

# ZPRÁVA O UDRŽITELNOSTI

PENNY Market Česká republika

**PENNY.**

NAKUPUJTE  
HEZKY ČESKY

VÍTÁME VÁS

7 Z 10 VÝROBKŮ  
JE U NÁS ČESKÝCH

ROBKŮ  
ESKÝCH

VCHOD  
Otvárací doba  
7.00 - 20.00

**VÁŠ DOBRÝ SOUSED**

**PENNY.**

# OBSAH

1.	Slovo na úvod	4
2.	2019: Klíčové informace	6
3.	PENNY v České republice	10
4.	Zelené produkty	16
5.	Energie a životní prostředí	26
6.	Zaměstnanci	36
7.	Sociální angažovanost	40
8.	Reakce na nákazu COVID-19	46
9.	Výhled do budoucna	50



# SLOVO NA ÚVOD



## Vážení čtenáři,

jsme velmi rádi, že se Vám do rukou dostala naše Zpráva o udržitelnosti a věříme, že pro Vás bude zdrojem zajímavých informací, ať už v obchodní, společenské nebo čistě lidské rovině. Ostatně, jsou to právě lidé, na kterých naše firma stojí, a jsme skutečně velmi rádi za každého jednoho zaměstnance, který je v Česku spolu s námi součástí PENNY.

PENNY je nedílnou součástí českého retailového trhu již od roku 1997 a neustále pracujeme na tom, abychom byli všem dobrými sousedy, a to nejen našim zákazníkům, ale také obchodním partnerům, místním samosprávám, nadacím nebo neziskovým organizacím. Zkrátka byli tady pro všechny. K tomu nám pomáhá naše prodejní síť, která je největší v Česku, a všichni ji mají na dosah.

Česká republika je naším domovem. Vždyť do našich obchodů přichází až půl milionu zákazníků denně a 7 z 10 potravinářských výrobků, které jim nabízíme, má domácí původ. V Česku investujeme miliardy korun, vytváříme tisíce pracovních míst, platíme daně a také plně chápeme důležitost naší celospolečenské odpovědnosti. Zaměstnancům poskytujeme jistotu, stabilní a bezpečné pracovní prostředí, ve kterém je motivujeme k růstu, když respektujeme jejich jedinečnost a osobnost. K našim dodavatelům, z nichž velká většina je regionálních, se chováme korektně a spravedlivě, aktivně podporujeme místní společenské dění a podáváme pomocnou ruku tam, kde je to potřeba.

Aktivně přistupujeme také k ochraně životního prostředí a klimatu, které poslední dobou prochází dramatickými změnami. Každý z nás může změnou svého chování, svých návyků či aktivitou pozitivně přispívat ke kvalitnějšímu životu nás všech. Zpráva o udržitelnosti Vám představí všechny podstatné aktivity, které v oblasti udržitelnosti a ekologie v PENNY v České republice děláme a rozvíjíme.

Nezapomeňte, že základem dobrého sousedství je přátelské setkávání. Doufáme, že se budeme společně setkávat v našich prodejnách.

Jens Krieger

Martin Peffek

Mathias Mentrop



# 2019: KLÍČOVÉ INFORMACE

## Naše společnost



**385** prodejen v České republice



**5** logistických center



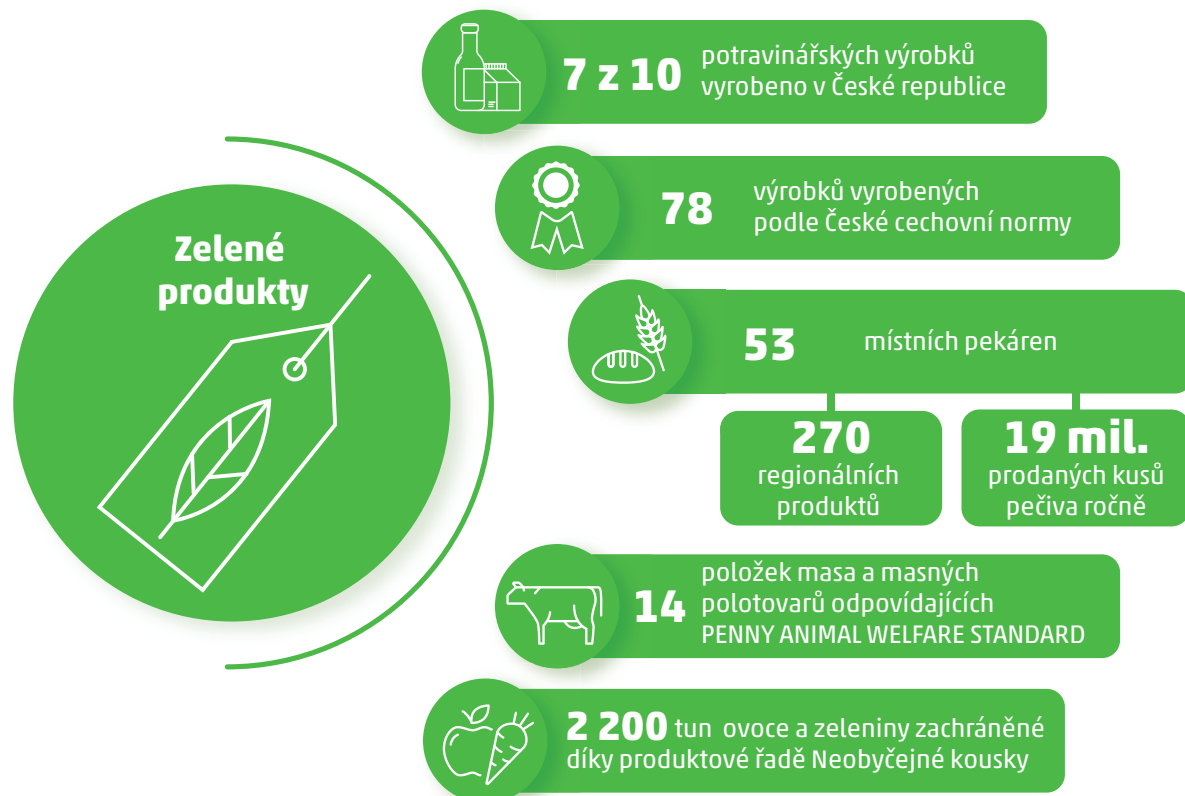
více než **5 800** zaměstnanců



**500 000**  
průměrný denní počet zákazníků







**30 000 Kč** základní plat pokladní bez jakýchkoliv dalších příplatků

**24 000 Kč** minimální nástupní plat pokladní na plný úvazek

**9,6%** průměrné zvýšení platu na prodejnách za rok 2019

**67,2%** žen jako vedoucí prodejen

## Zaměstnanci



**42%** snížení energetické uhlíkové stopy přechodem na zelenou energii (srovnání s rokem 2014)

**90%** prodejen vybaveno LED osvětlením

**recyklace materiálu**

**17 908** tun lepenky

**1 070** tun plastových folií

**408** tun dřeva

**100%** eliminace jednorázových plastových tašek

## Energie a životní prostředí



## Sociální angažovanost



**57** tun potravin a drogerie darovaných potravinovým bankám

**250 000 Kč** zaměstnanci PENNY podpořili z vlastních zdrojů vybrané charitativní projekty



# PENNY V ČESKÉ REPUBLICE



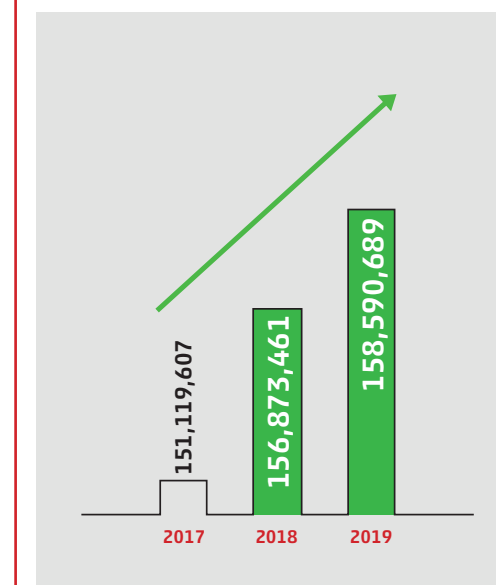
PENNY Market Česká republika je součástí mezinárodní obchodní a turistické skupiny REWE Group založené v roce 1927 v německém Kolíně nad Rýnem. V roce 2019 dosáhla skupina REWE Group celkových tržeb téměř 63 miliard EUR a měla více než 360 000 zaměstnanců ve 24 evropských zemích.

## Náš příběh

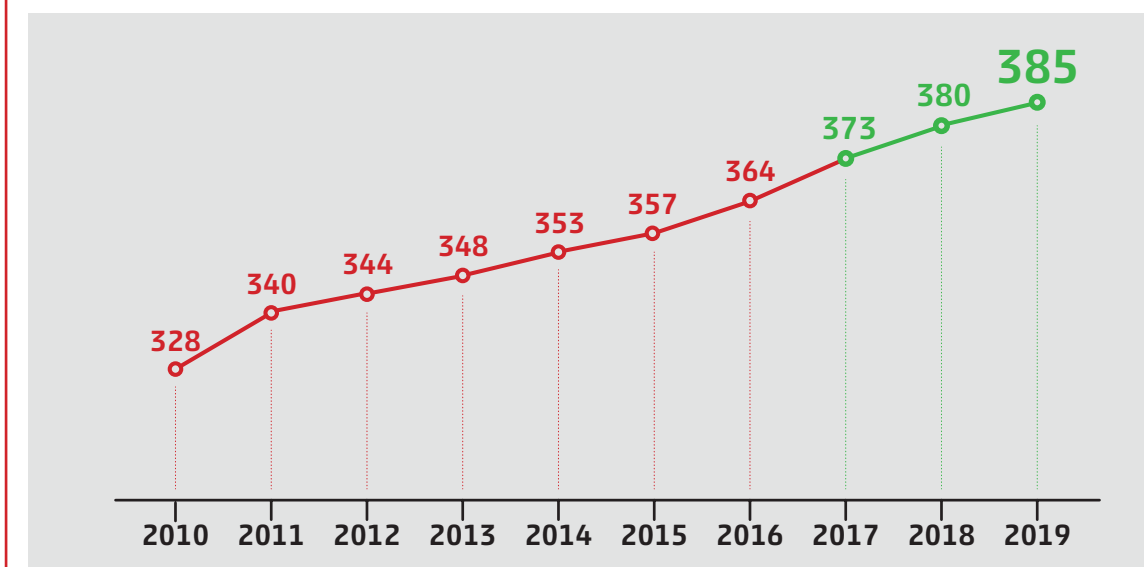
Na český trh vstoupilo PENNY v roce 1997 s cílem vybudovat ve všech regionech hustou prodejní síť. Pro tuzemské zákazníky jsme díky tomu nejdostupnějším maloobchodním potravinářským řetězcem s největší sítí obchodů, kterých je po celé České republice více než 385 a v průměru obslouží půl milionu zákazníků denně. Kromě toho v Česku provozujeme také 5 logistických center. Naším cílem je dosažení počtu 400 prodejen v roce 2021.



