



# 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» ФЗ «Об отходах производства и потребления» Распоряжение Правительства Российской Федерации №930-р РОП	Мониторинг выбросов парниковых газов Запрет на захоронение вторичных ресурсов Сокращение образования и захоронения отходов Квотирование ввоза и производства гидрофторуглеродов Повышение утилизационных сборов на упаковку Запрет некоторых видов упаковки
Министерство энергетики Российской Федерации	Указ Президента Российской Федерации «О Сокращении выбросов парниковых газов» Распоряжение Правительства Российской Федерации №3052-р	Декарбонизация экономики, развитие ВИЭ
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

63% ПОТРЕБИТЕЛЕЙ  
проявляют интерес к ответственным  
брендам, их продуктам и инициативам

61%, ГОТОВЫ ПЕРЕКЛЮЧИТЬСЯ  
на новый бренд, который заявляет о  
своей социальной и экологической  
ответственности,

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.



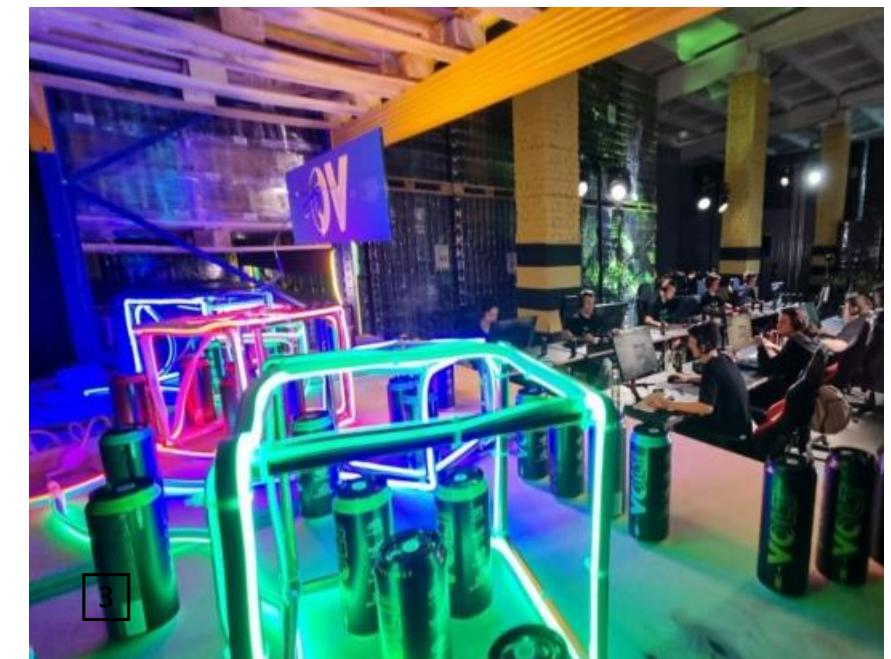
**Пятёрочка (X5 Group)** — крупнейшая продуктовая сеть «у дома» в России.

- ◆ 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 «ПЯТЬЮЧКОЙ»

