

Специалисты НИУ ВШЭ изучили лучшие практики зарубежных продуктовых ретейлеров, рассмотрев 30 кейсов по отказу сетей от пластиковых пакетов, трубочек, товаров с микропластиком и по использованию лазерной маркировки на органических продуктах вместо стикеров. Выводы исследования представители ВШЭ презентовали в рамках спецзаседания Совета по правам человека, посвящённого вопросам предотвращения образования отходов. «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», — заключают эксперты Высшей школы экономики.

Подробнее: <https://greenpeace.ru/news/2019/03/28/greenpeace-i-vysshaj-shkola-jekonomiki-vypustili-issledovanie-ob-otkaze-supermarketov-ot-plastika/>, <http://president-sovet.ru/presscenter/news/read/5352/>