### Počet zákazníků



### Počet prodejen





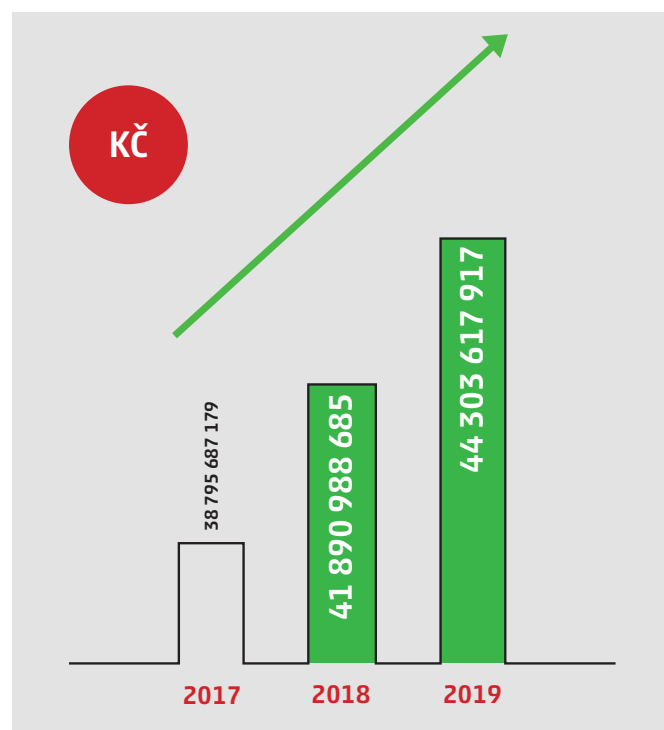
## Tržby

V roce 2019 náš tržní podíl dosáhl 10 % a tržby se během posledních dvou let zvýšily o 14 % (+ 5,5 mld. Kč) na loňskou hodnotu 44,3 miliardy Kč. Stejně tak vzrostl i počet zaměstnanců z 5 466 v roce 2017 na 5 811 v roce 2019. Společně jsme pak v našich prodejnách v roce 2019 obsloužili více než 158 milionů zákazníků.

## Investice

V rámci naší investiční strategie jsme v roce 2019 investovali téměř **950 milionů Kč**. Naše investice dlouhodobě udržujeme na vysoké úrovni. Od roku 1998 jsme v České republice investovali již více než 19 miliard korun.

## Tržby



## Naše produkty

V Česku nás zná každý díky sloganu **Nakupujte hezky český**. Není to pro nás ale prázdná fráze. V PENNY mají zákazníci záruku, že 7 z 10 potravinářských výrobků pochází z Česka a celý náš obchodní koncept je postaven na respektu k české tradici a dlouhodobé podpoře a spolupráci s regionálními výrobci. Toho se samozřejmě držíme také u našich privátních značek, jež tvoří 22 % našeho prodeje a v hlavních kategoriích produktů mají téměř 100% český původ.

**7 z 10**  
potravinářských výrobků  
pochází z Česka

## Naše hodnoty

Skupina REWE jasně formulovala své základní hodnoty, které kromě orientace na zákazníka, inovativního a bezúhonného přístupu, či samostatnosti zahrnují také důraz na odpovědné a trvale udržitelné chování.

Kromě hodnot definovaných skupinou REWE, má značka PENNY také svých šest základních hodnot, které ji charakterizují v českém tržním prostředí.



**Jsme blízko** – Jsme úzce spjati s našimi zákazníky, kolegy a partnery. Naše dodavatele vybíráme v našem bezprostředním okolí. Snažíme se být dobrým sousedem všem.



**Jsme jedineční** – Nebojíme se být kreativní a přinášet našim zákazníkům rozmanité nákupní zážitky. Vybočujeme z davu, hledáme nové cesty, vítáme moderní trendy a inovace.



**Jsme cenově výhodní** – Naše výrobky vždy potěší zákazníky férovým poměrem kvality a ceny. Nabízíme nejlepší poměr ceny a kvality na trhu.



**Na kvalitě nám záleží** – Dbáme na vysoké kvalitativní standardy nejen u produktů, ale i v pracovním prostředí našich zaměstnanců. Řídíme se vysokými standardy kvality a čerstvost je pro nás prioritou.



**Děláme to jednoduše** – Nekomplikujeme zbytečně život nám ani zákazníkům. Snadná orientace a rychlé nakupování jsou u nás základem. Soustředíme se na to, co je důležité – zjednodušujeme lidem život.



**Jsme zodpovědní** – Staráme se o zaměstnance, o zákazníky, o zvířata i životní prostředí. A přijímáme odpovědnost.





## Čtyři pilíře

PENNY vzalo šest základních hodnot plně za své, přičemž svůj přístup k udržitelnosti postavilo na čtyřech pilířích.



Prvním jsou **zelené produkty**, které vycházejí z naší odpovědnosti vůči lidem, zvířatům a přírodě. Právě v těchto ohledech dále vylepšujeme stávající výrobky a rozšiřujeme tak naše produktové linie o zboží s vyšší přidanou hodnotou, jehož kvalitu opakovaně potvrzují i české nezávislé odborné a spotřebitelské testy. Dbáme také na zachování stále cennějších přírodních zdrojů, a tak pomáháme předcházet plýtvání potravinami. Mimo jiné i tím, že jsme jako první řetězec na trhu začali již v roce 2017 nabízet ovoce a zeleninu (pod názvem Neobyčejné kousky), která je z hlediska kvality zcela v pořádku, ale vizuálně nemusí zcela splňovat standardy. V PENNY také propagujeme pestřejší stravu a zdravý životní styl. Neméně důležité je pro nás i odpovídající zacházení s hospodářskými zvířaty, pro které má PENNY dokonce definována vlastní pravidla ANIMAL WELFARE.



Druhý pilíř se týká oblasti **energie a životního prostředí**. Konsekventně zavádíme celou řadu efektivních opatření ke snížení celkové spotřeby energie a emisí zátěže klimatu. PENNY se také zabývá tématem cirkulární ekonomiky a efektivní recyklace materiálů, což jsou nedílné součásti udržitelného rozvoje.



Třetí oblast tvoří naši **zaměstnanci**, kteří mají v PENNY za všech okolností garanci rovných příležitostí a respektu k jejich osobnosti. Díky standardizovaným vzdělávacím programům jim pomáháme s ohledem na jejich ambice a životní fáze k profesnímu růstu, dbáme na jejich bezpečnost a zdraví a samozřejmě je za jejich práci spravedlivě odměňujeme nejen finančně, ale také celou řadou atraktivních zaměstnaneckých benefitů.

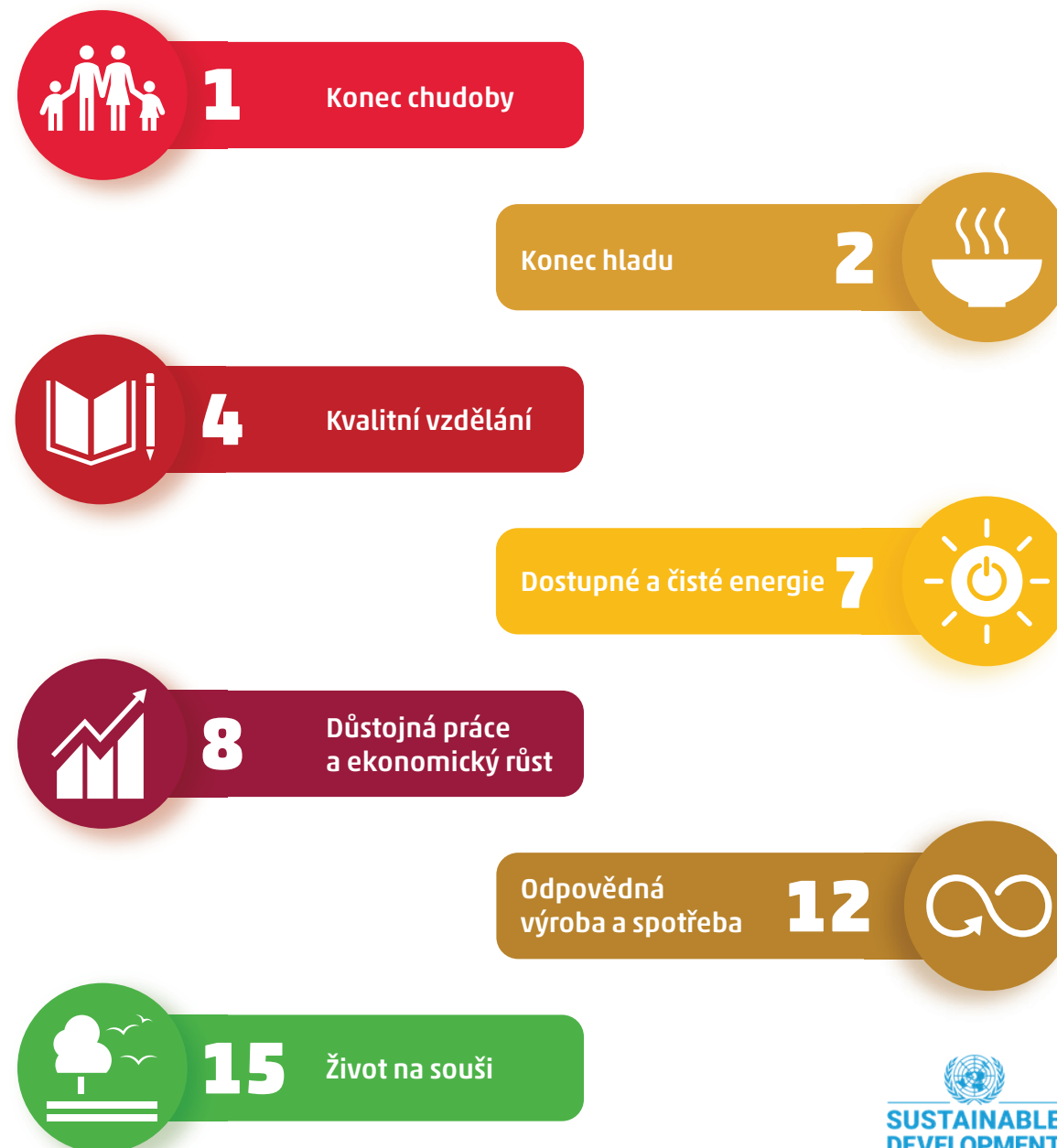


Oblast **sociální angažovanosti** je čtvrtým základním pilířem udržitelnosti PENNY, který se velkou měrou a celou řadou aktivit snaží předejít zejména nevhodnému zacházení s potravinami. PENNY spolupracuje s tuzemskými potravinovými bankami, díky kterým se jídlo dostává k těm, kteří ho nejvíce potřebují. Aktivně se také věnujeme komunikaci se zákazníky – dětem vysvětlujeme, že i „nevzhledné“ ovoce a zelenina jsou zdravé, dospělí pak inspirujeme ke zdravému vaření a k boji proti plýtvání potravinami.

## Globální cíle udržitelného rozvoje

Nedílnou součástí přístupu PENNY k udržitelnosti je rovněž závazek k plnění cílů udržitelného rozvoje (SDG), které v roce 2015 přijaly všechny členské státy OSN, a který v **17 základních bodech** definuje agendu udržitelného rozvoje do roku 2030.

V PENNY podporujeme cíle udržitelného rozvoje, a tak jsme s ohledem na náš obor podnikání vybrali **7 nejdůležitějších**, na které zaměřujeme naši pozornost. Více se o udržitelném rozvoji a jednotlivých cílech dozvíte na stránkách Organizace spojených národů: [www.un.org/sustainabledevelopment](http://www.un.org/sustainabledevelopment)





# ZELENÉ PRODUKTY



Ekologie a udržitelnost nabývá i mezi českými zákazníky na významu, a proto neustále rozšiřujeme naši nabídku zelených produktů. U výrobků této kategorie je zaručeno plné dodržování nejen zákonných, ale zejména vlastních přísnějších PENNY standardů, což zákazníkovi v konečném důsledku přináší vysoce kvalitní produkt ohleduplný k životnímu prostředí, respektující lidskou práci a patřičné zacházení s hospodářskými zvířaty.

