



НОВОСТИ В КООПЕРАТИВНАТА ТЪРГОВИЯ

РЕГЛАМЕНТИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

- Защита на потребителите от дефектни продукти: нови правила на ЕС



ИНОВАЦИИ

- Розовото масло - на крачка да стане съставка за лекарства



КОНКУРЕНЦИЯ И ПАЗАРНИ АНАЛИЗИ

- Новото уравнение на стойността



ДОБРИ ПРАКТИКИ

- Стартира кампанията "Достъпно за вас"





Защита на потребителите от дефектни продукти: нови правила на ЕС

ЕС иска да актуализира правилата си за дефектни продукти, за да ги приспособи към промените в технологиите и да защити по-добре потребителите.



Съществуващата директива за отговорността за продукти е приета преди почти 40 години. Европейската комисия публикува предложение през септември 2022 г. за приспособяване на правилата към технологичния напредък.

Целта на промените е да се подобри функционирането на цифровата и кръговата икономика и да се помогне на тези потребители, които са закупили дефектни продукти, да получат по-справедливо обезщетение.

Обхват на новите правила за отговорност

Настъпващата цифровизация и преходът към по-устойчива икономика изискват значението на думата продукт да бъде разширено и да бъдат включени софтуерни актуализации, изкуствен интелект или цифрови услуги (като роботи, дронове или системи за интелигентен дом).

В същото време новите правила изключват от обхвата си софтуера с отворен код или безплатния софтуер, тъй като тези видове софтуер разчитат на подобрения от потребителите. Разработчиците не би трябвало да бъдат държани отговорни за щети, които всъщност могат да бъдат причинени от други потребители.

ЕС залага на развитието на кръгова икономика, в която продуктите трябва да бъдат по-издръжливи, да се използват многократно, да могат да се ремонтират и актуализират. Правилата за отговорност трябва да бъдат модернизирани за подобни бизнес модели на кръговата икономика.

Щети

Правилата към момента признават само нанесени физически щети като законна причина за искане на обезщетение. С измененията ще бъде възможно да се търси обезщетение и за психични щети, които изискват терапия или медицинско лечение.

За унищожаване или необратима повреда на данни (като изтриване на файлове от твърд диск) също ще може да бъде поискано обезщетение. Загубата на повредени данни обаче ще трябва да надвишава 1000 евро.

Отговорност

Според предложението на Комисията периодът, в който се носи отговорност за продуктите, трябва да бъде 20 години.

Парламентът иска да удължи периода на отговорност до 30 години в случаи, когато щетите са за по-дълъг период от време.

Съгласно изменените правила винаги трябва да има някой в ЕС, който да носи отговорност за щетите, причинени от дефектен продукт, дори ако продуктът е произведен извън ЕС. Това може да бъде както вносителят на продукта, така и представител на производителя. Ако няма отговорна компания, потребителите ще могат да бъдат обезщетявани чрез национални схеми.

По-лесна процедура за обезщетение

Парламентът цели да опрости процедурата за доказване, че дефектният продукт е причинил щета и че има основателна причина за това да се иска обезщетение.

Депутатите искат националните власти за защита на потребителите да предоставят достъпни и разбираеми напътствия и повече информация относно искове за обезщетение.

Потребителите, които са претърпели вреди, ще могат да поискат от национален съд да нареди на производителите да разкрият доказателства, които могат да помогнат при искането им за обезщетение.

В настоящите правила минималната граница за искане на обезщетение на щети е 500 евро. Парламентът предлага да се отмени тази сума, така че потребителите да могат да търсят правата си за щети от всеки продукт.

Дефектни продукти

Парламентът смята, че даден продукт трябва да се счита за дефектен, когато е опасен за обикновения потребител.

Дефектите може да са свързани с дизайна на продукта, техническите характеристики и инструкции, неговата предвидима употреба, ефектите, които други продукти могат да имат върху дефектния продукт или способността му да учи непрекъснато.

Следващи стъпки

След като парламентарните комисии по правни въпроси и вътрешен пазар приеха съвместен доклад, Парламентът одобри позицията си относно въведените правила през октомври 2023 г.

Сега депутатите ще започнат преговори със страните от ЕС за окончателния вид на законодателството.

Правила за отговорност за изкуствения интелект

ЕС също така работи върху правила отнасящи се за отговорността за изкуствения интелект, които биха допълнили измененията в директивата за отговорността за продуктите. Тези правила ще бъдат насочени към щетите, причинени от неправилно поведение на системите с изкуствен интелект (напр. нарушения на поверителността или щети, причинени от проблеми с безопасността).



Розовото масло - на крачка да стане съставка за лекарства



Билковото, лавандулово, борово масло и маслото от хвойна от години са записани в Европейската фармакопея - единен справочник за контрол на качеството на лекарствата в страните, подписали конвенцията за нейното разработване. Това позволява на тези масла да влизат в състава на различни лекарствени продукти и добавки и отваря нови ниши и пазари за тях. Сега и розовото масло е на път да се присъедини към тях, а това ще отвори много и ценни възможности за сектора.

Страната ни е лидер в износа на суров продукт, който има приложения в парфюмерията, козметиката, ароматерапията. Тези ниши обаче вече не удовлетворяват бизнеса, който все повече усеща несигурността и проблемите с веригите доставки на световните пазари. За да се запази устойчивостта в бранша, компаниите в сектора виждат бъдеще именно във фармацията.

