



GREENPEACE

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»
(НИУ ВШЭ)

УДК 005.52 005.521

Рег.№ НИОКТР АААА-А18-118110790065-9

Рег.№ ИКРБС

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор НИУ ВШЭ,
Д-р эконом. наук, профессор



И.М. Гохберг

**ОТЧЕТ
ОБ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ**

**Практики продуктовых ретейлеров по сокращению оборота и отказу от
одноразовых пластиковых товаров, тары и упаковки в пользу
многоразовых альтернатив**

Рабочая группа:

Директор Центра инфраструктурных проектов
Экспертного института, к.э.н.

Н.А. Поротникова

Соруководитель магистерской программы:
Менеджмент в ретейле

А.В. Лебедев

Аверьянова Л.С., Лизунова Е.Г., Колмыкова А.А., Трутнева А.В.

Москва, 2018

Оглавление

Введение.....	3
Практики крупных продуктовых ретейлеров по сокращению оборота и отказу от одноразовых пластиковых товаров, тары и упаковки в пользу многоразовых альтернатив	9
1) Countdown.....	9
2) New World	13
3) PAKnSAVE	16
4) Four Square	17
5) Woolworths.....	19
6) Coles	22
7) Big W	25
8) AEON Group	27
9) Carrefour	29
10) Walmart	30
11) Amazon.....	32
12) Kroger	35
13) Lidl.....	38
14) Kaufland.....	39
15) Aldi Süd.....	40
16) Aldi Nord.....	41
17) Rewe Group	42
18) Edeka.....	43
19) Asda	45
20) Co-op	47
21) Iceland	49
22) Morrisons	52
23) Waitrose	56
24) Sainsbury	57
25) Tesco	59
26) Marks & Spencer	64
27) K-Market Ruokakippari (K-Group / Kesko)	65
28) Ahold Delhaize.....	67
29) Spar South Africa	70
30) Pick n Pay	72
Заключение	74
Источники	78

Введение

«Потому что культура «использовал и выбросил» — это абсурд!»

(из обращения крупного британского ретейлера Co-op)

«Как крупнейший американский бакалейщик, мы признаём, что несём

ответственность за сокращение ненужных пластиковых отходов, способствующих образованию мусора, наносящих вред окружающей среде и в некоторых случаях угрожающих дикой природе».

Родни МакМюллен, генеральный директор Kroger

Согласно оценке ООН, количество пластиковых отходов, произведённых за 2015 год, превысило отметку в 300 млн тонн (Рис. 1).

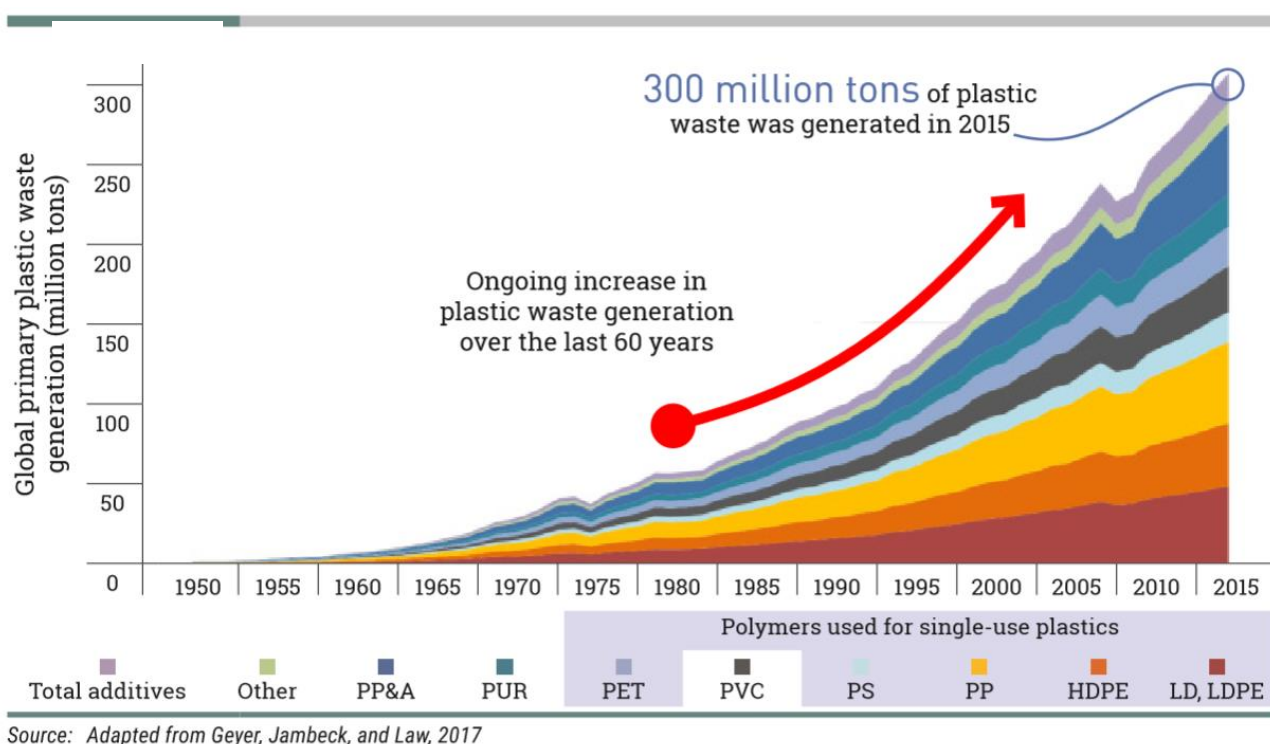


Рисунок 1. Накопление первичных пластиковых отходов в мире

Источник: [ООН, 2018]¹

¹ UNEP (2018). SINGLE-USE PLASTICS: A Roadmap for Sustainability

Обычный пакет-майка – самый продаваемый товар в России².

Мировое потребление пластиковых пакетов превышает миллион единиц в минуту, что в годовом пересчёте приводит к производству свыше триллиона пакетов. В среднем, потребитель активно **использует пакет только в течение 12 минут**, природе для **разложения пластика** требуется **до тысячи лет**. Только **1 пакет из 200** идет на вторичную переработку [ConservingNow, 2018]³.

На данный момент пластиковые пакеты встречаются во всех точках планеты, даже в Антарктиде [Ivar do Sul et al., 2011]⁴. Темпы производства пластика значительно превышают темпы разложения, что приводит к его накоплению. Принимая во внимание этот факт, задача ограничения использования одноразового пластика и его замены на многоразовые альтернативы повышает свою значимость.

Ответственность за образование потребительского пластика во многом лежит на ретейлерах. Благодаря широкому набору упакованных товаров и появлению категории FMCG (Fast Moving Consumer Goods) – товаров повседневного спроса с высокой оборачиваемостью – пластик встречается в каждом из отделов стандартного супермаркета. Несмотря на объективные удобства в использовании, потребители стали задумываться о собственном экологическом следе.

Осенью 2017 года исследовательское агентство GfK провело опрос потребителей. В частности, с утверждением **«Я чувствую себя виноватым, когда делаю что-то, что вредит окружающей среде»** согласились **66% респондентов в мире (62% на российской выборке)** [GfK, 2017]⁵. Поворот к этичности в поведении потребителей обозначили многие исследователи.

² РБК (URL: <https://www.rbc.ru/business/28/01/2015/54c8049d9a7947ff54329cf0>)

³ ConservingNow (URL: <https://conservingnow.com/plastic-bag-consumption-facts/>)

⁴ Ivar do Sul, Juliana A., Barnes, David, Costa, Monica F., Convey, Peter, Costa, Erli S., Campos, Lúcia. (2011) Plastics in the Antarctic environment: Are we looking only at the tip of the iceberg? Oecologia Australis, 15. 150-170.

⁵ GfK (2017), Демидов А. Глобальные тренды и российский потребитель 2017 // По результатам международного исследования «GfK Consumer Life»

Euromonitor указал на изменение отношения к экологии на более сознательное как один из пяти наиболее сильных факторов влияния на потребительское поведение в период до 2030 года [Euromonitor, 2017] ⁶.

IBM, исследуя потребительские предпочтения поколения Z (людей в возрасте 13–21 лет), обозначил повышенный интерес этой группы к вопросам защиты окружающей среды. Исследователи указали, что в ближайшей перспективе поколение Z станет наиболее привлекательным (платёжеспособным) для брендов, поэтому важно учитывать его предпочтения сейчас, чтобы гарантировать себе продажи в будущем [IBM, 2017] ⁷.

Deloitte и KPMG в независимых исследованиях нашли взаимосвязь между **ведением бизнеса на принципах устойчивого развития и долгосрочным коммерческим успехом компаний** [Deloitte, 2017; Effie, KPMG, 2018] ^{8 9}.

В мире существуют законодательные ограничения на свободный оборот пластиковых изделий. Согласно отчёту ООН, насчитываются десятки стран и территорий с различными ограничениями – вплоть до полного запрета – на использование потребительского пластика. Законодательные инициативы можно объединить в несколько групп:

- запрет на производство (продажу, использование) определённых типов пластика. Запрет может быть полным или частичным (например, только на тонкий пластик: Кения, Китай, Белиз, Франция и отдельные провинции Канады);
- налог (пошлина) на производителей (импортёров) (Болгария, Хорватия);

⁶ Euromonitor International (2017) Boumphrey S., Brehmer Z. Megatrend Analysis. Putting the Consumer at the Heart of Business

⁷ IBM Institute for Business Value (2017) Uniquely Generation Z. What brands should now about today's youngest consumers

⁸ Deloitte (2017) Основная цель развития до 2030 года: успешный бизнес и стабильное будущее.

Взаимосвязь устойчивого развития и долгосрочного коммерческого успеха

⁹ Совместное исследование Effie Russia и КПМГ в рамках Программы Effie и ООН по продвижению 17 Целей устойчивого развития ООН в России (2018)

- налог (пошлина) на ретейлеров (Индонезия, Мексика, Латвия);
- налог (пошлина) на потребителей (Бельгия, Кипр, Ирландия, Литва, отдельные штаты США);
- комбинация предыдущих вариантов в различных соотношениях.

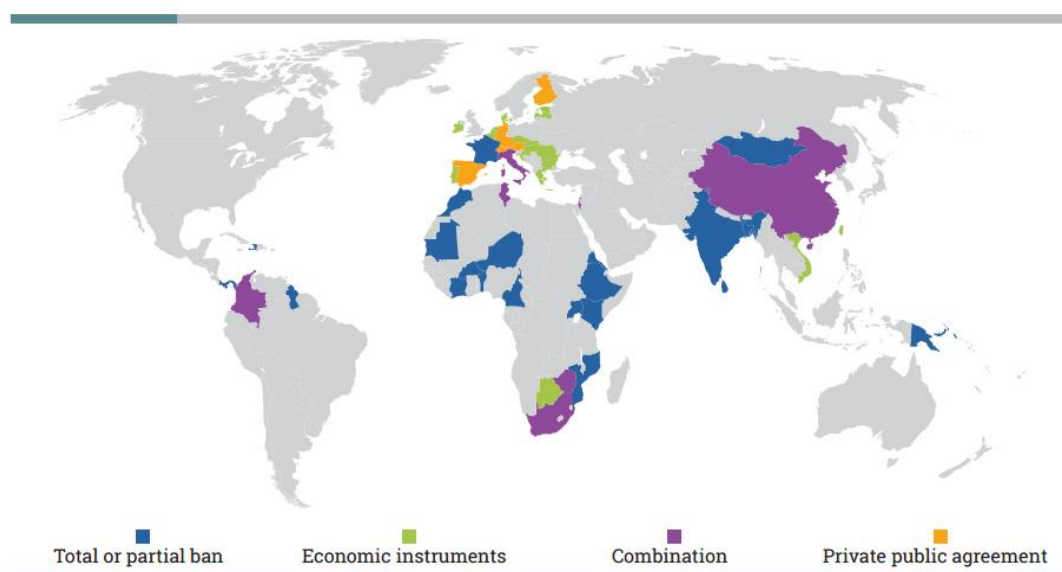


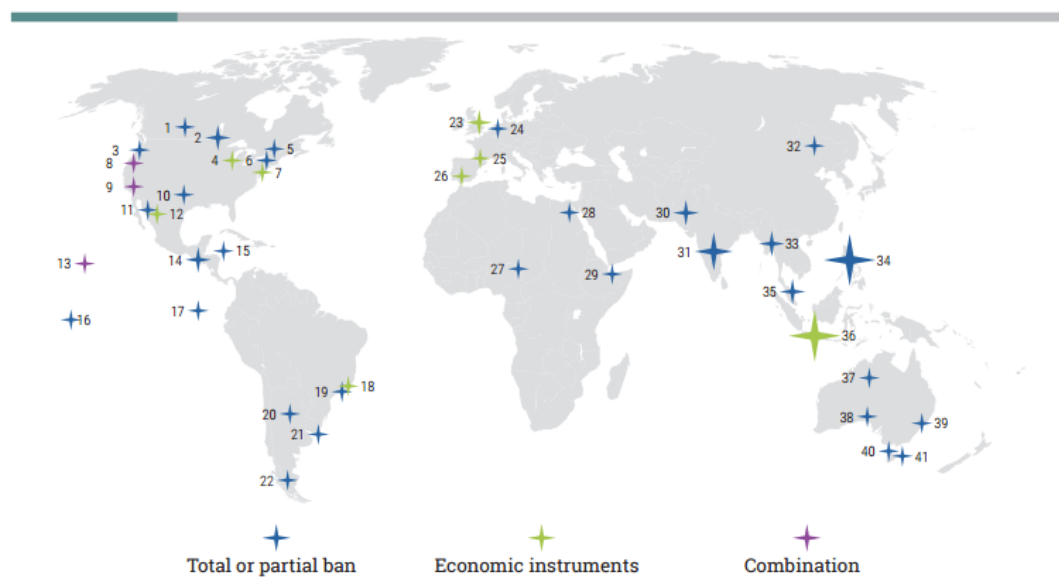
Рисунок 2. Страны с законодательными ограничениями на использование пластика

Источник: [ООН, 2018]¹⁰

Масштабное исследование психологов по изменению потребительских практик до и после введения дополнительного налога на пакеты в Англии показало, что большинство опрошенных положительно относится к таким ограничениям и уровень поддержки увеличивается с течением времени [Poortinga et al., 2016]¹¹. Ценность чистой окружающей среды и социального одобрения превышают индивидуальную выгоду от удобства использования одноразовых пакетов. Мы ожидаем увеличения включённости общества в решение экологических проблем по мере нарастания их интенсивности.

¹⁰ UNEP (2018). SINGLE-USE PLASTICS: A Roadmap for Sustainability

¹¹ Poortinga W., Sautkina E., Thomas G., Wolstenholme E. The English plastic bag charge: Changes in attitudes and behaviour. [Project Report]. Cardiff: Cardiff University, 2016



Source: Data independently collected by authors

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Wood Buffalo | 13. Hawaii | 23. 4 regions, UK | 34. 27 cities/provinces, Philippines |
| 2. 2 cities, Manitoba | 14. 4 cities, Guatemala | 24. 2 regions, Belgium | 35. Federal Territories, Malaysia |
| 3. Seattle | 15. Bay Islands, Honduras | 25. Catalonia, Spain | 36. >20 cities, Indonesia |
| 4. Chicago | 16. American Samoa | 26. Andalusia, Spain | 37. Northern Territory |
| 5. Montreal | 17. Galapagos Islands, Ecuador | 27. N'Djamena, Chad | 38. South Australia |
| 6. New York City | 18. Rio de Janeiro, Brazil | 28. Hurghada, Egypt | 39. Australian Capital Territory |
| 7. Washington, D.C. | 19. Sao Paulo, Brazil | 29. Somaliland, Somalia | 40. Tasmania |
| 8. San Francisco | 20. Cordoba, Argentina | 30. 4 regions, Pakistan | 41. Coles Bay |
| 9. California | 21. Buenos Aires, Argentina | 31. >9 cities/provinces, India | |
| 10. Austin | 22. Pinta Arena, Chile | 32. Jilin Province, China | |
| 11. Querétaro, Mexico | | 33. 3 cities, Myanmar | |
| 12. Mexico City | | | |

Рисунок 3. Территории с законодательными ограничениями на использование пластика

Источник: [ООН, 2018]¹²

При этом, помимо институциональных инициатив, ретейлеры идут на добровольные изменения политики обращения с пластиком, анализируя глобальные потребительские тренды. Будучи срединным звеном между производителями и потребителями, ретейлеры могут влиять как на первых, так и на вторых.

Целью данного исследования является анализ и систематизация практик крупных продуктовых ретейлеров по сокращению оборота и отказу от одноразовых пластиковых товаров, тары и упаковки в пользу многоразовых альтернатив.

¹² UNEP (2018). SINGLE-USE PLASTICS: A Roadmap for Sustainability

Пластик в современном мире используется на всех этапах жизненного цикла товаров: начиная с применения пластиковой плёнки для укрывания овощей на грядках, заканчивая упаковкой готового продукта, заказанного через интернет.

Российская Федерация на федеральном уровне законодательно не ограничивает применение одноразового пластика в ретейле. На уровне субъектов Федерации в 2018 году запущена инициатива комитета по культуре администрации Ленинградской области об отказе на региональных мероприятиях от использования пластиковых расходных материалов. Губернатор Ленинградской области Александр Дрозденко признал этот опыт успешным и поручил распространить его на все мероприятия региональной администрации¹³. На уровне гражданского общества существует запрос на изменение сложившейся практики. В частности, российское отделение экологической организации Greenpeace запустило общественную кампанию «Порви с пакетом», в рамках которой свыше 115 000 человек подписали обращение в адрес крупнейших российских ретейлеров с призывом отказаться от одноразовых пакетов [Greenpeace, 2018]¹⁴. От практики раздачи бесплатных пластиковых пакетов уже отошли «Ашан», «ВкусВилл», «Спар», «Азбука Вкуса». Фермерский кооператив «ЛавкаЛавка» объявил стратегию полного отказа от одноразовой упаковки #zerowaste2021.

В своём исследовании мы использовали открытые данные из корпоративных отчётов организаций, с официальных сайтов компаний, из публикаций в СМИ. Мы не ограничивали исследование по географическому признаку, дабы отследить паттерны, универсальные в разных частях планеты, а значит применимые и в Российской Федерации. В отчёте собраны практики преимущественно из англоязычных стран, что связано с языковыми ограничениями и количеством доступной информации.

