



НОВОСТИ В КООПЕРАТИВНАТА ТЪРГОВИЯ

РЕГЛАМЕНТИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

- Нова програма за потребителите 2020 -2025
- От фермата до трапезата: Кодекс за отговорен бизнес
- Биологично земеделие: План за развитие 2030
- Намаляване разхищението на храни
- Програма Хоризонт Европа: Как ЕС инвестира в наука
- Европейска кампания за безопасност на храните



ИНОВАЦИИ

- ЦКС с награди за високи постижения в иновациите
- Дигиталните портфейли – иновативен начин на плащане в търговията
- Ритейл парковете – търговска локация с бъдеще
- Иновативни методи за доставка в търговията на гребно
- Иновативни способи за обогатяване на потребителското преживяване в търговията
- Иновациите гарантират успех за кооперативния бизнес



КОНКУРЕНЦИЯ

- Българските продукти разширяват присъствието си в асортимента на големите търговски вериги
- Промоционалните активности на търговските вериги за бързооборотни стоки
- Програмите за клиентска лоялност на търговските вериги за бързооборотни стоки
- Съвременната търговия: конкуренция без граници
- Пазарното представяне на търговските вериги за бързооборотни стоки през 2020 г.
- Програмата за лоялни клиенти на търговска верига „КООП“



ДОБРИ ПРАКТИКИ

- Мобилни търговски обекти КООП: добър пример
- Инициатива „КООП заедно на пазар“ 2021
- Наръчник за управление на търговските обекти от веригата „КООП“
- КООП Швеция – „Най-зелена търговска верига“
- КООП Великобритания – нова инициатива в търговията





Нова програма за потребителите 2020-2025



Европейската комисия представи Програмата, очертаваща стратегическата визия за политиката на ЕС в защита правата на потребителите за периода 2020 – 2025 в следните насоки:

- Разширяване предлагането на екологично чисти продукти
- Дигитализация
- Ефективна защита правата на

потребителите

- Задоволяване специфични потребности на отделни групи потребители
- Международно търговско партньорство

Програмата цели в условията на продължаващата пандемия COVID-19 да се даде отговор на предизвикателствата, засягащи ежедневието на потребителите, по специално във връзка с достъпността на продукти и услуги, както и пътуване на територията на ЕС, до и от ЕС.

От фермата до трапезата:

Проект на Кодекс за отговорен бизнес и маркетингови практики



През 2021 бе стартирана дискусия със заинтересованите страни по разработване на Кодекс за отговорен бизнес и маркетингови практики. Този важен документ има за цел да предложи насоки за ролята на производителите, преработвателите на храни и търговците в улесняване предлагането на потребителите на по-здравословни и сигурни храни.

От ключово значение за успеха на Кодекса е създаването на механизъм за оценка по изпълнението на въздействието чрез прозрачни критерии. За постигане на амбициозните цели на Стратегията „От фермата до трапезата“ този Кодекс ще допринесе за модернизиране на продоволственията система, с цел осигуряване на безопасни и здравословни храни на приемливи цени, а също така защита здравето на хората и опазване на околната среда.

Биологично земеделие – План за развитие 2030



Съгласно Европейския зелен пакт, Европейският съюз определи амбициозна цел за 2030 за стимулиране на производството и потреблението на биологични продукти и достигане на дял на биологичното земеделие в размер на 25% от земеделската земя, както и значително увеличение на биологичното производство на аквакултури (рибовъдство).

Чрез този план за действие ще се помогне на потребителите, селските стопани, стопанските субекти, националните правителства и местните органи в постигане на тази цел.

По-конкретно ще се:

- стимулират инвестициите в областта на устойчивото селско стопанство;
- отговори на засиления интерес на потребителите към биологичните храни;
- повиши търсенето на био продукти.

Планът за действие е съобразен със Стратегиите „От фермата до трапезата,“ и „Биологично разнообразие“ на ЕС.



Намаляване разхищението на храни в ЕС



Всяка година в ЕС се разхищават 87,6 милиона тона годишно храни, което се равнява на 173 kg хранителни отпадъци на човек за година. Производството и обезвреждането им води до емисии в размер на 170 милиона тона въглероден диоксид.

Чрез целите на ООН за устойчиво развитие ЕС и неговите държави - членки са поели ангажимент за **намаляване наполовина на**

разхищението на храни на глава от населението на равнище търговия на дребно и потребители **до 2030 г.** и за намаляване на загубите на храни по веригите за производство и доставка.