## Regionální a místní produkty

Lokální, regionální i velcí čeští dodavatelé hrají v obchodním modelu PENNY důležitou roli, protože jsou zárukou kvality a čerstvosti a jejich blízkost napomáhá logistice být šetrnější k životnímu prostředí a v neposlední řadě jejich prostřednictvím podporujeme regionální rozvoj a zaměstnanost. **V roce 2019 jsme spolupracovali s 510 českými dodavateli.** Od roku 2012 vybízíme spotřebitele Nakupujte hezky česky, k čemuž vytváříme podmínky tím, že zákazníkům garantujeme, že 7 z 10 potravinářských výrobků je vyrobeno v České republice.

## V kvalitě neděláme kompromisy

Pouze čerstvé a vysoce kvalitní produkty nabízené ve všech kategoriích a po celý den jsou receptem k získání dlouhodobě spokojených a loajálních zákazníků. PENNY vynakládá v oblasti zajištění kvality mimořádné úsilí, jehož součástí jsou také interní mechanismy s jasně definovanými kvalitativními standardy a postupy. Díky tomuto přístupu se mnoho výrobků privátních značek PENNY pyšní prestižními oceněními Volba spotřebitelů nebo Česká chuťovka. Na zajištění kvality našich výrobků se podílí především pravidelné:



**LABORATORNÍ TESTOVÁNÍ NEZÁVISLÝMI INSTITUCEMI**



**SENZORICKÉ HODNOCENÍ VZHLEDU A CHUTI**



**AUDITY KVALITY VE SKLADECH I PRODEJNÁCH**



**VYUŽITÍ DIGITALIZACE A APLIKACE PRO RYCHLOU KOMUNIKACI MEZI CENTRÁLOU, SKLADY A OBCHODY**



**HODNOCENÍ RIZIK A OVĚŘOVÁNÍ PRAVOSTI POTRAVINÁŘSKÝCH VÝROBKŮ**



## Certifikace

Nedílnou součástí kvalitativních standardů PENNY jsou také certifikace pro prodejny i oblast logistiky. Náš řetězec prodejen dosáhl už v roce 2013 (mezi prvními obchodními řetězci v České republice) společně s centrálou na náročnou certifikaci ISO 22 000, která potvrzuje náš systematický přístup ke kvalitě a zacházení s potravinami.

### ISO 22 000

Norma definuje požadavky na systém řízení bezpečnosti potravin. Stanovuje, co musí organizace udělat, aby prokázala svou schopnost kontrolovat rizika bezpečnosti potravin, a tím zajistila, že jídlo je bezpečné. Může ji získat jakákoli organizace bez ohledu na svoji velikost nebo postavení v dodavatelském řetězci.



„Maximální transparentnost stejně jako nabídka kvalitních a bezpečných potravin jsou pro nás naprosto klíčové. V této snaze nikdy nepolevíme, a proto jsme se dobrovolně rozhodli projít náročným certifikačním procesem ISO 22.000 pro naše prodejny a certifikaci IFS Logistics našich logistických center.“

Jaroslav Kolářek, oddělení kvality,  
PENNY Market

Prestižní certifikaci IFS Logistics získala již na podzim roku 2016 naše logistická centra, která od té doby dokonce zlepšují své výsledky této certifikace a jsou držiteli vyššího standardu.

### IFS Logistics

IFS Logistics je standardem pro společnosti, které nabízejí logistické služby jako je přeprava a skladování. Vztahuje se nejen na balené a nebalené potravinářské zboží, ale také na produkty, které vyžadují kontrolované podmínky skladování, jako jsou například maso, pečivo, mléko či olej.



U našich privátních značek také **podporujeme ekologická označení UTZ** (udržitelné pěstování kávy, kakaa a čaje), **FSC** (certifikace udržitelného lesního hospodářství), **MSC** (certifikace lovu ryb), **ASC** (certifikace farem mořských plodů), kterými na obalech informujeme zákazníka o tom, že daný výrobek v sobě nese přidanou hodnotu z hlediska udržitelnosti.

## Cechovní normy

Ke standardům kvality řadíme také Českou cechovní normu, kterou vydává Potravinářská komora ČR a která jasně stanovuje kvalitativní parametry pro daný potravinářský výrobek. Nabídka PENNY zahrnovala v roce 2019 celkem **78 různých produktů privátních značek**, které získaly označení Česká cechovní norma. Tato norma také zahrnuje nadstandardní parametry, které odlišují produkt od ostatních srovnatelných potravinářských výrobků uváděných na trh, a zahrnuje například tyto kategorie:



**MASNÉ VÝROBKY**



**MLÉČNÉ VÝROBKY**



**PEKAŘSKÉ VÝROBKY**



**LAHŮDKOVÉ VÝROBKY**



**ČOKOLÁDA, ČOKOLÁDOVÉ BONBÓNY**



### Animal Welfare

Pokud narazíme na oblast, jejíž dosavadní standardy nepovažujeme za dostatečné, vytváříme standardy vlastní, striktnější. Názornou ukázkou může být projekt **PENNY STANDARD ANIMAL WELFARE**, který jsme představili v září 2019. Tím jsme jako první maloobchodní prodejce v České republice v této oblasti nastavili vyšší standardy, než požaduje zákon pro chov skotu a prasat. Tato naše iniciativa získala podporu od Ministerstva zemědělství ČR a její podstatou je spolupráce s vybranými dodavateli a nepřímo i chovateli. Klademe si za cíl zlepšit životní podmínky zvířat, jakož i kvalitu masných výrobků. Podmínky jsou pro dodavatele a zprostředkovaně pak pro jejich chovatele shrnuty v Příručce správné praxe chovu prasat a Příručce správné praxe chovu skotu. Dodržování postupů podléhá kontrole v rámci monitorovacího systému, kdy PENNY Market kontroluje na vlastní náklady plnění vymezených podmínek u dodavatelů, a to dle své vlastní auditní osnovy. V dalších krocích hodláme pracovat na dalším zlepšování životních podmínek zvířat a projekt dále rozšiřovat, mimo jiné i na drůbež.



PENNY nás v roce 2019 oslovilo s nabídkou, zda bychom poskytli odborný dohled nad projektem PENNY STANDARD ANIMAL WELFARE, jehož cílem je spolupráce s dodavateli a chovateli na zlepšení podmínek, v nichž zvířata žijí. Tuto iniciativu vítáme a jsme rádi, že jsme se mohli stát její součástí, protože nám to vytváří možnost aplikovat do praxe nejnovější poznatky o chovu zvířat.

Doc. Josef Kameník, CSc., Fakulta veterinární hygieny a ekologie, Veterinární a farmaceutická univerzita v Brně





## Ocenění našich produktů a služeb

Těší nás, když z našeho přístupu ke kvalitě vzejdou i renomovaná ocenění. V prestižní soutěži Česká chuťovka, kterou podporuje mj. i Ministerstvo zemědělství České republiky a garantem odbornosti je pražská Vysoká škola chemicko-technologická, jsou výrobky privátních značek PENNY pravidelnými účastníky, jejichž úspěšnost v posledních třech letech neustále roste. V roce 2019 získalo **32 z 38 nominovaných produktů** z našich privátních značek ocenění **Česká chuťovka** nebo **Dětská chuťovka**.

Pokud jsou pro nás uznání od odborníků hnacím motorem, pak palivem jsou pro nás bezesporu ocenění od samotných zákazníků či nezávislých spotřebitelských testů, jako je například cena **Volba spotřebitelů**. Tento program již téměř 20 let monitoruje a vyhodnocuje nové inovativní produkty uváděné na český trh rychloobrátkového zboží. Vítězné produkty jsou vybírány na základě průzkumu z reprezentativního vzorku 4 000 respondentů a v roce 2019 získalo opět toto prestižní ocenění 17 produktů privátních značek PENNY, z nichž většina byla z produktových řad Řezníkův talíř a Na Gril. V roce 2020 získalo toto ocenění **53 produktů privátních značek** společnosti.



Produktová řada Řezníkův talíř je pro naše zákazníky dlouhodobě oblíbenou značkou díky své vysoké kvalitě, která je postavena na tradiční chuti, tuzemských dodavatelích a vysokému obsahu masa. V poslední době prošla tato značka významnou změnou s důrazem na minimalizaci aditiv.

Petr Baudyš, Vedoucí oddělení kvality



Co by ale byla kvalita našich produktů bez odpovídajícího prodejního prostředí? Proto dbáme kromě kvality zboží také na vzhled našich prodejen a na úroveň nabízených zákaznických služeb. Naše úsilí bylo v tomto ohledu v roce 2019 odměněno ve 4. ročníku soutěže **Diamantová liga kvality**, když se vítězem v kategorii supermarketů a diskontů stal náš nově otevřený obchod v Pečkách na Kolínsku, který má nyní oprávnění tento titul dva roky používat. **PENNY současně obdrželo prestižní Cenu za vynikající kvalitu** od České společnosti pro jakost. Od roku 2017 získalo ocenění Diamantová liga kvality celkem 14 obchodů PENNY po celé zemi.

## Udržitelné produkty

Námi nabízený sortiment odpovídá naší snaze o intenzivní spolupráci s lokálními a regionálními dodavateli a producenty, kterým pomáháme v růstu i marketingovou podporou a zviditelněním. Společně s nimi vytváříme trvale udržitelné přístupy, jež jsou na českém trhu v těchto kategoriích jedinečné.



## Pečivo

Jako příklad mimořádně úspěšné spolupráce, z níž profitují všichni zúčastnění – zákazník, místní pekař i PENNY, může posloužit křupavé čerstvé pečivo od lokálních pekařů. Devět z deseti produktů, které v PENNY nabízíme v oddělení Pečiva, totiž pochází z Česka a u našich privátních značek je tento podíl téměř 100 %.

V roce 2019 jsme spolupracovali s **více než 50 místními pekárny**, které obsluhují v rámci svého regionu omezený počet prodejen, a to včetně PENNY. Nabídka pečiva se tedy v jednotlivých obchodech naší tuzemské sítě liší, což je v rámci České republiky ojedinělý koncept, který se setkává s velmi příznivou zákaznickou odezvou.

V našich obchodech celkem nabízíme 220 druhů chleba, z toho **více než 40 se vyrábí pro PENNY jako „exkluzivní chléb“**, který není nabízen nikde jinde. Kromě toho nabízíme více než 270 regionálních druhů pečiva pocházejícího od našich místních dodavatelů. Celkový prodej regionálních kusů pečiva v roce 2019 také vzrostl a dosáhl **19 milionů kusů**, což představuje 11 % všech prodejí v kategorii pečiva.





## Maso

Rovněž maso je ve středu naší pozornosti, ať už jde o udržitelnost či kvalitu. České maso tvořilo v roce 2019 v našich prodejnách významný podíl, hovězí maso bylo z 99% české, kuřecí maso ze 75 %, zvěřina dokonce ze 100 %. Naše privátní značka **Dobré Maso** pochází výhradně od českých farmářů a maso nakupujeme pouze od českých osvědčených dodavatelů, kteří jsou držiteli příslušných certifikátů kvality. Také sezónní výrobky prodávané pod privátními značkami Zabíjačka nebo Na grill pocházejí převážně z českého masa. V září 2019 jsme také do našeho sortimentu uvedli 14 produktů splňujících **PENNY STANDARD ANIMAL WELFARE**, což nás v úsilí o dobré životní podmínky zvířat v České republice řadí na přední místo.



## Vejce

Za názornou ukázkou našeho přístupu k důstojným podmínkám chovu drůbeže, nám může posloužit i naše aktivita v ukončení prodeje vajec od slepic z klecových chovů, a to nejpozději **do konce roku 2023**, což je o rok dříve, než byl náš původní závazek. A ani v tomto případě nejde jen o dobrý pocit, či gesto, protože vejce, která si zákazník v PENNY koupí, jsou díky tomu také celkově kvalitnější.