¹³ Официальный сайт Администрации Ленинградской области (URL: <http://old.lenobl.ru/news25976.html>)

¹⁴ Greenpeace, 2018 (URL: <https://act.greenpeace.org/page/22314/action/1?locale=ru-RU>)

Практики крупных продуктовых ритейлеров по сокращению оборота и отказу от одноразовых пластиковых товаров, тары и упаковки в пользу многоразовых альтернатив

1) Countdown

Страна: Новая Зеландия

Описание ритейлера: 180 супермаркетов, более 18 тыс. работников, свыше 20 тыс. продуктовых наименований, порядка 2,5 млн посетителей еженедельно ¹⁵.

Описание практики: отказ от пластиковых пакетов, анонс отказа от пластиковых трубочек и индивидуальной упаковки продуктов ¹⁶.



Рисунок 4. Промо-материалы в поддержку использования многоразовых сумок

Источник: Countdown ¹⁷

¹⁵ Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/about-us/our-company>)

¹⁶ Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/community-environment/environmental-sustainability/our-commitment-to-phasing-out-single-use-plastic-carrier-bags>)

¹⁷ Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/community-environment/our-commitment-to-phasing-out-single-use-plastic-carrier-bags>)



Рисунок 5. Пример многоразовой сумки

*Источник: Countdown*¹⁸

Видеообещание: Countdown

URL: https://www.youtube.com/watch?v=rB62_pTPAzc¹⁹

Описание: Сеть супермаркетов Countdown запустила кампанию по отказу от пластиковых пакетов, мотивируя посетителей переходить на многоразовые сумки в целях защиты окружающей среды. Подобные сумки можно купить в сети Countdown, их стоимость варьируется от 15 центов до 1 новозеландского доллара (7–45 руб.). При эксплуатации сумки изнашиваются, однако их можно бесплатно обменять в супермаркете на новые. Использованные сумки идут на переработку, как и другой «мягкий» пластик (например, пакеты из-под замороженных продуктов, обёртки от кондитерских изделий). Корзины для сбора пластика находятся в магазинах (рис. 6). Из переработанного материала изготавливаются уличные скамейки, швартовые тумбы и лежащие полицейские.

¹⁸ Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/community-environment/our-commitment-to-phasing-out-single-use-plastic-carrier-bags>)

¹⁹ Countdown (URL: https://www.youtube.com/watch?v=rB62_pTPAzc)



ANNOUNCED IN
OCTOBER 2017



Рисунок 6. Промо-материалы в торговом зале

Источник: Countdown²⁰

В результате внедрения практики использование пластиковых пакетов покупателями сократилось на 30% по сравнению с показателями 2016 года. Однако Countdown столкнулся с другой проблемой – пропажа пластиковых корзинок для покупок. Многие покупатели, забыв свою сумку или не желая платить за новую, просто забирают товары в корзине, якобы «просто донести до машины», однако в магазин корзинки впоследствии не возвращаются²¹.

²⁰ Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/media/8686/countdown-cr-report-nov-2017.pdf>)

²¹ RNZ (URL: <https://www.radionz.co.nz/news/national/356809/countdown-begins-moves-to-go-plastic-free>)

Обещание: «Мы обязуемся активно работать над всей цепочкой создания ценности в нашем бизнесе для цели сокращения избыточной упаковки».

В 2017 году Countdown провозгласили стратегию достижения 20 целей КСО к 2020 году. Цель 9 и 10 относится к переходу сети на принципы экономики замкнутого цикла. В частности, цель 10 отвечает за сокращение количества пластиковых отходов²².



Рисунок 7. Реклама устойчивых практик ретейлера

Источник: Countdown²³

Дополнительно: 1 октября 2018 года Countdown убрал из продажи все одноразовые пластиковые соломинки и предложил покупателям выбор более устойчивых, многоразовых альтернатив, включая соломинки, сделанные из бамбука, металла или бумаги.

²² Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/media/8651/countdown-2020-strategy.pdf>)

²³ Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/media/8686/countdown-cr-report-nov-2017.pdf>)

В 2018 году сеть отказалась от обёртки из пластика на развесных бананах, что снизило потребление пластика на 15,8 тонн. Благодаря природоохранным мероприятиям, сети удалось сократить излишнее потребление пластиковой упаковки на 70 тонн.

К октябрю 2017 года Countdown убрал из ассортиментной матрицы все продукты, содержащие микропластик, что стало следующим шагом в политике защиты окружающей среды после исключения в 2015 году из продажи шампуней и товаров по уходу за кожей, содержащих микропластик²⁴.

«Мы добиваемся прогресса, но поиск и разработка переработанных пластмассовых изделий или пластиковых альтернатив является сложным процессом. Это требует инноваций в промышленности и системе управления, инноваций в области упаковки. Мы стремимся к 2025 году или ранее перейти к использованию стопроцентной многоразовой, перерабатываемой или компостируемой упаковки в наших собственных брендах, а также прилагаем все усилия, чтобы побудить наших поставщиков работать с нами и адаптировать собственные бренды»²⁵.

2) New World

Страна: Новая Зеландия

Описание ретейлера: свыше 140 супермаркетов, входит в холдинг Foodstuffs, сеть основана в 1963 году²⁶.

Обещание: *«New World стремится уменьшить воздействие пластикового мусора на окружающую среду, а маркетинговая кампания «Выбирай сумку!» является только началом», – Стив Андерсон, управляющий директор, Foodstuffs NZ Ltd²⁷.*

²⁴ Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/media/8686/countdown-cr-report-nov-2017.pdf>)

²⁵ Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/community-environment/environmental-sustainability/our-commitment-to-phasing-out-single-use-plastic-carrier-bags>)

²⁶ New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/>)

²⁷ New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/news/whats-next-for-bags/>)



Рисунок 8. Пример многоразовой сумки

Источник: Say Bags Not ²⁸

Описание: New World предлагает скидку на покупку в размере 5 новозеландских центов (2,2 рубля) для покупателей, пришедших со своей сумкой (за один раз можно получить скидку не более 50 центов, то есть принеся максимум 10 сумок).

Переход на многоразовые альтернативы начался с масштабной кампании, в рамках которой бесплатно раздавали многоразовые сумки.

«Этим летом мы раздадим 2 миллиона долговечных многоразовых сумок для клиентов New World;

– 1 февраля мы анонсируем добровольные пожертвования в 10 центов с пластикового пакета, которые будут перечислены на природоохранные проекты, включая работу наших замечательных друзей из Sea Cleaners;

– Мы продолжим предлагать скидку в 5 центов за каждую многоразовую сумку, принесённую с собой в магазин Северного острова».

Эта политика привела к сокращению использования пластиковых пакетов на 20% ²⁹.

²⁸ Say Bags Not (URL: <https://bagsnot.org.nz/partners/newworld/>)

²⁹ New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/bags-not/>)



Рисунок 9. Сотрудница ретейлера предлагает замену одноразовому пакету
 Источник: New World ³⁰

Для сохранения морской фауны New World с 1 июля 2017 года отказался от продажи товаров, содержащих в составе микропластик ³¹.



Рисунок 10. Информационный баннер
 Источник: New World ³²

«Это всего лишь одна из многих инициатив, которые мы внедрили в New World, чтобы уменьшить наше воздействие на природу, наряду с переработкой гибкого пластика, использования 100% перерабатываемых поддонов и продажи многоразовых сумок» ³³.

³⁰ New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/bags-not/>)

³¹ New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/microbead/>)

³² New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/microbead/>)

³³ New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/microbead/>)

3) PAKnSAVE

Страна: Новая Зеландия

Описание ретейлера: сеть дискаунтеров, более 55 магазинов, входит в холдинг FoodStuffs (вместе с New World, Four Square и др.)³⁴.

Описание практики: проводят общую с материнской компанией политику по отказу от пакетов: *«Фокус нашего внимания сосредоточен на введении в оборот многоразовых сумок. У нас есть богатый выбор сумок в различном ценовом диапазоне, включая сумку за 99 центов. Регулярно мы проводим промоакции, раздавая многоразовые сумки в качестве подарка за покупку. В совокупности мы уже раздали более 2 миллионов многоразовых сумок по всей территории Новой Зеландии».*

С октября 2018 они также вывели из продажи пластиковые ушные палочки. Менеджер по устойчивости Foodstuffs Майк Сэммон прокомментировал опасность ушных палочек: *«Лёгкий пластик вместе с хлопковым наконечником плавает на поверхности воды и, таким образом, избегает фильтрации на заводах по очистке сточных вод. Они будут плавать на поверхности, пока не попадут в море, где морские обитатели, принимая палочки за пищу, будут потреблять их, то есть включать в пищевую цепочку, одним из звеньев которой являемся мы – люди»*³⁶.

«Недавно мы взяли на себя обязательства «Декларации упаковщиков» наряду с другими локальными и международными компаниями, согласно которой к 2025 году 100% упаковки собственных брендов будет многоразовой, перерабатываемой или компостируемой (где это технологически возможно)».

³⁴ Foodstuffs (URL: <http://www.foodstuffs.co.nz/our-brands/>)

³⁵ Foodstuffs (URL: <https://www.stuff.co.nz/business/104566849/foodstuffs-earmarks-cotton-buds-in-latest-clampdown-on-plastic>)

³⁶ Foodstuffs (URL: <https://www.stuff.co.nz/business/104566849/foodstuffs-earmarks-cotton-buds-in-latest-clampdown-on-plastic>)

«Бумажные пакеты производятся из возобновляемых ресурсов, что хорошо, однако они реже используются, поскольку для их производства и транспортировки тратится больше энергии и воды, чем на аналогичные пластиковые пакеты. Некоторые из наших магазинов предлагают их покупателям. Сейчас мы запускаем в выборочных магазинах тестовые продажи многоразовых пластиковых сумок из более прочного материала, которые могут служить альтернативой пластиковым пакетам для тех, кто забыл принести свои многоразовые сумки»³⁷.

Обещание: Крис Куин, генеральный директор дивизиона Северный остров Foodstuffs: *«В национальном масштабе у нас почти 30 000 сотрудников, увлечённых идеей сокращения отходов и уменьшения негативного влияния на природу. Сотни и тысячи наших потребителей также вносят свой вклад – используют многоразовые сумки, выбирают продукты, при производстве которых окружающей среде был нанесён наименьший ущерб, и меняют свои потребительские привычки, учитывая экологический след от своих действий. Наши поставщики – значимая часть нашего успеха. Задействованные объёмы способствуют достижению общей цели – снабжению покупателей более устойчивыми продуктами»³⁸.*

4) Four Square

Страна: Новая Зеландия

Описание ретейлера: более 240 магазинов формата «у дома», входит в холдинг Foodstuffs наряду с New World и PAKnSAVE.

Описание практики: отказ от одноразовых пакетов с 1 января 2019³⁹.

³⁷ Foodstuffs (URL: <http://www.foodstuffs.co.nz/reducing-plastic-bag-usage/>)

³⁸ Foodstuffs (URL: <http://www.foodstuffs.co.nz/corporate-responsibility/environment/microbeads/>)

³⁹ Foursquare (URL: <https://www.foursquare.co.nz/goodbye-single-use-plastic-checkout-bags/>)



Рисунок 11. Рекламный материал, анонсирующий переход
на многоразовые сумки

Источник: Four Square⁴⁰

Цифры: «С момента, когда мы начали говорить об этом, мы наблюдали в наших магазинах падение показателей в использовании пластиковых пакетов (от 20 до 36%). В результате, к 1 января эта инициатива приведёт к изъятию из обращения более 350 млн одноразовых пластиковых пакетов»⁴¹.

Обещание: Стив Андерсон, Управляющий директор Foodstuffs NZ, представляя все бренды группы компаний, сказал: «Мы уже почти 100 лет являемся неотъемлемой частью жизни Новой Зеландии, мы кормим и даём работу миллионам новозеландцев. Мы также рады большому количеству туристов, посещающих нас во время путешествий по стране. Мы считаем огромной честью, привилегией и ответственностью делать всё возможное для передачи наследия будущим поколениям»⁴².

Описание практики: на сайте сети есть советы для выработки новой экологической привычки (например, брать с собой многоразовые сумки).

⁴⁰ Foursquare (URL: <https://www.foursquare.co.nz/goodbye-single-use-plastic-checkout-bags/>)

⁴¹ Foursquare (URL: <https://www.foursquare.co.nz/news/2018/8/3/no-more-checkout-bags/>)

⁴² Foursquare (URL: <https://www.foursquare.co.nz/news/2018/8/3/no-more-checkout-bags/>)

«Мы знаем, что создание новой привычки не всегда простое действие, но это того стоит. Ниже несколько советов, которые помогут вам запомнить, что нужно всегда носить с собой многоразовую сумку:

- Повесьте вашу сумку недалеко от ручки входной двери, так, чтобы вы легко могли её захватить при выходе из дома;*
- Наклейте напоминание в машине. Повесьте его на зеркало заднего вида или прикрепите к панели;*
- Храните свёрнутыми маленькие многоразовые сумки внутри вашей повседневной сумки, портфеля или рюкзака, чтобы они всегда были у вас под рукой;*
- Напишите «многоразовая сумка» в начале вашего списка покупок;*
- Используйте силу ворчливости! Назначьте главным по напоминанию вашего ребёнка, супруга или партнёра»⁴³.*

5) Woolworths

Страна: Австралия

Описание ретейлера: сеть основана в 1924 году, имеет свыше тысячи супермаркетов на территории Австралии, годовой оборот – более 60 млрд австралийских долларов (2,85 трлн рублей) (2018) ⁴⁴.

Описание практики: отказ от пластика и замена на многоразовые альтернативы. Особый интерес представляет инициатива Bag for goodTM – зарегистрированная торговая марка многоразовой сумки, которую можно обменять на новую в любом супермаркете Woolworths, вне зависимости от места первоначальной покупки.

⁴³ Foursquare (URL: <https://www.foursquare.co.nz/goodbye-single-use-plastic-checkout-bags/>)

⁴⁴ Woolworth (URL: <https://www.woolworthsgroup.com.au/content/Document/Woolworths%20Group%202018%20Full-Year%20-%20Five%20Year%20Summary%20PDF.pdf>)



Рисунок 12. Бред Бандуччи, генеральный директор Woolworths, представляет многоразовую сумку

Источник: The Sidney Morning Herald ⁴⁵

Если старая сумка приходит в негодность, покупатель может бесплатно обменять её на новую на стойке сервиса в магазине. Старые сумки отправляют на переработку, а деньги, вырученные от продажи сумок в течение первых 12 месяцев после начала кампании, поступают на финансирование молодёжной программы по устойчивому развитию ⁴⁶.

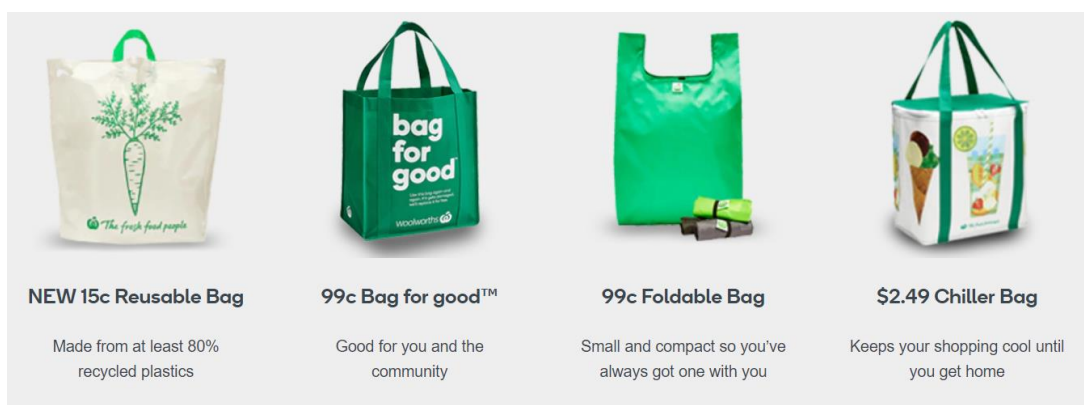


Рисунок 13. Примеры многоразовых сумок

Источник: Woolworths ⁴⁷

⁴⁵ The Sidney Morning Herald (URL: <https://www.smh.com.au/business/companies/woolworths-bids-farewell-to-thin-plastic-bags-20180620-p4zmiw.html>)

⁴⁶ Landcare Australia (URL: <https://landcareaustralia.org.au/junior-landcare/>)

⁴⁷ Woolworths (URL: <https://www.woolworths.com.au/shop/discover/reusable-bags>)

При заказе онлайн покупатель может выбрать одну из трёх опций упаковки. По санитарным соображениям, некоторые товары могут быть упакованы в одноразовые пакеты.

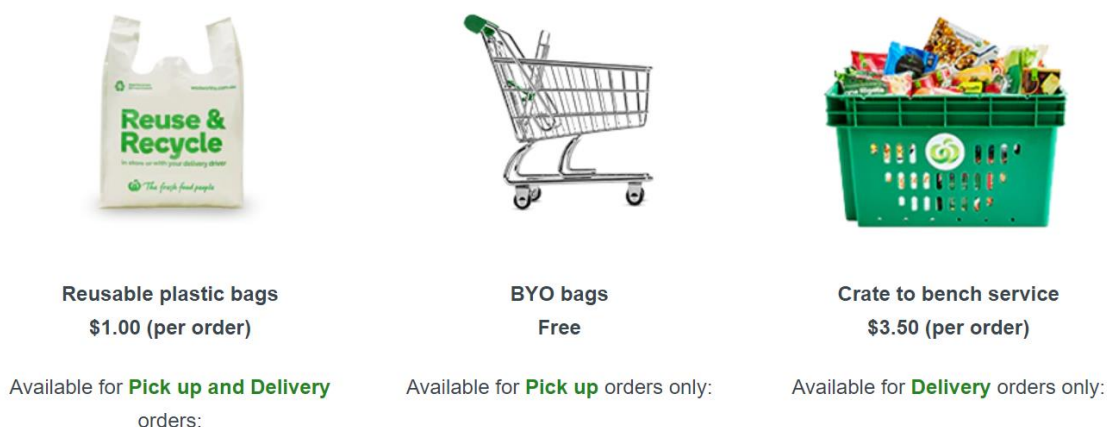


Рисунок 14. Примеры тары для доставки заказанных продуктов

*Источник: Woolworths*⁴⁸



We're now single-use plastic bag free.

