



PLUS-ONE: КАК РОССИЙСКИЙ РИТЕЙЛ ЗАМЫКАЕТ КРУГ ПЕРЕРАБОТКИ ПРОДУКЦИИ

В понедельник, 26 июля, Всемирный фонд дикой природы (WWF) и некоммерческая организация Экологический союз провели семинар о практиках циклической экономики в сфере розничной торговли. Его участники — ритейлер X5 Retail Group, а также производители P&G и Essity — рассказали, как компании в сотрудничестве с НКО работают со вторсырьем. Корреспондент Plus-one.ru рассказывает подробности.

ЦИКЛИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА — ЭТО ЧТО?

«Один из основных принципов циклической экономики — возможность многократной переработки продукции. Другие ее составляющие — экономия первичных ресурсов при производстве, использование возобновляемой энергии и создание инфраструктуры для поддержания жизни товаров, чтобы они служили как можно дольше», — напомнила собравшимся руководитель органа по сертификации, ведущий эксперт системы «Листок жизни» в Экологическом союзе Евгения Кузнецова.

Эксперт считает, что и розничная торговля, и производители играют в циклической экономике важную роль, так как именно они рассказывают покупателям о правильном обращении с «зелеными» товарами. «Одна из главных задач ритейла — не оставлять потребителя наедине с использованной продукцией, а помогать — или повторно ее использовать, или перерабатывать», — пояснила Евгения Кузнецова.

Директор программы «Зеленая экономика» WWF Михаил Бабенко добавил, что экономика замкнутого цикла — не благотворительность, а «абсолютно доходная модель» для всех розничных сетей. «Те кейсы, которые будут представлены сегодня — примеры того, как можно либо сократить издержки, либо увеличить свою прибыль», — подчеркнул он.

X5 RETAIL GROUP — ЗА НОВЫЕ СТАНДАРТЫ УПАКОВКИ, ПРОСВЕЩЕНИЕ И РЕФИЛ

Одна из трех крупнейших розничных сетей России — компания X5 Retail Group, под управлением которой 18 тыс. магазинов в 66 регионах страны, до 2023 года хочет увеличить переработку своих твердых коммунальных отходов до 95%, повысить долю марок в экологичной упаковке (пригодной для переработки или многоразовой) до 50%, увеличить ассортимент годящихся для переработки продуктов питания после истечения срока годности до 40%, а еще — снизить коэффициент образования всех отходов на 10%.

«За 2020 год мы отдали на переработку около 620 тыс. т вторсырья — картон, пленки, паллеты, прочую упаковку. Даже не отдали, а продали. Ресайклинг может быть прибыльным», — сообщила руководитель проектов по устойчивому развитию X5 Retail Group Мария Подкопаева.

«Еще мы постоянно работаем над осведомленностью наших покупателей о значимости переработки», — добавила она.

По словам Марии Подкопаевой, ежедневно магазины торговой сети посещает около 15 млн человек. Для просвещения покупателей ритейлер запускает образовательные программы — например, проект «Уроки экологии» от сети «Пятерочка». Он помогает разобраться в особенностях раздельного сбора и рассказывает о пользе ресайклинга.

В 2020 году X5 Retail дала своим поставщикам рекомендации по созданию устойчивой упаковки. Критерии для 13 категорий товаров были разработаны с привлечением экспертов WWF и специалистов экомаркировки «Листок жизни» — основного проекта «Экологического союза». Компания надеется, что после переговоров с другими ритейлерами и торговыми ассоциациями сможет превратить рекомендации в стандарты, по которым начнет работать весь рынок.

Другой «зеленой» инициативой X5 Retail Group стал запуск «рефил-станций» — установок для розлива моющих средств в емкости покупателей. Проект был запущен в 2021 году совместно с производителем бытовой химии BioMio. А недавно ритейлер начал создавать в своих магазинах специальные навигационные маршруты. «С помощью разметки мы помогаем покупателям найти полки с экологичными товарами. Например, по стрелкам с надписью „Экодом“ в



„Перекрестках“ можно найти экологичную бытовую химию», — рассказала представитель X5 Retail Group.

P&G — ЗА ВОЗОБНОВЛЯЕМУЮ ЭНЕРГИЮ И ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОРОШКОВ

Корпорация Procter & Gamble (P&G), производящая средства гигиены и стиральные порошки, до 2030 года намерена стать углеродно-нейтральной — за счет оптимизации производства, а также компенсирующих эмиссию CO₂ лесных проектов, заявил старший директор по корпоративным коммуникациям и устойчивому развитию P&G в Восточной Европе Руслан Ноздряков. «С февраля наш крупнейший завод в Новомосковске полностью переведен на возобновляемую энергию. Второй завод под Петербургом перейдет на ВИЭ до конца года», — сообщил топ-менеджер.

Корпорация не забывает и про ресайклинг — но оценить масштаб ее инициатив пока трудно. В 2020 году совместно с сетью «Магнит» P&G запустила программу по установке в России 80 фандоматов для сбора пластиковой тары. О результатах акции компания не сообщала. Кроме того, P&G выпускала в России специальные серии продуктов в упаковке из океанического пластика. К 2030 году производитель хочет выпускать все товары в таре из пригодного для вторичной переработки материала.

Другим важным направлением «устойчивой» стратегии в P&G считают увеличение эффективности порошков. По данным совместного исследования компании и WWF, стирка на 30°C вместо 40°C помогает снизить персональное потребление электроэнергии на 57%.

Представитель корпорации ответил и на вопрос корреспондента Plus-one.ru о жалобах покупателей на то, что с увеличением эффективности порошков P&G их становится сложнее смывать, и приходится использовать дополнительные циклы стирки и полоскания.

Капсулы Tide PODS «Всё в 1» имеют безопасный состав, не содержат фосфатов и хлорного отбеливания. Но очень важно ими правильно пользоваться. Их активные компоненты биоразлагаемые, упаковка сделана из перерабатываемых материалов. В формуле используется инновационная технология Purezyme — уникальный комплекс природных энзимов на основе морских водорослей. Благодаря ему капсулы эффективно отстирывают сложные загрязнения в холодной воде и на энергосберегающих циклах. Для максимальной эффективности их нужно класть на дно пустого барабана ближе к задней стенке и только потом загружать белье в барабан. Капсула растворяется и начинает действовать при первом соприкосновении с водой, ее активные компоненты вымываются из ткани к концу цикла без дополнительного полоскания.

ESSITY — ЗА СЕРТИФИКАЦИЮ СЫРЬЯ, ЭКОНОМИЮ И ПЕРЕРАБОТКУ ОТХОДОВ

Представители холдинга Essity, выпускающего в России продукцию Zewa, Tork, Libresse и других брендов, производящих товары из бумаги, делают вклад в циклическую экономику, закупая сырье, сертифицированное по стандартам FSC или PEFC, а также повышают эффективность использования энергетических и химических ресурсов. На заводах компании в России установлены собственные очистные сооружения, вода с которых повторно используется.

«Устойчивое развитие любого производства стоит на трех основных китах — бережном отношении к воде, энергии и переработка отходов. По каждому из них у нас свои кейсы», — заявил директор подразделения по производству потребительских бумаг Essity Артем Лебедев. По его словам, благодаря устойчивым практикам компания снизила потребление воды на 23%, а электричества — на 24% по сравнению с 2014 годом. Количество перерабатываемых отходов в трех филиалах компании в России находится на уровне около 97%. Основной побочный продукт своего производства — шлам — Essity направляет производителям кирпича. Также компания запустила сервис по переработке использованных бумажных полотенец.

Источник: [Plus-one](#)



[Ссылка на публикацию](#)