## Ovoce a zelenina

Naše filozofie podpory regionality se samozřejmě dotýká také produktů ze segmentu ovoce a zeleniny, u nichž je kromě místního původu důležitá také sezónnost. V roce 2019 jsme nabídli až **50 sezónních produktů od 17 českých farmářů**, přičemž tyto produkty byly vždy pěstovány na místě vzdáleném do 100 km od skladu a dodány nejpozději 24 hodin po sklizni do našich prodejen. Mezi takové nabízené sezónní produkty patřily například třešně, jahody, švestky, meruňky, paprika či kukuřice. Z celoročně nabízených produktů jmenujme třeba rajčata, žampiony nebo hlívy ústříčné.



## Neobyčejné kousky

Poměrně značné množství čerstvého ovoce a zeleniny supermarkety v České republice odmítají, protože nespĺňují vizuální standardy. Jinými slovy, jsou „ošklivé“. PENNY má k problematice plýtvání potravinami odlišný přístup, a tak se v srpnu 2016 stalo prvním maloobchodním řetězcem, který zavedl kategorii produktů s názvem Neobyčejné kousky. Položky v této kategorii se prodávají zhruba o 10 % levněji a PENNY takto, i díky pochopení svých zákazníků, zabraňuje zbytečnému vyhození nestandardně vypadajících kousků ovoce a zeleniny. V roce 2019 jsme v této kategorii produktů nabízeli tyto druhy ovoce a zeleniny: jablka, hrušky, brambory, cibuli, český česnek, mrkev a bílé papriky. V roce 2019 prodalo PENNY celkem 2 263 tun nestandardně vypadajícího ovoce a zeleniny pocházející od pěti místních dodavatelů v hodnotě téměř 54 milionů korun. Ušetřili jsme 1 257 tun ovoce a 1 006 tun zeleniny, které by jinak byly vyhozeny.





## Nápoje

Pokud je v České republice řeč o nápojích, každý si hned vzpomene na české pivo, jehož konzumace by se dala označit snad i za součást našeho kulturního dědictví. Značka PENNY si uvědomuje, jak je kvalitní zlatavý mok důležitý pro její zákazníky, a tak v roce 2019 spolupracovala s **25 regionálními pivovary**, které v rámci sítě obchodů PENNY prodaly přes 15,2 milionu litrů svého piva. Je to značné množství, neboť podíl regionálního piva na celkových tržbách v kategorii pivních výrobků tímto dosáhl 12 %.

Na poptávku po kvalitním pivu reagovalo PENNY již v roce 1997 **vlastní řadou piv Staročech**. Toto tradiční české pivo se vaří v Pivovaru Nymburk a vyniká jemnou chutí, díky které se mu dostalo také prestižních ocenění i v mezinárodním měřítku. Za všechny jmenujme třeba **Stříbrnou pivní pečeť 2020** v kategorii polotmavých piv na 30. mezinárodním pivním festivalu v Českých Budějovicích, který se uskutečnil na konci února 2020 a 1. místo v kategorii polotmavých piv v odborné degustaci piv 2019 Žatecká Dočesná na 62. Žateckých slavnostech chmele. Kromě alkoholických piv obsahuje řada Staročech také nealkoholickou variantu.



Pivo však není jedinou tradiční součástí naší gastronomie. Stejně nezastupitelné místo má i kvalitní víno. Proto PENNY spolupracuje se sdružením Nezávislí vinaři, jehož součástí jsou menší vinařské rodiny z Jižní Moravy, pro které jsou tradice, kvalita a originální původ již po generace tím nejdůležitějším. Nezávislí vinaři používají při výrobě vína výhradně hrozny z vlastních vinic, většinou sklizené ručně a maximálně se vyhýbají chemickému ošetření. Také plnění do lahví probíhá v jejich vlastní režii. V roce 2019 jsme spolupracovali s **15 nezávislými vinaři** a prodali jsme téměř 60 000 litrů regionálních vín. Ve srovnání s rokem 2018 se jednalo o meziroční nárůst o více než 45 %, což je jasný důkaz, že zákazníci tento přístup vítají.



## Reagujeme na výživové trendy



Zřetelně vnímáme vývoj výživových trendů. Stále více lidí věnuje pozornost svému zdraví, a tedy i tomu, jaké potraviny konzumuje. Zákazníci v tomto ohledu maximálně podporujeme a přizpůsobujeme jim nabídku, která se stále rozšiřuje o další výrobky, jež splňují přísnější kritéria pro získání označení BIO.

Marek Doležal, Vedoucí oddělení nákupu, PENNY Market



Kromě kvality potravin také pečlivě sledujeme aktuální výživové trendy, jež jsou rovněž součástí dlouhodobé udržitelnosti. Je zřejmé, že roste počet zákazníků se zájmem o výrobky speciální stravy (bez lepku či laktózy), ekologické produkty či bioprodukty, ať už z důvodu nutných dietních omezení či naopak jako součást zdravého životního stylu. V roce 2019 jsme prodávali 26 výrobků bez lepku a 9 bez laktózy, k tomu pak ještě celou řadu výrobků s označením bioprodukt.

### Český chléb z cvrčků

Jednou z našich hodnot je i odvaha jít po nevyšlapané cestě. Důkaz, že se skutečně nebojíme vydat se do neprobádaných maloobchodních končin, můžeme předložit v podobě speciálního chleba od českého výrobce, který k jeho výrobě využívá 10 % mouky z cvrčků, a který PENNY jako první maloobchodník v Česku zařadilo již v roce 2018 do prodeje. Sortiment jsme rozšířili také o fitness tyčinky vyrobené ze stejné mouky. Důvod? Hmyz je totiž považován **za proteinový zdroj budoucnosti**, kterou tak mají zákazníci v PENNY doslova na dosah ruky.



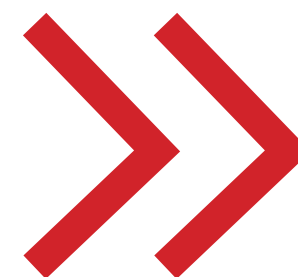
# ENERGIE A ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ



Odpovědné nakládání se zdroji a změna klimatu jsou dvě z největších výzev, kterým dnes globálně čelíme. Jsme si vědomi své vlastní odpovědnosti a chápeme, že patříme jak mezi příčiny, tak mezi oběti změny klimatu. Velká část celosvětových emisí CO<sub>2</sub> totiž vzniká při výrobě a spotřebě produktů, poskytování služeb a s tím související dopravě. Proto **vytrvale usilujeme o snížení emisí oxidů uhlíku zavedením účinných opatření energetické úspory** ve všech našich prodejnách, logistických centrech i centrále.

## Spotřeba energie

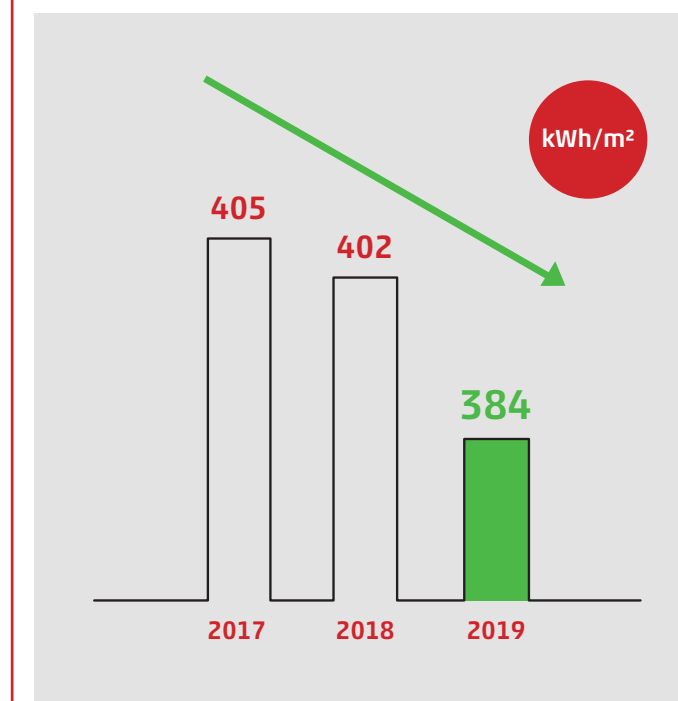
Spotřebu energie v PENNY neustále monitorujeme, hledáme potenciál k energetickým úsporám a rychle zavádíme efektivní opatření vedoucí ke snížení naší celkové spotřeby energie, která v roce 2019 dosáhla 158 278 677 kWh. Ve srovnání s rokem 2017 se jedná o **pokles o 6 %** a v případě specifické spotřeby energie jsme v tomto období dosáhli **snížení přibližně o 5 %**.



### Zelená energie

Během posledních tří let se nám **daří postupně snižovat naši celkovou spotřebu elektřiny**, zároveň **roste podíl energie z obnovitelných zdrojů** – z méně než 23 % v roce 2017 na více než 25 % v roce 2018. Vloni jsme také zprovoznili první fotovoltaickou elektrárnu a v dalších letech plánujeme pokračovat s dalšími instalacemi, a to jak v rámci prodejn sítě, tak na logistických centrech. **V roce 2019 jsme také přešli na zelenou energii**, díky čemuž se **snížila naše celková uhlíková stopa o 50 %**.

### Specifická spotřeba energie



### Snížení spotřeby

Elektřina má v našich prodejnách zhruba 70% podíl na spotřebě energií a nejvíce ji ovlivňují dva majoritní faktory – osvětlení a klimatizace. Neustále se snažíme dosahovat úspor, což dokládá i fakt, že během tří let od roku 2017 do roku 2019 se spotřeba snížila o 679 840 kWh. To odpovídá roční spotřebě praček v téměř tří tisícovce domácností.

Stejně tak snižujeme i spotřebu zemního plynu, která mezi lety 2017 a 2019 klesla o 20 %. V neposlední řadě se zaměřujeme i na snižování energie spotřebované **dálkovým vytápěním**, kde jsme v letech 2018 až 2019 dosáhli **téměř 8 % snížení**. Jedná se o takové množství, které by uspokojilo roční poptávku po teple 75 průměrných domácností. Energetické úspory nacházíme také v našich logistických centrech a na centrále, kde se nám během tří let podařilo **snížit celkovou spotřebu energie o téměř 6 %**.



## Energetická efektivita a ochrana klimatu

V našich energetických aktivitách a ochraně klimatu se koncentrujeme na **dva hlavní cíle**, kterými jsou **snížení spotřeby energie o 9,3 %** do roku 2022 (referenční rok 2012) a **snížení emisí CO<sub>2</sub> o 23 %** do roku 2022 (referenční rok 2012).

První kroky k naplnění těchto cílů jsme učinili již v roce 2015 a od roku 2017 PENNY spustilo sofistikovaný systém řízení energie. To, že se naše úsilí vyplácí, dokazuje skutečnost, že PENNY, jako jeden z prvních maloobchodníků v České republice, získalo už v roce 2017 prestižní certifikaci ISO 50 001. Do projektů souvisejících s energetickým managementem investovalo PENNY **v roce 2019 více než 158 milionů korun**.

V roce 2019 jsme v našich prodejnách provedli následující opatření v oblasti energetické účinnosti, v jejichž implementaci a rozšiřování budeme pokračovat i v budoucím období. Jedná se o instalaci nového zařízení, nebo výměnu za energeticky efektivnější řešení.

### Opatření v oblasti energetické účinnosti provedená v roce 2019 (počet prodejen)



**91**

**LED OSVĚTLENÍ**



**70**

**VÝMĚNA MRAZICÍCH VAN (320 KS)**



**30**

**VÝMĚNA CHLADICÍHO SYSTÉMU**



**26**

**VÝMĚNA KOTLE**



**3**

**INSTALACE DVEŘÍ NA CHLADICÍ BOXY**



**2**

**VÝMĚNA CHLADICÍHO BOXU V ZÁZEMÍ**



**2**

**NABÍJECÍ STANICE PRO ELEKTROMOBILY**



**1**

**TEPELNÉ ČERPADLO**



### Úsporná opatření

LED osvětlení jsme implementovali již do 90 % našich prodejen, ročně instalujeme 300 nových chladicích boxů. Údaje ze všech našich provozoven, které prošly úpravou energetické efektivity, ukazují, že **ročně ušetříme 44 767 MWh elektřiny**, což přibližně odpovídá roční spotřebě elektřiny 365 třípokojových bytů. **Roční úspora jedné prodejny činí 75 MWh**. Každý z našich více než 5800 zaměstnanců také od roku 2019 absolvoval odpovídající školení o energetické efektivitě.



