



# НОВОСТИ В КООПЕРАТИВНАТА ТЪРГОВИЯ

## РЕГЛАМЕНТИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

- Промисленост с нулеви нетни емисии: повече „зелени“ технологии в Европа
- Евродепутатите призовават за по-строги правила за намаляване на хранителните и текстилните отпадъци
- Парламентът прие нови правила за подобряване на информацията за потребителите
- Бюджет на ЕС: финансиране на приоритетите на Европа за 2025 г.
- Европейският съюз и неговите търговски партньори
- Разходите за живот и икономиката – водещи приоритети за гражданите на ЕС след изборите през 2024 г.



## ИНОВАЦИИ

- Италианските вериги се фокусират върху нови услуги
- Развитие на собствени марки хранителни продукти и дигитализация с цел ръст на продажбите през 2024-та
- Ключови промени за опаковките в търговията
- Биопазарът в България
- Магазините на бъдещето: Ще пазаруваме без каси и продавачи
- КООП Италия: Ръст на продажбите със собствени марки в отговор на икономическите трудности



## КОНКУРЕНЦИЯ

- Ключови тенденции в търговията с храни през 2024 г.
- Собствените марки продължават да задават темпото в европейската търговия на дребно
- Покупателна способност на европейците през 2024 г.
- ТОП 5 тенденции в технологиите за търговия на дребно през 2024 г.
- Новите технологии и кооперациите в Обединеното кралство



## ДОБРИ ПРАКТИКИ

- Коледен базар КООП – топли празници и богата трапеза
- Коледно парти в Парти център КООП





## Уважаеми колеги,

В последния брой за 2024 г. Ви предлагаме обзор на статиите, публикувани през годината в рубриците „Европейски регламенти“, „Иновации“ и „Конкуренция“. Подбрали сме статии и теми, които намираме за важни за развитието на кооперативната търговия и върху които бихме желали да насочим отново вниманието Ви.

В рубриката „Добри практики“ Ви информираме за проведените през м. декември 2024 г. Коледен базар КООП и Коледно парти в Парти център КООП.

Благодарим Ви за интереса към съдържанието на електронния бюлетин „Новости в кооперативната търговия“. Разчитаме на обратна връзка от Вас с мнения и предложения, които може да изпращате на електронната поща на дирекцията [coop\\_trade@cks.bg](mailto:coop_trade@cks.bg).

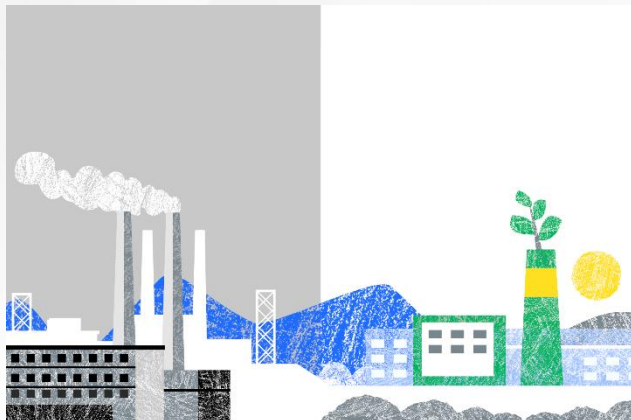


Екипът на ГД „Иновации и логистика на търговската дейност“

Централен Кооперативен Съюз



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



Развитието на „зелени“ технологии е ключово за намаляване на климатичните промени и постигане на климатичните цели на Европа. Според доклад на Международната агенция по енергетика, пазарът на тези технологии може да се увеличи тройно до 2030 г., а работните места в сектора да нараснат значително.

Европейската комисия предложи законодателен акт за промишленост с нулеви нетни емисии, който да укрепи европейския производствен капацитет за „зелени“ технологии. Целта е до 2030 г. ЕС да произвежда поне 40% от тези технологии и да съхранява 50 милиона тона CO<sub>2</sub>. Европейският парламент одобри предложения за разширяване на обхвата на технологиите и ускоряване на разрешителните, като създаде условия за индустриални паркове за екологични технологии.