Рисунок 15. Информационный баннер

*Источник: Woolworths*⁴⁹

Дополнительно: на сайте присутствует обширная справочная секция с ответами на наиболее часто встречающиеся вопросы о деталях политики отказа от пакетов, например, объяснение, почему биоразлагаемые пакеты не являются достойной альтернативой многоразовым сумкам, или как будут упакованы товары, заказанные онлайн.

⁴⁸ Woolworths (URL: <https://www.woolworths.com.au/shop/discover/reusable-bags>)

⁴⁹ Woolworths (URL: <https://www.woolworths.com.au/shop/discover/reusable-bags>)

На вопрос: «Почему пластиковые пакеты всё ещё встречаются в сети?», — Woolworth отвечает, что пакеты, находящиеся в продаже, минимум на 80% состоят из переработанного пластика, стоят 15 австралийских центов (7 руб.) и прочнее, чем обычные пакеты, а значит, могут использоваться многократно, что также способствует сокращению негативного воздействия на окружающую среду⁵⁰.

Цифры: Сайт сравнений Canstar Blue, пользующийся наибольшим доверием среди австралийцев,⁵¹ провёл исследование в течение недели после оглашения Woolworths решения о национальном запрете пластиковых пакетов (выборка в 2200 взрослых). 71% респондентов согласились с необходимостью запрета, 21% — не согласились, 8% — затруднились с ответом. 45% респондентов безотносительно их отношения к запрету сказали, что приносить собственные сумки — это хлопотно, при этом 58% отметили, что запаслись пакетами заранее и будут использовать их в будущем. Женщины (74%) благосклоннее мужчин (68%) относительно запрета на бесплатную раздачу пластиковых пакетов. Когорта покупателей в возрасте 18-29 лет оказалась наиболее расположена к запрету (74%), тогда как группа покупателей старше 40 лет озвучила наименьший процент поддержки (64%)⁵².

6) Coles

Страна: Австралия

Описание ретейлера: основан в 1914 году, имеет 807 супермаркетов (более 2500, учитывая форматы мини-маркетов на заправках и магазины формата «у дома»), свыше 115 тыс. сотрудников, более 5 тыс. поставщиков, выручка свыше 33 млрд австралийских долларов (1,57 трлн руб.).

⁵⁰ Woolworth (URL: <https://www.woolworths.com.au/shop/discover/reusable-bags>)

⁵¹ Canstar Blue (URL: <https://www.canstarblue.com.au/>)

⁵² Canstar Blue (URL: <https://www.canstarblue.com.au/groceries/agree-supermarket-plastic-bag-ban/>)



Рисунок 16. Информационный баннер

Источник: Coles⁵³

Описание практики: Продажа многоразовых пакетов, на 80% созданных из переработанных материалов, за 15 австралийских центов (7 руб.). Пакеты можно сдать на переработку через систему REDcycle⁵⁴. Для этого покупателю следует оставить их в корзинах, находящихся в супермаркетах.

С 5 июня 2018 года в магазинах сети появилось несколько типов многоразовых сумок, особенностью которых стал дизайн, созданный на основе рисунков детей и подростков из разных частей Австралии. Часть средств с продажи сумок покупки перечислялась в благотворительные фонды. С 13 июля 2018 года ретейлер проводил акцию среди покупателей: если при покупке в чеке не был пробит одноразовый пластиковый пакет, то на карту лояльности (flybuys card) начислялось 30 дополнительных бонусных баллов⁵⁵. На сайте присутствует секция «Вопрос – Ответ» для разъяснения позиции Coles относительно пластика.

С 2014 года Coles использует PlanticTM – перерабатываемый биопластик для упаковки мясных изделий и птицы. А в 2018 году Coles закупил 121 миллион поддонов из перерабатываемого материала⁵⁶.

⁵³ Coles (URL: <https://shop.coles.com.au/a/a-national/promo/onlinebetterbags>)

⁵⁴ REDcycle (URL: <http://www.redcycle.net.au/>)

⁵⁵ Coles (URL: <https://www.coles.com.au/corporate-responsibility/sustainability/environment/bags>)

⁵⁶ Plantic (URL: http://www.plantic.com.au/Latest_News/coles-plantic-joint-press-release)

\$1

Tote Bags

10¢

from every bag will be donated to

Guide Dogs AUSTRALIA





Huiling Dong

15 years old

Cumberland High School

New South Wales

On sale now



Ella Burke

16 years old

Moruya High School

New South Wales

On sale now



Hiro Kojo

16 years old

Baulkham Hills High School

New South Wales

On sale from November



Kassidy Jewell

9 years old

Ross Creek Woody Yaloak Primary School

Victoria

On sale from November

\$2

Shoulder Bags

20¢

from every bag will be donated to

SecondBite

Food for people in need





Emily Fry

11 years old

Aspect Northern Rivers School

New South Wales

On sale now



Brandi Li

10 years old

Epsom Primary School

Victoria

On sale now



Remmi King

16 years old

Kaniva College

Victoria

On sale from November



Wenya Gao

8 years old

Blackburn Lake Primary School

Victoria

On sale from November

\$2.50

Chiller Bags

25¢

from every bag will be donated to

Little Athletics Australia





Lachie Macdonald

8 years old

Blackburn Lake Primary School

Victoria

On sale now



Charlie De Bruyn

11 years old

Caralee Community School

Western Australia

On sale now



Su Yen

17 years old

Swinburne Secondary College

Victoria

On sale from November



Veranika Yarshevich

13 years old

Suzanne Cory High School

Victoria

On sale from November

\$3

Jute Bags

30¢

from every bag will be donated to

Clean up Australia Day





Reem El Daouk

15 years old

Sirius College

Victoria

On sale now



Lily Aldridge

17 years old

Our Lady of the Sacred Heart

Victoria

On sale from November

Рисунок 17. Примеры многоразовых сумок с рисунками детей и подростков

Источник: Coles⁵⁷

⁵⁷ Coles (URL: <https://www.coles.com.au/corporate-responsibility/sustainability/environment/community-bag-design>)

Действует программа устойчивой упаковки, целью которой является максимизация использования возвратной тары и упаковки из переработанных и перерабатываемых материалов⁵⁸.

Обещание: вся собственная упаковка Coles будет сделана из перерабатываемых материалов к 2020 году и перерабатывается в дальнейшем (сейчас она используется только для некоторых продуктов).

Coles сотрудничает с REDcycle с 2011 года, что привело к сокращению количества пластикового мусора на полигонах Австралии на более чем 300 миллионов единиц⁵⁹.

Commitment

All Coles Brand packaging recyclable by 2020

We understand the importance of appropriate packaging in maintaining food safety, supporting product longevity and reducing food waste. At the same time we are committed to making our packaging more sustainable.

While the majority of Coles Brand products are now in recyclable packaging, by 2020 we will make packaging for all our products recyclable at kerbside or in store.

Our achievements and goals

All Coles Brand packaging (including grocery, meat and fresh produce) will be **recyclable by 2020**.

A wide range of meat and poultry packaging will be **100% recyclable and made from recycled material**.

Case study: Recycled and recyclable meat packaging

By using packaging for our meat and poultry, which is both made from recycled materials and can be recyclable via kerbside recycling, Coles and Plantic are introducing a landmark initiative.

Since 2014, Coles Brand beef, lamb and pork mince has been packaged in recyclable trays we source from our great local Australian supplier, Plantic.

In 2018, Plantic will supply Coles with 121 million meat and poultry trays that are both recycled and recyclable.

Рисунок 18. Обещание ретейлера

Источник: Coles⁶⁰

7) Big W

Страна: Австралия

Описание ретейлера: подразделение Woolworth, имеет более 180 гипермаркетов, 22 тыс. сотрудников, годовая выручка – свыше 4 млрд австралийских долларов (190 млрд руб.).

Описание практики: с 1 июля 2018 года отказ от пластиковых пакетов и продвижение многоразовых сумок в национальном масштабе.

⁵⁸ Coles (URL: <https://www.coles.com.au/corporate-responsibility/sustainability/environment#wasteandrecycling>)

⁵⁹ Coles (URL: <https://www.coles.com.au/corporate-responsibility/sustainability/environment/bags>)

⁶⁰ Coles (URL: <https://www.coles.com.au/corporate-responsibility/sustainability/commitments>)

Обещание: «Мы хотим призвать всех к повторному использованию собственных сумок, так как продолжение раздачи одноразовых пакетов мешает нам сократить количество пластика в обращении. Мы призываем наших покупателей приносить многоразовые сумки из дома. Отказ от раздачи бесплатных пластиковых пакетов на кассе – только первый шаг. Мы предпринимаем действия для отказа от пластика во всех процессах наших магазинов».



Рисунок 19. Информационный баннер

Источник: Big W ⁶¹

Описание: покупатели могут приобрести прочные многоразовые пакеты по 15 австралийских центов (7 руб.), которые в дальнейшем могут быть переработаны по программе REDcycle. На сайте в секции «Вопрос-Ответ» указано, что они выступают против использования биоразлагаемых пакетов, так как те могут нести опасность для природы, в частности, животные по ошибке могут их съесть. Пластиковые многоразовые сумки по 15 центов выбраны в качестве доступной альтернативы для покупателей ⁶².

⁶¹ Big W (URL: <https://www.bigw.com.au/reusable-bags>)

⁶² Big W (URL: <https://www.bigw.com.au/reusable-bags>)

8) AEON Group

Страна: Япония

Описание ретейлера: конгломерат компаний из 296 юридических лиц, работающих в ретейле, 520 тыс. сотрудников, оборот 8,210 трлн иен, из них 2,9 трлн иен (1,7 трлн руб.) – подразделение продуктовых супермаркетов. Группа ведёт свою историю с 1758 года, работает в 13 азиатских странах, имеет 21 113 магазинов, которые ежегодно посещают 1,2 млрд покупателей, 38,9 млн из них имеют карту лояльности.

Описание практики: в 1991 году ретейлер запустил программу «Принеси собственную сумку». За время действия программы по сокращению использования пластиковых пакетов предприятия группы AEON сэкономили более 2,7 млрд пакетов (к февралю 2017). 65% потребителей в магазинах AEON (при среднем японском показателе в 52,6%) отказываются от пластиковых пакетов при покупках. В системе KPI менеджмента есть пункт об увеличении процента покупателей, отказывающихся от приобретения одноразовых пакетов.

Эти меры привели к сокращению выбросов CO₂ на 85 332 тонны.

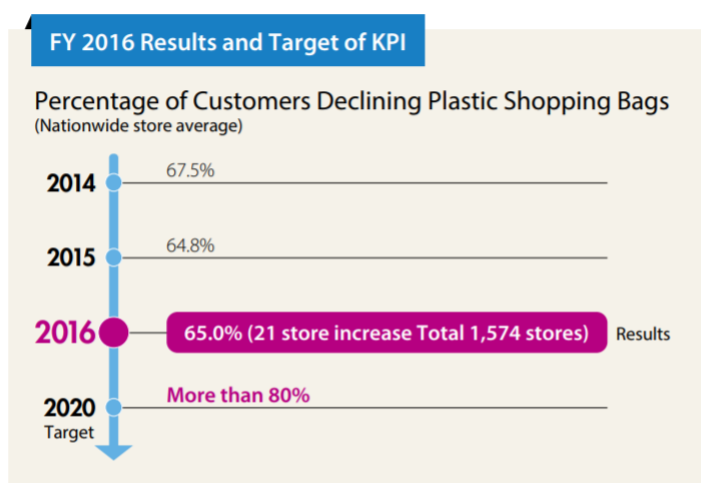


Рисунок 20. Целевые показатели этичного потребления

Источник: AEON⁶³

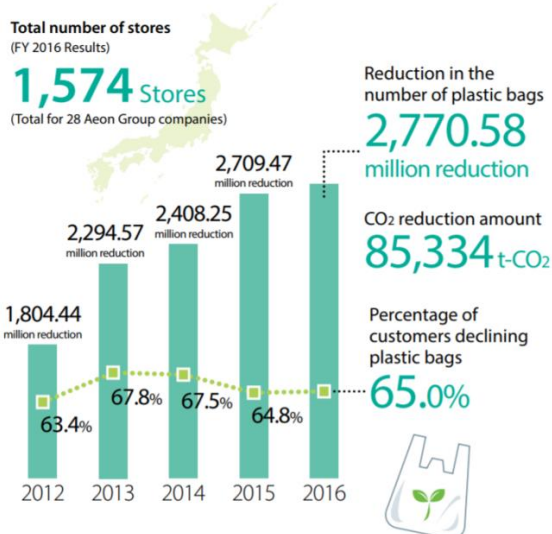
⁶³ AEON (URL:

https://www.aeon.info/export/sites/default/common/images/en/environment/report/e_2017pdf/17_data_en_a4-2.pdf)

Progress of plastic bag reductions



Stores Stopping Free Plastic Shopping Bags



Reduction of Plastic Bags Used/Percentage of Customers Who Decline Shopping Bags (See page 107)

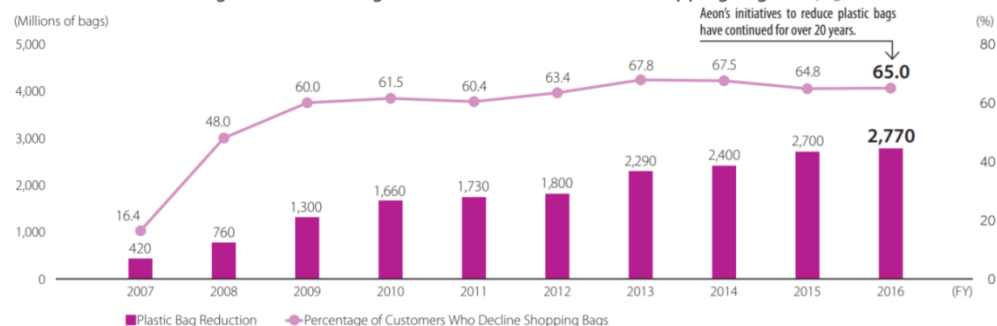


Рисунок 21. Набор показателей устойчивого развития компании

Источник: AEON⁶⁴

⁶⁴ AEON (URL:

https://www.aeon.info/export/sites/default/common/images/en/environment/report/e_2017pdf/17_data_en_a4-2.pdf)

Прибыль, вырученная при продаже пластиковых пакетов, идёт на природоохранные цели, в 2016 году на это перечислили 28,26 млн иен (16,5 млн руб.), а за всё время существования программы с 2007 года – более 630 млн иен (5,5 млн USD / 376 млн рублей).

С 2013 года покупателям предлагаются пластиковые корзины для покупок, а в 2017 году в продажу поступили многоразовые сумки, целиком сделанные из переработанного пластика.

9) Carrefour

Страна: Франция

Описание ретейлера: 12 300 магазинов в 30 странах мира, 374 тыс. сотрудников, 1,3 млн пользователей ежедневно посещают сайты группы Carrefour, оборот сети – 88 млрд евро (6,6 трлн руб.)⁶⁵.

Описание практики:

Carrefour Qatar иллюстрирует цифрами пользу многоразовых сумок: *«Используя экологическую сумку 4 раза, вы уменьшите использование пластиковых пакетов на 18%, что приведёт к снижению производства пластика и 20% сокращению выбросов парниковых газов. Используя экологическую сумку 20 раз, вы уменьшите использование пластиковых пакетов на 82%, что приведёт к снижению производства пластика и сокращению выбросов парниковых газов на 80%. Чем больше вы используете нашу экологичную сумку, тем больше вы защищаете Природу!»*⁶⁶.

Обещание: «Carrefour стремится к 100% перерабатываемой, многоразовой или компостируемой упаковке для принадлежащих компании брендов к 2025 году»⁶⁷.

⁶⁵ Carrefour (URL: <http://www.carrefour.com/content/key-figures>)

⁶⁶ Carrefour Qatar (URL: <https://www.carrefourqatar.com/en/service/reusable-bags>)

⁶⁷ Carrefour (URL: <http://www.carrefour.com/news-releases/carrefour-is-the-first-french-retailer-to-commit-to-100-recyclable-reusable-or>)

Для сохранения биоразнообразия морей Carrefour обязуется прекратить продажу пластиковых предметов, загрязняющих мировой океан, и отказаться от излишней упаковки потребительских товаров, например, от картонной упаковки тюбиков с зубной пастой. Группа планирует ликвидировать не подлежащую вторичной переработке упаковку органических фруктов и овощей и прекратить продажу пластиковых соломинок к концу 2018 года, а также отказаться от одноразовых соломинок, обычно прикреплённых к пакетам сока.

Carrefour с 2020 года обязуется использовать перерабатываемую упаковку для всех своих продуктов. В первую очередь, это коснётся продуктов BIO (Organic Carrefour). Полистирольные лотки, используемые в отделах мяса, рыбы и сыра, заменят на перерабатываемую упаковку^{68 69}.

10) **Walmart**

Страна: США

Описание ретейлера: крупнейший ретейлер, основан в 1962 году, на Walmart трудятся 2,2 млн человек, выручка за последний год (окончание 31.01.2018) составила 500,3 млрд долларов США (33,1 трлн руб.).

Описание практики: в ассортименте присутствуют сотни видов многоразовых сумок.