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. Стоотици 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;

Европейска кампания за безопасност на храните



По повод Световния ден за безопасност на храните 2021 Европейската агенция за безопасност на храните (EFSA) стартира кампания „Избери сигурните храни“, която е специално насочена към потребителите на възраст 25 – 45 години. Целта е да подпомогне младите хора във вземането на информирани решения при ежедневния избор на хранителни продукти.



ЦКС с награди за високи постижения в иновациите



Централният кооперативен съюз и членуващите в него кооперативни организации бяха отличени със специална награда в категория „Социална иновация“ на конкурса „Иновативно предприятие на годината 2020,, за проекта „КООП мобилни услуги с добавена социална стойност“.

Проектът на Централния кооперативен съюз „КООП мобилни услуги с добавена социална стойност“ беше отличен на 14 декември 2020 г. с първа награда в категорията „Социални иновации“, свързани с производството на социални продукти и услуги,, и в националния конкурс за социални иновации, организиран от Министерството на труда и социалната политика. Основната дейност на проекта е свързана с развитие на мобилни търговски услуги и има за цел да осигури регулярна доставка на стоки от първа необходимост в населените места, където няма постоянен търговски обект или неговото функциониране става нерентабилно поради утежнената икономическа и демографска ситуация.

Дигиталните портфейли – иновативен начин на плащане в търговията

Дигиталните портфейли на практика заместват физическите портфейли, т.е. те позволяват да се извършват плащания без да се използват физически платежни карти (т.нар. пластики) или пари в брой.

Предимствата на дигиталните портфейли, които са в основата на бързото им разпространение, могат да бъдат обобщени в следните няколко направления:



- ❖ Бързина при осъществяване на плащанията;
- ❖ Повишена сигурност на плащанията чрез няколко нива на защита на данните;
- ❖ Възможности за набиране на клиентски бази данни и на тази основа отправяне на персонализирани предложения и допълнителни услуги с цел задържане и засилване на лоялността на клиентите към съответния търговец.

Ритейл парковете – търговска локация с бъдеще



Ритейл парковете (англ. Retail Parks) са търговски центрове с централизирано управление, изградени специално за тази цел най-често в периферията на градовете, включващи минимум три ключови наземни търговски обекти с обща търговска площ не по-малко от 2000 кв. м. и достатъчно места за паркиране на открито. Ключовите търговски обекти, генериращи основния клиентопоток, са обикновено хипермаркет за хранителни стоки, магазин от типа „Направи си сам“ и магазин/и за електротехника, облекло или мебели. Вълната от ритейл паркове в Европа и в частност България идва след като пазарът се насити с молове. COVID кризата и в тази сфера ускори процесите.



Иновативни методи за доставка в търговията на гребно



Бързата и сигурна доставка на продукта до крайния потребител се превръща в основно предизвикателство за търговците при прилагането на омниканална стратегия (интегриране на дигитални и физически канали за реализация).

В последните години потребителите, които не искат да се обвързват с доставка до дома, а предпочитат да са по-гъвкави, започват все по-масово да

използват методът на доставка BOPIS (Buy Online, Pick up In Store). При този метод на пазаруване потребителите поръчват и заплащат стоките онлайн от електронния магазин на търговеца, а ги получават лично в удобно за тях време във физическия му магазин.

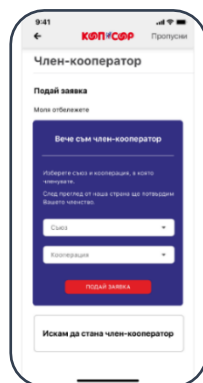
Иновативни способности за обогатяване на потребителското преживяване в търговията

Данните от актуално проучване на *Price Waterhouse Cooper* показват, че 73% от клиентите в търговията на гребно оценяват потребителското преживяване като по-важно от цената или качеството. Пълноценното потребителско преживяване води до позитивна социална реклама за търговеца и до изграждането на лоялни клиенти в дългосрочен план.



Новите технологии и широкото използване на смартфони са в основата на бързото навлизане на добавената реалност (Augmented Reality-AR) и виртуалната реалност (Virtual Reality-VR) при пазаруването както онлайн, така и във физическите магазини. Наложените ограничителните мерки върху пазаруването във физическите магазини, с цел ограничаване разпространението на COVID-19, ускори използването на тези нови способности.

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.

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.