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



Европейският парламент предложи амбициозни цели за намаляване на хранителните и текстилни отпадъци до 2030 г. В ЕС годишно се генерират 60 милиона тона хранителни отпадъци и 12,6 милиона тона текстилни отпадъци.

Парламентът предложи обвързващи цели за намаляване на хранителните отпадъци: 20% в производството на храни и 40% на глава от населението в търговията на дребно и домакинствата. Освен това предложи схеми, при които производителите на текстилни продукти да покриват разходите за събиране и рециклиране на отпадъците. Новите правила ще обхващат облекло, обувки, килими и други текстилни продукти. Парламентът ще продължи да разглежда тези предложения след европейските и през 2025 г.



## Парламентът прие нови правила за подобряване на информацията за потребителите



Европейският парламент одобри нови правила за подобряване на информацията за потребителите относно състава, етикетването и представянето на храни за закуска, като мед, сокове и конфитюри. Целта е да се помогне на потребителите да вземат информирани решения за здравословни продукти.

Новите правила включват задължително етикетване на произхода на меда и система за проследяване на меда, както и по-ясно обозначаване на съдържанието на захар в плодовите сокове и на минималното съдържание на плодове в конфитюрите.

В допълнение, новите изменения включват цели за намаляване на опаковките с 5% до 2030 г., намаляване на празното пространство в опаковките и задължения за 90% разделно събиране на пластмасови и метални опаковки до 2029 г. Пластмасовите опаковки за еднократна употреба ще бъдат забранени, а крайните дистрибутори ще трябва да предлагат опции за многократна употреба.

Новите правила трябва да бъдат одобрени от Съвета и ще влязат в сила две години след публикуването им.

## Бюджет на ЕС: финансиране на приоритетите на Европа за 2025 г.



Европейската комисия предложи годишен бюджет на ЕС за 2025 г. в размер на почти 200 милиарда евро, като включва 72 милиарда евро от плана за възстановяване след COVID (NextGenerationEU).



Целта на бюджета е да финансира приоритети като екологичния и цифровия преход, създаване на работни места, подкрепа за Украйна и справяне с миграцията и кризите в Близкия изток. Средствата ще подпомогнат и реакциите на природни бедствия и финансирането на критични технологии. Бюджетът ще продължи да финансира текущи проекти в селското стопанство, наука, здравеопазване, сигурност и други области. Финансирането идва от вноски на държавите от ЕС, митата и други източници.

## Европейският съюз и неговите търговски партньори



ЕС намалява производството на трудоемки стоки с ниска себестойност и се фокусира върху продукти с по-висока добавена стойност. Съюзът играе централна роля в световната търговия чрез откритост и подкрепа за Световната търговска организация (СТО), като неговите икономически и търговски политики засягат над 30 милиона работни места в ЕС.

ЕС договаря споразумения за свободна търговия (ССТ) с различни държави, като Южна Корея, Канада, Япония, Чили и Нова Зеландия, и води преговори със страните от Меркосур, Индонезия и Индия. Въпреки предизвикателствата от пандемията, ЕС продължава да бъде основен търговски партньор на световната сцена. Прегледът на търговската политика на ЕС през 2021 г. очертава цели за устойчив и справедлив търговски курс до 2030 г., подкрепяйки екологичния и цифровия преход.



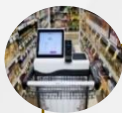
## Разходите за живот и икономиката – водещи приоритети за гражданите на ЕС след изборите през 2024 г.



Според проучването на Европейския парламент след изборите през 2024 г., основните приоритети за гражданите на ЕС са разходите за живот (42%) и икономическата ситуация (41%). Международните събития също влияят на гласоподавателите (34%), а защитата на демокрацията и върховенството на закона е важен фактор за 32% от тях. Дори невъзможността да гласуват, разходите за живот и икономическите проблеми биха могли да мотивират повече хора да участват в изборите.

