

**В Европа икономиката се ориентира
към кръгово потребление, бизнесът се адаптира.
Това е близкото бъдеще и за България**

*Новата мантра е Reduce, Reuse, Recycle,
а потребителите са новите предприемачи*

***БНП Париба Лични Финанси подкрепя кръговата икономика с:
изгодни кредити срещу връщане на техника,
възможност за покупка на употребявани стоки на вноски
и повишаване на финансовата и потребителска грамотност***

Един от основните двигатели на възстановяването на Европа след пандемията ще бъде кръговата икономика. За 86% от европейците тя има положителен имидж, 64% са запознати с нейната концепция, а 36% заявяват, че е добре развита в държавите им. В същото време в България 52% от хората са запознати с кръговата икономика и само 6% мислят, че тя е наложена в страната ни. Това показва, че у нас развитието на този тип бизнес тепърва предстои.

Кръговото потребление в развитите страни ще бъде движено от няколко изключително любопитни тенденции, които скоро можем да очакваме и в България. Първата е 3R – Reduce, Reuse, Recycle или стремежът за намаляване на отпадъците, рециклирането им и удължаването на живота на продуктите. В тази връзка 89% от европейците заявяват, че се опитват да рециклират, а 85% да намалят количеството на отпадъците. Втората тенденция е активно участие на потребителите на пазара като предприемачи - продавачи или купувачи на употребявани продукти. През последните 12 месеца 62% от европейците са продавали употребявани стоки. Третият тренд е повишено търсене на уреди с по-дълъг живот, които могат да бъдат ремонтирани. Затова и за 86% от хората е много важно продуктите да имат индекс на поправимост, а 70% биха платили повече за такава стока.

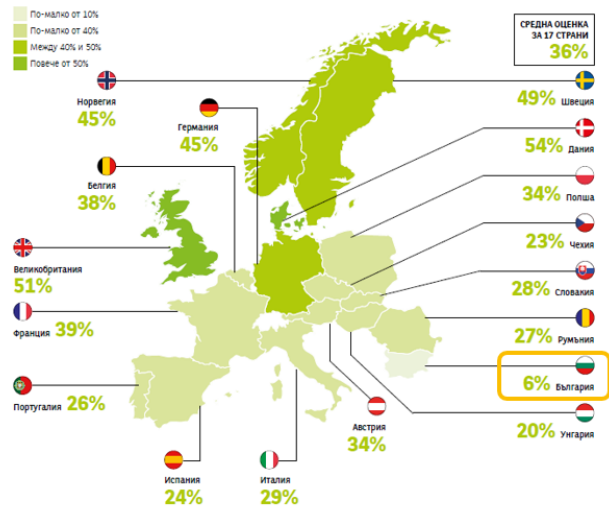
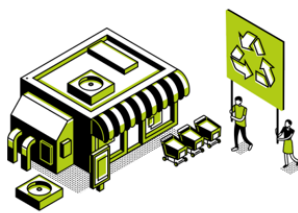
Това показва изданието за 2022 година на „Обсерватория“ – голямото годишно проучване на една от водещите финансови групи в сектора на потребителското кредитиране в Европа – BNP Paribas Personal Finance. Изследването разглежда потребителските нагласи в страните от ЕС от 1985 година и се утвърди като важен индикатор за ключови участници в потребителския сектор и автомобилната индустрия. През 2022 година, темата му е „Кръговата икономика: Възходът на потребителя предприемач“. То беше проведено в 17 държави: Австрия, Белгия, България, Чехия, Дания, Франция, Германия, Унгария, Италия, Норвегия, Полша, Португалия, Румъния, Словакия, Испания, Швеция и Великобритания като бяха интервюирани 15 800 европейци. България участва в проучването от 2017 година.

Кръговата икономика вече се случва в Европа, в България тепърва предстои

Според новото издание на проучването „Обсерватория“, 85% от хората в Европа и 86% от българите имат положително отношение към кръговата икономика. Концепцията за

кръгова икономика е позната на 64% от европейците. България е под средното ниво с 52%. Голяма разлика се наблюдава и по отношение на навлизането на кръговата икономика в различните държави. Средно 36% от участниците в проучването заявяват, че тя е добре развита в страните им. Най-висок е дялът в Дания с 54% и във Великобритания с 51%. България е на последно място с 6%. Тези данни показват, че кръговата икономика вече се случва в Европа и неизбежно идва и към България.

