

ИЗДАНИЕ КО — ОБ ESG В РИТЕЙЛЕ

Когда говорят про «ответственный» ритейл, первое, что приходит на ум, — экологичная упаковка и утилизация пластиковых отходов. Однако вопрос куда шире и глубже. Отраслевые ESG-стандарты в ритейле в России только формируются, и задают их ведущие игроки рынка, которые первыми систематизировали работу в этом направлении. X5 Group — лидер рэнкинга в категории Food Retailers — еще в конце 2019 года утвердила стратегию устойчивого развития и долгосрочные цели до 2030 года.

Младший партнер международной консалтинговой компании Bain & Company Елена Филатова отмечает, что, если посмотреть на ESG в более широком смысле, возникают несколько не менее актуальных тем, чем пластик. Среди них она называет вопросы здоровья и здорового питания, проблемы пищевых отходов (37 % еды в мире выбрасывается) и углеродного следа.

Дарья Тулубенская, партнер Odgers Berndtson, добавляет, что компании рассматривают устойчивое развитие как ключевую цель корпоративной стратегии и внедряют ее во все направления — в клиентский блок, производство, используют для мотивации персонала.

В приоритете стратегии X5 Group — четыре направления.

- Во-первых, ритейлер нацелен на содействие здоровому образу жизни, в том числе благодаря ассортименту полезных продуктов в своих магазинах.
- Вторая цель — содействовать ответственному потреблению и бережному использованию ресурсов.
- В-третьих, X5 обеспечивает достойные условия труда и равные возможности для сотрудников.
- И четвертое направление стратегии — поддержка местных сообществ через благотворительные и социальные проекты. Компания публично отчитывается о прогрессе в своей работе как в ежегодных отчетах, так и подводя итоги полугодий.

РОЛЬ «ЦИФРЫ» В ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ

В 2019 году X5 внедрила программу оценки выбросов парникового газа по всей компании — были подсчитаны показатели для ключевых объектов и бизнесов: магазинов торговых сетей, распределительных центров, логистических комплексов, фабрик-кухонь, автопарков и корпоративного центра.

В 2020 году благодаря внедрению политики в области энергоэффективности и противодействия изменению климата интенсивность выбросов парниковых газов на квадратный метр торговой площади X5 снизилась на 9 %. Эти показатели в основном связаны с потреблением электричества и тепла магазинами и распределительными центрами X5.

Этого в том числе удалось достичь переводом ряда крупных объектов с традиционных на возобновляемые источники энергии.

«Мы рассматриваем возможность установки ВИЭ или закупки низкоуглеродной электроэнергии у третьих лиц. Так, например, на „зеленую“ энергию с гидроэлектростанций уже переведены 5 РЦ «Пятерочки», планируется продолжить эту работу. Компания также пилотирует использование солнечных батарей в одном из магазинов в Краснодарском крае. Кроме того, мы перевели транспорт (а логистика является значительной частью торговли) на газодизельное топливо, заменили фуры на грузовые автомобили с более легкими кузовами, способствующими снижению выбросов», — отметила руководитель проектов по устойчивому развитию X5 Мария Подкопаева.

Во всех новых и прошедших реконструкцию магазинах компания внедряет системы «умный магазин» или «умный щит». «Цифра» помогает снизить потребление энергии на 4,9 %, автоматизировать управление оборудованием и минимизировать риск несчастных случаев.



Вклад в сокращение потребления электроэнергии вносят и другие инновации. Например, реализация проекта естественного охлаждения (free cooling) и использование газовых генераторов в нескольких логистических хабах позволили суммарно снизить электропотребление до 3 %. Переход с люминесцентного освещения на светодиодное позволит добиться экономии энергии в среднем на 50 %.

Сама штаб-квартира X5 Group в Москве сертифицирована по экологическому стандарту LEED на уровне Gold. Это означает, что в офисе используются безопасные отделочные материалы, энергоэффективное освещение и водоеффективное оборудование, а также организован сбор макулатуры, крышек и батареек.

ЭФФЕКТ МАСШТАБА

В торговых сетях, как нигде, работает эффект масштаба: любая кажущаяся мелочь, умноженная на миллионы клиентов, дает весомый результат. На привычный вопрос «Пакет брать будете?» кассиры все чаще слышат ответ «Нет» — за год в универсамах было продано порядка 5,6 млн сумок-шопперов.

«Мы видим позитивный отклик на наши экоинициативы, поэтому продолжаем масштабировать действующие проекты и внедряем новые, чтобы формировать экопривычки у наших покупателей, — подчеркивает Мария Подкопаева. — Например, совершая покупки в „Пятерочках“ и „Перекрестках“, люди могут отказаться от бумажного чека в пользу электронного. Для конкретного покупателя — это небольшой шаг, а для бизнеса, обслуживающего ежедневно порядка 14 млн человек, это возможность для значительной экономии ресурсов и сокращения бумажных отходов».

