

«Эльдорадо», «Пятёрочка», «Магнит» запустили первый совместный проект популяризации многоразовых сумок для покупок

21 февраля 2022 года, Москва, Россия

Ведущие российские торговые сети «Эльдорадо» (Группа М.Видео-Эльдорадо, МосБиржа: MVID), «Пятёрочка» (X5 Group, МосБиржа: FIVE), «Магнит» (МосБиржа: MGNT) при поддержке Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ) запустили первый совместный проект по стимулированию покупателей к использованию многоразовых сумок «Забота в природе вещей». С 21 февраля по 21 августа 2022 года покупатели более тысячи магазинов в Москве и Краснодаре смогут приобрести на кассе каждой из торговых сетей сумку-шопер в качестве доступной и удобной альтернативы полиэтиленовым пакетам. За повторное использование кобрендингового шопера покупатели получат баллы в программах лояльности «Эльдорадо», «Магнита» и «Пятёрочки».

Кобрендинговый шопер изготовлен из спанбонда - лёгкого и прочного материала, который не только удобно носить с собой, но и легко сдать на переработку после истечения срока службы. Стоимость экосумки составит 29,9 рублей, и будет компенсирована бонусными баллами на карту лояльности при следующей покупке от 500 рублей в любом из участвующих в акции магазинов каждой из сетей. Баллы, эквивалентные стоимости сумки, можно получить по одному разу в «Пятёрочке» и «Магните» и «Эльдорадо». Для получения баллов необходимо будет отсканировать на кассе размещённый на экосумке QR-код/штрихкод. Подробнее о проекте, магазинах, где можно приобрести сумки-шоперы, а также правилах использования и начисления бонусных баллов можно узнать на сайте: <https://www.eldorado.ru/promo/prm-eco-bags/>.

АКОРТ и лидеры российского рынка ритейла, представляющие как сегмент FMCG, так и товары длительного пользования, впервые объединились, чтобы привлечь внимание россиян к глобальной проблеме роста объёмов полимерных отходов. По данным Гринпис, каждый россиянин в среднем использует 181 пакет в течение года, а в целом потребление пакетов в России составляет 26,5 млрд пакетов в год или 5% от среднемирового количества. Благодаря инициативе ритейлеров по отказу от бесплатных пластиковых пакетов и увеличению предложения многоразовых альтернатив, спрос на шоперы и экосумки в России ежегодно растёт.

«Пятёрочка», «Магнит» и «Эльдорадо» рассчитывают, что совместная программа вознаграждения за повторное использование экосумок поможет обратить внимание покупателей на преимущества многоразовой упаковки и сформировать привычку всегда ходить за покупками со своими шоперами.

Председатель президиума Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ) Игорь Караваев:

«Партнёрство такого формата и уровня - ещё одно доказательство социально ответственного подхода и зрелости российского ритейла. Рост объёмов полимерных отходов - проблема не просто государственного, а мирового масштаба. Объединение усилий крупнейших игроков для разрешения этой проблемы позволит привлечь к ней внимание гораздо большего количества потребителей и сформировать «осознанную» привычку использовать многоразовую тару вместо пластика».

Директор департамента маркетинговых коммуникаций торговой сети «Пятёрочка» Оксана Трофимова:

«Мы уже много делаем, чтобы стимулировать ответственное потребление, и видим, что гости «Пятёрочки» всё активнее делают выбор в пользу многоразовой упаковки. Этот совместный проект — это ещё и вклад в 17-ую цель устойчивого развития ООН – партнёрство в интересах устойчивого

развития. Объединяясь и создавая новые возможности для потребителей, мы можем принести ещё больше пользы и достичь лучших результатов».

Руководитель департамента внутренних коммуникаций и развития бренда работодателя и ESG-направления Группы М.Видео-Эльдорадо Екатерина Фролова:

