



# НОВОСТИ В КООПЕРАТИВНАТА ТЪРГОВИЯ

## РЕГЛАМЕНТИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

- Нова програма за потребителите
- Сравнителен анализ за хранителните отпадъци в ЕС



## ИНОВАЦИИ

- Заслужено признание за Централния кооперативен съюз от Министерството на труда и социалната политика
- Отвори врати първата кооперативна ледена пързалка в България



## КОНКУРЕНЦИЯ

- 2019: Пазарното представяне на ТВ „КООП“ в сравнение с конкуренцията



## ДОБРИ ПРАКТИКИ

- Кооп Нидерландия  
Намаляване на хранителните отпадъци



## ИДЕЯТА Е ДА СМЕ ПО-КОНКУРЕНТНИ И ПО-УСТОЙЧИВИ

Уважаеми колеги,

На 2020 година исторически бе отредено да премине под знака на 130 години кооперативно движение в България. Година, в която независимо от световната здравна криза показахме на обществото и институциите, че кооперативното движение е живо и работи в полза на хората.

Положихме усилия да потърсим възможности за компенсирание на последиците от пандемията, предприемайки конкретни действия, които са реалният кооперативен отговор и повишават видимостта ни.

Стратегията за развитие на кооперативните организации 2030 и Пътните карти за нейното реализиране ни насърчиха да разработим и представим на вашето внимание пилотния брой на електронен бюлетин „Новости в кооперативната търговия“.

Ежемесечно от началото на 2021 година екипът на ГД „Търговия“ ще ви информира за най актуалното в областта на:

- Европейските регламенти
- Конкуренцията
- Иновациите
- Добрите практики

Използвам възможността в навечерието на светлите коледни и новогодишни празници да изкажа своята благодарност за вашата подкрепа и съм убеден, че от кризата ще излезем по-силни, по-успешни и по-социално ангажирани от всякога.

Искрено ви пожелавам да сте здрави, изпълнени с оптимизъм и надежда и бъдете уверени, че Новата 2021 година ще бъде по-добра и по-успешна!



проф.д.ик.н. Петър Стефанов

Председател, Централен кооперативен съюз



## Нова програма за потребителите



Европейската комисия представи Програмата, очертаваща стратегическата визия за политиката на ЕС в защита правата на потребителите за периода 2020 – 2025 в следните насоки:

- Разширяване предлагането на екологично чисти продукти
- Дигитализация
- Ефективна защита правата на потребителите
- Задоволяване специфични потребности на отделни групи потребители
- Международно търговско партньорство

Програмата цели в условията на продължаващата пандемията COVID-19 да се даде отговор на предизвикателствата, засягащи ежедневието на потребителите, по-специално във връзка с достъпността на продукти и услуги, както и пътуване на територията на ЕС, до и от ЕС. По-конкретно се предлага включването на приоритети и ключови действия за изпълнение от страните-членки на ЕС през следващите 5 години. Те включват ново законодателно предложение, насочено към предоставянето на по-добра информация за потребителите относно устойчивостта и адаптиране на съществуващото законодателство към цифровата трансформация. За повече информация: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/bg/ip\\_20\\_2069](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/bg/ip_20_2069)

## Сравнителен анализ за хранителните отпадъци в ЕС



В последния доклад на Германското председателство на Съвета на ЕС се посочва, че през 2022 предстои да бъде изготвен първият обобщен анализ за хранителните отпадъци, генерирани в страните – членки от ЕС, подготвен от Платформата на ЕС по въпросите на загубата и разхищението на храни. Анализът ще представлява основа за преглед на програмите за предотвратяване на отпадъците и осъществяване на мониторинг и оценка прилагането на мерки въз основа на обща методика. Документът има за цел да бъде полезен инструмент за организациите за управление на отпадъци, предприятията, институциите, както и агенциите за защита на околната среда. Оценката за постигнатия напредък при прилагането на заключенията на Съвета от 2016 относно хранителните отпадъци в ЕС, ще бъде една от основните точки в дневния ред на Съвета на ЕС по селско стопанство и рибарство (Agrifish). Като част от Плана за действие на стратегията „От фермата до масата“ Европейската комисия смята да предложи правно обвързващи цели за намаляване на хранителните отпадъци, които да бъдат въведени до 2023. По-специално тези планове ще преразгледат и правилата на ЕС относно маркирането на датите („Използвай преди“ и „Най-добър до“), за да се избегне ненужно изхвърляне на храна, свързано с неразбиране на тяхното значение.