Сила сообщества повышает доверие к бренду и позволяет запускать смелые инициативы. В январе 2021 года в девяти столичных «Перекрестках» появились рефил-станции для покупки бытовой химии в розлив в многоразовую тару. Инициатива пришлась клиентам по душе, и ритейлер запустил пилот проекта также в Санкт-Петербурге, открыв станции в двух магазинах.

Кроме того, в торговых точках стоят контейнеры для сбора батареек, фандоматы — для пластиковых бутылок и алюминиевых банок. В прошлом году покупатели отправили на переработку порядка 2,5 тонн батареек. В большинстве «Перекрестков» есть боксы, куда можно принести старую зубную щетку, которая потом будет переработана в тротуарную плитку, за год было собрано более 2,5 тонн щеток.

При этом X5 также отправляет на переработку материалы от своей деятельности, например из ПЦ и магазинов в 2020 году компания передала порядка 620 тыс. тонн картона, пластика, пленки и др. В планах до 2023 года увеличить долю собственных перерабатываемых твердых отходов до 95 %.

Одна из целей X5 в области устойчивого развития — это создание ответственной цепочки поставок. Заведующая кафедрой коммерции и торгового дела университета «Синергия» Галина Чернухина особо отмечает, что X5 Group разработала рекомендации в области устойчивого развития для поставщиков — они включают перечень добровольных экологических и социальных сертификаций. А в 2021 году выпустила уже детальные рекомендации для поставщиков по более экологичной упаковке для 13 категорий товаров, что стало важным шагом для рынка в обсуждении единых стандартов упаковки.

АНТИКРИЗИСНАЯ СТРАТЕГИЯ

COVID-19 стал серьезным индикатором того, является ли фраза «социальная ответственность» просто словами. В локдаун X5 трудоустроила 40 тыс. человек из числа тех, кто лишился работы в карантин.

Проект «Корзина доброты», работающий по технологии food-drive с 2015 года, помогал в том числе врачам — 75,9 тонн продуктов были направлены в 79 больниц 17 регионов. X5 Group своими силами поставляла продовольствие в лечебные учреждения. Совместно с Фондом продовольствия «Русь» проводился онлайн-сбор продуктов на сайте Корзинадоброты.рф для доставки продуктов одиноким пожилым москвичам, чтобы те не подвергали себя риску заражения, лишняя раз выходя из дома.

Пандемия внесла коррективы и в отношения с сотрудниками, которых у X5 порядка 339 тыс. Компания создавала условия для безопасной работы в торговых залах и на складах, перевела большую часть офисных сотрудников на удаленный и комбинированный режимы работы.

ФОКУС НА ЗОЖ

В 2021 году «Перекресток» ввел систему ЗОЖ-меток для поставщиков: «веган», «органик», «без глютена», «без добавления сахара» и другие. Это упростило работу сотрудникам для определения ЗОЖ-товаров, которые потом выкладываются на специальные ЗОЖ-полки и стеллажи, чтобы покупателю было проще найти все подобные товары в одном месте. Такие ЗОЖ-зоны развиваются и в «Пятерочках».

Во многом внедрению «зеленых» практик в компаниях способствует возрастающая озабоченность экологизацией жизни среди населения.

«Для потребителей в том числе важно понимать, что владельцы магазина делают все, чтобы снизить объем упаковочного материала, сократить потери продуктов, обеспечить наличие альтернативы полиэтиленовым пакетам. Кроме этого, оцениваются отношение к персоналу, наличие корпоративных стандартов, обеспечение открытости данных», — подчеркивает председатель Российского экологического общества Рашид Исмаилов.

По его словам, одна из самых актуальных угроз для окружающей среды — избыток продуктов в сетях, которые сегодня просто выбрасываются на свалку. Это большая и актуальная проблема.

Сами ритейлеры готовы отдавать продукты с истекающим сроком годности нуждающимся. Однако пока супермаркетам проще уничтожить их, нежели отдавать благотворительным организациям из-за налоговых ограничений — недавно был отменен налог на прибыль, однако НДС, который достигает 20 %, все еще действует. По оценкам АНО «Фудшеринг», в России фудшеринг позволил бы сохранить около миллиона тонн еды в год, одновременно обеспечив продуктами 18 млн человек и сократив объем отходов. В сентябре крупные розничные игроки и некоммерческая организация «Фудшеринг» обратились в Минфин с просьбой рассмотреть отмену НДС на такие продукты, но пока решение не принято.

[Ссылка на публикацию](#)