Обещание: *«Чтобы стать компанией с наибольшим кредитом доверия, создавать ценность для бизнеса и общества, мы должны не только трансформировать наши повседневные процессы, мы должны работать вместе с нашими поставщиками, НКО, интеллектуальными лидерами и политиками для изменения всей системы»*, – заявил Даг МакМиллон, генеральный директор Walmart Inc.⁷⁰

⁶⁸ Carrefour (URL:

http://www.carrefour.com/sites/default/files/carrefours_packaging_commitment_may31st2018.pdf)

⁶⁹ Carrefour (URL: <http://www.carrefour.com/news-releases/carrefour-is-the-first-french-retailer-to-commit-to-100-recyclable-reusable-or>)

⁷⁰ Walmart (URL: <https://corporate.walmart.com/2018grr/>)

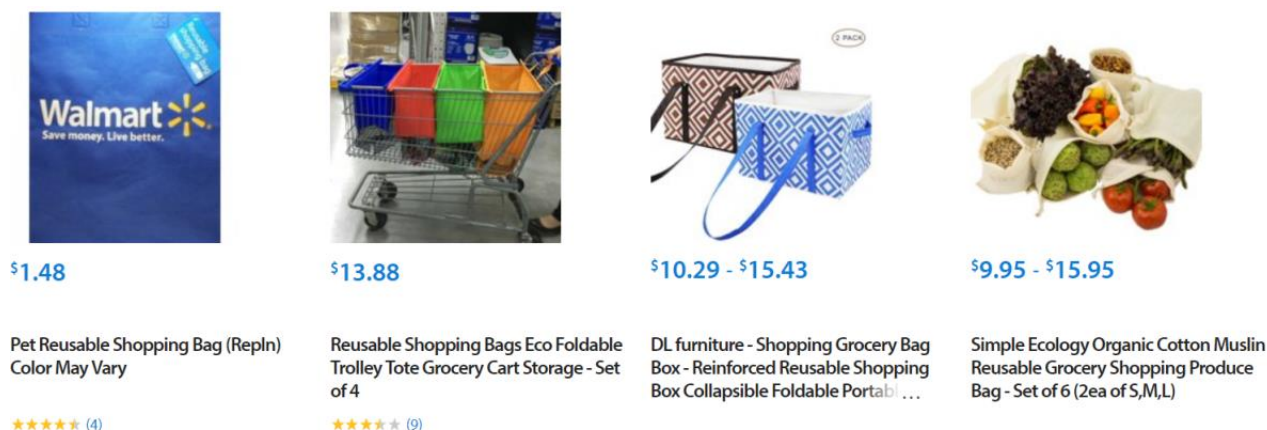


Рисунок 22. Примеры многоразовой упаковки в ассортименте

Источник: Walmart⁷¹

«Сокращая количество пластиковых пакетов, которые используют наши клиенты, увеличивая ассортимент и снижая стоимость многоразовых сумок, предлагая решения по переработке, мы думаем, что способны сократить пластиковый мусор, в объёме эквивалентный 9 миллиардам пластиковых пакетов в год, только в существующих магазинах, — сказал Мэтт Кистлер, старший вице-президент по устойчивому развитию Walmart. — Если мы сможем побудить покупателей изменить свои потребительские привычки, использовать только один пакет, мы верим, что будет значимый прогресс в отношении реализации нашей цели — создании безотходного производства»⁷².

⁷¹ Walmart (URL: <https://www.walmart.com/c/ep/reusable-grocery-bags>)

⁷² Walmart (URL: <https://corporate.walmart.com/news/news-archive/2008/09/25/walmart-sets-goal-to-reduce-its-global-plastic-shopping-bag-waste-by-one-third>)

Помимо сокращения отходов внутри организации, Walmart поощряет поставщиков участвовать в Проекте Гигатон (Project Gigaton)⁷³ – инициативе Walmart по снижению к 2030 году выбросов парниковых газов. С момента запуска программы в 2017 году сотни поставщиков взяли на себя обязательства по снижению выбросов, в частности, сокращая избыточную упаковку. Walmart планирует к 2019 году переключиться с использования гофротары на многоразовые упаковочные контейнеры для снижения негативного эффекта на окружающую среду на 20%⁷⁴.

11) Amazon

Страна: США

Описание ретейлера: самый крупный онлайн-ретейлер в мире, продажи в 2017 году составили 178 млрд долларов США (11,7 трлн руб.), один из ведущих мировых брендов⁷⁵.

Описание практики: в 2017 году удалось на 16% сократить количество мусора от упаковки, на 181 тыс. тонн – выбросов бытовых отходов.



Рисунок 23. Рекламные материалы по снижению количества упаковки

*Источник: Amazon*⁷⁶

⁷³ Walmart (URL: <https://www.walmartsustainabilityhub.com/project-gigaton>)

⁷⁴ Walmart (URL: <https://www.walmartsustainabilityhub.com/project-gigaton/packaging>)

⁷⁵ Statista (URL: <https://www.statista.com/topics/846/amazon/>)

⁷⁶ Amazon (URL: <https://www.aboutamazon.com/sustainability/packaging>)

В ноябре 2008 года Amazon запустил программу «Упаковка без стресса» (Frustration-Free Packaging) – инновацию, направленную на сокращение отходов и упрощение распаковки товаров покупателями. Компания отказалась от пластиковых стяжек, дополнительной упаковки, проволоки. Помимо экономического и маркетингового эффекта, достигнут заметный результат для экологии⁷⁷.



Рисунок 24. Оператор логистического центра отправляет запрос на включение товара в программу «Упаковка без стресса»

*Источник: Amazon*⁷⁸

Описание практики: запущена инициатива «Кнопка обратной связи по упаковке». В течение трёх месяцев 2017 года проходил тестовый период программы. Двадцать тысяч четыреста сотрудников Amazon из 75 распределительных центров в США и Канаде приняли участие в программе, что привело к сокращению количества упаковки на 2,2 млн коробок.

⁷⁷ Amazon (URL: [https://d39w7f4ix9f5s9.cloudfront.net/1b/51/8ba805bd467d90fff7d6fd4c0f37/04.Top%20thumbnail%2010%20year%20FFP%20press%20release%20FINAL%20\(6\).pdf](https://d39w7f4ix9f5s9.cloudfront.net/1b/51/8ba805bd467d90fff7d6fd4c0f37/04.Top%20thumbnail%2010%20year%20FFP%20press%20release%20FINAL%20(6).pdf))

⁷⁸ Amazon (URL: <https://www.amazon.com/b/?&node=5521637011>)

Сотрудник распределительного центра, обрабатывая заказ с товаром в надлежащей упаковке, нажимает кнопку, отправляя автоматическое сообщение команде по тестированию упаковки клиентов, продукт помечается как тот, который может быть отправлен дальше в собственной упаковке. Затем специалисты по упаковке Amazon проверяют и сертифицируют продукт, чтобы гарантировать, что он будет хорошо защищён в пути. Если продукт получает сертификат, добавляется новый продукт в программу «Упаковка без стресса!»⁷⁹.

(Благодаря кнопке) «... у нас есть простой способ для партнёров Amazon получить рекомендации, мы можем сотрудничать для сокращения упаковки, отходов от неё и улучшения потребительского опыта миллионов клиентов», – заявил Никки Хавен, лидер проекта⁸⁰.

Amazon внедрил следующие практики для сокращения упаковки:

1. Программа «Упаковка без стресса» была запущена в ноябре 2008 года и сейчас включает трёхуровневую сертификацию. Программа доказала свою эффективность и выгодность для ретейлера, клиентов и поставщиков. Продукция, сертифицированная программой, поступает покупателю в заводской упаковке, при этом существуют гарантии целостности продукта. За 10 лет существования программы эти инициативы позволили сократить упаковочные материалы более чем на 244 тыс. тонн и избежать производства тары для 500 млн посылок.

⁷⁹ Amazon (URL: <https://blog.aboutamazon.com/sustainability/reducing-packaging-waste-one-order-at-a-time>)

⁸⁰ Amazon (URL: <https://blog.aboutamazon.com/sustainability/reducing-packaging-waste-one-order-at-a-time>)

2. В Сиэтле создана лаборатория для моделирования возможных ситуаций при доставке товара. Это позволяет тестировать упаковку продукции, выдавать сертификаты. Повреждённые товары раздражают покупателей, увеличивают расходы ретейлера и создают дополнительный мусор, что мотивирует искать способы сокращения повреждения. Инженеры лаборатории с помощью специальных роботов кидают, трясут, сжимают упаковки. Ежегодно тысячи наименований товаров проходят через эту процедуру.

3. Amazon напрямую сотрудничает с производителями для разработки улучшенной упаковки. Это сокращает логистические затраты и количество отходов.

4. Отдел по работе с рекламациями обрабатывает миллионы обращений клиентов, рассматривая как случаи успешной доставки, так и повреждения. На основе этой информации даются рекомендации представителям логистики и производства.

5. Маркетологи Amazon добавили опцию выбор товара по наличию сертификата «Упаковка без стресса» в критерии отбора для покупателей (аналогично фильтру «размер» или «цвет»), что увеличило осознанность выбора товаров⁸¹.

12) **Kroger**

Страна: США

Описание ретейлера: около 2800 филиалов, сеть основана в 1883 году, оборот – более 120 млрд USD (8 трлн рублей), работает под несколькими брендами, включая Ralphs, Harris Teeter, QVC. 9 млн посетителей совершают покупки в Kroger ежедневно.

⁸¹ Amazon (URL: <https://blog.aboutamazon.com/sustainability/5-things-you-dont-know-about-amazon-packaging>)

Описание практики: запрет на продажу пластиковых пакетов к 2025 году. Это заявление сделано после многочисленных исследований, подтвердивших гипотезу, что замена пластика на другие одноразовые альтернативы может быть более разрушительна для окружающей среды и затратна для бизнеса и покупателей ⁸².

Обещание: *«Как крупнейший американский бакалейщик, мы признаём, что несём ответственность за сокращение ненужных пластиковых отходов, способствующих образованию мусора, наносящих вред окружающей среде и в некоторых случаях угрожающих дикой природе»,* – Родни МакМюллен, генеральный директор Kroger.

Kroger задекларировал цель – стать компанией с нулевыми отходами к 2020 году.



Рисунок 25. Набор материалов по обещанию сокращения негативного воздействия на окружающую среду

Источник: Kroger ⁸³

⁸² Investors.com (URL: <https://www.investors.com/politics/editorials/krogers-plastic-bags-ban-environment/>)

⁸³ Kroger (URL: <http://sustainability.kroger.com/>)

Kroger участвует в инициативе по управлению отходами EPA's WasteWise, специализированной программе Агентства по охране окружающей среды США ⁸⁴.

Покупателей, участвующих в программе замены пластиковых пакетов на многоразовые сумки, называют героями переработки (Zero Heroes) ⁸⁵.

Благодаря этой программе, в 2017 году Kroger смог собрать более 17 тыс. тонн (37,9 млн фунтов) пластиковых отходов.

Цифры: сейчас Kroger использует 6 млрд пакетов ежегодно, всего американский ретейл использует около 100 млрд пакетов в год. Отказ Kroger от пакетов сократит образование твёрдых бытовых отходов на 55 тысяч тонн (123 млн фунтов) ежегодно.



Рисунок 26. Обещание Kroger

Источник: Kroger ⁸⁶

⁸⁴ EPA (URL: <https://www.epa.gov/smm/wastewise>)

⁸⁵ USA Today (URL: <https://www.usatoday.com/story/opinion/2018/08/23/kroger-plastic-bag-ban-reusable-recycle-straws-environment-column/1061723002/>)

⁸⁶ Kroger (URL: <http://sustainability.kroger.com/>)

13) Lidl

Страна: Германия

Описание ретейлера: сеть Lidl основана в 1973 году, включает свыше 10 тыс. магазинов в 27 странах, 315 тыс. сотрудников, Lidl – часть Schwarz Group, пятый по обороту ретейлер в мире, годовой доход – более 70 млрд евро (5,3 трлн руб.).

Описание практики: *«При прекращении использования одноразовых пластмасс наши клиенты могут продолжать приобретать продукты в Lidl без увеличения потребления пластика. Это лучшее решение для окружающей среды»,* — сообщил директор по закупкам Lidl Микко Форсстром.

К 2022 году количество брендируемого пластика планируется сократить на 20%; к 2025 году 100% собственной пластиковой упаковки будет перерабатываемой, с возможностью повторного использования.

Обещание: к 2020 году в 3200 магазинах Lidl больше не будет пластиковых трубочек. Lidl расширяет ассортимент товаров, подпадающих под запрет к продаже, включая одноразовые стаканы, тарелки, столовые приборы и ватные палочки. Постепенный отказ от одноразовых пластиковых изделий является частью стратегии Lidl по уменьшению потребления пластика в сети на 20% к 2025 году⁸⁷.

⁸⁷ Rusverlag.de (URL:

<http://www.rusverlag.de/2018/07/07/60692/%D1%81%D1%83%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D1%8B-lidl-rewe-%D0%B8-edeka-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%BB%D0%B6%D0%B0%D1%8E%D1%82-%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D1%8B%D0%B2.html>)

С сентября 2018 Lidl Великобритании отказался от применения чёрного пластика, непригодного к переработке, в качестве подложек в секциях овощи-фрукты. Этот шаг предотвратит попадание на полигоны 50 тонн пластика ежегодно. К августу 2019 чёрный пластик уберут из таких секций, как мясо, рыба и птица. Чёрный пластик заменят на альтернативы, которые могут содержать некоторое количество пластика, но приспособлены для переработки и повторного использования⁸⁸.

Lidl исключил из продажи косметические средства, содержащие микропластик⁸⁹.

«Мы работаем над внедрением различных решений, особенно в области упаковки: тестируем множество интересных вариантов, которые резко уменьшат количество пластика в наших магазинах», — отметил Микко Форсстрём.

Цифры: начиная с 1993 года в Lidl продавали пакеты, а не раздавали бесплатно. В июле 2017 они вывели из ассортимента наиболее дешёвые пакеты по 5 пенсов (Великобритания), а также убрали из ассортимента дешёвые (5 пенсов) многоразовые сумки, уменьшив количество потреблённого пластика на эквивалент 67 миллионов сумок или 134 тонны пластикового мусора ежегодно⁹⁰.

14) Kaufland

Описание ретейлера: часть группы Schwarz, куда также входит Lidl и Handelshof, в сети свыше 1200 супермаркетов, работают в Германии, Чехии, Словакии, Польше, Румынии, Болгарии, Хорватии.

⁸⁸ The Guardian (URL: <https://www.theguardian.com/environment/2018/sep/21/lidl-to-stop-using-black-plastic-fruit-and-vegetable-packaging>)

⁸⁹ Lidl (URL: <https://www.lidl.co.uk/en/Packaging-and-plastic-12985.htm>)

⁹⁰ Lidl (URL: <https://www.lidl.co.uk/en/Packaging-and-plastic-12985.htm>)

Обещание: в рамках стратегии «360 градусов пластика» Schwarz Group сократит потребление пластмасс по меньшей мере на 20% к 2025 году во всех странах, где они представлены, и на 100% обеспечит возможность вторичной переработки собственной пластиковой упаковки. Группа компаний интенсивно сотрудничает с поставщиками, чтобы искать пути уменьшения отходов от упаковки, и инвестирует в развитие инновационных альтернатив упаковки.

«Мы делаем ставку на экологически чистый шопинг:

- Сумка из 100% хлопка, сертифицированного Fairtrade: прочные тканевые сумки, достаточно объёмные, но легко сворачиваются. Они многоразовые и легко чистятся, помещаются в любую сумочку, поэтому всегда в пределах досягаемости.*
- Многоразовые сумки обладают рядом преимуществ: они крепкие, износостойкие, непромокаемые.*
- Сумки, сделанные из повторно использованного пластика, имеют сертификат «Голубой ангел». Использованные сумки могут стать сырьём для новых. Это уменьшает выбросы CO₂ до 60% в сравнении с сумками из нового материала.*
- Вы также можете принести свои сумки»⁹¹.*

15) Aldi Süd

Страна: Германия

Описание ретейлера: основан в 1946 году, в 1960-1962 гг. произошло разделение компаний на Aldi Север и Aldi Юг. В совокупности в группе свыше 10 тыс. магазинов, работающих в 20 странах мира, оборот группы компаний – 50 млрд евро (3,75 трлн руб.), свыше 100 тыс. сотрудников.

⁹¹ Kaufland (URL: <https://unternehmen.kaufland.de/unsere-verantwortung/machen-macht-den-unterschied/umwelt-und-klimaschutz.html#plastik>)

Описание практики: с 2010 года Aldi используют многоразовые ящики для транспортировки фруктов и овощей. Каждый вечер можно видеть работников, собирающих эти ящики с прилавков и отвозящих на склад, а утром привозящих уже заполненные. Только в 2017 году удалось сохранить более 30 тыс. тонн картонных коробок, которые при классической системе организации торгового процесса были бы уничтожены после их использования. Данная практика ретейлера позволила уменьшить выбросы на 24 тыс. тонн эквивалента CO₂.

Ассортимент неупакованных овощей и фруктов будет расширяться. К концу 2018 года в магазинах останутся только многоразовые пакеты.

16) Aldi Nord

Страна: Германия

Описание практики: В магазинах представлен широкий ассортимент многоразовых сумок:

- 100% экологичная, многоразовая и перерабатываемая.
- Сумка хлопчатобумажная, изготовлена из сертифицированного Fairtrade органического хлопка, также аттестованная GOTS (глобальный органический стандарт ткани).
- Джутовая сумка для переноски.
- Плотный пакет, сделанный по большей части из переработанной пластмассы.

С октября 2017 года в магазинах представлен более прочный вариант многоразовых сумок: они на 80% состоят из переработанного пластика, полностью перерабатываемые, сертифицированы экомаркировкой «Голубой ангел».



Рисунок 27. Приоритеты экологической стратегии ретейлера

Источник: Aldi Nord⁹²

17) **Rewe Group**

Страна: Германия

Описание ретейлера: Rewe Markt GmbH является одной из ведущих компаний в немецком секторе розничной торговли продуктами питания, более 120 тыс. сотрудников и свыше 3300 магазинов. Объем продаж в 2017 году составил 21,2 млрд евро (1,59 трлн руб.).

Обещание: «Отказываясь от продажи пластиковых пакетов в Германии, мы сокращаем использование пластиковых пакетов на 140 миллионов каждый год».



Рисунок 28. Многократные сумки Rewe

Источник: Rewe⁹³

⁹² Aldi Nord (URL: <https://www.aldi-nord.de/unternehmen/verantwortung/ressourcenschonung/verpackungen.html>)

⁹³ Rewe (URL: <https://www.rewe.de/nachhaltigkeit/nachhaltig-handeln/muell-vermeiden/>)

«Благодаря нашему многолетнему сотрудничеству с Немецким союзом охраны природы (NABU), мы хотим уменьшить потребление полиэтиленовых пакетов при покупке фруктов и овощей, предоставляя зелёную многократную альтернативу. Чем чаще вы её используете, тем больше вы сохраняете окружающую среду».

Описание практики: на батате и авокадо есть лазерная маркировка, позволяющая просканировать товар на кассе, это так называемый естественный брендинг (рис. 29).



Рисунок 29. Пример «естественного брендинга»

Источник: Rewe⁹⁴

18) **Edeka**

Страна: Германия

Описание ретейлера: компания занимает около 20% от общей доли продуктового ретейла Германии, 11 430 магазинов в мире, оборот – 55 млрд евро в год (4,13 трлн руб.).

⁹⁴ Rewe (<https://www.rewe.de/nachhaltigkeit/nachhaltig-handeln/muell-vermeiden/>)

Описание практики: Edeka использует «естественный брендинг», по возможности, не заворачивая в пластиковую упаковку органические фрукты и овощи. Первопроходцами были манго, имбирь, сладкий картофель (батат) и кокос органического производства. Теперь ассортимент «естественно брендируемых» овощей и фруктов расширен до авокадо, киви, арбузов, тыквы, цитрусовых и огурцов. С помощью «естественного брендинга» шрифт и логотип наносятся на фрукты лазером высокого разрешения. Удаляются только пигменты на внешней оболочке. Плод не повреждается: вкус, прочность и внешний вид остаются безупречными.

