



ПРЕЗИДЕНТ X5 ЕКАТЕРИНА ЛОБАЧЁВА: ЛЮДИ — НАШ ГЛАВНЫЙ ПРИОРИТЕТ

Для крупных российских компаний федерального масштаба концепция ESG, что можно расшифровать как «экология, социальная политика и корпоративное управление», становится основой глобальной стратегии устойчивого развития. О том, как принципы ESG реализуются на практике, рассказывает Екатерина Лобачева, президент X5 Group.

– Текущая экономическая и политическая ситуация вынуждает многие компании серьезно пересматривать стратегии развития. Особенно в аспектах, связанных с социальными инициативами, напрямую не влияющими на увеличение прибыли. Планирует ли X5 Group корректировать стратегию в отношении принципов ESG?

– Принципы ESG по-прежнему находятся в числе основных приоритетных направлений деятельности X5 Group. Мы сохранили все цели по их реализации, которые были запланированы до 2030 г., и мы выполнили все задачи, которые ставили в текущем году. Более того, по такому важному для нас параметру, как продовольственная помощь нуждающимся слоям населения, мы даже перевыполнили планы и будем еще активнее развивать это направление.

– Если экологическая повестка остается в фокусе вашего внимания, то какие цели вы ставите?

– Для нас приоритетными являются направления, связанные с повышением экологичности упаковки, оптимизации процессов утилизации продуктов и сокращения отходов. Мы будем активно продолжать работать над тем, чтобы как можно меньше отходов вывозить на мусорные полигоны. Так, один из ключевых пилотных проектов, который мы запустили в этом году, это фудшеринг. В рамках его реализации мы ставим задачу радикально сократить, а в идеале и полностью отказаться от практики утилизации продуктов с истекающим сроком годности. Вместо этого мы хотели бы своевременно передавать их нуждающимся категориям населения. Это непростая задача, связанная как с организационными, так и нормативно-правовыми нюансами. В этом направлении мы уже несколько лет работаем с нашими партнерами: АНО «Фудшеринг» и Банком еды «Русь». В настоящее время мы реализуем в наших магазинах из разных регионов пилотный проект по сбору и передаче малообеспеченным людям хлебобулочных изделий, срок годности которых заканчивается.

– Почему из всех товарных категорий вы выбрали именно хлеб?

– Причин несколько. Во-первых, хлеб – это всегда востребованный продукт. Во-вторых – это самая оборачиваемая категория с достаточно короткими сроками годности. По предварительным итогам пилотного проекта мы видим, что только один небольшой магазин по итогам месяца может собирать от 120 до 180 кг хлеба для передачи его нуждающимся. Представляете в каком объеме можно расширить эту программу? При этом мы точно знаем, что этот

продукт дойдет до нуждающихся категорий населения и они будут его действительно употреблять. Третий фактор – это, конечно, и сокращение объемов утилизации. Потому что, если мы будем передавать продукты с истекающим сроком годности для потребления, то, соответственно, и объемы их утилизации будут сокращаться. Так, в категории «хлеб» в магазинах, которые участвуют в пилотном проекте, утилизация снизилась на 65%.

– В каких еще категориях вы видите возможность развития подобных проектов?

– Мы, безусловно, планируем масштабировать данный проект. На первом этапе мы внедрим его во всех наших магазинах во всех регионах присутствия. Затем мы будем выбирать следующую категорию для эксперимента. Но здесь есть ряд проблем, которые необходимо решить. Так, мы бы очень хотели, чтобы государство услышало нас и позволило бы не начислять НДС на списываемые товары. Потому что, если мы будем бесплатно передавать товар малообеспеченному населению и еще дополнительно уплачивать с него НДС, то эта процедура будет для нас экономически затратной. И нужно будет смотреть, в каких объемах мы сможем себе это позволить, если не получим льготу по НДС. Кроме того, государство безусловно интересуется вопросом, а не будет ли подобная процедура использоваться в каких-либо схемах по незаконному предпринимательству. С хлебом все просто – никто не сможет его перепродать в силу слишком короткого срока годности. Поэтому мы будем внимательно смотреть на итоги пилотного проекта по хлебу, анализировать, как он будет воспринят обществом и государством, а затем уже оценивать реальные перспективы его масштабирования.

