



ZPRÁVA O UDRŽITELNOSTI

PENNY Market Česká republika

PENNY.

OBSAH

Slovo na úvod	3
Klíčové informace	4
PENNY 25 let v ČR	6
Naše hodnoty	12
Energie a životní prostředí	18
Zelené produkty	28
Zaměstnanci	36
Společenská odpovědnost	44
REWE Group	56
Výhled do budoucna	60

SLOVO NA ÚVOD

Vážení čtenáři,

těší nás, že jste si udělali čas na naši Zprávu o udržitelnosti. Jsme přesvědčeni, že Vám poskytne řadu informací o tom, co děláme, a současně Vám představíme všechny oblasti, v nichž děláme vše pro to, aby náš svět byl lepší, bezpečnější a život na naší planetě a v naší zemi příjemnější.

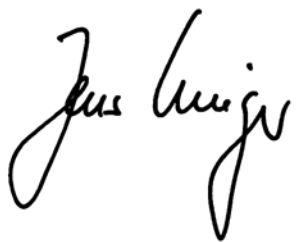
V roce 2022 jsme oslavili čtvrtstoletí působení na českém trhu. Za tu dobu jsme se stali moderním diskontním obchodem 21. století. Počet našich prodejen překročil 400 a stále rosteme. Působíme po celé zemi a všude, kde se s lidmi setkáváme, děláme vše pro to, abychom jim byli dobrými sousedy. Nejde jen o naše zákazníky, ale i o obchodní partnery, dodavatele, místní samosprávy, sdružení i nadace a neziskové organizace.

Jsme hrdí, že jsme českou firmou působící v České republice. Investujeme zde miliardy korun, vytváříme tisíce pracovních míst, platíme daně a plně chápeme důležitost naší celospolečenské odpovědnosti a našeho významu pro tuto zemi. Naším zaměstnancům poskytujeme v dnešní době tak potřebné jistoty i stabilní a bezpečné pracovní prostředí, ve kterém je motivujeme k růstu. Podporujeme regionalitu, místní producenty potravin i zemědělce. K našim dodavatelům se chováme korektně a spravedlivě a snažíme se vytvářet zdravé obchodní i společenské prostředí. Uvědomujeme si náš vliv na život lidí okolo nás i na životní prostředí a děláme vše pro to, abychom přispívali k jeho zachování i rozvoji zdravého světa.

Společně s našimi zaměstnanci vytváříme svět, v němž společně s našimi zákazníky žijeme. Proto je jednou z našich priorit ochrana životního prostředí. Neustále hledáme nové a nové cesty, jak snižovat vliv toho, co děláme, na životní prostředí. V posledních letech jsme při rozvoji naší sítě využili řadu ojedinělých moderních technologií, podporujeme aktivity přispívající ke zdravějšímu prostředí, zasazujeme se o zlepšování povědomí veřejnosti o významu přírody a zlepšování našeho vztahu k ní. Tato Zpráva o udržitelnosti Vám představuje všechny naše aktivity, které v oblasti udržitelnosti a ekologie v PENNY v České republice děláme a rozvíjíme.

Pro nás je základem dobrého sousedství vzájemné setkávání, a proto doufáme, že se budeme společně setkávat nejen na našich prodejnách.

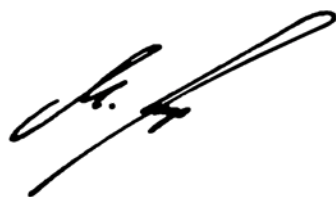
JENS KRIEGER



RADEK HOVORKA



MATHIAS MENTROP



2022: KLÍČOVÉ INFORMACE



409 PRODEJEN V ČR
5 LOGISTICKÝCH CENTER

345 Kč

HODNOTA PRŮMĚRNÉHO NÁKUPU

453 907

PRŮMĚRNÝ DENNÍ POČET ZÁKAZNÍKŮ

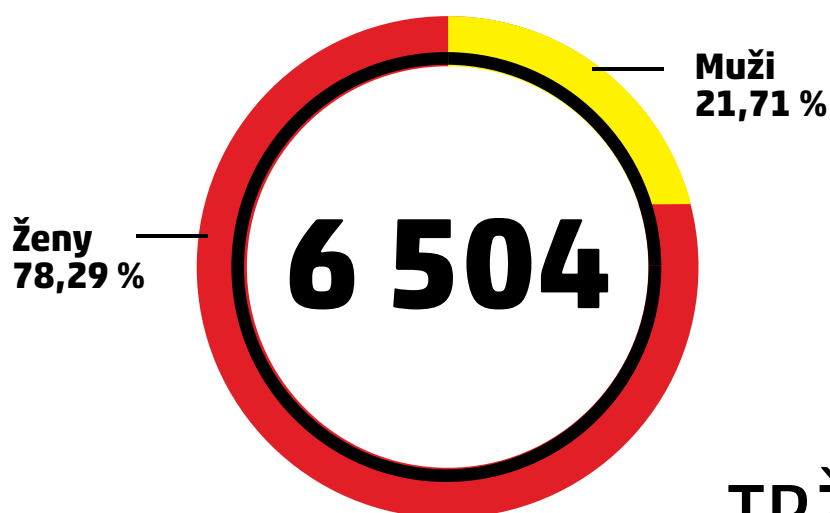
162 044 864

POČET OBSLOUŽENÝCH ZÁKAZNÍKŮ NA PRODEJNÁCH ZA ROK

22,75 mld. Kč

KUMULOVANÉ INVESTICE OD ROKU 1998

POČET ZAMĚSTNANCŮ



TRŽNÍ PODÍL
10,87 %



UŽ VÍCE NEŽ 25 LET MĚNÍME DISKONT V ČESKU

Během více než čtvrt století působení v Česku se z PENNY stal nejen významný maloobchodní řetězec s největší prodejní sítí, ale také respektovaný zaměstnavatel, který svou celorepublikovou působností pozitivně ovlivňuje životy více než šesti a půl tisíce našich zaměstnanců.





PENNY
Plzeň

PENNY

P
2x ♿

VCHOD
Vstup do obchodu

VÝSTUP
Výstup z obchodu

PENNY
Plzeň

REKLAMA
Plzeň

ČTVRT STOLETÍ NAŠICH PŘÍBĚHŮ

Je úplně jedno, jak dlouho či na jaké pozici u nás ten který zaměstnanec pracuje. Všichni totiž patří do naší velké PENNY rodiny.

● DENISA

Z plakátů, které lákají na brigádu do PENNY, ji zná celé Česko. Jen málokdo ale ví, že Denisa Jelínková je skutečnou zaměstnankyní prodejny PENNY v Hostivici a svou usměvavou tvář do HR kampaně ráda propůjčila. „Sama jsem při studiu sháněla brigádu a PENNY pro mě byla díky blízkosti prodejny jasná volba,“ vzpomíná Denisa a dodává: „Od začátku se mi v PENNY otevírají možnosti, jak se dál rozvíjet. Třeba nyní přišla od vedoucí nabídka na účast v programu Potenciál.“



V PENNY
5
LET

V PENNY
17
LET



● VĚRA

Pravidelní zákazníci prodejny PENNY v pražských Malešicích už znají Věru Liscovou velmi dobře. I když by mohla dávno lenošit a pobírat důchod, pracuje zde už sedmáctým rokem, aktuálně již jen na zkrácený úvazek. „Potřebuji být mezi lidmi. Jsem 17 let sama a jen doma by mě to zabilo. Práce a lidé tady mně dobíjejí energii,“ vysvětluje Věra svoji motivaci a hned dodává i další pozitivum, „Na prodejně se totiž potkala i skvělá parta lidí, jejíž jsem součástí.“

● PAVEL

Nebývá úplně zvykem pracovat v jedné firmě více než 20 let. Vedoucí výdeje skladu PENNY v Praze-Radonicích Pavel Kubík je však přesně takovým typem zaměstnance. „Základem je dělat práci, jak nejlépe umím, chuť učit se novým věcem a to, co dnes už také není obvyklé, tedy loajalita,“ poodkrývá Pavel tajemství svého dlouhého pracovního vztahu s PENNY a dodává: „Samozřejmě je to ale také o tom, zda firma, kromě nějakých jistot, nabízí možnosti se rozvíjet nebo dělat to, co člověk chce.“



V PENNY
23
LET

V PENNY
25
LET



● FRANTIŠEK

Jedním z jubilatů, kteří pamatují samotné začátky působení PENNY Marketu v Česku, je i František Váňa. Začínal jako příjemce ve skladu v Jirnech, kde nyní zastává pozici vedoucího výdeje. „Pamatuji, když bylo v Jirnech ještě staveniště a první pohovory jsme dělali v místním JZD,“ vzpomíná na začátky, kdy ve skladu PENNY Marketu pracovalo jen asi patnáct lidí, a doplňuje důvody, proč ve firmě zůstává i nadále: „Tehdy vznikla výborná parta, která drží dodnes, a kromě toho má skutečnou jistotu zaměstnání s pravidelným příjmem a stále se rozšiřujícími benefity. Firma dává hodně, ale je fakt, že i my jí hodně dáváme, takže je to vyvážené.“

V PENNY
25
LET



● JAROSLAV

Jaroslav Černý pracuje ve skladu v Jirnech jako vedoucí příjmu a také on je v PENNY více než čtvrt století. Pamatuje samotné začátky, kdy v obrovském skladu, v němž měl zprvu strach, že bude bloudit, pracovalo zhruba patnáct lidí. „I když bylo PENNY v Německu obrovské, v Česku jsem se na začátku cítil jako v rodinné firmě. Všichni jsme dělali všechno a platilo slovo chlapa – žádné papírování a e-maily,“ vzpomíná Jaroslav, který si pak ve 42 letech dodělal maturitu, aby mohl nastoupit na vyšší pozici, a dodává: „Pokud mě tu nechají, budu tady pracovat až do důchodu. Proč bych měl hledat něco jiného, když se tu mám dobře?“

KAŽDÝ JE JEDINEČNOU SOUČÁSTÍ NAŠEHO PENNY TÝMU

V PENNY
11
LET



● ANDREA

Andrea Dvořáčková je důkazem, že v PENNY lze udělat zajímavou kariéru i na malém městě. V Bystřici nad Pernštejnem nastoupila do prodejny jako brigádnice a postupně se vypracovala přes zástupkyni vedoucího až na současnou pozici oblastní HR manažerky pro region Vysočina. „Firma přitom nikoho k ničemu nenutí. Jen vytváří vhodné podmínky a je na každém, co chce a jak je využije,“ vysvětluje Andrea, která nyní nejen vyhledává nové zaměstnance, ale hlavně pečuje o ty stávající.

JENS KRIEGER

CEO PENNY Market
Česká republika, s. r. o.

Jak lze shrnout 25 let působení v České republice?

Každý, kdo dnes navštíví kteroukoli z našich prodejen, uvidí, že jsme se za poslední roky proměnili v moderní diskont 21. století. Nabízíme lidem již od samého počátku našeho působení v ČR nejvýhodnější ceny na trhu. Za poslední roky jsme k tomu přidali nejen příjemné a přátelské prostředí našich prodejen, ale také vysokou kvalitu našich produktů, stovky produktů našich privátních značek, které mají lidé rádi, a celkově jsme se přiblížili zákazníkům.

Jak byste charakterizoval současné PENNY?

V první řadě jsme moderní diskont. Ovšem jsme také dobrým sousedem. Pomáháme v řadě oblastí od dětí přes sázení stromů, úklid přírody a našeho okolí až po seniory. A jsme také dobrým zaměstnavatelem, dávajícím lidem jistoty, zázemí i bezpečí. To jsou za mne tři pilíře, na nichž současné PENNY stojí – jsme tu pro naše zákazníky, pro naše zaměstnance i pro potřebné.

Kde vidíte PENNY za dalších 25 let?

Tak daleko nikdo nevidí, ale vím, kam se chceme a budeme ubírat v následujících letech. Cesta, po níž jdeme, je stabilní a plánujeme pokračovat ve stále větší digitalizaci. Chceme ji využít pro zjednodušení procesů a ulehčení práce našim lidem a zvyšování komfortu našich zákazníků. Každopádně mohu říci, že budeme stále pokračovat jako diskont a vždy tu budeme především pro lidi, protože vzájemné setkávání je základem naší filozofie.

„Proměnili
jsme se
v moderní
diskont
21. století!“



ODPOVĚDNÝ PŘÍSTUP

Skupina REWE, pod kterou spadá i síť obchodů PENNY, vzala za svůj závazek k plnění cílů udržitelnosti v celém hodnotovém řetězci, jenž byl v roce 2015 přijat členskými státy OSN a jehož 17 cílů známých jako Sustainable Development Goals (SDG) definuje udržitelný rozvoj do roku 2030.

REWE Group porovnala svou strategii udržitelnosti se zmíněnými 17 cíli udržitelného rozvoje OSN včetně jejich 169 dílčích cílů a identifikovala všechny oblasti, které může aktivně ovlivnit. Ty pak současně s definicí priorit integrovala do své vlastní strategie udržitelnosti. Cíle udržitelného rozvoje REWE jsou neustále monitorovány a postupně i rozšiřovány. V roce 2021 tak byly přidány další dva cíle udržitelného rozvoje, které se staly společensky mnohem relevantnějšími. Jedná se o SDG 13 Opatření v oblasti klimatu a SDG 5 Rovnost žen a mužů. Tím

se jejich počet zvýšil na 8.

Cíle v oblasti udržitelnosti REWE sleduje a plní v celém hodnotovém řetězci mimo jiné od chovu zvířat či pěstování rostlin přes výstavbu prodejen, logistiku až po nákup a zákazníky. Jednotlivé SDG, které skupina REWE pomáhá plnit, se dotýkají těchto oblastí: Konec hladu (SDG 2), Rovnost mužů a žen (SDG 5), Dostupné a čisté energie (SDG 7), Důstojná práce a ekonomický růst (SDG 8), Odpovědná výroba a spotřeba (SDG 12), Klimatická opatření (SDG 13), Život ve vodě (SDG 14) a Život na souši (SDG 15).

UDRŽITELNÉ PRODUKTY

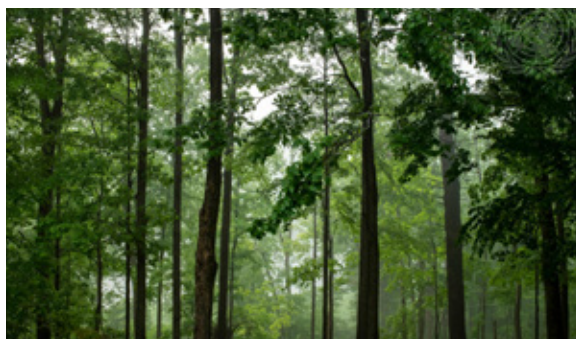
Tento pilíř se přímo dotýká samotné podstaty našeho podnikání, kterou je prodej zboží. Proto mu věnujeme mimořádnou pozornost a chápeme nezbytnou transformaci životního stylu. Do této oblasti řadíme jak individuální spotřebu, tak cirkulární ekonomiku, udržitelné dodavatelské řetězce, snižování množství potravinového odpadu i nutnost předcházet vzniku odpadu z obalů. Naším důležitým příspěvkem k udržitelnější zemědělské produkci ve fázi nákupního, pěstitelského a výrobního řetězce je podpora ekologických a regionálních výrobků vlastních značek, jakož i výrobků, u nichž skupina REWE dosahuje v dodavatelských řetězcích sociálních a environmentálních zlepšení. Za tímto účelem jsme na základě



mezinárodně uznávaných certifikačních procesů definovali širokou škálu vlastních standardů a projektů. Podporujeme místní produkty, bioprodukty a rozšiřujeme počet našich privátních značek, u nichž máme celý výrobní proces plně pod kontrolou. Prostřednictvím kampaní rovněž zvyšujeme povědomí svých zákazníků o plýtvání potravinami a spolupracujeme s potravinovými bankami.