Технология окупается, поскольку она снижает уровень плёночных ярыков на 50 млн в год, что соответствует 50 тоннам упаковочного материала.

Обращения к покупателям:

«Совет 1: покупайте фрукты и овощи без пакета.

На некоторых товарах идентификация наносится непосредственно на продукт с помощью лазера. Этот экологически чистый вид натуральной маркировки безвреден для здоровья и во многом заменяет небольшие пластиковые этикетки.

Совет 2: повторно используйте сумки.

Забыли свою? Используйте нашу многоразовую сумку, которая на 80% состоит из повторно использованного материала.

Совет 3: обратите внимание на символ переработки.

Некоторые бутылки и банки можно использовать повторно: ёмкости из стекла – более 50 раз, а из ПЭТ – до 25 раз.

Совет 4: используйте креативный подход при повторном использовании старых вещей.



Рисунок 30. Пример «естественного брендинга»

Источник: ESM⁹⁵

Превращение старого в новое – тренд, который делает окружающую среду лучше. Повторное использование материалов входит в моду. Жить устойчиво — это сознательно освободить окружающую среду от отходов и обогащать её красивыми, полезными вещами»^{96 97}.

19) Asda

Страна: Великобритания

Описание ретейлера: сеть супермаркетов в Великобритании, занимающаяся реализацией продуктов питания, одеждой и рядом других товаров. Штаб-квартира находится в Лидсе, Великобритания.

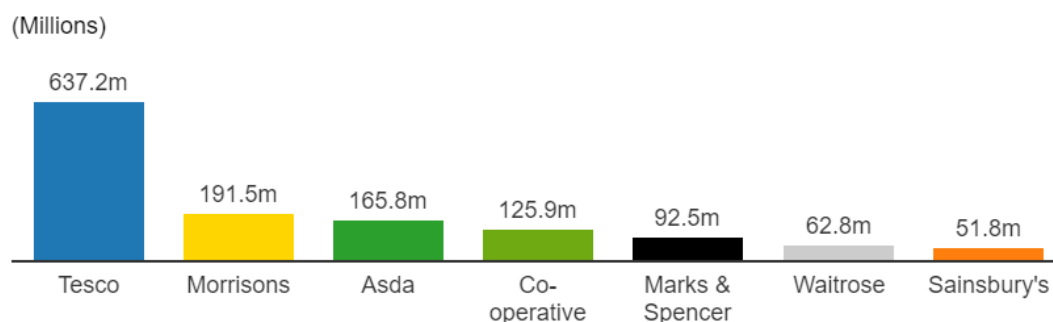
⁹⁵ ESM (URL: <https://www.esmmagazine.com/germanys-edeka-launches-laser-labelling-to-reduce-plastic-use/62849>)

⁹⁶ Edeka (URL: <https://www.edeka.de/nachhaltigkeit/unsere-wwf-partnerschaft/nachhaltigkeitstipps/umwelt-schuetzen-im-alltag.jsp>)

⁹⁷ Edeka (URL: https://www.edeka.de/nachhaltigkeit/unsere-wwf-partnerschaft/verpackungen/umweltfreundliche_verpackungen.jsp)

В 1999 году сеть Asda стала дочерней компанией американской сети Walmart. Asda — крупнейший зарубежный филиал Walmart, дающий почти половину выручки от зарубежных операций.

Number of single-use plastic bags issued by England's seven major retailers in 2016



Source: Defra • Created with Datawrapper

Рисунок 31. Количество одноразовых пакетов, выпущенных в обращение английскими ретейлерами

Источник: Defra⁹⁸

В мае 2018 года стало известно о слиянии Asda с британской сетью Sainsbury (это состоится после урегулирования претензий антимонопольного ведомства). Более 145 тыс. сотрудников еженедельно обслуживают 18 млн посетителей магазинов, сеть занимает долю в 15,4% от британского рынка⁹⁹.

Описание практики: сеть супермаркетов Asda отказалась от использования пластиковых пакетов за 5 пенсов (4 руб.). Стремясь уменьшить потребление пластика, к концу 2018 года Asda полностью избавится от полиэтиленовых пакетов, которые сейчас представлены к продаже за 5 пенсов. Этот шаг станет первым в серии перемен, направленных на охрану окружающей среды. Компания планирует использовать дешёвые многоразовые кофейные кружки, полностью отказаться от пластиковых чашек и пластмассовых столовых приборов в кафе при магазинах.

⁹⁸ Defra (URL: <https://www.gov.uk/government/publications/carrier-bag-charge-summary-of-data-in-england/single-use-plastic-carrier-bags-charge-data-in-england-for-2016-to-2017>)

⁹⁹ Co-op (URL: <https://www.thenews.coop/123707/sector/analysts-report-drop-co-ops-sales-market-share/>)

Роджер Бернли, главный исполнительный директор Asda, заметил: *«Если мы сможем отказаться от использования пластика быстрее и эффективнее, мы это сделаем»*¹⁰⁰.

Обещание: в течение 2018 года Asda уменьшит использование пластика в своей фирменной упаковке на 10%. Asda запустила конкурс идей: компании и частные лица могут предложить свои варианты по сокращению потребления пластика. Приз составляет 10 тысяч фунтов стерлингов за каждую реализованную инициативу¹⁰¹.

20) Со-оп

Страна: Великобритания

Описание ретейлера: основан в 1844 году, занимает шестое место по выручке среди британских ретейлеров, более 7 тыс. точек продаж, свыше 70 тыс. сотрудников, выручка 9,5 млрд фунтов стерлингов (806 млрд руб.).

Обещание: *«Потому что культура «использовал и выбросил» — это абсурд!»*.¹⁰²

Продвижение практики повторного использования будет всячески поощряться:

- К 2020 году чёрный и тёмный пластик в собственных продуктах запретят;
- К 2021 году минимум 50% пластика в PET-бутылках и подложках будет перерабатываемым;
- К 2023 году сеть откажется от одноразовой упаковки из пластика для собственных брендов;
- К 2023 году упаковку всех собственных брендов сети можно будет перерабатывать (80% к 2020).

¹⁰⁰ The Guardian (URL: <https://www.theguardian.com/environment/2018/feb/05/asda-joins-wave-of-supermarkets-pledging-to-cut-plastic-waste>)

¹⁰¹ TheUK.one (URL: <https://theuk.one/borba-s-plastikom-asda-otkazyvaetsya-ot-polietilenovykh-paketov-za-5-pensov/>)

¹⁰² Co-op (URL: <https://food.coop.co.uk/food-ethics/environmental-impacts/packaging-and-recycling>)

Описание практики: «Мы не считаем, что действующее законодательство позволяет полностью решить проблему. Мы хотели бы видеть полный запрет на использование любых пластмасс в продуктах, которые, по всей вероятности, будут попадать в канализацию».



Рисунок 32. Промо-баннер для развития этичного потребления

Источник: Co-op¹⁰³

Single use carrier bags sold 2015-2016 financial year (£k)

	England*	Wales	N.I	Scotland
Quantity	62,424,146	5,610,440	1,470,804	20,821,968
Turnover	£3,133	£281	£74	£1,042
VAT	£522	£45	£12	£169
Net Sales	£2,611	£235	£62	£873

Рисунок 33. Продажи одноразовых пакетов в 2015–2016 финансовом году

Источник: Co-op¹⁰⁴

¹⁰³ Co-op (URL: <https://food.coop.co.uk/>)

¹⁰⁴ Co-op (URL: <https://food.coop.co.uk/>)

Цифры: Co-op предлагает широкий ассортимент многоразовых сумок (Bag for Good).¹⁰⁵ За 2015-2016 финансовый год в Англии продали 62,4 млн одноразовых пакетов на общую сумму 3,113 млн фунтов стерлингов (264 млн руб.).

21) Iceland

Страна: Великобритания

Описание ретейлера: основан в 1970 году. Свыше 900 супермаркетов в Великобритании и 40 открытых по франшизе в разных странах Европы.

Описание практики: Iceland в 2018 году стал первым в мире крупным ретейлером, пообещавшим убрать пластиковую упаковку из всех своих частных марок и продуктов собственного производства. Ассортимент таких продуктов насчитывает тысячу единиц. Процесс завершится к 2023 году.¹⁰⁶ Уже 850 тонн перерабатываемого чёрного пластика вывели из торгового оборота.

Управляющий директор сети Ричард Уолкер участвует в волонтерском движении по очистке морского побережья от пластика.

Видеообещание: (eng, 2 мин)

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EVNrKD1Rc-k>¹⁰⁷

Мотивация и призыв к другим ретейлерам: последовать примеру Iceland и отказаться от пластика (eng, 6 мин)

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QnFESMWOaiE>¹⁰⁸

¹⁰⁵ Co-op (URL: <https://food.coop.co.uk/food-ethics/carrier-bags/>)

¹⁰⁶ Iceland (URL: <http://about.iceland.co.uk/our-story/>)

¹⁰⁷ Iceland (URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EVNrKD1Rc-k>)

¹⁰⁸ Iceland (URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QnFESMWOaiE>)



Рисунок 34. Реклама собственных продуктовых линий, перешедших на меньшее использование пластика

Источник: Iceland ¹⁰⁹

Описание практик:

- С 8 октября 2018 Iceland прекратил продавать пакеты по 5 пенсов и призывает покупателей приносить многоразовые сумки. Также в продаже есть пакеты за 10 пенсов, созданные из вторичного сырья. Iceland продолжает эксперимент с бумажными пакетами, сейчас они проходят тестовые продажи в нескольких выбранных супермаркетах ¹¹⁰.
- Менеджеры Iceland ищут способ заменить пластиковые втулки в чековых рулонах на перерабатываемые альтернативы. Они посчитали, что этот шаг поможет сократить потребление втулок на 600 тыс. штук в год.
- Ретейлер работает над заменой пластика в подложках (и собирается запустить этот проект в начале 2019 года), что позволит избавиться от 600 тонн пластика в год.
- Компания разрабатывает не пластиковую упаковочную плёнку и хочет запустить её в течение 2019 года.

¹⁰⁹ Iceland (URL: <http://about.iceland.co.uk/our-power-for-good/reducing-waste/>)

¹¹⁰ Iceland (URL: <https://www.iceland.co.uk/environment/updates/>)

- Ретейлер разрабатывает непромокаемую перерабатываемую основу для упаковки, созданную без пластика, в которую можно упаковать пудинги, йогурты, мороженое.
- Iceland работает над изменением упаковки пластиковых бутылок для молока, что встречает сопротивление представителей молочной индустрии.



Рисунок 35. Управляющий директор Ричард Уолкер
представляет упаковку без пластика

Источник: Iceland ¹¹¹

Товары, заказанные онлайн, могут доставляться покупателям без упаковки в многоразовых корзинах.

Обещание: поддерживается страница корпоративного сайта, на которой можно просмотреть прогресс отказа от пластика ¹¹².

¹¹¹ Iceland (URL: <https://www.iceland.co.uk/>)

¹¹² Iceland (URL: <https://www.iceland.co.uk/environment/updates/>)

22) Morrisons

Страна: Великобритания

Описание ретейлера: ведёт свою историю с 1899 года, более 500 магазинов, еженедельно в магазинах сети совершают покупки 11 млн посетителей, в компании работает свыше 11 000 сотрудников, она занимает долю в 10,3% от британского рынка, что ставит Morrisons на четвёртое место среди крупнейших ретейлеров Соединённого Королевства.

Обещание: *«Мы стремимся сократить ненужную упаковку, используя по возможности перерабатываемый или переработанный материал, а также сотрудничаем с поставщиками в области инноваций в упаковке. Мы хотим гарантировать, что наша упаковка предназначена только для защиты и сохранения содержащегося в ней продукта»*¹¹³.

К 2025 году все товары под собственным брендом, сделанные из пластика, будут перерабатываемыми, многоразовыми или компостируемыми.

Описание практики: Morrisons был одним из основателей британского Plastics РАСТ. Это обязательство, которое объединяет предприятия, правительства, местные органы власти, экологические организации и общественность, чтобы ввести гарантии, подтверждающие: вся пластиковая упаковка будет перерабатываться, повторно использоваться или компостироваться.

- Morrisons изъяс из продажи пластиковые соломинки. Дополнительно их убрали из кафе при супермаркетах. Кроме того, в кафе предоставляется скидка в 25 пенсов (21 руб.) при использовании собственной кружки. Многоразовые бутылки можно бесплатно наполнить в кафе питьевой водой.
- Убрана пластиковая упаковка (защитная плёнка) с сезонных овощей, в частности, огурцов, произведённых в Великобритании. Эксперимент по сокращению пластиковой упаковки в овощной секции продолжается.

¹¹³ Morrisons (URL: <https://www.morrisons-corporate.com/cr/>)



Рисунок 36. Публичное обещание

*Источник: Morrisons*¹¹⁴

- Пакеты стоимостью 5 пенсов убрали из всех магазинов сети.
- Микропластик исключили из всех продуктов собственных брендов Morrisons.
- В качестве первоочередной задачи Morrisons убрал из продажи товары с включением поливинилхлорида (PVC), пенополистирола (EPS) и упаковку из чёрного пластика.
- В мясной и рыбной секциях покупатели могут взвешивать продукцию в собственных контейнерах (рис. 37).

Видео инициативы:

https://www.youtube.com/watch?time_continue=115&v=s138S0keHSM¹¹⁵.

¹¹⁴ Morrisons (URL: <https://www.morrisons-corporate.com/cr/>)

¹¹⁵ WRAP (URL: https://www.youtube.com/watch?time_continue=115&v=s138S0keHSM)

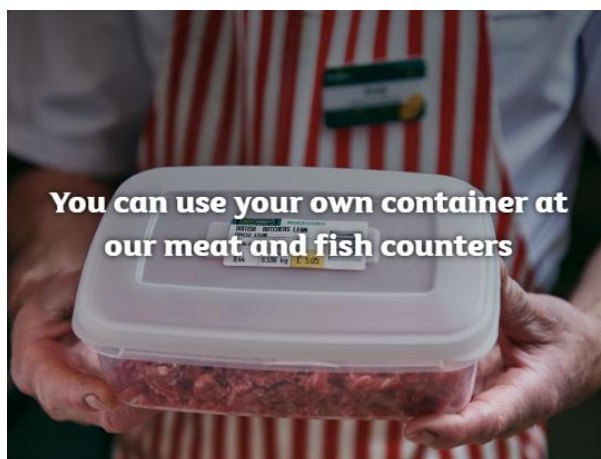


Рисунок 37. Баннер с предложением использовать собственные контейнеры

Источник: Morrisons¹¹⁶

- В 2018 году компания провела опрос среди 7 тысяч покупателей о сокращении избыточного пластика в упаковке. Согласно исследованию, респонденты-клиенты сети определили данную задачу как третью по значимости.
- Ретейлер опубликовал данные, показывающие количество пластика, попавшего в оборот сети (55 326 тонн). Покупателей информируют относительно возможностей переработки различных видов пластика.

2018 CUSTOMER INSIGHT SURVEY



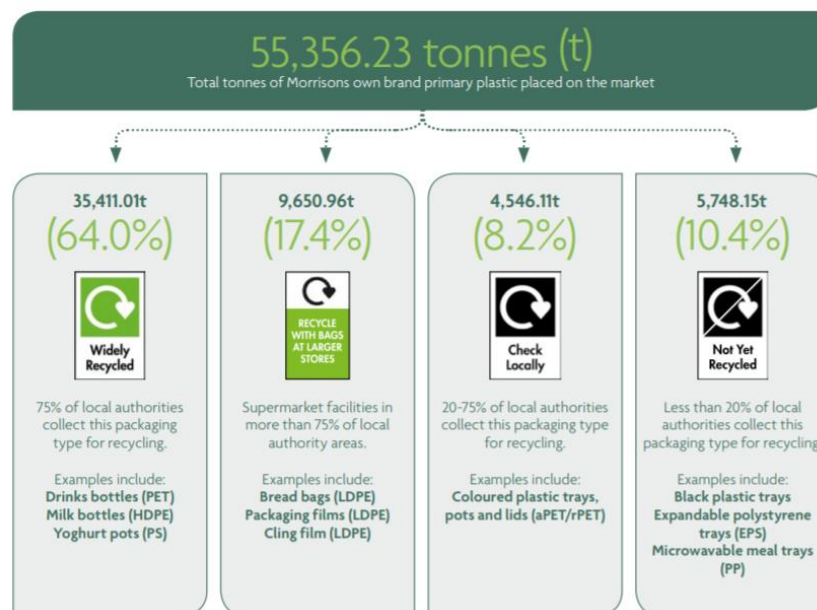
Рисунок 38. Результаты исследования потребительских инсайтов

Источник: Morrisons¹¹⁷

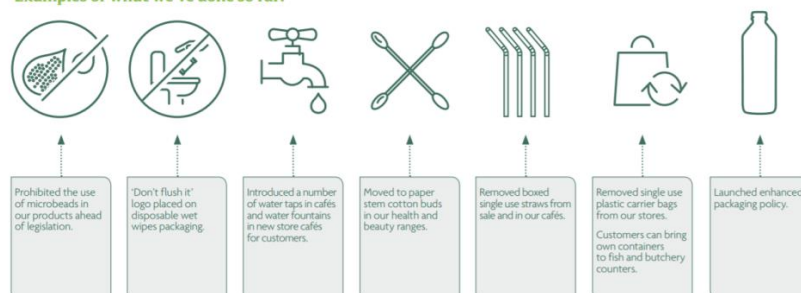
¹¹⁶ Morrisons (URL: <https://www.morrisons-corporate.com/cr/>)

¹¹⁷ Morrisons (URL: <https://www.morrisons-corporate.com/cr/changing-our-use-of-plastic/>)

2017 own brand primary plastic packaging by weight



Examples of what we've done so far:



Financial priorities alignment



UN Sustainable Development Goals alignment



Wm Morrison Supermarkets PLC

Рисунок 39. Корпоративная отчётность Morrisons

Источник: Morrisons¹¹⁸

¹¹⁸ Morrisons (URL: https://www.morrisons-corporate.com/cr/report-2018/static/downloads/Morrisons_CR_Report_2018.pdf)

23) Waitrose

Страна: Великобритания

Описание ретейлера: продуктовое подразделение крупнейшего ретейлера John Lewis, занимает около 5% британского рынка, имеет более чем 350 магазинов. Сеть имеет репутацию премиального ретейлера. Поставщик двора Королевы Елизаветы II и наследного принца Чарльза. Особенностью ретейлера является участие сотрудников в капитале и управлении сети, всех сотрудников компания именует партнёрами.

