



НОВОСТИ В КООПЕРАТИВНАТА ТЪРГОВИЯ

РЕГЛАМЕНТИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

- Разходите за живот и икономиката – водещи приоритети за гражданите на ЕС след изборите през 2024 г.



ИНОВАЦИИ

- КООП Италия: Ръст на продажбите със собствени марки в отговор на икономическите предизвикателства



КОНКУРЕНЦИЯ И ПАЗАРНИ АНАЛИЗИ

- Внедряване на изкуствен интелект в кооперативния бизнес в Обединеното кралство



ДОБРИ ПРАКТИКИ

- Финландската кооперация за търговия на дребно "S group", ще инсталира нови устройства от облачни системи за ценообразуване



Разходите за живот и икономиката – водещи приоритети за гражданите на ЕС след изборите през 2024 г.



Европейският парламент публикува „Следизборно проучване на ЕС за 2024 г.“, което разглежда поведението на гласуване и основните приоритети на гражданите на ЕС след последните европейски избори. Според резултатите, темите, които най-силно мотивираха хората да гласуват, са повишаването на цените и разходите за живот (42%), както и икономическата ситуация (41%). Важна роля изиграха и международните събития, които повлияха на 34% от гласоподавателите, докато 32% посочиха защитата на демокрацията и върховенството на закона като ключов фактор за участието си в изборите. Дори и тези, които не са гласували, заявиха, че разходите за живот (46%) и икономическите проблеми (36%) биха могли да ги мотивират да се включат.

Председателят на Европейския парламент, Роберта Метсола, коментира резултатите от проучването, като подчерта важността на ангажираността на гражданите. Тя заяви, че с рекордна избирателна активност за последните 30 години, гласовете на хората са дали ясен мандат на Европейския парламент да предприеме конкретни действия. През следващите седмици парламентът ще работи за оценка на новата Европейска комисия и ще се съсредоточи върху решаването на проблемите, които гражданите смятат за приоритетни: разходите за живот, икономиката, демокрацията, миграцията и сигурността.



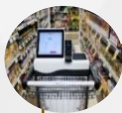
Проучването също така подчертава, че въпреки икономическите предизвикателства, подкрепата за Европейския съюз остава стабилна и висока. Цели 65% от гражданите на ЕС са оптимистично настроени за бъдещето на съюза, а 48% имат положително мнение за ЕС като цяло, докато само 16% споделят отрицателно мнение. Членството в ЕС също се оценява положително, като 70% от гражданите вярват, че техните страни са спечелили от това членство. Основните причини за тази подкрепа включват засиленото сътрудничество между държавите-членки, подобряването на сигурността и мира, икономическия растеж и създаването на нови работни места.

Доверието в европейската парламентарна демокрация също е на високо ниво в началото на новия, десети мандат на Европейския парламент. Според проучването, 42% от гражданите имат положително мнение за Европейския парламент – най-високото, регистрирано до момента. На изборите през юни, избирателната активност достигна 50,74%, най-високата за последните 30 години, което показва повишен интерес и ангажираност от страна на гражданите. В 16 от 27-те държави членки, избирателната активност дори е била по-висока в сравнение с предишните избори през 2019 г.

Данните от проучването показват, че гласуването на европейските избори се превръща в обичаен навик за мнозина граждани. Около 46% от гласувалите заявяват, че винаги участват в изборите, докато 42% смятат, че това е тяхно гражданско задължение. Други 20% са гласували, за да подкрепят политическа партия, чиито възгледи са близки до техните. Основната причина избирателите да изберат определена партия на изборите е доколко нейните предложения по европейски въпроси съответстват на техните ценности и идеи, като това е посочено от 47% от анкетираните – с 4 процентни пункта повече в сравнение с 2019 г.

Проучването е проведено от агенцията Verian (по-рано Kantar Public) между 13 юни и 8 юли 2024 г. във всички 27 държави-членки на ЕС, като включва 26 349 интервюта.

Източник: www.europarl.europa.eu



КООП Италия: Ръст на продажбите със собствени марки в отговор на икономическите предизвикателства



През последните две години КООП Италия значително разшири продуктовото си портфолио, добавяйки над 5000 нови артикула със собствени марки. Това разширение е част от стратегията на КООП за справяне с икономическите трудности, пред които са изправени потребителите в условия на висока инфлация и несигурност.