Българските продукти разширяват присъствието си в асортимента на големите търговски вериги



Данните от анкета на Сдружението за модерна търговия (СМТ), с участието на шест големи търговски вериги (Billa, Kaufland, Lidl, Т Market, ПроМаркет и Фантастико), показват, че почти 65% от асортимента в основните хранителни категории се състои от български продукти. Те се доставят от между 160 и 600 български доставчици, с които работи всяка от шестте компании.

Водещите търговски вериги подкрепят българското производство с маркетингови кампании, откриване на специални щандове и организиране на фермерски пазари.

В края на 2020 г. пет търговски вериги (Billa, Kaufland, Lidl, ПроМаркет и Фантастико) подписаха Меморандум за приемане и изпълнение на общи мерки в подкрепа на българските производители.

Промоционалните активности на търговските вериги за бързооборотни стоки

Промоцията е основен елемент на маркетинговия микс (4P - Product, Price, Promotion, Placement). В зависимост от нейната интензивност и привлекателност промоцията може да се превърне в основния инструмент на търговеца за комуникация с клиента и съответно в един от основните мотиви за генериране на трафик към търговските обекти.



Основните комуникационни канали за актуалните промоционални предложения, които използват търговските вериги, са каталог брошури, реклами в социалните медии, мобилни приложения и специално обозначени етикети в търговските обекти.

Програмите за клиентска лоялност на търговските вериги за бързооборотни стоки



Програмите за лоялни клиенти са дългосрочни насърчения на продажбите, чрез които клиентите се привързват към търговеца, като в същото време се създава бариера пред конкуренцията.

Програмите за клиентска лоялност дават следните възможности на търговците:

- служат като стимул да се купува повече и по-често;
- дават информация за поведението на клиентите;
- помагат на търговеца да създаде тясна връзка с клиентите;
- развиват доверие към марката на компанията;
- дават възможност да се следят тенденциите, динамиката и промяната в потребителското поведение;
- оптимизират разходите за маркетинг, помагайки на търговеца да оферира правилното предложение на клиента.



Съвременната търговия: конкуренция без граници

Дигитализацията на търговията води до качествена промяна в процеса на пазарната размяна на стоки и услуги. Времето и пространството вече не са в такава степен възпрепятстващ търговията фактор. Ако традиционният магазин е до голяма степен зависим от местоположението си и работното време, то електронната търговия протича без ограничения във времето и пространството.



Съвременните информационни технологии и комуникационни мрежи позволяват на производителите директно да стигат до крайния потребител, което намалява необходимостта от посредник. Тенденцията за преминаване към размяна без посредничество (disintermediation) в новата дигитална среда е голямо предизвикателство за традиционните търговци.

Пазарното представяне на търговските вериги за бързооборотни стоки през 2020 г.

Приходите от продажби за 2020 г. на 12-те водещи вериги за бързооборотни стоки у нас, включени в класацията на Капитал „Топ 30 на търговците на дребно“, нарастват с 6,7% в сравнение с 2019 г. и достигат 5,89 млрд. лв. Презапасяването с хранителни стоки покрай локдауните и нарасналата консумация на храна въпреки са сред специфичните причини за ръста на продажбите на храни и напитки през годината, белязана от пандемията COVID – 19. Наложените през 2020 г. ограничителни мерки (локдауни, зелени коридори и др.) доведоха до забавяне на темповете на растеж в сравнение с предходната година, но като цяло нямат драматично отражение върху резултатите на водещите вериги за търговия с бързооборотни стоки.

КІТОП30

Позиция	Компания	Приходи (в хил. лв.)			Изменение %	Печалба/загуба (в хил. лв.)			Рентабилност %	Персонал	Изменение %
		2018	2019	2020		2018	2019	2020		2020	
1	КАУФЛАНД БЪЛГАРИЯ ЕНД.КО	1569 780	1650 203	1739 950	5.44	71 697	76 424	84 975	4.88	6 220	6.47
2	ЛИДЛ БЪЛГАРИЯ ЕНД.КО	944 802	1 164 001	1 355 476	16.45	29 364	41 251	65 693	4.85	3 246	9.40
3	БИЛА БЪЛГАРИЯ	766 454	816 429	811 196	-0.64	-2 482	-14 627	-15 632	-1.93	4 546	-5.43
4	МЕТРО КЕШ ЕНД.КЕРИ БЪЛГАРИЯ	756 698	780 335	765 220	-1.94	17 957	18 257	17 888	2.34	2 139	-2.06
5	ФАНТАСТИКО*	535 557	598 058	627 749	4.96	26 207	28 285	21 749	3.46	3 443	2.11

Източник: www.capital.bg

Програмата за лоялни клиенти на търговска верига „КООП“



Една от основните цели на всяка програма за лоялност е да събере полезна информация за клиентите, която помага успешно да се управляват отношенията с тях. Също така е възможност да се планират съществени подобрения като разширяване асортимента на продуктите, в зависимост от потребителското търсене. Програмата за лоялност значително подобрява имиджа на Търговската верига „КООП“ и спомага за успешното увеличаване на нейния пазарен дял.