Смятате ли, че във Вашата държава в момента кръговата икономика е добре развита?
 % отговорили „добре развита“



Източник: Обсерватория БНП Париба Лични Финанси 2022

Все по-широкото навлизане на кръговата икономика е свързано и с очаквания за положителни промени в живота на хората. Повече от 80% от анкетираните предвиждат, че ще бъде стимулирано развитието на иновативни продукти. Друг позитив за 85% от хората в Европа и България е принос за опазването на околната среда. На трето място участниците в проучването поставят създаването на нови работни места със 75% положителни отговори.

Наред с положителните ефекти от кръговата икономика, „Обсерватория 2022“ очертава и някои опасения, свързани с нейното навлизане. На първо място е, че това е скъп процес, което се споделя от 65% от европейците и от 62% от българите. За 45% от хората в Европа този сектор е все още слабо регулиран, което се отразява и на доверието към него. Въпреки тези опасения, развитието на кръговата икономика е неизбежно. Едва 35% от участниците в „Обсерватория 2022“ мислят, че това е мода, която ще отмине.

81% от европейците и 73% от българите удължават живота на уредите си

Все по-широкото навлизане на кръговата икономика и стремежът към устойчиво и отговорно потребление ще доведат и до възприемането от хората на новата мантра „3R – Reduce, Reuse, Recycle“. Това означава, че все повече ще намаляваме количеството отпадък, което изхвърляме, ще използваме все по-дълго уреди – било като купуваме стоки за по-дълготрайна употреба, като удължаваме живота им с ремонти или като препродаваме, подаряваме или отдаваме под наем уреди, които не използваме и ще рециклираме. Тази „мантра“ е все по-разпространена в развитите страни и уверено навлиза и в България.

„Обсерватория 2022“ показва, че именно по отношение на 3R са някои от най-съществените различия между страната ни и средните нива за Европа. Според данните, почти 60% от европейците са добре информирани как да ограничават отпадъците, да рециклират и да удължават живота на продукти. За България цифрата е 37%. Управлението на отпадъците е най-сериозното предизвикателство пред хората. Намаляването им е трудно за 42% от европейците и за 33% от българите. Въпреки това, участниците в „Обсерватория 2022“ заявяват, че през последните 3 години са постигнали успех в тази посока – средно 49% от хората в Европа и 44% в България.

Подобни са тенденциите и при удължаването на живота на продуктите. В Европа 81% от хората ремонтират, подаряват или препродават уреди, които не използват, а у нас – 73%. През последните три години средно 44% от европейците и 38% от българите са удължили живота на различни продукти.

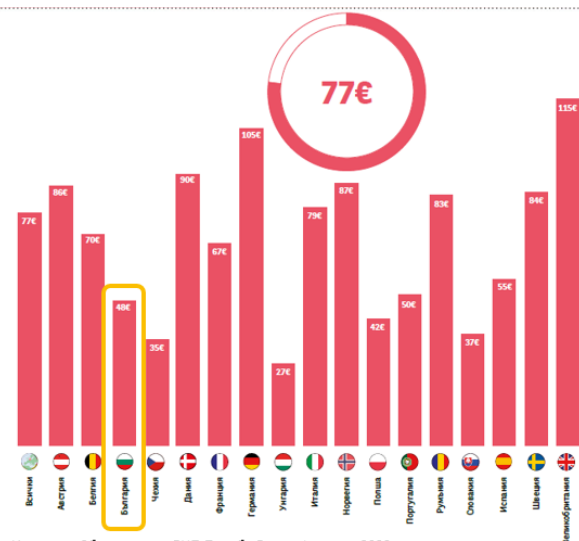
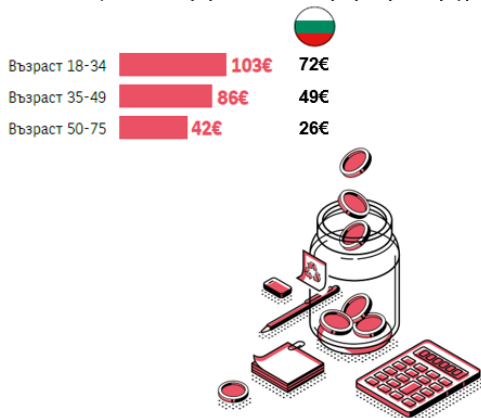
Потребителите ще са новите предприемачи

