



Пластик на повторе

ИММЕРСИВНЫЙ АУДИОСПЕКТАКЛЬ О ПЕРЕРАБОТКЕ
ПЛАСТИКА И БЕРЕЖНОМ ОТНОШЕНИИ К ПРИРОДЕ

Экология усиливается как фокус внимания государства и общества

РОСТ РОЛИ
РЕГУЛЯТОРА



ЛОКАЛИЗАЦИЯ ЦЕЛЕЙ
– ПЕРЕХОД С ЦУР НА
НАЦ ЦЕЛИ



ЛОКАЛЬНОСТЬ
ЧЕЛОВЕКА



ИИ



ГОС СТИМУЛИРОВАНИЕ – СИБ,
ЗЕЛЕНое ФИНАНСИРОВАНИЕ,
ОБЛИГАЦИЯ И КРЕДИТЫ



НОВАЯ ТОНАЛЬНОСТЬ
КОММУНИКАЦИЙ



ПАРТНЕРСТВА



Государство становится основным стейкхолдером ESG-повестки: за последние 2 года было принято 20 НПА в области ESG

Министерство	Основные НПА	Содержание НПА в области ESG
Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации	ФЗ «Об ограничении выбросов парниковых газов»	Мониторинг выбросов парниковых газов
	ФЗ «Об отходах производства и потребления»	Запрет на захоронение вторичных ресурсов
		Сокращение образования и захоронения отходов
	Распоряжение Правительства Российской Федерации №930-р	Квотирование ввоза и производства гидрофторуглеродов
	РОП	Повышение утилизационных сборов на упаковку
Запрет некоторых видов упаковки		
Министерство энергетики Российской Федерации	Указ Президента Российской Федерации «О Сокращении выбросов парниковых газов»	Декарбонизация экономики, развитие ВИЭ
	Распоряжение Правительства Российской Федерации №3052-р	
Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации	ФЗ «О занятости населения»	Инклюзия, квотирование найма людей с ограничениями здоровья

Клиенты продолжают декларировать приверженность к ESG-принципам

58% ПРИ ВЫБОРЕ

товаров и услуг будут
доверять ответственным брендам
больше, чем обычным

70% ПОТРЕБИТЕЛЯМ

важна социальная ответственность брендов

61%, ГОТОВЫ ПЕРЕКЛЮЧИТЬСЯ

на новый бренд, который заявляет о своей социальной и экологической ответственности,

63% ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

проявляют интерес к ответственным
брендам, их продуктам и инициативам

80% ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

доверяют
заявлениям брендов об их социальной
ответственности

Социальная ответственность «Пятёрочки» - №1 в России среди ритейла*



«Пятёрочка» — ближайший магазин с доступной средой, где каждый может позаботиться о здоровье, людях и природе

**Забота
об обществе**

Подробнее >



**Забота
о здоровье**

Подробнее >



**Забота
о планете**

Подробнее >



О КОМПАНИЯХ-ПАРТНЕРАХ

ЛИДЕРЫ ОТРАСЛЕЙ ЗА УСТОЙЧИВОЕ БУДУЩЕЕ!



АБ ИнБев Эфес — крупнейшая пивоваренная компания в России.

- ◆ Новая стратегия устойчивого развития до 2035 г. — «ПАЗЛ устойчивого развития»
- ◆ Приоритет в блоке «Природа» — экологичная упаковка
- ◆ Цель: увеличить долю вторичного сырья в упаковке до **50%**



СИБУР — крупнейшая нефтехимическая компания России.

- ◆ ESG-стратегия до 2030 года
- ◆ Цель: перерабатывать не менее **600 тыс. тонн** пластиковых отходов к 2030 г.



Пятёрочка (X5 Group) — крупнейшая продуктовая сеть «у дома» в России.

- ◆ ESG-программа «Пятёрочка с заботой»
- ◆ Снижение воздействия упаковки на среду, развитие экопривычек покупателей

ПАРТНЕРСТВО АБ ИНБЕВ ЭФЕС И СИБУР

СОТРУДНИЧЕСТВО С 2023 ГОДА: ОТ МЕМОРАНДУМА ДО ПРОЕКТОВ

1 Меморандум о сотрудничестве в области устойчивого развития (2023), предусматривающее реализацию совместных экологических проектов, способствующих развитию экономики замкнутого цикла.

