



4 възможни сценария за развитие на света след корона кризата според L'Echangeur и Observatoire: Глобални компании и живот под наблюдение или локално и отговорно потребление?

„Обсерватория 2020“:

***40% от българите очакват, че отговорното потребление
ще бъде наложено със закон – най-много в ЕС***

София, 07 юли 2020 г. В резултат на кризата предизвикана от Ковид-19 има четири възможни сценария за развитието на света – от огромно влияние на глобални компании, наречен „Звездни системи“ и мащабно наблюдение на живота, озаглавен „Контрол на живота“ до „Триумфът на локалното мислене“, който дава преимущество на местните общности и отговорно потребление с фокус върху дългосрочната грижа за бъдещето на планетата, наречен „Земята в развитие“. През следващите години можем да станем свидетели на един от тях, или на комбинация от два и повече сценария. Това показва проучване, проведено от „L'Echangeur“, центърът за маркетингови иновации на BNP Paribas Personal Finance и подразделението за проучвания на банката „Обсерватория“.

В същото време, голямото годишно проучване на групата BNP Paribas Personal Finance „Обсерватория 2020“, проведено в края на 2019 година потвърждава, че европейците, включително и българите, са готови да консумират по-отговорно и по-често да купуват локални продукти, което кореспондира директно със сценарии 3 и 4. Проучването показва също така, че отговорното потребление ще бъде наложено от самите хора или дори със закони.

Четири сценария според L'Echangeur и Observatoire

Първият сценарий, наречен „Звездни системи“, предвижда либерален модел за развитие, в който независими икономически играчи създават основата за широк кръг от предложения с висока добавена стойност, където всеки човек има свободата да избере това, което го прави щастлив.

Според втория, „Контрол на живота“, светът ще се развие към централизиран модел, в който гражданите предоставят на правителствата и на големи организации отговорността да действат в името на общото благо и да бъдат отговорни за тяхното добруване. Този сценарий предполага широко разпространение на различни форми на проследяване, основано на необходимостта от централизиране на данни, които да осигурят масово навлизане в живота на свързани устройства и изкуствен интелект.

Третата опция, или „Триумфът на локалното мислене“, е базирана на децентрализиран модел, основан на системи, които се фокусират върху местния интерес и солидарност и

гарантират устойчивото развитие на общество, което се ръководи от общия интерес. Това включва засилване на локалната търговия, а също така и териториален активизъм, което предполага известно ниво на автономност на местните общности.

Четвъртият възможен сценарий, наречен „Земята в развитие“, е диалогичен модел, базиран на прехода на гражданското общество към по-задълбочена грижа за хората и заобикалящата ги среда. Това развитие стимулира ключови играчи да възприемат по-добри практики в името на колективния интерес като поставят под въпрос установените модели – стремеж към иновации, печалба и така нататък.

Тези сценарии бяха разработени на базата на огромния опит на центъра за проучвания „Обсерватория“, който от 35 години разкрива и анализира потребителските тенденции и на центъра за иновации L’Echangeur, който повече от 20 години подкрепя трансформацията на търговския сектор. Експертите на двете звена на BNP Paribas Personal Finance проведоха задълбочено проучване, в което заложиха генерални и макроикономически индикатори за разработване на сценариите. Първите се отнасят до фактори като околната среда и климата, стандарти и законодателство, демография и икономика. Вторият тип индикатори имат директно влияние върху потребителите – загриженост за околната среда, дигитална грамотност, умения за междуличностно общуване и финансов комфорт.

Също така под внимание бяха взети две различни гледни точки. Първата е на брандовете и търговците, които развиват портфолиото си с все по-персонализирани предложения и така постоянно засилват връзката си с потребителите. Втората е на отделния човек, който желае да бъде подкрепен от онези брандове и търговци, които могат да отговорят на неговите изисквания и, които се фокусират върху стоките, потребявани от човека и въздействието от своите действия.



Сценарий 1: Брандовете звезди или „Звездни системи“

Първият възможен сценарий разглежда незабавен отговор на проблемите, предизвикани от Ковид-19, независимо от факта, че е основан на непрекъснат растеж. Той води до



разширяване на разликите в рамките на пазара и до ръст на печалбата за водещите търговци на дребно, което предполага водещите брандове да действат по-отговорно. Този сценарий облагодетелства големите компании и ръста на онлайн потреблението. Това едва ли е успокояващ вариант, като се има предвид, че кризата очевидно ще навреди на много от уязвимите заинтересовани страни, като в същото време не успява да преосмисли тази система и нейното дългосрочно въздействие.