Обещание: *«Мы стремимся к выбору правильной упаковки, которая минимизирует вред окружающей среде и защитит нашу продукцию».*

К 2025 году упаковка должна быть перерабатываемой, многоразовой или компостируемой в домашних условиях на 100%. Сокращение представленности товаров на подложках из чёрного, неперерабатываемого пластика к концу 2018 года и полный отказ от чёрного пластика в 2019 году.

Описание практики: осенью 2018 года Waitrose убрал из всех магазинов одноразовые крышечки для кофейных чашек¹¹⁹. Летом 2018 года компания провела первый «Саммит партнёров по вопросу пластмасс», на котором специалисты закупок, продаж, девелопмента, оперативного менеджмента, связям с клиентами обозначили общие цели по работе с пластиком и проверили выполнение ранее заявленных целей.

¹¹⁹ John Lewis Partnership (URL: <http://www.johnlewispartnership.co.uk/content/dam/cws/pdfs/our-responsibilities/2018/jlp-cr-report-201718-digital.pdf>)

KEY PERFORMANCE INDICATORS		
RAW MATERIALS & SUSTAINABLE SOURCING	2017/18	2016/17
John Lewis: 100% of our own-brand timber and paper products will be from responsible and sustainable sources by year end 2020/21		
» by volume	53%*	32%
» by count	32%*	38%
John Lewis: 50% of cotton (by volume) in own-brand products will come from more sustainable sources by year end 2020/21	12%*	3%
John Lewis: 100% of our feather and down from certified-responsible sources by year end 2020/21	—	—
Waitrose: 100% of cotton (by volume) in own-brand products will come from more sustainable sources by year end 2020/21	26%*	55%
Waitrose: 100% of palm oil and palm kernel oil based ingredients and derivatives used in own-brand products to be RSPO physically certified	72%*	94%
100% of our own-brand fish and shellfish will be from third-party verified responsible sources by year end 2016/17	89.6%*	89%
Waitrose: 100% of the soy used in feed for the production of own-brand meat, milk, poultry, egg and farmed fish products will be procured through certified sustainable sources, and those operated by The Round Table on Responsible Soy and the Pro-Terra Foundation by year end 2020/21 ¹	69%*	77%
Waitrose: 100% of our own-brand timber and paper products will be sustainably sourced by year end 2015/16	—	98%
WASTE & PACKAGING		
Divert 100% of waste from landfill by year end 2020/21	99%*	98.2%
75% operational waste to be recycled by year end 2020/21	68%*	67.2%
100% closed-loop recycling of cardboard, plastic & glass by year end 2020/21	Target under review	—
100% of Waitrose own-brand packaging to be widely recyclable, reusable or home compostable by 2025	New	—
15% reduction in Waitrose organic matter waste (vs 2014/15 baseline) by 2020/21	-31.4%* (-17.5%* 2017/18)	-13.9% compared to the first 7 months of 2014/15

Рисунок 40. Ключевые показатели устойчивости

Источник: Waitrose ¹²⁰

24) Sainsbury

Страна: Великобритания

Описание ретейлера: один из лидеров британского рынка продовольственного ретейла. С мая 2018 года происходит постепенное слияние с другим ретейлером – Asda, планируемая доля объединённой компаний в британском продуктовом ретейле – 32% (51 млрд фунтов стерлингов / 4,3 трлн руб.), что может превысить долю текущего лидера – Tesco и позволит занять сети первое место среди ретейлеров Великобритании.

Обещание: *«Весьма важно, чтобы мы несли ответственность за наше воздействие на окружающую среду. Не только на национальном, но и на глобальном уровнях. У нас есть тысячи поставщиков по всему миру, и мы волнуемся о последствиях, которые они оказывают на окружающую среду, также как за наши собственные результаты», – отметил Джон Роджерс, генеральный директор Sainsbury ¹²¹.*

¹²⁰ Waitrose (URL:

https://www.waitrose.com/home/about_waitrose/our_company/corporate_social_responsibility.html)

¹²¹ Sainsbury (URL: <https://www.about.sainsburys.co.uk/making-a-difference/environment>)

Описание практики: начиная с 2013 года мусор сети не захоранивается на полигонах, а включён в повторное использование¹²².



Рисунок 41. Ключевые достижения

Источник: Sainsbury¹²³

Sainsbury регулярно публикует отчёты о продаже одноразовых пакетов: так, в период с 07.04.2016 по 06.04.2017 в Англии было реализовано 51 762 560 пакетов на сумму в 2 588 128 фунтов стерлингов.¹²⁴

¹²² Sainsbury (URL: <https://www.about.sainsburys.co.uk/about-us/our-vision>)

¹²³ Sainsbury (URL: <https://www.about.sainsburys.co.uk/making-a-difference/environment>)

¹²⁴ Sainsbury (URL: https://www.about.sainsburys.co.uk/~media/Files/S/Sainsburys/documents/our-stories/sainsburys_plastic_bags.pdf)

25) Tesco

Страна: Великобритания

Описание ретейлера: транснациональная корпорация, крупнейшая розничная сеть в Великобритании. В 2016 году оборот компании составлял 51 млрд фунтов стерлингов (4,3 трлн руб.), 440 тыс. сотрудников, 6553 магазина (6 различных форматов), занимает долю в 27,9% от британского рынка¹²⁵.

Обещание: представители Tesco заявили, что они запретят использовать перерабатываемый пластик к 2019 в знак солидарности с решением проблемы пластмассового загрязнения.

Описание практики: с 2015 года торговая сеть Tesco начала реализовывать платные одноразовые пакеты. Выручка от их продажи составила 3,5 млн фунтов стерлингов (297 млн руб.). Эти средства передали в различные благотворительные фонды, поддерживающие локальные сообщества. Каждый раз при покупке многоразовой сумки покупателю выдаётся жетон, который он может опустить в ящик для голосования и поддержать понравившуюся инициативу.

Bags of Help



Рисунок 42. Голосование в поддержку финансирования местных сообществ

Источник: Tesco¹²⁶

¹²⁵ Co-op (URL: <https://www.thenews.coop/123707/sector/analysts-report-drop-co-ops-sales-market-share/>)

¹²⁶ Tesco (URL: <https://sustainability.tescoplс.com/sustainability/communities/topics/community-grants/bags-of-help/>)

Компания пытается привлечь внимание общественности к проблеме утилизации одноразовой упаковки. Если клиент забыл свой пакет, ему предлагают купить многоразовую сумку «Bag for Life», состоящую на 94% из переработанного пластика. По мере износа её можно бесплатно заменить. Что касается интернет-покупателей, то они по-прежнему могут выбрать одноразовый пакет для доставки продуктов или опцию «без пакета»¹²⁷.

Новые «пакеты для жизни» появились во всех торговых точках с 28 августа 2017 года. Их можно повторно использовать для бытовых целей, а также утилизировать с прочей пластиковой упаковкой. Эффективность использования упаковки «Bag for Life» проверена во время эксперимента, проведённого в Данди, Абердине и Нориче. Переход на двадцатипенсовые пакеты привёл к падению спроса на пластиковые пакеты на 25%. Вырученные средства компания использует для поддержки социальных проектов, реализуемых в местных общинах¹²⁸.

«Количество пакетов, которые покупают наши клиенты, уже значительно сократилось. Сегодняшний шаг (повышение цены) поможет нашим клиентам использовать ещё меньше пакетов, при этом я уверяю, что доход от их продаж продолжит финансировать тысячи выбранных клиентами местных проектов по всей стране. Это правильное решение для окружающей среды и для местных сообществ», – прокомментировал Мэтт Дэвис, генеральный директор Дивизиона Tesco Великобритании и Ирландия¹²⁹.

В период 07.04.2017-06.04.2018 в Tesco продали 332 млн пакетов, на общую сумму 16,6 млн фунтов стерлингов (1,4 млрд руб.).

¹²⁷ Unilad (URL: <https://www.unilad.co.uk/news/tesco-are-scrapping-5p-plastic-bags/>)

¹²⁸ Лаптев И. Информупак (URL: <https://informupack.ru/news/5359/>)

¹²⁹ Unilad (URL: <https://www.unilad.co.uk/news/tesco-are-scrapping-5p-plastic-bags/>)

Single use carrier bag reporting for England 7th April 2017 – 6th April 2018 as reported to Defra

Number of single carrier bags	332 million
Sales inc vat	£16,637,072.55
Sales ex Vat	£13,864,227.13
Reclaimable Costs	£-
Total Donations	£13,864,227.13

*April 2018

Рисунок 43. Статистика потребления одноразовых пакетов

Источник: Tesco¹³⁰

Сеть призвала правительство помочь основать постоянную инфраструктуру переработки, которая способствовала бы развитию экономики замкнутого цикла, в которой можно, по сути, вообще уйти от ОТХОДОВ.

Мистер Терри, пресс-секретарь Tesco, заявил: *«В идеале мы планируем прийти к системе замкнутого цикла. Мы будем работать с нашими поставщиками, чтобы провести редизайн производства и сократить применение всех упаковочных материалов. После совещания с нашими ведущими поставщиками в начале этого года мы постараемся отказаться от всей упаковочной продукции, которую тяжело переработать. Планируем сделать это к 2019 году»*. Эти трудно перерабатываемые материалы будут включать ПВХ, содержащийся в плёнке, полистирол, используемый в поддонах для пиццы, и водорастворимые биопластики.

В апреле Tesco присоединилась к Sainsbury's и Aldi, подписав первый договор о пластмассах, в котором они пообещали избавиться от одноразовой пластмассовой упаковки.

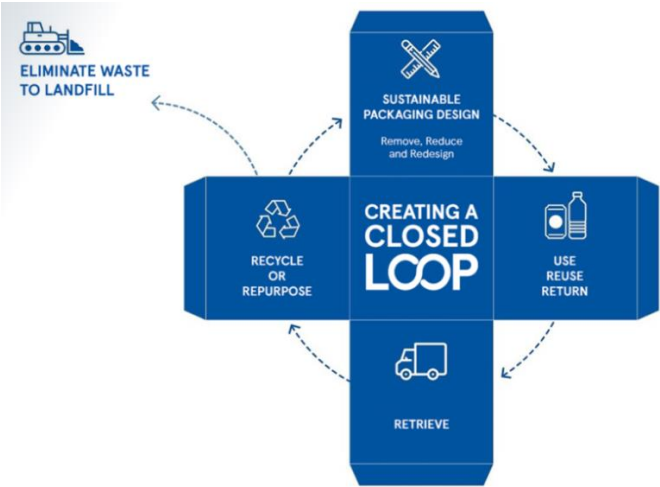
¹³⁰ Tesco (URL: <https://sustainability.tescoplс.com/sustainability/communities/topics/community-grants/bags-of-help/>)

(Tesco UK primary plastic packaging, Own Label, 2017)

Polyethylene-terephthalate (PET)	High-density polyethylene (HDPE)	Polypropylene (PP)	Other Polyethylene (PE)	Polyvinyl Chloride (PVC) & Polystyrene (PS)	Other plastics including laminates	Unspecified
57,671	28,689	19,639	10,948	3,820	728	12,827

Рисунок 44. Потребление различных видов пластика

Источник: Tesco¹³¹



Packaging

Target

To ensure we never use more packaging than is needed, and what we do use is from sustainable sources and goes on to be reused or recycled

Actions & KPIs

Actions	KPIs
1 Our packaging will be fully recyclable by 2025	UK: 83% Percentage weight of all own brand packaging meeting 'widely recycled' criteria
2 End the use of hard to recycle materials from our UK packaging by the end of 2019	UK: 2000 tonnes Tonnes of hard to recycle materials removed from our Own Brand packaging
3 All paper and board used will be 100% sustainable by 2025	Further information can be found here
4 Halve packaging weight by 2025 (2007 baseline)	UK: 31% Percentage reduction in average own brand pack weight per unit sold, including loose volumes (Baseline 2007)

Рисунок 45. Переход на экономику замкнутого цикла

Источник: Tesco¹³²

¹³¹ Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/sustainability/communities/topics/community-grants/bags-of-help/>)

¹³² Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/sustainability/communities/topics/community-grants/bags-of-help/>)

В дополнении к данному договору предполагается, что оставшийся в использовании пластик будет полностью перерабатываемым к 2025 году¹³³.

С ноября 2018 года в Tesco Малайзия заработала акция «Незабываемая сумка», в основе которой лежит идея сохранения морской фауны. В дизайне сумок использовались образы животных, находящихся под угрозой исчезновения. На каждую сумку нанесён штрихкод, при сканировании которого покупатель получал скидку в 20 сен с чека (3 руб.). На чек можно было получить скидку не более чем с двух сумок. Акция длилась до 31 декабря 2018 (рис. 46).

*«Мы сократили вдвое количество одноразовых пластиковых пакетов, выданных в наших магазинах в период между 2011 и 2017 годами, но темпы снижения недостаточны. Мы надеемся, что сможем ускорить сокращение использования пластиковых пакетов. Наша цель – сократить вдвое количество пластиковых пакетов в этом году в рамках кампании „Незабываемая сумка“», – сообщил Пол Ричи, генеральный директор Tesco Малайзия*¹³⁴.



Рисунок 46. Промо-материалы в поддержку перехода на многоразовые сумки

Источник: Tesco¹³⁵

¹³³ Independent (URL: <https://www.independent.co.uk/news/business/tesco-ban-non-recyclable-plastic-packaging-2019-single-use-bags-a8365976.html>)

¹³⁴ Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/updates/2018/tesco-malaysia-introduces-reusable-bags/?category=packaging>)

¹³⁵ Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/updates/2018/tesco-malaysia-introduces-reusable-bags/?category=packaging>)

Tesco призывает клиентов приносить собственные многоразовые контейнеры для свежего мяса, рыбы, сырной и гастрономической продукции. Сотрудники компании также предлагают это покупателям. Когда клиент подаёт свою упаковку, сотрудник взвешивает товар, заворачивает его в переработанную бумагу, наклеивает ценник на бумагу и кладёт в контейнер покупателя (рис. 47) ¹³⁶.



Рисунок 47. Промо-материалы, призывающие покупать развесные продукты с использованием собственного контейнера

Источник: Tesco ¹³⁷

26) Marks & Spencer

Страна: Великобритания

Описание ретейлера: самый крупный британский производитель одежды и 43 в списке крупнейших мировых ретейлеров (885 магазинов). Начиная с двухтысячных годов, компания дополнительно расширила бизнес, за счёт открытия направления продуктового ретейла.

¹³⁶ Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/updates/2018/bring-your-own-container-to-store/?category=packaging>)

¹³⁷ Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/updates/2018/bring-your-own-container-to-store/?category=packaging>)

Описание практики: Marks & Spencer первым из британских ретейлеров ввёл в конце 1960-х годов многоразовые системы упаковки при перевозке. Более 70% продуктов питания теперь транспортируется подобным образом, это снижает использование одноразовой упаковки приблизительно на 20 тыс. единиц ежегодно. В кафе M&S 99% из 52 млн заказываемых горячих напитков предлагаются в фарфоре многократного использования.

На сегодня клиенты используют на 80% меньше пластиковых пакетов, чем в 2008, экономя 4 млрд сумок. В продаже имеются сумки многоразового использования. Кроме того, из оборота выводятся подарочные карты, сделанные из пластика, что сокращает пластиковый мусор на 640 кг в год.

В этом году M&S модифицировали упаковку для попкорна, сократив её объём за счёт воздуха. Это экономит 37% пластика, используемого для производства одного пакета, или 75 тонн упаковки каждый год^{138 139 140 141}.

27) K-Market Ruokakippari (K-Group / Kesko)

Страна: Финляндия

Описание ретейлера: сеть финских продуктовых магазинов, работает на рынках Северной Европы, занимает долю в 36% на рынке продуктов питания Финляндии¹⁴².

¹³⁸ The Guardian (URL: <https://www.theguardian.com/environment/2017/jul/18/ms-slashes-plastic-use-in-food-packaging-to-cut-waste>)

¹³⁹ Marks & Spencer (URL: <https://corporate.marksandspencer.com/plan-a/food-and-household/product-standards/food-packaging-and-hardware>)

¹⁴⁰ Marks & Spencer (URL: <https://corporate.marksandspencer.com/plan-a/business-wide/waste-and-circular-economy>)

¹⁴¹ Marks & Spencer (URL: <https://corporate.marksandspencer.com/plan-a/our-plastics-plan>)

¹⁴² Statista (URL: <https://www.statista.com/topics/4230/grocery-retailers-in-finland/>)



Рисунок 48. Промо-материалы по продвижению многоразовой упаковки

Источник: Kesko¹⁴³

Описание практики: K-Group активно тестирует и разрабатывает новые способы для сокращения пластиковых отходов, содействия переработке и повторного использования пластмасс. Весной 2018 года K-Group изменила цены на свои сумки: пластиковые, бумажные и биоразлагаемые пакеты теперь продаются по унифицированной цене во всех продовольственных магазинах. K-Group надеется, что это изменение поможет клиентам поддерживать устойчивые потребительские практики, увеличив долю продаж многоразовых сумок.

K-Group следует целям ЕС по сокращению годового потребления пластиковых пакетов до 40 пакетов на душу населения к 2025 году. Цель K-Group – чтобы к концу 2018 года половина поставок рыбы в магазины Kesko была в картонных коробках. Одним из новых упаковочных решений в K-Market магазинах является DS Booster's Tuoreboxi (Fresh Box) – пригодная для повторного использования гофрокартонная альтернатива для транспортировки рыбы, мяса, ягод и замороженных продуктов.

¹⁴³ Kesko (URL: <https://kesko.fi/en/company/responsibility/sustainability-policies/keskos-plastics-policy-statement/>)

Tuoreboxi занимает меньше места, чем традиционные коробки из пенополистирола, что сокращает выбросы, связанные с транспортом. K-Market магазины также успешно приняли EcoFishBoxes на основе древесных волокон производства Stora Enso.

Обещание: «Мы сократим использование пластика и будем поддерживать инициативы по его переработке. Наша цель – к концу 2025 года сделать всю упаковочную продукцию нашего собственного бренда полностью перерабатываемой, многократной в использовании или разлагаемой. Мы планируем уменьшить количество пластика в упаковке нашего бренда до 20% к концу 2025 года»¹⁴⁴.

