



# НОВОСТИ В КООПЕРАТИВНАТА ТЪРГОВИЯ

## РЕГЛАМЕНТИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

- Евродепутатите призовават за по-строги правила за намаляване на хранителните и текстилните отпадъци



## ИНОВАЦИИ

- Развитие на собствени марки хранителни продукти и дигитализация с цел ръст на продажбите през 2024-та



## КОНКУРЕНЦИЯ И ПАЗАРНИ АНАЛИЗИ

ТОП 5 тенденции в технологиите за търговия на дребно през 2024 г.



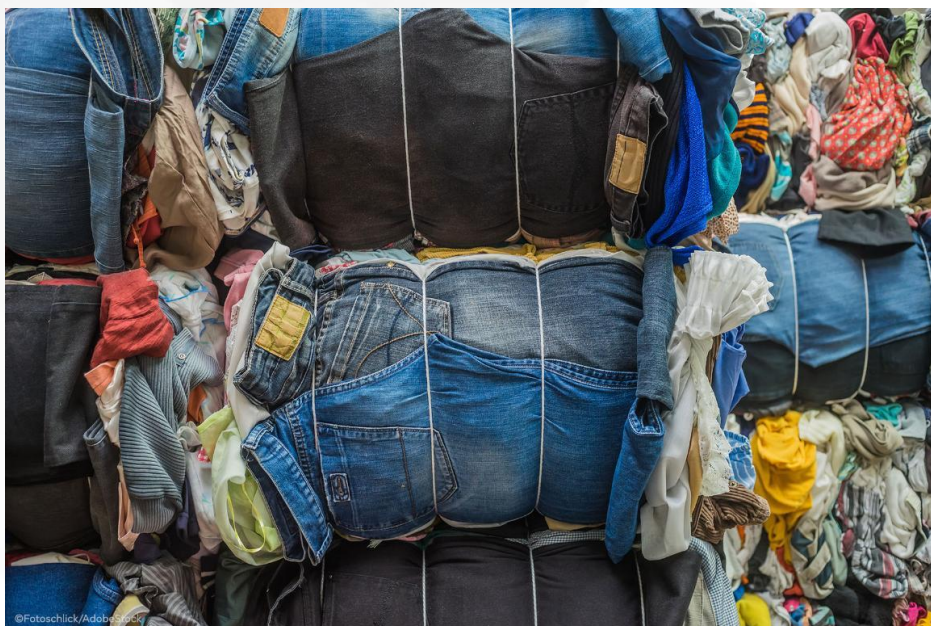
## ДОБРИ ПРАКТИКИ

- Консумацията на шоколадови изделия бележи плавно и трайно повишение





## Евродепутатите призовават за по-строги правила за намаляване на хранителните и текстилните отпадъци



- По-амбициозни цели за намаляване на хранителните отпадъци до 2030 г.
- Производителите да носят по-голяма отговорност за текстилните продукти, облеклото и обувките
- 60 милиона тона хранителни отпадъци и 12,6 милиона тона текстилни отпадъци се генерират годишно в ЕС
- По-малко от 1 % от всички текстилни изделия в световен мащаб се рециклират в нови продукти

Парламентът прие своите предложения за по-добро предотвратяване и намаляване на хранителните и текстилните отпадъци в целия ЕС.

Евродепутатите приеха на първо четене позицията си относно [предложеното преразглеждане](#) на Рамковата директива за отпадъците.

### По-строги цели за намаляване на хранителните отпадъци

Парламентът предлагат по-високи обвързващи цели за намаляване на отпадъците, които да бъдат постигнати на национално равнище до 31 декември 2030 г. — най-малко 20 % в преработката и производството на храни (вместо 10 %, предложени от Комисията) и 40 % на глава от населението в търговията на дребно, ресторантите, заведенията за хранене и домакинствата (вместо 30 %). Парламентът също така иска от Комисията да оцени дали следва да бъдат въведени по-високи цели за 2035 г. (съответно най-малко 30 % и 50 %) и ако това е така, изисква от тях да представят законодателно предложение.



## Производителите следва да покриват разходите за събиране, сортиране и рециклиране на отпадъци от текстилни изделия

Евродепутатите одобриха схеми за разширена отговорност на производителя, чрез които производителите, които продават текстилни изделия в ЕС, ще трябва да покриват разходите за тяхното разделно събиране, сортиране и рециклиране. Държавите членки ще трябва да въведат тези схеми 18 месеца след влизането в сила на директивата (в сравнение с 30 месеца, предложени от Комисията). Новите правила ще обхващат продукти като облекло и аксесоари, одеяла, спално бельо, завеси, шапки, обувки, матраци и килими, включително продукти, които съдържат текстилни материали, като кожа, възстановена кожа, каучук или пластмаса.