Според Никола Диаконо, дигитален анализатор в L'Echangeur: „Правилото, че най-силните оцеляват, ще превърне основните играчи в ритейл сектора, особено тези които са способни да поемат ролята на спасители на хората и да се позиционират като герои, в големите победители. Когато кризата приключи, те ще спечелят още по-голям дял в света на търговията и ще бетонират статуса си на блестящи звезди в очите на дигиталните потребители.“

Сценарий 2: Животът ни - наблюдаван и контролиран

Сценарият „Контрол на живота“ предвижда средносрочни мерки, базирани на законодателство и включване на различни групи от населението. Отчасти този сценарий, който може да бъде комбиниран успешно с действията на правителствата, вече се случва благодарение на големите технологични компании в Китай, първата страна засегната от кризата. Много вероятно е той да бъде приложен и в западните държави, имайки предвид нарастващото влияние на променящи правилата лидери като Google, Amazon, Facebook и Apple.

Според Гийом Рио, ръководител на направление „Технологични тенденции“ в L'Echangeur: „Ковид-19 ще ускори навлизането на нови ритейлъри в живота ни. Това е стъпка напред, която ще бъде възможна и законово основана с все по-широкото навлизане на свързани устройства в системата на здравеопазването, което получава одобрението и на научните среди. Появява се изцяло нова икономика, подкрепена от непрекъснатата промяна, която движи живота и света като цяло. Това е индустрията на живота!“

Сценарий 3: Триумфът на локалното мислене

Сценарият „Произведено локално“ е разработен с цел да бъде естествена краткосрочна тенденция, която подкрепя прогреса на човечеството. Като поставя акцент върху всичко, което е локално, този вариант за развитие на света удовлетворява редица стремежи като проследяемост, околна среда, запазване на работни места на локално ниво, независимост и така нататък. Идеята е да се намали влиянието на глобалната свободна търговия и да се изгради форма на икономическа и социална независимост, което включва засилване на местния стокообмен и на териториалния активизъм. Това предполага локалните общности да имат известно ниво на автономност. Вече наблюдавахме реализацията на частта, свързана с териториалния активизъм, което се случи по естествен път със затварянето на границите и необходимостта от самостоятелно задоволяване на нуждите на различните държави.



Във връзка със сценарий 3 Никола Диаконо заяви: „Локалното потребление е инструмент, който позволява на обществото да демонстрира икономическа солидарност със земеделските производители и местните компании. Това развитие помага за опазването на околната среда, благоприятно е в условия, когато мобилността на стоки е ограничена и осигурява прозрачността, която потребителите търсят в разгара на всяка здравна криза. Но локалната търговия не може да съществува без дигитализация, особено сега когато въвеждането на 5G технологията е само въпрос на време. „Произведено локално“ е ключов елемент от стратегията за връщане на независимостта на доставките – от храна до медицински материали.“

Сценарий 4: „Земята в развитие“ - победа на колективния интерес

Четвъртият сценарий, наречен „Земята в развитие“ е дългосрочна визия. Той поставя под въпрос самата идея за досегашното развитие и растеж на всяка цена. В основата на този сценарий е общественият дебат, докато останалите три се основават на спешност на мерките. Този сценарий би могъл да осигури насока за справяне със структурна криза, за чието разрешаване се разчита на колективни действия, съвместими с идеята за устойчивост на живота на Земята.

В тази връзка, Сесил Гофрийо, директор на L'Échangeur обобщава: „За да променим света е необходимо да променим самите себе си, а ангажиментът ни би могъл да има нова форма. След като по-рано прегърнахме филантропията, сега компаниите се движат по пътя на обществената ангажираност и преосмислят бизнес моделите си етап по етап. Идеята за по-радикално преосмисляне на моделите със силен фокус върху човечността, доброволчеството, съвместната работа и солидарността, лесно биха могли да станат реалност в резултат на сегашната структурна криза.“

Основните тенденции, представени в сценарии №3 и №4 – ръст на потреблението на локални продукти и по-отговорно поведение и потребление бяха изведени и в изданието за 2020 г. на „Обсерватория“ - голямото годишно проучване на групата BNP Paribas Personal Finance, озаглавено „Времето на потребителския активизъм“. Въпреки, че то беше проведено преди Ковид-19 кризата, някои от основните изводи предсказаха бъдещето и могат да бъдат отнесени към днешната ситуация. Над 14 000 души от 15 европейски държави, сред които и България, заявиха, че според тях Земята е в опасност и за да я спасим ще трябва да променим поведението си и да бъдем по-отговорни потребители.

Потреблението ще се промени в посока повече отговорност, независимо дали ни харесва или не

„Обсерватория 2020“ показва, че хората ще променят поведението си, за да осигурят бъдеще на Земята. Това е основано на вярването на 60% от хората, че планетата вече е достигнала пределната точка и върви към катастрофа. Според 55% човечеството ще вземе нужните мерки, за спасяване на родната ни планета. В същото време 56% са уверени, че решението се крие в новите технологии. С цел да предотвратят катастрофата хората биха променили потребителските си навици.