## КАК РИТЕЙЛ ПОМОГАЕТ ГОВОРИТЬ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ

### **1 «Искусство ответственного потребления» (2023)**

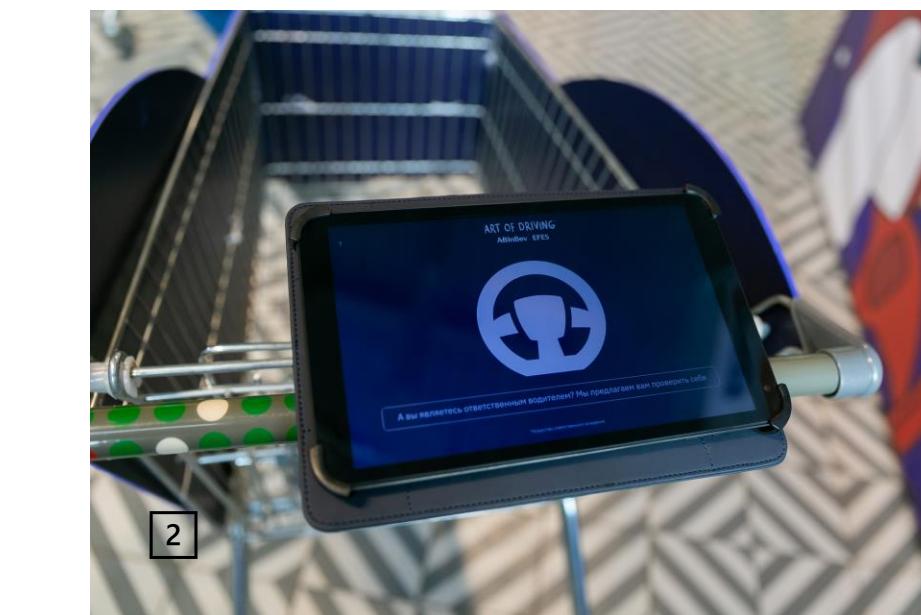
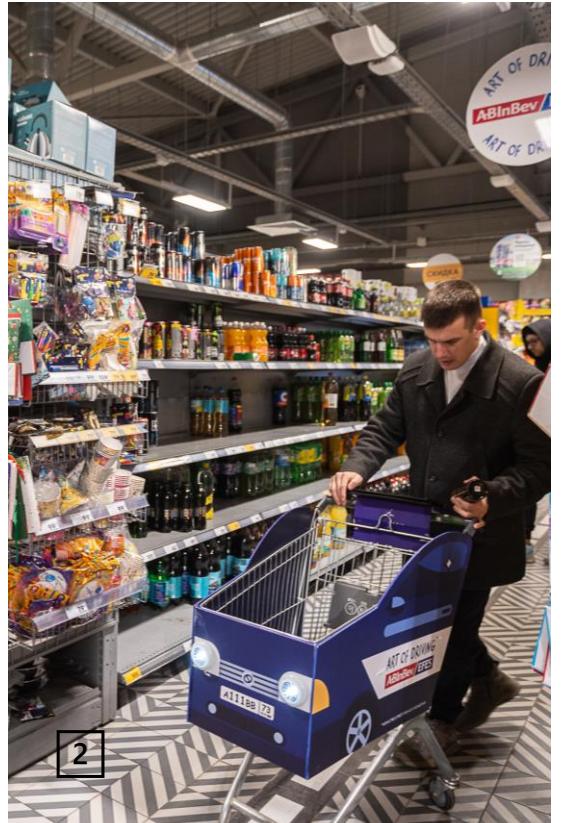
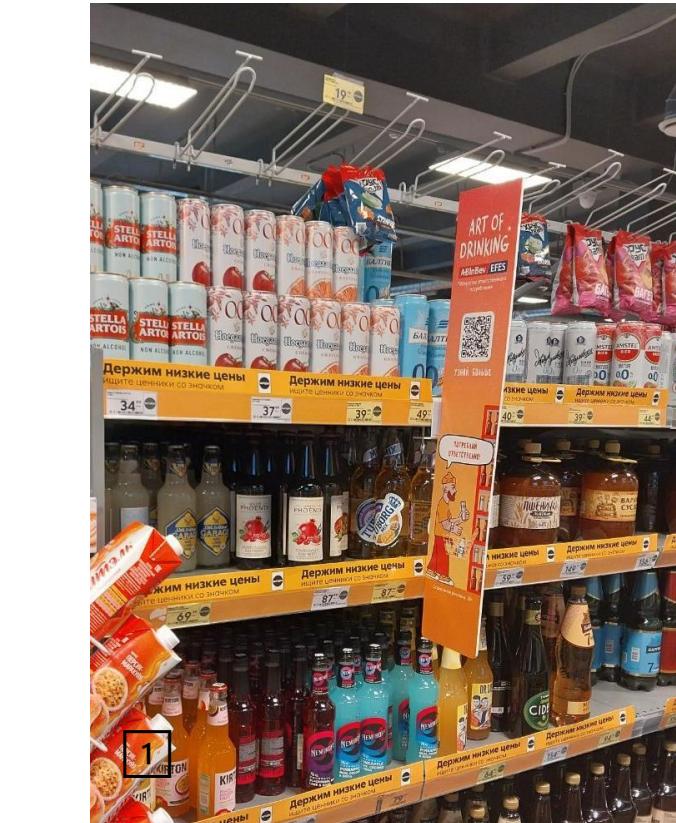
— сотрудничество в рамках социального проекта, направленному на формирование культуры ответственного отношения к алкоголю.

### **2 «Искусство ответственного вождения» (2024) —**

креативная акция во флагманском магазине в Ульяновске совместно с «Централами местного сообщества».

### **3 Пластик на повторе (2025) —**

экопросветительский проект нестандартного формата, организованный специально для жителей Уфы.