Реакция на инфлацията

Между 2022 и 2024 г. Италия се сблъска с рекордна инфлация, което доведе до спад в реалните доходи на домакинствата и засилена загриженост относно нарастващите цени. През април 2024 г. официалните данни сочат инфлация от 0,6%, но потребителите я усетиха като над 12%. Това насочи КООП към предлагането на по-достъпни продукти със собствени марки, за да улесни клиентите си в трудните времена.

Промени в потребителското поведение

Икономическите условия доведоха до промени в пазаруването – клиентите пазаруват по-често, но в по-малки количества, като избират по-достъпни стоки. Това помогна на продуктите със собствени марки да достигнат 80% от продажбите в някои категории. През 2023 г. над 95% от клиентите на КООП Италия са купили поне един продукт със собствена марка, което доведе до общи приходи от 16,4 милиарда евро.



Спестявания за клиентите

Продуктите със собствени марки не само увеличиха продажбите, но и донесоха значителни спестявания за клиентите. През 2023 г. членовете и потребителите на КООП Италия спестиха около 1,2 милиарда евро благодарение на по-ниските цени на тези продукти, което е с 200 милиона евро повече спрямо 2021 г.

Развитие на нови продукти

КООП Италия продължава да разширява своите собствени марки, като през този месец планира да добави нови категории, включително сирена и колбаси. Също така активно събира обратна връзка от клиентите чрез програмата „Одобрено от членовете“, за да продължи да отговаря на техните нужди и вкусове.

Успешни продуктови линии

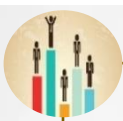
Продуктовата линия „Gli Spesotti“ вече присъства в 70% от потребителските колички, а салатите Fior d'insalata Fiorfiore и салфетките Vivi verde от рециклирани материали също се утвърдиха като успешни предложения.



Пазар на собствени марки

През 2023 г. пазарът на собствени марки в Италия достигна 25,4 милиарда евро, представляващи 31,5% от общия пазарен дял. Очаква се този растеж да продължи, особено в сектори като храни, продукти за дома, хигиена и здравеопазване.

С ангажимента си към качествени и достъпни продукти, КООП Италия затвърждава лидерската си позиция и осигурява на клиентите си подкрепа и сигурност в предизвикателни икономически времена.



Внедряване на изкуствен интелект в кооперативния бизнес в Обединеното кралство



Кооперативните организации в Обединеното кралство проучват как да подобрят предоставяните услуги на потребителите, като използват най-новите информационни технологии и същевременно да останат верни на своите ценности и принципи.

Смелият нов свят на технологията „изкуствен интелект“ има потенциала да бъде инструмент на трансформация, който може да помогне на кооперативните организации да рационализират услугите и да намалят всички съпътстващи разходи по тях. Въпреки този технологичен напредък, се явяват и няколко значителни предизвикателства и опасения, особено що се отнася до етиката.

Поради тази причина, финансират „лаборатория за политика“, която има за цел да покаже и да рамкира използването на изкуствен интелект в съответствие с основните принципи на демократично ангажиране и социално партньорство. Екипът, контролиращ този процес се старее да ръководи използването на изкуствен интелект, така че да остане верен на ценностите и да успокои хората, че използването му няма да замести работната сила, а ще я улесни.

Лабораторията за политика на работа с изкуствен интелект в кооперативните среди, ще задава основата и параметрите за използването му, основавайки се на ценности и принципи на сътрудничество, с казуси от добри практики. Използването му трябва да донесе стойност и да се използват съвестно въведените данни. Това ще покаже, че цифровите инструменти могат да се използват за предоставяне на „услуги“ с добро качество, базирани на добри взаимоотношения.

Опасенията, че някои роли ще изчезнат са основателни, но ще се разкрият други, които ще могат да включат младите хора навлизащи в работната среда.



Финландската кооперация за търговия на дребно “S group”, ще инсталира нови устройства от облачни системи за ценообразуване

Системата позволява на търговските вериги централизирано да управляват и контролират ценообразуването с електронни етикети на продуктите в магазините си. Финландският кооперативен търговец на дребно “S Group”, разширява използването на облачни системи за ценообразуване в над 100 от своите магазини.

Дигиталното решение от Pricer позволява на търговските вериги, централизирано да управляват и контролират ценообразуването, продуктовата информация и промоциите предлагани в свързаните обектите.



Вицепрезидентът на кооперативния съюз във Финландия, споделя че това нововъведение бележи важен момент към стратегията за дигитална трансформация на търговската дейност и улесняване на процеса по ценообразуване.



ТОП ПРОДУКТИ С МАРКА „КООП“



Главна дирекция
„Иновации и логистика в търговската дейност“
тел: 02/926 64 42; coop_trade@cks.bg