Още повече, че в последната година и повече фокусът на сектора бе не в развитието му, а в това да "спасява" розовото масло от изкуствено създадени кампании и опити на ЕК за регулации в пазара на етеричните масла. Сега опитът на Европейската фармакопейна комисия (органът за взимане на решения) да включи розово масло в Европейската фармакопея е значителна крачка напред.

Фармакопеята е книга, която съдържа указания за идентификация на медицински съставки. Ролята на Европейската фармакопея е в това да помага в защитата на общественото здраве на Европа, като наблюдава качеството на лекарствата и техните съставки. В момента тече процедура за включване на розовото масло в позволените съставки за европейската фармакология от страна на ресорните институции. Инициативата е на Европейската фармакопейна комисия, която работи с представители на бизнеса това да се случи. Именно тази комисия взима всички технически решения кое да влезе към фармакопеята и кое не.



Новото уравнение на стойността

В настоящите условия резултат от коронавируса, невиджани нива на инфлация, огромни технологични промени и не на последно място значимата промяна в потребителското поведение, се променя и уравнението на стойността на продукта.

Как пазаруват домакинствата? Малка кошница – големи разходи



По данни на GfK индексът на потребителско доверие е паднал значително спрямо миналата година. Негативното доверие е пряко свързано с бума на инфлацията, тъй като българските домакинства нямат усещането за подобрение на икономическата среда и имат негативна нагласа относно бъдещите си доходи.

Ролята на ценовата еластичност по време на инфлационни вълни

По данни на NielsenIQB в България все още обемите продължават да са в застоя от миналата година. По-ниското потребление и инфлация през второто тримесечие на 2023 г. води до забавяне на ръста в стойност на годишна база (14.5%). В началото на инфлационната вълна с най-голям принос са пакетираниите храни и млечните продукти. През 2023 г. двигател на инфлацията в модерната търговия са продуктите от категория “Лична грижа”. Българските домакинства отделят средно по 370 евро от месечния си бюджет за бързооборотни стоки и по този показател те се нареждат в челните места в Европа. Българският потребител е на първо място по посещаемост на магазини за бързооборотни стоки.

Тенденции през 2023 г., които преמודелират света на бързооборотните стоки

- Ефикасност – необходимостта да се избегнат загубите по цялата верига на доставки
- Магията на магазините – въпреки развитието на онлайн търговията, физическите магазини си остават основното място на което се случва продажбата и клиентът прави своя избор за покупка от различни брандове
- Здравословни продукти – все повече продуктови категории се разширяват със здравословни стоки, от една страна защото потребителите търсят по-здравословни предложения, а от друга, защото и ЕС изисква подобна посока от производителите
- Стремешът към устойчивост
- Технологичен напредък – използването на изкуствен интелект, дроне за доставка и роботизация на процесите
- Новото уравнение на стойността – то включва много повече от добра цена. Потребителите все повече се интересуват от стойността, която им носи даден продукт и ниската цена не е достатъчна като мотив за вземане на решение за покупка.

За да се адаптират към предизвикателствата на средата и да се оптимизират резултатите е необходимо внимателен подбор на иновациите, които се пускат на пазара, поставяне на повече фокус върху привличането на клиенти и задачата да се създаде по-добро изживяване за тях в магазина. Политиката на брандовете е в посока да предлагат по-добро качество и повече стойност пред алтернативата да се предлагат стоки на по-ниска цена.



Стартира кампанията "Достъпно за вас"

От 15 ноември, стартира кампанията "Достъпно за вас". Нейната цел е да бъдат постигнати трайно ниски цени за българските потребители на хранителните продукти от първа необходимост. Това съобщиха от Министерството на икономиката и индустрията

Реализирането на инициативата ще се осъществи поетапно. Министерството на икономиката ще си партнира с отделни търговски вериги, доброволно приемащи условията на инициативата. Кампанията обхваща седем групи продукти от малката потребителска кошница, отговарящи на обичайните изисквания за качество и съдържащи всички необходим продукт за разнообразно хранене.

Кампанията стартира с фокус върху минимум 50 продукта от малката потребителска кошница. От тях поне 16 продукта в един магазин трябва да са отбелязани с логото на кампанията. Всеки един търговски обект, който се е включил в кампанията, е длъжен да ползва логото на инициативата "Достъпно за вас". То ще бъде позиционирано до стоката, която е предложена в конкретната седмица.



Всяка седмица включилите се търговските вериги ще предлагат храни на възможно най-ниската за тях цена от няколко основни групи. Тук влизат хляб и зърнени храни, варива, месо и месни продукти, млечни продукти, яйца, плодове и зеленчуци, животински и растителни масла и мазнини. Предвижда се продуктовата кошница за съответната седмица да се включва в брошурите на веригите, включително и в дигиталните им издания.

От министерството на икономиката поясняват, че инициативата "Достъпно за вас" се провежда в унисон с механизма в т. нар. "Зелен документ" на Европейската комисия за най-добри практики между търговците във веригата на доставките, където основно се визират хранителните продукти. Всяка седмица ведомството ще прави анализ, за да се следи динамиката на цените.

Инициативата има за цел да осигури информираност на потребителите и достъпност до основни хранителни продукти от малката потребителска кошница, чрез предлагането им на възможно най-ниски цени, базирайки се на принципите на конкурентост, без да оказва негативно влияние върху останалите участници в икономическите отношения.



ТОП ПРОДУКТИ С МАРКА „КООП“

Шоко КООП

Коледна
кутия
„Шоколадова
прелест“



coop Италия

Пенливо вино
Спуманте
Греканико
0.750 л



Главна дирекция

„Иновации и логистика в търговската дейност“