28) Ahold Delhaize

Страна: Нидерланды

Описание ретейлера: нидерландский ретейлер, основан более 150 лет назад, обладающий сетью супермаркетов, гипермаркетов, интернет-магазином, онлайн-магазином непродовольственных товаров, аптеками и магазинами спиртных напитков.

У компании 21 бренд, 375 тыс. сотрудников в 11 странах мира. Ahold Delhaize работает под следующими брендами: в США – Food Lion, Giant Martin's, Giant, Hannaford, Peapod, Stop&Shop; в Бельгии – Delhaize, Albert Heijn, bol.com; в Нидерландах – Albert Heijn, bol.com, Etos, Gall&Gall; в Центральной и Юго-восточной Европе – Albert, Ena food, Maxi, Tempo, Mega Image и ряде других. Еженедельно магазины группы компаний посещают свыше 50 млн покупателей.

Описание практики: Ahold Delhaize присоединился к глобальному обязательству «Новая экономика пластмасс», которое создано фондом Эллен МакАртур совместно с ООН. Соглашение акцентирует внимание на трёх пунктах:

¹⁴⁴ Kesko (URL: <https://kesko.fi/en/company/responsibility/sustainability-policies/keskos-plastics-policy-statement/>)

- Устранение излишнего использования пластиковых упаковок и переход от одноразового использования к многоразовому;
- Создание инноваций в производстве пластика, которые к 2025 году позволят повторно его использовать, перерабатывать или безопасно компостировать;
- Переход к значительному увеличению повторного использования или переработки продуктов и упаковок, сделанных из пластика.

Присоединение к соглашению подразумевает, что Ahold Delhaize будет ежегодно отчитываться о своём прогрессе в достижении указанных целей, что поможет обеспечить прозрачность выполнения обязательств. Это означает, что к 2025 году вся пластиковая упаковка будет состоять из материалов, полностью подлежащих переработке или компосту, количество перерабатываемых материалов в производстве упаковки увеличится, будет произведён отказ от ненужных одноразовых изделий в пользу многоразовых перерабатываемых альтернатив.

Гарантируется, что вся пластиковая упаковка не будет содержать опасных химических веществ, будет обеспечена забота о здоровье, безопасности и правах всех вовлечённых людей. Бренды Ahold Delhaize представили различные инициативы по оптимизации упаковки товаров для снижения содержания пластика. Например, Delhaize в Бельгии сократила ненужную пластиковую упаковку определённых органических продуктов, перейдя на «естественный брендинг» – процесс нанесения ярлыка с использованием лазера. Эти меры способствовали уменьшению пластиковой упаковки для одной только жёлтой тыквы на две тонны ежегодно, также наблюдается уменьшение упаковки на 13 тонн по всем категориям¹⁴⁵.

Обещание: *«Наши европейские бренды больше не распространяют бесплатные пакеты. Менеджмент наших американских брендов предпринимает шаги по сокращению одноразовых пакетов в США».*

¹⁴⁵ Ahold Delhaize (<https://www.aholddelhaize.com/en/about-us/stakeholder-interests/plastic-waste/>)

Цифры: в 2016 году бренды Stop & Shop и Giant сократили использование одноразовых пакетов на 1 млрд за счёт внедрения новых технологий упаковки и содействия использованию покупателями многоразовых пакетов. Все американские марки предоставляют и продвигают многоразовые сумки¹⁴⁶.

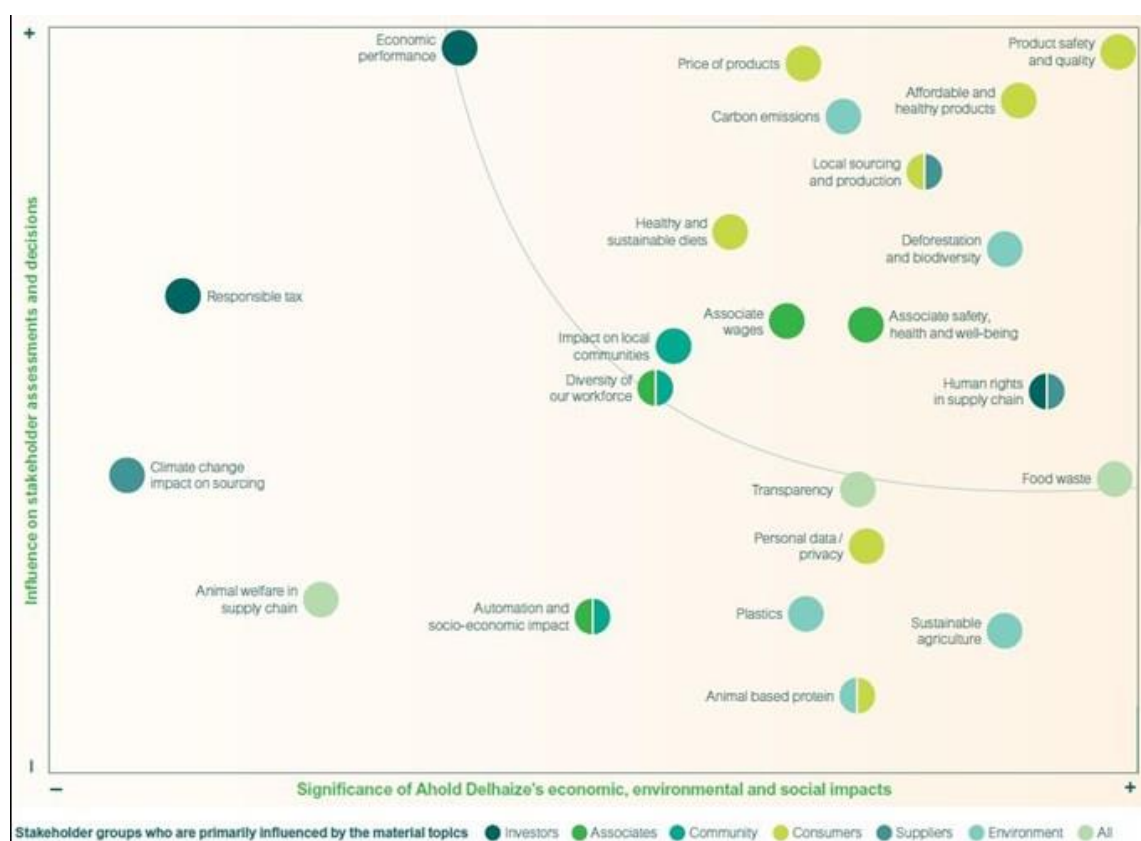


Рисунок 49. Сравнительная важность некоторых вопросов

Источник: Ahold Delhaize¹⁴⁷

Рисунок 49: в течение 2017 года среди внешних и внутренних стейкхолдеров провели анкетирование, чтобы выяснить наиболее важные для них и общества вопросы. Пластик получил относительно низкие баллы по шкале влияния на принимаемые стейкхолдерами решения и значительно более высокие по важности для Ahold Delhaize¹⁴⁸.

¹⁴⁶ Ahold Delhaize (URL: <https://www.aholddelhaize.com/en/about-us/stakeholder-interests/plastic-waste/>)

¹⁴⁷ Ahold Delhaize (URL: <https://www.aholddelhaize.com/en/sustainable-retailing/material-sustainability-topics/>)

¹⁴⁸ Ahold Delhaize (URL: <https://www.aholddelhaize.com/en/sustainable-retailing/material-sustainability-topics/>)

Дополнительно: в Нидерландах Albert Heijn планирует сократить вес всей упаковки на 5% в 2018 году и на 15% к 2020 году. Один из способов, которым они планируют воспользоваться – создание нового материала для упаковки фруктов, что позволит уменьшить потребление пластика на 300 тонн в год начиная с 2018 года. Инновации также коснулись линии ухода за бельём Albert Heijn, в которых новые концентрированные формулы уменьшают необходимость использования пластика на 42 тонны каждый год.

29) Spar South Africa

Страна: ЮАР

Описание ретейлера: Spar в Южной Африке появился в 1963 году, существуют четыре торговых сети: Spar, Spar Экспресс (работает совместно с Shell в качестве заправочных станций в магазине), Kwikspar (мини-магазины в туристических точках) и Superspar.

Описание практики: обращаясь к СМИ в «The Two Oceans Aquarium», Марио Сантана, управляющий директор Spar Western Cape, сказал: ***«Как один из ведущих ретейлеров Южной Африки, мы должны сыграть огромную роль в изменении культуры использования пластика в магазинах. Это уже вопрос не в том, должны ли мы присоединиться к глобальному обязательству по сокращению, повторному использованию и переработке, а в том, как это сделать».***

По этому случаю г-н Сантана объявил о введении полностью перерабатываемых пакетов в магазинах Западной Капской провинции и Намибии.

Кампания, поддерживаемая плакатами в магазинах, а также информацией в печатных СМИ и социальных сетях, призывает клиентов Spar взять на себя ответственность за проблему и полностью прекратить использование пластиковых пакетов для покупок.

Клиентам предлагается:

- Принести свою сумку для покупок;

- Купить коричневый бумажный пакет;
- Купить холщовый мешок;
- Нести продукты к своим автомобилям;
- И только как последний вариант, купить полиэтиленовый пакет, но утилизировать его.



Рисунок 50. Материалы природоохранного характера

Источник: Spar^{149 150}

¹⁴⁹ Spar (URL: <http://spar-international.com/news/spar-south-africa-cape-stores-go-plastic-bag-free/>)

¹⁵⁰ Spar (URL: <http://spar-international.com/news/spar-south-africa-introduces-new-eco-friendly-shopping-bags/>)

30) Pick n Pay

Страна: ЮАР

Описание ретейлера: Pick n Pay – вторая по величине сеть супермаркетов в Южной Африке, основанная в 1967 году. Магазины также есть в Ботсване, Замбии, Зимбабве, Лесото, Намибии, Свазиленде. Сеть насчитывает 1732 магазина. Также в группу входит сеть дискаунтеров Vohers (257 магазинов).

Описание практики: из продажи в Pick n Pay и Vohers убрали пластиковые соломинки.

В 2017 году сеть предложила к продаже многоразовые сумки, созданные из переработанного пластика. Поставщиком стала местная компания Township (township.co.za), дизайнеры которой вдохновляются африканским фольклором. Да и сама компания поддерживает местные сообщества.

«Мы поставляем широкий дизайнерский ряд пакетов многоразового использования, чтобы помочь клиентам сократить количества пластиковых пакетов. Township Group – принадлежащий женщинам кооператив – обеспечивает работой более 70 женщин, предоставив Pick n Pay с 2009 года более 600 тыс. многоразовых пакетов, изготовленных из биохлопка. В 2017 году мы продали почти 64 тыс. таких сумок (на 47% больше, чем в прошлом году) и более 1,29 млн Pick n Pay Green bags, сделанных из экологически чистой ткани. Наши пластиковые пакеты содержат не менее 30% переработанного материала»¹⁵¹.

В продаже есть ряд многоразовых сумок (рис. 51).

¹⁵¹ Pick n Pay (URL: <http://www.picknpay-ir.co.za/downloads/doing-good/sustainable-living-report/2017/sustainable-living-report-2017-new.pdf>)



Рисунок 51. Промо-материалы. Пакеты из вторичного сырья

Источник: Pick n Pay^{152 153 154}

¹⁵² Pick n Pay (URL: <http://www.picknpay-ir.co.za/downloads/investor-centre/results-and-presentations/2019/consolidated-fy19-results-presentation-20181016.pdf>)

¹⁵³ The South African (URL: <https://www.thesouthafrican.com/pick-n-pay-phase-out-plastic/>)

¹⁵⁴ Business Insider (URL: <https://www.businessinsider.co.za/pick-n-pay-introduce-new-plastic-bags-which-are-compostable-degradable-international-plastic-bag-free-day-2018-7>)

Заключение

Как показывает проведённый анализ, в мире существуют различные практики сокращения пластиковых отходов и стимулирования покупателей на переход к многоразовым альтернативам. Многие крупные ретейлеры (Walmart, Tesco, Amazon, Sainsbury, Kaufland, Carrefour) работают с поставщиками для сокращения объёма упаковки. Этот процесс начинается с промышленной упаковки, в частности, с перехода на многоразовые контейнеры для поставок овощей, применения принципов возвратной логистики. На складах ретейлеров сокращение упаковки происходит за счёт тестирования упаковки поставщика на прочность, и при положительном результате переупаковка не происходит. В торговом зале упаковка сокращается за счёт отказа от дополнительных слоёв, например, картонной коробки для тюбика зубной пасты. Carrefour (Франция) специально заключает особые, длинные контракты с поставщиками, предоставляя им гарантии, что инвестиции, сделанные для создания новых экологических материалов под стандарты ретейлера, гарантированно окупятся.

Многие ретейлеры заменяют одноразовый пластик на другие одноразовые альтернативы, более «дружественные» по отношению к окружающей среде. Этот шаг весьма противоречив. Результаты научных исследований свидетельствуют, что для производства бумажных пакетов, несмотря на имидж более экологичной упаковки, тратится больше энергии и воды, чем на производство аналогичного по размеру пластикового пакета.

Помимо одноразовых пакетов, в ретейле часто встречаются другие виды пластиковой упаковки. Вот только некоторые из них: подложки в мясной, рыбной, гастрономической секциях; упаковочная плёнка, особенно в секции фрукты-овощи; соломинки для напитков и одноразовая посуда в кафе при супермаркетах; прозрачный пластик для упаковки сыпучих материалов.

Группа исследователей во главе с Muthu проанализировала жизненный цикл четырёх видов потребительской упаковки. Наиболее дружественной для природы оказалась многоразовая сумка из нетканых материалов, далее – тканевая многоразовая сумка, затем – одноразовый пластиковый пакет, и замыкал список одноразовый бумажный пакет [Muthu и др., 2010].¹⁵⁵

Ранее ретейлеры раздавали одноразовые пакеты бесплатно. Эта тактика была продолжена и с многоразовыми сумками. В частности, New World раздал более двух миллионов сумок (на 4,6 млн жителей Новой Зеландии), а AEON (Япония) раздавал пластиковые корзины. Данная практика противоречива, так как покупатели обычно не ценят то, что получено бесплатно. Более интересной представляется практика эмоционального вовлечения потребителей. Coles (Австралия) реализует многоразовые сумки с рисунками детей, а Pick n Pay (Южная Африка) с принтом, отражающим местный колорит. Tesco (Малайзия), помимо эмоциональных триггеров (изображения морской фауны, которой угрожает исчезновение), использует рациональные мотивы – скидку с чека за использование собственной сумки.

Небольшие скидки за отказ от покупки одноразовых пакетов предлагает New World (Новая Зеландия), а Coles (Австралия) начисляет бонусы на карту лояльности при переходе на более устойчивые потребительские практики. Распространена практика перечисления средств, вырученных от продажи одноразовой упаковки, в благотворительные фонды (Coles, Tesco), причём покупатели сами могут принимать участие в выборе конкретных проектов, которые лучше поддержать в настоящий момент.

¹⁵⁵ Muthu, SS; Li, Y; Hu, JY; Mok, PY; Liao, XA. An Exploratory Comparative Life Cycle Assessment Study of Grocery Bags - Plastic, Paper, Non-woven and Woven Shopping bags // TEXTILE BIOENGINEERING AND INFORMATICS SYMPOSIUM PROCEEDINGS, VOLS 1-3, стр. 1603-1609, 2010

Asda (Великобритания) предлагает покупателям участвовать в конкурсе идей по сокращению пластика, где победители получают значительный денежный приз. Rewe, Edeka (Германия) и Delhaize (Бельгия) наносят информацию с помощью лазера прямо на поверхность овощей и фруктов, благодаря чему удаётся полностью отказаться от упаковочной плёнки и этикеток. В Tesco и Morrisons мясные и рыбные продукты могут упаковать в собственную тару клиента.

Важным направлением работы с потребителем является разъяснение позиции супермаркета по вопросу одноразового пластика. Покупателей следует мягко учить экологическому поведению. Это достигается благодаря информационным плакатам в торговом зале, секциям «Вопрос – Ответ» на корпоративном сайте и инструктажу персонала. Хотя процент экологически настроенных покупателей с течением времени растёт, остаётся существенная доля потребителей, недовольных отсутствием дешёвых альтернатив. Это может проявляться в повышении голоса, скандалах, агрессии, воровстве корзинок/тележек. В таких условиях особенно важно подключать персонал, чтобы объяснять, почему сеть поменяла политику.

Многие ретейлеры взяли добровольные обязательства по сокращению пластика в обороте. Чаще всего они выводят из продажи пластиковые ушные палочки, опасные для морских обитателей. Следом по популярности идут пластиковые трубочки, одноразовые чашки, стаканы для напитков. Такой лёгкий и мягкий пластик трудно собирать и перерабатывать, поэтому зачастую он заканчивает свой путь на мусорных полигонах или в океане, откуда может попасть в пищевые цепочки.

Ещё одной распространённой проблемой является микропластик – это твёрдые частицы синтетических полимеров размером менее 5 мм. Животные часто путают его с едой, что приводит к биоаккумуляции микропластика внутри живых организмов. Многие ретейлеры (Countdown, New World, Lidl, Morrisons) исключили из ассортимента продукцию, содержащую микропластик.

Из крупных ретейлеров наиболее жёсткие обязательства по сокращению пластика взял на себя менеджмент Iceland (Великобритания). К 2023 году они задекларировали отказ от использования пластика во всех продуктах собственного производства. Микроменеджмент касается всех этапов, например, они решили заменить пластиковые втулки чековых лент на перерабатываемые альтернативы, что ежегодно сэкономит 600 тыс. втулок.

Многие ретейлеры взяли на себя добровольные обязательства, в которых наиболее часто в качестве ориентира озвучен 2025 год – рубеж, когда вся упаковка должна быть перерабатываемой, многоразовой или компостируемой (Countdown, Carrefour, Kroger, Morrisons, Waitrose, Tesco, K-Market, Ahold Delhaize). Либо её должно стать существенно меньше по сравнению с сегодняшними объёмами (Lidl, Schwarz Group).

