

[IGNASI SOLANA, SECRETARIO GENERAL DE AEDPAC]

“Parte del sector se ha visto gravemente afectado por los bulos y las fake news sobre la Ley de Bienestar Animal”

AEDPAC agrupa a los principales importadores, fabricantes y distribuidores de productos para Animales de Compañía que operan en el mercado español. Su objetivo es impulsar y promover la industria y el comercio del sector del animal de compañía, productos y complementos, alimentación, servicios, equipamientos y productos zoonosanitarios.



AEDPAC ofrece a sus asociados servicios y productos exclusivos que contribuyan a impulsar y generar conocimiento y negocio, mediante la participación activa, el intercambio de información, el análisis de tendencias y la formación continuada en todos aquellos aspectos que contribuyan a la innovación y al desarrollo de la industria y las empresas españolas.

Según explica **Ignasi Solana**, secretario general de AEDPAC, “este año ha sido de transición hacia un nuevo modelo de asociación más profesionalizado”, sobre todo teniendo en cuenta que

acaban de superar la barrera de las 100 empresas asociadas.

“Hemos abierto las comisiones de formación e internacionalización, y el Club Petshop Retail, que integra las principales cadenas y comercios detallistas, generando una dinámica de trabajo que exige incorporar cambios y nuevos recursos en ámbitos como la digitalización o la gestión y segmentación de contenidos de valor”. Por otra parte, “hemos abierto un nuevo frente junto con CEVE con la creación de AIDPET, el nuevo grupo de interés abierto a todas las entidades y asociaciones del sector, para defender los intereses del sector desde una perspectiva transversal, ante los medios, el mercado y la Administración pública que permita disponer de una interlocución única en ámbitos donde resulta muy recomendable, como es el reciente caso de la Ley de Bienestar Animal (LBA)”.

Asimismo, AEDPAC es promotor, junto con AMVAC, de Iberzoo+Propet, “que se ha consolidado como la primera plataforma de negocio del sector petcare”. Un evento único “en el que se reúnen laboratorios, petfood, accesorios, complementos, peluquería y todo tipo de productos y servicios para la industria, el retail y los centros de salud veterinaria”. En la próxima edición de 2024, avanza, “esperamos consolidar la atracción a visitantes de otros mercados que están muy atentos a los productos que presentan las empresas españolas, especialmente en tecnología veterinaria y en la creatividad en el diseño y las prestaciones de los accesorios y complementos”.

Además del intercambio comercial, “una feria de calidad se distingue por su capacidad de generar contenidos de calidad en cuanto a tendencias de mercado, innovaciones y la posibilidad de potenciar el networking mediante la presencia de las principales personali-

dades del sector". Durante estas cinco ediciones, "el Forum se ha convertido en un referente indiscutible en la labor de dar voz al sector". En concreto, remarca, "intentamos mantener un equilibrio en las ponencias en temáticas transversales que afecten al conjunto del sector. Por ello, incorporamos representantes del sector veterinario, la fabricación, el retail o la gran distribución para ofrecer una lectura clara del estado del sector en España y de las tendencias globales en los principales mercados".

Una ley marcada por el sensacionalismo

En relación con la aprobación de la Ley de Protección y Bienestar Animal, Solana remarca que "durante los dos últimos años, desde la comisión de animales vivos CAAVV, hemos trabajado intensamente con la Dirección General de Bienestar Animal para mitigar en lo posible los efectos negativos que pudiera deparar sobre el sector, especialmente sobre el comercio detallista". Y añade: "Creemos que hemos conseguido buena parte de los objetivos y hemos contado con la colaboración de la propia dirección general, entidades del sector y de los recursos a nivel jurídico y de la experiencia y el conocimiento de buena parte de nuestros asociados, además de profesionales independientes expertos en biología, veterinaria, normativa científica, en comercio y bienestar animal".

En su opinión, "parte del sector se ha visto gravemente afectado por los bulos y las fake news que han aparecido en los medios de comunicación". Básicamente, "ha sido un alud de noticias sensacionalistas donde se han buscado titulares fáciles para crear polémica afirmando, por ejemplo, que casi todos los animales iban a estar prohibidos". Esto ha tenido un efecto muy negativo a nivel de ventas, que ha afectado gravemente al sector y ha repercutido a toda la cadena de valor del sector, "desde fabricantes y laboratorios hasta el profesional veterinario". No todos los grupos de animales se han visto igual de afectados, "pero en general ha sido negativo". No obstante, "parece ser que esto ya está pasando y poco a poco volvemos a la normalidad".