– Как все-таки повлиял кризис на программы устойчивого развития? Какие-либо направления пришлось сокращать?

– Пришлось, скорее, не сокращать, а пересматривать некоторые подходы к повестке ESG. Так, мы теперь не столь ориентируемся на какие-либо международные рейтинги, участие в которых стало фактически недоступным. Мы больше обращаем внимание на конкретные показатели внутри страны. Также в силу снижения платежеспособности населения и сокращения реальных доходов мы смещаем фокус на социальную проблематику, на букву «S» – Social в аббревиатуре ESG. Люди для нас являются приоритетом во всех наших начинаниях, и поэтому мы планируем и дальше развивать программы продовольственной помощи. Например, в рамках проекта «Корзина доброты», который мы реализуем уже несколько лет, и в который вовлекаем в том числе и наших социально ответственных поставщиков.

У нас уже есть вся необходимая инфраструктура для использования социальных сертификатов в наших магазинах. Напомню, что это такой инструмент, который позволяет органам власти начислять определенные субсидии, которые можно потратить на продукты питания и товары первой необходимости.

Со своей стороны, мы предоставляем дополнительные скидки и таким образом поднимаем доступность товаров для наиболее нуждающихся категорий населения. Совместно с различными государственными ведомствами мы будем анализировать ассортимент и определять, на какие товары необходимо распространять дополнительные социальные скидки.

– Как покупатели относятся ко всем этим инициативам?

– Со стороны покупателей мы видим достаточно большой интерес к подобным проектам. «Пятерочка» и «Перекресток» проводили опросы покупателей на предмет того, какие виды социальных проектов они хотели бы видеть у торговых сетей. И мы со всеми нашими инициативами совпадаем с ожиданиями покупателей на 100%. Это касается и здорового питания, и экологических проектов, и продовольственной помощи. – В сегменте B2B подобные проекты возможны? – Да, например, у нас есть проект, в рамках которого мы передаем продукты с истекающим сроком годности, либо некондиционный товар мелким фермерам для производства кормов и для дальнейшей переработки. Здесь уже более заметна бизнес-составляющая, потому что мы таким образом решаем также задачу по сокращению масштабов утилизации товаров. Проект – не простой. Необходимо найти желающих забирать продукцию, нужно четкое понимание объемов и регулярности сдачи. Однако в любом случае мы будем этот и подобные проекты поддерживать и развивать. – Не секрет, что очень многие инициативы в проектах устойчивого развития шли от крупных зарубежных fmcg-игроков, в том числе и тех, которые покинули наш рынок. Находите ли вы отклик на ESG-проекты среди российских поставщиков и партнеров? – Действительно, первые ESG-проекты были инициированы нашими западными партнерами, но сейчас можно уже говорить, что российский бизнес в целом пришел к пониманию их необходимости и важности. Тем более, что государство очень активно помогает в развитии ESG-повестки, регулярно появляются законодательные инициативы, способствующие ее реализации. Например, по требованиям к упаковке. Сегодня все наши крупные поставщики готовы с удовольствием вовлекаться в ESG-проекты.

– Устойчивое развитие – это только затраты или все же возможность получить дополнительную прибыль?



– Мы не ставим себе целью получение прибыли от ESG-проектов. На их затратную часть мы смотрим как на необходимую составляющую нашего бизнеса, как на некий «гигиенический минимум». Однако на рынке есть много примеров, когда возможна их успешная монетизация, когда на экологических и социальных проектах можно и заработать. Например, развивая нишу экологической упаковки, одноразовой перерабатываемой посуды из волокон древесины и многое другое. Но мы как крупнейший федеральный ритейлер имеем много других возможностей зарабатывать. ESG-проекты – это стратегическое направление нашего развития, которое, как мы уверены, будет способствовать улучшению социальных показателей нашего общества, что в свою очередь пойдет и на пользу

Источник: [Retail.ru](https://retail.ru)

[Ссылка на публикацию](#)