



REWE
GROUP



RAPORT
ANUAL
PENNY Market
2018



HANUL
BOIERESC

CHIT CĂ NU AM TRECUT
PRIN EI CA PRIN BRÂNZĂ.
ULTIMII 100 DE ANI S-AU DUS
CÂT AI ZICE PEȘTE.





CUPRINS

2018 pe scurt Un an cu care ne mândrim	3
Despre noi	4
Cum este să lucrezi la PENNY Market?	8
Viitorul arată bine!	10
Produsele preferate ale românilor	14
Împreună pentru sustenabilitate	20



Director General

Dennis Biernatzki

Coordonează departamentele
Achiziții, Marketing și Calitate



Director General

Oliver Eifler

Coordonează departamentele
Vânzări, Audit intern și
Securitate



Director General

Daniel Gross

Coordonează departamentele
Construcții, Expansiune, IT, Logistică,
Resurse Umane, Planificare și
Organizare, Contabilitate, Controlling,
Juridic, Compliance și Comunicare
Corporativă

2018 PE SCURT | UN AN CU CARE NE MÂNDRIM

Anul 2018 ne-a adus rezultate bune cu care ne mândrim! Acestea confirmă faptul că efortul susținut de a aduce PENNY Market cât mai aproape de dorințele clienților noștri din toată România a meritat din plin și trebuie să continuăm, zi de zi, să fim mai buni.

Am început încă din ianuarie 2018 să celebrăm momentele încărcate de istorie, emoții și curaj, aflate în jurul Centenarului României, cu o poveste care și-a propus să-i caute pe cei care au trăit în cele mai importante perioade din istorie și să-i convingem să ne împărtășească din experiența lor. Un an întreg de sărbătoare a fost încheiat cu succes, în urma unui efort considerabil al echipei noastre: lansarea a 100 de produse românești sub marca proprie Hanul Boieresc.

100 de ani de România a fost despre clienții noștri, despre experiența pe care o au de fiecare dată când intră în magazinele noastre. Tocmai de aceea, cu un ochi foarte atent la experiența în magazin, în 2018, am reușit să finalizăm și cel mai mare proces de remodelare al rețelei noastre, început în 2015. 170 de magazine au fost renovate în formatul Future Store în urma unor investiții în valoare de peste 120 milioane de lei.

Depunem eforturi continue pentru a menține prospețimea alimentelor distribuite în magazinele noastre, dar și pentru a reduce consumul de energie și CO₂, fiind mândri că suntem prima companie din industria de retail din România care a obținut certificarea ISO 50001, cel mai înalt standard internațional de management al energiei.

Toate inițiativele și reușitele companiei noastre se datorează echipei de peste 4.500 de colegi. Apreciam angajații implicați și îi considerăm parte din succesul companiei. De asemenea, ne dorim ca aceștia să fie în prim plan, lucrăm alături de ei, credem în experiența și dedicarea lor.

Vom continua să investim în România și vom dezvolta business-ul nostru aici astfel încât în 2025 să ajungem la 400 de magazine PENNY Market. Rezultatele financiare pozitive reprezintă vești bune atât pentru angajații noștri, cât și pentru clienți, de aceea le mulțumim pentru încredere și pentru alegerea de a-și face cumpărăturile zilnice din magazinele noastre.

În continuare, vă invităm să citiți despre realizările echipei PENNY Market în anul 2018.

Lectură plăcută!

Biernatzki

DIRECTOR GENERAL

Eifler

DIRECTOR GENERAL

Gross

DIRECTOR GENERAL

DESPRE NOI

Istoric și dezvoltare

Despre REWE GROUP

REWE Group este unul dintre liderii europeni din domeniul alimentar, cu o experiență de peste jumătate de secol, fiind înființat în 1927. În anul 2018, REWE Group opera cu peste 360.000 de angajați și 15.700 de magazine în 22 de țări europene. Totodată, grupul mai este activ la nivel european în domeniul turismului și în cel al comerțului cu articole de tip Do-it-Yourself (DIY).

Structura grupului include supermarketurile REWE și BILLA, discounterul Penny Market, rețeaua de magazine Baumarkt DIY și drogheriile BIPA. În turism, grupul este reprezentat de DER Touristik Group, unul dintre cele mai importante grupuri de turism din Europa.

Grupul REWE își desfășoară activitatea în România prin intermediul a două societăți: REWE Projektentwicklung România SRL, deținută de REWE Projektentwicklung GMBH (GER) și compania de retail REWE România SRL, cu sediul central în Ștefănești de Jos, județul Ilfov și deținută de către REWE Beteiligungs - Holding International GmbH (GER).