ENERGIE, KLIMA A ZDROJE

Stále viditelnější a častější změny klimatu se rok od roku dotýkají životů čím dál většího množství lidí. Sucho, rekordní teploty, tání ledovců, mimořádné atmosférické jevy, např. tornáda či extrémně silné bouřky, to jsou jen některé situace, s nimiž se setkáváme ve zprávách. Důsledně proto zavádíme komplexní soubor opatření, který se v rámci skupiny REWE dotýká zejména dílčích cílů, jako jsou energetická účinnost, emise související s klimatem a ochrana zdrojů. Uvědomujeme si, že emise CO₂ vznikají všude: v zemědělských podnicích, výrobních závodech, při poskytování služeb i v logistických procesech a obchodech. Soustředíme se tak na všechny aspekty naší činnosti – optimalizujeme odpadové hospodářství, stavíme naše prodejny dle konceptu Green



Building tak, aby vykazovaly minimální energetickou náročnost, koncentrujeme velké úsilí do oblastí přepravy a logistiky, věnujeme se materiálovým inovacím a v neposlední řadě s mimořádnou pečlivostí chráníme vzácné přírodní zdroje jako například vodu.

V návaznosti na výše uvedené přijala skupina REWE v roce 2021 nový cíl, kterým je dosažení klimatické neutrality našeho podnikání do roku 2040.

ZAMĚSTNANCI A SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST

Srdcem naší společnosti jsou kvalifikovaní, motivovaní a loajální zaměstnanci, kteří mají za všech okolností záruku rovných příležitostí. Firemní kultura skupiny REWE si zakládá na důvěrných vztazích založených na respektu, a to nejen mezi zaměstnanci, ale i směrem k zákazníkům a obchodním partnerům. Zaměstnancům nabízíme takové podmínky, které jim umožňují dosáhnout zdravé rovnováhy mezi pracovním a soukromým životem. Jedná se především o spravedlivé odměňování, flexibilní pracovní modely a v neposlední řadě také pestrou škálu benefitů. Díky propracovanému systému vzdělávání podporujeme osobní kariérní rozvoj každého jednotlivce, vždy však s respektem k jeho ambicím a cílům. Není nám však samozřejmě cizí ani dění



vně firmy a globální situace. Naše projekty v oblasti sociální odpovědnosti tak získávají čím dál více na významu. Aktivně podporujeme místní komunity v mnoha regionech světa a obzvláště důležitý je pro nás rozvoj dětí. Jednou z dalších oblastí, ve které se snažíme o změnu, je boj proti nerovnosti. Zde spojujeme síly se silnými partnery a do našich projektů zapojujeme zaměstnance i zákazníky, což pozitivně posiluje smysl pro komunitu a rozšiřuje dosah projektů.

TO JSME MY!

Podnikání společnosti PENNY Market stojí v Česku na šesti základních hodnotách, které nás charakterizují nejen směrem k zákazníkům, ale i k obchodním partnerům a samozřejmě i zaměstnancům.

Dlouhodobě odpovědné a trvale udržitelné působení společnosti PENNY Market v Česku je definováno šesti základními hodnotami, které pokrývají široké spektrum našeho tuzemského působení. Držíme se jich jak při budování dlouhodobého přátelského vztahu s našimi zákazníky, tak při nastavování obchodní spolupráce s dodavateli a v neposlední řadě jsou pro nás i závazkem směrem k zaměstnancům. To, že pro nás není charakteristika jednotlivých hodnot jen jakýmsi nezávazným doporučením, nejlépe dokazují konkrétní příklady z praxe. Na nich je totiž nejlépe vidět, jak lze jednotlivé definované oblasti přirozeně přenášet do každodenního života a pomáhat tím formovat vnímání PENNY v Česku.

NAŠE HODNOTY PŘENÁŠÍME DO KAŽDODENNÍHO ŽIVOTA

● JSME BLÍZKO

Díky nejširší síti více než 400 prodejen po celém Česku jsme blízko nejen pro naše zákazníky, ale i zaměstnance. Všude, kde působíme, ať už v podobě prodejen PENNY, či jednoho z našich pěti distribučních center, se snažíme být dobrým sousedem. Máme proto blízko i k místním samosprávám, aktivně se zapojujeme do lokálního dění a podporujeme regionální producenty a dodavatele, které se vždy snažíme vybrat v našem bezprostředním okolí.



● JSME JEDINEČNÍ



Rádi přicházíme s novými řešeními, díky kterým vybočujeme z davu. Náznornou ukázkou může být flexibilní architektura naší prodejní sítě, která vždy přistupuje k dané lokalitě s respektem a přitom přináší zákazníkům pestré nákupní zážitky v moderním prostředí. Kreativním a odvážným přístupem se snažíme bořit zaběhnuté stereotypy a dokazujeme, že „věci jdou dělat i jinak“. Sledujeme moderní trendy a naše pracovní procesy neustále inovujeme.

1



● JSME CENOVĚ VÝHODNÍ

PENNY je v Česku synonymem moderního diskontního maloobchodního řetězce. Zakládáme si na tom, abychom našim zákazníkům vždy přinášeli širokou nabídku vysoce kvalitních výrobků za nejvýhodnější cenu. K tomu nám pomáhá i obsáhlá nabídka vlastních kvalitních privátních značek, u nichž máme pod kontrolou celý jejich výrobní proces, a můžeme u nich tedy nejlépe ovlivnit jejich výslednou cenotvorbu.

● NA KVALITĚ NÁM ZÁLEŽÍ

V kvalitě neděláme kompromisy, a proto dbáme na dodržování vysokých kvalitativních standardů jak u výrobků, které prodáváme, tak i v pracovním prostředí, jež vytváříme pro naše zaměstnance. Námi nabízené produkty prochází neustále kvalitativními testy nejen u nezávislých laboratoří a organizací, ale také v rámci interních procesů PENNY, které jdou mnohdy nad rámec platné legislativy. Vítězství ve spotřebitelských testech je pak pro nás závazkem do budoucna.



● DĚLÁME TO JEDNODUŠE

Vždy hledáme ty nejjednodušší cesty, které vedou k vytčenému cíli, a zbytečně nekomplikujeme život nám ani našim zákazníkům. Pracovní procesy jsou optimalizovány tak, aby nevyžadovaly zbytečnou byrokracii a rychle vedly k výsledku. V prodejnách PENNY se zákazníci cítí příjemně a díky promyšlenému konceptu se v nich snadno a rychle orientují. Život jim zjednodušují třeba i samoobslužné pokladny, jež výrazně urychlují celý proces nákupu.



● JSME ZODPOVĚDNÍ

Dopady našeho podnikání na životní prostředí bereme velmi vážně. Proto se chováme odpovědně v celém obchodním řetězci a dbáme na dodržování pravidel, která vedou k dosažení našich cílů v oblasti udržitelnosti a klimatu. Ať už finančně, či materiálně podporujeme širokou škálu ekologických a sociálních projektů, do nichž se velkou měrou aktivně zapojujeme i naši zaměstnanci. Těm vytváříme co nejlepší pracovní podmínky a staráme se o ně nejen v profesní, ale i osobní rovině.



„Dáváme lidem jistoty a nabízíme jim příležitosti.“

RADEK HOVORKA
jednatel společnosti

Jak se mění nákupní chování zákazníků v posledních letech?

Poslední roky poznamenala pandemie a nyní to je zvyšování životních nákladů. Naším cílem vždy bylo, je a bude nabízet zákazníkům nejkvalitnější produkty za nejvýhodnější ceny. A tato naše role v současné době nabývá na významu a důležitosti. Obecně lidé začali hledat kvalitu za rozumnou cenu, což je naše doména.

Jakou proměnou PENNY prošlo v posledních letech?

Jsme diskont pro 21. století. Nejde jen o prostředí, kde se s našimi zákazníky setkáváme, ale o kvalitu služeb, které poskytujeme, a v neposlední řadě i o naši pozici mezi zaměstnavateli. Ačkoli máme více než šest a půl tisíce zaměstnanců, nabízíme rodinné prostředí práce v malých kolektivech, osobní přístup i jistoty a příležitosti k rozvoji kariéry. Dáváme lidem možnost, aby byli těmi, kterými chtějí být.

Jak vidíte budoucnost v těchto oblastech?

Jsme součástí České republiky. Odvádíme daně, platíme zdravotní i sociální pojištění i investujeme v České republice. Jsme českou firmou a chceme být českým lidem ještě blíží. Naším lidem se snažíme jejich těžkou práci ulehčit pomocí digitalizace a našim zákazníkům nabízet kvalitu za výhodné ceny. Všem pak jistotu, že jsme tady pro ně, že jsme dobrý zaměstnavatel i dobrý soused.



„Naše prodejny ukazují budoucnost i respekt k přírodě a české zemi.“

MATHIAS MENTROP
jednatel společnosti

Dokončili jste modernizaci celé prodejní sítě, jak významný mezník to pro Vás je?

Modernizovat na čtyři stovky prodejen byl úkol, který jsme si dali před 5 lety. Jsem hrdý, že se nám to podařilo a nyní je celá síť modernizována. Pro naše zákazníky to znamená nakupování v příjemném přátelském prostředí, pro naše zaměstnance důstojné zázemí i podmínky pro práci a pro nás pak v neposlední řadě nemalé energetické úspory.

Každý rok PENNY expanduje. Na co jste hrdý?

Určitě bych zmínil dvě prodejny z poslední doby, a to naši nejekologičtější prodejnu ve Skutči na Chrudimsku. Nejenže se jedná o první celodřevěnou prodejnu tohoto typu v České republice, ale je unikátní i použitím moderních ekologických technologií. A pak je to prodejna v Českém Krumlově. V tomto pro Čechy tak významném historickém městě prokazujeme, jak moc nám záleží na české historii a české zemi. Ukázali jsme také, že dokážeme naše prodejny postavit kdekoli tak, aby se staly součástí místního prostředí a přinesly i něco navíc.

Co přijde dál?

Nedávno jsme překročili hranici 400 obchodů. Cílem je v následujících 5 letech přiblížit se hranici 500. K tomu přirozeně plánujeme rozšířit naše logistická centra, minimálně o další dvě. A samotnou modernizaci prodejen nic nekončí, protože v nejbližší době se chceme soustředit na výstavbu dalších fotovoltaických elektráren na našich prodejnách i logistických centrech.



NA CESTĚ K NEUTRALITĚ

Podstata dlouhodobé udržitelnosti spočívá v efektivním nakládání s energiemi. Proto v PENNY neustále pracujeme na tom, abychom při zachování a dalším rozvoji našeho podnikání zároveň účinně snižovali jeho energetickou náročnost a vždy chránili vzácné přírodní zdroje s jednoznačným cílem, kterým je uhlíková neutralita.



● SPOTŘEBA ENERGIE

Pečlivý energetický monitoring a neustálá snaha o snižování spotřeby energie jsou v PENNY jedním ze stavebních kamenů naší koncepce udržitelnosti. Za uplynulé tři roky jsme do energetických projektů investovali kumulovaně téměř půl miliardy

v souhrnných datech. Například pouhou instalací LED osvětlení na všech prodejnách dosahujeme takové úspory elektrické energie, která odpovídá spotřebě více než 500 českých domácností žijících v bytě 3+1.



korun, přičemž jen vloni to bylo 160 milionů Kč. Zvládáme tak snižovat spotřebu energie rychleji, než bylo plánováno. Od roku 2014 snížilo PENNY na svých prodejnách spotřebu elektrické energie o 13 %, v rámci svých distribučních center pak o 25 %. Celkově tak došlo ke snížení uhlíkové stopy o polovinu a PENNY tak splnilo své dva hlavní vytčené cíle, a to snížit do roku 2022 spotřebu energií o 9,3 % a zároveň snížit emise CO₂ o 23 %. Na cestě k ambicióznímu cíli, kterým je snížení emisí CO₂ o 30 % do roku 2030 (oproti roku 2019), neustále hledáme další možnosti energetických úspor a co nejrychleji je uvádíme do praxe nejen při výstavbě nových prodejen, ale především při modernizaci těch stávajících. Díky více než 400 prodejnám po celém Česku se každá jednotlivá aplikace úsporného opatření citelně projevuje

JSME ENERGETICKY EFEKTIVNÍ

Díky naší komplexní a dlouhodobé energetické koncepci tak v dobách současné energetické krize těžíme z masivních investic do energetických úspor učiněných v minulých letech. V roce 2021 dosáhla naše kumulovaná spotřeba energie 163 010 132 kWh a dále pokračujeme v pozitivním trendu snižování specifické spotřeby elektrické energie na m² naší prodejní plochy, která klesla z 405 kWh/m² v roce 2017 na hodnotu 357 kWh/m² v roce 2021, což znamená pokles o 12 %, přičemž téměř 8 % se podařilo snížit v rozmezí pouhých dvou let mezi roky 2019-2021. V rámci hospodaření s energiemi je PENNY už od roku 2017 držitelem certifikace ISO 50001, která potvrzuje plnění mezinárodních standardů hospodaření s energiemi. V rámci projektu Energetického Managementu se rovněž věnujeme vzdělávání zaměstnanců, neboť rozumné nakládání s energiemi v práci i doma má nejen pozitivní environmentální dopad, ale pomáhá i finančně jak našemu podnikání, tak soukromým rozpočtům našich zaměstnanců.

● ZELENÁ ENERGIE A OBNOVITELNÉ ZDROJE

Velmi rychle jsme během několika málo uplynulých let také přešli na tzv. zelenou energii. Od roku 2020 kupujeme do svých prodejen ze 100 % výhradně elektrickou energii z obnovitelných zdrojů, přičemž v roce 2018 byl její podíl čtvrtinový. Kromě toho disponujeme fotovoltaickými elektrárnami na našich distribučních centrech a kontinuálně rozšiřujeme i počet prodejen, jejichž střechy jsou osazeny solárními panely. Solární technologie pak pokrývá u každé prodejny až 40 % její celkové spotřeby.