2 Выпуск продукции АБ ИнБев Эфес в rPET-упаковке из гранул Vivilen, которые содержат до 25% вторичного пластика. АБ ИнБев Эфес первая в FMCG-отрасли внедрила экоупаковку с применением материала Vivilen от компании СИБУР.

3 VOLT Green Energy Cup (2024) — первый углеродно-нейтральный киберспортивный турнир по CS2 5x5 в России.

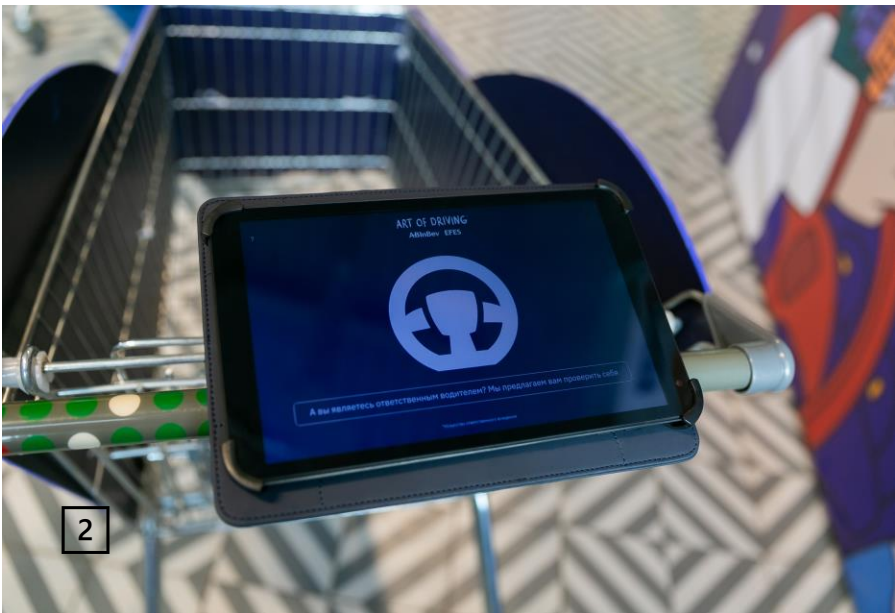
4 Пластик на повторе (2025) — экопросветительский проект нестандартного формата, организованный специально для жителей Уфы.



ПАРТНЕРСТВО С «ПЯТЁРОЧКОЙ»

КАК РИТЕЙЛ ПОМОГАЕТ ГОВОРИТЬ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ

- 1 «Искусство ответственного потребления» (2023) — сотрудничество в рамках социального проекта, направленному на формирование культуры ответственного отношения к алкоголю.
- 2 «Искусство ответственного вождения» (2024) — креативная акция во флагманском магазине в Ульяновске совместно с «Центрами местного сообщества».
- 3 Пластик на повторе (2025) — экопросветительский проект нестандартного формата, организованный специально для жителей Уфы.





ИДЕЯ

Пластик на повторе



КАК ВЫБИРАЛИ РЕГИОН: ПОЧЕМУ ИМЕННО УФА?



Пересечение интересов партнеров: в регионе присутствуют и завод АБ ИнБев Эфес, и предприятие СИБУР «Полиэф», и сеть магазинов «Пятёрочка».

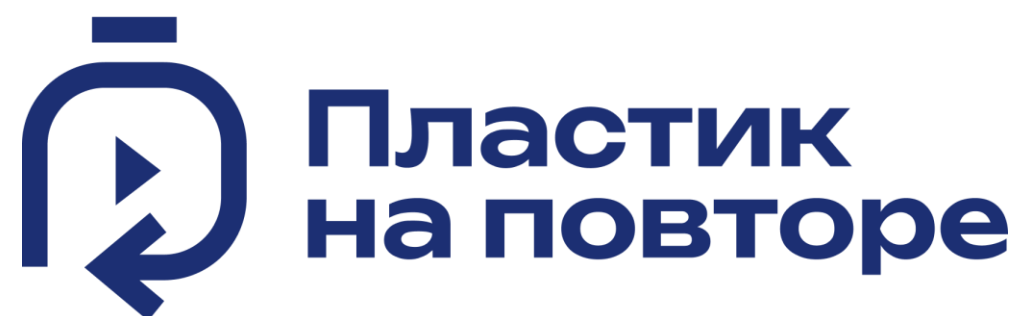


Уфа — один из крупнейших городов России, с уникальной культурой и традициями, где уже сейчас наблюдается тенденция к увеличению объемов переработки пластиковых отходов.



