



НОВОСТИ В КООПЕРАТИВНАТА ТЪРГОВИЯ

РЕГЛАМЕНТИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

- Програма „Хоризонт Европа“:
Как Европейският съюз инвестира в наука



ИНОВАЦИИ

- Иновациите гарантират успех за кооперативния бизнес



КОНКУРЕНЦИЯ

- Как да направим потребителското изживяване във
физическия магазин незаменимо



ДОБРИ ПРАКТИКИ

- Мобилните обекти КООП – добър пример за социално предприемачество
в търговията
- КООП Швеция с нов пилотен проект за проследяване веригата на доставки
- СООП Винен фест 2021





Програма „Хоризонт Европа“: Как Европейският съюз инвестира в наука



Европейският парламент неотдавна одобри Програмата „Хоризонт Европа“ за финансиране на изследвания и иновации, спомагащи за създаването на нови услуги на пазара, с бюджет над 95 млрд. евро за периода 2021-2027.

Пандемията от COVID-19 показва ясно, че изследванията и иновациите имат ключово значение. Стотици милиони евро бяха мобилизирани по предишната програма „Хоризонт 2020“ за [научни проекти относно COVID-19](#). Новата програма ще продължи да подкрепя изследванията в здравната област и да [подготвя ЕС за бъдещи кризи](#).

За какво ще се използват средствата:

- укрепване на науката и технологиите;
- постигане на Целите за устойчиво развитие;
- подобряване на конкурентоспособността на индустрията;

„Хоризонт Европа“ ще допринесе значително и за дългосрочната трансформация на ЕС, като ще подпомага [цифровизацията](#), намаляване на емисиите в промишлеността и ограничаване на зависимостта от изкопаеми горива, а също така ще работи за [екологосъобразно възстановяване от кризата](#).

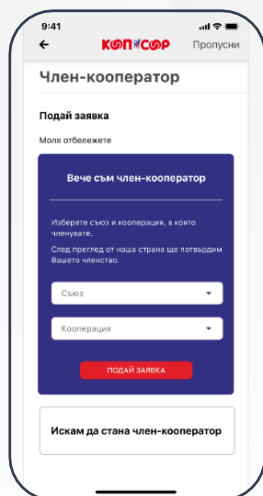
Предвидени са средства и за [сектора на културата и творчеството](#), които бяха силно засегнати от пандемията.

Кои са приоритетните области, по които ще работи програмата:

- Ускоряване на прехода към [Европа, подготвена и устойчива на промените в климата](#);
- Превръщане на 100 големи града в климатично неутрални до 2030 година и цялостното елиминирание на въглеродните емисии;
- Възстановяване на океаните и моретата;
- Поне 75% от почвите от ЕС - чисти от пестициди до 2030.



Иновациите гарантират успех за кооперативния бизнес



През 2021 Централният кооперативен съюз в партньорство с мобилния оператор А1 стартира разработване на безплатно мобилно приложение „КООП“, което ще бъде достъпно за изтегляне от App Store за iOS и от Google Play за Android. Програмите за лоялност целят да бъдат полезни, както за търговеца, склонен да дава на своите клиенти добавена стойност под някаква форма, така и за клиентите, които я получават. Надяваме се, че чрез този нов проект ще се подобри комуникацията с лоялните клиенти, предоставяйки им специални оферти и възможност за участие в различни промоции, томболи и игри. Всяка иновация допринася за популяризиране на кооперативния бизнес модел и за привличане на нови член - кооператори.

Какви са ползите за потребителя от приложението:



Създава семеен профил с повече от една карта КООП, на който всички членове на семейството събират бонус точки;



Лесно и бързо намира чрез вградената карта с геолокация най-близкия магазин „КООП“ в страната;



При всяко пазаруване натрупва бонус точки в персонализираната си карта които заменя за различни стоки с марката КООП и съхранява касовата бележка в електронен вариант;



Проследява актуалните промоции и брошури и участва в томболи, игри и различни активности;



Позволява подаване молба за членство в избрана от потребителя кооперация и получаване на допълнителни отстъпки;

Чрез безплатното мобилно приложение КООП се създава възможност за популяризиране на кооперативните принципи и ценности и предоставя бърз и лесен начин за членство в кооперациите.

След официалния старт на приложението ще бъде активна геолокацията за пилотните магазини Шоко КООП, Био КООП и Супермаркет КООП, а след анализ на резултатите на по-късен етап ще бъдат включени и останалите магазини от Търговската верига „КООП“ в страната.