USPOŘÍME NA
PRODEJNĚ DÍKY
ENERGETICKÉ MODERNIZACI



-25 %

100 %



ELEKTRICKÉ ENERGIE V NAŠICH
PRODEJNÁCH POCHÁZÍ
Z OBNOVITELNÝCH ZDROJŮ

630 MWh

ELEKTŘINA VYROBENÁ
V ROCE 2022 Z VLASTNÍCH
FOTOVOLTAICKÝCH ELEKTRÁREN
NA STŘECHÁCH NAŠICH
16 PRODEJEN

-9 141 TUN CO₂

DÍKY ZPĚTNÉMU ODBĚRU A RECYKLACI
JSME USPOŘILI EKVIVALENT EMISÍ CO₂
VYPRODUKOVANÝCH 4 297 OSOBNÍMI
AUTOMOBILY

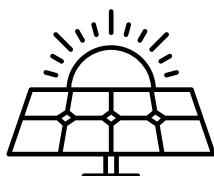


0,5

miliardy Kč

JSME ZA POSLEDNÍ TŘI
ROKY KUMULOVANĚ
INVESTOVAЛИ DO
ENERGETICKÝCH
PROJEKTŮ

CELKOVÉ SPOTŘEBY
PRODEJNY MŮŽE POKRÝT
FOTOVOLTAICKÁ
ELEKTRÁRNA NA
JEJÍ STŘEŠE



40 %

● ENERGETICKY EFEKTIVNÍ VÝSTAVBA I MODERNIZACE

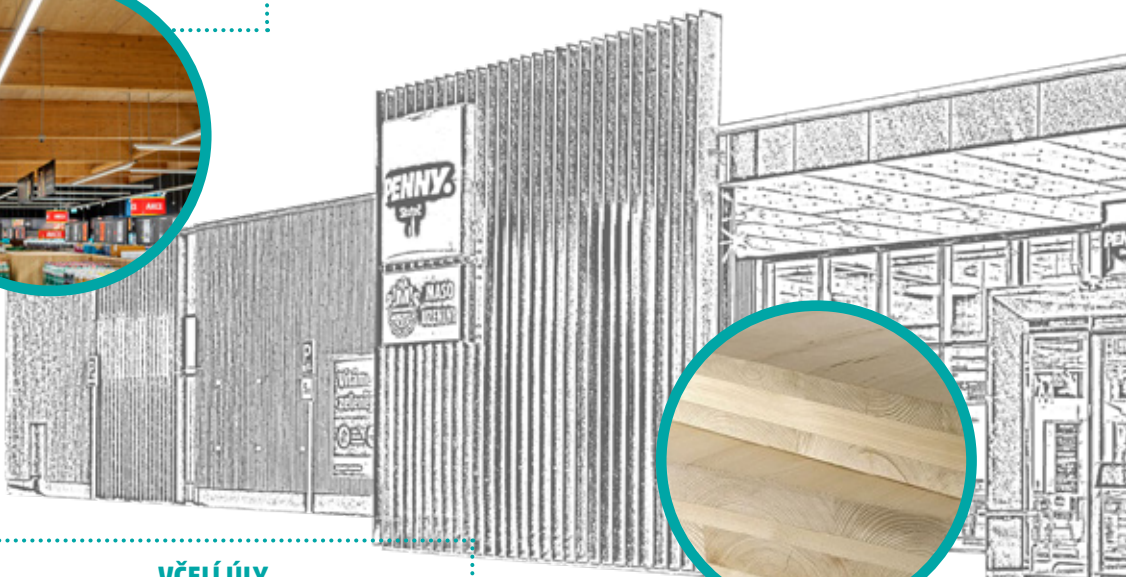
Proces modernizace prodejní sítě PENNY započal v roce 2017 a byl dokončen v roce 2022. V rámci přestavby každé prodejny jsou kromě jiného všechna elektrická zařízení nahrazena energeticky efektivnějším ekvivalentem a komplexními kroky se sníží energetická náročnost prodejny přibližně o 25 %. Oproti starším prodejnám je tedy zhruba poloviční. Při výstavbě nových prodejen pak v praxi aplikujeme nejmodernější trendy a poznatky ze stavebnictví i energetiky.

LEPENÉ LAMELOVÉ DŘEVO BSH

Pro nosné konstrukce jsou využity nosníky BSH, které splňují nejnáročnější požadavky na funkčnost i ekologii v moderních novostavbách. V našich prodejnách jsou použity především jako rámy pro střešní konstrukce v kombinaci se záklopem z desek CLT.

FOTOVOLTAIKA

Střechy našich prodejen využíváme pro instalaci solárních panelů. Celý systém je navržen tak, že dokáže pokrýt spotřebu až 40 % elektrické energie prodejny a díky každé prodejně vybavené fotovoltaickým systémem tak snížíme množství CO₂ vypouštěného do ovzduší až o 117 tun ročně. V roce 2022 jsme vyrobili z vlastních fotovoltaických systémů 630 MWh elektřiny. V roce 2023 by pak měly být fotovoltaické elektrárny instalovány v 10 prodejnách sítě PENNY.



VČELÍ ÚLY

Soulad s přírodou je nedílnou součástí našeho přístupu k udržitelnosti. Při modernizaci i výstavbě nových prodejen dbáme i na pečlivou rekultivaci okolní zeleně. Navíc lze v blízkosti některých prodejen či distribučních center PENNY nalézt i včelí úly. Jako firma tak poskytujeme domov 2 milionům včel.



VRSTVENÉ DŘEVO CLT

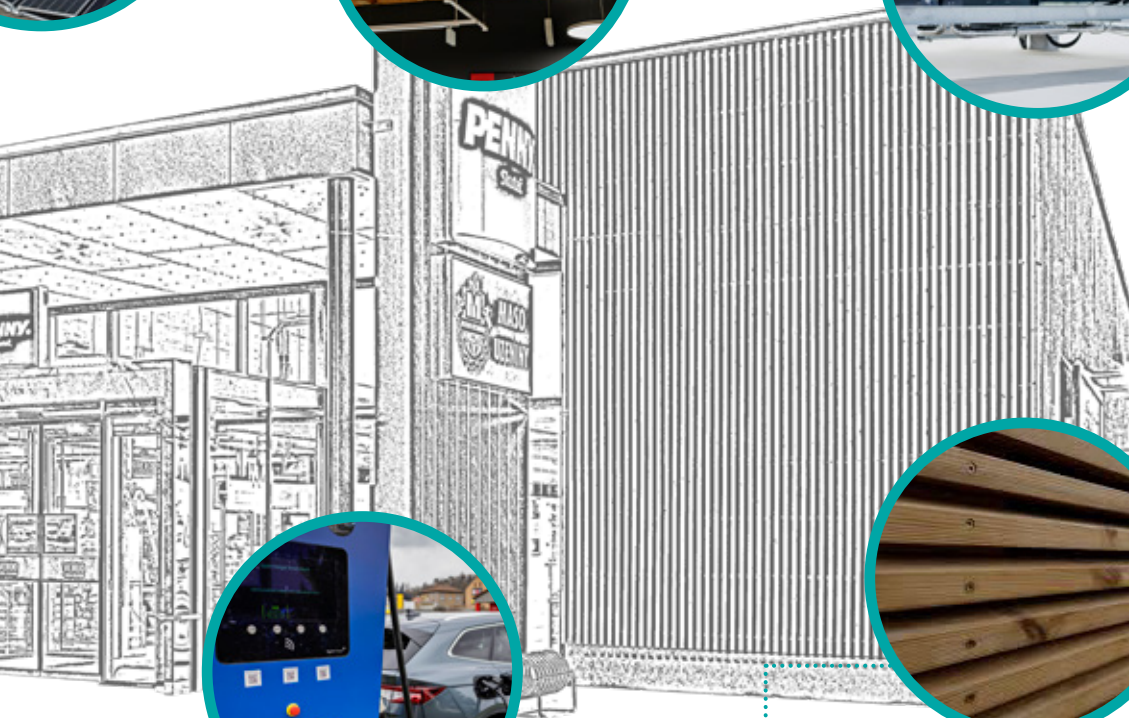
Stavební materiál v podobě ekologicky lepených desek z masivního dřeva využíváme pro výstavbu udržitelných prodejen PENNY. Dřevo je nejen obnovitelný zdroj, ale v průběhu svého růstu do sebe také vstřebává a ukládá oxid uhličitý z okolí. Právě recyklací a opakovaným používáním takovýchto stavebních prvků se prodlužuje doba uložení uhlíku, protože nedochází k jeho zpětnému uvolňování do okolí. V každém m³ CLT je tak uloženo 762 kg CO₂.

LED OSVĚTLENÍ

Pro vnitřní i venkovní osvětlení prodejny využíváme výhradně úsporná LED světla. Netýká se to pouze prodejen, ale i našich logistických distribučních center. Například v Dobřanech u Plzně došlo díky instalaci LED svítidel u skladu se 105 rampami a o rozloze 23 000 m² ke snížení spotřeby elektrické energie o 33 % a provozních nákladů o 65 %.

CHLAZENÍ

Jako první v Česku a jedni z prvních v Evropě jsme v nové prodejně PENNY v Kolíně použili unikátní ekologickou technologii pro chlazení, vytápění a klimatizaci, díky které prodejna ušetří až 20 % energií. Celý systém ESyCool Green od společnosti Viessmann Refrigeration Solutions obhospodařuje veškerou chladicí techniku prodejny, tedy chladicí i mrazicí boxy, vytápění a klimatizaci celého prostoru prodejny.



DOBÍJENÍ ELEKTROMOBILŮ

Všechny dobíječky postavené u prodejen PENNY jsou jak rychlodobíječky s výkonem minimálně 50 kW, tak pro pozvolné dobíjení (22 kW). Do konce roku 2023 by mělo být u prodejen PENNY v Česku celkem 60 nabíjecích stanic.



THERMOWOOD

Díky tomu, že 100% přírodní materiál Thermowood neobsahuje žádné chemikálie, je zcela recyklovatelný. Je u něj rovněž garantován odpovědný výrobní řetězec a všechny třetí strany, jež se podílejí na jeho výrobě, mají potřebné certifikace. V porovnání s přírodním dřevem má podstatně nižší tepelnou vodivost a tím i lepší izolační vlastnosti.

● CÍRKULÁRNÍ EKONOMIKA A EKOLOGICKÉ ÚSPORY

PENNY je v Česku zapojeno do vysoce efektivního modelu sdílených opakovaně použitelných plastových přepravek (OPPP) společnosti IFCO. Tento poolový systém generuje úspory v rámci celého dodavatelského řetězce čerstvých potravin a přináší kromě provozní efektivity také významné ekologické výhody. Podkladem pro výpočet pozitivního dopadu na životní prostředí je celkové množství IFCO přepravek použitých společností PENNY Market v rámci dodavatelského řetězce za rok 2021. Dosáhli jsme následujících ekologických úspor:



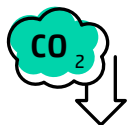
2 740 080 kg
CO₂ ekv.

48 863 m³
vody

174 202 GJ
energie

1 399 411 kg
pevných odpadů

248 942 kg
poškozeného zboží



1 612 aut
ze silnice ročně

1 085 843
5minutových sprch

92 065
žárovek ročně

1 076 470
jednotek
pevného odpadu

414 903
průměrných jídel

● PALETY PRO OPAKOVANÉ POUŽITÍ

Významným příspěvkem k udržitelné logistice je zapojení společnosti PENNY do systému sdílení palet (tzv. paletový pooling) společnosti CHEP, který umožňuje opakované využití přepravních či displejových palet. Jedná se o typickou ukázkou trvale udržitelného cirkulárního systému. Partnerství CHEP a PENNY trvá již od roku 2002 a lze jej vyčíslit hodnotou 650 tisíc palet z fondu CHEP, které každoročně projdou distribučními centry PENNY. Díky přesným výpočtům založeným na posouzení životního cyklu dle normy ISO 14044 (Life Cycle Analysis – LCA) jsme jen v roce 2022 dokázali v porovnání s europaletami ušetřit používáním charakteristicky modrých palet CHEP 558 703 kilogramů CO₂, 64 172 kg odpadu a 437 333 dm³ dřeva. Přírodní zdroje dřeva, které je využito pro palety CHEP, jsou navíc 100% certifikovány radou udržitelnosti Forest Stewardship Council (FSC) a Programem pro schvalování certifikace lesů (PEFC). Efektivita a maximalizace ekologických i ekonomických úspor paletového poolingu roste spolu s tím,

jak široká je jeho síť uživatelů. I v tomto ohledu má PENNY na funkčnosti celého systému v tuzemsku významný podíl. Díky své široké síti více než 400 prodejen po celé České republice totiž umožňuje při plánování svozu a logistiky přepravy palet eliminovat prázdné kilometry, dosahovat žádoucí flexibility a v neposlední řadě tak přispět i k tomu, že se palety vrací do oběhu pro další zákazníky rychleji.



● OBALY

Obaly jsou nedílnou součástí našeho podnikání, proto děláme vše pro minimalizaci jejich dopadu na životní prostředí. U všech produktů sledujeme jejich způsob balení a průběžně jej optimalizujeme. Dbáme na to, aby současně obaly splňovaly příslušné hygienické normy a uchovávaly produkt v nejvyšší kvalitě a zachovávaly trvanlivost. U našich privátních značek sledujeme také cíl skupiny REWE, kterým je učinit 100 % jejich obalů šetrnějších k životnímu prostředí. Například u značky Kouzelný čaj jsme ustoupili od balení krabiček do celofánu a nově jsou pouze papírové. U nealkoholických nápojů Vitálka a Tanja jsou veškeré obaly plně recyklovatelné a značka piva Staročech využívá vlastní přepravky na skleněné lahve, jež jsou

vyráběny výhradně z recyklovaného plastu. I tím se odlišujeme od drtivé většiny značkových pív, která využívají tzv. virgin plast, jehož recyklace je složitější. Od roku 2022 rovněž v rámci skupiny REWE připravujeme celý systém logistiky na zavedení zálohového systému plastových lahví.



● DIGITALIZACÍ K OCHRANĚ PROSTŘEDÍ

Neustále sledujeme technologické trendy nejen v oblasti digitalizace maloobchodního prodeje, ale i pracovních procesů, energetiky, logistiky, zpracování dat či komunikace. Naše prodejny a distribuční centra jsou vybaveny

nejmodernějšími systémy, jež monitorují a neustále optimalizují energetický management s cílem dosáhnout úspor. Na prodejnách se pak naši zákazníci mohou setkat například s elektronickými cenovkami či samoobslužnými pokladnami. Na centrále kupříkladu oddělení HR přešlo z papírového systému na digitální, což má pozitivní dopad nejen na rychlost zpracování dat, ale došlo rovněž k významnému omezení nákupu kancelářského papíru a tisku. Součástí digitalizace našeho podnikání je rovněž příprava spuštění vlastního e-shopu. Tento projekt jsme odstartovali v lednu 2021 a probíhá jeho ostrý testovací provoz pro Plzeň a blízké okolí s cílem získání dostatečných zkušeností zpětné vazby k tomu, abychom mohli online prodej nabídnout zákazníkům celorepublikově.



