



НОВОСТИ В КООПЕРАТИВНАТА ТЪРГОВИЯ

РЕГЛАМЕНТИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

- Промисленост с нулеви нетни емисии: повече „зелени“ технологии в Европа



ИНОВАЦИИ

- Ероски продължава да предоставя намаления за многодетни семейства



КОНКУРЕНЦИЯ И ПАЗАРНИ АНАЛИЗИ

- Тенденции при храните и напитките през 2024 г.



ДОБРИ ПРАКТИКИ

- „Сладък Свети Валентин – подари шоколад и вино с любов“





Промишленост с нулеви нетни емисии: повече „зелени“ технологии в Европа



Защо е нужна подкрепа за развитието на „зелени“ технологии

Развитието на нови технологии като инсталации за слънчева и вятърна енергия, както и за извеждане на въглерод от атмосферата, създават условия за нов вид енергетика и промишленост, които не допринасят за климатичните изменения. Това е от голямо значение за постигането на целите на Европа по отношение на климата.

Според доклад на Международната агенция по енергетика от 2023 г. ако страните по света изпълнят изцяло обещанията си в областта на енергетиката и климата, пазарът на „зелени“ технологии може да се увеличи тройно до 2030 г. в сравнение с настоящия му размер, а работните места в сектора могат да се увеличат от 6 милиона на 14 милиона.

Към момента Европа до голяма степен внася тези технологии, докато други страни по света са увеличили усилията си за разширяване на капацитета си за местно производство.

Целите на законодателния акт за промишленост с нулеви нетни емисии

През март 2023 г. Европейската комисия предложи приемането на законодателен акт за промишленост с нулеви нетни емисии, който трябва да помогне за укрепването на европейския производствен капацитет.



Актът е част от Европейският зелен пакт и трябва да осигури основата за достъпна, надеждна и устойчива система за производство на енергия от чисти източници. Това на свой ред ще увеличи конкурентоспособността и устойчивостта на индустрията на ЕС.

Законодателството трябва също така да намали риска от замяна на предишната зависимост на ЕС от руските изкопаеми горива с нови стратегически зависимости.

Ключови елементи на законодателния акт за промишленост с нулеви нетни емисии

Законодателният акт предлага мерки с цел ЕС да произвежда най-малко 40% от собствените си нужди за „зелени“ технологии до 2030 г. Технологиите, които се насърчават, включват слънчеви фотоволтаични и топлинни технологии, наземни и офшорни вятърни технологии, батерии и технологии за съхранение на енергия и други.

Актът поставя също така за цел ЕС да може да съхранява най-малко 50 милиона тона CO₂ до 2030

Правилата имат за цел да подкрепят и развитието на умения, необходими за напредъка на индустриите за чиста енергия, на европейско и местно ниво.

Какво предлагат депутатите?

Парламентът одобри позицията си относно законодателството през ноември 2023 г. В своите изменения депутатите предложиха:

- включване на компонентите, материалите и машините за производство на технологии за чиста енергия в обхвата на законодателството;
- по-широк списък от обхванати технологии;
- ускоряване на процеса на издаване на разрешителни;
- създаване на условия за индустриални паркове за екологични технологии в ЕС.

Следващи стъпки

Парламентът е готов да започне преговори със Съвета относно окончателния текст на законодателството.



Ероски продължава да предоставя намаления за многодетни семейства



Испанската кооперативна верига магазини Ероски обяви, че ще разшири програмата си за намаления за многодетни семейства в още седем магазина в областите Кастилия и Леон.

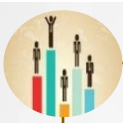
Ероски развива програмата за подпомагане на многодетни семейства от повече от 19 години.

Чрез тази инициатива, търговската верига се надява да облекчи икономическите затруднения на многодетните семейства. Благодарение на програмата повече от 25 000 семейства са успели да спестят около 1,5 милиона евро през 2022 г.

Супермаркетите ще предлагат 2,5 % отстъпка на всички покупки за хора, които представят официален документ, че са част многодетно семейство, издаден от Съвета на Кастилия и Леон.

