



РГ: МИНПРИРОДЫ ПОДДЕРЖАЛО РЕКОМЕНДАЦИИ X5 ПО ЭКОЛОГИЧНОЙ УПАКОВКЕ

Минприроды поддержало рекомендации X5 Group по устойчивой упаковке, которые компания разработала специально для своих партнеров - поставщиков. Об этом в первый день работы "Недели российского ритейла" сообщил представитель министерства природных ресурсов и экологии Владимир Руденко.

"Мы рассматривали рекомендации поставщикам по устойчивой упаковке, и наше научное сообщество подтверждает, что там все правильно", - заявил заместитель директора Департамента государственной политики и регулирования в сфере обращения с отходами производства и потребления Минприроды России Владимир Руденко. По его словам, рекомендации компании аккумулируются с расширенной ответственностью производителей, смысл которой - стимулирование ответственного потребления и заботы об экологии.

Поясним. X5, куда входят торговые сети "Пятерочка" и "Перекресток", представила собственные рекомендации по упаковке в марте этого года. Они касаются 13-ти категорий продукции и учитывают требования к барьерным свойствам материалов и различные особенности товаров.

"Очень важно создать единый стандарт экологичной упаковки. Мы привлекли порядка ста экспертов для этой работы и выпустили на рынок рекомендации, в том числе и уточненные, по 13-ти категориям товаров. На наш взгляд, на рынке действительно не хватает единого согласования о том, что такое экологичная упаковка", - отметила руководитель проектов устойчивого развития компании Мария Подкопаева.

В целом, экологическая повестка все плотнее входит в повседневную жизнь и бизнеса, и потребителей. Согласно опросу PwC, в прошлом году более 80% респондентов выражали обеспокоенность вопросами экологии, к тому же 47% респондентов были готовы платить больше за товары и услуги, если они не оказывают негативное воздействие на окружающую среду. При этом в прошлом году, согласно данным Левада-Центр, только 16% респондентов сдавали вторсырье на переработку. Как утверждают эксперты, в текущем году количество тех, кто делает это регулярно, увеличилось минимум вдвое.

"Есть прогресс как с точки зрения бизнеса, так и с точки зрения покупателя. Несмотря на то, что мы находимся под давлением экономических факторов, уже каждый четвертый сегодня реализует эко-практики в жизни", - рассказал Константин Локтев, директор по работе с ритейлом NielsenIQ.

Большая часть населения в России и мире понимает и признает, что есть экологические проблемы, с которыми нужно работать, добавляет он. Больше всего, согласно опросу компании, население заботит загрязнение воздуха (54% респондентов), загрязнение мирового океана (41% респондентов) и истощение природных ресурсов (29%).

По данным, которые в ходе круглого стола привела директор по внешним связям и коммуникациям Coca-Cola HBC Россия Ирина Архипова, в 2020 году более 70% потребителей были готовы отказаться от бренда, если компания сфокусирована только на получении прибыли и не заинтересована в развитии экологических проектов.

"За последний год мы поняли, что устойчивое развитие перестало быть модным трендом, а стало необходимым условием успешного развития бизнеса, а для некоторых бизнесов - это условие выживания. Пандемия показала, что компании, которые умеют работать с экологическими, социальными и корпоративными рисками, более устойчивы в условиях ограниченных возможностей", - отметила Архипова.

Источник: [Российская газета](#)

[Ссылка на публикацию](#)