● OSVĚDČENÍ O ÚSPORĚ EMISÍ ZA ROK 2021

Nedílnou součástí trvale odpovědného nakládání s odpady je zapojení PENNY do systému třídění a recyklace obalových materiálů EKO-KOM. Český systém třídění odpadů se řadí v rámci Evropy k nejefektivnějším a přispívá k tomu právě i zapojení velkých společností s celorepublikovou působností. V roce 2021 zajistil EKO-KOM od společnosti PENNY zpětný odběr a recyklaci 8 247 tun obalových odpadů, což odpovídá naplnění 4 650 svozových automobilů. Podíl společnosti PENNY Market na systému

EKO-KOM odpovídá zajištění provozu a obsluhy 9 038 barevných kontejnerů na tříděný odpad (papír, sklo, plasty, kovy a nápojové kartony). Náš podíl na celkovém snížení produkce skleníkových plynů činil ekvivalent 10 883 tun CO₂, což také znamená, že bylo uspořeno 263 077 GJ energie. To odpovídá emisím CO₂ vyprodukovaným 5 116 osobními automobily střední třídy za rok jejich provozu. Námi uspořená energie rovněž představuje 511 dnů spotřeby elektrické energie na veřejné osvětlení v Praze.

● PODPORA ELEKTROMOBILITY

U prodejen PENNY po celé České republice pro naše zákazníky intenzivně budujeme infrastrukturu pro dobíjení elektromobilů. Na začátku roku 2023 disponovala síť prodejen PENNY v Česku celkem 15 nabíječkami. Uvědomujeme si, že právě čas strávený nákupem se řadí k těm



běžným každodenním situacím, které lze bez jakéhokoli omezení využít k pohodlnému dobíjení svého elektrického vozu. U prodejen PENNY stavíme dobíječky, které poskytují alespoň dvě rychlodobíjecí přípojky o výkonu minimálně 50 kW, k nim pak přidáváme i dobíječky pro postupné nabíjení o výkonu 22 kW.

Kromě toho jsme jako první obchodní řetězec u nás také umožnili svým zákazníkům dobíjet auta sluneční energií, když jsme již v roce 2018 ve spolupráci s energetickou společností E.ON uvedli v Praze-Lehovci do provozu dobíjecí stanici vybavenou fotovoltaickou technologií. Tato nabíječka se řadí mezi 10 nejvyužívanějších nabíjecích stanic v celé síti společnosti E.ON,

když na ní v roce 2021 proběhlo celkem 317 dobíjení o celkové dobíjecí kapacitě 6 422 kWh. Střecha této rychlodobíjecí stanice je osazena 18 fotovoltaickými panely s celkovým výkonem 8,1 kWp. V případě slunečního počasí tak mohou řidiči čerpat energii přímo z panelů.

NABÍJÍME I ENERGIÍ POUZE ZE SLUNCE

Pokud slunce svítit nebude, je součástí systému i bateriové úložiště o kapacitě 34,8 kWh a teprve po jeho vyčerpání se systém přepne na odběr elektrické energie ze sítě.

Zatímco v roce 2021 proběhlo u nabíjecích stanic u prodejen PENNY celkem 634 dobíjení, o rok později to bylo už 2056 dobíjení, což představuje více než 320% nárůst. Průměrně pak elektromobilisté u našich nabíječek strávili 46 minut a dobili do svého vozu 16,3 kWh elektrické energie. O tom, že elektromobilita není jen doménou hlavního města, svědčí i skutečnost, že v roce 2022 byla naší nejvytíženější dobíječkou ta ve Znojmě, kde proběhlo 289 nabíjení s celkovou kapacitou 5 533 kWh. Pro rok 2023 má PENNY ve svých plánech zvýšit celkový počet nabíječek u svých prodejen na 60.

● LOGISTIKA OHLEDUPLNÁ K ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ

V našem vozovém parku bylo ke konci roku 2022 celkem 293 osobních automobilů. Od roku 2014 se nám daří snižovat jejich flotilovou spotřebu, a to z původních 7,27 l / 100 km na současných 5,60 l / 100 km. Snižujeme také postupně podíl vozů s naftovým motorem, který klesl oproti roku 2019 o 15 %, a naopak navyšujeme počet automobilů s pohonem na CNG, kterých aktuálně máme 55. Navíc provozujeme také čtyři nákladní vozy na CNG a koncem roku 2022 jsme zahájili šestitýdenní praktické testování plně elektrického nákladního automobilu Mercedes eActros, který je s dojezdem přibližně 300 km ideální pro zásobování našich prodejen ve větších městech.



„Ukazujeme, že myslíme na přírodu.“

VÁCLAV ŠÍMA
vedoucí stavebního oddělení

V dnešní době je zásadní snižování energetické náročnosti budov. Jak toho dosahujete?

Využíváme v maximální možné míře moderní technologie, které vedou ke snížení energetické náročnosti našich prodejen i logistických center. Můžeme je rozdělit na dvě oblasti, a to využívání zelené energie a alternativních zdrojů, jako jsou fotovoltaické elektrárny nebo tepelná čerpadla, a pak technologie, které přímo snižují spotřebu.

Které to jsou a jak je využíváte při výstavbě nových prodejen?

Nejde jen o nové prodejny. Především jsme dokončili modernizaci celé naší obchodní sítě. Během ní jsme v rámci možnosti instalovali moderní úsporné LED osvětlení a úsporná chladicí a mrazicí zařízení. Při výstavbě nových prodejen jsme pak například jako vůbec první v České republice začali instalovat ekologický a úsporný chladicí systém ESyCool Green. Těch technologií je řada.

Dá se vyčíslit, o kolik využití těchto technologií snižuje spotřebu jedné prodejny?

Určitě. Je to ovšem specifické podle toho, jaké technologie u dané prodejny můžeme využít. U naší nejekologičtější prodejny ve Skutči, kde jsme aplikovali prakticky všechny úsporné technologie, které běžně využíváme, jde o snížení spotřeby energií o více než polovinu, a to i díky fotovoltaice, která je určitě naší cestou do budoucna.



S LÁSKOU K PŘÍRODĚ I KVALITĚ



Stále rozšiřujeme nabídku tzv. zelených produktů, u nichž mají zákazníci z naší strany zaručenou maximální ekologickou ohleduplnost při zachování nejvyšší kvality. Tyto výrobky totiž vyhovují nejen platné legislativě, ale rovněž vlastním standardům PENNY, které jsou v mnoha ohledech ještě náročnější.



● KVALITA JE V PENNY NA PRVNÍM MÍSTĚ

Kvalitní produkt, který je zárukou loajality a dlouhodobé přízně zákazníků, nevznikne sám od sebe, ale je výsledkem velmi náročného procesu, který má v PENNY mimořádnou prioritu. Aby bylo zaručeno dosažení vysokých standardů, musí

v které mohou zaměstnanci prodejen i skladů hodnotit vždy po dobu dvou měsíců širokou škálu vybraných produktů. Kromě toho využíváme i aplikaci pro anonymní hodnocení, díky které se hodnocení účastní i všichni zaměstnanci centrály.



NEJVYŠŠÍ KVALITA ZA NEJVÝHODNĚJŠÍ CENY

produkty v rámci výběrového řízení nejen splnit prvotní definované požadavky na dodavatele, ale také vždy obstát během následného průběžného testování dle přesně definovaných interních procesů. Ty zahrnují nejen nezávislé laboratorní testování, ale i širokou škálu dalších testů včetně například senzorických. Právě ochutnávání a testování výrobků v senzorické místnosti, která je součástí oddělení kvality, probíhá denně. S součástí komplexního procesu testování je rovněž využívání aplikace Kvalita PENNY,

Mezi nejčastěji hodnocené výrobky se řadí pečivo, ovoce a zelenina a maso.

Požadovanou kvalitu garantují také pravidelné audity, které probíhají permanentně v celém řetězci, tedy nejen v našich skladech a prodejnách, ale rovněž u našich dodavatelů. Například u dodavatelů ovoce a zeleniny jsme vloni provedli 14 auditních kontrol. To, že náročný kvalitativní proces PENNY přináší kýžený efekt, dokládá nejlépe celá řada spotřebitelských i odborných ocenění našich produktů.



● CERTIFIKACE JAKO NAŠE PEČET KVALITY

Už deset let plní centrála i síť prodejen PENNY náročnou certifikaci ISO 22 000, když tuto pečeť kvality získala v roce 2013 mezi prvními obchodními řetězci v Česku. Pro centrálu a svá logistická centra získává PENNY opakovaně vyšší standard certifikace IFS Logistics. U privátních značek podporujeme ekologické označení UTZ (udržitelné pěstování kávy), FSC (certifikace

udržitelného lesního hospodářství), MSC (certifikace lovu ryb), ASC (certifikace farem mořských plodů) i v poslední době stále důležitější RSPO (certifikace palmového oleje). O těchto skutečnostech informujeme zákazníky na obalech.



10,2

MILIONU

KUSŮ REGIONÁLNÍHO
PEČIVA JSME PRODALI
ZA ROK 2022



100 %

ZVĚŘINY POCHÁZÍ Z ČESKA



DO 24 HODIN

PO SKLIZNI JSOU V PRODEJNÁCH PENNY V NABÍDCE
PRODUKTY OD ČESKÝCH FARMÁŘŮ

19



PRODUKTŮ

SPLŇUJÍCÍCH PENNY STANDARD
ANIMAL WELFARE

ISO 22 000
OD ROKU 2013
PRO CELOU SÍŤ
PRODEJEN
I CENTRÁLU



539

ČESKÝCH DODAVATELŮ



● PENNY STANDARD ANIMAL WELFARE

PENNY bylo v roce 2019 prvním maloobchodním prodejcem u nás, který za podpory Ministerstva zemědělství definoval a od svých dodavatelů vyžadoval plnění vyšších standardů péče v oblasti chovu skotu a prasat. O tom, že konkrétní maso či masný polotovar z řady privátní značky PENNY „Dobré MASO z ČESKÝCH CHOVŮ“ plní podmínky a požadavky tohoto projektu, jsou spotřebitelé informováni na obalech výrobku speciálně vytvořeným logem.



Jen o rok později, tedy v roce 2020, PENNY rozšířilo rámec této aktivity i na drůbež, když uzavřelo spolupráci s třemi dodavateli kuřecího masa pod privátní značkou DOBRÉ MASO, a aktuálně tak nabízíme 19 artiklů splňujících tuto certifikaci. V roce 2020 proběhly ze strany PENNY první audity plnění daných standardů, a to v pěti provozovnách. Vloni prošly auditem i farmy. U chovné drůbeže spočívají největší rozdíly nad rámec platné legislativy zejména ve snížené hustotě osazení, v náročnějších požadavcích při vyskladňování (odchytu) kuřat a snížené době přepravy kuřat. Kromě toho je v halách lepší vzduch, mj. se kontroluje hladina amoniaku, a dochází k optimalizaci relativní vlhkosti vzduchu po celou dobu výkrmu. Od roku 2023, tedy více než rok před původně plánovaným termínem, PENNY rovněž ukončilo prodej vajec z klecových chovů. V nabídce tak nyní máme prokazatelně kvalitnější vejce, přičemž navíc lze pod značkou Karlova Koruna zakoupit i vejce z podestýlky M10.

● UDRŽITELNÉ PRODUKTY

Společně s našimi lokálními dodavateli, kterým pomáháme v růstu i citelnou marketingovou podporou, přinášíme na trh vysoce kvalitní produkty, které zároveň splňují principy trvalé udržitelnosti. Pod privátní značkou MyBIO nenabízíme pouze sortiment ovoce a zeleniny, ale třeba také bílý jogurt, třtinový cukr, vejce, čaje, kávu či sýry. Při zalistaci ovoce a zeleniny je garantován mimo jiné i nižší obsah pesticidů, než stanovuje zákon. Navíc mají zákazníci šest nejprodávanějších artiklů značky MyBIO, což jsou například banány či citrony, k dispozici na našich prodejnách celoročně.



● SLEDUJEME VÝŽIVOVÉ TRENDY

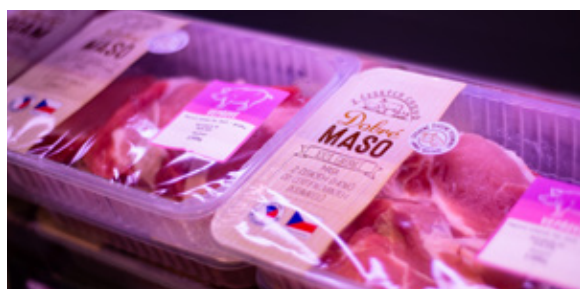
Cestu ke zvyšování spokojenosti zákazníků vidíme kromě vysoké kvality také v široké nabídce produktů, které reagují na aktuální trendy v oblasti výživy. Kromě rostoucího zájmu o produkty speciální stravy bez laktózy či bez lepku, kterých jsme v roce 2021 prodávali 11, resp. 18, je evidentní i zvýšená poptávka po potravinách zdravého životního stylu. Nabízíme tak zhruba 10 proteinových výrobků převážně



v kategorii cereálií a mléčného sortimentu. Všechny naše kaše privátní značky Crip Crop jsou slazené pouze třtinovým cukrem a výrobky řady Crip Crop jsou držiteli ocenění Česká chuťovka za rok 2021.

● REGIONÁLNÍ PRODUKTY A MÍSTNÍ PRODUCENTI

Dlouhodobá spolupráce s regionálními producenty založená na vzájemném respektu je nedílnou součástí obchodní strategie PENNY. V roce 2022 jsme spolupracovali s 539 českými dodavateli, jejichž produkty se setkávají s příznivou zákaznickou odezvou a tvoří tak jeden ze stavebních kamenů naší široké nabídky. Ojedinělost tohoto konceptu demonstruje například segment pečiva, jehož nabídka se v rámci prodejen PENNY v Česku regionálně výrazně liší. V roce 2021 jsme spolupracovali s asi 50 místními pekárny a v našich obchodech nabízíme 180 druhů chleba, více než 30 se pak



vyrábí pro PENNY jako „exkluzivní chléb“. Nabízíme také 200 regionálních druhů pečiva od místních dodavatelů a celkový prodej regionálního pečiva vzrostl v roce 2019 na 28 milionů kusů, což je téměř 7 % všech prodejů v kategorii pečiva. Také maso z českých chovů tvoří v našich prodejkách



významný podíl - drůbeží je ze 75 % české, hovězí z 80 %, a zvěřina dokonce ze 100 %. Rovněž sezonní výrobky prodávané pod privátními značkami Zabíjačka nebo Na grill pochází převážně z českého masa a vždy preferujeme tuzemské regionální producenty.

Regionální farmáře samozřejmě podporujeme také u produktů ze segmentu ovoce a zeleniny. V roce 2022 jsme nabízeli až 50 sezonních produktů z 19 českých farem. Místo jejich sklizně nebylo nikdy vzdáleno více než 100 km od skladu a na prodejny se produkty dostaly do 24 hodin od sklizně.

Identický princip regionality razíme také u nápojů. V roce 2021 spolupracovalo PENNY s 28 regionálními pivovary, které prostřednictvím PENNY prodaly přes 7 milionů litrů piva. Jedná se tak o téměř 7 % podíl na celkových tržbách kategorie pivních výrobků.