## Заслужено признание за Централния кооперативен съюз от Министерството на труда и социалната политика



На 14 декември 2020 Централният кооперативен съюз бе отличен за проекта „КООП мобилни услуги с добавена социална стойност“ с първа награда (плакет и почетна грамота) в категорията „Социални иновации, свързани с предлагането на социални продукти и услуги“ в Националния конкурс за социални иновации 2020, организиран от Министерството на труда и социалната политика.

През 2020 Централният кооперативен съюз приоритетно стартира реализацията на проект, насочен към предоставянето на мобилни услуги на

населението – мобилни търговски обекти за доставка на основни стоки от първа необходимост и мобилни медицински услуги. Като структура с национална значимост и ключов партньор на държавата и органите за местно самоуправление, Централният кооперативен съюз закупи 10 мобилни търговски обекти и мобилен здравен обект. Чрез тях Съюзът и членуващите в него кооперативни организации ще продължат да изпълняват своята социална мисия чрез предоставяне на повече и по-качествени стоки и услуги на своите членове и хората, живеещи в обслужваните малките и труднодостъпни високотланински населени места.

Развитието на кооперативните мобилни услуги цели да отговори на потребностите на обществото и на протичащите демографски и социални процеси, водещи до трайно обезлюдяване на населените места и респ. ограничаване предлагането на основни услуги.

Кооперациите по своята същност винаги са били най-близко до хората, до техните потребности. Изправени пред предизвикателствата бързо реагират за тяхното преодоляване и работят в полза на своите членове и обществото като цяло, създавайки им условия за по-добър живот.





## Отвори врати първата кооперативна ледена пързалка в България



Преоткрийте „ледените забавления“ на новата целогодишна пързалка КООП, чрез която Централният кооперативен съюз и „КООП Маркет“ ЕООД предоставят възможност на малки и големи да спортуват и да се забавляват.

Разположената на територията на Супермаркет КООП на бул. Никола Мушанов 116 в кв. Красна поляна в София закрыта пързалка, изградена от синтетичен лег с площ 200 кв.м., функционира през всички сезони, за разлика от традиционните, и е подходяща за забавление, спорт и тренировка. Домакините от „КООП Маркет“ ЕООД са се погрижили за любителите от всички възрасти като на разположение на посетителите има кънки от 25 до 47 номер, каски, наколенки, налакътници, стикове и врати за хокей. Помислено е и за най-малките като са предвидени тренажори, които да им помогнат да се пързаят безопасно. Любителите на хокея могат да организират отбор от 6 човека и да резервират пързалката за вълнуващ мач. Голямата атракция са и единствените в България бълскаци се колички на лег, които подаряват незабравими изживявания. Ако искате да запечатате момента, може да си направите професионална хартиена снимка в специалната гигантска „снежна“ топка или с любимия герой Коопчо. А когато става въпрос за забавление, най-добре е то да бъде споделено със семейство и приятели. Абонаментните карти за 10 посещения, подаръчните ваучери и резервиране на пързалката са оригинален подарък за всеки повод.

За контакти: телефон: 0893/56-71-07, e-mail: [coop\\_icerink@cks.bg](mailto:coop_icerink@cks.bg)





## 2019: Пазарното представяне на ТВ „КООП“ в сравнение с конкуренцията



Според различни оценки растежът на пазара на бързооборотни стоки у нас през 2019 е около 4%. Търговските вериги с национално покритие, по данни от сайта Капитал ([www.capital.bg](http://www.capital.bg)), завършват 2019 със среден ръст на приходите от продажби 9,43% - над средния за пазара. Най-голям принос за този ръст имат Lidl (23,7%) и T-Market (13,4%), като до голяма степен високият ръст на двете вериги е резултат от прогължаваната им експанзия на българския пазар.

Приходите от продажби на Търговска верига КООП през 2019 нарастват с 5% в сравнение с 2018. Този темп на растеж е над средния за целия пазар на бързооборотни стоки, но под средния темп за веригите с национално покритие. Важно е да се отбележи, че този темп на нарастване на приходите от продажби е постигнат при намаляващ брой търговски обекти, включени в ТВ КООП.

