

Hornbach: Românii cheltuie până la 300 de lei pe lună pentru hrana câinilor de companie

București, 18 ianuarie 2017

Potrivit Hornbach, unul dintre principalii retaileri locali de materiale de construcții și grădinărit, bugetele lunare alocate de români pentru hrana prietenilor patrupezi variază între 60 și 300 de lei, cel mai important aspect în selectarea produselor din această gamă fiind menținerea unei diete corespunzătoare a animalelor.

În funcție de rasa pe care o dețin, românii cheltuie, în medie, între 60 și 300 de lei pe lună pentru hrana câinilor, costul variind și în funcție de marca produsului selectat. Prezentând o atenție deosebită în ceea ce privește un stil de viață sănătos pentru animalul de companie, hrana pentru patrupezi se alege având în vedere talia, vârsta și nevoile speciale ale animalului.

„În egală măsură, observăm că tendința românilor este de a-și îndreapta atenția către conținutul hranei, dorind ca aceasta să poată oferi un echilibru optim între nivelurile de proteine, vitamine, grăsimi și fibre”, a declarat Mugurel-Horia Rusu, Director General al Hornbach România.

Cererea de hrană pentru „cel mai bun prieten al omului” se reflectă și în stocul de aproximativ 230 de tone a categoriei, aceasta cuprinzând atât branduri precum Royal Canin, Pro Plan, DogChow, Opti Life, Brit, Bosch, Pedigree, Friskies, cât și marca Mr. Beef.

„În ceea ce privește gama Mr. Beef, aceasta este divizată în trei categorii – hrană uscată, hrană umedă și snacks-uri, fiind produsă în Germania, după standarde bine definite și cu ingrediente atent alese, astfel încât să le asigure animalelor de companie o hrană bine echilibrată, menită să ofere patrupezilor o valoare nutrițională optimă”, a completat reprezentantul companiei.

Potrivit acestuia, pe lângă hrană, în coșurile de cumpărături pentru patrupezi se mai regăsesc și accesorii precum zgărzi, lese, jucării, și, din ce în ce mai des, produse de întreținere specializate cum ar fi șampon, pieptene sau ghilotină pentru gheare.

Astfel, pe parcursul lunii ianuarie, toate cele 6 magazine Hornbach din România vor organiza o expoziție dedicată hranei pentru câini sub marca proprie Mr. Beef. Celelate branduri din acest sortiment vor putea fi găsite, ca întotdeauna, la rafturile din departamentul ZOO și Acvaristică.

Expoziția din magazine va da ocazia celor ce se bucură de prietenia unui astfel de animal de companie, indiferent de rasă, să descopere astfel o gamă largă de hrană, având la dispoziție și consiliere din partea specialiștilor Hornbach pentru a putea lua cea mai bună decizie pentru îngrijirea și hrănirea câinilor. De asemenea, și în cadrul acestei expoziții, stăpânii sunt așteptați împreună cu micii însoțitori, accesul câinilor în magazinele Hornbach fiind permis permanent.

Despre Hornbach România

HORNBACH este o companie multinațională, de familie, care a înregistrat în exercițiul financiar 2015/2016 (data bilanțului: 29 februarie) o cifră de afaceri (netă) de peste 3,755 miliarde de Euro, în creștere cu peste 5% comparativ cu perioada anterioară.

Fondată în anul 1877, HORNBACH este singura companie din domeniul construcțiilor și grădinăritului care se poate mândri cu o istorie de 5 generații. În acest moment, concernul deține 154 de magazine mixte de materiale de construcții și grădinărit, în nouă țări din Europa (Germania, Austria, Olanda, Luxemburg, Elveția, Cehia, Slovacia, Suedia și România), dintre care 6 în România (București Berceni, București Militari, București Balotești, Brașov, Timișoara și Sibiu).

Conceptul comercial și gama de produse sunt orientate în întregime către sprijinirea proiectelor clienților. HORNBACH garantează acestora prețuri mereu mici, fiind lider de piață pe acest segment. În plus, calitatea excelentă a consultanței și a serviciilor oferite au fost confirmate de nenumărate studii și teste independente.

Prin pionierat, ca de exemplu deschiderea primului magazin mixt de materiale de construcție și articole de grădinărit (1968), a primului megastore (1980) și a primului magazin de materiale de construcții cu conceptul drive-in (2003), HORNBACH își dovedește în permanență forța inovatoare. De decenii, HORNBACH este considerat un angajator de top, în acest moment având peste 17.000 de angajați care contribuie la succesul companiei.

###