

PENNY mărește venitul minim net de intrare în companie la 2.275 de lei

Pentru a respecta misiunea de dezvoltare durabila, PENNY a implementat un program de creștere a venitului minim net disponibil pentru angajații din cele 288 de magazine și cele trei centre logistice din țara. Orice nou angajat al companiei, precum și angajații actuali, vor primi un venit minim net de 2.275 de lei ce include și bonurile de masa.

PENNY România a intrat de anul trecut într-un nou ciclu strategic, bazat pe șapte piloni - remodelarea magazinelor, expansiune, echipa, digitalizare, marketing și comunicare, produse din România și sustenabilitate.

„Succesul pornește de la oameni, iar angajații noștri sunt motorul schimbării zilnice de care avem nevoie pentru a ne îndeplini obiectivele. Ne dorim să rămânem competitivi pe piața și să le oferim o paletă cât mai variată de beneficii care să vină în întâmpinarea nevoilor lor atât pe plan profesional, cât și personal. Mărirea venitului face parte din strategia noastră de retenție”, a declarat **Raffaele Balestra**, CFO PENNY România.

În grila de beneficii se regasesc următoarele:

- Asigurare privată de sănătate - peste 1.400 de angajați au folosit-o în 2020;
- Rechizite școlare - 890 de angajați cu copii cu vârste cuprinse între 6 – 14 ani au beneficiat de rechizite în valoare de 178.000 lei;
- Bonus pentru nou-născut - 218 angajați au primit bonusuri cu o valoare totală de 940.016 lei;
- Vouchere pentru scutece - acordate pentru 133 de copii sub trei luni.

„Ne dorim ca angajații și viitorii angajați să se simtă bineveniți la PENNY. De aceea, facem constant eforturi pentru ca ei să aibă un loc de muncă sigur, aproape de casa și să se simtă apreciați și recompensați la adevărata lor valoare, chiar și atunci când aceasta crește în fiecare zi. Succesul PENNY pornește de la oameni, iar noi ne mândrim cu echipa pe care am construit-o în 20 ani de când suntem prezenți în România”, a spus **Daniel Gross**, CEO PENNY România.

Odată cu noua grila salariale, PENNY lansează și noua campanie de employer branding, ce îi are ca protagoniști pe angajați, atât din magazine, cât și din sediul central și depozite.