ИДЕЯ

# Пластик на повторе





# Пластик на повторе

## КАК ВЫБИРАЛИ РЕГИОН: ПОЧЕМУ ИМЕННО УФА?



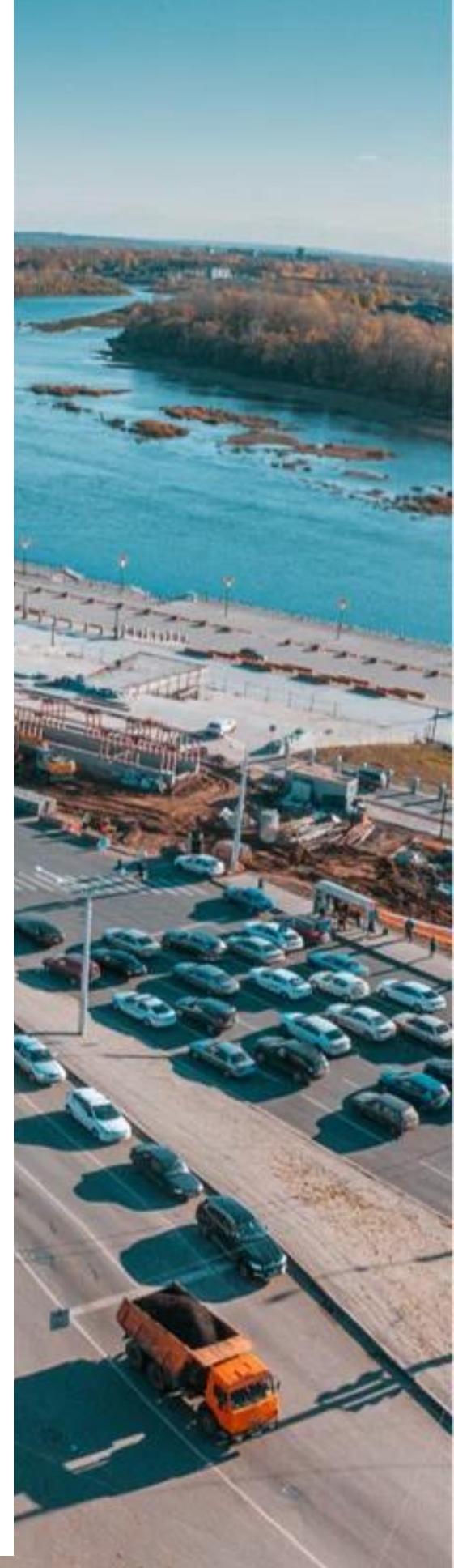
**Пересечение интересов партнеров:** в регионе присутствуют и завод АБ ИнБев Эфес, и предприятие СИБУР «Полиэф», и сеть магазинов «Пятёрочка».

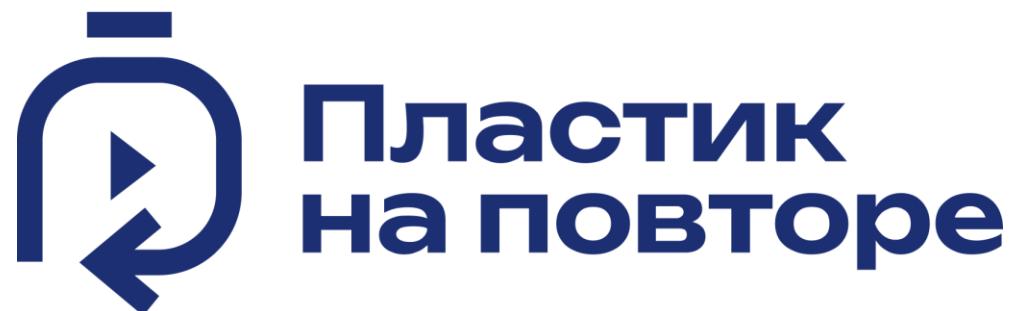


**Уфа — один из крупнейших городов России,** с уникальной культурой и традициями, где уже сейчас наблюдается тенденция к увеличению объемов переработки пластиковых отходов.



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.



Реклама. АО «АБ Ин



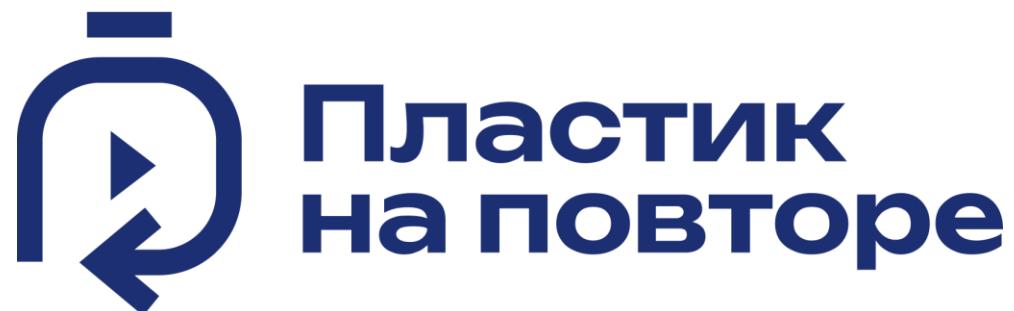
## Пластик на повторе

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 раздельный сбор отходов.** Участник не только слушает, но и действует.

