



НОВОСТИ В КООПЕРАТИВНАТА ТЪРГОВИЯ

РЕГЛАМЕНТИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

- Парламентът прие нови правила за подобряване на информацията за потребителите



ИНОВАЦИИ

- Ключови промени за опаковките в търговията



КОНКУРЕНЦИЯ И ПАЗАРНИ АНАЛИЗИ

- Онлайн пазаруването в България през 2023 г.



ДОБРИ ПРАКТИКИ

- Лазаровден и Великден с КООП



Парламентът прие нови правила за подобряване на информацията за потребителите



Преразглеждането на „директивите за закуските“ има за цел да помогне на потребителите да вземат информирани и по-здравословни решения относно продукти като мед, сокове, конфитюри и мармалади.

Парламентът одобри временното политическо споразумение със Съвета относно актуализираните правила относно състава, наименованието, етикетирането и представянето на някои храни за закуска, така наречените „директиви за закуските“,

По-специално новите правила ще се борят с вноса на фалшифициран мед от страни извън ЕС чрез задължително и ясно видимо етикетиране на държавата на произход и ще стартират процес на система за проследяване на меда. Ще има и по-ясно етикетиране на съдържанието на захар в плодовите сокове, както и на минималното съдържание на плодове в конфитюрите и мармаладите.

След гласуването докладчикът Александер Бернхубер (ЕНП, Австрия) заяви: „Днес предприехме важна стъпка в етикетирането на произхода на храните и приехме строги мерки за борба с измамите с мед. Страната на произход трябва да бъде ясно посочена върху етикета на медените смеси. Освен това бяха определени по-високи стандарти за качество и беше установена необходимостта от система на ЕС за проследяване на меда. Тези инициативи ще гарантират, че потребителите са по-добре информирани и че пчеларите и потребителите са по-добре защитени от фалшив мед“.

Следващи стъпки

Законът също трябва да бъде приет от Съвета, преди да бъде публикуван в Официален вестник на ЕС и да влезе в сила 20 дни по-късно. Страните от ЕС ще прилагат новите правила две години след влизането им в сила.



Ключови промени за опаковките в търговията



Европейските депутати приеха на 24 април промени за насърчаване на кръговата икономика. Най-тънките найлонови торби, малки опаковки за храни и шампоанчетата в хотелите ще бъдат забранени от 2030г. Забранява се употребата на т. нар. вечни химикали в опаковките за храни.

Какво се променя

Промените включват цели за намаляване на опаковките с 5% до 2030 г. За да се намалят ненужните опаковки се определя максимален дял от 50% на празното пространство за груповите и транспортните опаковки и за опаковките за електронна търговия. Производителите и вносителите ще трябва да гарантират, че теглото и обемът на опаковките са сведени до минимум. До 2029 г. трябва да се постигне и 90% разделно събиране на пластмасови и метални опаковки чрез депозитна система или други решения.

Кои опаковки се забраняват

Ще бъдат забранени и пластмасовите опаковки за еднократна употреба, широко използвани в хранителни магазини, хотели и ресторанти – тънките пластмасови торбички за пазаруване, опаковките за пресни плодове и зеленчуци, опаковките за храни и напитки, които се пълнят и чието съдържание се консумира в заведения, миниопаковките за тоалетни принадлежности в местата за настаняване.

Крайните дистрибутори на напитки и храна за вкъщи ще трябва да предлагат на потребителите възможността да си носят собствен съд. Те също така ще трябва да положат усилия до 2030 г. да предлагат 10% от продуктите в опаковки за многократна употреба.





Онлайн пазарването в България през 2023 г.



Средната стойност на поръчаните стоки онлайн в България за една календарна година е нараснала през 2023 г. до 680 евро на човек спрямо 555 евро година по-рано, сочат данни от проучване на Българската е-комерс асоциация, представени на медийно събитие.

Миналата година делът на електронната търговия в брутния вътрешен продукт на България е нараснал до 2,11% спрямо 1,92 на сто година по-рано, показват още данните.

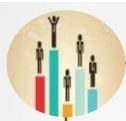
Според проучване на компанията Geopost, 48% от онлайн потребителите в Европа пазаруват редовно в интернет, а 62 на сто от тях избират стоки и услуги главно на база цена.

72% от потребителите използват за пазаруване т. нар. C2C платформи, т.е. от краен потребител към краен потребител.

44% от европейците избират доставка извън къщи, сочат още данните от проучването.