Хората ще поправят уредите си, сами ще ремонтират дома си и ще потребяват локални продукти

„Обсерватория 2020“ показва, че европейците са готови да променят потребителското си поведение към по-отговорно. Например, 87% от участниците в проучването са готови да намалят битовите отпадъци, които генерират и по-често да поправят различни уреди или мебели вместо да ги заменят с нови модели. По отношение на жизнения цикъл на техниката в дома, 86% от хората казват, че в бъдеще ще избират здрави устройства, дори и това да означава да ги ползват по-дълго време и да притежават по-стари модели.

Наблюдава се и готовност за намаляване на потреблението на ресурси и на замърсяващи планетата материали – 85% от хората заявяват, че биха ползвали по-малко вода, електричество и горива. Използването на пластмаса, което е една от най-големите заплахи за планетата, ще бъде намалено от 84% от европейците.

Участниците в проучването „Обсерватория“ също така вярват, че покупката на локални продукти с по-къса верига на доставка ще помогне на планетата. Това мнение се споделя от 84% от хората. Друга благоприятна стъпка за борба с климатичните промени е скрита в сектор „Направи си сам“. Например, 82% от хората са готови сами да ремонтират домовете и уредите си и дори да готвят къщи вместо да се хранят в ресторанти или да поръчват храна.



68% от българите сами решават да консумират отговорно

По отношение на отговорното потребление, интересно наблюдение е, че 68% от българите заявяват че сами са решили да потребяват отговорно. Този показател е близък до средния за ЕС. Най-много хора приемат отговорното потребление като кауза в Португалия – 83% Друга интересна цифра е, че 92% от българите се определят като отговорни потребители.

Ние сме в топ 3 на локалните националисти



Потреблението на локално произведени продукти, което се свързва със сценарий 3, е стъпка към по-отговорно потребителско поведение за 54% от българите. В това отношение ние сме на втора позиция в ЕС заедно с Португалия и сме след Италия с 60%. Потреблението на местни продукти е от най-малка важност за хората в Белгия с 23%.

Българите са №1 в ЕС по очаквания за закони за защита на околната среда

В дългосрочен план, вярвате ли, че можем да установим модел на потребление, който е по-отговорен?

(Един възможен отговор) – За всички респонденти, в %
Най-честият отговор във всяка държава



ЕВРОПА
СРЕДНО

35%

ЩЕ СЕ СЪЗДАДЕ И НАЛОЖИ
ОТ САМИТЕ ПОТРЕБИТЕЛИ

34%

ЩЕ СЕ НАЛОЖИ ЧРЕЗ ДАНЪЦИ:
ПРИНЦИПЪТ "ЗАМЪРСЯВАЩИЯТ ПЛАЩА",
ТЕЗИ, КОИТО ЗАМЪРСЯВАТ ПЛАЩАТ

31%

ЩЕ СЕ НАЛОЖИ В ЗАКОН:
НИКОЙ НЯМА ДА МОЖЕ
ДА ЗАОБИКОЛИ ЗАКОНА

В България 40% от хората очакват, че отговорното потребление и защитата на околната среда ще бъдат наложени със закони. Това е най-високото ниво в ЕС и е по-високо от средното от 31%.

В дългосрочна перспектива повечето европейци вярват, че отговорното потребление ще бъде наложено от самите потребители. Това мнение се споделя от 35% от участниците в проучването. Само 25% от българите споделят увереността, че потребителите ще променят навиците си сами докато 64% от унгарците са на тази позиция, което е най-високото ниво в ЕС.

Други 34% от европейците вярват, че промяната в потребителските навици ще бъде наложена с данъци. Те заявяват, че приемането на принципа „Който замърсява, плаща“ ще бъде най-ефективно за спасяването на Земята.

Във връзка с четирите сценария и изданието за 2020 година на проучването „Обсерватория“, Жозе Салойо, управител на БНП Париба Лични Финанси в България заяви: „През следващите месеци и години ще станем свидетели на неизбежна промяна на потребителските навици на хората. Като отговорен партньор на бизнеса, БНП Париба Лични Финанси споделя възможните изходи от кризата с цел да помогне на българските ритейлъри да адаптират успешно бизнес моделите си и да се възстановят от кризата възможно най-бързо.“

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 1 500 000 клиенти като повече от 780 000 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 2600 обекта, в това число и собствена клонова мрежа от 45 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. е основоположник и водеща компания на отговорното кредитиране.

За повече информация:

www.bnpparibas-pf.com – www.moncreditresponsable.com - www.fondation.cetelem.com

Връзки с медиите:

Людмила Петрова

Мениджър „Оперативен маркетинг”

БНП Париба Лични Финанси, България

Тел.: +359 2 40 35 493

GSM: +359 888 855 710

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

Valerie Baroux-Jourdain

External Communication Manager

BNP Paribas Personal Finance, Paris, France

+33 (0) 1 46 39 92 64

+33 1 46 39 15 88

valerie.baroux-jourdain@bnpparibas-pf.com