

## PENNY CAMBIA LOGO

### Di Qualità, Conveniente, Semplice, Unico, Vicino, Responsabile Nel nuovo nome tutti i valori dell'insegna che punta su Italianità e Sostenibilità

*“La giusta motivazione, il continuo impegno verso l'innovazione, l'efficientamento dei processi e verso il territorio, con un approccio responsabile e sostenibile, ci permettono di crescere, di valorizzare la produzione enogastronomica Italiana, di generare nuovi posti di lavoro, e garantire sempre di più un business etico e di successo – così parla del “nuovo” PENNY l'amministratore delegato Nicola Pierdomenico – Sono anni difficili per tutti eppure, 3 anni fa, quanto ho messo per la prima volta i piedi in PENNY ho percepito che se avessi puntato sulle persone, sulle loro competenze e la loro passione, avremmo raggiunto traguardi allora impensabili”.*

Con il nuovo logo, “PENNY, punto”, i nuovi colori moderni e nitidi, il brand si evolve nella sua migliore espressione di chiarezza verso i propri clienti, responsabilità verso le persone e l'ambiente, senza mai tradire le sue connotazioni più importanti, qualità e convenienza, in grado di dare valore alla spesa di ogni giorno dei clienti rispettando e valorizzando i fornitori e le produzioni, soprattutto italiane che oggi contano per il 75% dei prodotti.

PENNY chiude 2021 con quasi 1,5 miliardi di euro di fatturato, 404 punti vendita – oggi già a 410 – e 4350 dipendenti di cui oltre il 75% sono donne. Sono stati 60 i milioni di euro che il Gruppo REWE attraverso PENNY Italia ha saputo e voluto investire nel paese, anche attraverso l'ammodernamento sostenibile di ormai il 90% dei punti vendita. Investimenti che si trasformano anche in formazione qualificante e percorsi di crescita per le nostre persone di Punto vendita, piattaforme logistiche e sede. Il 2021, così come l'anno in corso, è stato anche l'anno di importanti acquisizioni di altri brand a cui PENNY ha dato la propria identità, confermando posti di lavoro, ma sapendo trasformare e integrare le realtà acquisite per rispettare la promessa verso i propri clienti di essere “il discount sotto casa per la spesa facile e di qualità ogni giorno”.

I negozi, tra alimentazione ad energia fotovoltaica, coibentazioni e illuminazione a LED, insieme alla capacità di riqualificazione urbana, sono il luogo in cui PENNY con coerenza porta avanti il suo percorso “VIVIAMO SOSTENIBILE”, impegno concreto di sostenibilità sociale e di rispetto dell'ambiente. Il punto vendita è quindi luogo in cui agire con partner di valore quali Coripet per il riciclo della plastica, Banco Alimentare Too Good To Go per la lotta allo spreco, Croce Rossa e Fondazione Progetto Arca per il supporto a chi è in difficoltà.

Primi in Italia nel canale discount ad avere una Card clienti - la nostra PENNYCARD - e ad aver siglato un “Patto contro lo spreco alimentare”, con il nuovo logo, PENNY dichiara tutta la sua volontà – e capacità – di saper innovare e crescere.

#### PENNY ITALIA

PENNY, discount alimentare del gruppo REWE, è uno dei gruppi commerciali leader sul mercato tedesco ed europeo nel settore della Grande Distribuzione Organizzata. In Italia, l'insegna nasce nel 1994 e segna un momento di straordinario cambiamento nel mondo del discount italiano, dando inizio al rinnovo del settore grazie alla nuova formula “assortimenti di qualità, marca e prezzi bassi”. Al livello nazionale, è presente sul territorio con oltre 410 punti vendita distribuiti nelle principali regioni d'Italia ed è attualmente in forte crescita, con fatturato per metro quadro superiore alla media di categoria. Al livello internazionale, è presente con successo anche in Austria, Germania, Repubblica Ceca, Ungheria, Romania. Obiettivo principale del gruppo è la soddisfazione dei clienti, ai quali garantisce non solo un'ampia scelta di prodotti di qualità a prezzi concorrenziali, ma anche punti vendita accoglienti e confortevoli, per una spesa facile e veloce. Le linee di prodotti a marchio privato PENNY Market valorizzano il territorio, i regionalismi ed il made-in-italy. L'azienda, con i suoi oltre 4300 dipendenti, di cui donne sono il 70%, porta avanti da anni concrete iniziative di sostenibilità in ambito sociale, nella lotta allo spreco alimentare e nella tutela dell'ambiente. Per ulteriori informazioni: [www.pennymarket.it](http://www.pennymarket.it)

#### REWE Group

Nel 1927, 17 cooperative d'acquisto unirono le loro forze e fondarono la “Revisionsverband der Westkaufgenossenschaften” - o in breve REWE - con l'obiettivo di organizzare collettivamente l'acquisto di cibo. Oggi la cooperativa ha una presenza internazionale e gode di successo sia nel settore della vendita al dettaglio che nel turismo. Come cooperativa con una storia che risale a più di 90 anni, comprendiamo la nostra responsabilità ecologica e sociale nei confronti delle generazioni future. Ci impegniamo a salvaguardare un futuro sostenibile. Il gruppo REWE è leader del commercio e del turismo in Germania e in Europa. Impiega oggi oltre 384.000 dipendenti e ha chiuso il 2020 con un fatturato di oltre 75 miliardi di euro, con quasi 16.000 tra punti vendite e agenzie in tutto il mondo. Le sue linee di vendita comprendono anche supermercati e negozi di beni di consumo gestiti dai marchi REWE, REWE CENTER, REWE CITY, BILLA, dai negozi di toom DIY e, naturalmente, del discount PENNY. Per ulteriori informazioni: <https://www.rewe-group.com/en/>