Малко над 50% от търговските компании в Централна и Източна Европа все още не продават онлайн, защото смятат, че продуктите им не са подходящи за електронна търговия или им липсват експертиза и капитал, сочи онлайн проучване на Медияпост Хит Мейл.

В същото време 35% от неактивните в интернет търговци възнамеряват да стартират собствен онлайн бизнес в следващите 12 месеца. Около 32% от тях твърдят, че в следващите 12 месеца ще започнат да продават в чужбина. От тези, които продават онлайн, 20 на сто оперират в чужбина, сочат още данните от проучването.



Само 7 на сто от онлайн търговците използват алтернативни канали за продажба – т. нар. marketplace или продажби в социалните мрежи. Като най-големи ползи от тези канали търговците посочват, че те не са свързани с допълнителни маркетингови разходи и са добър начин да тестват чужд пазар.

Данните от изследването, което се провежда за трета поредна година, сочат още, че една трета от онлайн търговците очакват ръст на приходите им през 2023 г. с 20% или повече спрямо 2022 г., една четвърт очакват те да са останали непроменени, а почти 14 на сто прогнозира намаляване на приходите им с до 20% през миналата година спрямо предходната.

Онлайн пазаруването се превърна за българите в предпочитан и познат канал за покупка на разнообразни стоки, като над 53% от потребителите у нас са купували до момента някаква стока онлайн, съобщи М. Станева от eMAG. Тя отбеляза, че потребителската кошница става по-разнообразна, тъй като хората все повече започват да пазаруват напитки, кафе, продукти за красота и лична грижа, дори бебешки пелени онлайн. „Пазаруването онлайн става все по-често за ежедневните ни нужди, не само за големи покупки“, каза Станева. Търговците в платформата на eMAG, която освен у нас присъства в Румъния и Унгария, са над 56 хил., а само в България те са 10 хил.

Звезделина Лачева от DS Smith съобщи, че има тенденция за повишаване на продажбите на опаковки. Те са нараснали с над 85% през 2023 г. спрямо година по-рано. Най-ярко очертаващата се тенденция според Лачева е устойчивостта и очакването на потребителите техните опаковки да бъдат екологични и биоразградими. 41% от европейските потребители очакват опаковката да се рециклира, запазва се и тенденцията за замяна на пластмасовите опаковки.

Друга тенденция при опаковките е свързана с все по-минималистичен дизайн, като 85% от европейските потребители търсят продукти, които са опаковани възможно най-малко.

Източник: www.investor.bg





Традиционният базар „Великден с КООП“ се проведе пред сградата на ЦКС от 24 до 30 април

Вино, шоколад, слънчево време, музика и приятно настроение радваха посетителите на организираната за поредна година базар „Великден с КООП“ от Централния кооперативен съюз и „КООП Маркет“ ЕООД.



Организаторите предложиха на посетителите селекция от бели, червени и розе вина от кооперативни изби от България, Италия и Испания, които в съчетание с прекрасните вкусове на шоколадови изделия бяха чудесна идея за подарък за семейство и приятели. Всеки желаещ имаше възможност да дегустира вина и ръчно изработените шоколадови великденски изкушения, произведени в работилницата на магазин Шоко КООП. В рамките на базара бе организирана и томбола със специални награди.





Лазаровден и Великден с КООП

В седмицата преди настъпването на един от най-светлите празници, на 27 април Централен Кооперативен съюз и „КООП Маркет“ ЕООД подариха на децата незабравим празник под мотото „Великден с КООП“ в Парти център КООП. Домакините посрещнаха всички присъстващи с подаръчни пакети. За доброто настроение и забавление на гостите се погрижиха деца от вокална група от НСУ София, 128 СОУ „Алберт Айнщайн“ и СГХСТ. Всички гости имаха възможност да закупят вкусни козунаци, приготвени в пекарна КООП от ученици от СГХСТ. За най-малките гости бяха организирани арт ателие за рисуване на великденски яйца. На финала на тържеството бяха изтеглени печелившите от Великденската томбола с предметни награди.

Парти център КООП очаква своите посетители:

- Кът за родители
- Кът за деца
- „Ледена“ пързалка КООП
- Блъскащи се колички, кънки, хокей
- Билярд, джага, дартс
- Тенис на маса
- На място приготвен кетеринг



Главна дирекция
„Иновации и логистика в търговската дейност“
тел: 02/926 64 42; coop_trade@cks.bg