Очаквайте допълнителна информация за развитието на проекта в следващите издания на бюлетина.



Как да направим потребителското изживяване във физическия магазин незаменимо

Настъплението на електронната търговия поставя редица предизвикателства пред традиционните търговци на дребно (brick-and-mortar retailers). Протичащата трансформация в начина на пазаруване и в потребителските навици, подсилена през последните две години от пандемията, доведе до стагнация в традиционната търговия и до затварянето на хиляди магазини. За да останат конкурентоспособни в тази нова реалност, традиционните търговци развиват електронните канали за продажба, като същевременно търсят начини за да направят потребителското изживяване в магазина уникално и незаменимо.



В забързаното ежедневие на съвременните потребители скоростта и удобството при пазаруване имат първостепенно значение. Именно тези предимства на онлайн пазаруването го правят предпочитано за голяма част от потребителите. Единственият начин за традиционните търговци да задържат този сегмент от потребителите е като внедряват в магазина времеспестяващи и създаващи удобства за потребителите технологии като мобилни търговски приложения, самообслужване на касата, възможност за поръчка онлайн и получаване на стоката в магазина (BOPIS) и др.

Съвременните потребители оценяват високо персоналния подход към тях при пазаруването. В проучване на *Raydiant* 42% от анкетираните заявяват, че отсъствието на персонално отношение към тях в процеса на пазаруване води до отказ от покупка. Пазаруването във физическия магазин дава възможност за общуване „лице в лице“ между продавача и купувача и за удовлетворяване на специфичните потребности на последния. Възможността за купувача да види, усети/облеche и получи своята стока на момента във физическия магазин е уникално предимство на традиционната търговия пред онлайн търговските формати. Съвременните физически магазини се превръщат все повече в места за развлечения с цел привличане и задържане вниманието на клиентите. Същевременно търговците са изправени пред предизвикателството да намерят баланса между стремежа да предложат на клиента персонално отношение и обслужване, основано на проучване и използване на персонални данни на клиента, без да навлизат в личното му пространство.

Разграничителните линии между електронната и традиционната търговия все повече изтъняват. Постигането на желаните от потребителите удобство и персонално отношение при пазаруването в магазина в съвременните условия е невъзможно без използването на дигитални технологии. От друга страна, за да запазят своите чар и привлекателност, физическите магазини трябва да предлагат на потребителите изживяване, което не биха могли да получат при пазаруването онлайн. Така се стига до феномена **phygital** (комбинация от английските думи physical и digital) - процес на пазаруване при който физическото преживяване и дигиталните технологии взаимно се обогатяват. Удобството, персонализацията и дигитализацията са определящите фактори за осигуряване на пълноценното потребителско преживяване в магазина.



Мобилните търговски обекти КООП – добър пример за социално предприемачество в търговията

Развитието на мобилните търговски обекти КООП и възможностите за разширяване на сътрудничеството при предоставяне на стоки и услуги на хората, живеещи в малките и отдалечени населени места, бяха обсъдени на проведения онлайн в края на м. октомври 2021 г. практически семинар на тема: „Социалното предприемачество в кооперативната търговия – развитие на мобилни търговски обекти КООП“. Семинарът бе организиран от ЦКС в партньорство с Министерството на труда и социалната политика (МТСП) като част от събитията, включени в приетия от правителството план за действие по социалната икономика за периода 2020-21 г. В семинара взеха участие представители на ЦКС, МТСП, НС на ТПК, НС на кооперациите на инвалидите, фондация „Приложни изследвания и комуникации“, кооперативните организации, стопанисващи мобилни обекти КООП, както и студенти от магистърската програма „Управление на търговски вериги“ при УНСС, работещи в кооперативните организации на ЦКС.

През 2020 г. Централният кооперативен съюз приоритетно стартира реализацията на проект, насочен към предоставянето на мобилни услуги на населението – мобилни търговски обекти за доставка на основни стоки от първа необходимост и мобилни медицински услуги. За целта ЦКС закупи 10 мобилни търговски обекти, които предостави за стопанисване на 8 кооперативни съюзи и на „Кооп маркет“ ЕООД и един мобилен здравен обект, който се използва от СБР „Здраве“.

Проектът на Централния кооперативен съюз „КООП мобилни услуги с добавена социална стойност“ беше отличен с първа награда в категорията „Социални иновации, свързани с предлагането на социални продукти и услуги“ в конкурса за национални социални иновации за 2020 г., организиран от Министерството на труда и социалната политика.