Докладчикът [Анна Залевска \(ЕКР, Полша\)](#) заяви: „Парламентът предложи целенасочени решения за намаляване на разхищението на храни, като следене на нелоялните пазарни практики, изясняване на датата на етикетиране и даряване на непродадени, но годни за консумация храни. Що се отнася до текстилните изделия искаме да включим и небитови продукти, килими и матраци, както и продажби чрез онлайн платформи.“

### Следващи стъпки

Текстът представлява позицията на Парламента на първо четене. Досието ще бъде разгледано от новия Парламент след европейските избори на 6-9 юни.

### Контекст

Всяка година в ЕС се генерират [60 милиона тона](#) хранителни отпадъци (131 кг на човек) и [12,6 милиона тона](#) текстилни отпадъци. Само облеклото и обувките представляват 5,2 милиона тона отпадъци, което се равнява на 12 кг отпадъци на човек всяка година. Смята се, че по-[малко от 1 %](#) от всички текстилни изделия в световен мащаб се рециклират в нови продукти.

При приемането на настоящия доклад Парламентът отговаря на очакванията на гражданите ЕС да прилага принципите на кръговата икономика и да насърчава мерки срещу разхищаването на храни, както и да приложи незабавно амбициозна стратегия за устойчив текстил и да повиши екологичните стандарти, както е посочено в предложенията 1(3), 5(8), 5(9) и 5(11) от [заклученията](#) на Конференцията за бъдещето на Европа.

Източник: [www.europarl.europa.eu](http://www.europarl.europa.eu)



## Развитие на собствени марки хранителни продукти и дигитализация с цел ръст на продажбите през 2024-та



Италианската кооперативна търговска верига Gruppo Vege ще се съсредоточи върху разрастването на собствените си марки хранителни продукти и инвестира в дигитализацията с цел по-добри финансови резултати през 2024-та.

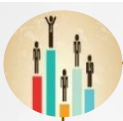
Търговската верига планира да отвори 78 нови аутлета през 2024-та, включително 5 хипермаркета и 60 супермаркета.

По време на представянето на новите рекламни и маркетингови планове за 2024-година в Милано, Gruppo Vege заяви, че подготвя промоционални стратегии, за да насърчи продажбите в днешните времена на инфлация, като разширява своите собствени марки хранителни продукти в три категории - стоки от първа необходимост, основни и премум клас.

Кооперацията също ще се фокусира към засилване на мениджърския контрол и автоматизирането и дигитализирането на процесите в компанията. Тя ще продължава да държи фокуса върху опазването на околната среда, социална и икономическа устойчивост. Въвеждат се инициативи за хранителна устойчивост и борба срещу хранителните отпадъци и се увеличава клиентската ангажираност.

Gruppo Vege се фокусира върху обучението на бъдещи мениджъри с участието на институти като Vege Академия.

Групата показва стабилно израстване през последните 9 години и в момента е на пето място на италианския дистрибуторски пазар като се състои от 32 основни компании и държи 7,5 % от националния стоков дял с 3052 магазина и търговска площ от 2 337 873 квадратни метра.

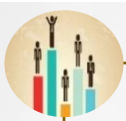


## ТОП 5 тенденции в технологиите за търговия на дребно през 2024 г.



Технологиите за търговия на дребно се отнасят до прилагането на иновативни цифрови решения и инструменти, предназначени да подобрят различни аспекти на търговията на дребно. Тя включва широк набор от технологии, насочени към оптимизиране на процесите, подобряване на потребителското изживяване, взаимодействието с клиентите и повишаване на ефективността в търговията на дребно.

По същество технологиите за търговия на дребно използват цифровите постижения за трансформиране на традиционните методи за търговия на дребно като създават по-свързана, ефективна и ориентирана към клиента среда за пазаруване. През последните години като такива могат да се отбележат: платформите за електронна търговия; мобилните приложения; системите за безконтактно плащане; решенията за управление на мърчандайзинг; системите за управление на POS; изкуствен интелект и машинно обучение; роботика и автоматизация на склада; беспилотни магазини; виртуална и добавена реалност; компютърно зрение и видеоанализ; гласова търговия и маркетинг базиран на данни.



