

Penny lancia foreveryou, marca privata dedicata alla golden age

Una nuova marca privata per Penny Italia, il discount alimentare del gruppo tedesco Rewe: si chiama foreveryou ed è pensata «per chi sceglie di continuare a sentirsi giovane e vitale sempre, per chi vuole affrontare con leggerezza e serenità lo scorrere del tempo, senza smettere di curare corpo e spirito». Sarà disponibile dal prossimo 7 novembre in tutti i Penny d'Italia ed è il frutto, spiega l'azienda, di 18 mesi di ricerche di mercato, focus group, analisi di laboratorio e rigorosi test clinici.

Lo sviluppo ha riguardato referenze food, su cui già la catena aveva l'esperienza maturata con la linea Welless, ma anche prodotti per la cura del corpo creati ad hoc per i clienti ultra 50enni con formulazioni specifiche. Nel complesso il lancio riguarda 25 prodotti food e non food e tra marzo e aprile del prossimo anno è previsto l'arrivo sugli scaffali di altre 10 referenze per l'integrazione, dopodiché ci sarà spazio per altri 15 prodotti nei mesi successivi.

La marca del distributore di Penny sale così al 60% dell'offerta e l'obiettivo dell'azienda è quello di raggiungere il 70% entro il 2027.

L'azienda decide così di creare una linea di prodotto dedicata alla «golden age» trasmettendo il messaggio che in qualsiasi momento della propria vita tutti abbiano il diritto di godere a fondo delle giornate, di valorizzarsi, di piacersi e di piacere. «In tutto ciò», conferma il ceo **Nicola Pierdomenico**, «esiste un forte senso di inclusione e rispetto che Penny fa proprio da molto tempo e che ci consente di fare luce dove i più non guardano, alzando di molto l'asticella in tema di scelte di business coerenti e socialmente impegnate».

Ieri l'insegna ha anche presentato il suo secondo report di sostenibilità che consolida il percorso #VIVIAMOSOSTENIBILE: un impegno verso le comunità in cui opera e l'ambiente, anche attraverso lo sviluppo di prodotti sostenibili. Il Bilancio di sostenibilità 2022-23 è la seconda edizione di reportistica di sostenibilità per Penny Italia. I percorsi riportati fanno riferimento al periodo compreso tra il 1° gennaio 2022 e 31 dicembre 2023. «Abbiamo introdotto il nostro modello di governance della sostenibilità», ha detto **Paola Monica Dimaggio**, sustainability manager per Penny, «con l'obiettivo di rafforzare e rendere ancora più trasparente l'imprescindibile legame tra l'impegno alla sostenibilità e le strategie di business, in un percorso sempre più concreto che riguarda tutti noi e che ci tocca sempre più da vicino».

© Riproduzione riservata





La nuova linea foreveryou di Penny