Despre PENNY Market în România

REWE a intrat pe piața din România în 2001, prin deschiderea magazinelor XXL Mega Discount. În prezent, grupul este prezent în România prin lanțul de magazine PENNY Market, conceptul de succes al grupului și unul dintre cei mai activi retaileri din România, cu primul magazin deschis pe piața locală în anul 2005.

În 2017, pentru a fi mai aproape de clienții noștri și a le oferi o experiență de cumpărare unică, am regândit formatul magazinelor XXL Mega Discount și am transformat șase dintre ele în magazine PENNY Market.

Nu ne-am oprit aici și am îmbunătățit modelul nostru de afaceri, făcându-l mai eficient și concentrat pe un singur brand. PENNY Market a evoluat pe baza unei serii de acțiuni și evenimente care ne consolidează prezența pe piața românească. În 2018, REWE România deținea 236 magazine PENNY Market la nivel național, o rețea logistică de trei centre în principalele regiuni din țară și a activat cu un număr de aproximativ 4.500 de angajați.

De-a lungul anilor, pe măsură ce numărul magazinelor din rețea a crescut și ca o continuare a eforturilor noastre de a ne adapta la schimbările comportamentului de consum al românilor, am identificat necesitatea remodelării magazinelor noastre în format Future Store. Toate magazinele remodelate prezintă astăzi un design modern și elegant, sunt organizate astfel încât să ofere o experiență cât mai facilă și să le ofere tuturor clienților acces la articole proaspete, atent selecționate, zi de zi.

STRUCTURA REWE GROUP

RETAIL GERMANIA	REWE REWE.de REWE TO GO REWE the kaufpark nahkauf toom getränkemarkt lecker, günstig, nett PENNY GLOCKEN BÄCKEREI Wilhelm Brandenburg sky
RETAIL INTERNAȚIONAL	BILLA MERKUR ADEG BIPA PENNY MARKT PENNY MARKT
MAGAZINE DE TIP DO-IT-YOURSELF (DIY)	toom Respekt, wer's selber macht. B DISCOUNT BAUMARKT
TURISM	DÉR Touristik DÉR DÉR Business Travel DÉRPART DÉRTOUR JAHN REISEN ITS MEIERS WELTREISEN ADAC Reisen TRAVELIX lti hotels Club Calimera COOEE [ku:ee] KUONI helvetia TOUR ITS coop TRAVEL ITS BILLA REISEN koningaap aanpak reis PRIJSVRIJ.NL apollo EXIM holding
ALTELE	REWE digital ZooRoyal FURSIE wir sind einfach, kundentreu, leistungstreu REWE SYSTEMS EHA Energie geht neue Wege commercetools Next generation commerce KÖLN WEINKELLER WEINFREUNDE GUTER WEIN. FÜR GUTE FREIZEIT.
PREZENȚĂ INTERNAȚIONALĂ	AUSTRIA BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA, ADEG, DERTOUR, JAHN REISEN, MEIEIERS WELTREISEN, ADAC REISEN, ITS BILLA REISEN / BELGIA KONING AAP / BULGARIA BILLA / REPUBLICA CEHA BILLA, PENNY, DERTOUR, JAHN REISEN, MEIEIERS WELTREISEN, ITS BILLA TRAVEL, EXIM HOLDING / DANEMARCA APOLLO / ELVETIA KUONI, HELVETIC TOURS, ITS COOP TRAVEL / FINLANDA APOLLO / FRANTA KUONI / MAREA BRITANIE KUONI / UNGARIA PENNY, DERTOUR, JAHN REISEN, MEIEIERS WELTREISEN, ITS BILLA TRAVEL, EXIM HOLDING / ITALIA PENNY / LITUANIA IKI / OLANDA PRIJSVRIJ.NL / NORVEGIA APOLLO / POLONIA DERTOUR, JAHN REISEN, MEIEIERS WELTREISEN, ITS BILLA TRAVEL, EXIM HOLDING / ROMANIA PENNY / RUSIA BILLA / SUEDIA APOLLO / SLOVACIA BILLA, DERTOUR, JAHN REISEN, MEIEIERS WELTREISEN, ITS BILLA TRAVEL, EXIM HOLDING / UCRAINA BILLA

2018 ÎN CIFRE



PESTE 2 MILIOANE DE CLIENȚI

PE SĂPTĂMÂNĂ ÎN MAGAZINE

100



ÎN ANUL CENTENARULUI

AM LANSAT 100 DE PRODUSE ROMÂNEȘTI



TREI CATEGORII DE CARNE

PROVIN DIN SURSE 100% ROMÂNEȘTI:

PORC, PASĂRE ȘI VITĂ



236 DE MAGAZINE

PENNY MARKET DESCHISE ÎN ROMÂNIA,

TOATE ÎN FORMATUL FUTURE STORE



AM ORGANIZAT

PESTE 70.000 DE ORE DE INSTRUIRE

PENTRU ANGAJAȚII NOȘTRI

RO

MAI MULT DE 70%

DE PRODUSE ACHIZIȚIONATE DE LA FURNIZORI LOCALI

SCURT ISTORIC

INVESTIȚII 72,18%

CREȘTERE A INVESTIȚIILOR
DIN 2013 PÂNĂ ÎN 2018



2013 - 2018: 1 723 MIL. LEI

2018: 346 MIL LEI

REWE Romania SRL & REWE Projektentwicklung Romania SRL

EXPANSIUNE

58,39% MAI MULTE MAGAZINE
DIN 2013 PÂNĂ ÎN 2018



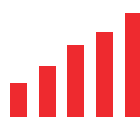
CIFRA DE AFACERI 80,80%

CREȘTERE A CIFREI DE AFACERI
DIN 2013 PÂNĂ ÎN 2018

1,19 MLD. LEI



3,45 MLD. LEI



exclusiv pentru brandul PENNY Market

ANGAJAȚI 40,75%

CREȘTERE A NUMĂRULUI DE ANGAJAȚI
DIN 2013 PÂNĂ ÎN 2018

3,212



4,521



CUM ESTE SĂ LUCREZI LA PENNY MARKET?



Echipa ta. Pasiunea ta. Magazinul tău.

Sloganul „Echipa ta. Pasiunea ta. Magazinul tău.” prezintă foarte clar misiunea noastră. Ne concentrăm pe înțelegerea și ascultarea activă a colegilor noștri – Echipa ta. Apreciem angajații implicați și îi considerăm parte din succesul companiei. De asemenea, ne dorim ca aceștia să fie în prim plan, lucrăm alături de ei, credem în experiența și dedicarea lor - Pasiunea ta. Acțiunile fiecărui coleg au același obiectiv: atmosferă prietenoasă atât în echipă, cât și față de clienții care ne trec pragul zi de zi - Magazinul tău.

La PENNY Market credem în potențialul fiecărui coleg din echipa noastră de a-și atinge fiecare dintre obiectivele pe care și le stabilește. Dorim să ne îmbunătățim activitatea și rezultatele în fiecare zi, iar acesta este motivul pentru care fiecare membru al echipei noastre este foarte important.

Angajații de la PENNY Market înțeleg clienții și se concentrează pe nevoile lor, căutând cele mai potrivite soluții pentru ei. Siguranța este un aspect foarte important în cultura noastră și, de aceea, oferim angajaților noștri un loc de muncă stabil într-o companie cu valori și principii puternice. Îi ajutăm să se dezvolte, fie oferindu-le sprijin la început de carieră, fie organizând cursuri de specializare ce îi vor ajuta să își dezvolte abilități noi pentru a deveni profesioniști mai buni.

Încurajăm spiritul de echipă care susține ideile, inițiativele și acțiunile fiecărui angajat. Noi credem că suntem responsabili ca angajații noștri să vină cu drag la muncă și suntem alături de ei în fiecare moment. Suntem tineri, prietenoși, energici și corecți. Ne concentrăm eforturile pe ceea ce contează - simplu și rapid.

Beneficiile pe care le oferim angajaților noștri sunt:

- Bonus de performanță
- Asigurare medicală privată
- Transport asigurat
- Tichete cadou cu ocazia sărbătorilor de Paște și Crăciun
- Pachet cadou pentru prima zi de școală

- Pachet cadou pentru nou născuți
- Zile suplimentare pentru concediu de odihnă
- Training pentru dezvoltare profesională

Suntem în plin proces de extindere a rețelei noastre, deci, mereu în căutare de talente noi, care să înțeleagă ce înseamnă Echipa ta. Pasiunea ta. Magazinul tău și să construiască alături de noi. Astfel, investim în dezvoltarea unor programe de recunoaștere, motivare și atragere a tinerilor candidați. În acest sens, am dezvoltat un program de Trainee (stagiatură) pluridisciplinar, ce se adresează proaspeților absolvenți de studii superioare. Prin intermediul programului, candidații selectați beneficiază de o înțelegere profundă a culturii organizației și a proceselor pe care aceasta le derulează.

Candidații selectați pentru a lua parte la acest program vor avea pe durata a 12 luni, statut de angajați, beneficiind de contract de muncă pe perioadă determinată. Programul de trainee se poate desfășura într-un singur departament pe parcursul anului, sau chiar în patru departamente. La finalul programului de trainee, tinerii vor avea șansa de a prelua o poziție în cadrul companiei.



VIITORUL ARATĂ BINE!

