
CONGRESO ANUAL DE AMFAC-VET Y FERIA PROPET

Gran expectación de los profesionales por la vuelta al mercado de Nestlé PURINA

Madrid, 24 de marzo de 2010.— Durante el Congreso Anual de AMFAC, más de 1.000 personas se acercaron al stand de Nestlé PURINA en la Feria Propet, que se celebró en el recinto Ifema de Madrid del 26 al 28 de febrero pasado. En el stand, los visitantes recibieron información sobre las últimas novedades de la marca y la vuelta de PURINA y PURINA Pro Plan al mercado español, además de asistir las actividades lúdico-deportivas con perros que Nestlé PURINA ORGANIZÓ entre ponencia y ponencia durante el Congreso.

Entre los actos más destacados del Congreso, **DANIEL SMITH**, Vicepresidente ejecutivo de I+D de Nestlé PURINA PetCare en St. Louis (EEUU), presentó una ponencia bajo el título «Innovación en la mejora de los animales de compañía», durante la cual explicó cómo la investigación y la innovación se aplican para mejorar la vida y la salud de las mascotas.

Cabe resaltar, asimismo, la intervención de la doctora **MARTA HERVERA**, del Hospital Clínico Veterinario de la UAB, con una ponencia en la que expuso la necesidad de tratar los problemas de sobrepeso teniendo en cuenta las necesidades energéticas y nutricionales de los animales.

Una de las actividades más originales que se llevaron a cabo y que cerró la feria fue el espectáculo lúdico-deportivo que organizó Nestlé PURINA con perros, entre los que había algún campeón del mundo en su modalidad. Las mascotas iban acompañadas de sus cuidadores quienes les guiaban en sus acrobacias. Tanto perros como cuidadores eran de origen polaco.

Nestlé PURINA España

El objetivo de la nueva **Nestlé PURINA** es consolidar la fuerza de la marca PURINA en el mercado y seguir creciendo en volumen de ventas para alcanzar, a largo plazo, el liderazgo global del mercado español. En el período 2002-2009, las ventas de la gama de productos comercializados por Nestlé PetCare España crecieron un 46%. Ahora, con la incorporación de las marcas de PURINA a su portafolio, su reto es de crecer más de un 50% en los próximos 5 años.

*«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».*



Teléfono: 93 480 56 75
Fax: 93 473 46 48
e-mail: Prensa.Nestle@nestle.es



Gabinete de prensa
Nestlé España S.A.

Nestlé PURINA goza de una gran experiencia en el negocio de los alimentos para mascotas. Hace 25 años, el Grupo Nestlé entró en este mercado a través de la marca Friskies. La compra de la división Spillers Petfoods de Dalgety, en 1998, y especialmente la de Ralston Purina, en 2001, dieron solidez a su presencia en el negocio de *petfood*. La adquisición de PURINA constituyó una firme apuesta para alcanzar el liderazgo mundial en el mercado de *petcare*. Ahora Nestlé PURINA PetCare España asume el reto de liderar el desarrollo del mercado español de alimentos y cuidados para mascotas en los próximos años.