

PENNY România vizează 1.000 de magazine și 3 miliarde de euro investiții până în 2035



PENNY România a încheiat anul 2024 cu o cifră de afaceri de peste 9,4 miliarde de lei, reprezentând o creștere de 13.47% față 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 lucrările celui de-al cincilea centru logistic, din Mihailești.

Planurile PENNY de expansiune vizează investiții de 3 miliarde de euro în următorii 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 lucrărilor 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 îmbunătățirea 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 lucrările pentru al cincilea centru logistic. În plus, am continuat să sprijinim comunitățile prin sport și promovarea unui stil de viață echilibrat, să susținem producătorii 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 reflectă parcursul nostru și angajamentul față de clienții noștri. Continuăm cu planul pentru următorii 10 ani: 1.000 de magazine și 3 miliarde de euro investiții.”

Expansiunea continuă

În 2024, PENNY România a înregistrat o cifră de afaceri de peste 9,4 miliarde de lei, marcând un avans de 13.47% comparativ cu anul anterior. Până la sfârșitul anului, PENNY a ajuns să opereze 416 de magazine și 4 centre logistice, începând totodată lucrările 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 entităților de retail alimentar din grupul

REWE.

Experiența îmbunătățită la cumparaturi:

În 2024, PENNY a investit în tehnologii verzi pentru a îmbunătăți experiența de cumparaturi. Magazinele noi sunt echipate cu sisteme de refrigerare cu CO2 și ofera stații de încărcare pentru vehicule electrice, reflectând preocuparea companiei în ceea ce privește confortul clienților și responsabilitatea față de mediu. Formatul magazinelor este îmbunătățit în permanență în funcție de feedbackul clienților și de anul trecut toate magazinele companiei sunt în formatul PENNY. Compania optimizează experiența de cumparaturi prin 112 case de self-checkout, ideale pentru clienții cu un stil de viață alert și coșuri restrânse de cumparaturi.

Produse 3RO (Triplu RO)

PENNY și-a continuat angajamentul față de producătorii locali prin inițiativa 3RO, care promovează produse cu ingredientul principal din România, procesate și ambalate în țară. În 2024, compania a diversificat și extins gama de produse sub acest concept, prin consolidarea parteneriatelor cu furnizorii autohtoni. În prezent, 87% dintre furnizorii PENNY sunt companii românești, înregistrate în România. De asemenea, 68% din cifra de afaceri a companiei provine din produse fabricate în România, iar sortimentul 3RO reprezintă 53% din cifra de afaceri totală a PENNY România.

Echipa PENNY

În 2024, echipa PENNY a crescut la peste 8.000 de membri, consolidând reputația PENNY ca un Angajator de Top pentru al patrulea an consecutiv. Dintre aceștia, 90 de colegi sarbatoresc 20 de ani de experiență în echipa PENNY, în timp ce 196 colegi fac parte din echipa de 10 ani. Totodată, dezvoltarea profesională rămâne o prioritate pentru companie, cu aproximativ 70.000 de ore de training desfășurate.

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 nouă experiență de cumparaturi, oferind clienților posibilitatea de a cumpara ce au nevoie și de a plăti rapid și simplu. Este un test important, iar rezultatele depășesc așteptările inițiale, cu aproximativ 7.000 de clienți săptămânal, impresionați de tehnologia inovativă. Acest concept răspunde nevoii de cumparaturi rapide într-o era digitală, iar feedbackul clienților este atent monitorizat pentru îmbunătățiri continue.

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

Comunicare integrată

Anul 2024 a adus confirmarea importanței parteneriatului strategic cu Federația Română de Fotbal. PENNY și-a

consolidat implicarea în susținerea echipei naționale de fotbal printr-o campanie dedicată fanilor, lansată în contextul calificării la EURO 2024. Tricoul galben din campania de loialitate „Hai, România, la PENNY!” a devenit un simbol al susținerii tricolorilor, purtat de zeci de mii de suporterii din toată țara. PENNY a fost, de asemenea, partener al documentarului „În inima echipei naționale – Din vestiar până în Germania”, care a adus mai aproape de fani povestea echipei. În plus, prin campania Liga Punctelor PENNY, aflată la a doua ediție, alături de clienți, PENNY a susținut peste 1.100 de cluburi pentru copii și juniori, cu peste 45.000 de echipamente sportive distribuite la nivel național.

Sustenabilitate

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

De asemenea, parteneriatele cu organizații precum Habitat for Humanity România, World Vision România și FBAR reflectă angajamentul companiei față de dezvoltarea comunitară.

În cadrul parteneriatului cu Federația Bancilor pentru Alimente din România au fost obținute rezultate remarcabile la finalul anului 2024: Rețeaua 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 totală colectată la nivel național. Aceste produse au ajuns la peste 800 de organizații caritabile, oferind sprijin pentru peste 290.000 de persoane aflate în dificultate.

Raportul anual pentru 2024 poate fi accesat [aici](#).