Продаването и отдаването под наем на стоки ще доведат и до появата на нов тип предприемачи – потребителите. Хората ще участват на пазара и ще предлагат стоки, от които вече нямат нужда или не използват към момента. Възходът на потребител-предприемач не само ще подпомогне развитието на кръговата икономика чрез удължаването на използването на различни продукти, но и ще има положително влияние върху личните финанси на хората, тъй като ще доведе до повишаване на доходите им.

Новото издание на проучването „Обсерватория“ показва, че през последните 12 месеца 62% от европейците и 56% от българите са продавали употребявани стоки. Основната причина за това е стремежът за допълнителен доход, която е посочена от 39% от хората. На второ място отново с 39% е желанието да се освободи място в дома.

Европейците са печелили средно по 77 евро на месец от продажбата на продукти, които не използват. Най-много са спечелили британците – 115 евро, а най-малко унгарците с 27 евро. В България средният приход е по-нисък от средното за Европа - 48 евро месечно. Интересно е, че младите хора на 18-36 години у нас са реализирали по-високи печалби от продажба на продукти „втора ръка“ – 62,3 евро.

Каква сума печелите обикновено средно месечно чрез препродажба на продукти? (суми, превалутирани в евро)
 В %. За тези, които са купували стоки втора употреба преди.



Източник: Обсерватория БНП Париба Лични Финанси 2022

Consumer2consumer (C2C) платформите движат пазара на употребявани стоки

Основният канал за продажба на употребявани стоки са потребителските платформи (consumer2consumer или C2C платформите) – 58% от участниците в проучването заявяват, че са използвали тези канали. Други 25% казват, че са продали предмети, които не използват през специализирани магазини. Според данните, търговците ще играят все по-голяма роля на пазара. Почти 60% от европейците очакват, че кръговата икономика ще се движи от продукти, продавани от ритейлърите. За България делът е по-висок от средния – 72%. Това очакване се обяснява със сигурността, която търговците предоставят на хората. Тя се изразява в гаранции на продуктите, сигурна доставка и възможността за връщане, ако стоката не отговаря на очакванията.

Като цяло откъде най-често купувате употребявани стоки, облекло и материали?

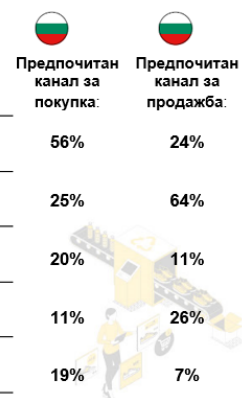
А къде най-често продавате употребявани стоки, облекло и материали?

Два възможни отговора, общо повече от 100%.

За тези, които са купували/продавали стоки втора употреба преди.

■ Предпочитан канал за покупка ■ Предпочитан канал за продажба

Канал за покупка	Процент	Канал за продажба	Процент
От търговец на дребно/магазин (лично или онлайн), специализиран в употребявани артикули	41	25	
На платформа, предназначена за обмен между физически лица	39	58	
От разпродажба или от открит пазар	26	18	
От познат, от уста на уста	20	23	
От стандартен търговец на дребно, който препродава собствени ремонтирани продукти (марка дрехи и др.)	18	14	



Източник: Обсерватория БНП Париба Лични Финанси 2022

Склонни сме да плащаме повече за уреди с по-дълъг живот

Кръговата икономика не се изразява само в покупката и продажбата на употребявани стоки, но и в удължаването на живота на уредите. Затова когато купуват уреди хората се интересуват дали ще могат да ги ремонтират. Според данните от „Обсерватория 2022“, за 86% от европейците и за 85% от българите въведеният през 2021 година индекс за поправимост е много важен. Освен това хората биха платили повече за уред с индекс на поправимост като положителен отговор са дали 70% от европейците. Българите, които са известни като домашни майстори са над средното ниво за Европа с 83%.