Future Store – un concept pentru viitor

Cu o preocupare deosebită pentru clienți și satisfacția celei mai plăcute experiențe de cumpărare în magazine, PENNY Market a finalizat remodelarea a 170 de magazine în format Future Store în toată țara prin investiții în valoare de peste 120 milioane de lei. Procesul de remodelare a fost început în martie 2015 și s-a încheiat în luna noiembrie a anului 2018.

Conceptul Future Store este realizat pe baza mai multor studii de piață complexe și a avut ca scop principal îmbunătățirea experienței de cumpărare pentru clienții noștri. Accentul este pus pe designul modern și elegant, experiența acestora la cumpărături fiind îmbunătățită datorită reorganizării categoriilor de produse în așa fel încât să ofere mai mult spațiu alimentelor proaspete din categoriile fructe și legume, carne, pâine și patiserie, lactate. În plus, clienții beneficiază și de articole disponibile în variantă vrac, unde au fost adăugate noi sortimente de produse congelate, dulciuri și snacks-uri.



Formatul Future Store a fost aplicat fiecărui nou magazin deschis începând cu 2016, astfel că, în prezent, toate cele 236 magazine din țară sunt construite sub acest format, mai mult decât atât, toate magazinele sunt certificate ISO 50001 care atestă respectarea celor mai înalte standarde privind practicile de sustenabilitate și eficiență în domeniul energetic.

Alte îmbunătățiri aduse magazinelor prin remodelarea în format Future Store au fost realizate prin instalarea unor sisteme noi de răcire, adăugarea unei camere frigorifice suplimentare pentru noile sortimente de produse, adăugarea vitrinelor asistate în magazinele care au permis astfel de intervenții, precum și schimbarea rafturilor, mobilierului, mașinilor de spălat, pardoseala și a caselor de marcat.

Câteva magazine inovatoare din punct de vedere al modului în care au fost construite sunt cele cu acoperiș verde din Agiea și Mangalia, magazinul din Videle, care dispune de panouri fotovoltaice și cel din Oradea care are pereți verzi. Compania va continua să adapteze permanent rețeaua de magazine, punând accent pe modernizarea design-ului, eficientizarea proceselor de organizare folosind noua tehnologie și, bineînțeles, dezvoltând gama de produse cu accent pe prospețimea și varietatea acestora.



Dezvoltare logistică la nivel regional

Pe lângă modernizarea tuturor magazinelor, în momentul de față, PENNY Market acordă o atenție deosebită și depozitelor pe care le deține la nivel național și care sunt amplasate în Ștefăneștii de Jos, Turda și Nicolae Bălcescu cu următoarele suprafețe:

- Ștefăneștii de Jos (județul Ilfov) – 27.000 m²
- Turda (județul Cluj) - 23.500 m²
- Nicolae Bălcescu (județul Bacău) – 19.700 m²

Toate cele trei depozite sunt în proprietatea PENNY Market, strategia extinderei fiind gândită pe termen lung. Cea mai recentă și importantă investiție în domeniul logisticii a fost deschiderea celui de-al treilea depozit în județul Bacău, în martie 2017. Cu o investiție majoră de peste 19 milioane de euro, PENNY Market a fost primul retailer din piața comerțului autohton care a inițiat un astfel de proiect în zona Moldovei.

Această investiție a fost urmată de lucrările de extindere ale depozitelor din Turda (lucrare finalizată în 2017) și Ștefăneștii de Jos (lucrare finalizată în 2018). Nevoia de extindere a apărut odată cu formatul nou de magazine Future Store. Fiecare schimbare făcută în domeniul logisticii este strâns legată de misiunea companiei față de clienții săi: să ofere produse proaspete și de calitate la prețuri corecte, zi de zi.

Pentru 2019, expansiunea locală va continua cu un număr de 20 – 25 de magazine în format Future Store, dar și începerea pregătirilor pentru cel de-al patrulea centru logistic în regiunea Oltenia, planificat pentru deschidere în următorii 2-3 ani.



PENNY FM, primul radio live de cumpărături din România

Din dorința de a asigura o experiență cât mai plăcută la cumpărături, a fost lansat și PENNY FM, primul și singurul radio integral live, din România, care asistă clienții la cumpărăturile din rețeaua națională de magazine. Lansat în ianuarie 2017, acesta reprezintă o simbioză unică în media românească, fiind secția de limbă română a Radio Max GmbH din Viena, Austria, rețea de radiouri cu experiență de 22 ani și cu un reach zilnic de peste 10 milioane de ascultători, în Germania, Austria, Italia, Cehia și România.