● PŘÍBĚH SPOKOJENÝCH ZVÍŘAT



Názornou ukázkou chovu skotu podle PENNY STANDARD ANIMAL WELFARE můžeme nalézt například u chovatele Agronea, a. s., z Poličky, který disponuje 2 200 kusy dobytka. „Naše zvířata mají víceméně dvojnásobek prostoru, než předepisuje legislativa,“ vysvětluje chovatel Roman Kysilka a dodává: „Všechna stání mají nesmekavou pevnou podlahu bez roštů, zvířata mají stále k dispozici čerstvou vodu a k jejich relaxu a pohodě přispívá i pravidelnost kvalitního krmení.“

● OCENĚNÍ NAŠICH PRODUKTŮ JE PRO NÁS ZÁVAZKEM

Privátní značky PENNY každoročně získávají řadu nezávislých ocenění ať už od odborníků, či spotřebitelů. V současné době PENNY nabízí celkem

35 řad privátních značek, v nichž zákazníkům nabízí přes 500 produktů. Vysokou prestiž má získání titulu Česká chuťovka, udělovaného za podpory Ministerstva zemědělství a Senátu ČR ve spolupráci s VŠCHT. Porotci zde potraviny hodnotí na základě chuti, vzhledu a konzistence, přičemž

ocenění získalo v roce 2022 celkem 34 z 43 nominovaných privátních produktů PENNY, takže se pro PENNY jednalo o historicky nejúspěšnější ročník. Snad ještě cennější jsou vítězství v testech a hodnoceních samotných zákazníků a spotřebitelů. Vloni například zvítězily špekáčky Řezníkův talíř v nezávislém testu BLESKu a salám Poličan Řezníkův talíř zvítězil v hodnocení kvality

poličanů v magazínu CZ Test, který se zabývá kvalitou potravin. Ve velkých testech nezávislého sdružení dTEST pak získalo ocenění nejen droždí Karlova Koruna, ale třeba i BONI jogurt bílý. Titul Volba spotřebitelů si v roce 2020 odnesla celá řada ořechů privátní značky Naturalia, kterých jsme mimochodem v posledních dvou letech



zalistovali více než 50 druhů. Tradičně se nám daří i v pivních testech. Jedním příkladem z mnoha může být Stříbrná pivní pečeť 2020 v kategorii polotmavých piv na 30. mezinárodním pivním festivalu v Českých Budějovicích.

● CECHOVNÍ NORMY



Česká cechovní norma definovaná Potravinářskou komorou ČR je nedílnou součástí kvalitativních standardů, neboť přesně definuje požadavky na kvalitu u daných potravinářských výrobků, ať už se jedná například o masné, mléčné, pekařské, či lahůdkové produkty. Norma obsahuje i nadstandardní kritéria, jejichž splněním se výrobek kvalitativně odlišuje od jiných produktů stejné kategorie. V roce 2021 bylo dle České cechovní normy vyráběno 165 produktů privátních značek PENNY, což koresponduje s naším závazkem zvyšování počtu privátních značek a produktů, neboť u nich máme lépe pod kontrolou výrobní proces a výslednou kvalitu.

● PETR BAUDYŠ PATŘÍ MEZI NEJLEPŠÍ V EVROPĚ

Manažer kvality PENNY Petr Baudyš, který působí v oblasti kvality a bezpečnosti potravin více než 30 let, byl jako držitel českého ocenění manažer kvality roku 2021 vyhlášen Evropskou organizací pro kvalitu (EOQ) druhým nejlepším manažerem kvality za rok 2021 v Evropě. Nominace na cenu

European Quality Leader Award předkládá všech 24 národních zástupců EOQ, kteří nominují do evropského kola vítěze národních kol. V České republice tuto soutěž zaštiťuje a organizuje Česká společnost pro jakost.

„Zákazník u nás najde nejvyšší kvalitu za nejvýhodnější cenu.“

PETR BAUDYŠ
vedoucí oddělení kvality

Jak se v posledních letech mění zákaznické nároky na kvalitu?

Dá se říci, že dnes už na trhu nejsou nekvalitní produkty. Trh se reguluje v řadě oblastí sám. V našem případě jde o to, nabízet nejvyšší kvalitu za nejvýhodnější ceny. Na jednu stranu si v dnešní době zákazník za nadstandardní kvalitu rád připlatí. To ale není cesta, kterou chceme jít. My ji chceme nabízet za výhodné ceny diskontu.

Jak toho dosahujete?

Neustále porovnáváme naše produkty s těmi na trhu a hledáme nové cesty s dodavateli, jak kvalitu nabízených produktů zvyšovat. Jednou z cest jsou privátní značky, které zákazníci koupí jen u nás. U nich se podílíme společně s dodavateli už na samotném vzniku produktu. Dále máme řadu mechanismů testování kvality, ať už s našimi zákazníky, nebo i ze strany našich zaměstnanců. A v neposlední řadě kontrolu kvality v rámci celého dodavatelského řetězce na cestě až k samotnému zákazníkovi.

Co byste za poslední roky vyzdvihl?

Určitě je to řada ocenění, která naše produkty získávají v nezávislých testech. Pro nás je to důkaz toho, že svoji práci děláme dobře. Ocenění a úspěchy v nezávislých testech dTestu, spotřebitelských hodnoceních či v soutěžích typu Chuťovka roku jsou pak pro nás nejen motivací, ale i závazkem, abychom našim zákazníkům nabízeli vždy to nejlepší.



ZAMĚŠTNANCI JSOU PRO KAŽDOU SPOLEČNOST NAPROSTO KLÍČOVÍ



PENNY je stabilní a perspektivní zaměstnavatel, který si v rámci rovných příležitostí zakládá nejen na transparentním a spravedlivém odměňování, ale pro zaměstnance také vytváří atraktivní podmínky kariérního růstu a nabízí jim propracovaný systém vzdělávání.



● POČET A STRUKTURA ZAMĚSTNANCŮ

V roce 2022 pracovalo v PENNY více než 6 500 zaměstnanců. Jejich počet meziročně výrazně vzrostl, což souvisí zejména s dlouhodobým plánem rozšiřování prodejní sítě v České republice. PENNY je stále významnějším zaměstnavatelem s celorepublikovou působností a díky husté síti prodejen pomáhá

s jasnou snahou zvyšování pracovní efektivity díky modernizaci procesů.

Více než 4/5 zaměstnanců na prodejnách jsou ženy, naopak ve fyzicky náročnějším prostředí logistických centrech převládají muži. Podíl mezi muži a ženami u pracovních pozic na centrále je víceméně vyrovnaný. Více než 60 % zaměstnanců

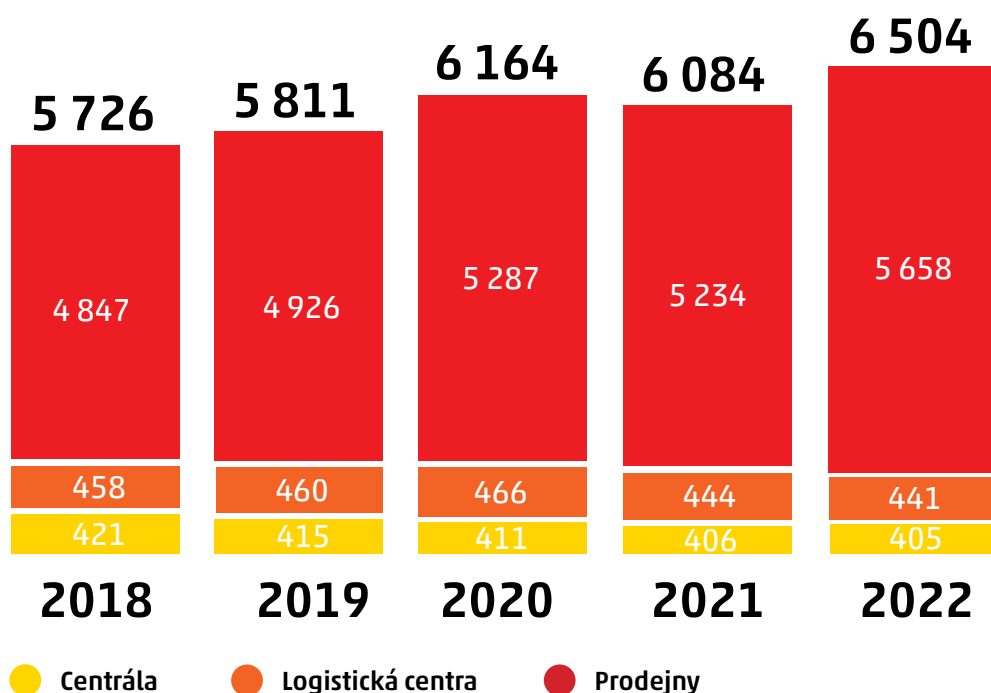
JSME VÝZNAMNÝ REGIONÁLNÍ ZAMĚSTNAVATEL



se zaměstnaností ve všech českých regionech. Oproti tomu se počet zaměstnanců na centrále i v oblasti logistiky stále drží na konstantní úrovni

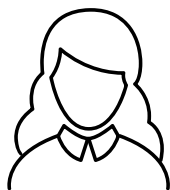
spadá do věkového rozmezí 30-50 let, podíl zaměstnanců mladších 30 let je 22 %, zaměstnanci nad 50 let tvoří 18 %.

● VÝVOJ POČTU ZAMĚSTNANCŮ PENNY MARKETU ZA POSLEDNÍCH PĚT LET



66 %

VEDOUČÍCH PRODEJEN
JSOU ŽENY



9x ↑

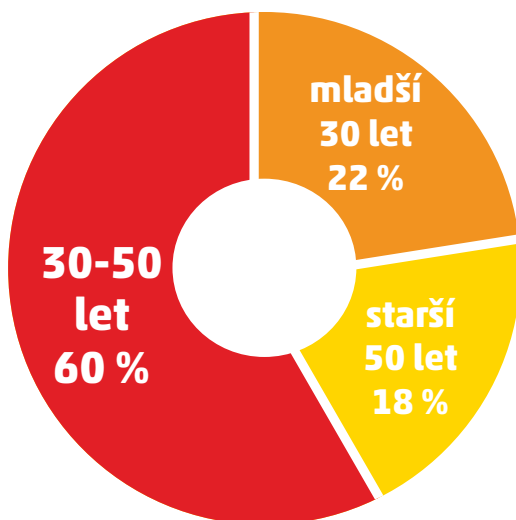
JSME ZVYŠOVALI MZDY
OD ROKU 2017

12 MĚSÍCŮ



ROZVOJE ZAMĚSTNANCŮ
V PROGRAMU POTENCIÁL

VĚKOVÁ STRUKTURA



6 529

USKUTEČNĚNÝCH POHOVORŮ SE
ZÁJEMCI O ZAMĚSTNÁNÍ V ROCE 2022

802

POVÝŠENÍ ZA ROK 2022



28 000 Kč

MINIMÁLNÍ MZDA NA POZICI POKLADNÍ

● BÝT SOUČÁSTÍ PENNY RODINY

PENNY Česká republika se s více než 6,5 tisíce zaměstnanců řadí k jednomu z nejvýznamnějších zaměstnavatelů u nás. Díky více než 400 prodejnám nabízí jedinečné pokrytí všech regionů v Česku a hraje tak i velmi důležitou roli v podobě stabilního a seriózního lokálního zaměstnavatele, jehož aktivity mají v daném místě nejen ekonomický, ale rovněž společensky významný přesah. Převážná většina zaměstnanců pracuje na prodejnách, další stovky pak v pěti logistických centrech a na centrále společnosti v Praze-Radonicích.

Tým zaměstnanců neustále rozšiřujeme a doplňujeme. Propracovaná metodika nábory nových pracovníků nám umožňuje na trhu práce oslovovat motivované, kvalifikované a produktivní zaměstnance z širokého věkového



spektra. PENNY za tímto účelem pravidelně pořádá tzv. náborové dny, kde se mohou zájemci o práci setkat se svými budoucími kolegy, dozvědět se, co jim PENNY nabízí, co od nich naopak očekává a jaké pozice jsou aktuálně k dispozici. Je zřejmé, že právě konkrétní pracovní kolektiv hraje v rozhodování uchazeče stále důležitější roli.

V případě zájmu pak mohou novou práci získat prakticky okamžitě. V roce 2022 se o práci v PENNY ucházelo přibližně 38,5 tisíce lidí a bylo uskutečněno 6 529 osobních pohovorů. Pro oslovování potenciálních zaměstnanců využíváme cílené komunikační a marketingové kampaně stejně jako kariérní stránky, osvědčené internetové portály a ve stále větší míře rovněž efektivní komunikaci prostřednictvím sociálních sítí, především Facebooku.



● PŘÍBĚH ZAMĚSTNANCE



„POMOC OD LIDÍ Z PENNY MĚ DOJALA“

Nečekané ničivé tornádo zasáhlo 24. června 2021 i do života zástupkyně vedoucího břeclavského PENNY Milady Pavůčkové. Během pár minut přišla v obci Hrušky o všechno a zůstala s manželem a jedenáctiletou dcerou bez střechy nad hlavou. „Můj muž Marian měl zrovna ten den narozeniny a chystali jsme se na zahradě grilovat. Ještě jsme ani nedali maso na gril, když jsem uslyšela ránu, jak něco spadlo na střechu. Byla to kroupa velká jako tenisový míček,“ vzpomíná na děsivý živel Milada. Po hrůzném zážitku, který následoval a víceméně srovnal dům se zemí, se však zvedla obrovská vlna solidarity, a to i v rámci PENNY. Bez ohledu na to, že Milada v prodejně pracovala jen druhým měsícem, se jí kolegové složili na auto včetně karty na tankování a pojištění. Finanční dar přišel i od kolegů z prodejny v Kralovicích a třináct kolegů z Rosic poslalo její dceři dřevěnou krabici plnou dáreků.

● SPRAVEDLIVÉ ODMĚŇOVÁNÍ A ROVNÉ PŘÍLEŽITOSTI

Jedním z klíčových pilířů, které jsou nutnou podmínkou pro vybudování dlouhodobě stabilního zaměstnaneckého vztahu, je spravedlivé a zcela transparentní odměňování pracovníků a vytvoření optimálních pracovních podmínek všem bez rozdílu. V PENNY si zakládáme na tom, že mzdy, které zveřejňujeme, nejsou ovlivněny dodatečnými podmínkami a jsou v českém maloobchodu nadprůměrné. Základní nástupní plat prodavačky je od března 2023 28 000 korun, díky příplatkům (např. délka zaměstnání, práce o svátcích atp.) je však průměrná reálná mzda prodavačky přes 32 000

korun, v logistice je to pak mezi 35 000 až 40 000 korun. Od roku 2017 jsme zvyšovali mzdy našim zaměstnancům devětkrát a samozřejmě také sledujeme vývoj tuzemské inflace a reagujeme na ni. Dbáme na to, aby reálná mzda našich zaměstnanců byla vždy férová, bez ohledu na aktuální cyklus české ekonomiky. Stejně tak jsme vždy připraveni flexibilně dodatečnými odměnami reagovat na nenadálé situace, které vyžadují specifické pracovní nasazení. Nedávným příkladem mohou být mzdové bonusy související se ztíženými pracovními podmínkami během pandemie covid-19.