Кръговата икономика ще ускори иновациите

С навлизането на кръговата икономика, компаниите ще трябва да въведат и редица иновации. Например, продуктите ще трябва да са енергийно ефективни, рециклируеми и с по-големи възможности за ремонт. Това означава, че производителите ще трябва да произвеждат и поддържат наличности на резервни части. Опаковките също ще бъдат преработваеми или ще могат да се използват повторно. Дори материалите, от които се произвеждат кредитни карти, вече могат да бъдат както рециклирани, така и рециклируеми в над 85% от състава си. Такива са и кредитните карти на БНП Париба Лични Финанси, маркирани със знака за устойчивост на Mastercard.

„Обсерватория 2022“ показва, че според 86% от европейците политиката на брандове и търговци да изкупуват употребявани продукти и да ги връщат към живот ще ускори иновациите в рециклирането и дизайна. България е малко над средното за Европа с 88%. Тази промяна в бизнес моделите на ритейлърите ще помогне и за опазването на планетата, което се споделя от 85% от европейците и от 87% от българите. Според 78% от хората в Европа изкупуването на уреди и удължаването на живота им помага на бизнеса да се отличи от конкуренцията.

В България БНП Париба Лични Финанси е двигател на устойчивото потребление на 360°

Кръговата икономика си пробива все по-уверено път и в България. Процесът е движен както от отделните потребители, така и от търговците, които продават ремаркетирани продукти. Важен катализатор в този процеса са и финансовите институции като БНП Париба Лични Финанси, която подкрепя и стимулира отговорното потребление и устойчивия бизнес сред всички заинтересовани страни: клиенти, партньори, служители и обществото като цяло. Банката е част от най-голямата финансова група в еврозоната – BNP Paribas, която повече от десетилетие работи за намаляване на емисиите от CO₂ и други парникови газове и реализира образователни инициативи за необходимостта от бързи и адекватни действия за ограничаване на климатичните промени.

В духа на тази политика БНП Париба Лични Финанси в България стартира иновативни проекти, с които не само стимулира устойчивото потребление, но и допринася за повишаване на финансовата грамотност сред хората.

Място за финансова култура – платформата ResponsibleBudget

Изграждането на култура на устойчиво потребление стартира още от детските години и семейната среда. Тази култура върви ръка за ръка и с финансовата грамотност.

В стремежа си да подкрепи младите хора, семействата им и образователната система, както и да приобщи финансово и дигитално възможно по-голям брой младежи, БНП Париба Лични Финанси инвестира в разработването на специална образователна платформа – ResponsibleBudget, която ще стартира до средата на месец юни 2022 г.

Съдържанието в нея е изцяло на български език, материалите са под формата на видеа, куизове и игри и достъпът е напълно безплатен за всички. Информацията в платформата е пригодена да подкрепя основно ученици в прогимназиален и гимназиален етап, но е открита за всички. България е първата страна в Централна и Източна Европа, която я внедрява. Проектът е международен и на този етап предвижда разпространение в 8 страни.

Изгоден кредит за техника на изплащане срещу използвани устройства

Друг проект в подкрепа на кръговата икономика дава възможност за покупка за стоки на изплащане при изгодни условия срещу връщане на употребявана техника. БНП Париба Лични Финанси предлага за първи път в България такава специална оферта заедно със своя партньор Ardes.bg.

Ползата за клиентите е, че връщайки стара техника, получават изгодни условия по кредита – ваучер на стойността на върнатото устройство и допълнителен бонус ваучер, които стават първоначална вноска за новата им покупка. Така повече хора имат достъп както до финансиране, така и до технологични продукти, независимо дали нови или ремаркетирани.

Целта на програмата е хората да бъдат стимулирани да не задържат устройства, които вече не използват, а да им дадат шанс за нов живот. Тя е разработена съвместно с Ardes.bg и е част от проект на централата на БНП Париба Лични Финанси за насърчване на кръговата икономика и включване на младите хора във финансовата система. Предложението е насочено основно към хората до 30 години без кредитна история.