Odată cu sărbătorirea Centenarului, radioul poate fi ascultat și online la www.pennyfm.ro. Programul PENNY FM, care a adunat deja peste 10.000 ore de emisie, începe la 07:30 și se încheie la orele 21:00. Noua platformă își întâmpină vizitatorii cu hit-uri contemporane, precum și piese binecunoscute în rândul românilor, știri "de România", oferte, emisiuni moderate live dar și informații despre modalitățile de promovare.

Programele PENNY FM: Dimineața de România, Raftul cu Noutăți, Pofta de bine la PENNY FM, PENNY FM Café, Drum de Seară sunt prezentate de moderatori cu experiență în mass-media, cunoscuți în industrie și pasionați de lumea radio: Redactor-șef Daniel Pavel și echipa sa: Marina Neagu, Adrian Iacob, Diana Elena Iarca, Răzvan Dobrea, Oana Cernat, Alexandru Camburu, Adrian Bogdan, dar și Claudiu Sara, vocea inconfundabilă a dimineților Pro Fm, cu peste 15 ani de experiență în radio.



PRODUSELE PREFERATE ALE ROMÂNILOR

Pentru a-și pregăti mesele tradiționale, românii au nevoie, mai întâi de toate, de produse proaspete.

În prezent, avem o rețea ce include peste 450 de furnizori din România. Printre produsele de proveniență românească de pe rafturile magazinelor noastre se regăsesc 50 de mărci proprii, printre care amintim PENNY, Boni, San Fabio, Hanul Boieresc și Kristal Perle, pentru următoarele categorii de produse alimentare: brânzeturi și produse lactate, carne proaspătă, băuturi răcoritoare și alcoolice, băuturi calde, dulciuri și snacksuri, produse vrac, hrană pentru animale de companie, igienă, detergenți și produse de curățat, produse cosmetice și produse de îngrijire personală. Toate aceste eforturi reprezintă angajamentul nostru de a oferi produse de calitate, provenite din surse locale, la prețuri corecte pentru clienții noștri.



Decizia de a achiziționa produse la nivel local face parte din strategia noastră de investiții. Alegem să investim în produse românești, pentru că am ajuns să cunoaștem foarte bine dorințele clienților noștri. Inovația este posibilă din momentul în care producătorii cu care avem o colaborare reușesc să îndeplinească standardele de calitate pe care le impunem. Din acest punct, credem că putem reuși împreună să readucem pe mesele românilor alimentele și băuturile care le sunt cel mai aproape de suflet.

Susținem producătorii locali

*Mereu
de România*

Am sărbătorit

*100 de ani
de România*

Cu ocazia Centenarului Marii Uniri, am continuat sărbătorirea românilor și a bucătăriei lor, celebrare inițiată în 2017 sub conceptul „de România”. Prin „100 de ani de România” ne-am propus să aducem pe mesele românilor momente savuroase și memorabile din evoluția producției, a comerțului și a consumului de produse alimentare în ultimul secol. În periplu prin ultima sută de ani, campania a punctat perioada interbelică, a trecut prin comunism, iar la final a ajuns până în zilele noastre.



În cadrul aceleiași campanii, am republicat cartea “Dictatura gastronomică” de Constantin Bacalbașa, într-o primă ediție ilustrată de la scrierea ei. Noutatea față de edițiile precedente ale cărții provine din ilustrarea capitolelor și rețetelor prin stiluri artistice diferite, dar complementare, ce transpun cu umor esența bucătăriei românești. Credem că eforturile noastre de republicare a cărții “Dictatura gastronomică” i-au inspirat pe oaspeții noștri să redescopere rețetele românești și să gătească pentru cei dragi lor în timpul perioadei centenare.

La fiecare final de săptămână, Nicolai Tand începe Weekend-ul de România cu cele mai delicioase rețete. Fiecare week-end are o temă special gândită, iar rețetele alese de el explorează gastronomii din toată lumea.





În continuarea anului în care românii au sărbătorit 100 de ani de la Marea Unire, pe 1 decembrie, de Ziua Națională a României, am lansat, în urma unui efort considerabil, 100 de produse inedite sub brandul Hanul Boieresc. Acestea au fost realizate după rețete care au fost pe gustul românilor în ultimele decenii.

Cele 100 de produse aniversare au fost împărțite în mai multe categorii: mezeluri și preparate din carne, brânzeturi, conserve, băuturi alcoolice și răcoritoare, condimente, semipreparate și dulciuri. Produsele realizate după rețete originale de odinioară sau după rețete care nu au lipsit vreodată de pe mesele românilor în perioada sărbătorilor și provin de la producători de renume din mai multe județe din România, precum Harghita, Mureș, Brașov, Neamț, Alba, Vaslui, Brăila.

