coop

tradice od roku 1847

“

Myslete globálně,
nakupujte lokálně.

Ing. Pavel Březina
Skupina COOP

O nás

KDO JSME?

Spotřební družstva Skupiny COOP představují největší maloobchodní síť v České republice s tradicí od roku 1847.

47

ČLENSKÝCH DRUŽSTEV

130 000

ČLENŮ DRUŽSTEV

2 500

PRODEJEN

13 000

ZAMĚSTNANCŮ

Další činnosti

COOP MOBIL

DRUŽSTEVNÍ LEASINGOVÁ SPOLEČNOST

CZECH RENT A CAR

Provozuje frančízu EUROPCAR

8

STŘEDNÍCH ŠKOL A MANAŽERSKÝ INSTITUT

Historie

COOP je mezinárodně používanou obchodní značkou družstev spotřebitelů (consumer cooperatives), která vznikla v roce 1844 v okolí anglického Manchesteru a velmi rychle se rozšířila do mnoha zemí světa, včetně území současné České republiky.

Značka COOP vyjadřuje výstižně a v mnoha jazycích princip fungování družstva – kooperaci jeho členů, kteří jsou současně spotřebiteli družstvem prodávaných spotřebních produktů.

Hlavní milníky

1847 První družstevní obchod v Praze – Potravinový a spořitelní spolek.

Před 2. světovou válkou největší maloobchodní řetězec v Československu. Již v roce 1939 používá Velkonákupní družstevní podnik (nákupní aliance) coby označení pro vybrané zboží označení COOP.

Během období komunismu zrušeny družstevní práva a zabaven majetek. Speciální družstevní zákon byl vydán v letech 1952-1953.

Po roce 1989 problémy s návratem majetku a vstup zahraniční konkurence.

Víte, že?

Petřínská rozhledna byla postavena v roce 1891 coby Družstvo pro výstavbu Petřínské rozhledny?

Národní divadlo bylo založeno v roce 1880 pod názvem "Vlastenecká společnost". Jako družstvo ve smyslu společenstevního zákona bylo zapsáno v březnu roku 1888. Družstvo spravovalo a provozovalo Národní divadlo do roku 1900. Družstvo však tímto nezaniklo. Podílelo se ještě nějaký čas na správě Národního divadla a začalo se zabývat vybudováním druhého českého divadla v Praze a zřízením českého divadla v Brně. V roce 1944 přibyla do jeho kompetence správa dalších pražských divadel. V letech 1924 až 1936 byl členem představenstva spisovatel Karel Čapek. Družstvo Národního divadla existovalo do roku 1952.

Hlavní milníky

Zabavením majetku v roce 1952 a 1953 přišli členové o demokratická rozhodovací práva a byly zabaveny tisíce prodejen a stovky továren. Družstva pak byla státním rozhodnutím přesunuta z měst na venkov, kde tak působí do dnešní doby.

Po roce 1989 problémy s návratem majetku a vstup zahraniční konkurence. Vracení majetku trvalo roky, kdy mnohá družstva nemohla investovat do svých prodejen, zatímco zahraniční řetězce vstoupili na trh s novými, barevnými prodejnami a lákavým zbožím.

Regionální výrobky

90. Léta a vstup zahraničních řetězců v mnohém znamenaly zánik tuzemského zemědělství. Pod heslem „nové je lepší“ se konzumenti přesunuli od českého zboží k zahraničnímu.

Často nastává situace, kdy zákazník raději zaplatí více za zahraniční výrobek, než by si koupil podobný, tuzemský.

I když se situace v posledních letech mění, je to pomalý proces a zákazníci často deklarují, že preferují regionální výrobky, přitom je nenakupují.

Regionální výrobky

Jsme proti obchodní praxi mnoha zahraničních řetězců k dlouhodobému uplatňování podnákupních a podnákladových cen.

Zejména se jedná o to, že při prodeji v maloobchodě je prodáváno zboží za ceny nedosahující výše, za kterou bylo pořízeno.

Pro nás regionální potravina není ta nesoucí danou značku, ale ta, která pochází z regionu, kde působíme a bydlí naši členové.

Naše lokální spolupráce

Mnohá spotřební družstva provozují speciální programy na podporu regionálních výrobců a propagaci jejich zboží.
Jde tak nejen o prodej, ale i o pomoc výrobcům s jejich marketingem a nastavením obchodu.

Například v Jižních Čechách program *Z našeho regionu* , nebo Východní Čechy program *Jsme tu doma.*

Regionálnost pro nás není jen několik vytipovaných výrobců, jsou jich stovky, těch nejmenších, se kterými zahraniční řetězce nemohou spolupracovat.

Větší konkurence na trhu?

Všichni chceme nakupovat lépe a levněji, proč to nejde v ČR?
Málo konkurence? Máme nejvíc roztříštěný trh v Evropě a přitom vycházíme hůř, než v Evropě.
Není chyba, že několik řetězců postaví své prodejny na stejném parkovišti a pak vedou slevové války o co nejnižší ceny a zákazníky?

Výsledkem jsou v konečném důsledku horší podmínky pro zákazníky, špatné ceny a devastace českých výrobců a zemědělců.

Jak dál?

Děkuji za pozornost