



## «Перекрёсток» подвел итоги эко-инициатив за 2021 год

Торговая сеть «Перекрёсток» подвела итоги по развитию экологических проектов для покупателей за 2021 году. В рамках общей стратегии устойчивого развития X5 Group «Перекрёсток» реализует множество эко-инициатив, регулярно проводя исследования и изучая предпочтения своих покупателей.

Так, торговая сеть уже постепенно отказывается от бумажных чеков, призывая покупателей переходить на электронные. С момента запуска проекта инициативу поддержали более 177 000 покупателей. Помимо использования переработанных материалов в магазинах «Перекрёсток» (пакеты с добавлением вторсырья и покупательские корзинки) в течение года расширился ассортимент товаров для многоразового использования: мешки и сетки для свежих фруктов и овощей, шопперы. Чтобы мотивировать покупателей супермаркетов более ответственно и осознанно подходить к вопросу потребления в феврале 2021 года сеть запустила [«полезный» сайт](#) под кодовым названием «Польза для себя, людей, планеты» с практическими советами экологичного образа жизни и правильного питания.

Регулярные партнерские активности также внесли позитивный вклад в популяризацию эко-инициатив и продвижения товаров. В рамках партнерской программы совместно с компанией SPLAT «Перекрёстку» удалось сдать на переработку более 2,8 тонны зубных щеток. За время существования кампании #ЩеткаСдавайся частота покупок зубных щеток увеличилась в 1,4 раза за 5 месяцев на одного клиента.

Совместно с компанией Henkel, группой компаний «EcoPartners» и благотворительным фондом «Волонтеры в помощь детям-сиротам» в апреле 2021 года «Перекрёсток» поддержал проект «Добрые крышечки». Специальные боксы для сбора пластиковых крышечек от питьевых продуктов в виде гигантских бутылок были установлены в 343 супермаркетах по всей России. По итогам проекта удалось собрать более 8 тонн «добрых крышечек», из которых в дальнейшем будут изготовлены пандусы для людей с инвалидностью. Их установят в супермаркетах «Перекрёсток».

Торговая сеть также провела челлендж в TikTok совместно с WWF, в результате которого было собрано порядка 500 000 рублей на поддержку проекта WWF «Стражи Леса». В 2022 году также планируется расширение проекта.

Кроме того, в прошлом году «Перекрёсток» установил рефил-станции BIO-REFILL от BioMio (бренд-производитель средств для экологичного ухода за домом) в девяти супермаркетах Москвы и двух в Санкт-Петербурге. «Перекрёсток» стал первой сетью супермаркетов, запустившей подобный проект. В 2022 году планируется расширение географии проекта.

Для того, чтобы привлечь еще больше покупателей к ответственному потреблению, в 2021 году была запущена комплексная программа мероприятий, направленная на погружение участников в актуальную повестку устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности, под кодовым названием #ПЕРЕрождение. Партнёрами программы стали Unilever, Valio, Colgate-Palmolive, Danone, Splat, Bonduelle, Garnier, Mars, Henkel, Bio Mio, Bite, Hochland. В рамках программы «Перекрёсток» организовал эко-инсталляцию в одном из супермаркетов, все экспонаты которой изготовлены из картона и пластика, собранных в супермаркетах. Главным событием в рамках реализации программы стал закрытый фэшн-показ «Вторая жизнь пластика» при участии современного эко-дизайнера. На показе были представлены одежда и аксессуары из переработанного пластика, собранного в магазинах «Перекрёсток». Предметы коллекции были разыграны среди клиентов торговой сети, которые за покупки получали эко-баллы на карту лояльности.

**Татьяна Степанова, директор по бренду и долгосрочной лояльности торговой сети «Перекрёсток»:**

*«Последние два года «Перекрёсток» позиционирует себя как «супермаркет полезных привычек»,*



*фокусируясь на ЗОЖ-сегменте и регулярно запуская эко-проекты. Эти направления стали ключевыми в стратегии нашей компании. На собственном примере мы хотим показать, что решение экологических проблем зависит от каждого отдельного человека и мы все можем внести серьезный вклад в их решение. Безусловно, огромный шаг на пути к устойчивому развитию – ответственное потребление. Именно поэтому мы увеличиваем число полезных продуктов на полках наших магазинов и даём возможность каждому покупателю позаботиться об экологии и окружающей среде. Вдохновленные впечатляющими результатами прошлого года мы не планируем останавливаться на достигнутом! Мы будем и дальше способствовать решению проблем экологии, расширять линейку полезных продуктов и реализовывать новые масштабные проекты для наших покупателей».*

[Ссылка на публикацию](#)