

02 noiembrie 2022

PENNY România lansează inițiativa *100 de idei de business pentru România*

PENNY România lansează „100 de idei de business pentru România”, o inițiativă ambițioasă și unică pentru mediul local de afaceri. În anul 2020, compania și-a asumat un obiectiv ambițios, sub umbrela TripluRO (3RO): își propune ca până la finalul anului 2023, 60% din sortimentul aflat la vânzare în magazinele PENNY să aibă ingredientul principal provenit din România, adică să fie cultivat, crescut, extras sau fabricat în țară și să fie procesat și ambalat în România.

Împreună cu Academia de Studii Economice, PENNY analizează 100 de oportunități de dezvoltare a unor afaceri locale din industrii precum agricultura, ambalajele sau produsele cosmetice, pentru a găsi soluții care vor putea oferi românilor, într-un viitor cât mai apropiat, produse 100% românești, care să se alinieze obiectivului TripluRO (3RO).

Cu ocazia lansării acestei inițiative, PENNY dă curs unei discuții libere despre cum mediul de afaceri și autoritățile locale își pot uni forțele pentru a crește numărul de produse locale pe care consumatorii le găsesc în magazinele din toată țara.

“Parteneriatul dintre ASE și PENNY generează proiecte cu valoare adăugată atât pentru noi ca parteneri cât și pentru România. PENNY este prima companie din retail care spune transparent care sunt produsele ce nu se produc în România și caută soluții pentru a stimula producția locală. Noi, mediul universitar, dorim să fim liantul dintre mediul de afaceri și guvern, pentru a găsi împreună cele mai bune soluții pentru a ajuta producătorii români să pună pe piață produsele ce astăzi lipsesc. Proiectul pe care îl facem împreună cu PENNY este un pas important în această direcție și arată că societatea noastră s-a maturizat, reușind să genereze un dialog consistent între toți actorii relevanți pentru industrie.”, a declarat Tănase Stamule, Decan FABIZ, ASE.

100 de idei de business pentru România sunt reunite într-un volum sub forma unui ghid informativ, o linie de start pentru producătorii români care își doresc să își dezvolte afacerile în mod sustenabil. În paginile acestuia sunt sumarizate 100 de idei de business necesare pentru creșterea numărului de produse locale pe rafturile magazinelor din România. Pe termen lung, volumul își propune să inspire și să genereze o mișcare amplă: înțelegerea nevoii de a dezvolta producția verticală românească de la ingredientul principal până la produsul de pe raft pentru a răspunde nevoilor consumatorilor și pentru a genera plus-valoare în țară.

“De peste 20 ani suntem atenți la nevoile românilor, cărora încercăm să le răspundem printr-o strategie eficientă de dezvoltare. În perioada 2016 -2021 am investit 2,2 miliarde de lei în România, avem 315 de



PENNY.

magazine PENNY, 4 depozite și aproape 6.000 de colegi în toată țara. Pentru noi este important să ne asigurăm că românii găsesc întotdeauna în magazinele PENNY produsele pe care și le doresc, fabricate în România și disponibile la prețuri accesibile. Consumatorul modern este atent la raportul calitate-preț, dar își dorește să păstreze în coșul său de cumpărături produse sănătoase, cât mai proaspete și cu origini românești. Credem că dezvoltarea economiei prin creșterea sortimentului de produse românești se poate face prin inițiative inteligente, care favorizează atât interesele consumatorilor, cât și pe cele ale producătorilor locali”, a spus Daniel Gross, CEO PENNY România.

Un studiu realizat în cadrul PENNY în anul 2020 arată că peste 76% dintre consumatorii români preferă produse fabricate în România în 6 categorii: carne, mezeluri, legume, fructe, lactate și produse din cereale. În plus, datele arată și că pâinea, fructele, legumele și lactatele sunt cele mai consumate produse săptămânal, iar cel puțin o parte dintre acestea au originea în România.

“Suntem mândri să avem o rețea de peste 400 de furnizori locali, al căror număr crește în fiecare an. Este o prioritate pentru noi să facem pași înainte în atingerea obiectivului nostru. S-au făcut primii pași: 100% din carnea proaspătă (vită, pui și porc) vândută în magazinele PENNY este deja TripluRO (3RO). Ne dorim să avem pe rafturile magazinelor noastre cât mai multe produse locale, în concordanță cu așteptările clienților noștri, dar în același timp să susținem economia românească. Legat de pilonul sustenabilității, vedem și beneficii prin scurtarea lanțului valoric dintre producător și consumator.”, a declarat Marek Dolezal, COO PENNY România

Vă prezentăm 100 de idei de business pentru România. ([link broșura](#))

Despre PENNY

PENNY este conceptul de succes al grupului german REWE și unul dintre cei mai activi retaileri din România, cu primul magazin deschis pe piața locală în anul 2005. Întreaga rețea este deservită de patru centre logistice situate în localitățile Ștefăneștii de Jos, Turda, Bacău și Filiași. În prezent, rețeaua PENNY în România este alcătuită din 315 magazine la nivel național și o echipă dedicată formată din aproape 6.000 de angajați.

PENNY se află printre organizațiile de top care au primit titlatura de Angajator de Top (Top Employer) 2022 în România. Certificarea de Angajator de Top reflectă grija și angajamentul pentru echipă și performanțele în practicile de resurse umane.

Pentru mai multe detalii despre companie, accesați website-ul oficial <https://www.penny.ro/>

Contact presă

Irina Butnaru, Corporate Communications Manager, PENNY | REWE România, presa@penny.ro