



COOP Jednota Slovensko, spotrebné družstvo
Bajkalská 25, 827 18 Bratislava
media@coop.sk | www.coop.sk | www.facebook.com/COOP Jednota
Kontakt: Mgr. Zuzana Peiger Ačjaková | +421 918 597 477

Tlačová správa

Pandémia posilnila pozíciu privátnych značiek, najviac slovenských dodávateľov vo vlastnej značke má COOP Jednota

- Ekonomický dopad koronakrízy zvýšil dopyt po privátnych značkách o 43 %
- 85 % výrobkov vlastnej značky COOP Jednoty pochádza od slovenských dodávateľov
- Analytici očakávajú posilnenie tradičného trhu a uprednostňovanie lokálnych predajní
- Reťazec COOP Jednota prevádzkuje takmer 2 100 predajní vo viac ako 1 400 slovenských mestách a obciach

Bratislava, 2. júl 2020 – Nový koronavírus zmenil nákupné správanie Slovákov. Frekvencia nákupov sa znížila, posilnila sa pozícia menších predajní a predajní na vidieku. Ekonomický dopad koronakrízy pocítili aj spotrebitelia, zvýšil sa dopyt po akciových výrobkoch a po privátnych značkách.

„Pandémia potvrdila spoločenskú zodpovednosť obchodného systému COOP Jednota. Prostredníctvom takmer 2 100 predajní vo viac ako 1 400 mestách a obciach Slovenska sme spotrebiteľom umožnili realizovať nákupy v blízkosti ich bydliska. Ďalšie mesiace ukážu, aký veľký bude dopad nového koronavírusu na slovenskú ekonomiku, môžem však potvrdiť, že ako zodpovedný predajca bude COOP Jednota aj naďalej pokračovať vo férovej spolupráci so svojimi obchodnými partnermi. Podporovanie domácej výroby, lokálnych dodávateľov a udržanie pracovných miest považujeme za nesmierne dôležitý krok pre slovenské hospodárstvo,“ konštatuje Branislav Lellák, vrchný riaditeľ obchodnej sekcie COOP Jednoty Slovensko.

Retailoví analytici predikujú, že jedným z dôsledkov pandémie bude návrat spotrebiteľov k tradičnému trhu a posilnenie lokálnych prevádzok. „Veľkú úlohu zohrá tradičný trh, ľudia už nebudú chcieť alebo si nebudú môcť dovoliť cestovať za vzdialenejšími predajňami, a preto budú nakupovať viac lokálne a v blízkosti svojich domovov,“ uvádza Pavol Zajac, tím líder oddelenia retailer services spoločnosti Nielsen.

Obchodná politika COOP Jednoty je zameraná predovšetkým na predaj slovenských potravín. Najstarší domáci reťazec podporuje slovenských dodávateľov aj prostredníctvom vlastnej značky (VZ), ktorú tvorí 728 druhov tovaru. Špecialisti na retail predpokladajú, že v dôsledku koronakrízy budú spotrebitelia viac premýšľať nad nakupovaním, znížia svoje výdavky na značkové výrobky a viac sa zamerajú na nákup produktov z radov privátnych značiek. „V uplynulých týždňoch prešlo 43 %* spotrebiteľov od svojich obľúbených značiek práve k privátnym značkám,“ pokračuje Pavol Zajac z agentúry Nielsen. „V COOP Jednote si uvedomujeme, že zákazníci budú vzhľadom na finančnú situáciu svoje nákupy viac

optimalizovať, preto je dôležité, aby reťazce podporovali domácich výrobcov a spracovateľov aj cez vlastnú značku. Uplynulé mesiace potvrdili nesmierny význam potravinovej sebestačnosti, ktorú má Slovensko veľmi nízku,“ tvrdí vrchný riaditeľ Branislav Lellák.

Najstaršia maloobchodná sieť má na výrobky VZ najvyššie kritériá. „Kvalita COOP výrobkov súvisí aj s tým, že ich iniciatívne podrobujeme viacstupňovým kontrolám. Zásada, že čím viac kontrol, tým lepšie chránené oprávnené záujmy spotrebiteľa u nás platí dvojnásobne,“ dodáva Branislav Lellák, vrchný riaditeľ obchodnej sekcie COOP Jednoty Slovensko. Výrobky VZ COOP Jednoty sú pre svoj pomer výhodnejšej ceny a vysokej kvality medzi spotrebiteľmi veľmi obľúbené a ich predaj v čase koronavírusu ešte stúpol. „V prvom kvartáli 2020 vzrástli tržby za predaj vlastnej značky v sieti COOP Jednota o 11,9 %, čo je viac, ako bol priemerný rast na celom maloobchodnom trhu (+7,8 %),“ vyčísluje Pavol Zajac zo spoločnosti Nielsen. Počas marca a apríla, kedy sa spotrebiteľia zásobili vo väčšom objeme, patrilo medzi najpredávanejšie výrobky VZ už tradične mlieko (polotučné aj plnotučné), toaletný papier a múka (hladká a polohrubá). V danom období zaznamenala COOP Jednota výrazný nárast predaja aj v iných kategóriách, najmä v drogérii a v cestovinách.

Privátna značka slovenského reťazca ovládla tento rok aj spotrebiteľskú súťaž Voľba spotrebiteľa-Najlepšia novinka 2020, kde získala prvenstvo v kategóriách: Cestoviny a strukoviny (COOP mak modrý 300 g), Detské čaje (COOP Detský čaj 40 g), Mliečne výrobky (COOP Bryndza plnotučná v dyhe 250 g), Maslá (COOP Maslo 100 g a 250 g). COOP Jednota sa zároveň s najvyšším počtom hlasov stala absolútnym víťazom programu.

*Nielsen syndikovaná spotrebiteľská štúdia - *Impact of COVID-19 on consumer behaviour*

Profil spoločnosti:

COOP Jednota je najväčšia maloobchodná sieť na Slovensku s najvyšším podielom predaja slovenských výrobkov, vo výške 70 %. V roku 2019 oslávila 150 rokov od založenia prvého spotrebného družstva na Slovensku a 20 rokov od založenia vlastnej značky. Každý výrobok s logom COOP Jednota prechádza pravidelnou kontrolou v akreditovaných laboratóriách s dôrazom na garanciu kvality. Skupina COOP Jednota patrí k významným zamestnávateľom Slovenska. Poskytuje prácu viac než 14 tisíc zamestnancom v 10 logistických centrách a 30 regionálnych spotrebných družstvách. Z nich 26 vykonáva maloobchodnú činnosť prostredníctvom takmer 2 100 predajných miest na celom území Slovenska. Skupina COOP Jednota presadzuje environmentálnu politiku a v zmysle princípov spoločenskej zodpovednosti prostredníctvom Nadácie COOP Jednota podporuje najmä zdravotníctvo a lokálne komunity.