● ATRAKTIVNÍ A MOTIVUJÍCÍ BENEFITY

Společnost PENNY nabízí svým zaměstnancům obsáhlé portfolio zaměstnaneckých benefitů, jehož základ tvoří příspěvek na stravu za každý odpracovaný den a týden dodatekové dovolené. Kromě toho jsou k dispozici i další výhody, ať už se jedná o placené volno nad rámec zákona, příspěvek na penzijní pojištění, benefitní program Cafeteria, zvýhodněnou kartu Multisport, příspěvek na dětský tábor, či dárkové vánoční poukázky. Ani tím však výčet výhod nekončí – PENNY svým zaměstnancům zařídilo slevy u vybraných partnerů, jako jsou například cestovní kanceláře, kulturní zařízení, sportovní obchody, prodeje elektroniky nebo zajímavé mobilní tarify. PENNY zároveň flexibilně reaguje na

ekonomickou a společenskou situaci v Česku, a tak se kvůli růstu inflace a životních nákladů rozhodlo ulehčit svým zaměstnancům zdvojnásobením zaměstnanecké slevy za nákupy na prodejnách, díky čemuž mohou ročně ušetřit až 6 000 Kč. Mezi zaměstnanecké benefity řadíme rovněž možnost kontinuálního kariérního růstu – jen za rok 2022 bylo povýšeno přes 800 zaměstnanců.

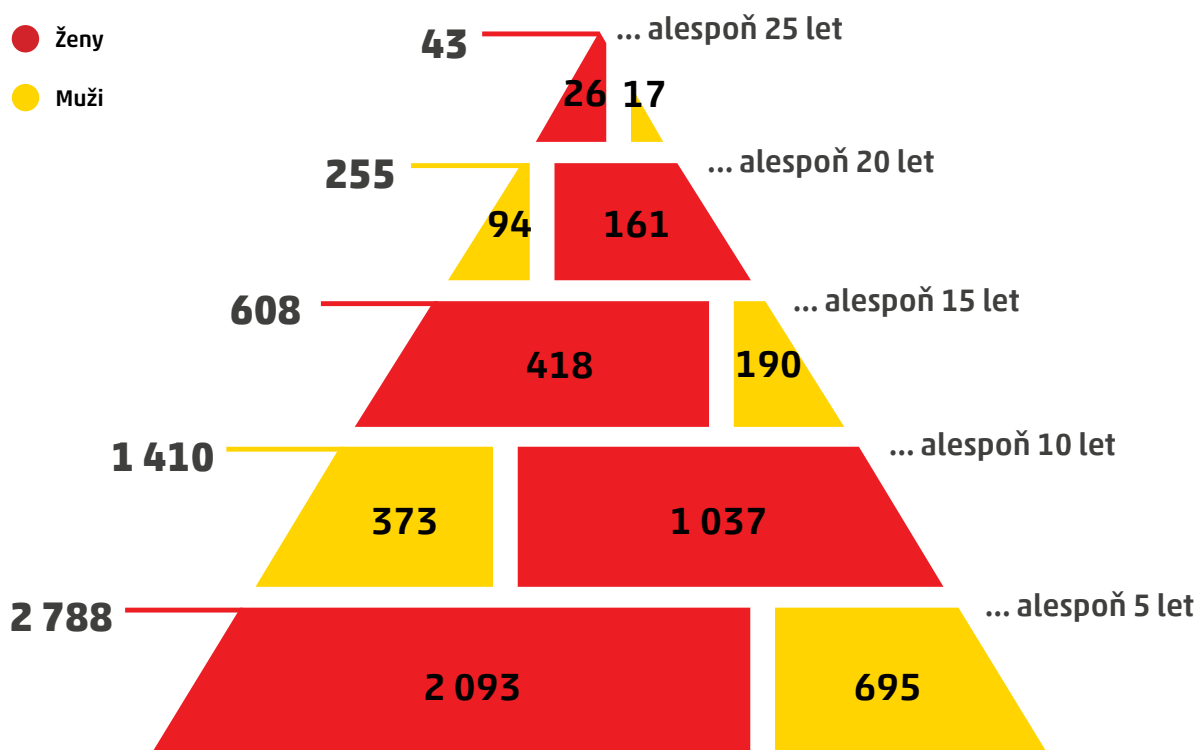


● VZDĚLÁVÁNÍ JAKO CESTA K OSOBNÍMU RŮSTU

Naše zaměstnance podporujeme také formou různých projektů pro jejich osobnostní a kariérní rozvoj, neboť jsme si vědomi, že i proces sebezdokonalování je důležitou součástí celkové spokojenosti zaměstnanců. Proto tyto naše aktivity neustaly ani v obtížném covidovém období, během kterého jsme uskutečnili řadu školení, a to včetně specificky zaměřených kurzů na méně obvyklá témata, jakými jsou například ochrana

osobních údajů, práce s obalovými materiály či znalosti a orientace v online prostředí. Realizován byl rovněž oblíbený program Potenciál, zaměřený na rozvoj dovedností a schopností vybraných vedoucích prodejen a jejich zástupců. Účastníkům programu je k dispozici vzdělávací portál SEDUO, obsahující řadu zajímavých kurzů zaměřených na počítačové či jazykové dovednosti, osobní rozvoj, vedení lidí a mnoho dalších témat.

Zaměstnanci pracující v PENNY...



● VYSOKÁ ZAMĚSTNANECKÁ LOAJALITA

Pro PENNY je dlouhodobě charakteristická nízká úroveň fluktuace, ke které bezesporu přispívá i skutečnost, že PENNY se svou nejširší prodejní sítí v Česku je dobře dostupné nejen zákazníkům, ale i zaměstnancům. Společnost tak v rámci České republiky hraje roli významného regionálního zaměstnavatele. Za posledních 5 let se pak

fluktuace snížila o více než 10 % a více než pětina zaměstnanců pracuje v PENNY alespoň 10 let. Přes 600 jich je pak ve firmě alespoň 15 let a více než 250 zaměstnanců pracuje pro PENNY v Česku nejméně dvacet let. Mezi zaměstnanci však najdeme i téměř padesát takových, kteří jsou ve společnosti od jejího vzniku, tedy 25 let.

„Lidem nejen nasloucháme, ale jejich přání i plníme!“

MICHAL BATELKA
vedoucí oddělení lidských zdrojů

Vnímáte nějakou změnu trendů v prioritách zájemců při rozhodování o práci?

Rozhodující jsou v dnešní době především lidé, s nimiž pracujeme. Je potřeba mít šéfa, který nám poradí, vyslechne nás, když potřebujeme, umí se nás zastat i nás podpořit, říká věci napřímo, i ty nepříjemné. Potřebujeme okolo sebe stejně naladěné kolegyně a kolegy, s nimiž si vyhovíme a respektujeme se. Potřebujeme finanční jistotu. Stejně významné je to, že nám musí naše práce dávat smysl. Když člověk cítí, že mu jeho práce dává smysl a naplňuje ho, pak je spokojený, dělá svoji práci rád a dobře a z toho plyne oboustranná spokojenost. Je to uzavřený kruh. A na nás je, abychom tyto podmínky vytvářeli.

Jak se dozvídáte, zdá jsou lidé spokojeni?

Například díky pravidelnému průzkumu spokojenosti zaměstnanců. Na jeho základě pak vždy připravujeme akční plány, a lidem zajišťujeme to, po čem volají a co jim v práci pomůže. Jedna věc je lidem naslouchat, druhá jim opravdu jejich potřeby naplnit. A to je naší rolí a naším cílem. Vedle průzkumu se pak může kdokoli obrátit na nás, HR, mluvíme s kolegy, co odchází, a zjišťujeme jejich důvody, ale máme i Compliance linku, kde může kdokoli řešit své téma.

Jaký by byl Váš slogan pro PENNY dnešní doby?

Líbí se mi ten, který máme:
Pracujeme hezky česky. Vůbec bych
ho neměnil.



POMÁHÁME HEZKY ČESKY

Lidé okolo nás nám nejsou lhostejní a citlivě vnímáme, že jsou mezi námi tací, kteří potřebují naši pomoc. Proto pomáháme všem - nejen seniorům, ale i lidem v nouzi, podporujeme sport v regionech či uklízíme Česko. Nejen tyto, ale i řadu dalších aktivit zastřešuje náš webový portál www.pomahamehezkycesky.cz.



● VŠUDE JSME DOBRÝM SOUSEDEM

PENNY má v českém maloobchodě díky nejširší síti více než 400 prodejen unikátní pozici, která má pozitivní vliv i na naše aktivity v oblasti společenské odpovědnosti. Všude, kde působíme, se maximálně snažíme působit na zlepšování životních podmínek a prostředí. Díky přítomnosti i v menších regionech máme velmi dobrý přehled

POMÁHÁME PO CELÉM ČESKU

o potřebách místních samospráv, občanských sdružení, neziskového sektoru, ale i konkrétních skupin lidí, či dokonce jednotlivců. Těm všem se snažíme být vždy dobrým sousedem a v případě potřeby podat rychle a nezištně pomocnou ruku. Víme, že kdo rychle dává, dvakrát dává. Celý náš interní firemní proces je tedy i v oblasti sociální angažovanosti a pomoci nastaven tak, aby fungoval účinně a bez zbytečné byrokracie. Jsme hrdí na to, že v mnoha případech ochotně pomáhají spolu s firmou také naši zaměstnanci,

ať už formou sbírek, finanční pomoci, či aktivním zapojením do jednotlivých projektů. V roce 2022 věnovali naši zaměstnanci na vybrané projekty vlastní finanční prostředky ve výši 96 930 Kč. Kromě toho mohou sami přicházet nejen s novými podněty, ale také prostřednictvím průzkumu pomoci vybrat neziskové organizace, které PENNY podpoří. Již mnohokrát jsme se přesvědčili, že se v PENNY umíme semknout a táhnout společně za jeden provaz s cílem pomoci a zlepšit život nám i ostatním.



● PŘEHLED PODPORY VYBRANÝCH PROJEKTŮ

	2019	2020	2021	2022
POTRAVINOVÉ BANKY Hezky česky bez plýtvání	-	-	-	8 milionů Kč
SBÍRKA POTRAVIN přímá pomoc PENNY	57,4 t	60,8 t	73,1 t	74,8 t
SBÍRKA POTRAVIN od zákazníků	54,9 t	6,5 milionu Kč*	4 miliony Kč* 24,9 t	30,6 t
PENNY PRO ZOO	-	-	7 t 14 000 ks**	88 t 209 000 ks**
NADACE KRÁSA POMOCI	640 tisíc Kč	1,4 milionu Kč	1,3 milionu Kč	590 tisíc Kč
HÝBEME SE HEZKY ČESKY	-	-	4 miliony Kč	7 milionů Kč

* v době pandemie se sbírka potravin nekonala, PENNY poskytlo ekvivalentní podporu finančně

** kusy ovoce a zeleniny



více než **1 tunu**

ODPADU JSME UKLIDILI V RÁMCI AKCE UKLIÐME ČESKO

5,7
MILIONU KČ

PRO SENIORY



500 tun



POTRAVIN A DROGERIE
POTRAVINOVÝM BANKÁM
OD ROKU 2018

POMÁHÁME VYSADIT

10 000 000
STROMŮ



více než

11 000 000 KČ

PRO SPORTOVNÍ TÝMY



2 MILIONY

VČEL V 58 ÚLECH

● HEZKY ČESKY BEZ PLÝTVÁNÍ

Plýtvání potravinami považujeme v PENNY za jeden z největších problémů současného světa a od roku 2018, kdy jsme se koncepčně zapojili do boje proti plýtvání potravinami, usilovně pracujeme na jeho řešení. Společně s Českou federací potravinových bank (ČFPB) jsme proto vytvořili projekt HEZKY ČESKY BEZ PLÝTVÁNÍ, jehož cílem je zefektivnit celý systém potravinové pomoci tak, aby se potraviny dostaly co nejrychleji a nejefektivněji ke všem potřebným do všech regionů po celé České republice.

Dlouhodobě si uvědomujeme, jak důležitá je práce potravinových bank, proto jsme se rozhodli nad rámec naší běžné podpory dělat i něco navíc. Pravidelně tak poskytujeme podporu a pomoc potravinovým bankám ve výši několika milionů korun ročně. V letech 2018 až 2022 jsme ČFPB poskytli bezplatně logistické centrum v Modleticích u Prahy v hodnotě 11 000 000 korun.



Na výstavbu nového centrálního skladu v Dubči u Prahy, který byl otevřen na jaře roku 2022, jsme pak věnovali 8 000 000 korun. Potravinové banky podporujeme dlouhodobě rovněž pravidelnými příspěvky, které dosáhly od roku 2018 více než 500 tun potravin a drogistického zboží.



● SBÍRKY POTRAVIN

Již řadu let jsme tradičním partnerem Sbírký potravin, jejímž prostřednictvím naši zákazníci mohou věnovat pomoc potřebným. V roce 2022 jsme rozšířili počet našich prodejen zapojených do sbírky na sto. Na 65 našich prodejnách lidem pomáhali dobrovolníci, na dalších 35 prodejnách sbírka probíhala statickou formou, kdy lidé mohli přispívat do připravených sbírkových boxů. Do sbírky se tak zapojila každá čtvrtá prodejna PENNY. Darované zboží putuje z prodejen přímo do regionálních skladů potravinových bank a následně se ve spolupráci s místními neziskovými organizacemi dostává přímo ke konkrétním lidem. V době pandemie podpořilo PENNY Sbírkou potravin také mimořádnými dary přesahujícími částku 10 000 000 korun.



● BEDÝNKY OVOCE A ZELENINY

Z ovoce a zeleniny, které už nesplňují nejpřísnější kvalitativní standardy, přesto jsou však stále nezávadné a chutné, připravují zaměstnanci na prodejnách 2kg bedýnky. Jejich obsahem je mix ovoce a zeleniny prodávaný za pouhých 19,90 Kč. Pilotní projekt odstartoval počátkem roku 2022 v 7 našich obchodech a setkal se s velmi dobrou zákaznickou odezvou. V červenci proto došlo k výraznému rozšíření na více než 50 prodejen po celé republice a do konce roku 2022 zákazníci nakoupili 43 264 bedýnek a ušetřili tak 86,5 tuny ovoce a zeleniny.



● PENNY PRO ZOO



V rámci boje proti plýtvání potravinami jsme připravili projekt PENNY PRO ZOO, na kterém spolupracujeme s více než 30 zoologickými zahradami po celé republice. Dodáváme jim ovoce a zeleninu, které už nenabízíme našim zákazníkům, protože kvalita neodpovídá našim přísným nárokům. Jedná se většinou o ovoce a zeleninu poškozené při manipulaci nebo při transportu. Kontrola kvality ovoce a zeleniny probíhá na prodejnách PENNY každé dvě hodiny a zaměstnanci při ní vytrídí pro zvířata nezávadné kusy ovoce a zeleniny, které ale například nesplňují estetickou kvalitu nebo je potřeba je rychle zkonzumovat. Od začátku projektu do konce roku 2022 jsme do zoo poslali 95 tun krmiva a dalších 223 tisíc kusů ovoce a zeleniny.

