

PENNY Market anunța o creștere de 15% a cifrei de afaceri în 2018. Grupul a investit anul trecut peste 346 mil. lei în modernizarea și extinderea rețelei

PENNY Market a raportat o cifra de afaceri de 3,45 mld. LEI în anul fiscal 2018, în creștere cu 15% față de rezultatele din 2017. Cu o strategie de expansiune ambițioasă, produse de calitate ce provin de la furnizori și producători locali și o atenție constantă la nevoile clienților, compania și-a propus să investească peste două miliarde de lei în următorii șapte ani în piața din România.

Grupul a investit în anul 2018 peste 346 mil. LEI în modernizarea și extinderea rețelei pentru a putea oferi românilor o experiență unică la cumpărături, ajungând azi la un număr de 237 de magazine și trei centre logistice. De asemenea, contribuția PENNY Market la bugetul de stat al României în 2018 a fost de peste 167 mil. LEI.

“Anul 2018 a fost foarte bun pentru noi. Mai mult, suntem mândri că performanțele echipei din România ne-au poziționat ca țara cu cele mai bune rezultate din punct de vedere al creșterii vânzărilor în cadrul grupului. Noi vom continua procesul de dezvoltare, un semn clar că avem încredere în România, o piață în care există mult potențial pentru un plan de investiții susținut pe termen lung”, a declarat **Daniel Gross**, Director General REWE România la PENNY Market.

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 șapte ani, se ridică la peste 2,32 mld lei.

În 2018, PENNY Market a inaugurat 15 noi magazine și a finalizat remodelarea a 170 de magazine în format Future Store în toată țara. Procesul de remodelare a început în martie 2015 și s-a încheiat în luna noiembrie a anului 2018 și a presupus investiții în valoare de peste 120 milioane de lei. În momentul de față, toate magazinele PENNY Market sunt construite într-un format modern, adaptat cerințelor clienților români, cu accent pe un design elegant.

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, peste 70% dintre produsele aflate pe rafturile magazinelor sunt achiziționate de la producători și furnizori locali, contribuind astfel la dezvoltarea sectorului agroalimentar și susținerea economiei românești.

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 protecție 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.