Уфа — город с яркой творческой средой, открытый **для экспериментальных форматов.**





КАК ПРИШЛИ К ФОРМАТУ: ЭКОПРОСВЕЩЕНИЕ ЧЕРЕЗ ИСКУССТВО

Цель проекта:

- ◆ рассказать о процессах переработки пластика;
- ◆ донести до слушателей, что пластик может и должен быть экологичным;
- ◆ показать, как каждый житель Уфы может сделать свой вклад в решение проблемы переработки отходов.

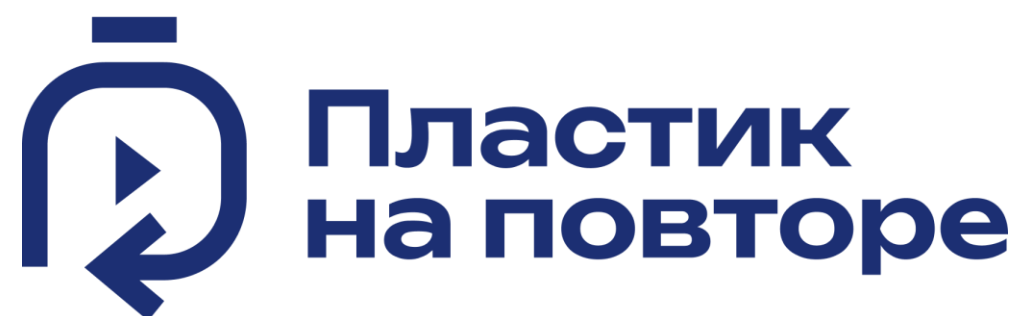
Идея: выйти за рамки привычных экопросветительских форматов.

Решение: иммерсивный аудиоспектакль-променад — синтез подкаста, театра и прогулки.

Такой формат позволяет:

- ◆ встроить экологические истории в привычный городской ландшафт;
- ◆ говорить о сложном — легко и доступно;
- ◆ вовлечь жителей через личное проживание истории.



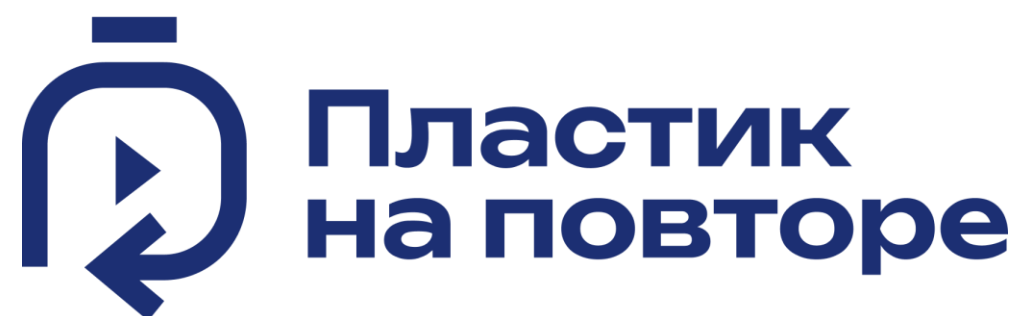


ИНТЕГРАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ: КОГДА БРЕНДЫ СТАНОВЯТСЯ ЧАСТЬЮ ИСТОРИИ

В спектакль органично встроены упоминания и визуальные элементы нового продукта — бренд холодного чая **ZENO** (АБ ИнБев Эфес), упаковка которого сделана с использованием гранул **Vivilen** от СИБУР.

- ◆ Такой подход показывает, что экология — это не абстрактная идея, а реальные **продукты, доступные каждому покупателю**.
- ◆ В результате — экопросвещение и бизнес-цели соединились в единую коммуникацию с потребителем.





Пластик на повторе

ПРИКЛАДНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: ФОТОФАНДОМАТ


В финальной точке маршрута на территории площадки «Арт КВАДРАТ» был установлен **уникальный фотофандомат**.

Каждый посетитель мог:

- ◆ сдать пластиковую бутылку,
- ◆ получить взамен памятное фото — арт-объект, который становится частью личной истории.

Фотофандомат = арт-инсталляция + инструмент для вовлечения в отдельный сбор отходов. Участник не только слушает, но и действует.





Пластик на повторе

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО



Пластик на повторе

ПРОВЕЛИ ЗАКРЫТЫЕ ПОКАЗЫ ДЛЯ
РЕГИОНАЛЬНЫХ СТЕЙКХОЛДЕРОВ И СМИ.