«Одна из ценностей Группы М.Видео-Эльдорадо – ответственность за будущее перед индустрией и обществом, и именно она направляет наши ESG-стандарты и экоинициативы. Почти 10 лет назад магазины Группы М.Видео-Эльдорадо полностью отказались от пакетов из пластика и предложили покупателям сертифицированную бумажную упаковку, средства от продаж которой идут, в том числе, на восстановление лесов. Наша компания принимает на переработку технику и батарейки от покупателей, сортирует и перерабатывает отходы от собственных операционных процессов. Мы видим интерес и отклик наших клиентов на предложенные экологические программы. В начале этого года мы впервые объединили наши усилия в области циркулярной экономики с «Магнитом» и «Пятерочкой», чтобы повысить осведомлённость россиян о доступном, простом и эффективном способе сохранения окружающей среды. Мы хотим предложить россиянам альтернативный способ упаковки товаров, надеемся побудить наших покупателей отказаться от привычки приобретать одноразовый пластиковый пакет с каждой покупкой. Наша совместная акция покажет российскому потребителю, что экологический выбор в пользу собственного шопера, который не выбрасывается, а используется многократно, может быть и удобным, и выгодным. Совместные усилия ритейлеров и покупателей позволят продлить жизненный цикл упаковки и сделать ритейл в нашей стране ещё более экологичным».

Руководитель управления по устойчивому развитию бизнеса сети «Магнит» Надежда Галактионова:

«Сокращение «пластикового следа» – одно из ключевых направлений стратегии устойчивого развития компании. Мы давно отказались от бесплатных пластиковых пакетов, а те, которые сегодня можно купить на кассе, уже на 30% состоят из переработанного пластика, и мы будем увеличивать эту долю. Мы понимаем, что большинство покупателей не готовы одновременно отказаться от полиэтиленовых пакетов, поэтому предлагаем им и многоразовые альтернативы. Неотъемлемой составляющей этой работы являются просветительские и стимулирующие проекты. Мы считаем важным объединять усилия в этом направлении с нашими коллегами, чтобы эффект от реализации таких инициатив был по-настоящему значимым».

Экологическая повестка торговых сетей

Продвижение в России экологической повестки невозможно без скоординированных усилий бизнеса и государства. В настоящее время в России реализуется национальный проект «Экология», который, в частности, направлен на повышение эффективности обращения с отходами производства и потребления. Российские ритейлеры уже много лет реализуют целый ряд инициатив в рамках собственных ESG-стратегий. Например, используют электронные ценники, участвуют в энергосбережении и экономии ресурсов, а также реализуют программы вторичной переработки отходов. Так, «Пятерочка» и «Магнит» предлагают покупателям экосумки, бумажные пакеты и одноразовые пакеты из переработанного пластика, осуществляют переработку непросроченных пищевых отходов. Группа «М.Видео-Эльдорадо» утилизирует технику и батарейки как от покупателей, так и из собственных офисов и магазинов. Так, в 2021 году компания собрала на переработку 1 550 тонн техники и батареек, что в 1,5 раза больше, чем в 2020 году.

Сети «М.Видео» и «Эльдорадо», а также «Пятерочка» и «Магнит» установили в своих магазинах фандоматы для сбора использованной пластиковой и алюминиевой тары, сортируют и перерабатывают устаревшее и неиспользуемое оборудование, пластик, картон, бумагу, ёмкости от санитайзеров, оргтехнику и другие виды непищевых отходов, которые образуются в магазинах в процессе торговли.

В июне 2019 года участники рынка при поддержке отраслевых ассоциаций АКИТ и АКОРТ подписали Меморандум об устойчивом развитии и совершенствовании экологических практик под эгидой Всемирного фонда дикой природы (WWF). Тогда ритейлеры договорились совместно формировать экологические стандарты отрасли, работать над уменьшением нагрузки на окружающую среду и привлекать внимание потребителей к товарам, произведённым из ресурсов, не наносящих ущерб экосистемам.

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Общие продажи (GMV) Группы превышают 570 млрд руб. с НДС по итогам 2021 года.

По состоянию на 31 декабря 2021 года Группа объединяет 599 магазинов под брендом М.Видео, 659 магазинов под брендом Эльдорадо в более чем 370 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов складской инфраструктуры Группы составляет 2 147 тыс. м кв.

Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID), в свободном обращении находится 23,8% акций компании. 60,4% уставного капитала ПАО «М.видео» прямо или косвенно контролируется Саидом Гучериевым, 15% принадлежит «Медиа-Сатурн-Холдинг ГмбХ» (Media-Saturn-Holding GmbH) и ещё 0,8% акций находится у ООО «МВМ», 100% дочерней компании ПАО «М.видео».

Пресс-служба:

Валерия Андреева
Руководитель департамента по
связям с общественностью

valeriya.andreeva@mvideo.ru
Тел.: +7 (916) 978 02 10

Андрей Петров

pr@mvideo.ru