

[LLUC FERRER, PRESIDENTE AEDPAC]

“Nos encontramos en una etapa de consolidación del mercado de mascotas”

El de la veterinaria es un sector que, en los últimos años, está viviendo una transformación que afecta no solo a veterinarios y propietarios, sino también a distribuidores. Hablamos de ello con Lluç Ferrer, presidente de la Asociación Española de Distribuidores de Productos para Animales de Compañía (Aedpac).

Según datos recientes de Euromonitor International, entre 2012 y 2017 las ventas mundiales de productos para el cuidado de animales de compañía han crecido en un 14%, es decir 10.500 millones de euros, ascendiendo a unas ventas totales de 88.200 millones de euros. En nuestro país, diversos estudios estiman que los españoles gastan unos 800 euros de media al año en el cuidado de sus perros y 530 euros en el de gatos. Así, estas cifras no hacen más que demostrar la tendencia ascendente que está viviendo el sector mascotas en España. “Es un mercado que, aunque levemente, ha ido creciendo durante los últimos años y precisamente



por este motivo, creemos que aún existe recorrido para llegar a equipararnos a los principales mercados europeos como son Alemania, Italia y Reino Unido”, detalla **Lluc Ferrer**, presidente de la Asociación Española de Distribuidores de Productos para Animales de Compañía (Aedpac), asociación que agrupa a los principales importadores, fabricantes y distribuidores de productos para animales compañía que operan en el mercado español. “A día de hoy nos encontramos en una etapa de consolidación del mercado y de concentración de sus actores tanto en la distribución como en el retail”, asegura Ferrer, quien recuerda que “en este momento en nuestro país hay más mascotas que bebés y eso es bueno para todos los actores del sector”.

Recuerda Lluc Ferrer que la Asociación está “en contacto permanente” con los representantes de la profesión veterinaria en nuestro país “y compartimos sus inquietudes como la apuesta por la reducción del IVA veterinario que creemos que ayudará a los profesionales y sus empresas y sin duda dinamizará el sector”. De hecho, para el presidente de Aedpac “la veterinaria es una profesión con mucho futuro”, y augura que “en los próximos años veremos cambios notables en el sector”. Es el caso, por ejemplo, del “fenómeno de la concentración de centros de salud mediante corporaciones o fondos de manera que ya sucede en buena parte del mercado europeo. En el retail ya hace unos años que se ha iniciado esta dinámica de compras”.

Diversificación

Tradicionalmente, la alimentación de perros y gatos ha sido la espina dorsal del comercio de productos de gran consumo. Una alimentación que, a día de hoy, sigue siendo crucial y que ha sabido diversificarse: “La gran variedad de nuevos productos como dietas, congelados, húmedos, etc. está revitalizando extraordinariamente este nicho de mercado, donde hace relativamente pocos años sólo existían unas pocas variedades de pienso seco”, remarca el presidente de Aedpac. En cuanto al mercado de productos y complementos, como puede ser la moda, los cosméticos o el mobiliario, para poner unos ejemplos, considera Ferrer que “se está sofisticando a pasos agigantados. Y nos encontramos ante una tendencia clara que ha llegado para quedarse”.

Otra de las claves del crecimiento del sector son las gamas Premium de “productos de todo tipo y categoría que, sin perder de vista su precio, están obteniendo una cuota destacable”. Aquí juega un papel importante la humanización de los productos para animales de compañía, que, en palabras del propio Lluc Ferrer, “está muy ligada a la nueva sensibilidad de los propietarios del animal, pues compran con la misma lectura que lo harían para sí mismos en humana”.

“El mercado de productos y complementos se está sofisticando a pasos agigantados”

“Estamos en una época de concentración de los actores del mercado, tanto en la distribución como en el retail”

Aedpac

El objetivo primordial de Aedpac es el de promover y fomentar la distribución, importación y exportación de animales de compañía, así como productos y complementos de todo tipo, incluyendo alimentos, equipamientos y productos zoonosanitarios. En este sentido, el presidente de la Asociación comenta que desde la misma ofrecen asesoramiento en legislación y normativa nacional e internacional; etiquetaje, importación, logística. “Además, generamos espacios de networking para intercambios de negocio y tenemos diversos acuerdos de carácter financiero, de formación, bolsa de trabajo y servicios al asociado, entre otras muchas ventajas”, indica Lluc Ferrer cuando le preguntamos sobre qué ofrecen a sus socios.

A renglón seguido añade que para Aedpac “es prioritario trabajar para construir sector como tal” y eso pasa por tener una buena relación con las otras asociaciones del sector, “desde el sector salud hasta el sector industria o comercio”. Para el directivo, es clave que “marcas, tiendas, clínicas, laboratorios, criadores, protectoras y animalistas rememos en una sola dirección”. Un claro ejemplo de ello es el Salón Iberzoo+Propet, la Feria Internacional para el Profesional del Animal de Compañía, novena de Propet y sexta de Iberzoo, en el que este año cerca de 500 empresas mostraron la oferta más novedosa de la industria de productos y servicios para mascotas. “Esta ha sido la segunda edición conjunta y la experiencia no ha podido ser más positiva”, asegura Lluc Ferrer.

Otro de los temas que afectan al sector hoy día es el del intrusismo y el comercio online. En este aspecto, “dedicamos mucho tiempo y recursos de lobby que realiza Aedpac en los más diversos frentes, ya sean locales, municipales, autonómicos y nacionales”. En este aspecto, la Asociación intenta ser un interlocutor ante la Administración para “intercambiar y proveer de información de mercado a dichas entidades que a partir de la experiencia de nuestros asociados les permita poder elaborar la normativa que afecta al sector desde la experiencia de mercado que podemos ofrecerles”. Asimismo, Lluc Ferrer considera indispensable “concienciar al comprador y propietario de un animal de compañía, y fomentar la venta a profesionales que ofrezcan todas las garantías exigidas en cuanto a transparencia, seguridad y que priorice el bienestar del animal, ya sea en tiendas como protectoras o criaderos, entre otros”.

Finalmente, Aedpac también colabora con el Servicio de Protección de la Naturaleza (Seprona) contra el comercio online y pertenece a la EPO, la asociación europea que defiende los intereses del sector en Bruselas. 🐾