Пластик на повторе

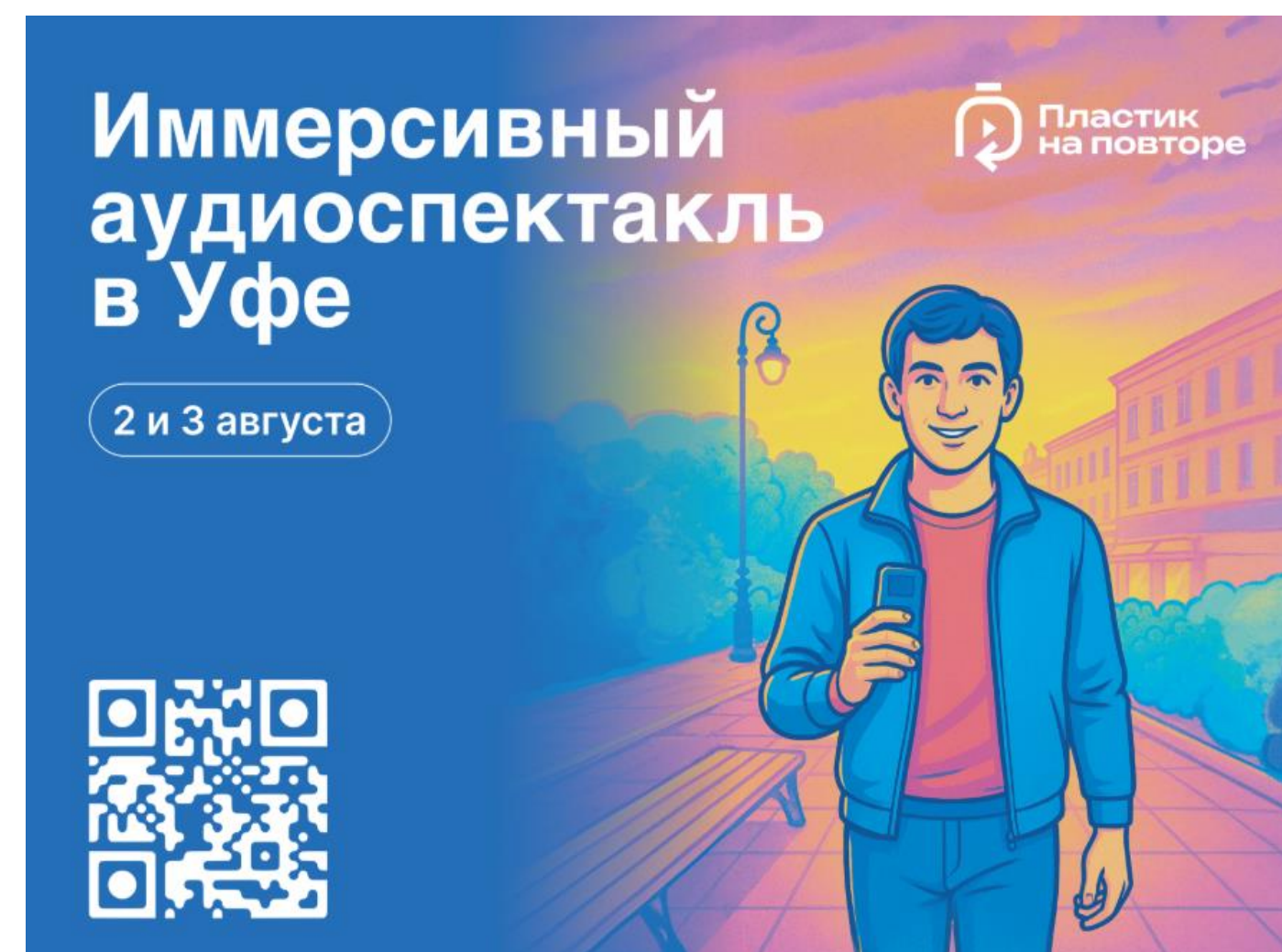
В МАГАЗИНАХ «ПЯТЁРОЧКА» В УФЕ ЗАПУСТИЛИ ИНФОРМАЦИОННУЮ КАМПАНИЮ: БАННЕРЫ И АУДИОРЕКЛАМА В ТОРГОВЫХ ТОЧКАХ, СТОРИС В ПРИЛОЖЕНИИ И ДР.



