

Nestlé reintroduce Purina en España

Nestlé Purina PetCare es el resultado de la fusión del anterior portfolio de productos comercializados por Nestlé PetCare España con el de Purina, que cuenta con algunas de las marcas históricas de mayor éxito del mercado español de petfood. La compañía presenta también la novedad en cuidados Pro Care.

Texto e imágenes Sheila Riera
Argos - argos@grupoasis.com

“Hoy es un día histórico y no tengo ninguna duda de que la recuperación de la marca Purina por parte de Nestlé PetCare supondrá una fuente de crecimiento para Nestlé España”, aseguró Bernard Meunier, director general de Nestlé España y responsable de la Región Ibérica, al inicio de la rueda de prensa ofrecida por la compañía el pasado 10 de febrero.

Tras ocho años de ausencia, Purina vuelve a nuestro país y coloca a Nestlé Purina PetCare España en el segundo puesto de la lista de las empresas con mayor volumen de ventas en el sector de la alimentación de animales de compañía. Meunier manifestó que su reto como director de la compañía –compartido con sus colegas de Nestlé Purina PetCare– es “aprovechar esta gran oportunidad”, y que cuentan con el “equipo necesario para convertir este sueño en realidad”.

“Nestlé Purina ya representa el segundo competidor en el mercado de la alimentación de mascotas, con un 13,5% de las ventas totales del sector en nuestro país”, (Paolo Ongari).

Nestlé Purina PetCare España

Bernard Meunier cedió la palabra al director general de Nestlé Purina PetCare España y Portugal, Paolo Ongari, quien procedió a explicar la repercusión de la recuperación de Purina. “Celebramos el nacimiento de una nueva compañía, Nestlé Purina PetCare España, y el retorno al mercado español de las marcas históricas de mayor éxito en la alimentación de las mascotas de nuestro país”, afirmó.

“La posesión de mascotas sigue creciendo en Europa. En España, el 38,8% de los hogares tiene un animal de compañía y este índice no sólo ha aumentado en los últimos años, sino que aún tiene potencial de crecimiento”, comentó Ongari. “Nestlé Purina



Más de 25 años en el sector de la alimentación animal

- 1985 - Nestlé, dedicada en exclusiva hasta entonces a la alimentación humana, adquiere Carnation -empresa láctea americana que también comercializaba petfood- y, con ella, las marcas Friskies y Gourmet.
- 1988 - Nestlé se fusiona con Spillers, que poseía las marcas Félix y Nido.
- 2001 - Se produce la adquisición de Purina, la más importante para la compañía hasta el momento. Purina es una empresa americana fundada en 1902 que fue pionera en la fabricación de alimento extrusionado para animales en la década de los 50. A partir de entonces, se expandió por Europa y en 2001, tras su compra por parte de Nestlé, nació Nestlé Purina en nuestro continente, con la única excepción de España, donde no se pudo completar la adquisición debido a que la suma de las marcas de ambas compañías excedía lo permitido por el Tribunal de la Competencia.
- 2010 - Nestlé España ya puede comercializar la marca Purina y pasa a llamarse, igual que en resto de Europa, Nestlé Purina PetCare España.

empieza una nueva etapa –continuó– pero a día de hoy ya representa el segundo competidor en el mercado de la alimentación de estos animales, con un 13,5 % de las ventas totales del sector en nuestro país”.

“A nivel interno, nuestro objetivo es liderar el desarrollo del mercado multicanal y orientar el petCare no sólo a la alimentación, sino también a un cuidado completo de las mascotas. En un plazo de cinco años, pretendemos crecer un 50%”, aseguró Ongari.

A corto plazo, las prioridades de la empresa se centran en relanzar su *portfolio*

de marcas –con Purina como marca corporativa– y en la distribución de las mismas a través del canal especializado y de alimentación. En la gama *superpremium*, Nestlé cuenta a partir de ahora con: Pro Plan (canal especializado), One (canal de alimentación), Pro Care y Gourmet. Así mismo, la gama *premium* está constituida por: Friskies, Tonus, Nido y Félix.

“Para superar este reto –manifestó Paolo Ongari, director general de Nestlé Purina PetCare España–, Nestlé Purina cuenta con la fuerza de una nueva marca corporativa, Purina, y basa su estrategia

en su gran experiencia y profundo conocimiento del consumidor y de la realidad del mercado español, así como en su incuestionable capacidad de investigación e innovación. Todo ello, unido a una amplia gama de especialidades pensadas para cubrir las distintas necesidades de las mascotas y de sus dueños, constituye un inmejorable punto de partida para liderar el desarrollo de este mercado en nuestro país”.

Purina Pro Plan será el “motor de crecimiento en el canal especializado” de la compañía. Además, la empresa presenta una nueva marca de cuidado y confort, Purina Pro Care.



Paolo Ongari, director general de Nestlé Purina PetCare España, y Bernardo Meunier, director general de Nestlé España.



Su Bienestar, Nuestra Pasión.®

Nestlé Purina en el mundo

A nivel internacional, Nestlé Purina es uno de los líderes del mercado de nutrición y cuidado de mascotas –cuya cifra de negocio supera los 53.000 millones de euros– con el 22,5% de cuota de mercado en volumen en las categorías de alimentación para perros y gatos. En 2008, sus ventas alcanzaron los 8.400 millones de euros, prácticamente un 12% de la cifra de negocios global del Grupo Nestlé. Nestlé Purina cuenta con cinco centros de investigación en Europa, Asia y EE. UU., en los que trabajan más de 500 expertos en diversas disciplinas. Su extensa red industrial consta de 50 fábricas repartidas por todo el mundo –una de ellas, en Castellbisbal, Barcelona– y su equipo humano está compuesto por más de 18.000 personas.

Para todos los gustos

Purina Pro Plan será el “motor de crecimiento en el canal especializado” de la compañía, mientras que Purina One se relanzará en el canal de alimentación español. Además, la compañía presenta una nueva marca, Purina Pro Care, que pretende convertirse en la primera marca *superpremium* de cuidado de perro y gato. Su lanzamiento está previsto para el mes de abril, tanto en el canal especializado como en el de alimentación. “Creemos que Pro Care puede aportar más dinamismo a la marca Purina”, afirmó Ongari.

“Purina se convierte en nuestro sello de calidad y garantía. Era la marca más recomendada por los veterinarios, para quienes significaba salud y bienestar. Nuestro objetivo es que vuelva a serlo”, concluyó el director general de Nestlé Purina PetCare España. □