### Podpora elektromobility

Aktivně usilujeme také o splnění emisních cílů Evropské unie vedoucích ke klimatické neutralitě, jejichž součástí je i podpora elektromobility. Ve spolupráci s Pražskou energetikou a.s. jsme v roce 2019 vybavili naši prodejní síť **dvěma novými nabíjecími stanicemi pro elektromobily** a naším cílem je výstavba dalších 50 dobíjecích stanic, jež vzniknou i ze spolupráce se společností E.ON do roku 2021.



Prodejna v Pečkách na Kolínsku je naší nejmodernější prodejnou a splňuje i nejpřísnější standardy v efektivitě a energetické hospodárnosti. Cílem pravidelné modernizace našich prodejen je snížit jejich dopad na životní prostředí, v čemž nám velmi pomáhá účinná digitalizace monitorovacích energetických systémů

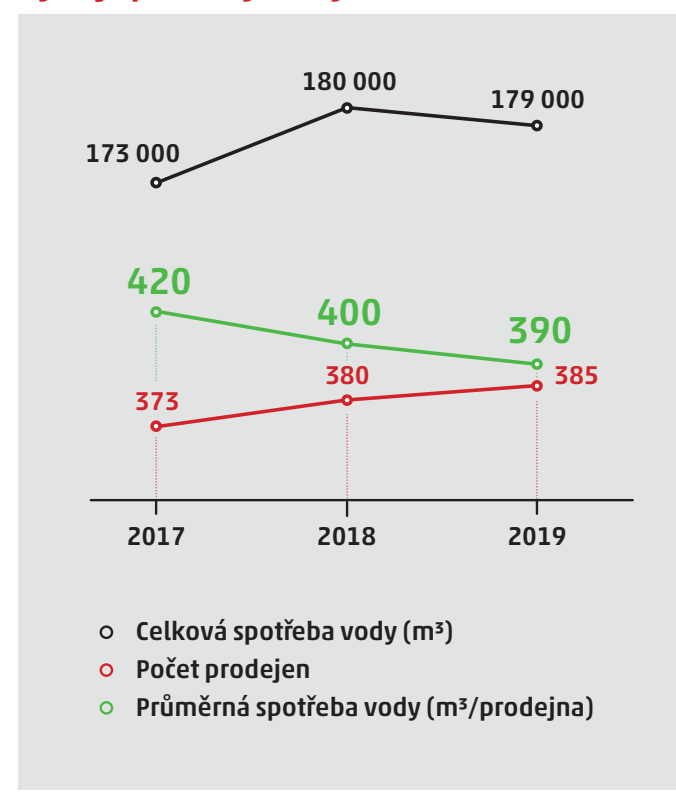
Václav Šíma, Vedoucí stavebního oddělení, PENNY Market



## Ochrana a zachování zdrojů

V PENNY si uvědomujeme, že přírodní zdroje jsou nenahraditelné a jsou tím nejcennějším, co má lidstvo k dispozici. Jednou z vážně ohrožených komodit je voda, s jejímž nedostatkem se na řadě míst Česka potýkáme již dnes. Zavádíme proto celou řadu opatření, které mají za cíl maximální šetření tohoto cenného přírodního zdroje. Reálným příkladem je náš **sklad v Dobřanech, ve kterém jsme zavedli nové technologie pro úpravu vody pro chlazení**. Dosáhli jsme tak menšího odpařování a zvýšili rychlost oběhu použité vody, což nám umožnilo **ušetřit 5 500 m<sup>3</sup> vody**, což zhruba odpovídá průměrné denní spotřebě vody více než 20 000 domácností.

### Vývoj spotřeby vody



### Recyklace

Významné úsilí vyvíjíme také v oblasti recyklace a změny trendů podle principů cirkulární ekonomiky, jež má za cíl dosažení uzavřeného koloběhu toku materiálů s cílem jejich opětovného použití. V našich logistických centrech jsme **v roce 2019 recyklovali 17 908 tun kartonu, 1 070 tun plastové fólie a 408 tun dřeva**.

### Monitoring

Abychom zajistili optimální nakládání s energiemi a zdroji, využíváme pro naše prodejny a sklady **inteligentní monitorovací systém**, který efektivně reaguje na všechny vlivy, například okolní teplotu.

### Digitalizace

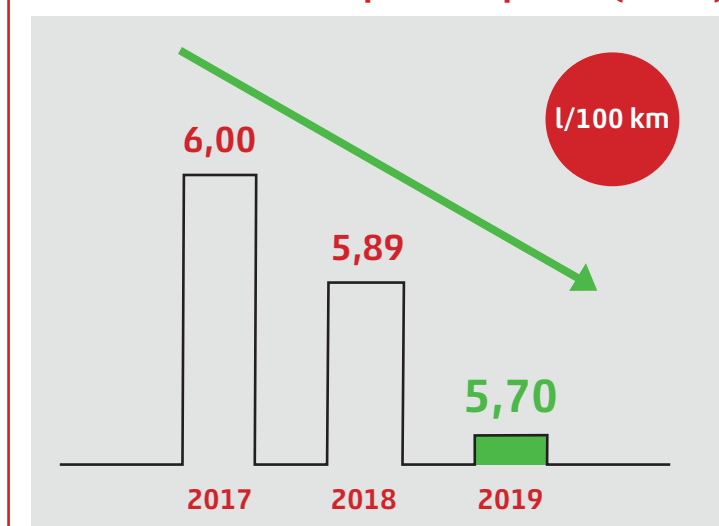
K ochraně zdrojů přispívá také digitalizace, která nám pomáhá při vývoji bezpapírových řešení pro naše činnosti. Za náš přístup k digitalizaci jsme v rámci Retail Summitu 2020 **získali cenu Digital Retailer Award**.

## Logistika ohleduplná k životnímu prostředí

### Flotilová spotřeba

Od roku 2014 snižujeme průměrnou flotilovou spotřebu paliva, a to z tehdejší hodnoty 7,27 l/100 km na hodnotu **5,7 l/100 km v roce 2019**. Naše flotila, tvořená z 99 % českými vozy, zahrnovala v roce 2019 celkem 317 vozidel, z nichž 270 bylo poháněno moderními turbodieselovými motory, **46 jich využívalo zemní plyn CNG a jeden vůz byl čistě elektrický**.

### Průměrná flotilová spotřeba paliva (nafta)



**317**  
vozidel celkem

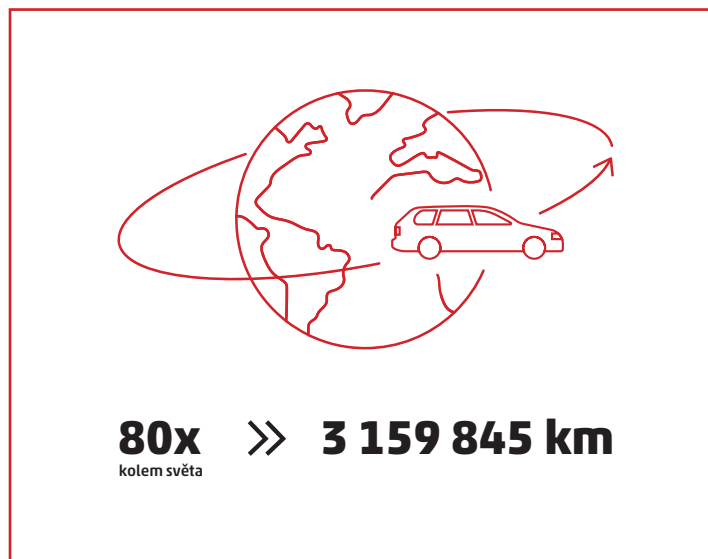
**270** moderní turbodieselové motory  
**46** zemní plyn CNG  
**1** elektrický pohon



## CNG pohon

Vozidla s pohonem na **CNG**, která produkují až o čtvrtinu méně emisí CO<sub>2</sub> ve srovnání s benzinovými automobily, využíváme v PENNY již od roku 2015. Od té doby jsme s nimi najeli 3 159 845 km, což je vzdálenost odpovídající téměř 80 cestám kolem světa.

Dalším krokem je v roce 2020 otestování dvou kamionů s pohonem na CNG.



## Palety

Do oblasti udržitelné logistiky řadíme také efektivní nakládání s paletami. Proto jsme se spojili s odborníkem na dodavatelské řetězce CHEP a **aplikovali jsme projekt palet s opakovaným použitím**. Díky tomu jsme v roce 2019 **ušetřili 34 tun odpadu a 128 tun dřeva** a celkově jsme **snížili množství CO<sub>2</sub> vypuštěných do atmosféry o 318 tun**.



## Obaly

Obaly jsou dnes běžnou součástí našich životů a jsou všude kolem nás. A právě to představuje velký problém. Většina obalů se totiž po použití vyhodí, čímž lidské činnosti zatěžují životní prostředí tunami odpadu. Proto v PENNY **velmi pečlivě sledujeme, jak jsou naše výrobky baleny**, a neustále **pracujeme na snížení množství potřebných obalů**, a to i zvyšováním povědomí u našich zákazníků.

Aktivně omezuje množství dovážených obalů do České republiky. Celkový objem obalů dovezených do PENNY se nám podařilo snížit z 8 869 tun v roce 2018 na **8 102 tun v roce 2019 (-767 tun)**. Nejúspěšnější jsme byli při redukci dovážených obalů z lepenky, papíru a měkkých plastů.

Samozřejmě jsme si plně vědomi toho, že zvolená řešení pro balení výrobků musí splňovat veškeré požadavky na ochranu produktu, jeho kvality či trvanlivosti. Každé naše řešení proto musí najít správnou rovnováhu mezi „materiálovou svobodou“ a odpovědností. PENNY v této oblasti následuje ambiciózní strategii REWE Group, která chce **do konce roku 2030 učinit 100 % obalů privátních značek šetrnější k životnímu prostředí**. V roce 2019 jsme například uvedli nové papírové obaly na paštiku v našich produktových řadách Řezníkův talíř a Karlova koruna, díky čemuž **ročně ušetříme 3 500 kg plastů**.



### Osvědčení o úspoře emisí 2019

PENNY se aktivně podílí na systému třídění a recyklace obalových odpadů EKO-KOM. I díky našemu příspěvku je tak český systém třídění odpadů jedním z nejúspěšnějších a nejefektivnějších v Evropě! V roce 2019 byl zajištěn zpětný odběr a recyklace 6 405 tun obalových odpadů. Tyto odpady naplnily 3 392 svozových automobilů, což je ale mnohem důležitější je náš podíl na celkovém snížení produkce skleníkových plynů, který v roce 2019 činil ekvivalent 7 270 tun CO<sub>2</sub> a tak bylo uspořeno 170 010 GJ energie. To odpovídá emisím CO<sub>2</sub> vyprodukovaných 3 417 osobními automobily střední třídy za rok jejich provozu. Námi uspořená energie také představuje 330 dnů spotřeby elektrické energie na veřejné osvětlení v Praze.