Независимо от икономическите предизвикателства, подкрепата за ЕС остава висока, като 65% от гражданите са оптимистично настроени за бъдещето на съюза. 70% вярват, че техните страни са спечелили от членството в ЕС. Проучването показва също, че 42% от гражданите имат положително мнение за Европейския парламент, а избирателната активност на изборите през юни 2024 г. е била рекордна (50,74%).

Основната причина за гласуването е съответствието на партийните предложения с личните ценности, посочено от 47% от анкетираните. Проучването е проведено в 27-те държави-членки на ЕС с 26 349 интервюта.



## Италианските вериги се фокусират върху нови услуги



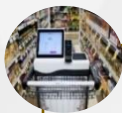
КООП и Конад разширяват услугите си, за да привлекат нови клиенти. КООП Алианца 3.0, Нова КООП, КООП Ломбардия и КООП Лигурия са подписали партньорство с фирмата Експерт Италия за отваряне на 71 "Експерт къта" в магазините КООП, които ще предлагат електроника и консултации. Търговията с домашна електроника генерира над 50 милиона евро годишно за кооперациите, а потенциалът на партньорството е оценен на 100 милиона евро.

Другият голям ритейлър Конад разширява услугите си, включвайки туризъм, фармация, уелнес и застраховки чрез мобилното приложение HeyConad. С партньорството с Welcome Travel Group, Конад предлага специални пътувания, фокусирани върху италианското културно наследство и гастрономия. Освен това, компанията ще добави здравни и застрахователни услуги до края на следващата година.

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



Италианската кооперативна търговска верига Групо ВеГе планира разширяване на собствените си марки хранителни продукти и значителни инвестиции в дигитализация.



Планира се откриването на 78 нови магазина, включително 5 хипермаркета и 60 супермаркета. Основен фокус ще бъде разширяването на собствените марки в три категории: стоки от първа необходимост, основни и премиум продукти. Освен това, Групо ВеГе ще засили мениджърския контрол, автоматизацията и ще продължи да се ангажира с устойчивото развитие и опазване на околната среда. В допълнение, компанията ще инвестира в обучението на бъдещи мениджъри и продължава да расте, заемаща 5-то място на италианския дистрибуторски пазар с 3052 магазина.

## Ключови промени за опаковките в търговията



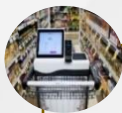
Европейският парламент прие мерки за насърчаване на кръговата икономика, включващи забрана на тънките найлонови торби, малки опаковки за храни и шампоаните в хотелите от 2030 г. Забранява се употребата на "вечни химикали" в опаковките за храни. До 2030 г. опаковките трябва да се намалят с 5%, а празното пространство в транспортните опаковки да бъде ограничено до 50%. Производителите ще трябва да минимизират теглото и обема на опаковките, а до 2029 г. да се постигне 90% разделно събиране на пластмасови и метални опаковки. Забраняват се пластмасови опаковки за еднократна употреба, а дистрибуторите ще трябва да предлагат продукти в многократни опаковки и възможност за използване на собствени съдове.

## Биопазарът в България



Търговските вериги в България имат потенциал да подкрепят биоземеделието, но в тях преобладават вносни продукти. Малките фермери разчитат на фермерски пазари и онлайн доставки, но логистичните предизвикателства са големи. Биопродуктите в магазините обхващат основно сезонни плодове, зеленчуци, млечни продукти и основни храни, но българските продукти са ограничени.





Категории като бебешки храни и десерти растат в търсенето, но липсва разнообразие в месните продукти. Малките фермери трудно отговарят на изискванията за обеми и качество. Въпреки трудностите, търсенето на биохрана нараства, особено за бебешки храни.