## Топ 5 тенденции в технологиите за търговия на дребно през 2024 г. са:

- Платформите „всичко в едно“ – подобряват оперативната ефективност; възможности за мащабиране; достъпност на данните; Този подход позволява на бизнеса да разработва стратегии въз основа на информация в реално време. Създава единна екосистема, в която различни компоненти като управление на запасите, мърчандайзинг, анализ на продажбите, управление на взаимоотношенията с клиентите (CRM) и системи за продажба (POS) си взаимодействат и обменят данни.
- Автоматизация за подобряване на контрола на наличностите. Анализирайки исторически данни, модели на продажби, автоматизираните системи могат точно да прогнозират търсенето и по този начин се свежда до минимум случаите на изчерпване или презапасяване.
- Омниканално пазаруване. Потребителите очакват безпроблемно пазаруване по различни канали. Основни характеристики и предимства при омниканалното пазаруване са: персонализиране на клиентите; усъвършенствана технология за управление на запасите, която да осигурява наличност и видимост на стоките във всички канали; подобряване на ангажираността на клиентите с помощта на мобилни технологии.
- Прогнозен анализ. Прилагането на прогнозен анализ в търговията на дребно изисква комбинация от усъвършенствани аналитични инструменти, интегриране на данни и квалифицирани анализатори на данни. Използвайки усъвършенствани алгоритми за анализ търговците на дребно могат да анализират големи количества данни, за да правят прогнози за търсенето на продуктите, управление на инвентара, оптимизиране на цените и оптимизиране на веригата на доставки.
- Устойчивост на търговията на дребно – интелигентно управление на веригата за доставки; намаляване на отпадъците; зелени технологии в работата на магазините; приложения за възобновяема енергия. Потребителите все повече обвързват своите ценности с решенията си за покупка. Търговците на дребно, които използват технологии в подкрепа на устойчивостта, не само отговарят на изискванията на пазара, но и допринасят за бъдещето, в което търговията на дребно става вече синоним на отговорност и опазване на околната среда.

Инвестициите в технологии са основен приоритет. Почти  $\frac{3}{4}$  от компаниите са фокусирани върху автоматизацията, развитието на умения и внедряването на модерни технологии, включително изкуствен интелект. Търговците на дребно също трябва да вземат решения днес, за да трансформират и оптимизират повечето процеси, за да изпреварят конкуренцията и да осигурят растеж на бизнеса си.



## Консумацията на шоколадови изделия бележи плавно и трайно повишение

Проучване на агенция Market Links показва, че шоколадовите бонбони и шоколади са с най-голям ръст от групата „Шоколадови изделия“. 31% от участниците в проучването консумират шоколадови бонбони поне веднъж седмично през 2023 г., 22% два до три пъти месечно, 16% веднъж месечно и 15% заявяват, че въобще не консумират шоколадови бонбони. Профилът на консуматорите на шоколадови продукти е с най-висок относителен дял при по-малките населени места от градски тип, при по-възрастната част от населението със средни и високи доходи. Основен двигател на пазара остава нагласата на потребителите към консумация на висококачествен шоколад, който допринася положително за здравето. Други фактори, които се очаква да стимулират развитието на пазара, включват предлагането на премиум продукти на базата на шоколад и използването на визуално привлекателни опаковки за привличане на вниманието на потребителите. Нарастващата популярност и акцентирането върху концепцията „от какаовите зърна до шоколадовото блокче“ ще доведе до значително увеличение на търсенето на премиум и специални шоколадови продукти през следващите години.



През м. февруари 2019 г. отвори врати магазин Шоко КООП. Вече 5 години разнообразието на предлаганите ръчно изработени шоколадови изделия от висококачествени суровини от Италия и Белгия задоволява изтънчения вкус на ценителите на качествен шоколад, както и са подходящ подарък за приятели и корпоративни клиенти. Чрез поръчки през сайта [www.chococoop.bg](http://www.chococoop.bg) персонализираните шоколадови изделия достигат директно до вашата врата в цялата страна.

Насладете се на нашия ръчно изработен с много любов шоколад при всеки специален момент.



## ТОП ПРОДУКТИ С МАРКА „КООП“



Главна дирекция

„Иновации и логистика в търговската дейност“

тел: 02/926 64 42; coop\_trade@cks.bg