## Tašky a sáčky pro opakované použití

Jedním ze skutečně účinných způsobů, jak omezit zátěž životního prostředí nadměrným množstvím plastů, je používání sáčků a tašek, které lze použít opakovaně. **PENNY bylo prvním řetězcem v Česku, který začal nabízet sáčky na ovoce a zeleninu pro opakované použití.** Aktivně jsme také informovali naše zákazníky o ohleduplnějších způsobech přenosu jejich nákupu a **od ledna 2019 jsme proto do žádné z našich prodejen nedodali žádnou jednorázovou plastovou tašku.** Zákazníci PENNY mají nyní k dispozici tašky z **alternativních materiálů** a naší společnou snahou je, aby zákazníci **používali tašky opakovaně.** Tyto materiály jsme vybrali na základě nezávislé studie provedené Fakultou technologie ochrany prostředí Vysoké školy chemicko-technologická v Praze, která provedla analýzu životního cyklu (Life Cycle Assessment - LCA), jež komplexně zvažovala dopad spotřebitelských tašek na životní prostředí. Vědci vzali v úvahu všechny materiálové a energetické toky včetně dopravy, které předcházejí tomu, že se taška dostane do rukou koncového zákazníka.

O smysluplnosti tohoto kroku svědčí i objektivní data. V letech 2017 až 2019 jsme **snížili celkové množství prodaných tašek o více než 40 %** a zároveň rapidně narostl podíl opakovaně použitelných tašek z 1 % v roce 2017 na **téměř 30 % v roce 2019.** Ročně tak **ušetříme až 700 tun plastu.**

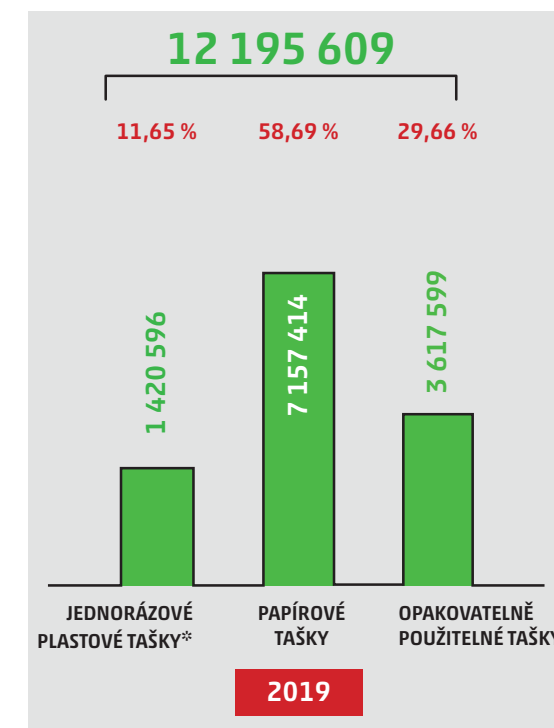
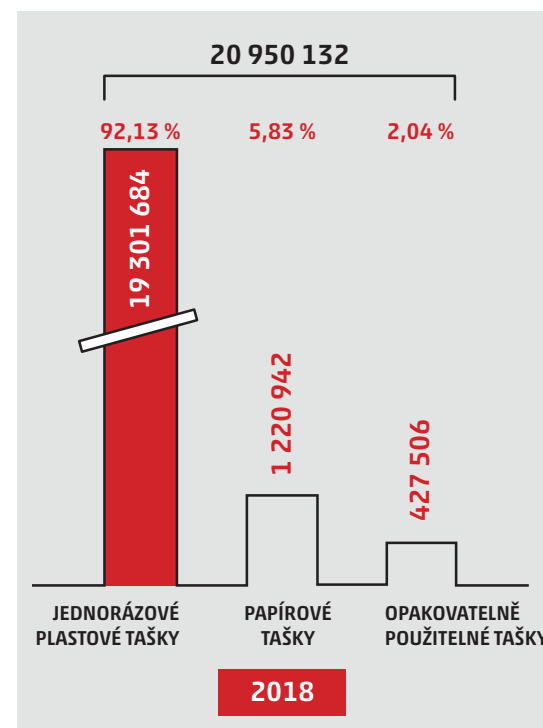
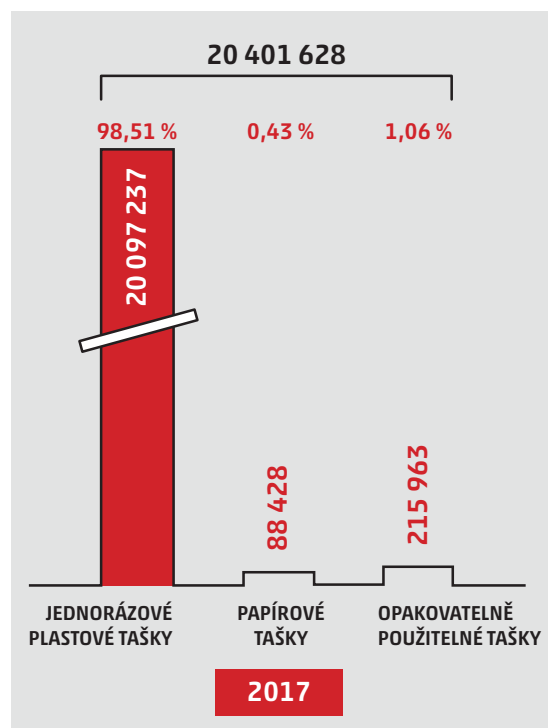


Pro řádné uplatňování LCA v praxi je nesmírně důležitá spolupráce mezi akademickou obcí a obchodem. Proto vítáme rozhodnutí společnosti PENNY zahrnout závěr naší studie do své zprávy, což rozhodně zvyšuje význam a hodnotu celého projektu.

Doc. Vladimír Kočí, CSc., děkan Fakulty environmentální techniky Vysoké školy strojní a technologické v Praze



### Typy tašek prodaných zákazníkům



\*doprodej starých zásob



# ZAMĚŠTNANCI



Naši zákazníci i všichni zaměstnanci jsou pro nás klíčoví. Naši zaměstnanci na prodejnách jsou v „první linii“ kontaktu se zákazníkem, mají také přímý vliv na spoluvytváření obrazu naší společnosti. Zaměstnancům nabízíme zázemí stabilní společnosti, která na našem trhu neustále roste, a jako zaměstnavatel jsme jim nablízku, a to nejen díky husté síti našich prodejen, ale také prostřednictvím přímé podpory jejich karierního růstu a potřeb. Na trhu práce se snažíme oslovit kvalifikované, produktivní a motivované kandidáty širokého věkového spektra, kterým nabízíme spravedlivé a bezpečné pracovní podmínky, rovné příležitosti, vzdělávací a školicí programy, širokou škálu benefitů a v neposlední řadě také respekt ke každému z nich.

## Počet a struktura zaměstnanců

V roce 2019 pracovalo v PENNY více než 5 800 zaměstnanců a jejich počet na prodejnách a v logistických centrech od roku 2017 neustále roste. Většina zaměstnanců pracujících v našich prodejnách jsou ženy a v logistických centrech muži. V centrále je poměr mezi muži a ženami vyrovnanější.



V PENNY ctíme férový přístup k našim zaměstnancům, ke kterým jsme za všech okolností zcela otevření a transparentní. Víme, že k pohodové atmosféře v týmu je nezbytné i příjemné a vstřícné pracovní prostředí a pestrá nabídka benefitů. Proto se také neustále zabýváme i zlepšováním a rozšiřováním těchto nefinančních výhod.

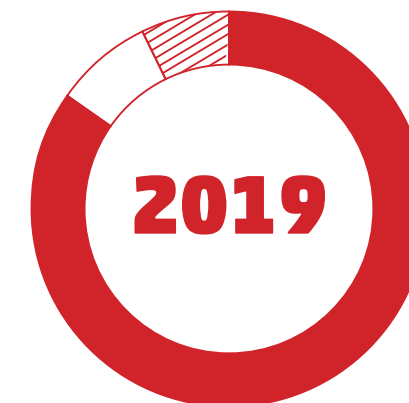
Petr Šrámek, Vedoucí oddělení lidských zdrojů, PENNY Market

### Počet zaměstnanců PENNY Market

## 2017

**CELKEM 5466**

■ Prodejny	<b>4617</b>
□ Logistická centra	<b>452</b>
▨ Centrála	<b>397</b>



## 2019

## 2018

**CELKEM 5726**

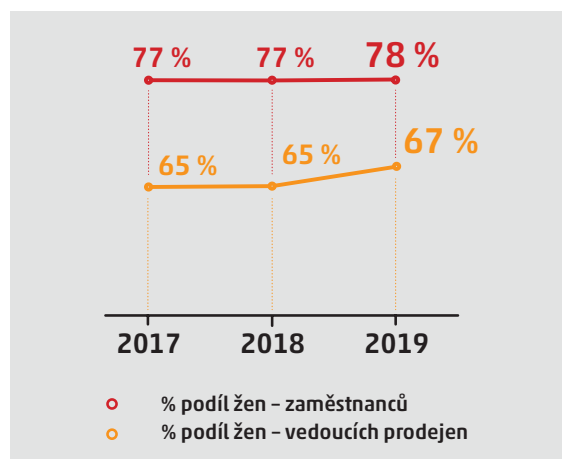
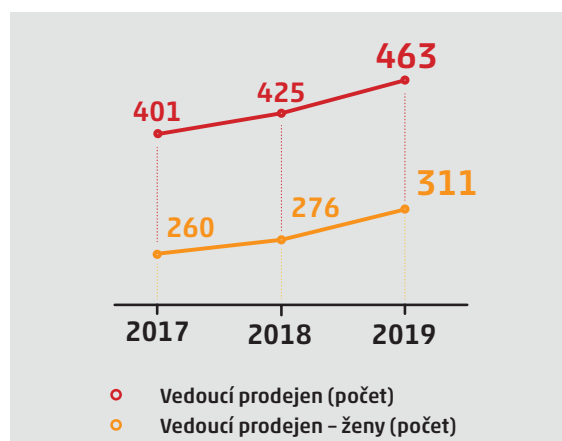
■ Prodejny	<b>4847</b>
□ Logistická centra	<b>458</b>
▨ Centrála	<b>421</b>

## CELKEM 5811

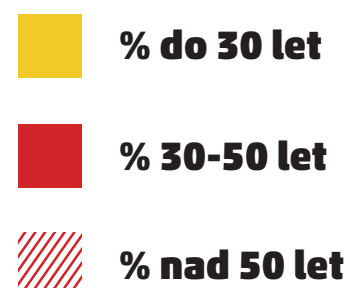
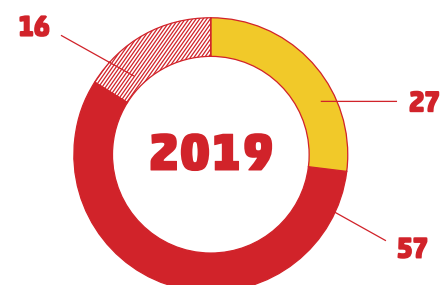
■ Prodejny	<b>4936</b>
□ Logistická centra	<b>460</b>
▨ Centrála	<b>415</b>



## Struktura dle pohlaví



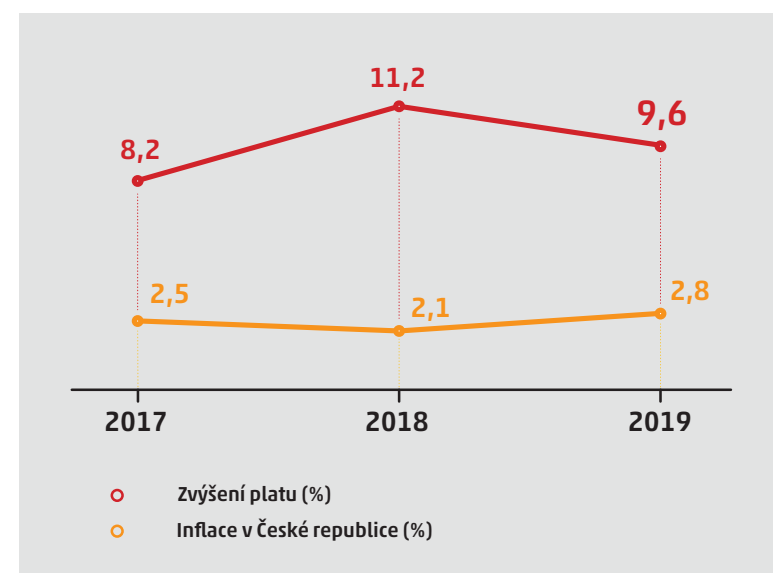
## Věková struktura



## Odměňování zaměstnanců

V souladu s našimi zásadami rovného a spravedlivého přístupu zveřejňujeme reálné mzdy našich zaměstnanců, které nejsou zkresleny nejružnějšími příplatky. Mzdy v PENNY jsou nad průměrem českého maloobchodu. Nástupní mzda v našich obchodech je minimálně 24 000 Kč na plný úvazek a zkušení pokladní si mohou vydělat 30 000 Kč základní mzdy. Od roku 2017 do března 2020 došlo v PENNY celkem **šestkrát ke zvýšení platů** a **v letech 2017-2019 byl tento nárůst výrazně nad tuzemskou mírou inflace**. Například u pokladních činil celkový nárůst 7 500 Kč.