## Магазините на бъдещето: Ще пазаруваме без каси и продавачи

Магазините на бъдещето внедряват технологии за самообслужване, които позволяват пазаруване без касиери и ръчно сканиране. Клиентите поставят продуктите на специални каси, които автоматично ги разпознават, а плащането става без контакт с персонал. Тези системи ускоряват пазаруването, особено в натоварените часове, и освобождават служителите да се фокусират върху консултации.



Въпреки това, по-малките магазини, които разчитат на личен контакт, предпочитат традиционните каси. Бъдещите иновации, като автоматично плащане при излизане от магазина, също се тестват, но остават скъпи и не са подходящи за всички търговци.

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

През последните две години КООП Италия значително разшири портфолиото си със собствени марки, добавяйки над 5000 нови продукта в отговор на икономическите трудности и висока инфлация. Това помогна на компанията да отговори на нуждите на клиентите, като предложи достъпни стоки, които достигнаха 80% от продажбите в някои категории. През 2023 г. клиентите спестиха около 1,2 милиарда евро благодарение на тези продукти. КООП продължава да разширява своите марки, като планира нови категории продукти и активно събира обратна връзка от клиентите. През 2023 г. пазарът на собствени марки в Италия достигна 25,4 милиарда евро и се очаква да продължи да расте.





## Ключови тенденции в търговията с храни през 2024 г.



Описани в доклад на Euro commerce, ключовите тенденции в търговията с храни за 2024 г. са:

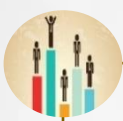
1. Натиск върху маржа, разходите и цените - ниските маржове и прехвърлянето на потребителите към по-евтини стоки, продължава тенденцията и през 2024г. Маржовете са намалели, както за търговците на хранителни стоки, така и за фирмите доставчици на суровини.
2. Хранене на път или търговците на хранителни стоки разширяват асортимента си от готови за консумация, за затопляне и готвене продукти.
3. Фокус върху устойчивостта - в проучвания за потреблението, клиентите заявяват за по-сериозно намерение към покупки на по-екологични продукти през 2024 г. В тази връзка, всички големи европейски вериги работят по намаляване на въглеродните емисии и предотвратяване развитието на парниковият ефект.
4. Онлайн пазаруване на храна - пазаруването онлайн на хранителни стоки отново отчита ръст и се отделя като независим, печеливш сектор със собствена стойност.
5. Ритейл сектора става привлекателен за кариерно развитие. Наемането и задържането на таланти е важен приоритет на европейските изпълнителни директори. Като решение за повишаване на интереса на работещите в сектора са предвидени гъвкави условия на работа и множество кариерни пътеки за развитие и квалификация.

### Собствените марки продължават да задават темпото в европейската търговия на дребно



Собствените марки продължават да играят ключова роля в европейския пазар на хранителни стоки и през 2024г. За изминалата година те увеличиха своя пазарен дял на промотирания обем във всички магазини - с 68% в дискаунтърите, 36% в хипермаркетите и 25 % в супермаркетите. Общите продажби на собствени марки възлизат на 258 млрд. евро за минала година и се отчита ръст с 12.1%.

Всички търговски вериги използват продукти собствени марки за промоционални активности, за да увеличат обема на продажби в магазините. За развитието на собствените марки, ключова роля играят иновациите. Търговците, анализирайки поведението на потребителите, откриват нови сегменти за задоволяване потребностите на клиентите и предлагат собствени марки продукти. Те вече се открояват с качество, разнообразие и устойчивост.



## Покупателна способност на европейците през 2024 г.

78% от потребителите, **проверяват промоциите онлайн**, преди пазаруване на място в магазина

31% **никога не пазаруват** без да проверят офертите



Въпреки по-значимата роля на дигитализацията в световен мащаб, физическият магазин продължава да бъде предпочитан за потребителите при пазаруване. Близко 92% от европейците пазаруват във физически магазини. За 67% от тях, предимството е възможността да се тества, види и усети продукта.

