12 апреля 2019, Москва

Ритейлеры в тренде Nudge.

Влияние на экологичное поведение потребителей и бизнес-выгоды.

Лебедев

Александр Валерьевич, MBA

Менеджмент в ретейле ВШЭ

Теория Талера о подталкивании: Nudging

Теория подталкивания (англ. nudge theory) — концепция в психологии, политологии и экономике, предлагающая влиять на процесс принятия групповых и индивидуальных решений посредством положительного подкрепления и непрямых указаний. Согласно данной теории, подталкивание к действию не менее эффективно, чем принуждение к действию или рекомендация.

Базовая идея: люди совершают выбор либо рационально, подумав, либо автоматически, особо не задумываясь. Поэтому очень часто можно развернуть человека в нужную сторону, сделав его выбор автоматическим.

Потребление пластиковых пакетов

- Мировое потребление пластиковых пакетов – более 1.000.000 единиц в минуту;
- В среднем, потребитель использует пакет в течение 12 минут, природа перерабатывает пластик до тысячи лет;
- 1 пакет из 200 идет на вторичную переработку.

Ответственность за образование потребительского пластика во многом лежит на ретейлерах.

Источник: ConservingNow (URL: https://conservingnow.com/plastic-bag-consumption-facts/)

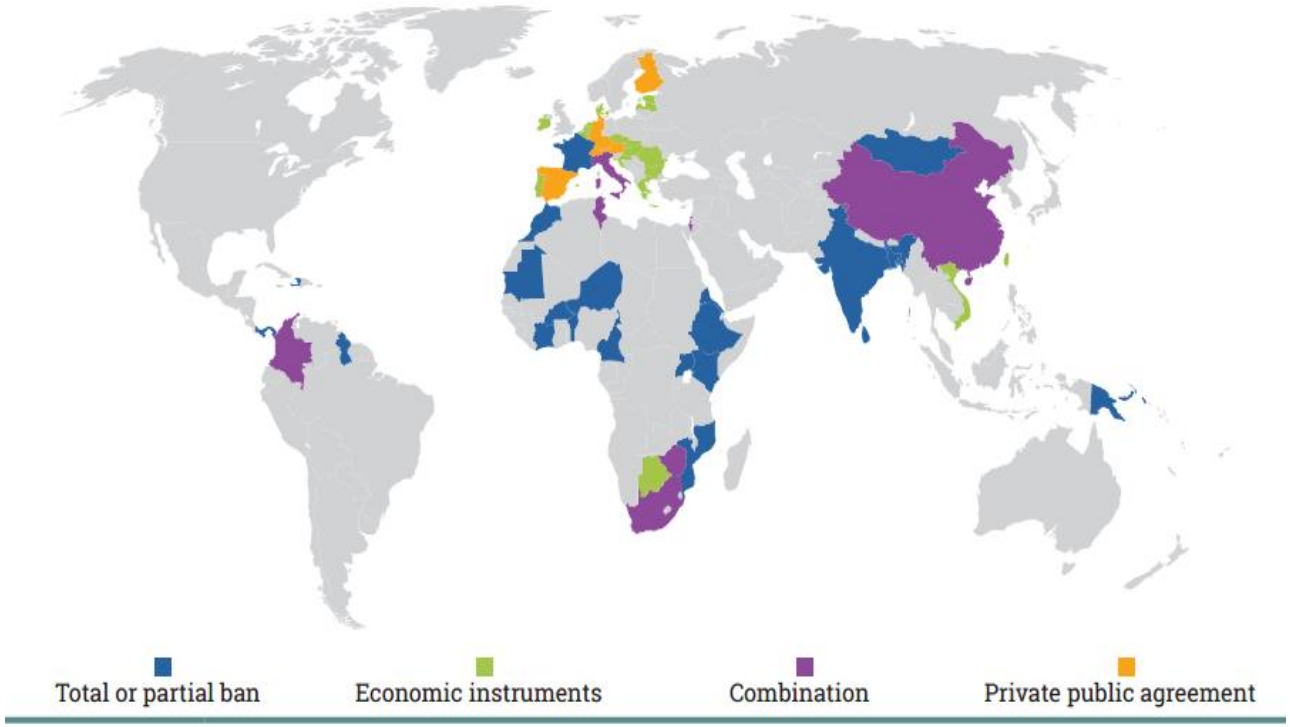
Переработка пластика: ситуация в мире и в России

В Европе на переработку и повторное использование идет **до 65% мусора**, в России — **не более 3–4%.** Проблема в отношении россиян к ресурсам, лобби крупных мусорных компаний и недостатке инфраструктуры.