## Zvýšení platů na prodejnách v porovnání s inflací v České republice



## Ostatní benefity

Zaměstnancům jsou v rámci benefitů poskytovány stravenky za každý odpracovaný den. Dále mají plošné benefity, jakými jsou týden dodatečné dovolené nebo jazykové vzdělávání a mohou si volit různé formy dalších atraktivních benefitů v rámci cafeteria systému. Zaměstnanci PENNY mají k dispozici také **systematické programy vzdělávání a rozvoje**, které jim pomohou získat rychlý přehled o tom, jak celé PENNY funguje. Velký důraz klademe i na možnost skloubení práce a rodinného života, kdy umožňujeme zaměstnávání na zkrácené úvazky. **PENNY je díky husté síti obchodů i v malých příměstských oblastech vnímáno jako blízký zaměstnavatel „za rohem“, který přispívá ke stabilní zaměstnanosti a regionálnímu rozvoji.** Péče o zaměstnance přináší viditelné výsledky také ve snižující se fluktuaci, která klesla od roku 2017 o 15 %. Součástí péče o zaměstnance je i snaha o jejich maximální bezpečnost. V roce 2019 došlo na pracovištích společnosti PENNY celkem k 147 úrazům, jejichž léčba trvala déle než 3 dny. Zajišťujeme také preventivní aktivity. Od roku 2013 pořádáme **Den zdraví**, během kterého mohou naši kolegové absolvovat řadu lékařských vyšetření či odborných přednášek.



V PENNY pracuji od října 2008 a za téměř 12 let jsem postupně prošla několika pozicemi. Poslední změnou bylo moje povýšení ze zástupkyně vedoucího prodejny na vedoucí prodejny. Během mé kariéry jsem ze strany PENNY vždy cítila maximální podporu k dalšímu profesnímu růstu a jsem velmi ráda, že má tuto příležitost každý zaměstnanec, který se k tomu rozhodne. To je to, co si představuji pod pojmem rovné „příležitosti“.

Elena Hoffmannová, Vedoucí prodejny v Českých Budějovicích, PENNY Market





# SOCIÁLNÍ ANGAŽOVANOST



Hned od vstupu na český trh si PENNY začalo budovat pevné vazby jak s místními „sousedskými“ komunitními aktivitami, tak celonárodními iniciativami. V našem snažení akcentujeme zejména potřebu zodpovědného zacházení s přírodními a sociálními zdroji. Proto se zaměřujeme na prevenci plýtvání a odpovědné zacházení s potravinami. PENNY tyto otázky strategicky řeší prostřednictvím vlastních kampaní, jako jsou Konec plýtvání a Dost bylo plastů. Naše iniciativy zaměřujeme na celé zákaznické spektrum, a to včetně seniorů, kteří tvoří podstatnou část našich zákazníků.

## Prevence plýtvání potravinami

Lidsky i profesně nás znepokojuje, že se každý rok v EU vyprodukuje 88 milionů tun potravinového odpadu. Toto plýtvání odpovídá zhruba 20 % potravin vyrobených v EU, a při započtení souvisejících nákladů se odhady škod šplhají až k 143 miliardám EUR. Na druhou stranu žije v EU odhadem až 36 milionů lidí, kteří si každý den nemohou dovolit odpovídající stravu.

PENNY proto zahájilo **úzkou spolupráci s potravinovými bankami**, kterým naše tuzemské prodejny darují neprodané jídlo, a **od června 2018 se na tomto projektu podílejí všechny prodejny PENNY**. Do programu jsou zařazeny například potravinářské výrobky, jejichž obal je deformovaný, avšak potravina je z hlediska kvality v pořádku. Mezi darované výrobky tak patří zejména polévky, rýže a luštěniny, těstoviny, kojenecká výživa, konzervované potraviny a mléko. Shromážděné zboží je následně distribuováno potřebným, například svobodným matkám, rodinám s nízkými příjmy a dětským domovům.

Nad rámec zákonných požadavků na darování potravin **od června 2018 poskytujeme potravinovým bankám zdarma sklad s kapacitou pro více než 700 tun potravin**. Jedná se o podporu v hodnotě více než 11 milionů korun. Od té doby se toto logistické centrum v Modleticích u Prahy stalo národním logistickým centrem České federace potravinových bank.



2017		18,5 tun
2018		43,5 tun
2019		57,5 tun



Jsem velmi ráda, že PENNY poskytuje potravinovým bankám tak významnou podporu, což vnímám i jako důkaz skutečné sociální odpovědnosti a empatie. PENNY přispívá k provozu České federace potravinových bank zejména tím, že nám zdarma poskytuje logistické centrum. Bez tohoto skladu si náš provoz nedokážu vůbec představit a jsem ráda, že nás jeho existence staví na úroveň srovnatelnou s potravinovými bankami v zahraničí.

Veronika Láčová, ředitelka České federace potravinových bank



## Celonárodní sbírky

PENNY se také pravidelně zapojuje do **celonárodní Sbírký potravin**, během které mohou zákazníci nakupovat ve vybraných obchodech PENNY produkty s dlouhou trvanlivostí a darovat je prostřednictvím dobrovolníků potravinovým bankám. V roce 2019 takto přispěli naši zákazníci v 60 vybraných prodejnách PENNY **více než 50 tunami potravin a 5 tunami drogistického zboží.**



<b>SBÍRKY POTRAVIN OD ZÁKAZNÍKŮ</b>	<b>Podzimní sbírka 2018</b>	<b>Jarní sbírka 2019</b>	<b>Podzimní sbírka 2019</b>
<b>Potraviny</b> 	<b>19 854</b>	<b>25 331</b>	<b>29 637</b>
<b>Porce jídla</b> 	<b>39 709</b>	<b>50 000</b>	<b>60 000</b>
<b>Drogerie</b> 	<b>2 206</b>	<b>2 815</b>	<b>3 293</b>

## Konec plýtvání

Do koncepčního boje proti plýtvání potravinami se PENNY zapojilo již v roce 2018 a od té doby je jedním z lídrů aktivně propagujících tuto problematiku. Naši zákazníci a jejich nákupní chování a zvyky jsou zásadní součástí celého procesu, a tak jsme spustili systematickou kampaň Konec plýtvání, jejímž cílem je informovat zákazníky o tom, jak zpracovat jídlo co nejefektivnějším způsobem.

Tato iniciativa těží zejména z receptů, které vytvořil **gastronomický nadšenec Martin Škoda**, a ke kterým mají zákazníci přístup přes specializovaný web **www.konecplytvani.cz** nebo sociální sítě. Praktické tipy a recepty byly veřejnosti prezentovány také prostřednictvím největšího streamingového serveru v České republice (stream.cz) a během televizních pořadů (např. Snídaně s Novou). Naším zákazníkům bylo takto představeno přibližně 40 videí v celkové délce více než 200 minut. >>>



## Projekty sociální angažovanosti

Podpora smysluplných projektů neziskových organizací je pro nás v PENNY samozřejmostí, a to už po dlouhou dobu. Uvědomujeme si záslužnost a výraznou přidanou společenskou hodnotu, kterou tyto iniciativy vytvářejí, a proto jsme rádi jejich součástí. Z tohoto důvodu sponzorujeme provozní náklady logistického centra v Modleticích pro **Českou federaci potravinových bank** v hodnotě více než 2,5 milionu Kč ročně a v roce 2019 jsme darovali dalších téměř 700 000 Kč vybraným **nevládním neziskovým organizacím**. Zaměřujeme se také na podporu starších lidí a seniorů, kterých v Česku žije více než 2,5 milionu. V posledních letech proto pomáháme **nadaci Krása pomoci**, jež naplňuje svou vizi spokojených seniorů, kteří vedou kvalitní a důstojný život v domácím prostředí. Abychom tomuto závazku pomohli, věnovali jsme v roce 2019 této nadaci téměř 640 000 Kč a náš kumulativní příspěvek za poslední dva roky činí více než 1,75 milionu Kč. Finanční podpora byla získána mimo jiné z prodeje produktů Karlova koruna darováním 0,5 Kč za každou prodanou položku v období od 30. září do 13. října 2019.

Při příležitosti znovuotevření prodejen PENNY v Plzni v lednu 2019 jsme darovali 50 000 Kč místní charitativní organizaci poskytující péči o seniory a v květnu 2019 darovalo PENNY 100 000 Kč Psychiatrické nemocnici v Praze-Bohnicích.





” PENNY vnímá pomoc ostatním nikoli jako povinnost, ale jako naprostou samozřejmost. Vždy se snažíme rychle a nezištně podat pomocnou ruku adresným a konkrétním způsobem a máme na paměti, že je v české společnosti stále celá řada lidí, kteří se ocitli v těžké životní situaci, a to velmi často ne vlastní vinou.

Tomáš Kubík, Vedoucí komunikace, PENNY Market

PENNY si uvědomuje svoji společenskou odpovědnost také díky nejvyššímu počtu prodejen z maloobchodních řetězců v Česku. K aktivnímu zapojení do realizace sociálních nebo environmentálních změn proto motivujeme i naše zaměstnance a podporujeme jejich úsilí při získávání finančních prostředků pro dobrou věc. V roce 2019 participovali zaměstnanci PENNY na různých projektech vlastními finančními prostředky v celkové výši téměř 250 000 Kč. Každoročně také vybíráme na základě průzkumu mezi zaměstnanci neziskové organizace, které odpovídajícím způsobem podpoříme.



## Uklidíme Česko

Nejen naše zaměstnance, ale i širokou veřejnost podporujeme v dobrovolnických aktivitách. Stali jsme se oficiálním partnerem tradiční akce **Uklidíme Česko**, která se koná pravidelně jako součást celosvětového **World Cleanup Day**. V rámci podzimní části akce konané 21. září 2019 poskytlo PENNY zázemí jejím účastníkům na svých prodejnách v Praze, Brně, Ostravě a Novém Bydžově, kde **130 dobrovolníků** z řad zaměstnanců i zákazníků **shromáždilo více než 2,5 tuny odpadu**. Za jediný den bylo díky této akci z české krajiny celkově odstraněno na 120 tun odpadu.



## Povědomí spotřebitelů a vzdělávání o složení potravin

Do oblasti sociální angažovanosti řadíme i naše aktivity týkající se informovanosti a vzdělávání zákazníků, kterým tak pomáháme činit lepší spotřebitelská rozhodnutí. Soustředíme se hlavně na ty, kteří musí, zejména ze zdravotních důvodů, věnovat velkou pozornost složení produktů. Právě jim je určena aplikace pro chytré telefony **Fér potravina**, jež je k dispozici volně ke stažení na Google Play i v App Store, a která umožňuje zákazníkům získat ihned po naskenování čárového kódu veškeré potřebné informace.





