

ИСТОРИЯ СИНЕГО ПАКЕТА КАК «Л'ЭТУАЛЬ» ЗАБОТИТСЯ О ПРИРОДЕ АНАСТАСИЯ НОВИКОВА



— Один из магазинов «Л'Этуаль» и многоразовая холщовая сумка для покупок

Годовая выручка в €1,5 млрд, 40 млн покупателей и 60 млн пробитых чеков, 2 млн проданных за 12 месяцев тушей и более 500 брендов в ассортименте. Эти цифры красноречиво говорят о позициях сети парфюмерно-косметических магазинов «Л'Этуаль» на российском рынке. Говорит о них и то, что каждая вторая женщина в России — ее клиентка. Но «Л'Этуаль» — история не только про большие деньги, инвестиции, клиентоориентированность и развитие электронной коммерции. Марка придерживается политики социальной ответственности и заботится о природе.

В 2019 году сеть «Л'Этуаль» сменила слоган. Теперь он звучит так — «На одной волне с тобой». Быть «на одной волне» марка стремится и с природой. Начало было положено, когда «Л'Этуаль» полностью перешла на электронный документооборот. Это произошло два года назад. Раньше компания платила большие деньги за склады, где хранились тонны бумажных архивов. Сегодня их нет, а транспортная логистика ритейлера также осуществляется электронным образом. Сразу вспоминается опыт голландской авиакомпании KLM. На борту ее самолетов не встретишь бумажную прессу, которую предлагают пассажирам. Свежий номер газеты можно прочесть только в мобильном приложении. Кроме этого, пилоты получают планы полетов в электронном виде, а в офисах на земле бумажная документация давно уступила место электронной. Что касается «Л'Этуаль», то переход марки на электронный документооборот позволил сэкономить 750 тонн древесины в год и спасти от вырубки 2 тыс. деревьев.

Вслед за документооборотом в «Л'Этуаль» задумались о поиске максимально экологичной упаковки для своих товаров. «Первое, что пришло в голову, — отказаться от пакетов и перейти на бумагу. Но когда мы подсчитали, сколько древесины придется использовать, то поняли, что это будет нечестная история. Мы ничего не сэкономим, а только будем вырубать леса», — рассказывает генеральный директор компании Татьяна Володина. Тогда в «Л'Этуаль» стали изучать разные виды биопакетов. В качестве экспертов привлекли природоохранные организации, и они не одобрили ни одного из рассматриваемых

вариантов. В итоге в «Л'Этуаль» решили остановиться на существующем пакете, но сделать его максимально долговечным и перерабатываемым. Компания отказалась от ламинирования, а пункты приема в переработку появились прямо в магазинах марки. Теперь из остатков пластика делают **очистители для аквариумов**. Нет ничего зазорного в том, чтобы использовать пакет повторно, уверены в «Л'Этуаль». «Чем дольше он будет жить, тем чище будет природа», — говорит Татьяна Володина. Чтобы убедить клиентов не выбрасывать упаковку после разового употребления, марка даже завела в Instagram страницу — «Интересная жизнь синего пакета». Кстати, в дополнение к многоразовым пакетам сеть выпускает и холщовые сумки.

Еще одну инициативу по защите природы в «Л'Этуаль» назвали «эко-глянец». Речь идет о выпуске корпоративного журнала марки, тираж которого около 500 тыс. экземпляров. «Издание выходит на неламинированной бумаге, мы получаем ее из древесины лесов, которые восстанавливаются», — поясняет Татьяна Володина.

«Л'Этуаль» заботится не только о природе. Еще одно важное для бренда социальное направление — помощь тем, кто в ней нуждается. У компании сложилась традиция благотворительных партнерств с бьюти-марками. Совместно с брендом Hugo Boss было собрано больше 6 млн руб. для подопечных Фонда Константина Хабенского, а с маркой Max Factor — 3 млн руб. для фонда «Галчонок». В конце 2019 года «Л'Этуаль» привлекла к сотрудничеству одного из самых ярких современных российских журналистов Юрия Дудя. Вместе они объявили конкурс на лучшие социальные региональные проекты. Также накануне 8 Марта 2020 года «Л'Этуаль» запустила акцию «Чужих мам не бывает». В партнерстве с маркой Lanvin компания решила перечислить по 100 руб. от продажи каждого флакона аромата A girl in Capri фонду «Старость в радость». «Мы в начале большого пути, у которого нет конца», — отмечает Татьяна Володина. И заверяет, что «Л'Этуаль» продолжит следовать принципам устойчивого развития.