Без государства экологическое сознание у людей выработать трудно. Пока же государственные усилия в этой сфере зачастую больше похожи на имитацию. Из 162 установленных в рамках проекта по разделению мусора точек **четверть не работала вовсе**, а 23 работали нестабильно.

Источник: https://www.kommersant.ru/doc/2856553?from=doc_vrez

Страны с законодательными ограничениями на использование пластика



Источник: UNEP (2018). SINGLE-USE PLASTICS: A Roadmap for Sustainability

Примеры добровольного отказа от пластика ретейлером

Примеры тары для доставки продуктов

Reusable plastic bags
$1.00 (per order)

Available for **Pick up and Delivery** orders:

BYO bags
Free

Available for **Pick up** orders only:

Crate to bench service
$3.50 (per order)

Available for **Delivery** orders only:

«Если мы сможем побудить покупателей изменить свои потребительские привычки, использовать только один пакет, мы верим, что будет значимый прогресс в отношении реализации нашей цели – создании безотходного производства» – Мэтт Кистлер, старший вице-президент по устойчивому развитию **Walmart**.

Источник: Woolworths (Австралия)

Примеры добровольного отказа от пластика ретейлером

Отсутствие упаковки

Edeka и Rewe используют «естественный брендинг», по возможности не заворачивая в пластиковую упаковку органические фрукты и овощи.

Шрифт и логотип наносятся на фрукты лазером высокого разрешения.

Плод не повреждается: вкус, прочность и внешний вид остаются безупречными.

Источник: Rewe (Германия); Edeka (Германия)

Примеры добровольного отказа от пластика ретейлером

Использование упаковки клиента

Tesco и Morrisons призывают клиентов приносить собственные многоразовые контейнеры для свежего мяса, рыбы, сырной и гастрономической продукции.

Источник: Tesco (Великобритания); Morrisons (Великобритания)

Источник: https://www.news.com.au/lifestyle/home/interiors/why-the-plastic-bag-bans-triggered-such-a-huge-reaction/news-story/7bd22663a0050f6acaee940f63e21d35

