

[www.nutricao.vet.br/midia.php](http://www.nutricao.vet.br/midia.php)

Fonte: Brasil Econômico / Alimentação (on line) 20/07/2010  
Acessada em 12, Maio, 2012.

# Membros da família, cães aquecem mercado de rações

Luiz Silveira (lsilveira@brasileconomico.com.br)  
27/07/10 18:53

**O segmento de alimentos premium e superpremium para pets está se tornando o centro da estratégia de empresas como Eialis e Premier, que brigam no segmento com as gigantes Nestlé e Procter.**



Vituzzo, que trabalhava na Purina (da Nestlé) e foi contratado pela Eialis: a terceira fábrica do grupo passa a produzir rações para cães e gatos

Se a raça do seu cãozinho tem uma predisposição genética a desenvolver problemas renais, provavelmente você encontrará no pet shop do seu bairro mais de uma ração específica para evitar o aparecimento do problema.

Se você comprar um produto como este, entrará para as estatísticas dos fabricantes como mais um cliente que trata seu animalzinho como membro da família e estimula o mercado de alimentos premium, superpremium e terapêuticos.

Os produtos superpremium formam o filão que mais cresce, e são encontrados apenas em canais especializados, como veterinários e petshops.

Os preços são sempre mais salgados que o sabor, as opções são bastante segmentadas e os apelos de marketing em geral imitam aqueles usados nos alimentos humanos.

Rações com ingredientes probióticos, por exemplo, já são comuns no Brasil. Na Europa há orgânicas e até holísticas.

"Em geral há um intervalo de dez anos para que as tendências do mercado de alimentação humana cheguem aos pets", afirma o diretor da Evalis, Roberto Vituzzo.

### **Distribuição e varejo**

O rápido crescimento na demanda por produtos de alto valor está fazendo com que algumas marcas menos conhecidas dos amigos dos animais, como Premier Pet (da brasileira de mesmo nome) e Must (Evalis) tentem pulverizar a distribuição nacionalmente e comecem a disputar mais espaço nas gôndolas com os pacotes da Royal Canin (da Mars), da Eukanuba (Procter&Gamble), da Purina (Nestlé) e da Hill's (Colgate-Palmolive).

"Entrar neste mercado daqui a cinco ou dez anos será infinitamente mais caro e mais difícil", prevê Vituzzo.

A francesa Evalis é líder mundial em rações, mas no Brasil só está investindo no mercado de animais domésticos há um ano e meio - com foco estratégico nos mercados premium e superpremium.

"As rações mais baratas têm potencial por conta do crescimento da classe C, mas o consumidor é mais instável e escolhe só pelo preço", diz Vituzzo.

O executivo trabalhava na concorrente Nestlé, fabricante das rações pet Purina, e foi contratado para reativar as marcas pet da Socil, brasileira adquirida pela Evalis.

A francesa acaba de iniciar a produção de rações pet em sua fábrica de Primavera do Leste (MT), por conta do crescimento do mercado.

Até então, apenas as unidades de Descalvado (SP) e São Lourenço da Mata (PE) produziam rações para esses mercados. No ano fiscal 2010, terminado em 30 de junho, as vendas de rações Evalis superpremium cresceram 8%, e as de premium 5%.

A brasileira Premier, que atua há 15 anos exclusivamente nos segmentos top, garante que cresceu 30% nas vendas no ano passado e repetiu o percentual no primeiro semestre deste ano.

"Somos pequenos e por isso não podemos nos dar ao luxo de crescer menos, senão seríamos engolidos", diz a gerente de planejamento estratégico, Madalena Spinazzola.

A empresa investiu R\$ 1,5 milhão em um recém-concluído laboratório de controle de qualidade, e realiza pesquisas para lançar nos próximos anos rações terapêuticas.

No ano passado, a Premier estreou nas rações para gatos. "Nossa fábrica está em constante ampliação; as reformas não param", diz a executiva.

Neste ano a companhia deve lançar mais duas rações para raças específicas, somando-se às dez raças já atendidas pelo portfólio atual.

Fonte: [http://www.brasileconomico.iq.com.br/noticias/membros-da-familia-caes-aquecem-mercado-de-racoes\\_87723.html](http://www.brasileconomico.iq.com.br/noticias/membros-da-familia-caes-aquecem-mercado-de-racoes_87723.html)