



В «ПЕРЕКРЁСТКАХ» УСТАНОВЯТ ПЕРВЫЕ ПАНДУСЫ ИЗ ПЕРЕРАБОТАННЫХ ПЛАСТИКОВЫХ КРЫШЕК

Торговая сеть «Перекрёсток», компании Henkel и группа компаний «EcoPartners» совместно с благотворительным фондом «Волонтеры в помощь детям сиротам» поддержали проект «Добрые крышечки» по сбору и переработке пластиковых крышечек. Переработанный пластик будет использован для создания специальных пандусов, которые установят при входе в супермаркеты сети в различных регионах. Проект призван обратить внимание потребителей на социальные и экологические проблемы и содействовать многообразному использованию материалов.

Специальные боксы для сбора пластиковых крышечек от питьевых продуктов в виде гигантских бутылок уже установлены в 343 супермаркетах сети в Москве и Московской области, а также Волгограде, Самаре, Твери и Туле. До конца 2021 года в них можно сдавать вторсырье и получить скидку на продукцию Henkel. Для этого нужно отсканировать QR-код на боксе, перейти по нему на специальный лендинг проекта, где будет сформирован индивидуальный QR-код. Его необходимо предъявить на кассе вместе с картой Клуба «Перекрёсток» и получить скидку на продукцию брендов Fa и Schauma, выпускаемых компанией Henkel.

Все собранное сырье передается ГК «EcoPartners» в лице Тверского Завода Вторичных Полимеров, которая делает стоимостную оценку крышечек и полученные средства перечисляет фонду «Волонтеры в помощь детям сиротам» для помощи детям с особенностями развития – подопечным фонда. Затем крышечки перерабатываются в пластик, который получит вторую жизнь в виде уличных пандусов. Уже летом этого года пандусы будут установлены у магазинов «Перекрёсток».

Алина Юхневич, руководитель стратегических маркетинговых проектов торговой сети «Перекрёсток»:

«В России работают более 900 супермаркетов «Перекрёсток», и мы хотим, чтобы каждый, кто посещает и работает в них, чувствовал, что ему тут рады. Поэтому стараемся делать всю инфраструктуру, оформление и сервисы для людей. При этом с 2020 года мы определяем себя как супермаркет полезных привычек, и стремимся убрать существующие у клиентов барьеры на пути к раздельному сбору мусора. В этом проекте мы объединили две важные общественные проблемы, и надеемся, что с помощью и при поддержке наших клиентов, мы сможем точно решить их».

Константин Рзаев, управляющий партнер ГК «EcoPartners»:

«Чтобы сделать один семиметровый пандус, необходимо собрать и переработать 18 550 крышечек. Металлическая основная конструкция такого пандуса покрывается специальной доской, которая содержит до 30% переработанного пластика. В рамках проекта мы планируем собрать порядка 100 000 крышечек и сделать 5 пандусов для «Перекрёстка» в этом году».

Наталья Маркова, лидер направления устойчивого развития подразделения Henkel Beauty Care:

«Мы рады, что у нас и наших клиентов общие цели в направлении устойчивого развития, и мы всегда готовы участвовать в совместных проектах, направленных на изменение отношения людей к вопросам экологии и социальной ответственности. В нашей компании есть четкая стратегия в отношении пластика – к 2025 году мы планируем увеличить долю переработанного пластика в упаковке наших продуктов до более чем 30 процентов. Вместе с сотрудниками X5 Retail Group мы не первый год собираем пластиковые крышки в офисах наших компаний, поэтому вдвойне рады дать проекту новый импульс развития».

Анна Виноградова, вице-президент БФ «Волонтеры в помощь детям-сиротам»:

«Проект «Добрые крышечки» существует уже 4,5 года и активно поддерживается нашими партнерами – компаниями Henkel и «EcoPartners». Установка новых контейнеров в сети магазинов «Перекрёсток» – это важный шаг по привлечению еще большего числа людей к проблемам экологии и благотворительности. И очень важно, что именно из наших «добрых крышечек» получатся пандусы для людей с ограниченными возможностями. То есть эти крышечки станут «добрыми» вдвойне!».

Ознакомиться с подробной информацией об акции и найти ближайший супермаркет «Перекресток», оборудованный контейнером для сбора пластиковых крышечек, можно на сайте инициативы: dobro.schwarzkopf.ru

[Ссылка на статью](#)