



Мария Подкопаева, X5 Group: В планах довести долю перерабатываемой упаковки в СТМ до 60%

С 1 января 2024 года вступают в силу новые требования к производителям и импортерам по утилизации упаковки. И теперь чем экологичнее упаковка, тем дешевле будет стоить товар на полке магазина. Как эти вопросы уже сегодня X5 Group обсуждает со своими поставщиками и производителями СТМ и как помогает им соответствовать критериями устойчивого развития, директор по устойчивому развитию X5 Group Мария Подкопаева рассказала на конференции X5 Dialog 2023.

– В конце сентября этого года X5 обновила стратегию устойчивого развития. Какие произошли изменения?

– Новая стратегия пришла на смену предшествующей и рассчитана до 2025 г. Сейчас у нас именно такой горизонт планирования. Ключевые приоритетные направления устойчивого развития не поменялись. Это все так же экологическая проблематика, работа с упаковкой, с цепочкой поставок, взаимодействия с различными сообществами, все, что связано с социальной работой, – благотворительностью, здоровьем и т.д. В новой стратегии значительное внимание уделяется нашим социальным проектам – их стало больше. Многие тренды, связанные с устойчивым развитием, формируются государством и находят воплощение в соответствующем законодательстве. Мы, в свою очередь, также двигаемся в этом русле.

– Какие изменения в законодательстве наиболее серьезно влияют на устойчивое развитие?

– Законодательных новаций достаточно много. Во-первых, все, что связано с расширенной ответственностью производителя – РОП. Новый федеральный закон, регулирующий обязанность производителя и импортера по утилизации (РОП), вступает в силу с 1 января следующего года. Механизм РОП работает с 2014 года, но в новой версии он существенно доработан. Производители и импортеры могут выбрать один из трех вариантов: создание и использование собственной инфраструктуры по утилизации; заключение договора с тем, кто утилизирует отходы; уплатить экосбор. Таким образом, ответственность за утилизацию упаковки переносится на производителя упаковки – это значит, что сумма экосбора будет заложена в стоимость упаковки. При этом, чем экологичнее упаковка, тем меньше будет коэффициент и в итоге меньше общая сумма экосбора, а значит, меньше будет стоить товар для наших покупателей в сравнении с товарами в привычных упаковочных решениях.

– Как вы помогаете поставщикам соответствовать критериям устойчивого развития?

– В первую очередь мы оказываем методологическую поддержку. Например, если брать кейс с упаковкой, то специально для наших поставщиков и совместно с ними мы создали [гайд](#) – набор рекомендаций по переходу на экологичную упаковку. С их помощью поставщик может определить, какая упаковка для его продукции является экологичной, и предпринять соответствующие шаги, чтобы перейти на нее. Мы проводим большое количество коммуникационных мероприятий, вебинаров на нашей [платформе](#), оказываем экспертную поддержку. Например, в прошлом году были серьезные проблемы в связи с уходом с российского рынка производителей упаковочных решений. В этих условиях мы сумели организовать мероприятие, на котором представили варианты импортозамещения, предоставили нашим партнерам конкретные контакты, которые помогли решить данную проблему. И это стало тоже одним из факторов, почему полки в наших магазинах в тот сложный период не остались пустыми.

– Какой процент СТМ в X5 уже использует перерабатываемую упаковку?

– На сегодняшний день это около 50% от общего количества наших СТМ. Это та цель, которая была поставлена в стратегии 2023 года, и сегодня мы ее достигли. В новой [стратегии](#) обозначена цель довести долю перерабатываемой упаковки в СТМ до 60%. Коллеги начали работать в этом направлении и уже предприняли конкретные шаги. Например, меняются технические задания на собственные торговые марки с учетом требований к экологичности упаковки.

– Какие преимущества есть у поставщиков, которые следуют принципам устойчивого развития?

– У этих преимуществ есть несколько составляющих. Некоторые из них определены государством. Например,



пониженные коэффициенты экосбора при использовании более экологичной упаковки, о чем я говорила выше. Вторая составляющая – это преимущества, которые связаны с сотрудничеством с нами. Мы не только оказываем методологическую поддержку, но еще и стараемся стимулировать поставщиков следовать принципам устойчивого развития. Например, в этом году мы совместно со Сбербанком запустили программу [«Зеленый факторинг»](#). Его особенность состоит в том, что поставщик, пройдя рейтинговую оценку по соответствию принципам устойчивого развития в цепочках поставок, в зависимости от полученной категории может получить скидку до 75 базисных пунктов на услуги факторинга.

И, конечно же, нельзя забывать о покупателях, которые голосуют кошельком за более экологичные решения. Мы внимательно отслеживаем покупательское поведение и отчетливо видим эту тенденцию. Например, точно могу сказать, что в «Перекрёстке» экологическая упаковка является для многих покупателей одним из весомых аргументов при выборе товара. Соответственно, производитель, который думает о таких покупателях, а их в силу популяризации экотрендов будет становиться все больше, получит дополнительные конкурентные преимущества.

[Ссылка на публикацию](#)