Магазините, които участват в кампанията имат на входа си залепен официален стикер, издаден от Съвета на Кастилия и Леон, който показва участието им в инициативата.

В началото на годината Ероски обяви, че продажбите на хранителни стоки са скочили с 11,2 % в сравнение с продажбите през изминалата година, до 3.66 милиарда евро.



Тенденции при храните и напитките през 2024 г.

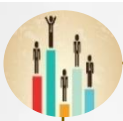
През 2024 г. за производителите на храни и напитки ще бъде от съществено значение да предвидят и изпреварят ключовите тенденции, които формират потребителското поведение. В доклад на британската агенция за пазарни проучвания FMCG Gurus се посочва, че потребителите в стремежа си да защитят своето физическо и емоционално здраве, са възприели модел на поведение основан на принципа „ден за ден“.

Потребителите усещайки влиянието на инфлацията се опитват да намалят разходите си за храни и напитки. Поведението им характерно за времена на рецесия е свързано с намаляване лоялността към марката, търсене на промоционални оферти и премиум продукти в търговската мрежа.

Потребителите стават все по-заинтересовани от въздействието на климатичните промени върху хранителната верига. Те очакват от производителите да възприемат иновативни и природосъобразни практики, които да работят в посока запазване на биоразнообразието и природните ресурси. Брандовете следва да промотират стойността на продуктите с грижа към околната среда като подчертават допълнителните им ползи.

В последните години увеличението на цените и ускореното темпо на ежедневието след пандемията оказва значително влияние върху емоционалното състояние на потребителите.





Значителен брой от тях активно са започнали да търсят начин да подобрят настроението си и да подсилят психичното си здраве. В опит да го постигнат те са склонни да се оттеглят от ежедневното напрежение и да преосмислят приоритетите си, като поставят на водещо място по-добрия сън и по-здравословните хранителни модели. Потребителите са станали много по-внимателни по отношение на проследяването на съставките, вложени в продуктите и се стремят да направят бърз и информиран избор що се отнася до хранителния профил на търсените от тях продукти.

Популярността на мобилните приложения, които проследяват здравето на потребителите продължава да расте. Все повече потребители използват приложенията за да следят хранителния си режим и начина си на живот. В отговор на този тренд производителите изготвят персонализирани предложения за клиентите.



Подчертаването на автентичността на продукта се оценява високо от потребителите. Те търсят стоки, които биха възприели като натурални, тъй като вярват, че са по-добри както за тях самите, така и за околната среда. Тази нужда доведе до увеличение в търсенето на продукти, които се рекламират като „свободни от“ или „без“ дадени съставки. Въпреки това е необходимо да се гарантира, че всяко рационализиране на съставките няма да се приеме погрешно като опит да се намалят разходите за производство на въпросния продукт, защото потребителите търсят както автентичност, така и качество.



„ Сладък Свети Валентин – подари шоколад и вино с любов“

По инициатива на Централния кооперативен съюз и „КООП Маркет“ ЕООД от 8 до 14 февруари в КООП зоната на открито пред сградата на ЦКС бе организиран празничен базар по повод 14-ти февруари.

Вино и шоколад – две любими думи. Всяка от тях е синоним на щастие, любов и страст. Какво може да допълни по-добре вкусни шоколадови изделия от едно изискано вино?

Организаторите предложиха на посетителите най-добрите комбинации между:

♥ Разнообразие от шоколадови изкушения от Шоко КООП – ръчно изработени персонализирани шоколадови изделия от традиционни до екзотични вкусове.

♥ Кооперативни вина специално подбрани селекции от България, Италия и Испания.

В рамките на базара бе организирана томбола с атрактивни награди, в която участваха всички закупили стоки от базара на стойност над 30 лв.



ТОП ПРОДУКТИ С МАРКА „КООП“

coop Италия

Бяло вино
Сицилиен
Шардоне
0.750 л



coop Италия

Червено вино
Сицилиен
Сира
0.750 л



Главна дирекция

„Иновации и логистика в търговската дейност“

тел: 02/926 64 42; coop_trade@cks.bg