Проблема одноразового пластика становится всё более насущной на всех континентах, что выводит её на актуальный уровень новостной повестки. Крупнейшие ретейлеры прилагают усилия по переходу с одноразовой модели потребления на многоразовую не по причине альтруизма, а как следствие стратегического расчёта, учитывающего изменения в глобальном поведении потребителей, ужесточение природоохранного законодательства и выигрыш от увеличения ценности бренда. Российские продовольственные сети находятся на периферии этого глобального процесса. Это можно рассматривать как возможность для менеджмента сетей возглавить экологическое движение, создав образ *top-of-mind* в области дружественного отношения к окружающей среде, что в итоге приведёт к истинной лояльности, к улучшению бизнес-результатов.

Источники

1. UNEP (2018). SINGLE-USE PLASTICS: A Roadmap for Sustainability
2. ПБК (URL: <https://www.rbc.ru/business/28/01/2015/54c8049d9a7947ff54329cf0>)
3. ConservingNow (URL: <https://conservingnow.com/plastic-bag-consumption-facts/>)
4. Ivar do Sul, Juliana A., Barnes, David, Costa, Monica F., Convey, Peter, Costa, Erli S., Campos, Lúcia. (2011) Plastics in the Antarctic environment: Are we looking only at the tip of the iceberg? Oecologia Australis, 15. 150-170.
5. GfK (2017), Демидов А. Глобальные тренды и российский потребитель 2017 // По результатам международного исследования «GfK Consumer Life»
6. Euromonitor International (2017) Boumphrey S., Brehmer Z. Megatrend Analysis. Putting the Consumer at the Heart of Business
7. IBM Institute for Business Value (2017) Uniquely Generation Z. What brands should now about today's youngest consumers
8. Deloitte (2017) Основная цель развития до 2030 года: успешный бизнес и стабильное будущее. Взаимосвязь устойчивого развития и долгосрочного коммерческого успеха
9. Совместное исследование Effie Russia и КПИМГ в рамках Программы Effie и ООН по продвижению 17 Целей устойчивого развития ООН в России (2018)
10. UNEP (2018). SINGLE-USE PLASTICS: A Roadmap for Sustainability

11. Poortinga W., Sautkina E., Thomas G., Wolstenholme E. The English plastic bag charge: Changes in attitudes and behaviour. [Project Report]. Cardiff: Cardiff University, 2016
12. UNEP (2018). SINGLE-USE PLASTICS: A Roadmap for Sustainability
13. Официальный сайт Администрации Ленинградской области (URL: <http://old.lenobl.ru/news25976.html>)
14. Greenpeace, 2018 (URL: <https://act.greenpeace.org/page/22314/action/1?locale=ru-RU>)
15. Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/about-us/our-company>)
16. Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/community-environment/environmental-sustainability/our-commitment-to-phasing-out-single-use-plastic-carrier-bags>)
17. Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/community-environment/our-commitment-to-phasing-out-single-use-plastic-carrier-bags>)
18. Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/community-environment/our-commitment-to-phasing-out-single-use-plastic-carrier-bags>)
19. Countdown (URL: https://www.youtube.com/watch?v=rB62_pTPAzc)
20. Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/media/8686/countdown-cr-report-nov-2017.pdf>)
21. RNZ (URL: <https://www.radionz.co.nz/news/national/356809/countdown-begins-moves-to-go-plastic-free>)
22. Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/media/8651/countdown-2020-strategy.pdf>)

23. Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/media/8686/countdown-cr-report-nov-2017.pdf>)
24. Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/media/8686/countdown-cr-report-nov-2017.pdf>)
25. Countdown (URL: <https://www.countdown.co.nz/community-environment/environmental-sustainability/our-commitment-to-phasing-out-single-use-plastic-carrier-bags>)
26. New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/>)
27. New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/news/whats-next-for-bags/>)
28. Say Bags Not (URL: <https://bagsnot.org.nz/partners/newworld/>)
29. New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/bags-not/>)
30. New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/bags-not/>)
31. New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/microbead/>)
32. New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/microbead/>)
33. New World (URL: <https://www.newworld.co.nz/about-us/microbead/>)
34. Foodstuffs (URL: <http://www.foodstuffs.co.nz/our-brands/>)
35. Foodstuffs (URL: <https://www.stuff.co.nz/business/104566849/foodstuffs-earmarks-cotton-buds-in-latest-clampdown-on-plastic>)
36. Foodstuffs (URL: <https://www.stuff.co.nz/business/104566849/foodstuffs-earmarks-cotton-buds-in-latest-clampdown-on-plastic>)
37. Foodstuffs (URL: <http://www.foodstuffs.co.nz/reducing-plastic-bag-usage/>)

38. Foodstuffs (URL: <http://www.foodstuffs.co.nz/corporate-responsibility/environment/microbeads/>)
39. Foursquare (URL: <https://www.foursquare.co.nz/goodbye-single-use-plastic-checkout-bags/>)
40. Foursquare (URL: <https://www.foursquare.co.nz/goodbye-single-use-plastic-checkout-bags/>)
41. Foursquare (URL: <https://www.foursquare.co.nz/news/2018/8/3/no-more-checkout-bags/>)
42. Foursquare (URL: <https://www.foursquare.co.nz/news/2018/8/3/no-more-checkout-bags/>)
43. Foursquare (URL: <https://www.foursquare.co.nz/goodbye-single-use-plastic-checkout-bags/>)
44. Woolworth (URL: <https://www.woolworthsgroup.com.au/content/Document/Woolworths%20Group%202018%20Full-Year%20-%20Five%20Year%20Summary%20PDF.pdf>)
45. The Sidney Morning Herald (URL: <https://www.smh.com.au/business/companies/woolworths-bids-farewell-to-thin-plastic-bags-20180620-p4zmiw.html>)
46. Landcare Australia (URL: <https://landcareaustralia.org.au/junior-landcare/>)
47. Woolworths (URL: <https://www.woolworths.com.au/shop/discover/reusable-bags>)
48. Woolworths (URL: <https://www.woolworths.com.au/shop/discover/reusable-bags>)
49. Woolworths (URL: <https://www.woolworths.com.au/shop/discover/reusable-bags>)
50. Woolworths (URL: <https://www.woolworths.com.au/shop/discover/reusable-bags>)
51. Canstar Blue (URL: <https://www.canstarblue.com.au/>)

52. Canstar Blue (URL: <https://www.canstarblue.com.au/groceries/agree-supermarket-plastic-bag-ban/>)
53. Coles (URL: <https://shop.coles.com.au/a/a-national/promo/onlinebetterbags>)
54. REDcycle (URL: <http://www.redcycle.net.au/>)
55. Coles (URL: <https://www.coles.com.au/corporate-responsibility/sustainability/environment/bags>)
56. Plantic (URL: http://www.plantic.com.au/Latest_News/coles-plantic-joint-press-release)
57. Coles (URL: <https://www.coles.com.au/corporate-responsibility/sustainability/environment/community-bag-design>)
58. Coles (URL: <https://www.coles.com.au/corporate-responsibility/sustainability/environment#wasteandrecycling>)
59. Coles (URL: <https://www.coles.com.au/corporate-responsibility/sustainability/environment/bags>)
60. Coles (URL: <https://www.coles.com.au/corporate-responsibility/sustainability/commitments>)
61. Big W (URL: <https://www.bigw.com.au/reusable-bags>)
62. Big W (URL: <https://www.bigw.com.au/reusable-bags>)
63. AEON (URL: https://www.aeon.info/export/sites/default/common/images/en/environment/report/e_2017pdf/17_data_en_a4-2.pdf)
64. AEON (URL: https://www.aeon.info/export/sites/default/common/images/en/environment/report/e_2017pdf/17_data_en_a4-2.pdf)
65. Carrefour (URL: <http://www.carrefour.com/content/key-figures>)
66. Carrefour Qatar (URL: <https://www.carrefourqatar.com/en/service/reusable-bags>)
67. Carrefour (URL: <http://www.carrefour.com/news-releases/carrefour-is-the-first-french-retailer-to-commit-to-100-recyclable-reusable-or>)

68. Carrefour (URL: http://www.carrefour.com/sites/default/files/carrefours_packaging_commitment_may31st2018.pdf)
69. Carrefour (URL: <http://www.carrefour.com/news-releases/carrefour-is-the-first-french-retailer-to-commit-to-100-recyclable-reusable-or>)
70. Walmart (URL: <https://corporate.walmart.com/2018grr/>)
71. Walmart (URL: <https://www.walmart.com/c/ep/reusable-grocery-bags>)
72. Walmart (URL: <https://corporate.walmart.com/news/news-archive/2008/09/25/walmart-sets-goal-to-reduce-its-global-plastic-shopping-bag-waste-by-one-third>)
73. Walmart (URL: <https://www.walmartsustainabilityhub.com/project-gigaton>)
74. Walmart (URL: <https://www.walmartsustainabilityhub.com/project-gigaton/packaging>)
75. Statista (URL: <https://www.statista.com/topics/846/amazon/>)
76. Amazon (URL: <https://www.aboutamazon.com/sustainability/packaging>)
77. Amazon (URL: [https://d39w7f4ix9f5s9.cloudfront.net/1b/51/8ba805bd467d90fff7d6fd4c0f37/04.Top%20thumbnail%20_10%20year%20FFP%20press%20release%20FINAL%20\(6\).pdf](https://d39w7f4ix9f5s9.cloudfront.net/1b/51/8ba805bd467d90fff7d6fd4c0f37/04.Top%20thumbnail%20_10%20year%20FFP%20press%20release%20FINAL%20(6).pdf))
78. Amazon (URL: <https://www.amazon.com/b/?&node=5521637011>)
79. Amazon (URL: <https://blog.aboutamazon.com/sustainability/reducing-packaging-waste-one-order-at-a-time>)
80. Amazon (URL: <https://blog.aboutamazon.com/sustainability/reducing-packaging-waste-one-order-at-a-time>)

81. Amazon (<https://blog.aboutamazon.com/sustainability/5-things-you-dont-know-about-amazon-packaging>)
82. Investors.com (<https://www.investors.com/politics/editorials/krogers-plastic-bags-ban-environment/>)
83. Kroger (URL: <http://sustainability.kroger.com/>)
84. EPA (URL: <https://www.epa.gov/smm/wastewise>)
85. USA Today (URL: <https://www.usatoday.com/story/opinion/2018/08/23/kroger-plastic-bag-ban-reusable-recycle-straws-environment-column/1061723002/>)
86. Kroger (URL: <http://sustainability.kroger.com/>)
87. Rusverlag.de (URL: <http://www.rusverlag.de/2018/07/07/60692/%D1%81%D1%83%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D1%8B-lidl-rewe-%D0%B8-edeka-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%BB%D0%B6%D0%B0%D1%8E%D1%82-%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D1%8B%D0%B2.html>)
88. The Guardian (URL: <https://www.theguardian.com/environment/2018/sep/21/lidl-to-stop-using-black-plastic-fruit-and-vegetable-packaging>)
89. Lidl (URL: <https://www.lidl.co.uk/en/Packaging-and-plastic-12985.htm>)
90. Lidl (URL: <https://www.lidl.co.uk/en/Packaging-and-plastic-12985.htm>)
91. Kaufland (URL: <https://unternehmen.kaufland.de/unsere-verantwortung/machen-macht-den-unterschied/umwelt-und-klimaschutz.html#plastik>)

92. Aldi Nord (URL: <https://www.aldi-nord.de/unternehmen/verantwortung/ressourcenschonung/verpackungen.html>)
93. Rewe (URL: <https://www.rewe.de/nachhaltigkeit/nachhaltig-handeln/muell-vermeiden/>)
94. Rewe (<https://www.rewe.de/nachhaltigkeit/nachhaltig-handeln/muell-vermeiden/>)
95. ESM (URL: <https://www.esmmagazine.com/germanys-edeka-launches-laser-labelling-to-reduce-plastic-use/62849>)
96. Edeka (URL: <https://www.edeka.de/nachhaltigkeit/unsere-wwf-partnerschaft/nachhaltigkeitstipps/umwelt-schuetzen-im-alltag.jsp>)
97. Edeka (URL: https://www.edeka.de/nachhaltigkeit/unsere-wwf-partnerschaft/verpackungen/umweltfreundliche_verpackungen.jsp)
98. Defra (URL: <https://www.gov.uk/government/publications/carrier-bag-charge-summary-of-data-in-england/single-use-plastic-carrier-bags-charge-data-in-england-for-2016-to-2017>)
99. Co-op (URL: <https://www.thenews.coop/123707/sector/analysts-report-drop-co-ops-sales-market-share/>)
100. The Guardian (URL: <https://www.theguardian.com/environment/2018/feb/05/asda-joins-wave-of-supermarkets-pledging-to-cut-plastic-waste>)
101. TheUK.one (URL: <https://theuk.one/borba-s-plastikom-asda-otkazyaetsya-ot-polietilenovyx-paketov-za-5-pensov/>)
102. Co-op (URL: <https://food.coop.co.uk/food-ethics/environmental-impacts/packaging-and-recycling>)
103. Co-op (URL: <https://food.coop.co.uk/>)
104. Co-op (URL: <https://food.coop.co.uk/>)
105. Co-op (URL: <https://food.coop.co.uk/food-ethics/carrier-bags/>)
106. Iceland (URL: <http://about.iceland.co.uk/our-story/>)
107. Iceland (URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EVNrKD1Rc-k>)

108. Iceland (URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QnFESMWOaiE>)
109. Iceland (URL: <http://about.iceland.co.uk/our-power-for-good/reducing-waste/>)
110. Iceland (URL: <https://www.iceland.co.uk/environment/updates/>)
111. Iceland (URL: <https://www.iceland.co.uk/>)
112. Iceland (URL: <https://www.iceland.co.uk/environment/updates/>)
113. Morrisons (URL: <https://www.morrisons-corporate.com/cr/>)
114. Morrisons (URL: <https://www.morrisons-corporate.com/cr/>)
115. WRAP (URL: https://www.youtube.com/watch?time_continue=115&v=s138S0keHSM)
116. Morrisons (URL: <https://www.morrisons-corporate.com/cr/>)
117. Morrisons (URL: <https://www.morrisons-corporate.com/cr/changing-our-use-of-plastic/>)
118. Morrisons (URL: https://www.morrisons-corporate.com/cr/report-2018/static/downloads/Morrisons_CR_Report_2018.pdf)
119. John Lewis Partnership (URL: <http://www.johnlewispartnership.co.uk/content/dam/cws/pdfs/our-responsibilities/2018/jlp-cr-report-201718-digital.pdf>)
120. Waitrose (URL: https://www.waitrose.com/home/about_waitrose/our_company/corporate_social_responsibility.html)
121. Sainsbury (URL: <https://www.about.sainsburys.co.uk/making-a-difference/environment>)
122. Sainsbury (URL: <https://www.about.sainsburys.co.uk/about-us/our-vision>)
123. Sainsbury (URL: <https://www.about.sainsburys.co.uk/making-a-difference/environment>)
124. Sainsbury (URL: https://www.about.sainsburys.co.uk/~media/Files/S/Sainsburys/documents/our-stories/sainsburys_plastic_bags.pdf)

125. Co-op (URL: <https://www.thenews.coop/123707/sector/analysts-report-drop-co-ops-sales-market-share/>)
126. Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/sustainability/communities/topics/community-grants/bags-of-help/>)
127. Unilad (URL: <https://www.unilad.co.uk/news/tesco-are-scrapping-5p-plastic-bags/>)
128. Лаптев И. Информупак (URL: <https://informupack.ru/news/5359/>)
129. Unilad (URL: <https://www.unilad.co.uk/news/tesco-are-scrapping-5p-plastic-bags/>)
130. Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/sustainability/communities/topics/community-grants/bags-of-help/>)
131. Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/sustainability/communities/topics/community-grants/bags-of-help/>)
132. Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/sustainability/communities/topics/community-grants/bags-of-help/>)
133. Independent (URL: <https://www.independent.co.uk/news/business/tesco-ban-non-recyclable-plastic-packaging-2019-single-use-bags-a8365976.html>)
134. Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/updates/2018/tesco-malaysia-introduces-reusable-bags/?category=packaging>)
135. Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/updates/2018/tesco-malaysia-introduces-reusable-bags/?category=packaging>)
136. Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/updates/2018/bring-your-own-container-to-store/?category=packaging>)
137. Tesco (URL: <https://sustainability.tescopl.com/updates/2018/bring-your-own-container-to-store/?category=packaging>)

138. The Guardian (URL: <https://www.theguardian.com/environment/2017/jul/18/ms-slashes-plastic-use-in-food-packaging-to-cut-waste>)
139. Marks & Spencer (URL: <https://corporate.marksandspencer.com/plan-a/food-and-household/product-standards/food-packaging-and-hardware>)
140. Marks & Spencer (URL: <https://corporate.marksandspencer.com/plan-a/business-wide/waste-and-circular-economy>)
141. Marks & Spencer (URL: <https://corporate.marksandspencer.com/plan-a/our-plastics-plan>)
142. Statista (URL: <https://www.statista.com/topics/4230/grocery-retailers-in-finland/>)
143. Kesko (URL: <https://kesko.fi/en/company/responsibility/sustainability-policies/keskos-plastics-policy-statement/>)
144. Kesko (URL: <https://kesko.fi/en/company/responsibility/sustainability-policies/keskos-plastics-policy-statement/>)
145. Ahold Delhaize (<https://www.aholddelhaize.com/en/about-us/stakeholder-interests/plastic-waste/>)
146. Ahold Delhaize (URL: <https://www.aholddelhaize.com/en/sustainable-retailing/material-sustainability-topics/>)
147. Ahold Delhaize (URL: <https://www.aholddelhaize.com/en/sustainable-retailing/material-sustainability-topics/>)
148. Ahold Delhaize (URL: <https://www.aholddelhaize.com/en/about-us/stakeholder-interests/plastic-waste/>)

149. Spar (URL: <http://spar-international.com/news/spar-south-africa-cape-stores-go-plastic-bag-free/>)
150. Spar (URL: <http://spar-international.com/news/spar-south-africa-introduces-new-eco-friendly-shopping-bags/>)
151. Pick n Pay (URL: <http://www.picknpay-ir.co.za/downloads/doing-good/sustainable-living-report/2017/sustainable-living-report-2017-new.pdf>)
152. Pick n Pay (URL: <http://www.picknpay-ir.co.za/downloads/investor-centre/results-and-presentations/2019/consolidated-fy19-results-presentation-20181016.pdf>)
153. The South African (URL: <https://www.thesouthafrican.com/pick-n-pay-phase-out-plastic/>)
154. Business Insider (URL: <https://www.businessinsider.co.za/pick-n-pay-introduce-new-plastic-bags-which-are-compostable-degradable-international-plastic-bag-free-day-2018-7>)

