



— Товары Procter & Gamble в многоразовой упаковке для проекта Loop



в магазине Loop в США, а французские потребители более скептически настроены и требуют от всех брендов, которые можно приобрести в Loop, доказательств своей экологичности и стремления к устойчивому развитию не только с точки зрения упаковки. Кроме того, мы выявили три важнейших фактора, необходимых для того, чтобы проект Loop действительно изменил мир. Это безотходность — наши потребители стремятся полностью избавиться от проблем, связанных с управлением отходами и ограниченным простран-

ством. Также это практическое удобство, в том числе с точки зрения цены и ассортимента — сервис должен быть беспроблемным и как минимум сопоставимым по стоимости доставки с лучшими предложениями на рынке. И при этом Loop должен обеспечивать широкий выбор продукции.

Еще один важный фактор — премиальность. Наши потребители ждут от товара или бренда превосходства не только в упаковке, но и в качестве, рассчитывая, что он будет лучше, чем любой другой.

**В будущем году планируется запустить Loop в других регионах. В каких?**

Мы продолжаем сбор данных на пилотных рынках Парижа и Нью-Йорка, но считаем необходимым получить отзывы потребителей и в других странах. В 2020 году мы запускаем проект в Токио. Покупательские привычки японцев очень отличаются от привычек большинства западных рынков, а Токио — это город с высокоразвитой культурой переработки мусора среди населения. К примеру, токийские потребители повседневно покупают еду, напитки и бытовые товары в удобных автоматах. Часто еда в них упакована в несколько слоев пластика (например, каждое печенье в коробке упаковывается отдельно). Уровень вторичной переработки высокий: люди прилежно сортируют использованную упаковку и раскладывают ее по специальным контейнерам у дома, офиса, в супермаркетах или на вокзалах. Поэтому испытание такой модели повторного использования и наполнения упаковки, как Loop, в Токио будет своеобразным стресс-тестированием. Loop запускает новый потребительский навык, которая дает нам возможность изучить различные проблемы принятия потребителем такой модели и адаптации к ней, извлекая из этого полезные выводы.

**С какими розничными партнерами работает Loop? Где еще кроме сайта Loop можно купить такие товары P&G?**

В настоящее время эксклюзивным партнером Loop в Париже является сеть супермаркетов Carrefour, а в Нью-Йорке — сети Kroger и Walgreens. Сейчас эти розничные партнеры интегрируют интерфейс заказов Loop в собственные сайты, а затем добавляют функционал сдачи упаковки и получения заказов в магазинах, фактически создавая в них целые ряды и отделы без упаковочного мусора.

**Какие меры по внедрению перерабатываемой (в том числе в более ценные материалы) упаковки принимает P&G помимо работы с Loop?**

Мы активно работаем над системой снижения объема пластиковых отходов на всех этапах операционной деятельности компании и реализуем модели замкнутого цикла, привлекая партнеров из самых разных сфер.

Как производитель товаров народного потребления, мы стремимся производить упаковку уже с расчетом на ее неоднократную эксплуатацию. К 2030 году мы намерены полностью перейти на вторично перерабатываемую или повторно используемую упаковку. К примеру, российским потребителям мы предлагаем шампунь Head & Shoulders в полностью перерабатываемых бутылках, на 25% состоящих из переработанного пластика. Кроме того, мы взяли обязательство к 2030 году на 50% сократить использование первичного пластика в упаковке. Это масштабная цель, которую мы планируем достигнуть за счет облегчения упаковки, расширенного применения переработанного пластика, а также использования альтернативных материалов по мере целесообразности. По нашим оценкам, это позволит нам отказаться от использования более 300 тыс. тонн первичного пластика в год.

Мы обязались найти способы покончить с загрязнением пластиком Мирового океана. Поэтому мы занимаем ключевую позицию в работе Альянса по прекращению загрязнения пластиком (AEPW), в рамках которого вместе с другими компаниями инвестируем в инфраструктуру для сбора, вторичной переработки и повторного использования пластика.

Мы объединили силы с такими организациями, как проект «Океан» (The Ocean Project), TerraCycle и Проект по переработке (The Recycling Project), в рамках ряда инициатив, которые дают людям возможность и побуждают их занимать более активную позицию в вопросе вторичной переработки мусора. Изменение мышления и создание позитивных стимулов поможет людям увидеть в пластиковом мусоре ресурс, который не нужно выбрасывать. Например, в этом году мы запустили в России стратегическое партнерство с сетью гипермаркетов «Лента». Программа «Я выбираю чистую Россию!» призвана привлечь внимание россиян к проблеме ответственного потребления. В ходе первого этапа программы мы занимались сбором пластика и чистили парки — участие приняли более 5 тыс. волонтеров. Второй этап реализовывался в сотрудничестве с Всемирным фондом дикой природы в России. Мы передали 6 млн руб. на проект WWF по сохранению уникальной экосистемы бассейна реки Амур, одной из десяти крупнейших рек мира, которые несут в океаны максимальный объем пластикового мусора.

Мы разработали революционную технологию, которая позволяет очищать и перерабатывать полипропилен для вторичного использования. Для масштабирования технологии мы передали лицензию компании PureCycle, чтобы перерабатывать полипропилен смогли и другие производители. Стабильная выработка высококачественного вторично перерабатываемого и возобновляемого полипропилена позволит обеспечить для этого сырья выгодный стоимостно-ценностный баланс и повысит спрос на него. Кроме того, P&G в Европе выступает инициатором установки мировых стандартов для технологий упаковочных водяных знаков и меток, призванных упростить разделение отходов на сортировочных и перерабатывающих предприятиях.

Беседовала Анна Минакова