Получаваме сигурност, когато пазаруваме през потребителски платформи

БНП Париба Лични Финанси стимулира кръговото потребление и като финансира потребителски сделки (C2C) за покупка на изплащане на стоки „втора ръка“. Така банката дава повече сигурност и прозрачно финансиране за купувача, който запазва свободата си за потребителска сделка, независимо дали става дума за автомобил, велосипед, спортно оборудване, мебели или уреди.



“Кръговата икономика е бъдещето на Европа и тя все по-уверено си пробива път и в България. БНП Париба Лични Финанси от години е един от двигателите на промяната към устойчиво потребление и с нашите иновативни проекти ние стимулираме навлизането му в страната. Това е от полза за бизнеса, за хората и за околната среда.”

Жозе Салойо, управител на БНП Париба Лични Финанси в България

За БНП Париба Лични Финанси в България

БНП Париба Лични Финанси е клон на френската банка БНП Париба Пърсънъл Файненс С.А. Компанията е сред лидерите на пазара на потребителско кредитиране в България с над 1 600 000 клиенти като повече от 800 000 от тях са ползвали финансовите ѝ продукти повече от веднъж. БНП Париба Лични Финанси разполага с широка дистрибуционна мрежа в страната, като предлага услугите си в близо 2500 обекта, в това число и собствена клонова мрежа от 44 търговски офиси в цялата страна. Компанията има екип от близо 1 000 служители и предлага най-голямото портфолио от специализирани потребителски кредити в страната с максимален размер 80 000 лв., включително потребителски кредити за покупка на стоки на изплащане, автокредитите „Нова” и „3+”, продукт за консолидиране на задълженията, застраховки, кредитни карти с лимит до 10 000 лв. и др. Компанията е изградила стабилни отношения със своите търговски партньори и подпомага растежа на техния бизнес.

BNP Paribas Personal Finance следва политика на отговорно кредитиране. Основните ѝ цели са да подкрепя домакинствата, като предлага достъп до кредитни продукти на колкото е възможно повече хора, както и да създава условия за предпазване на кредитополучателите от свръхзадлъжнялост.

За повече информация:

Web: <http://www.bnpparibas-pf.bg/>

Blog: <http://www.bnpparibas-pf.bg/blog>

Facebook: <https://www.facebook.com/BNPParibasPFBG>

За френската банкова група BNP Paribas Personal Finance S.A.

BNP Paribas Personal Finance S.A. е лидер в потребителското кредитиране във Франция и Европа, благодарение на своите дейности за отпускане на потребителски и ипотечни кредити. Компанията, която е 100% дъщерно дружество на BNP Paribas S.A., има близо 20 000 служители и развива своята дейност в 33 държави.

Под брандовете Cetelem, Findomestic и AlphaCredit, компанията предлага целия спектър от потребителски кредитни продукти чрез мрежа от точки за продажба и дилъри на автомобили и директно на потребителите през собствените си центрове за работа с клиенти и интернет. BNP Paribas Personal Finance S.A. предлага на своите клиенти и застраховки и спестовни продукти във Франция, Италия и Германия.

Компанията е развила активни партньорски отношения с търговци на дребно, собственици на електронни магазини и финансови институции (банки и застрахователни компании), базирани на нейния опит в предлагането на кредити и интегрираните услуги, насочени към бизнес и търговските цели на партньорите.

BNP Paribas Personal Finance S.A. насърчава отговорното и устойчиво потребление като подкрепя клиентите и партньорите си.

За повече информация: <https://personal-finance.bnpparibas/en/>

Връзки с медиите:

Людмила Петрова

Маркетинг Мениджър

БНП Париба Лични Финанси, България

GSM: +359 888 855 710

Fax: +359 2 4899 637

E-mail: ludmila.petrova@bnpparibas-pf.bg

Valerie Baroux-Jourdain

External Communication Manager

BNP Paribas Personal Finance, Paris, France

+33 1 46 39 15 88

+33 6 43 95 60 23

valerie.baroux-jourdain@bnpparibas-pf.com