

# Purina vuelve a 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 Pro Plan y One. La compañía presenta también la novedad en cuidados Pro Care.

Texto e imagen  
Sheila Riera  
Ateuves  
ateuves@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 es “aprovechar esta gran oportunidad”, y que cuentan con el “equipo necesario para convertir este sueño en realidad”.

Purina Pro Plan será el motor de crecimiento en el canal especializado de la compañía. Además, presenta una nueva marca, Purina Pro Care.

## 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



Bernard Meunier, director general de Nestlé España y responsable de la Región Ibérica (izda.) y Paolo Ongari, director general de Nestlé Purina PetCare España y Portugal.

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 empieza una nueva etapa —continuo— 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”.

Las prioridades de la empresa se centran en relanzar su *portfolio* de marcas —con Purina como marca corporativa— y en su distribución a través del canal especializado y de alimentación. En la gama *superpremium*, Nestlé cuenta a partir de ahora con: Pro Plan (c. especializado), One (c. 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—, 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”.

## 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. “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.