

ПЕРЕПРОИЗВОДСТВО
И НЕСОГЛАСОВАННОСТЬ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ
С ЭКОЛОГИЕЙ ПРИВЕЛИ
К ИЗМЕНЕНИЯМ
КЛИМАТА, ОТРИЦАТЬ
КОТОРЫЕ СТАНОВИТСЯ
НЕВОЗМОЖНО

Скорость, с которой бренды переходят на устойчивое производство, пока недостаточна для борьбы с потенциальной экологической катастрофой. Процесс замедляется и из-за того, что рынок продолжает обрастать новыми продуктами и марками, которые все реже удивляют. Очередной тон, вариация аромата или перезапуск палетки? Они уже не находят отклика среди покупателей: в России оборот у сетевых парфюмерных магазинов и дрогери в текущем году упал на 7%, в Америке за один день на 30% упали биржевые котировки косметического ритейлера Ulta Beauty, после того как компания снизила свой прогноз по продажам за год.

Другая информация для размышления: 90% всего существующего пластика — это первичный, то есть не подвергавшийся переработке, пластик. Перепроизводство и несогласованность промышленности с экологией привели к изменениям климата, отрицать которые становится невозможно. Из-за повышения среднегодовых температур тают льды в арктических зонах, вымирают кораллы и разрушаются целые экосистемы. Недавно выяснилось, что для кораллов вредны популярные солнцезащитные компоненты косметики оксibenзон и октиноксат. С 1 января 2021 года на Гавайях будет запрещено продавать без рецепта средства с этими веществами в составе. Не исключено, что в скором времени небезопасным признают и оксид цинка, исследования по которому ведутся сейчас. В компании Biotherm уже исключили из состава продуктов опасные для кораллов вещества, а также в целом сделали формулу солнцезащитных средств на 96% биоразлагаемой. В рамках своей экоинициативы Water Lovers марка разработала планы до 2025 года: в упаковке полностью отказаться от пластика, выработанного из ископаемых ресурсов, спонсировать программы по сбору пластикового мусора на пляжах совместно с WWF в Китае и по защите океана вместе с фондом Mission Blue. О пожертвованиях позаботился и бренд Caudalie: с 2012 года он перечислил почти

\$12 млн от своих продаж природоохранным организациям.

С несколькими фондами работает по экологической тематике австралийская марка Kevin Murphy. А в этом году она стала первой в индустрии, вошедшей в программу 100% Ocean Waste Plastic: теперь вся упаковка этого производителя полностью сделана из переработанного пластика, выловленного в океане.

В социальных сетях теперь актуально делиться шокирующими данными об экологической ситуации, рассказывать о том, куда относить пластик и как использовать пустые стеклянные флаконы.

Интерактивную экоинициативу успешно внедрили в компании Mugler, установив в магазинах по всему миру аппараты для повторного заполнения флаконов духами бренда Alien и Angel. Экономия — почти в полтора раза. Еще одна станция парфюмерной дозправки установлена в корнере Cartier в ЦУМе. Ароматы наливают в декорированные золотистыми деталями атомайзеры рубинового цвета и упаковывают в бархатный мешочек — чем не повод поделиться такой красотой в Instagram. Такие примеры ответственного подхода к потреблению должны быть массовыми. «Мы уделяем внимание экологичному подходу с самого основания проекта», — рассказывает PR-директор сети салонов Kynsi Nata Орешникова. — Это выразилось и в выборе брендов: Kevin Murphy, Christina Fitzgerald, La Ric, St. Barth, Rolland. Мы делаем пилочный маникюр, используя не одноразовые пластиковые основания, а

металлические, которые дезинфицируются в автоклаве. Также отказались от пластиковых трубочек в пользу бумажных и вместо полиэтиленовых пакетов используем крафтовые».

Пройдет еще несколько лет, пока разные страны примут законы и введут запреты на использование полиэтиленовых пакетов и одноразовых пластиковых предметов. Как мы можем помочь природе? Уменьшать употребление пластика, распространять информацию о том, какие последствия ждут планету в результате переизбытка отходов и в целом перепроизводства, научиться правильно сортировать мусор, а главное — сократить количество бессмысленных покупок.

