

# РБК: ЧТО ТАКОЕ ФУДШЕРИНГ И ЗАЧЕМ ОН НУЖЕН ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ

Ежегодно в России образуется 17 млн т пищевых отходов. Еда не должна становиться мусором. **РБК** рассматривает, какие проекты помогают ей избежать такой судьбы.

*Об экспертах:*

**Юлия Назарова** — президент Фонда продовольствия «Русь»

**Ольга Каверина** — руководитель направления корпоративной социальной ответственности и благотворительности PepsiCo Россия и СНГ

## ОБЪЕМЫ ПОТЕРЬ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

Каждый год в мире на свалки отправляется не менее 1,3 млрд т еды. Потеря продуктов происходит на всех этапах пищевой цепи: от сбора урожая до использования потребителем. Для оценки глубины проблемы в Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН разработали два основных индекса: food loss и food waste.

- **Индекс продовольственных потерь** (food loss) помогает определить, сколько еды теряется в процессе производства и дистрибуции.
- **Индекс пищевых отходов** (food waste) фиксирует количество отходов, которое образуется от розничной торговли, ретейла и покупателя.

По оценкам экспертов, потери по каждому индексу составляют в среднем не менее 14%. В некоторых странах эта цифра выше. В России образуется около 17 млн т пищевых отходов. Если к этому количеству добавить потери, которые фиксируются во всей цепочке поставок, то общий объем составит 42 млн т в год. Какая-то часть пищевых потерь вновь возвращается в производственный цикл. Из таких отходов делают компост или корм для скота. Но основная масса отправляется на свалки.

Попадая на полигон, органические отходы не разлагаются в короткие сроки, а запускают анаэробный процесс, в результате которого из толщи мусора выделяются углекислый газ и метан. Помимо негативного влияния пищевых отходов на окружающую среду, производство продуктов задействует огромное количество ресурсов. То есть вместе с просроченным йогуртом или сгнившим помидором в мусорный контейнер отправляются электроэнергия и водные ресурсы, которые использовались при производстве.

## КАК СОХРАНИТЬ И СПАСТИ ЕДУ

Предотвратить нерациональное использование продовольствия может фудшеринг. Это не только возможность сохранить еду, но также эффективный инструмент в борьбе с бедностью. Так, стоимость продуктов питания, отправленных на полигоны в России, оценивается более чем в  $\text{₽}1,6$  трлн. Аналитики «ТИАР-центра» уверены, что этой суммы хватило бы на то, чтобы протянуть руку помощи людям, которые живут за чертой бедности.

По оценкам Росстата, сейчас в стране насчитывается 19,9 млн жителей с доходами ниже прожиточного минимума. Помочь им берутся несколько всероссийских фудшеринг-проектов и множество локальных. На федеральном уровне наиболее заметны: Фонд продовольствия «Русь», волонтерское движение «Фудшеринг.Москва» и группа «Отдам даром еду».

У каждого проекта своя модель работы. «Фудшеринг.Москва» действует на основе устных договоренностей между бизнесом (донорами) и волонтерами проекта. Участники сами забирают продукты с истекающим сроком годности у организации, а потом распределяют между знакомыми волонтеров, благотворительными организациями и НКО. «Отдам



даром еду» — это сообщество VK. В нем каждый день появляются объявления с указанием, какие продукты готовы отдать бесплатно сами люди или предприятия. В комментариях активисты договариваются и забирают товары.

Фонд продовольствия «Русь» появился в 2012 году и является самой крупной организацией, которая оказывает продовольственную помощь в России. Он стал первым в стране «банком еды». Фонд развивает промышленный фудшеринг, то есть «спасает» большие объемы продукции первой необходимости с неистекшим сроком годности от уничтожения. Перераспределение продуктов в данном случае достигается усилием нескольких юридических лиц. «Русь» также работает и с органами государственной власти, чтобы сделать систему передачи продуктов экономически выгодной и продуманной.