Участниците в семинара се обединиха около заключението, че практическото функциониране на мобилните обекти КООП носи висока добавена социална стойност, имаща следните проявления:

- Осигурява възможност на хората в малките и отдалечени населени места да пазаруват в безопасни условия и да имат регулярен достъп до качествени основни хранителни стоки и стоки за бита на достъпни цени;
- Задоволява потребностите от стоки от първа необходимост и медицински услуги на уязвими групи от населението – възрастни и самотноживеещи хора в труднодостъпни населени места и потребители на социални услуги (домове за стари хора, домове за пълнолетни лица с увреждания и др.);
- Намалява разходите на живеещите в малките и отдалечени от общинските центрове населени места, които преимуществено са възрастни хора с ниска покупателна способност, за достъп до търговско и медицинско обслужване.

Представителите на кооперативните организации, стопанисващи мобилни обекти КООП, споделиха примери и добри практики от своята дейност, които биха могли да повишат икономическата ефективност на дейността и да засилят нейния социален ефект. Същевременно, с участието на представителите на НС на ТПК и НС на кооперациите на инвалидите, бяха обсъдени възможности за сътрудничество и надграждане на постигнатото с включването на допълнителни специализирани услуги за обслужваната целева група от населението.

Посетете СООР Винен фест 2021



За първи път по инициатива на Централния кооперативен съюз от 1 до 30 ноември 2021 в КООП Зоната на открито пред сградата на ЦКС се провежда КООП Винен фест.

Всеки, който желае, може да дегустира специално подбрани разнообразни вина от български и италиански кооперативни изби.

Припомняме, че през 2016 между Централния кооперативен съюз и винарна Four Friends се установи партньорство. Тогава бе произведена първата бутилка вино „За кооперативни приятели“.

В рамките на винения фест от 1 до 30 ноември 2021 за любителите на шоколадови изкушения се предлагат ръчно изработени шоколадови изделия на работилница „Шоко КООП“. Особено място на феста е отделено на стоките с марка КООП, внос от Италия като студен чай (праскова и лимон), екстра върджин зехтин 1л., вкусна риба тон в зехтин и разнообразни по форма макаронени изделия, в т.ч. Спагети N5 и спагетини N3.

За всеки посетител има специална изненада – „Купи две бутилки вино – получи малка бутилка от 0,187 л червено или бяло вино „За кооперативни приятели“.



**Заповядайте в магазините от веригата КООП в София -
Супермаркет КООП, Шоко КООП, Био КООП и
Магазин КООП, СБР Здраве, Банкя и
бъдете наши гости на СООР Винен Фест 2021!**

КООП Швеция

с нов пилотен проект за проследяване веригата на доставки



През 2021 година КООП Швеция стартира нов пилотен проект свързан с проследяване произхода на продукти по веригата на доставки и по-конкретно на риба тон.

Пътуването на даден продукт от морето до търговските обекти е не само трудно за проследяване, но и в повечето случаи непрозрачно от гледна точка на това дали са спазени всички етични норми.

С помощта на QR код, поставен на опаковката на продукта, клиентът ще може да сканира и получава информация за всички процеси през които е минал даден продукт – конкретно риба тон от улова до достигането на рафта в магазина. Подробната информация, която се получава е свързана с мястото на улов, произход, вид, качество, начини на преработка, сертификати за качество, разрешителни за улов и преработка от риболовната компанията, фирмата доставчик до търговския обект. Този процес не само осигурява повишена прозрачност за клиентите, но също така създава и стимул за устойчиво производство по време на сезонния улов на риба тон.

„...Прозрачността в цялата верига е изключително важна и това е още една стъпка напред, като осигуряваме пълна проследяемост на конкретен продукт, в случая - риба тон. Това е голяма стъпка и за индустрията, като по този начин предоставяме на нашите клиенти ценна информация, с която да направят по-информиран и устойчив избор...“, споделя Аса Уикхолм, ръководител отдел „Марка КООП“ в КООП Швеция.

Първоначално технологията ще бъде тествана върху риба тон с марка „КООП“. Проучват се и възможностите кои други продуктови групи да бъдат включени в бъдеще.



ТОП ПРОДУКТИ С МАРКА „КООП“



Главна дирекция
„Търговия, методология и единен
кооперативен пазар“

тел: 02/926 64 42; coop_trade@cks.bg