Printre produsele care au fost disponibile la raft se numără: aperitive tradiționale românești crud-uscate, afumate la rece cu fum natural precum babicul, ghiudemul, kaizerul și cârnații de Pleșcoi, fără E-uri, fără conservanți și fără coloranți. De asemenea, nelipsite au fost și produsele de sărbătoare, pastrama din pulpă de oaie, brânzeturile - cașcavalul împletit și afumat cu fum natural, din lapte de vacă pasteurizat, brânză maturată de capră și oaie - precum și produse din pește de crescătorie.

Lista celor 100 de produse Hanul Boieresc a fost completată și de articole nealimentare precum calendare, căni, pungi pentru cadouri, toate acestea fiind decorate cu motive folclorice din toată țara, reinterprețate într-un stil modern și minimalist.

Nu ne-am oprit aici și am lansat la finalul anului, în preajma Crăciunului, revista de rețete Cu PENNY la masă. Prin această publicație, ne-am propus să le oferim inspirație clienților nostri pentru a pregăti mesele de Crăciun.

Pe lângă mărcile proprii românești, clienții noștri pot regăsi în magazinele PENNY Market și branduri internaționale, destinate în special celor curioși, interesați de bucătăria din toată lumea și pregătiți să experimenteze, precum Sélection, UAUU!, San Fabio și Vivess.



Realizate cu ingrediente de înaltă calitate și într-o varietate atent gândită, produsele din gama Selection oferă momente speciale întregii familii. Nu avem întotdeauna timp să ne facem cumpărăturile în liniște și poate uneori petrecem prea mult timp gătind. Dar ne bucurăm mult atunci când acasă ne așteaptă o mâncare bună, cu un gust rafinat pe care o putem pregăti în câteva minute!

Un alt tip de marcă proprie pe care PENNY Market îl dezvoltă este brandul PENNY, care se regăsește în toate categoriile de produse. Acesta a luat naștere deoarece, de cele mai multe ori, un preț rezonabil nu este suficient. Ne alegem furnizorii cu foarte multă grijă și verificăm cu regularitate ca aceștia să se alinieze la cerințele și standardele impuse. Este importantă pentru noi atât calitatea produselor, cât și varietatea și compoziția lor. Ținem întotdeauna cont de dorințele clienților noștri și venim în întâmpinarea lor.

Avem grijă de clienții noștri și le răsplătim fidelitatea!

Nu am putea să continuăm planurile de dezvoltare a noi tipuri de produse marcă proprie fără susținerea constantă a clienților noștri. Le suntem recunoscători pentru faptul că au încredere în noi și ne vizitează cu regularitate, de aceea am creat pentru ei mai multe programe de loialitate și oferte printre care amintim Cardul PENNY, campaniile Vivess sau campania Trăiește magia

Disney cu prietenii tăi! Și, pentru ca cei care ne vizitează zilnic să poată prepara toate rețetele pe care le îndrăgesc sau pentru a călători ușor, am introdus în magazinele noastre o nouă gamă de articole, precum



vase și ustensile de gătit, dar și geți de călătorie. Vivess este brand-ul german disponibil exclusiv în magazinele PENNY Market. Acest brand exemplifică cel mai bine promisiunea pe care magazinul o face clienților săi: promoții cu produse non-alimentare de calitate, accesibile oricui.

Campania de loializare pentru Vivess a fost dezvoltată de o întreagă echipă din România și a devenit un model pentru alte campanii similare din rețeaua PENNY Market.

PENNY MARKET
ȘTIE
CE NE PLACE

**NOI AVENTURI
CU EROII TĂI
PREFERAȚII!**

50% REDUCERE
cu puncte bonus

Ai 9 eroi. Ia-i acasă pe toți!
Un set conține: cană, bol și farfurie.

Campanie valabilă în perioada 30.01.2019-09.04.2019, în limita stocului disponibil.
Regulamentul campaniei este disponibil pe www.penny.ro și în magazine.

PENNY MARKET
ȘTIE
CE NE PLACE

Am luat tot! Hai în vacanță!

**PACHET
DE VACANȚĂ
CU PUNCTE BONUS**

REDUCERE 70%
BAGAJE

50 LEI
VOUCHER
BILET
Blue Air

VIVESS

Promotie valabila in perioada 15 august - 23 octombrie, in limita stocului disponibil.



ÎMPREUNĂ PENTRU SUSTENABILITATE

Sustenabilitatea a avut întotdeauna un rol important în abordarea strategică și cultura noastră organizațională. Prin urmare, ne concentrăm pe patru piloni principali:

Rolul important pe care sustenabilitatea îl ocupă în ADN-ul acțiunilor PENNY Market este construit în jurul a patru piloni.