«Банки продовольствия стоят на стыке интересов государства, общества и бизнеса. Фудшеринг — это не только про решение социальных вопросов. Это еще и про сохранение экологии. Мы ориентированы на спасение тех ресурсов, которые были затрачены на производство. Ресурсов с каждым годом становится все меньше, и негоже их тратить попусту. Фудшеринг и банки продовольствия — это снижение количества продовольственных потерь и пищевых отходов. Так, в среднестатистической семье на покупку продуктов уходит от 40 до 60% доходов. А если это многодетная семья, то и весь бюджет может уходить на продукты первой необходимости. Спасти продукт и ресурс — стратегическая задача банков продовольствия», — прояснила президент Фонда продовольствия «Русь» Юлия Назарова.

Бесплатные продукты от фонда получают малоимущие семьи с детьми и пожилые. «Русь» распределяет ежегодно 6–8 тыс. т товаров в разных регионах страны. К примеру, в 2020 году фонд начал сотрудничать с центром «Дом для мамы» в городе Магнитогорске. Он существует с 2016 года.

Как рассказала руководитель благотворительной организации Наталья Янакова, продовольственную помощь получают семьи, которые оказались в трудной жизненной ситуации. Всего в базе подопечных 1 712 человек: многодетные семьи, мамы-одиночки в кризисной ситуации, семьи с детьми-инвалидами.

Продукты и бытовую химию центр получает два-три раза в месяц и распределяет равномерно между всеми нуждающимися. «В период пандемии людям было чуть-чуть полегче, поскольку государство выделяло дополнительную финансовую помощь. Плюс подключились организации. Например, наш металлургический комбинат выдавал продуктовые наборы под названием «Вместе». Потом волна прошла, а люди остались: кто-то без работы, кого-то сократили. Вот здесь Фонд «Русь» сыграл особую роль», — объяснила РБК Трендам Янакова.

Помогают в организации процесса волонтеры. Сейчас их в центре 115 человек: школьники, студенты и взрослые граждане.

## БИЗНЕС СПЕШИТ НА ПОМОЩЬ

Огромную роль в этом процессе играет сотрудничество фонда с крупнейшими производителями товаров, торговыми сетями и предприятиями общественного питания. Они на постоянной основе передают свою продукцию с заводов и складов по договорам пожертвования. Речь идет об излишках товаров, которые по какой-то причине не продаются (падение спроса, сезонность), но пригодны к употреблению. Одним из первых стратегических партнеров фонда стала PepsiCo. Вместе они реализуют проект «Еда во благо», передавая продукты питания гражданам. Ежегодно PepsiCo отгружает порядка 3,5 тыс. т продовольствия для раздачи в 30 регионах России. Помощь получает более 100 тыс. человек. Почти 85% всей переданной продукции — молочная. Еще на благотворительность отправляются детское питание, напитки, соки и снеки.

Идею фудшеринга разделяют и сами сотрудники компании. Так, в рамках Всемирного дня продовольствия ежегодно около 600 специалистов компании PepsiCo традиционно участвуют в фасовке «Народных обедов» для нуждающихся семей. Как рассказала волонтер PepsiCo Светлана Дементьева, акция сразу стала одной из любимых среди коллег.

Все захотевшие поучаствовать в фасовке получают приглашение на определенный день. В назначенное время они собираются в большом конференц-зале. Каждому выдают набор: одноразовый халат, шапочка, бахилы и перчатки. Потом организаторы мероприятия проводят небольшой инструктаж, и волонтеры распределяются по «участкам». Одни насыпают продукты в емкости, другие запаивают полные пакеты, третьи приклеивают наклейки, четвертые распределяют по наборам.

«Никто не стоит без дела. У тебя на глазах происходит удивительное: из гор круп, макарон, бобовых, пачки пакетов и



других сопутствующих материалов появляются продуктовые наборы, которые будут доставлены тем, кому они нужнее всего. И ты понимаешь, что это стало возможным благодаря твоим коллегам и тебе. Ощущаешь тепло и счастье от причастности к чему-то по-настоящему важному!», — высказалась Светлана Дементьева.

