**Собачья радость**

Хорошо жить в эпоху благоденствия: хамона вдоволь, магазины сверкают витринами, по улицам гуляют дамы с собачками, которые одеты не хуже людей. И не то что не хуже, а некоторые даже лучше – еще бы многих собачек одевали не кто попало, а знаменитые и уважаемые модельеры: Vivienne Westwood, Ben de Lisi, Roberto Cavalli. Да и бриллианты на ошейниках сверкали не искусственные, а чистейшей воды, почти как слеза крокодила. Все в прошлом, в прошлом и остается лить крокодиловы слезы в память о былом величии. Хотя… говорят, что к хорошему привыкаешь быстро и одежда для собак может оказаться востребованной даже в условиях тотальной экономии – голыми ходить уже как-то неприлично.

Скажем прямо, вышеупомянутые бренды – это для категории «вы слишком много кушаете», основными потребителями одежды для животных являются люди, у которых доход чуть выше среднего и чьи питомцы не могут похвастать густой и пушистой шерстью. Да и если отбросить в сторону предрассудки – одежда для собак не только украшает животных, но и помогает хозя

**Собака бывает кусачей только от жизни собачьей**

Собственно рынок собачьей одежды возник очень давно - в конце XIX века. Именно тогда начали выходить каталоги модной одежды для четвероногих, дамам было вообще не прилично появляться с «голыми» собаками в обществе. И до сих пор, в Европе и Америке существуют показы мод от кутюр для собак. Однако массовым явлением это набавление фэшн-индустрии стало уже в конце 80-х прошлого столетия и из небольшого течения прекратилось в настоящее нашествие. Пик популярности пришелся на нулевые, когда в моду вошли голые хохлатые собаки и сфинксы. В США рынок товаров для животных оценивается в $52 млрд, в странах ЕС ситуация схожа – там народ готов потратить около $50 млрд. Из общего объема, примерно треть – это одежда и аксессуары.

В России эксперты не слишком обращают внимание на столь незначительную вещь, как рынок одежды для пушистиков. А зря, по последним опросам в России проживает около 40 млн кошек и 25 млн собак. А это не так уж мало. Этим и пользуются многочисленные кустарные производства и надомники, которые весьма успешно конкурируют с такими раскрученными брендами как GOYARD, Diamond Dogs, Бэтти, «Гранд – Шериф» и многие другие. «Трудностей реализации нашей продукции нет, - говорит Ника Притупова, частный модельер. - Мы занимаемся этим не массово, не через магазины, а индивидуально и на заказ и заказчиков у нас хватает. Чаще всего одежду заказывают творческие личности, у которых короткошерстные кошки или сфинксы, а также небольшие породы собак. При индивидуальном заказе хозяин точно знает, что нужно питомцу. Удачно выбранная модель, пряжа и стиль - одежда будет реализована на 100%. Главное – индивидуальный подход».

Эксперты утверждают, что рынок в России полностью сформировался и заполнен, однако с этим можно поспорить – многие хозяева жалуются, что ассортимент, представленный в зоо-бутиках весьма ограничен и цены необоснованно высокие, поэтому они вынуждены ограничивать своим питомцев в гардеробе и покупают 1-2 вещи, не более. Меж тем, к примеру в США, владельцы собак считают, что обновлять гардероб «младших братьев» нужно, как минимум, раз в год. И речь не о небожителях Голливуда, а о рядовых гражданах.

У нас же основные покупатели расположены в столице, периферия считает данное направление откровенным буржуйством и «с жиру бесятся» .

По данным РБК

На рынок одежды для животных даже кризис 2008 года не сильно повлиял – он продолжал развиваться до 2010 год и составлял 20% прироста в год. Потом наступил период стабильности – появлялись новые бренды и рукодельницы, которые оттянули на себя часть целевой аудитории.

«У нас есть небольшой ассортимент одежды для животных, но это так сказать в качестве дополнительных услуг, так как основная прибыль идет от продажи кормов для животных. – Рассказывает Наталья Маркелова, владелец небольшого зоомагазина «4 сезона». – В нашем регионе дорогие бренды не пользуются спросом, люди если и покупают комбинезоны для собак, то стараются либо заказать в интенет-магазинах, либо у частников по индивидуальным выкройкам».

Эксперты прогнозировали, что основная борьба за место под солнцем развернется между сетевыми магазинами и гипермаркетами, где есть отделы по продаже товаров для животных, этого так и не произошло – в России по-прежнему мало сетевиков, которые специализировались бы только на продаже товаров для домашних питомцев.

По данным РБК

Меж тем, объективно, если за прошедшие годы стабильности зоомагазины начали бы масштабную компанию по продвижению одежды для животных на рынок, то возможно у большей половины населения не было бы такого отторжения самой идеи одеть свою собачку. Мы провели собственное исследование в данном вопросе и выяснили, что львиная доля респондентов крайне негативно относятся к владельцам собак, чьи питомцы гуляют в курточках и шубках.

В данной тенденции виноваты сами производители – на протяжении почти трех десятков лет они убеждали людей, что одевать собак могут только состоятельные люди, презентуя четвероногих моделей в блеске бриллиантов.

На данный момент, если производители повернутся лицом к потребителям эконом-класса, ситуация может измениться в положительную сторону. К примеру, российские пенсионеры просто обожают пинчеров, - с чем связана эта любовь к истеричным собачкам непонятно, эта тема исследований для других изданий, - а пинчеры зимой себя чувствуют очень неуютно. Да и более крупные представители семейства собачьих с короткой шерстью тоже не откажутся прогуляться в теплой одежде, чтобы не поджимать хвост и лапы во время променада.

«У животных, как у людей, есть потребность носить одежду дома и на улице, – говорит Ника Притупова. - Физиологическое строение животных позволяет носить красивую и тёпленькую кофточку или жилеточку дома. На прогулке особенно в холодное время года, - одёжка просто необходима, чтобы питомец не простыл».

Говорят, что наш рынок одежды для мохнатых (и не очень) развит плохо и отстает от европейского аналога лет на 15, в этом тоже есть плюс, – есть куда двигаться.

**Такие ми-ми-ми…**

Но если забыть о законах экономии и перестать переживать о регрессе рынка в данном сегменте, то можно просто любоваться очаровательными собачками в хорошеньких вещичках. Модные тенденции в мире животных очень похожи на тренде в мире людей, вернее практически копируют их досконально.

Самих собак мода вряд ли волнует, но она волнует их хозяев и производителей. Итак, на пике популярности одежда из денима: куртки, комбинезоны и платья. Но обычная «джинса» уже мало кого вдохновляет, поэтому стильные вещи должны быть обязательно с принтами: горох, полоска, цветы и клетка, - вот главные тенденции предстоящей весны.

По-прежнему актуальны теплые вещи, - в России без них никуда, - пуховики и комбинезоны на синтепоне. Особый шик – шубы из цветного меха, вариаций масса. В 2015 фаворитом цвета станет винный и цвет орхидеи, ярко-желтый и зеленый. При выборе одежды стоит обратить внимание на детали – чем больше кнопочек, пуговичек, застежек и кармашков, тем лучше.

Английский стиль покоривший подиумы Парижа и Нью-Йорка в прошлом сезоне перекочевал и на показы для питомцев, шотландская клетка придаст облику собаки элегантность и небрежность лондонского денди.

Для вечерних выходов в свет, ведущие модельеры предлагают туалеты с богато декорированной отделкой золотом, вышивкой и кружевом для дам, и классическим смокингом для кавалеров. В общем, все, как и у людей, только в более очаровательном варианте – братья меньшие наши даже в тельняшках выглядят замечательно.