PENNY România vizeaza 1.000 de magazine și 3 miliarde de euro investiții pâna în 2035

PENNY România a încheiat anul 2024 cu o cifra de afaceri de peste 9,4 miliarde de lei, reprezentând o creștere de 13.47% fața de anul anterior. Compania a investit peste 868 milioane de lei, echivalentul a peste 177 milioane de euro, în extinderea și modernizarea rețelei sale, pentru atingerea pragului de 400 de magazine, precum și pentru lucrarile celui de-al cincilea centru logistic, din Mihailești.

Planurile PENNY de expansiune vizeaza investiții de 3 miliarde de euro în urmatorii 10 ani, cu scopul de a extinde rețeaua la 1.000 de magazine și de a dezvolta competențele logistice. Pentru 2025, sunt planificate 40 deschideri de noi magazine pentru a ajunge și mai aproape de consumatorii români, precum și finalizarea lucrarilor la depozitul logistic din Mihailești, județul Giurgiu.

Daniel Gross, CEO PENNY România, a declarat: *„2024 a fost un an al progresului pentru PENNY marcat de creșterea cifrei de afaceri și a investițiilor în România, precum și de îmbunatațirea serviciilor pentru milioanele de clienți care ne aleg zi de zi. Am atins pragul de 400 de magazine, am inaugurat primul magazin autonom PENNY la nivel global și am demarat lucrarile pentru al cincilea centru logistic. În plus, am continuat sa sprijinim comunitațile prin sport și promovarea unui stil de viața echilibrat, sa susținem producatorii români și businessurile locale, aducând pe rafturi cât mai multe produse 3RO.*
Privim spre 2025 ca un an cu o semnificație aparte: marcam 20 de ani de la deschiderea primului magazin PENNY în România, un moment care reflecta parcursul nostru și angajamentul fața de clienții noștri. Continuam cu planul pentru urmatorii 10 ani: 1.000 de magazine și 3 miliarde de euro investiții.”

Expansiunea continua

În 2024, PENNY România a înregistrat o cifra de afaceri de peste 9,4 miliarde de lei, marcând un avans de 13.47% comparativ cu anul anterior. Pâna la sfârșitul anului, PENNY a ajuns sa opereze 416 de magazine și 4 centre logistice, începând totodata lucrarile la cel de-al cincilea centru logistic. Este al 10-lea an consecutiv în care PENNY România a avut cea mai mare creștere a cifrei de afaceri în rândul entitaților de retail alimentar din grupul

REWE.

Experiența îmbunatațita la cumparaturi:

În 2024, PENNY a investit în tehnologii verzi pentru a îmbunataţi experienţa de cumparaturi. Magazinele noi sunt echipate cu sisteme de refrigerare cu CO2 şi ofera staţii de încarcare pentru vehicule electrice, reflectând preocuparea companiei în ceea ce priveşte confortul clienţilor şi responsabilitatea faţa de mediu. Formatul magazinelor este îmbunataţit în permanenţa în funcţie de feedbackul clienţilor şi de anul trecut toate magazinele companiei sunt în formatul PENNY. Compania optimizeaza experienţa de cumparaturi prin 112 case de self-checkout, ideale pentru clienţii cu un stil de viaţa alert şi coşuri restrânse de cumparaturi.

Produse 3RO (Triplu RO)

PENNY şi-a continuat angajamentul faţa de producatorii locali prin iniţiativa 3RO, care promoveaza produse cu ingredientul principal din România, procesate şi ambalate în ţara. În 2024, compania a diversificat şi extins gama de produse sub acest concept, prin consolidarea parteneriatelor cu furnizorii autohtoni. În prezent, 87% dintre furnizorii PENNY sunt companii româneşti, înregistrate în România. De asemenea, 68% din cifra de afaceri a companiei provine din produse fabricate în România, iar sortimentul 3RO reprezinta 53% din cifra de afaceri totala a PENNY România.

Echipa PENNY

În 2024, echipa PENNY a crescut la peste 8.000 de membri, consolidând reputaţia PENNY ca un Angajator de Top pentru al patrulea an consecutiv. Dintre aceştia, 90 de colegi sarbatoresc 20 de ani de experienţa în echipa PENNY, în timp ce 196 colegi fac parte din echipa de 10 ani. Totodata, dezvoltarea profesionala ramâne o prioritate pentru companie, cu aproximativ 70.000 de ore de training desfaşurate.

Digitalizare

Anul 2024 a marcat progrese semnificative în digitalizarea serviciilor PENNY România, deschizând primul magazin autonom PENNY din lume. Magazinul autonom PENNY deschis pe Bulevardul Iuliu Maniu a oferit o noua experienţa de cumparaturi, oferind clienţilor posibilitatea de a cumpara ce au nevoie şi de a plati rapid şi simplu. Este un test important, iar rezultatele depaşesc aşteptarile iniţiale, cu aproximativ 7.000 de clienţi saptamânal, impresionaţi de tehnologia inovativa. Acest concept raspunde nevoii de cumparaturi rapide într-o era digitala, iar feedbackul clienţilor este atent monitorizat pentru îmbunataţiri continue.

În 2024, PENNY a accelerat implementarea soluţiilor digitale, extinzând serviciile de livrare prin parteneriatul cu Tazz.

Comunicare integrata

Anul 2024 a adus confirmarea importanţei parteneriatului strategic cu Federaţia Româna de Fotbal. PENNY şi-a

consolidat implicarea în susţinerea echipei naţionale de fotbal printr-o campanie dedicata fanilor, lansata în contextul calificarii la EURO 2024. Tricoul galben din campania de loialitate „Hai, România, la PENNY!" a devenit un simbol al susţinerii tricolorilor, purtat de zeci de mii de suporteri din toata ţara. PENNY a fost, de asemenea, partener al documentarului „În inima echipei naţionale – Din vestiar pâna în Germania", care a adus mai aproape de fani povestea echipei. În plus, prin campania Liga Punctelor PENNY, aflata la a doua ediţie, alaturi de clienţi, PENNY a susţinut peste 1.100 de cluburi pentru copii şi juniori, cu peste 45.000 de echipamente sportive distribuite la nivel naţional.

Sustenabilitate

PENNY este primul lanţ de magazine care certifica BREEAM toate magazinele noi deschise. Anul trecut, PENNY a primit recertificarea ISO 50001, drept recunoaştere a eforturilor de a reduce impactul asupra mediului şi de a utiliza resursele într-un mod mai eficient. Sistemul de garantie-returnare la PENNY este implementat în toate magazinele PENNY şi toate deschiderile noi vor include echipamentele necesare acestui sistem.

De asemenea, parteneriatele cu organizaţii precum Habitat for Humanity România, World Vision România şi FBAR reflecta angajamentul companiei faţa de dezvoltarea comunitara.

În cadrul parteneriatului cu Federaţia Bancilor pentru Alimente din România au fost obţinute rezultate remarcabile la finalul anului 2024: Reţeaua Bancilor pentru Alimente a colectat produse din 276 de magazine PENNY, contribuind astfel la salvarea a peste 3.000 de tone de alimente, echivalentul a peste 30% din cantitatea totala colectata la nivel naţional. Aceste produse au ajuns la peste 800 de organizaţii caritabile, oferind sprijin pentru peste 290.000 de persoane aflate în dificultate.

Raportul anual pentru 2024 poate fi accesat aici.