Produce locale



PENNY Market intenționează să adreseze nevoile consumatorilor și să stârnească entuziasmul unui număr din ce în ce mai mare de clienți cu privire la produsele sustenabile ce provin atât de pe piața regională, cât și de la producătorii locali. Compania noastră tratează sustenabilitatea nu numai ca parte importantă a strategiei de afaceri, dar și ca un factor care contribuie la succesul în afaceri și la creșterea companiei. De aceea, strategia noastră se concentrează pe următoarele trei puncte:

- Suntem aproape de clienții noștri în fiecare zi, fiind prima lor opțiune
- Restructurăm portofoliul de branduri private de origine românească
- Ne concentrăm atenția pe prospețimea cărnii, fructelor și legumelor, cele mai importante categorii de produse din magazinele noastre

Extinderea gamei de produse sustenabile reprezintă unul dintre obiectivele strategice la nivel de grup. Achiziționarea de produse sustenabile de la furnizori ne ajută să ne îndeplinim misiunea de a proteja și de a folosi resursele naturale într-o manieră responsabilă. Pentru a ne îndeplini această misiune, colaborăm îndeaproape cu furnizorii noștri, peste 450, cu privire la cerințele ecologice și sociale pentru gamele lor de produse. Alături de prospețime, calitate și preț, durabilitatea devine un criteriu din ce în ce mai important în luarea deciziilor în procesul de achiziție.



Furnizorii cu care colaborăm în vederea dezvoltării brandurilor private trebuie să dețină cel puțin una dintre următoarele certificări:

- International Featured Standards (IFS) Food pentru produse alimentare și hrană pentru animale;
- International Featured Standards (IFS) Household Personal Care (HPC) pentru produsele din categoria non-food;
- British Retail Consortium (BRC) – orice furnizor care are această certificare este potrivit pentru o colaborare;
- Forest Stewardship Council (FSC) – 15 articole din categoria Hârtie și carton pentru împachetat dețin certificări FSC;
- Universal Trade Zone (UTZ) Certified este cel mai mare program de agricultură sustenabilă pentru cafea și cacao din toată lumea.



Energie, climă și mediu

Schimbările climatice reprezintă una dintre cele mai mari provocări cu care ne confruntăm astăzi. Principalul obiectiv al acestui pilon de sustenabilitate este acela de a reduce consumul de energie în magazine, depozite și clădirile administrative. Cel mai mare potențial de economisire a energiei se regăsește în iluminat și în tehnologiile de răcire. Un alt obiectiv important este eliminarea celor mai mulți dintre combustibilii fosili și non-regenerabili în noile noastre magazine și depozite. În prezent, există în derulare atât proiecte pilot pentru eliminarea acestor tipuri de combustibil, cât și proiecte pe termen lung ce au același obiectiv.



Certificarea ISO 50001

În 2017, PENNY Market a reușit performanța de a deveni primul jucător de pe piața de retail din România cu certificarea ISO 50001, cel mai înalt standard internațional de management al energiei.

Prin obținerea acestei certificări, compania își va îndeplini obligațiile legale rezultate din Directiva UE privind eficiența energetică care impun economisirea unor volume semnificative de energie în cadrul tuturor operațiunilor, reducerea costurilor operaționale, monitorizarea energetică eficientă la nivelul grupului REWE și dezvoltarea în continuare a reputației sustenabile.

Reducem consumul de plastic alături de Verde Împărat

Un alt proiect memorabil desfășurat în anul 2018 a fost Grijă de România, implementarea acestei campanii a avut ca scop reducerea consumului de pungi de plastic, educarea clienților în spiritul dezvoltării sustenabile, dar și susținerea copiilor din asociația SOS Satele Copiilor.



Angajați

La PENNY Market, credem în puterea pe care fiecare membru al echipei noastre o are în atingerea fiecăruia dintre obiectivele noastre. Ne propunem să ne îmbunătățim în fiecare zi acțiunile și rezultatele și, de aceea, fiecare membru al echipei noastre este foarte important. Angajații PENNY

Market sunt ajutați să se dezvolte primind sprijin la început de carieră cu ajutorul cursurilor de specializare sau prin participarea la diverse activități de voluntariat susținute de către companie.

Ziua Familiei

Încurajăm angajații PENNY Market să acorde o mare atenție și importanță echilibrului între viața de familie și cea profesională. De aceea, conturăm împreună proiecte prin care le oferim angajaților ocazia de a petrece mai mult timp alături de cei dragi lor. În 2018 am organizat pentru prima dată „o zi a familiei” în cadrul căreia colegii noștri s-au bucurat de o zi petrecută alături de copiii lor. Evenimentul a găzduit peste 70 de copii care au avut ocazia să participe la ateliere potrivite pentru vârsta lor.



