PotatoFree krmiva Carnilove pro psy a kočky má recepturu, která stojí na složení potravy před nástupem zemědělství, tedy přibližně před 14 000 lety. Řada Salmon & Potato v Brit Care je jedinou Grain-free řadou s kompletním pokrytím věku a velikostí plemene na trhu. Také krmiva pro kočky Brit Care jsou založena na kočičích charakterech pro lepší identifikaci spotřebitele s produktem. Novinkou jsou funkční pochoutky a speciální pamlsky pro pozitivní motivaci psů Brit Let's Bite. Značka Brit do budoucna plánuje dále budovat portfolio vlastních značek a pod nimi přinášet inovace, které přispívají ke zdravému a spokojenému životu čtyřnohých parťáků. Nejblíží významný krok bude spuštění vlastní výroby mokrých krmiv (konzerv, kapsiček).



KOMUNIKACE A ÚSPĚCHY

Základem všech kampaní značky Brit, které byly realizovány v posledních 3 letech, je idea společného štěstí člověka a zvířete. Příkladem je kampaň Happy together, kdy byla zveřejněna videa, natočená ve spolupráci se zaměstnanci firmy a jejich domácími mazlíčky. Spoty, šířené na sociální síti Facebook, YouTube a na chovatelských webech, vyzývaly české milovníky zvířat, aby také natočili svá videa a prostřednictvím facebookové aplikace se s nimi zúčastnili soutěže o krmivo. I díky tomuto projektu rostl obrát firmy o 35 % a Brit si tak upevnil svou pozici love brand. Facebook považuje značka Brit za jeden ze svých nejdůležitějších komunikačních kanálů. Jen během posledních 2 let zde značka nasbírala 50 000 nových fanoušků.



Facebook slouží také jako efektivní rozšíření komunikace témat, která jsou použita v TV spotech. V rámci sociálních sítí funguje dobře také Instagram. Velmi úspěšným byl pro společnost VAFO Praha s.r.o. rok 2014 – tehdy na světové konferenci Global PETS Forum získala hlavní ocenění. Cenu každoročně uděluje prestižní B2B magazin PETS International na základě nezávislého

hodnocení odborníků z Nizozemska. Global PETS Forum Award 2014 je jakýmsi Oscarem v byznysu pro domácí mazlíčky.

SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÉ PODNIKÁNÍ

Značka Brit je hrdým partnerem centra Helpes pro výcvik asistenčních psů a canisterapeutické organizace Aura Canis. Nákupem v e-shopu Brit se i zákazník může podílet na dobročinné aktivitě. Z každé objednávky přispívá značka Brit 8 % z ceny produktu právě výše uvedeným organizacím. Přes online iniciativu Click'n'Feed se za poslední rok podařilo naplnit přes 750 000 misek v útulcích. Brit také pomáhá jihočeské záchranné brigádě kynologů a organizuje anketu Kynolog roku.



MARTIN ŠÁMAL
MARKETINGOVÝ ŘEDITEL BRIT

„Značku Brit sleduji přibližně 10 let, jak z profesních důvodů mého dřívějšího působení u konkurence, tak i z důvodu osobních vazeb na lidi ve firmě a v neposlední řadě kvůli psovi, kterému jsem chtěl vždy podávat pro něj nevhodnější krmivo. Jako marketéroví se mi na logu líbí jednoduchost a zároveň propracovanost nosné myšlenky vtisknutá do ikon, které lze čitelně využít v prakticky jakémkoliv nástroji komunikace. Považuji za ohromné štěstí, že se mohu podílet na dalším směřování značky Brit.“

ZAJÍMAVOSTI

- JEN ZA ROK 2016 VYROBILA SPOLEČNOST BRIT TOLIK GRANULÍ, ŽE BY STAČILY JAKO KRMENÍ NA 1 ROK PRO 1,5 MILIONU PSŮ O VÁZE 15 KG, NEBO PRO 3,5 MILIONU KOČEK.
- 750 000 MISEK V ÚTULCÍCH NAPLNIL BRIT V RÁMCI PODPORY INICIATIVY CLICK 'N' FEED.
- VÍCE NEŽ 72 000 – TO JE AKTUÁLNÍ POČET FACEBOOKOVÝCH FANOUŠKŮ ZNAČKY.
- 2014 – ROK, KDY SPOLEČNOST VAFO PRAHA S.R.O. ZÍSKALA PRESTIŽNÍ OCENĚNÍ GLOBAL PETS FORUM, COŽ LZE V BYZNYSU PRO DOMÁCÍ MAZLIČKY PŘIROVNAT K FILMOVÝM OSKARŮM.
- ÚČAST NA JEDNOM Z NEJVĚTŠÍCH MEZINÁRODNÍCH VELETRHŮ PRO CHOVATELSTVÍ INTERZOO V ROCE 2002 OTEVŘELA ZNAČKE BRIT DVEŘE DO SVĚTA. O DVA ROKY POZDĚJI UŽ BYLA EXPORTOVÁNA DO 17 ZEMÍ SVĚTA, DNES JE TO 66 ZEMÍ.