

Главному исполнительному директору «X5 Retail Group N.V.»
Генеральному директору ЗАО «Торговый дом ПЕРЕКРЁСТОК»
Генеральному директору ООО «АГРОТОРГ»
Гипермаркет «КАРУСЕЛЬ» ОБП ЗАО «ТД Перекрёсток»
Генеральному директору ПАО «Магнит»
Президенту ООО «Ашан»
Генеральному директору управляющей Организации ПАО «ДИКСИ Групп»
Генеральному директору ООО «Лента»

Уважаемые руководители торговых сетей!

В России каждый год образуется порядка трёх миллионов тонн полимерных отходов в структуре отходов потребления, большая часть из которых — это одноразовая тара и упаковка.

Почти весь этот одноразовый пластик направляется на свалки, так как он плохо извлекается из общего потока твёрдых коммунальных отходов (ТКО), и поэтому имеет низкий уровень переработки. Объём переработки полимерных отходов в составе ТКО в России не превышает в настоящий момент 12%.

На свалках полимерная упаковка и пакеты распадаются на мелкие части и попадают в окружающую среду, загрязняя почву, поверхностные и подземные воды. Животные зачастую принимают частицы пластика за еду и погибают. В конечном счёте пластик возвращается в организм человека с водой или пищей. Микропластик обнаруживают в большинстве образцов соли, воды, пива, в организме человека. Проблема пластикового загрязнения вынесена на мировой уровень.

Многие зарубежные ретейлеры, не дожидаясь законодательных ограничений, взяли на себя добровольные обязательства и разработали политику по сокращению своего пластикового следа, а также мероприятия по уменьшению или отказу от излишней, трудноперерабатываемой, одноразовой упаковки. В числе таких Countdown, Carrefour, Kroger, Morrisons, Waitrose, Tesco, K-Market, Ahold Delhaize, Lidl, Schwarz Group. Десятки стран на законодательном уровне запретили одноразовые пластиковые пакеты и ограничили использование других видов пластиковой упаковки.

Вы можете влиять одновременно на поставщиков и покупателей, и я выражаю уверенность, что вы и ваша компания сможете справиться с засильем одноразового пластика и предоставить покупателям возможность приобретать товар без излишней упаковки. Тем более, что есть множество уже реализованных инициатив, которые можно использовать как пример.

Прошу вас не принимать ошибочные решения в реализации ваших изменений. Например, так называемые оксобиоразлагаемые пакеты не являются альтернативным решением. Доказано, что такой пластик полностью не разлагается, а лишь ускоренно распадается на микрочастицы пластика, опасного для природы и человека. Самое верное решение проблемы пластиковой упаковки — переход на многоразовые альтернативы. Это доказывает и международный опыт крупнейших ретейлеров, и некоторые примеры российской практики розничной торговли.

Я призываю вас приложить усилия к тому, чтобы ваша компания, как один из лидеров российского рынка розничной торговли, стала лидером и в социальной ответственности перед покупателями, российской природой и будущим нашей страны. И поэтапно реализовала в магазинах и сервисах (кафе, доставка) следующие меры и инициативы по сокращению образования пластиковых отходов:

1. Разработать и принять политику, а также план поэтапного сокращения оборота и использования одноразовых и трудноперерабатываемых (многослойных, композитных, немаркированных) товаров, тары и упаковки, опубликовать её и обеспечить открытость данных по объёмам образования пластиковых отходов, доле их утилизации.
2. Поэтапно отказаться от использования трудноперерабатываемых (с маркировкой 3, 6, 7, немаркированных, композитных, ПЭТ-плёнки и т. д.) типов пластика в товарах и упаковке, а также от излишней упаковки товаров через влияние на поставщиков, на процесс производства собственных торговых марок и модернизацию внутренних процессов.
3. Воздержаться от использования биопластиков и оксополимеров, не предлагать их, а также одноразовую бумажную упаковку в качестве альтернативы в связи с тем, что они также способствуют излишнему образованию отходов и являются ошибочным одноразовым решением.
4. Предлагать в магазинах сети альтернативные многоразовые упаковочные решения (сумки, тару, фасовочные мешочки) и обеспечить информирование покупателей об их преимуществах.
5. Увеличить в ассортименте долю развесной продукции без упаковки и обеспечить возможность использования собственной тары при покупке такой продукции.
6. Сократить использование одноразовых пластиковых изделий для продукции на вынос и при предоставлении услуг.
7. Минимизировать упаковку и предоставить выбор способа упаковки при оформлении интернет-заказов, а также внедрить механизм возвратной тары (в том числе пакетов);.
8. Разработать и принять стандарты упаковки для продукции собственной торговой марки, предполагающие использование меньшего количества ресурсов, отсутствие потенциально опасных химических веществ или материалов, а также трудноперерабатываемых пластиков, применение вторичных материалов, повторное использование и 100 % переработку.
9. Пересмотреть ассортимент одноразовых пластиковых изделий (соломинки, стаканы, ватные палочки, зубочистки и т. д.), поэтапно выводя их из ассортимента и заменяя на устойчивые и многоразовые альтернативы.

Прошу вас проинформировать меня о ваших планах по сокращению образования пластиковых отходов.