# REAKCE NA NÁKAZU COVID-19



Pandemie COVID-19, které čelíme od prvního potvrzeného případu v České republice dne 1. března 2020, představuje pro maloobchodníky s potravinami jednou z největších novodobých výzev.

## Přístup PENNY

Navzdory výjimečné situaci v celé České republice bylo a stále je naším nejdůležitějším cílem zajištění kontinuální plné obslužnosti s dostatkem potravin a zboží každodenní spotřeby, a to při současném dodržování veškerých zdravotních nařízení pro ochranu zdraví našich zákazníků i zaměstnanců. V hygienické oblasti a v ochraně zdraví jsme přijali i dodatečná opatření nad rámec obecně stanovených předpisů. Tuto ojedinělou situaci však v PENNY vnímáme také jako novou příležitost k prohloubení vztahu s lidmi ze „sousedství“ – našimi zákazníky, místními samosprávami či organizacemi.

Během jarní krize COVID-19 se také ukázalo, jak prozíravý a správně nastavený je náš dlouhodobý obchodní model, díky kterému pochází 7 z 10 potravinářských výrobků v našich regálech z České republiky. Náš dodavatelský systém v této neočekávané zkoušce prokázal svou stabilitu a robustnost. Zatímco mezinárodní zásobování a dodávky jídla se potýkaly s obtížemi, v PENNY jsme byli neustále schopni nabízet našim zákazníkům bohatý sortiment výrobků, na které jsou zvyklí, a to bez snížení kvality našich služeb. Naše dlouhodobé úsilí o zvyšování podílu českých produktů se vyplatilo a přispělo k tuzemské potravinové soběstačnosti.

Vneleké době jsme byli pro naše dodavatele vždy spolehlivým partnerem. V květnu 2020 jsme spustili kampaň **Pomáháme hezky česky**, jejíž prostřednictvím podporujeme naše české dodavatele.



**7 z 10 potravin  
u nás je českých**

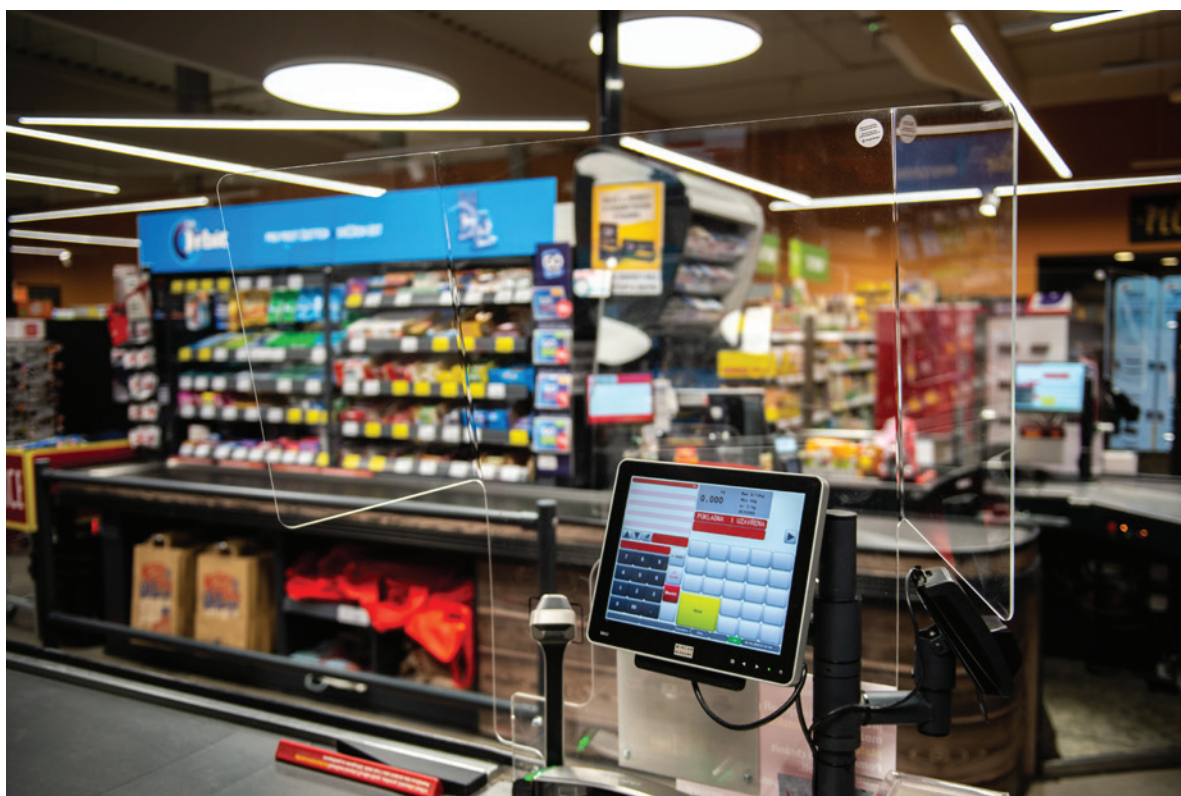
Podporujeme české farmáře a výrobce potravin.



Česká potravina







### Přijatá opatření

Naši zaměstnanci v „první linii“ si během krize COVID-19 po zásluze vysloužili respekt celé společnosti za své mimořádné pracovní nasazení a byl bez diskuzí potvrzen jejich zásadní společenský význam. Ze strany PENNY se jim dostávalo maximální podpory a v neposlední řadě bylo jejich pracovní vypětí během jarních měsíců oceněno i finančně – na mimořádné odměny pro zaměstnance jsme vyčlenili částku 40 milionů Kč. Další desítky milionů korun PENNY vynaložilo na nákup ochranných prostředků, realizaci konkrétních opatření na prodejnách (např. instalace plexiskel u pokladen), logistických opatření či informování veřejnosti. I díky těmto efektivním a rychle zavedeným opatřením se mezi více než 5 800 zaměstnanci nevyskytl na jaře jediný, u něhož by byla prokázána nákaza koronavirem v rámci výkonu zaměstnání.





# VÝHLED DO BUDOUČNA



Cíle pro budoucí období, jsou definované jak mateřskou společností REWE Group, tak českým PENNY Marketem. Rozděleny jsou do čtyř hlavních oblastí a představují pro nás závazek nejen jednotlivě, ale i jako komplexní soubor aktivit, jehož realizací dosáhneme prokazatelného zlepšení ve všech dotčených segmentech.

## ZELENÉ PRODUKTY

V nadcházejícím desetiletí očekáváme rostoucí zájem ze strany zákazníků o udržitelné produkty a způsoby jejich balení. I proto budeme nadále prohlubovat naše vztahy s regionálními producenty a společně vytvářet výrobky reflektující tyto trendy.

Zelené produkty jsou a i nadále budou jedním z našich nejdůležitějších pilířů udržitelnosti. Neustále v celém dodavatelském řetězci hledáme nové příležitosti, jak se chovat ještě odpovědněji a ohleduplněji k lidem, zvířatům, přírodním zdrojům a celému životnímu prostředí.



**ROZPRACOVAT PENNY STANDARD ANIMAL WELFARE**



**UKONČIT PRODEJ VAJEK Z KLECOVÝCH CHOVŮ**



**INTEGROVAT 100 % PŘÍSLUŠNÝCH VÝROBCŮ POTRAVIN A NEPOTRAVINÁŘSKÝCH PRODUKTŮ DO ENVIRONMENTÁLNÍHO PROGRAMU**



**ZAVÉST SYSTÉM MECHANISMŮ VYŘIZOVÁNÍ STÍŽNOSTÍ V PŘÍSLUŠNÝCH DODAVATELSKÝCH ŘETĚZCÍCH**



**OMEZIT PRODEJ HLUČNÉ PYROTECHNIKY**





## ENERGIE A ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

Díky již probíhajícím projektům modernizace a digitalizace se budeme koncentrovat na další energetické zefektivnění našich obchodních aktivit. V oblasti logistiky budeme i nadále preferovat regionální dodavatele a při obměně našeho vozového parku se už teď těšíme na alternativní pohony. Při výstavbě nových prodejen dbáme na dodržování všech standardů a vybavujeme je těmi nejmodernějšími technologiemi.

Máme neustále na paměti, že energie nevzniká sama od sebe a že její zrod má často vliv na životní prostředí. Naše energetické nároky proto neustále revidujeme s cílem maximální úspornosti. Kromě aktivit, které můžeme ovlivnit přímo, se soustředíme i na zefektivnění energetických potřeb v celém potravinovém produkčním a logistickém řetězci.



**VYPRACOVAT STRATEGII VEDOUČÍ K POUŽITÍ EKOLOGICKY VÍCE ŠETRNĚJŠÍCH OBALŮ U 100% VÝROBKŮ PRIVÁTNÍCH ZNAČEK**



**MODERNIZOVAT 70 OBCHODŮ V ROCE 2020**



**SNÍŽIT SPOTŘEBU ENERGIE O 9,3 % DO ROKU 2022 (REFERENČNÍ ROK 2012)**



**SNÍŽIT EMISE CO<sub>2</sub> O 23 % DO ROKU 2022 (REFERENČNÍ ROK 2012)**



**MÍT VÍCE NEŽ 400 OBCHODŮ V ČESKÉ REPUBLICE V ROCE 2021**



## ZAMĚŠTNANCI

I v této dekádě budeme nadále posilovat a podporovat náš personální potenciál a pro naše zaměstnance připravíme moderní a vstřícné pracovní prostředí, jehož bezpečnostní a zdravotní normy budou stejně jako dnes překračovat definovaná obecná měřítka.

Citlivě vnímáme všechny společenské změny, které mají vliv také na oblast zaměstnanosti. Trh práce je dynamický a stejně tak se v čase mění i potřeby našich zaměstnanců, u kterých budeme vždy upřednostňovat jejich spokojenost a budeme jim podporou v produktivitě a výkonnosti.



**ZAMĚŘIT SE NA NÁBOR MANAŽERŮ ZE 75 % Z INTERNÍCH ZDROJŮ**



**UDRŽOVAT A SNÍŽOVAT POČET PRACOVNÍCH ÚRAZŮ**



**POSÍLIT DOBROVOLNICKOU SKUPINU UDRŽITELNOSTI NA 25 ZAMĚŠTNANCŮ V CENTRÁLE PENNY**





## SOCIÁLNÍ ANGAŽOVANOST

Neustále si uvědomujeme naši odpovědnost ke společnosti a zároveň i náš potenciál plynoucí z velkého počtu zákazníků, s nimiž jsme schopni navázat blízký a přátelský vztah. Chceme je i nadále přirozenou cestou informovat a vzdělávat v oblastech zdravého životního stylu, ochrany životního prostředí či odpovědného přístupu k potravinám.

Připravíme dlouhodobější časový plán s jasnou definicí podporovaných projektů, který bude nedílnou součástí našich podnikatelských aktivit. Ani v budoucnu však v oblasti sociální odpovědnosti nerezignujeme na naši flexibilitu a budeme pomáhat vždy a všude, kde to bude nutné. A to ve všech oblastech, ne pouze v mediálním prostoru, ale i v rámci nového konceptu prodejen.



**PODPOROVAT DLOUHODOBÉ PROJEKTY: SPOLUPRÁCE S ČESKOU FEDERACÍ POTRAVINOVÝCH BANK A NEVLÁDNÍMI ORGANIZACEMI**



**POPULARIZOVAT TÉMA UDRŽITELNOSTI**



**SPUSTIT NOVÝ KONCEPT OBCHODŮ S DŮRAZEM NA UDRŽITELNOST**



**[www.penny.cz](http://www.penny.cz)**



Penny Market Česká republika



pennymarketcz

Penny Market s.r.o.  
Počernická 257  
250 73 Radonice