● MARTIN ŠKODA INSPIRUJE

O tom, že osvěta v oblasti omezení plýtvání potravinami může být zábavná, kreativní, a přesto velmi užitečná, přesvědčujeme už několik let českou společnost i s pomocí kuchaře Martina Škody. Navzdory tomu, že není vyučeným kuchařem, dokázal tento gastronomický nadšenec obohatit tuzemskou scénu nevšedními přístupy a recepty a stal se díky tomu velmi populární. Společně s PENNY lze na jeho edukačních internetových stránkách Konec plýtvání nalézt celou řadu inspirativních, ale zároveň povětšinou nenáročných receptů či triků, jak v kuchyni efektivně naložit se zdánlivě nepotřebnými surovinami, které by jinak skončily v koši. Kromě názorných videí a receptů na internetu jsou jeho rady k dispozici také prostřednictvím časopisu pro zákazníky Naše PENNY.



● SÁZÍME BUDOUNOST

Grantový program Sázíme budoucnost, jehož cílem je vysázet v průběhu 5 let v místech, kde žijí lidé, na 10 000 000 stromů, našel ve společnosti PENNY velmi aktivního partnera. Tato iniciativa nabízí dobrovolníkům pokrytí nákladů spojených s výsadbou za podmínky, že se budou následně o novou zeleň minimálně pět let starat. Kromě finanční podpory tohoto projektu Nadace Partnerství jsme se také zavázali zajistit i výsadbu minimálně 400 nových stromů ročně, a tak se do projektu zapojují i naši zaměstnanci. Na počátku listopadu 2021 jsme například vysázeli na 150 nových stromů u Petřvaldu na Ostravsku a v Podhořanech u Ronova.



● UKLIÐME ČESKO



V roce 2022 proběhl v Česku již 5. ročník celosvětové největší dobrovolnické akce World Cleanup Day, u nás známé pod názvem Uklidme Česko. PENNY je partnerem této akce už od roku 2019 a samozřejmě se do této iniciativy v hojném počtu aktivně zapojují i naši zaměstnanci. Úklidová sezona tak byla i díky nim vlani v Česku velmi úspěšná – během jarního úklidu lidé nasbírali více než 1 800 tun odpadu z více než 4 000 míst. V sobotu 17. září 2022 přiložili zaměstnanci PENNY opět ruku k dílu a zorganizovali dva společné úklidy, a to v okolí prodejen v Praze-Kobylisích a Slezské Ostravě. Společně uklidili více než jednu tunu odpadků.

● KRÁSA POMOCI

Pětina obyvatel v Česku je starší 65 let, i proto dlouhodobě podporujeme veškeré aktivity, které pomáhají starším lidem k důstojnému životu. Od roku 2018 pravidelně finančně podporujeme Nadaci Krása pomoci, a to prostřednictvím prodeje časopisu S PENNY U STOLU. V roce 2022 jsme touto formou přispěli na pomoc seniorům částkou 1 165 000 Kč, přičemž od roku 2018 dosáhla celková částka téměř 5,7 milionu korun. Jsme rovněž partnerem charitativního Běhu pro babi a dědu, jehož výtěžek putuje na program Doma bez obav, a věnujeme se také problematice výživy seniorů, kdy je mimo jiné překvapíme společně s Taťánou Kuchařovou nákupem až domů.



● HÝBEME SE HEZKY ČESKY

V roce 2021 jsme po omezeních v souvislosti s pandemií připravili projekt HÝBEME SE HEZKY ČESKY, jehož cílem bylo přispět ke zdravému pohybu a podpořit sport ve všech regionech naší země. Na jaře ročníku 2021 a 2022 mohli trenéři a zástupci týmů registrovat svůj sportovní tým na webu www.hybemesehezkycesky.cz. Počátkem

podporu ve výši více než 11 000 000 korun, která byla v roce 2021 rozdělena mezi 455 týmů, v roce 2022 jsme pak podpořili 439 finalistů. Tvář kampaně byl fotbalový internacionál Vladimír Šmicer a projekt podpořili také nejúspěšnější střelec české fotbalové reprezentace Jan Koller, olympijský vítěz a moderní pětibojař

ROZHÝBALI JSME ČESKÉ RODINY

léta pak veřejnost na internetu hlasovala o finalistech. Tisíce v dalším kole hlasování na podzim přímo na prodejních PENNY utkali o konkrétní výši podpory. Vítězný tým v každém mikroregionu obdržel podporu ve výši 15 000 Kč a další dva týmy v pořadí 5 000 Kč. Veřejnost mohla vlastním pohybem podpořit jednotlivé týmy v regionech a navýšit tuto odměnu o dalších 10 000 Kč. Celkem tak v některých regionech získaly týmy podporu až 25 000 Kč. Partneři projektu byly Česká obec sokolská a Asociace školních sportovních klubů. Celkem jsme v rámci tohoto našeho projektu věnovali sportovním týmům finanční a materiální



David Svoboda nebo mladí sportovci České obce sokolské: šermíř a bronzový olympionik Alexander Choupenitch, atletka Barbora Malíková či florbalista Filip Langer. Projekt byl velmi kladně hodnocen laickou i odbornou veřejností. Mimo jiné získal druhé místo v rámci udílení cen IMC Czech Awards v kategorii Charitativní a neziskový marketing, CSR kampaně.



● PENNY PRO VČELY

Jednou z výzev, kterým čelí globální životní prostředí, je i úbytek hmyzu, tolik potřebného pro zachování přirozeného cyklu opylování rostlin. V tomto ohledu pak hrají nezastupitelnou roli včely, jejichž zásadní význam má vliv na celý následný řetězec produkce potravin. Podle některých studií však za posledních 20 let



celosvětově uhynulo přes 50 % včelstev. Důvodem jsou především změny klimatu, extrémní sucha nebo nadužívání chemikálií ve snaze o co nejvyšší zemědělské výnosy.

Zatímco včely bez nás mohou žít, my bez nich žít nemůžeme, neboť jsou nejvýznamnějším opylovačem. Jen díky nim máme v obchodech k dispozici nejen velké množství zeleniny a ovoce,

ale i některé druhy ořechů, oleje a další produkty. Ze 100 druhů rostlin, které tvoří 90 % světové produkce potravin, jich včely opylují většinu. Bez včel by lidstvu hrozila reálná potravinová krize.

V PENNY jsme proto podnikli reálné kroky na ochranu včelstev a mj. jsme se stali i členem Českého svazu včelařů.

Sami poskytujeme domov 2 milionům včel,

MÁME ÚLY VEDLE CENTRÁLY I SKLADŮ

a to v celkem 58 úlech umístěných u centrály společnosti v Radonicích a u centrálních skladů v Jirnech u Prahy, Lipníku nad Bečvou a Dobřanech. Použity jsou typizované úly, které používá většina včelařů v ČR. Jsou natřené červenohnědou lazurou a jako včelí matky byly vybrány včely Singer F1, které jsou zárukou mírnosti, nebudavosti, nerojivosti a dobré užitkovosti. Pro své vlastnosti jsou tedy vhodné i pro chov včelstev v centrech měst.



● UKÁZALI JSME SVĚT BEZ VČEL

Na podporu povědomí o významu včel a hmyzu pro produkci potravin jsme se rozhodli 13. července 2022 ukázat, jak by vypadaly naše prodejny potravin bez včel. Na jeden den jsme proto odstranili ze své prodejny v Praze-Uhřetěvesi všechny produkty, které by nebylo možné vyrobit, pokud by na světě nebyly včely. Na zákazníky tak čekal obchod, v němž chybělo na šedesát procent nabízených produktů. Nešlo však jen o ovoce nebo zeleninu či výrobky obsahující med, ale v regálech chyběly rovněž oleje, pečivo, koření, cukrovinky, ochucené mléčné výrobky, džemy, džusy a spousta dalších produktů. Některé plodiny

by bez včel dokonce zcela vymizely – například kakao, káva nebo vanilka.

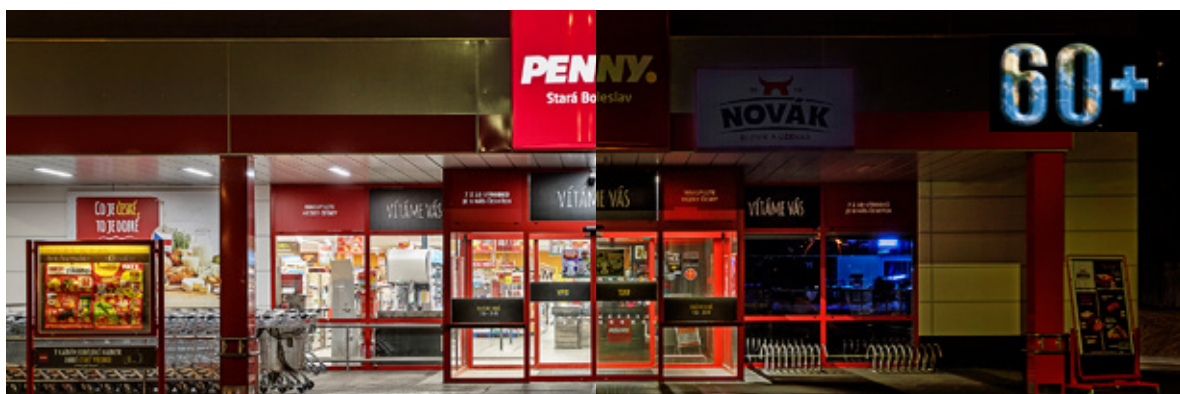
V Česku má včelařství velmi dlouhou tradici a stavy včelstev se u nás podařilo stabilizovat, v posledních letech dokonce navyšovat. V současné době je v České republice přes 60 tisíc včelařů, kteří chovají téměř 700 tisíc včelstev. Mezi evropskými zeměmi proto patříme mezi tzv. nejzavčelenější. I díky aktivitě PENNY tak pomáháme řešit závažný globální problém, vždyť význam včel pro celosvětovou produkci potravin je vyčíslen na 500 mld. eur, tedy takřka 13 bilionů korun.



● BOTANICKÁ ZAHRADA

V roce 2022 jsme v rámci osvětové kampaně na podporu včelstev navázali spolupráci také s Botanickou zahradou hlavního města Prahy. Podporujeme zde nejen chov včel samotný, ale chceme také popularizovat jejich význam pro prostředí, ve kterém žijeme. Stačí si představit, jak by naše země a krajina vypadaly bez rostlin, na jejichž opylování se včely podílejí. Například náš národní strom – lípa je plně závislá na opylování včel a takových rostlin a stromů jsou desítky. PENNY je v rámci spolupráce rovněž partnerem expozice „Medonosné rostliny a včely“, která návštěvníkům zahrady netradiční formou představuje zajímavosti o životě včel a dalších hmyzích opylovačů.





● HODINA ZEMĚ

PENNY se tradičně poslední březnovou sobotu zapojuje spolu se svými prodejny do akce Hodina Země pořádané Světovým fondem na ochranu přírody (WWF). Bez ohledu na obvyklou zavírací dobu jsme zavřeli všech více než 400 prodejen PENNY už ve 20 hodin. Po celém světě pak tento den lidé ve 20:30 ve svých

domácnostech, firmách i veřejných institucích po dobu 60 minut zhasnou světla a vypnou své elektrické spotřebiče. Jedná se o společné gesto varující jak před změnami klimatu, tak upozorňující na fakt, že životní prostředí je ovlivňováno i každodenním konzumním chováním.



● POMOC UKRAJINĚ

Bezprostředně po vypuknutí vojenského konfliktu na Ukrajině spojily v Česku své síly společnosti PENNY a BILLA ze skupiny REWE a vypravily do Kyjeva vlak, který pod záštitou organizace Člověk v tísni obyvatelům Ukrajiny přivezl přes 30 tun potravin a drogistického zboží. Jednalo se zejména o těstoviny, rýži, mouku, kroupy, masové, rybí nebo zeleninové konzervy či hotová jídla.

● NOTEBOOKY DO ŠKOL

Důkazem, že PENNY se snaží být všude, kde působí, dobrým sousedem, je rovněž aktivita z počátku roku 2021. Základním školám v sousedství svých centrálních skladů v Jirnech a Radonicích jsme darovali 50 notebooků. Tato pro výuku stále potřebnější pomůcka výrazně pomůže podpořit zejména děti ze sociálně slabších rodin i budoucí prvňáčky. Aktuální průzkumy totiž ukazují, že přibližně 3 % českých dětí nemají k dispozici pro své vzdělávání počítač a 5 % dalších se k němu dostane jen výjimečně, protože si jej musí půjčovat od někoho z rodiny.



„Jsme dobrým sousedem všude, kde se s lidmi setkáváme.“

VÍT VOJTĚCH
vedoucí strategického marketingu

PENNY se poslední roky výrazně zviditelňuje na poli CSR aktivit. Na které jste hrdý?

Jsem rád, že pracuji ve firmě, pro kterou je CSR stěžejní a prochází skrz všechna oddělení. V posledních letech jsme se vyprofilovali zejména jako společnost, která pomáhá v regionech. Máme několik oblastí, kde pomáháme, ať už je to podpora v rámci potravinových bank, pomoc seniorům, nebo projekty jako Sázíme budoucnost či Uklidíme Česko. Věnujeme se sportu, podporujeme mládežnické týmy a všude se snažíme naši pomoc dostat přímo ke konkrétním lidem. Děláme vše pro to, abychom naplňovali náš slogan, že jsme dobrým sousedem a že pomáháme hezky česky.

Jedna věc je konkrétní pomoc, druhá vzdělávání veřejnosti...

Je to jedna z oblastí, kde vidíme velkou příležitost. Vedle samotné pomoci chceme zvyšovat povědomí o problémech a možnosti řešení či zapojení ostatních. Čím víc z nás se bude chovat s respektem a úctou k přírodě, tím lépe se nám všem bude žít. I proto jsme například realizovali projekt PENNY pro včely. Naším cílem je poukázat na význam hmyzu pro opylování a produkci potravin. Také máme už řadu let projekt Hezky česky bez plýtvání, kdy lidem ukazujeme, jak šetřit potravinami.

PENNY je v oblasti sportu skutečně vidět...

Nechtěli jsme jít cestou ostatních, a to podporou velkých týmů. Naším cílem je pomáhat doslova v každé vesnici a díky projektu Hýbeme se hezky česky jsme za dva roky rozdělili mezi stovky malých sportovních týmů podporu přes 11 miliónů Kč.



VIZE BUDOUCNOSTI REWE

Působení PENNY v Česku se i v oblasti udržitelnosti opírá o jedinečné know-how celé skupiny REWE, která v roce 2021 zaměstnávala v 21 evropských zemích celkem 380 tisíc lidí.

