

PENNY Market devine PENNY. Daniel Gross, Director General: Ne propunem sa ajungem la un numar de 600 de unitati pâna în 2029

PENNY anunța îmbunătățirea experienței de cumparare odata cu schimbarea identității vizuale și a conceptului de comunicare. Astfel, PENNY Market devine PENNY., iar noul slogan al brand-ului este „Economisim bani, nu dragoste.” Noul concept de comunicare aduce cu sine o promisiune atractiva pentru clienți: la PENNY poți economisi bani fara sa faci rabat la calitatea și prospețimea produselor pe care le achiziționezi și, cu atât mai puțin, la experiențele placute alaturi de cei dragi.

PENNY ofera, în continuare, prețuri corecte și produse proaspete de calitate, iar la toate acestea adauga un plus de modernitate. Accentul în magazin este pus pe design-ul nou și primitor, iar sesiunea de cumparaturi pentru clienți este îmbunătățita datorita zonei extinse pentru produse proaspete, marci proprii pe gustul românilor, dar și datorita semnalizarii mai vizibile a promoțiilor și a categoriilor principale de alimente. În plus, noul PENNY. ofera soluții simple, adaptate stilului de viața alert, precum produsele ready to eat, dar și cele semipreparate, refrigerate sau congelate.

O alta componenta importanta a noii identități este grija pentru mediu și comunitățile unde compania este prezenta. Multe dintre noile magazine PENNY. dispun de funcționalități care le fac prietenoase cu mediul, precum frigiderule cu uși pentru reducerea consumului de energie sau sistemele de iluminare pe baza de LED în interior și panourile fotovoltaice sau acoperișurile verzi în exterior.

Discounterul optimizeaza constant formatul magazinelor și se adapteaza noilor comportamente de consum pentru a oferi o experiența de cumparaturi cât mai placuta pentru clienți.

„Economisim bani, nu dragoste” înseamna pentru clienții PENNY posibilitatea de a face cumparaturi inteligente fara a renunța la bucuriile vieții - la generozitate, la produsele de calitate și la prospețimea acestora sau la momentele placute petrecute cu cei dragi.

Daniel Gross, Director General PENNY. | REWE România: “Rebranding-ul în PENNY. participa la consolidarea strategiei de dezvoltare și reprezinta o dovada a angajamentului nostru pentru România. Suntem aici din 2005 și, de atunci, am învățat sa ne adaptam, dar și sa ne pastram amprenta locala. În continuare, ne vom concentra pe satisfacția angajaților și a clienților noștri și vom investi în calitatea produselor cu focus pe marci proprii produse local, dar și în soluții de digitalizare și automatizare. De asemenea, ne propunem sa extindem în mod sustenabil rețeaua de magazine PENNY. și sa ajungem la un numar de 600 de unitati pâna în 2029.”

Prezenta în România de peste 15 ani, rețeaua PENNY a început procesul de modernizare încă de anul trecut, iar pâna în prezent exista 26 de magazine în format PENNY. Acest design modern va fi aplicat fiecarui nou magazin deschis începând de anul acesta, astfel ca, pâna în 2022, toate magazinele PENNY din țara vor fi adaptate noului concept. Pentru anul 2020 sunt planificate 75 de remodelari PENNY., dar și între 20 și 25 de magazine noi.