## НОВЫЕ ПРОЕКТЫ: ОТ НАБОРОВ ДО «ПРОДКАРТ»

Сферы сотрудничества партнеров и фонда постоянно расширяются, в том числе через грантовые программы. PepsiCo Foundation выделил грант в размере около 11 млн рублей. Эти деньги направят на помощь 7 тыс. российских семей в 10 регионах страны в 2021–2022 годах.

«Борьба с голодом — одно из наших важнейших направлений, поскольку и в нашей стране люди столкнулись с последствиями пандемии и значительным сокращением доходов. Мы хотим помочь тем, кто нуждается в продовольственной помощи, и использовать наш многолетний опыт сотрудничества с Фондом продовольствия «Русь», — пояснила руководитель направления корпоративной социальной ответственности и благотворительности PepsiCo Россия и СНГ Ольга Каверина.

Проект затронет жителей Московской, Ленинградской, Воронежской, Ростовской, Липецкой, Владимирской, Нижегородской, Омской и Новосибирской областей и Краснодарского края. Работа ведется в тех регионах, где у фонда есть выверенный пул партнеров и проверенная база благополучателей.

«С учетом того, что все дорожает, а ситуация с пандемией остается напряженной, потребность в базовой продовольственной помощи крайне велика. Среди наших благополучателей есть те семьи, которые серьезно пострадали от ковида, лишились единственного кормильца. Мы постараемся помочь в первую очередь наиболее нуждающимся», — отметила Юлия Назарова.

Программа будет развивать два основных направления в ближайшее время. Первое — фасовка и отправка продуктовых наборов. Семьи получают самые необходимые продукты питания: овсянку, гречку, рис и пшено, макароны, консервы, подсолнечное масло, муку, сахар, картофель, лук и морковь.

Второе направление — поддержка проекта «ПРОДкарта». Карта позволяет малоимущим россиянам самим формировать наборы из необходимых им продуктов питания. В течение трех месяцев на карту будет поступать по ₽1000, которые можно потратить на продукты в магазинах X5 Group. В общей сложности нуждающиеся граждане получат более 250 тыс. порций еды.

«Человек получает продуктовую карту и, приходя в магазин партнерской сети, покупает нужные ему продукты в данный момент. Естественно, деньги (баллы) на карте должны быть потрачены на продукты первой необходимости. Нельзя покупать табачные и алкогольные товары, но можно будет использовать средства с карты для покупки средств гигиены», — добавила Ольга Каверина.

## ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА

Тема фудшеринга долгие годы не совсем была понятна общественности. Но кардинальный перелом произошел именно с началом пандемии, в 2020 году. Неоплачиваемые отпуска и локдаун оставили жителей страны без средств к существованию. Многим не хватало денег на покупку товаров первой необходимости. И вот тут ключевую роль сыграли банки продовольствия. Тогда же на них обратили внимание и органы государственной власти.

Фонд «Русь» еще с 2017 года вел активную работу для изменения налогообложения, в том числе в рамках экспертного совета, инициированного РвС, в состав которого вошли представители компаний PepsiCo, X5 Retail Group, P&G, Unilever, Mondelez, «Дикси», «Бондюэль-Кубань», группы «Продо» и других организаций. Эксперты не первый год пытались освободить пожертвования от налогов. В 2020 году к предложениям лидеров рынка частично прислушались — сняли налог на прибыль, но этого недостаточно.

«Фудшеринг требует «докрутки» механизма с точки зрения налогообложения по НДС. Это сейчас активно обсуждается всеми структурами государственной власти. Надеемся, что эти изменения в ближайшее время будут внесены. Тогда мы войдем в новую эру, которая будет способствовать или давать возможность ответственным компаниям перераспределять внутри себя и рационально использовать те ресурсы, которые у них есть. То есть они будут пересматривать производственно-сбытовые цепочки таким образом, что нераспроданные товары будут отправляться тем людям, которые себе позволить их не могут. Ну, а если это просрочка какая-то, то будет использоваться старый



механизм — утилизация», — поясняет Юлия Назарова.

Источник: [РБК Тренды](#)

[Ссылка на публикацию](#)