V rámci skupiny REWE dochází v oblasti dlouhodobě udržitelného podnikání k neustálým inovacím a lze tak čerpat inspiraci z celé řady jedinečných projektů a realizací, jež ukazují blízkou budoucnost moderního udržitelného maloobchodního prodeje. Unikátním zhmotněním tohoto udržitelného přístupu je výstavba obchodu Green Farming Market v německém Wiesbadenu. Jedná se o pilotní projekt, který dále rozvíjí myšlenku tzv. zelených prodejen a je názornou ukázkou využití současných možností pro výstavbu trvale udržitelného obchodu. Ten samozřejmě plní kromě ekologického aspektu i veškeré zákaznické požadavky. Zcela bezbariérový obchod s prodejní plochou 1 511 m² byl otevřen 27. května 2021 a ihned po právu přitáhl globální pozornost odborné i laické veřejnosti. V Německu byl pak

vyhlášen obchodem roku 2022. Wiesbadenská prodejna je názornou ukázkou toho, jak komplexně lze téma udržitelnosti v maloobchodě uchopit. Ani náhodou totiž nejde jen o prodej udržitelných produktů, ale skutečně odpovědná firma upírá svou vizi a pozornost i na všechny související aktivity, stavbu obchodů nevyjímaje. Green Farming Market proto využívá spoustu inovativních principů udržitelnosti a ukazuje, jakým směrem se skutečně odpovědné firmy budou ubírat. Například k vytápění jsou využívána tepelná čerpadla i odpadní teplo z chladicích systémů. Samozřejmostí je využití dešťové vody pro čištění podlah či splachování na toaletách, budova rovněž odebírá certifikovanou elektřinu výhradně z obnovitelných zdrojů.

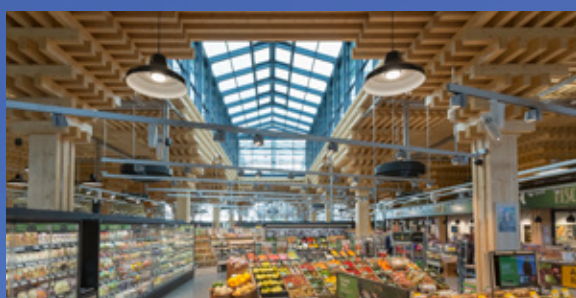




Střešní farma: Princip akvaponie kombinující chov ryb a pěstování rostlin (např. bazalky) je uzavřený systém, který umožňuje produkci potravin bez pesticidů a má o 90 % nižší spotřebu vody než konvenční zemědělství.



Architektura: Obchod navrhla londýnská architektonická kancelář ACME a podařilo se vytvořit přirozenou atmosféru prostředí tržště s velkým množstvím světla. Výrazným interiérovým prvkem je 42 dřevěných nosných sloupů.



Organické stavební materiály: Prodejna je z velké části postavena ze dřeva, čímž bylo ušetřeno 700 tun CO_2 . Kromě toho množství dřeva, které bylo spotřebováno, do 30 let opět doroste a tím se zcela vyrovná bilance CO_2 .



Denní světlo: Prosklené atrium, které má okna ze všech stran, je doplněno výraznou střešní kopulí. Dochází tak k maximálnímu využití přirozeného denního světla, které je doplněno energeticky úsporným osvětlením LED.



„Motivujeme zákazníky, aby se nebáli vydat novými udržitelnými cestami.“

DANIELA BÜCHEL

členka představenstva REWE Group zodpovědná
za lidské zdroje a udržitelnost

Stále více lidí se snaží žít udržitelněji. Jak jim je v této snaze nápomocna skupina REWE?

Jako obchodní a turistická společnost můžeme zákazníkům ukázat způsoby, jak nakupovat a cestovat udržitelněji. To můžeme ovlivnit především vhodnou nabídkou širokého sortimentu, který reaguje na poptávku po udržitelnějších produktech, ať už regionálních, veganských, nebo ekologických.

Odsunou podle Vás současné krize otázku udržitelnosti v ekonomice a společnosti do pozadí?

Doufám, že ne, a ani si nemyslím, že se to stane. Jako společnost si to totiž nemůžeme dovolit. Globální oteplování a vymírání druhů jsou bezpochyby dvě největší ekologické krize naší doby, přičemž mají přímý dopad i na naši potravinovou bezpečnost. Žádný odklad řešení tedy není možný. V současné době sice zažíváme souběh několika výzev, což je samozřejmě velmi náročné. Ale už například v období covidové krize jsme viděli, že ekologické a regionální zemědělství získalo v Německu obrovsky na významu. Je přirozené, že kvůli současné vysoké míře inflace musí spotřebitelé velmi pečlivě zvažovat, za co utratí své peníze. Zároveň však vidíme, že

udržitelnost má i nadále stabilní význam, což je podle mého názoru dáno tím, že se nejedná o krátkodobý trend, ale o trvalou hodnotu. Obecně lze říci, že udržitelná spotřeba přispívá k řešení dlouhodobých krizí, jako je změna klimatu a úbytek biologické rozmanitosti.

Jaké jsou největší současné a budoucí výzvy v rámci EU a skupiny REWE z hlediska udržitelnosti?

Během několika málo let, které nám jako společnosti zbývají na to, abychom omezili nárůst teploty na určitou úroveň, musíme účinně vyřešit změnu klimatu. Tuto výzvu však nemůže splnit pouze jeden aktér, ale každý musí vynaložit veškeré úsilí, abychom tento úkol vyřešili. Ruku v ruce s tím jde i zastavení úbytku biologické rozmanitosti. Dobrou zprávou však je, že to stále ještě jde.

Může být udržitelnost stále ještě pro firmy přidanou hodnotu, když jsou k ní povinně ze zákona vedeny všechny společnosti?

Podle mého názoru musí být udržitelnost stále konkurenčním faktorem, protože jen tak dosáhneme rozhodujícího pokroku. Jen díky konkurenci totiž vzniknou potřebné inovace a skutečná zlepšení. V Německu se mezi maloobchodními

prodeji v potravinářském sektoru rozhořela skutečná soutěž o to, kdo v otázce udržitelnosti vychází zákazníkům nejvíce vstříc. Udržitelnost se totiž pro ně stala důležitým faktorem při výběru místa nákupu a především se vyplatí z hlediska důvěry v prodejce. Zákonodárci však musí stanovit standard, kterým vytvoří rovné podmínky pro všechny společnosti ve zvláště důležitých oblastech a zároveň také stanoví minimální standardy.

Jak může každý zaměstnanec skupiny REWE přispět k dosažení cílů udržitelnosti?

Ve skupině REWE pracuje více než 380 000 kolegů. Náš úspěch v oblasti udržitelnosti je založen na tom, že každý z nich může být manažerem odpovědným za udržitelnost ve své pracovní oblasti. Mnoho našich úspěšných projektů v oblasti udržitelnosti, kterými jsme stanovili standardy, bylo iniciováno a prosazeno zaměstnanci různých oddělení.

Co byste ráda na závěr vzkázala zaměstnancům?

Ráda bych využila této příležitosti a výslovně poděkovala všem svým kolegům ve skupině REWE v Německu i v zahraničí. Každý den mě znovu a znovu příjemně překvapují svým neúnavným nasazením v době krize a hlavně ochotou pomáhat. Nepovažuji to za samozřejmost a podle mého názoru to velmi

působivě odráží hodnoty, které ve společnosti zastáváme: solidaritu, komunitu a udržitelnost. Tyto hodnoty tak zaměstnanci naplňují životem každý den – a já jsem na to velmi hrdá!



„Udržitelný musí být celý hodnotový řetězec.“

MICHAEL JÄGER

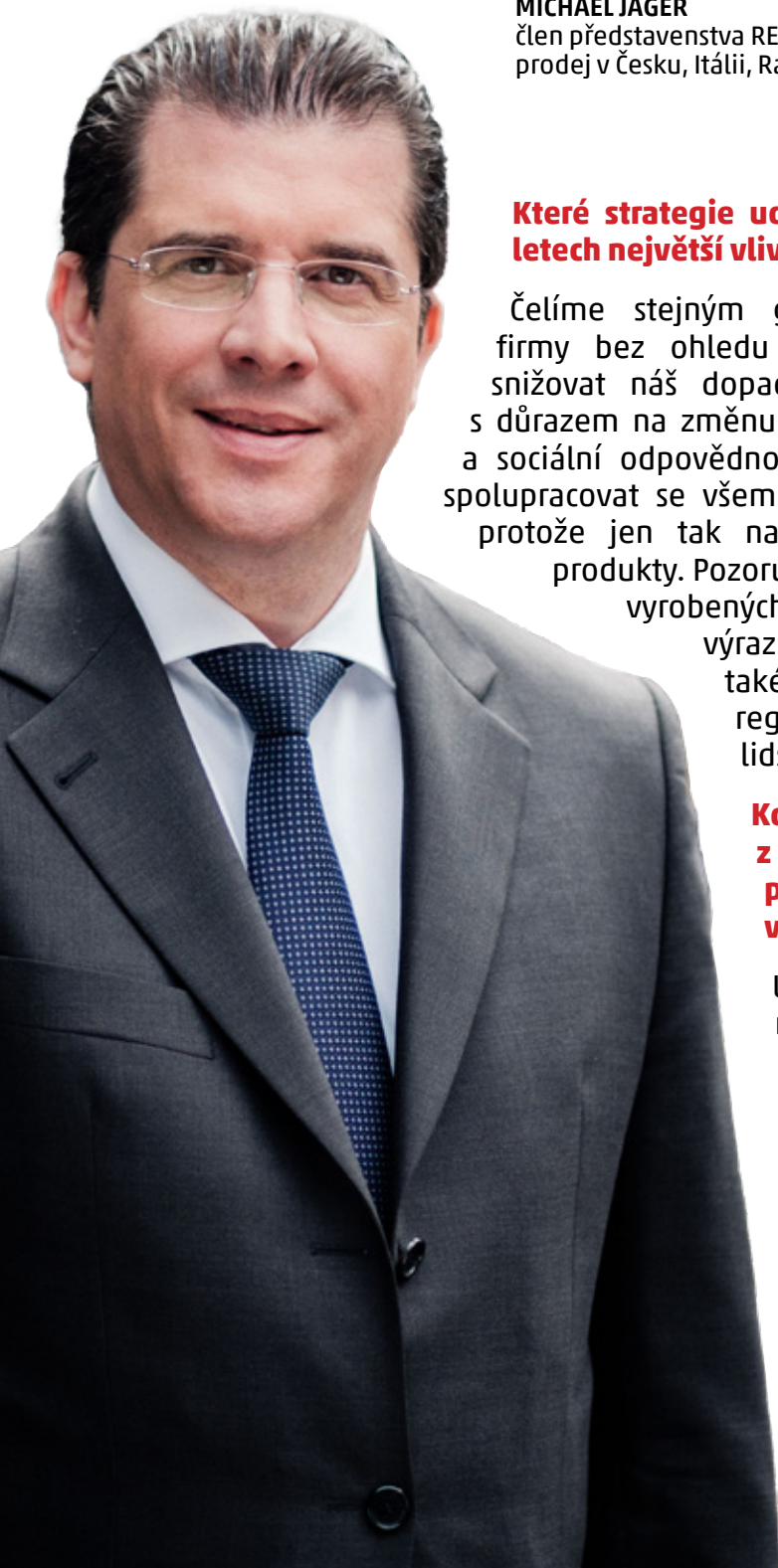
člen představenstva REWE Group zodpovědný za maloobchodní prodej v Česku, Itálii, Rakousku, Rumunsku a Maďarsku

Které strategie udržitelnosti budou mít v příštích letech největší vliv na maloobchodní prodej?

Čelíme stejným globálním výzvám jako ostatní firmy bez ohledu na odvětví. Musíme se snažit snižovat náš dopad na životní prostředí zejména s důrazem na změnu klimatu, biologickou rozmanitost a sociální odpovědnost. Jako maloobchodníci musíme spolupracovat se všemi účastníky hodnotového řetězce, protože jen tak nabídneme zákazníkům udržitelné produkty. Pozorujeme, že poptávka po potravinách vyrobených udržitelnějším způsobem se výrazně zvyšuje. Stále důležitější jsou také dobré životní podmínky zvířat, regionálnost produktů a ochrana lidských práv.

Kde má PENNY v České republice z hlediska udržitelnosti dobrou pozici a co představuje největší výzvy do budoucna?

Udržitelnost hraje v našem rozhodování v České republice již řadu let důležitou roli. Od roku 2018 například významně investujeme do rozšíření sítě nabíjecích stanic pro elektromobily na parkovištích u našich prodejen. Významně také zvyšujeme podíl vlastní výroby elektřiny prostřednictvím fotovoltaické technologie. Do konce roku 2023 chceme vybavit fotovoltaickými systémy



celkem 70 prodejen a případně i naše další logistická centra. V loňském roce jsme také úspěšně upozornili na význam včel jako hospodářských zvířat. Na jeden den byly na naší pobočce v Praze-Uhřetěvsi staženy z regálů všechny výrobky, které by v případě pokračujícího úhynu hmyzu v současné podobě neexistovaly. Z tohoto důvodu jsme také navázali dlouhodobou spolupráci s Včelařským vzdělávacím centrem v Nasavrkách. To je jen několik příkladů, které ukazují, že přebíráme zodpovědnost a využíváme vlastní inovativní sílu k řešení výzev a hledání řešení. Jako prostředník mezi výrobcí a koncovými spotřebiteli máme jako obchodníci zvláštní úlohu a je to pouze důvěryhodná spolupráce všech účastníků hodnotového řetězce, která umožňuje nabízet našim zákazníkům udržitelnější potraviny.

Jaké jsou pro PENNY International nejdůležitější oblasti pro další udržitelný rozvoj?

Udržitelnost nevnímáme jako trend, ale je to základní prvek naší firemní strategie – přijímáme odpovědnost za lidi, zvířata a životní prostředí. Naše strategie udržitelnosti se proto zaměřuje na celou obchodní činnost a je založena na třech pilířích: „udržitelný sortiment výrobků“, „energie, klima a zdroje“ a „zaměstnanci a společnost“. V rámci těchto pilířů jsou naše závazky definovány klíčovými tématy. Jako součást mezinárodně působící skupiny REWE využíváme dlouholetých zkušeností a různých aspektů v oblasti udržitelnosti. Jako lokálně silný diskontní řetězec spoléháme i na to, že je v jednotlivých zemích naší silnou stránkou porozumění a zohlednění místních očekávání a vývoje. Naším cílem je využít synergie a umožnit co nejefektivnější realizaci strategie udržitelnosti.

2040

KLIMATICKÁ NEUTRALITA CELÉ SKUPINY REWE GROUP



-30 %

SNÍŽENÍ EMISÍ SKLENÍKOVÝCH PLYNŮ VE VŠECH ZEMÍCH A FIRMÁCH SKUPINY REWE GROUP DO ROKU 2030*

* ve srovnání s rokem 2019

PENNY.

Dobrý soused

www.penny.cz



Penny Market Česká republika



pennymarketcz



PENNY Česká republika

PENNY Market, s. r. o.
Počernická 257
250 73 Radonice

© 2023 PENNY