Penny Buddy

Ne dorim să asigurăm o mai bună coeziune între echipe, de aceea investim în crearea de programe de colaborare interdepartamentală. Un astfel de proiect îl reprezintă PENNY Buddy, un program de dezvoltare care durează 6 luni de zile, în care sunt implicați șefii de magazine și colegii din sediul central. Scopul acestuia este de a facilita colaborarea între magazine și sediul central și de a implica direct angajații în luarea unor decizii privind activitatea magazinelor. Timp de jumătate de an, colegii lucrează împreună la dezvoltarea unor proiecte pentru eficientizarea proceselor, dar și la inovarea sistemelor cu care lucrăm, miza finală a acestora fiind implementarea lor la nivel național.

Suntem conștienți de responsabilitatea noastră pentru business, angajați, mediu și comunitate și, de aceea, o parte dintre programele noastre vizează generațiile următoare și buna lor dezvoltare.



Școala de Carte și Meserii

PENNY Market susține încă de la prima ediție, din 2017, proiectul Școala de Carte și Meserii și a devenit mentor al elevilor din cinci orașe din România. În cadrul proiectului care se desfășoară pe parcursul a trei ani, elevii pot opta pentru școlarizare specializată în domeniul comerciant-vânzător.

În anul 2018, am pus bazele unui nou parteneriat, la Iași, cu liceul Economic Virgil Madgearu, care se adaugă la parteneriatele deja existente în București, Buftea, Brașov, Timișoara. Am început anul școlar cu 73 de elevi (35 în clasa a X-a și 38 de elevi în clasa a IX-a). Pentru anul 2019, ne propunem să extindem parteneriatele și în alte 3 orașe: Cluj-Napoca, Constanța și Sibiu.



Implicare socială

Ne dedicăm o mare parte din resurse pentru a sprijini atât adulții, cât și copiii din mediile defavorizate ale țării. În acest proces, lucrăm îndeaproape cu organizații non-profit care sunt active în promovarea și soluționarea problemelor cu care aceștia se confruntă zi de zi.

Unul dintre obiectivele noastre este să ne implicăm și să susținem constant proiecte sociale ce ajută la creșterea nivelului de trai a comunităților din care facem parte. Ne asumăm cu seriozitate responsabilitatea față de societate și față de generațiile viitoare și ne aducem contribuția pentru a proteja viitorul pe termen lung.

Parteneri de cursă lungă – Habitat for Humanity

Încă din 2016, sprijinim misiunea Habitat for Humanity de a eradica locuirea precară și de a construi comunități durabile. Am început cu construcția unui triplex în complexul Habitat din Moinești, am continuat cu renovarea dispensarului din localitatea Nicolae Bălcescu, județul Bacău, iar în prezent participăm la construirea unui centru comunitar care va schimba viețile elevilor din comunitatea defavorizată din Buftea.

Lucrările la această clădire durează doi ani și vor fi finalizate în a doua parte a anului 2019. La activitățile de construcție au participat, în anul 2018, peste 100 de angajați PENNY Market, care au fost voluntari pe șantierul Habitat for Humanity România.

Totodată, prin parteneriatul cu Habitat for Humanity, ne-am alăturat și acțiunii de strângere de fonduri din cadrul Bucharest International 10K. Astfel, alături de o echipă dedicată și antrenată, am reușit să asigurăm jumătate din suma necesară pentru construirea unei locuințe pentru o familie.



2016



2017



2018

Vreau în clasa a 9-a

Vreau în clasa a 9-a

Un alt proiect început în 2017 privind implicarea socială, de această dată având ca subiect principal educația, este programul de burse profesionale "Vreau în clasa a 9-a" dedicat elevilor din mediul rural desfășurat în parteneriat cu World Vision Romania. PENNY Market oferă o bursă individuală de 200 de lei către 28 de tineri prin intermediul căreia elevii au posibilitatea de a participa la activități educaționale și de formare, cu scopul de a le crește șansele de a-și dezvolta o carieră. Totodată, compania a pus la dispoziția elevilor mai multe activități practice desfășurate chiar în cadrul magazinelor PENNY. În plus, bursierii au acces și la oportunități de carieră în interiorul companiei.

Tabăra cultural-educativă

Tot în seria parteneriatelor ce au ca temă educația se înscrie și cel cu asociația "Speranță și Zâmbet". În 2018 am susținut 50 de copii din familii defavorizate din orașul Cîsnădie să ia parte la tabăra ce a inclus activități educaționale, culturale și sportive, având ca temă sărbătorirea Centenarului Marii Uniri.



Magazinele PENNY Market în 2018

236



PENNY Market

REWE Romania SRL

Str. Busteni nr. 7, Ștefănești de Jos 077175, Jud. Ilfov

Echipa ta. Pasiunea ta. Magazinul tău.

www.penny.com



Acest material a fost tipărit pe hârtie certificată FSC.

