

Creștere de 15% în 2019 pentru PENNY Market. Daniel Gross, Director General: Ne uităm cu optimism la lunile rămase din 2020 și ne dorim să ne atingem obiectivul de expansiune



**PENNY Market anunță rezultatele financiare pentru anul fiscal 2019, în care a înregistrat o cifră de afaceri de 3,96 miliarde lei, în creștere cu 15% față de anul fiscal precedent. În tot acest interval de timp, peste două milioane clienți au vizitat cele 256 de magazine deschise până la finalul anului 2019 în România.**

Grupul a investit în 2019 peste 280 milioane lei în modernizarea și extinderea rețelei de magazine pentru a le putea oferi românilor o experiență unică la cumpărături. De asemenea, contribuția PENNY Market la bugetul de stat al României în 2019 a fost de peste 194 milioane lei, iar profitul net înregistrat de companie a fost de 55,15 milioane lei, în creștere cu 53% față de 2018.

“În 2019, am continuat să ne extindem și am avut rezultate foarte bune la nivel de business. Piața din România este în continuare favorabilă expansiunii, atât în direcția dezvoltării rețelei noastre de magazine, cât și pentru construirea celui de-al patrulea centru logistic. Am început noul an cu provocări nemaîntâlnite anterior, dar întreaga echipă PENNY Market a dat dovadă de reziliență, responsabilitate și curaj și am trecut cu bine de ceea ce sperăm noi să fie cele mai grele luni ale acestui an. Ne uităm cu optimism la lunile rămase din 2020 și ne dorim să ne atingem obiectivul de expansiune, să cream noi locuri de muncă și să deservim cât mai mulți clienți mulțumiți,” a declarat **Daniel Gross**, *Director General PENNY Market | REWE România*.

Planul de expansiune PENNY Market pentru următoarea perioadă vizează deschiderea a 20-25 de magazine anual, astfel încât, în 2025, rețeaua să ajungă la 400 de spații deschise. Investițiile din următorii ani includ și deschiderea celui de-al patrulea centru logistic în regiunea Oltenia, precum și lucrări de modernizare și eficientizare a întregii rețele de magazine existente. Bugetul estimat pentru implementarea acestor proiecte, în următorii șase ani, se ridică la peste două miliarde de lei.

Cu o strategie clară de susținere a angajaților, PENNY Market a implementat un program de creștere a venitului minim net disponibil pentru cei care își desfășoară activitatea în magazine și în cele trei centre logistice din țară. Începând cu 1 aprilie 2020, venitul minim net de intrare în companie a crescut la 2.100 de lei, ce include și bonurile de masă. Tot în 2019, echipa s-a extins cu 340 de noi colegi, numărul total ajungând la 4.840 de angajați.

PENNY Market a intrat pe piața din România din anul 2005, având o politică de achiziții axată pe sortimente de la producători regionali și colaborări cu producători locali. În prezent, în efortul de a contribui la dezvoltarea sectorului agroalimentar și susținerea economiei românești, 80% dintre furnizorii provin din România.

Pentru anul în curs, planurile PENNY Market includ: investiții în expansiune în conformitate cu certificarea de management energetic ISO 50001, extinderea colaborării cu producătorii români și implicarea în activități de susținere a comunităților și de protejare a mediului. 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.