ABInBev/EFES СИБУР 5 Пятёрочка



ABInBev/EFES СИБУР 5 Пятёрочка

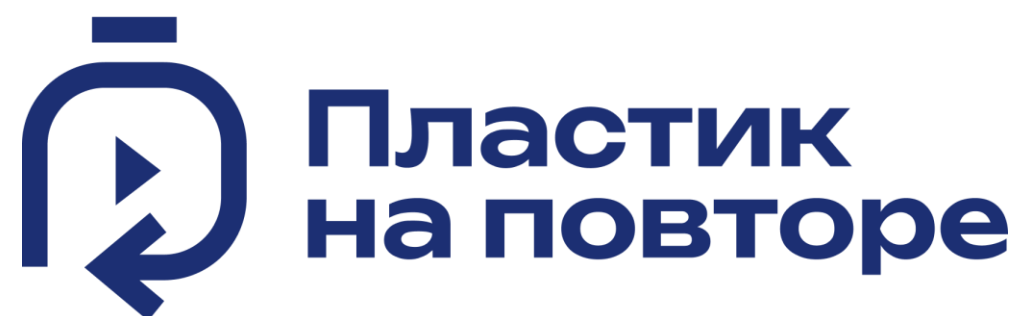


ABInBev/EFES 5 Пятёрочка СИБУР

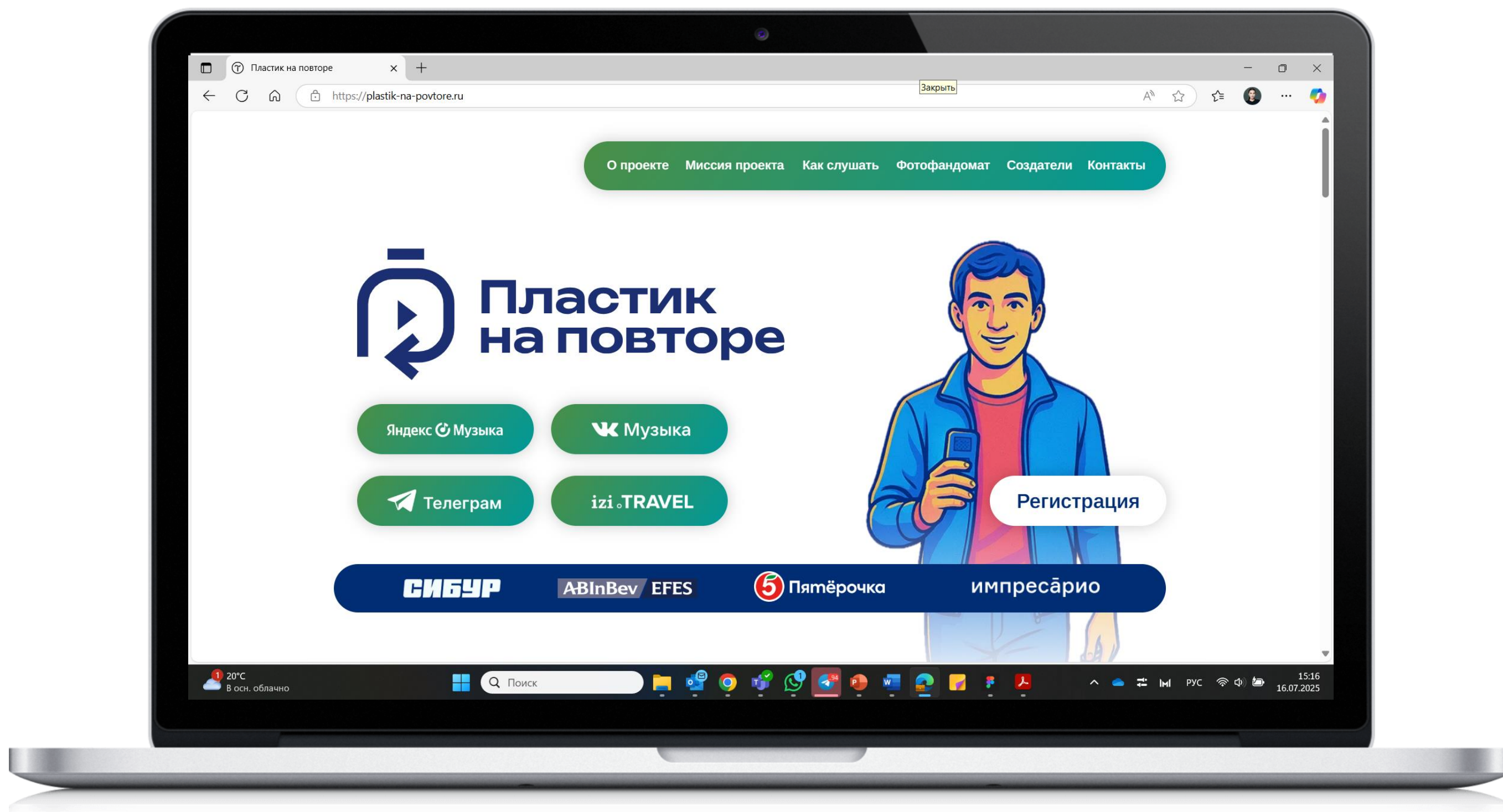


ПРОВЕЛИ ОТКРЫТЫЕ ПОКАЗЫ ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ И ГОСТЕЙ УФЫ (2–3 АВГУСТА) С ПРОГУЛКАМИ ПО СПЕЦИАЛЬНО СОСТАВЛЕННОМУ МАРШРУТУ СПЕКТАКЛЯ.





ПОСЛЕ ОФЛАЙН-ПРЕМЬЕР СПЕКТАКЛЬ СТАЛ ДОСТУПЕН
НА ЛЕНДИНГЕ ПРОЕКТА [PLASTIK-NA-POVTORE.RU](https://plastik-na-povtore.ru) НА
КЛЮЧЕВЫХ СТРИМИНГОВЫХ ПЛАТФОРМАХ.





РЕЗУЛЬТАТЫ: КАК МЫ ИЗМЕРИЛИ ЭФФЕКТ

200+ регистраций на премьерные показы

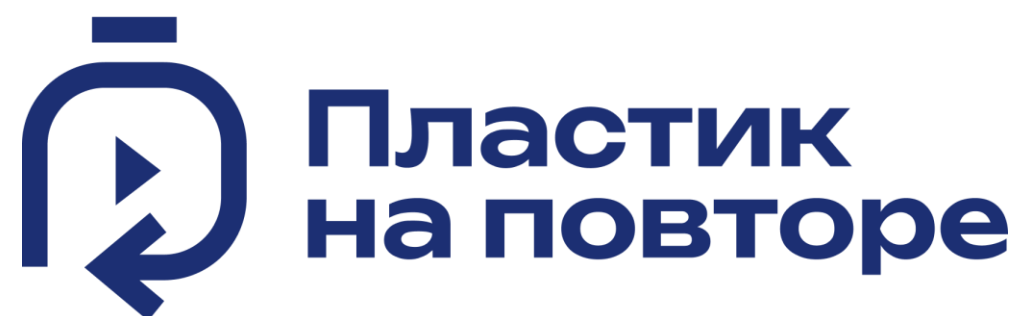
1000+ кол-во пластиковых бутылок, сданных в фотофандомат за первый месяц его работы

Проект получил широкий PR-охват в медиа:

217 публикаций в СМИ и ТГ

8+ млн медиаохват





КЛЮЧЕВЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Роли и ответственность. Трехсторонние проекты требуют гораздо больше времени и ресурсов на координацию, включая управление подрядчиками – чем больше заказчиков, тем выше риск несостыковок и сложность контроля.

Инновации это всегда тест реальностью. Если ты создаешь что-то первое в своем роде (в нашем случае – фотофандомат), важно быть готовым к шероховатостям. Главное – не избегать риска, а правильно его сопровождать (тех. поддержка 24/7, отслеживание комментариев жителей, оперативное реагирование и пр.).

Всесторонняя экспертиза. Мы пошли по пути привлечения профессиональной театральной продюсерской компании. Потому что хотели, чтобы аудиоспектакль был не просто «про экологию», а настоящим произведением, с атмосферой, глубиной, драматургией. Такой же детальной была и проработка визуального мира проекта.

Поддержка со стороны города. Без активного участия администрации невозможно реализовать проект в городской среде: ни юридически, ни инфраструктурно, ни репутационно. И на это нужно закладывать значительный запас времени.

Масштабируемость. Успешные проекты должны жить дальше, необходимо заранее оценить потенциал реализации проекта в других регионах. Аудиоформат в данном случае универсален: его можно масштабировать, дистрибутировать и интегрировать в различные городские или брендовые инициативы.

Региональный контекст. Привязка к Уфе придала проекту подлинность; работа с локальными культурными площадками (Арт-квадрат) добавила доверия и повысила вовлечённость.



СПАСИБО!