Реакции потребителей на отказ ретейлеров от бесплатной раздачи пакетов

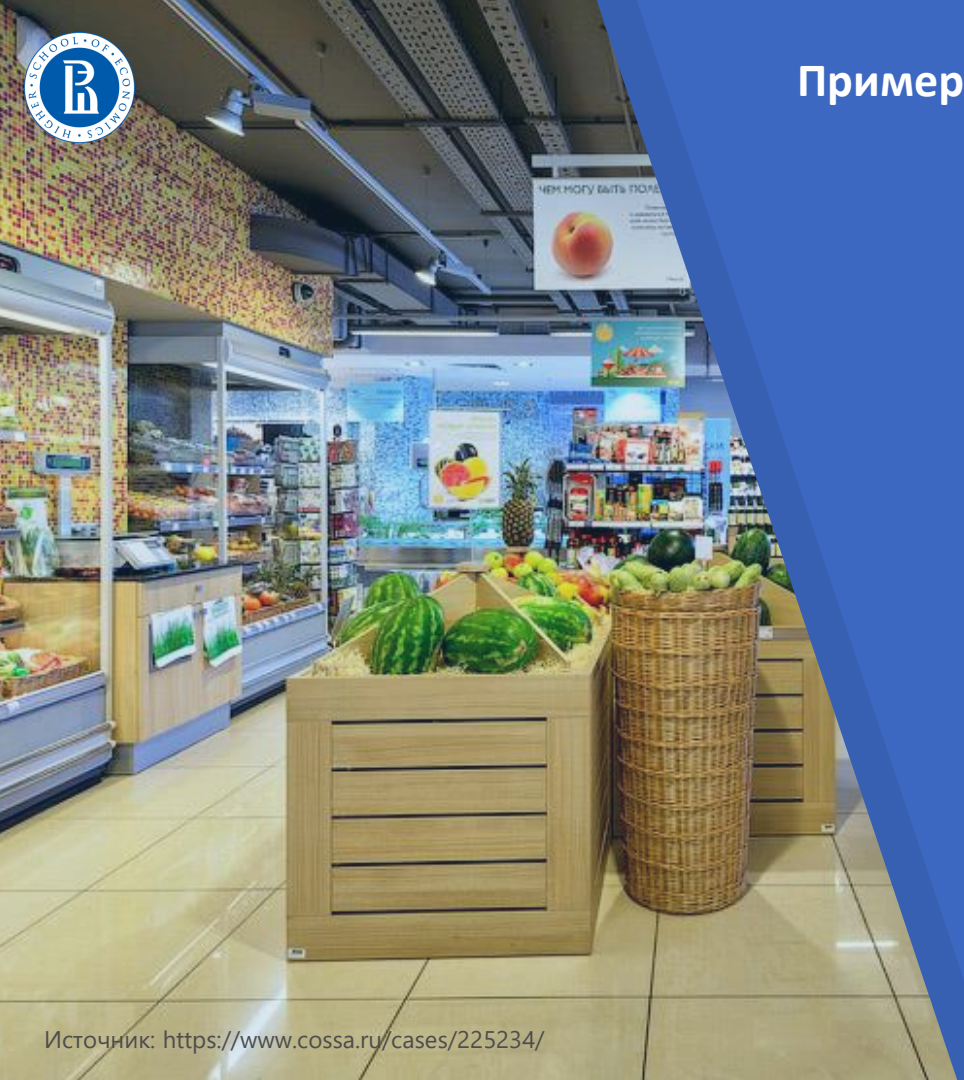
Отказ от пластиковых пакетов вызывает неоднозначную реакцию потребителей: от активной поддержки до бойкотов и обвинений в попытке заработать на клиентах.

Реакции потребителей на отказ ретейлеров от бесплатной раздачи пакетов: пример Coles

«Все еще заворачивают бананы в пластиковую упаковку»

«Пакет из перерабатываемых материалов порвался после первого использования»

Источник: https://www.news.com.au/finance/business/retail/my-free-reusable-bag-coles-customer-steals-shopping-basket-to-protest-plastic-bag-ban/news-story/fb8845952eb7ce70e04c0cc81d0c7614



Примеры из российской практики продуктового ретейла

«Азбука вкуса» отказалась от выдачи бесплатных пластиковых пакетов в конце 2018 года.

Как утверждает «Азбука», основная цель отказа от бесплатных пакетов — призвать покупателей к повторному их применению или к покупке экологичных многоразовых продуктовых сумок.

Негативная реакция потребителей, не желающих платить 5 руб. за пакет в премиальном магазине. Как итог – высокие репутационные потери.

Источник: https://www.cossa.ru/cases/225234/

Выводы о будущем пластика в ретейле

1. Пластик – самый дешёвый и наиболее простой способ упаковки. "Невидимая рука рынка" приведёт к тому, что мы все окажемся в горах мусора;

2. Ретейлеры занимают промежуточную позицию между производителями и конечными пользователями, следовательно, могут быть наиболее эффективным звеном цепочки производства-потребления в части воздействия на потребительское поведение;

3. Практики свидетельствуют, что в разных частях мира, при различном развитии общества и уровня экономик выделяется группа ретейлеров, берущих на себя добровольные обязательства по сокращению одноразового пластика, что способствует росту лояльности клиентов и созданию практик устойчивого бизнеса.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Лебедев Александр Валерьевич

av.lebedev@hse.ru

+7 903 568 33 33