Какви са ползите?

При покупки в магазините от търговска верига КООП клиентът получава точки, които разменя за стоки, определяни от кооперативната организация, стопанисваща магазина. На специално информационно табло, изложено на видно място в магазина се обявяват с токите и броят на точките, срещу които могат да бъдат заменени. За покупки на стойност 0.50 лв. притежателите на клиентски карти получават една точка. За покупки на стоки с марката КООП на стойност 0.50 лв. притежателите на клиентски карти получават две точки. Член-кооператорите, притежатели на клиентска карта за покупки на всички стоки на стойност 0.50 лв. получават две точки.



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).

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;
- 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.

Инициатива „КООП – Заедно на пазар“



За 14^{та} поредна година в търговска верига „КООП“ се проведе Инициатива „КООП – Заедно на пазар“, организирана от Централен кооперативен съюз. В края на месец декември ще бъдат изтеглените печелившите участници от Инициативата през 2021 година. Един от тях ще има шанса да спечели голямата награда лек автомобил „Шкода фабия“, а за останалите ще има множество предметни награди, както и 2 почивки за двама в кооперативните хотелски комплекси.

Национална търговска верига КООП обединява 571 магазина, разположени на територията на цялата страна. Всеки член-кооператор или притежател на потребителска карта КООП има право за участие в Инициативата „КООП -Заедно на пазар“.

Въпреки трудностите, породени от COVID-19, ЦКС апелира към кооперативните организации да проявят активност и да гадат повече гласност и видимост на Инициативата и правилата за участие в нея, сред своите членове и клиенти. В подкрепа на тези действия Централния кооперативен съюз публикува на интернет страницата си и в социалните мрежи правилата за участие.



Наръчник за управление на търговския процес в обектите на ТВ КООП



Тази година Управителният съвет на ЦКС прие и утвърди Наръчника за управление на търговския процес в обектите от ТВ КООП като неразделна част от Наръчник за функциониране на търговските обекти от ТВ КООП. В изпълнение на решението на управителния съвет Наръчникът беше отпечатан и изпратен до кооперативните организации за ползване от представляващите кооперативни организации, управителите на търговските обекти и търговските служители в обектите от ТВ КООП.

Наръчникът ще подпомогне работещите в кооперативните организации и кооперативните търговски обекти при осъществяване на тяхната дейност и ще доведе до подобряване имиджа и ефективността на Национална търговска верига КООП.

КООП Швеция с престижна награда за „Най-зелена търговска верига“ в Швеция за 2020



През 2020 Консултантската компания Differ проведе проучване на тема „Най-зелена търговска верига“ в Швеция, в което взеха участие повече от 1000 респонденти на възраст между 15-74 години.

В проучването потребителите бяха помолени да посочат най-зелената марка на Швеция в няколко бизнес сектори. След обобщение на резултатите, победител в сектора търговия на дребно с бързооборотни стоки и в предлагането на банкови услуги е КООП Швеция.

КООП Великобритания - нова инициатива в търговията



С цел намаляване разходите за електричество и опазване на околната среда, КООП Великобритания инсталира пилотно в 10 магазина от веригата КООП иновативна технология „Еко Блейд“, разработена от инженери на Формула 1.

Принципът на действие е ефективно насочване на въздуха чрез монтиране на две двойни релси в предната част на хладилните витрини, които действат като невидима преграда, задържаща топлия въздух навън и студения вътре в хладилната витрина. Джема Лейси, Директор по устойчивост и комуникации в КООП Великобритания сподели: „...Дългосрочната ни цел е 50% намаляване на вредните емисии в търговските обекти „КООП“, до 2030. Предстои до края на годината внедряване на технологията „Еко Блейд“ във всички магазини „КООП“ във Великобритания, което ще повиши с 25 % енергийната ефективност. Бъдещето на планета зависи от всички нас...“.



Главна дирекция „Търговия, методология и единен кооперативен пазар“
тел: 02/926 64 42; coop_trade@cks.bg