



Penny Italia accelera crescita, investimenti per 200 mln entro il 2028 e piano di sviluppo della rete

Descrizione

(Adnkronos) Penny Italia conferma la propria traiettoria di crescita nel mercato nazionale, sostenuta da un piano di investimenti strutturato e da una visione industriale di lungo periodo orientata al rafforzamento del modello discount nel Paese. Con una rete di circa 460 punti vendita e una quota di mercato prossima al 6% nel canale discount, l'azienda prosegue un percorso di sviluppo solido, supportato da un andamento Like-for-Like positivo nel 2026, superiore alla media dei principali operatori. Dal punto di vista economico, Penny Italia ha registrato un fatturato pari a 1,64 miliardi di euro nel 2024, salito a 1,68 miliardi nel 2025, confermando una dinamica di crescita sostenuta da nuove aperture, interventi di modernizzazione e miglioramento continuo dell'efficienza operativa. Il piano industriale prevede uno sviluppo selettivo e sostenibile della rete, con 15 nuove aperture già programmate nel 2026 e circa 30 ulteriori aperture nel biennio 2027-2028, affiancate da un ampio programma di rebuilding che interesserà circa 70 punti vendita esistenti. A supporto di questo percorso, sono previsti investimenti pari a 72 milioni di euro nel 2026 e circa 200 milioni complessivi entro il 2028, destinati allo sviluppo della rete e al potenziamento delle infrastrutture logistiche e dei magazzini.

Il modello commerciale di Penny si fonda sulla tutela del potere d'acquisto, con un ruolo centrale della marca privata, che rappresenta circa il 60% del fatturato pari a oltre 950 milioni di euro e che continuerà a essere rafforzata attraverso un piano di revisione e rilancio di oltre 1.000 prodotti tra il 2026 e il 2027. Accanto al prezzo, l'azienda continua a investire sulla qualità dell'offerta e sul servizio: i freschi rappresentano circa il 40% del fatturato, mentre una rete di banchi serviti è presente in circa il 60% dei punti vendita. Il posizionamento di Penny Italia si distingue inoltre per un forte radicamento nel territorio, con il 90% dei fornitori italiani e circa il 75% dei prodotti Made in Italy, a supporto di un modello che valorizza la filiera nazionale e le piccole e medie imprese. Sul piano organizzativo, l'azienda conta oltre 5.100 collaboratori e continua a investire in sviluppo e formazione, con oltre 55.000 ore erogate nel 2025, confermando il capitale umano come leva strategica per la competitività e la qualità dell'esecuzione operativa. In questo contesto, PENNY rafforza ulteriormente il proprio modello operativo, con l'obiettivo di migliorare velocità decisionale, qualità dell'esecuzione e capacità di risposta al mercato, intervenendo in modo integrato su assortimento,

disponibilit  prodotto, logistica e politiche di prezzo.

  La fiducia del Gruppo si traduce in investimenti per crescere e rispondere sempre meglio alle esigenze dei nostri clienti e delle nostre persone •    cos  sintetizza il CEO PENNY Italia, Arnd Riehl. Una strategia che conferma il ruolo dell Italia come mercato centrale, all interno di un percorso di crescita sostenibile e orientato alla creazione di valore nel lungo periodo.

  

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Giugno 23, 2026

Autore

redazione

default watermark