Sin duda, "los animales de compañía son uno de los grandes temas estrella en los medios en los últimos años". En concreto, "más del 40% de hogares españoles cuenta con, al menos, una mascota en casa". Esto lo convierte "en un tema recurrente para los medios de comunicación". Algunos de los grandes medios generalistas españoles "tampoco han ayudado y se han inclinado por publicar el titular sensacionalista sin contrastar suficientemente la información". Además, "el redactado de la ley no ayudaba, puesto que en algunos puntos de su redactado inducía a la confusión, o al menos a una interpretación subjetiva".

En cuanto a los principales desafíos regulatorios que enfrenta la industria en la actualidad, "hay un aspecto fundamental en la LBA y es que era necesaria". Se trata de "una excelente plataforma para ir

incorporando aspectos de carácter normativo que contribuyan a la modernización del sector respecto a los nuevos hábitos del propietario de animales de compañía y a las directrices que regulen su bienestar y acabar con las malas prácticas que aún siguen produciéndose en algunos ámbitos vinculados a la industria".

Fomentar la dinamización del sector

Por otro lado, uno de los pilares básicos de AEDPAC es contribuir al desarrollo y crecimiento del mercado de animales de compañía en España. "Una asociación profesional o empresarial es indispensable para fomentar el intercambio de conocimiento y consensuar políticas que permitan el crecimiento y la dinamización del propio sector", señala. Además, "AEDPAC forma parte de la EPO-European Pet Association, donde además de ejercer de lobby junto con compañeros de otros países europeos, nos permite observar hacia dónde se dirige la industria y la actuación legislativa en cada país y aprender de casos de éxito para garantizar la salud de los animales y su relación con la sociedad, que es la base de la pirámide".

Todo ello, en un contexto en el que la industria debe adaptarse a la innovación y la tecnología. "Es evidente que el sector petcare es relativamente joven en comparación con otros de más tradición, aunque sigue creciendo a buen ritmo, está iniciando una fase de maduración, cuando no de saturación, en algunos productos o servicios". En este sentido, "la irrupción de fondos de capital ha permitido que surjan proyectos basados en la innovación, especialmente en tecnología del ámbito de salud veterinaria y de alimentación". El producto español es cada vez "más valorado por su calidad, su diseño y la creatividad en la resolución de la funcionalidad o prestaciones, especialmente en productos Tech".

Sensibilización y concienciación

En relación con la situación educativa actual con respecto a la concienciación y respeto por los animales en España, el secretario general de AEDPAC considera que en España "estamos claramente en estándares europeos, sino superiores, respecto a la sensibilización y concienciación del bienestar animal". No obstante, "hay que continuar esta labor de difusión de las obligaciones y la responsabilidad que implica adquirir un ser vivo para que comparta nuestra vida en las mejores condiciones". Asimismo, "promover la adopción es fundamental, así como luchar contra el abandono y el comercio ilegal". Ante la duda, es importante "consultar siempre con una entidad cualificada o un profesional, ya sea desde un comercio especializado o un profesional de salud veterinaria".

En definitiva, AEDPAC comparte muchos espacios con el sector veterinario, "como es el caso de la relación con nuestros socios de AMVAC en la feria". Además, "la mayoría de nuestros asociados se dirigen al mercado veterinario en calidad de fabricantes, distribuidores, laboratorios, alimentación o en su papel de retailers".

En cuanto a los principales retos de la asociación, menciona la valoración del sector y el análisis de los temas específicos vinculados a la práctica veterinaria, tratados a través de AIDPET, "que mediante el equipo de especialistas de la CEVE trabaja muy activamente en aspectos clave de la profesión como son la regulación del IVA veterinario, la normativa del medicamento, la digitalización o la formación del propio colectivo", concluye. 🐾

"En algunos puntos de su redactado, la ley inducía a la confusión, o al menos a una interpretación subjetiva"