При онлайн покупките, 33% избират опция за получаване на стоката в магазина. Повече от половината население на Европа смята, че покупателната му способност няма да се промени през 2024г. Ограничение в разходите, европейците планират най-вече за мебели и обзавеждане следвани от разходи за електроника. Категорията, за която най-малко от потребителите планират ограничение на разходите са храни и напитки. Въпреки очакванията, българите смятат да похарчат повече от минала година и че покупателната им способност ще се подобри. В условия на инфлация, потребителите са склонни да ограничат разходите си и промоциите играят важна роля при планирането на покупките. Промоциите са търсени през цялата година, а не само в ключови шопинг периоди.

## 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. Те включват широк набор от технологии, насочени към оптимизиране на процесите, подобряване на потребителското изживяване, взаимодействието с клиентите и повишаване на ефективността в търговията на дребно.

Топ 5 тенденции през 2024 г са:

- Платформите „Всичко в едно“ - подобряват оперативната ефективност, възможност за мащабиране и достъпност на данните.
- Автоматизация за подобряване на контрола на наличностите - подобряване на контрола на наличностите, анализиране на исторически данни и модели на продажби.
- Омникално пазаруване - основни предимства са: персонализиране на клиента, технология за управление на запасите и подобряване на ангажираността на клиентите.
- Прогнозен анализ чрез аналитични инструменти за моделите на продажби на стоки.
- Устойчивост на търговията на дребно - интелигентно управление на веригата за доставки, намаляване на отпадъците, зелени технологии, приложения за възобновяема енергия.

## Новите технологии и кооперациите в Обединеното кралство



Кооперациите за търговия на дребно в Обединеното кралство продължават да внедряват нови технологии в търговските си процеси, с цел намаляване на разходите, подобряване на устойчивостта, справяне с престъпността и адаптиране към новите навици на пазаруване. През последните години иновациите включват технологии за спестяване на време на персонала, партньорства с мобилни приложения за привличане на млади клиенти, използване на интелигентни енергийни устройства за намаляване на емисиите и комуникационно оборудване за подобряване на безопасността на работниците. Очакванията са, че технологията, която дигитализира и оптимизира процесите за изпълнение на онлайн поръчки, ще помогне на кооперациите да постигнат целта си за 1/3 от пазара на бърза търговия. Междувременно, някои кооперативни организации в източна Англия обновяват системите си за инвентаризация и управление на запасите в хранителните магазини, като използват вече известни приложения, които осигуряват видимост на инвентара и неговата наличност в реално време.



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 стареа 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.



## Коледен базар КООП – топли празници и богата трапеза



По инициатива на Централния кооперативен съюз и Кооп Маркет ЕООД от 12 до 20 декември в КООП зоната на открито пред сградата на ЦКС бе организиран Коледен базар. Организаторите посрещнаха всеки клиент с коледно настроение, музика и подаръци.

Предложиха на посетителите ръчно изработени тематични шоколадови изделия от Шоко КООП, подобрани селекции вина, ароматно греяно вино, вкусна българска скара и богато разнообразие от продукти собствена марка. В рамките на базара бе организирана томбола с атрактивни награди, в която участваха всички закупили стоки от базара на стойност над 30 лв.

### Коледно парти в Парти център КООП



За поредна година Централния кооперативен съюз и „КООП Маркет“ ЕООД подариха на децата незабравим празник на 21-ви декември в Парти център КООП. Над 100 деца нетърпеливо се впуснаха в игри и забавления на „ледената“ пързалка, а техните придружители се възползваха от възможността да напазаруват в Супермаркет КООП за празничната трапеза. Посетителите направили покупки над 30 лв. имаха възможност да участват в томбола с атрактивни награди. В края на тържеството малчуганите получиха дългоочаквания подарък от Дядо Коледа и възможността да се снимат с него.

**Пожелаваме Ви Весела Коледа и Щастлива  
2025 година, изпълнена със здраве и  
благоденствие!**

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