В следващата таблица са представени данни по основни показатели за дейността на търговските вериги за бързооборотни стоки с национално покритие за 2018 и 2019. В таблицата е включена и търговската верига СВА, която не е с национално покритие, но по размер на приходите и формат на оперираните търговски обекти се доближава до ТВ КООП.

ТЪРГОВСКА ВЕРИГА	Приходи (хил.лв.)		Персонал (брой заети)		Производителност на едно заето лице (хил.лв.)	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
KAUFLAND	1 569 780	1 650 203	5694	5842	276	282
LIDL	942 748	1 165 938	2594	2722	363	428
Metro Cash&Carry <sup>1</sup>	838 886	864 748	2479	2433	338	355
BILLA	767 066	816 759	4739	4780	162	171
T-Market	287 151	325 652	1542	2082	186	156
КООП <sup>2</sup>	143 742	150 720	1355	1299	106	116
СВА	140 167	141 907	1044	1015	134	140

*Източник: Топ 30 на веригите за храни и напитки ([www.capital.bg](http://www.capital.bg)) и статистическата информационна система на ЦКС*

Въпреки растящите обеми на приходите от продажби през 2019, дейността на част от веригите (BILLA, T-Market, КООП) е губеща. Това поставя във фокуса на вниманието ефективността на търговската дейност. Извеждането на възможностите за повишаване на ефективността на търговската дейност на ТВ КООП предполага по-задълбочен анализ, но в общ план основните направления за постигането на тази цел са:

- ❖ Повишаване на производителността на търговския труд. Например приходите от продажби на едно заето лице в Лидл за 2019 превишават близо четири пъти стойността на този показател в ТВ „КООП“;
- ❖ Оптимизация на бизнес процесите чрез внедряване на иновации;
- ❖ Оптимизация на разходите за осъществяване на дейността чрез реализиране на икономии от мащаба и ефекта на опита;
- ❖ Развитие на дигитални канали за продажби;
- ❖ Адаптивност към промените в потребителското търсене и конкурентна среда.

<sup>1</sup> Част от приходите са от търговия на едро.



## КООП Нидерландия

### Намаляване на хранителните отпадъци

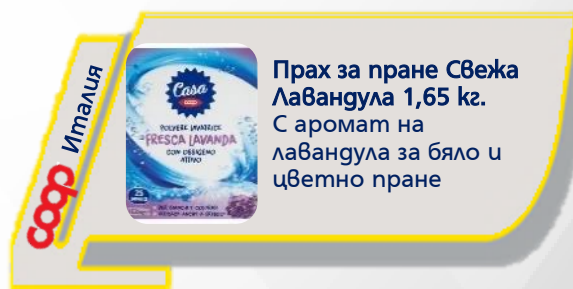


Всяка година около 1/3 от храната, произвеждана в света или около 1,3 млрд. тона, се изхвърля, според доклад на Организацията на ООН по прехрана и земеделие. Ежегодно в Нидерландия не се оползотворяват между 1,7 и 2,5 милиона тона храна. Национална търговска верига КООП предприе мерки и стана първият партньор на световно известното приложение за намаляване на хранителните отпадъци "Too Good To Go" като към момента са включени 300 магазина. Как работи схемата: в

магазините от веригата „КООП“ се поставят кутии, пълни с различни продукти с приближаващ срок на изтичане на годността. Чрез мобилното приложение кутиите могат да бъдат закупени на минимална цена от гаген потребител, като това допринася за намаляване на хранителните отпадъци и опазване на околната среда. Мартен Еван, изпълнителен директор в търговска верига „КООП“ споделя: „...Без разхищение с голямо намаление. Това е идеята на кутиите, които могат да бъдат закупени на ниска цена. Много време, усилия и ресурси са вложени в продуктите, за да бъдат изхвърлени. С тази инициатива КООП Нидерландия продължава да следва дългосрочната си стратегия за устойчиво развитие, отразяваща стремежа ни да бъдем отговорни във всичко, което правим, допринасяйки за по-добър живот...“



## Топ продукти с марка „КООП“



Дистрибутор: „КООП Търговия и туризъм“ АД,  
София, бул. „Никола Мушанов“ 116, тел: 02/902-48-27