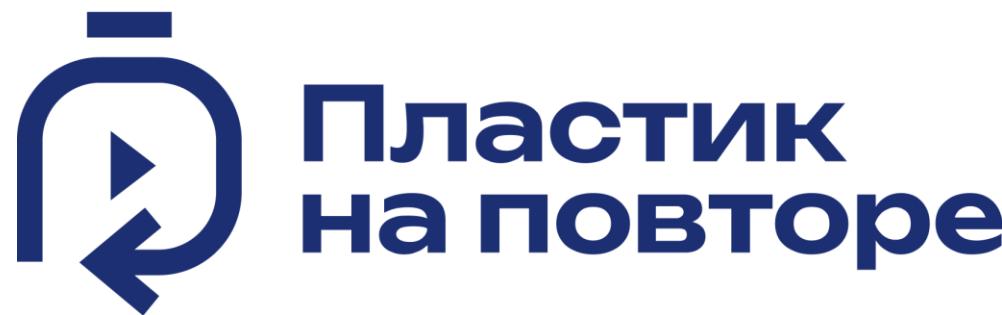




# Пластик на повторе

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО





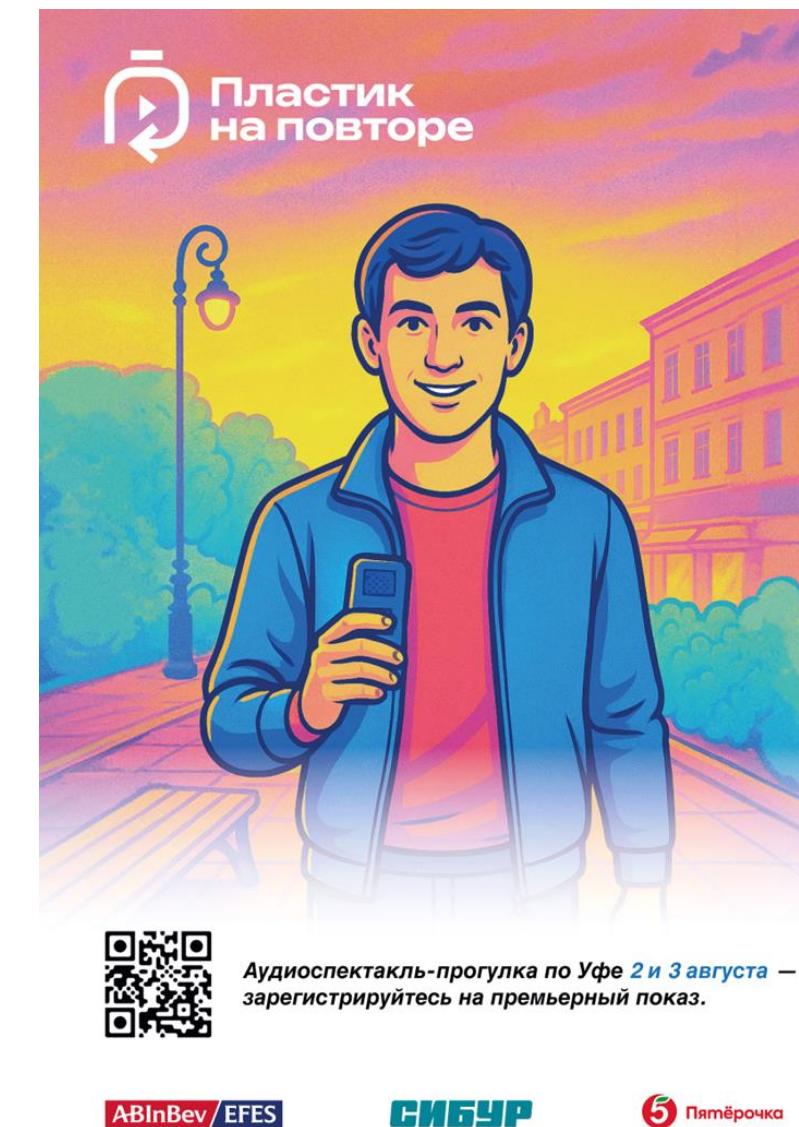
ПЛАСТИК  
НА ПОВТОРЕ

ПРОВЕЛИ ЗАКРЫТЫЕ ПОКАЗЫ ДЛЯ  
РЕГИОНАЛЬНЫХ СТЕЙКХОЛДЕРОВ И СМИ.

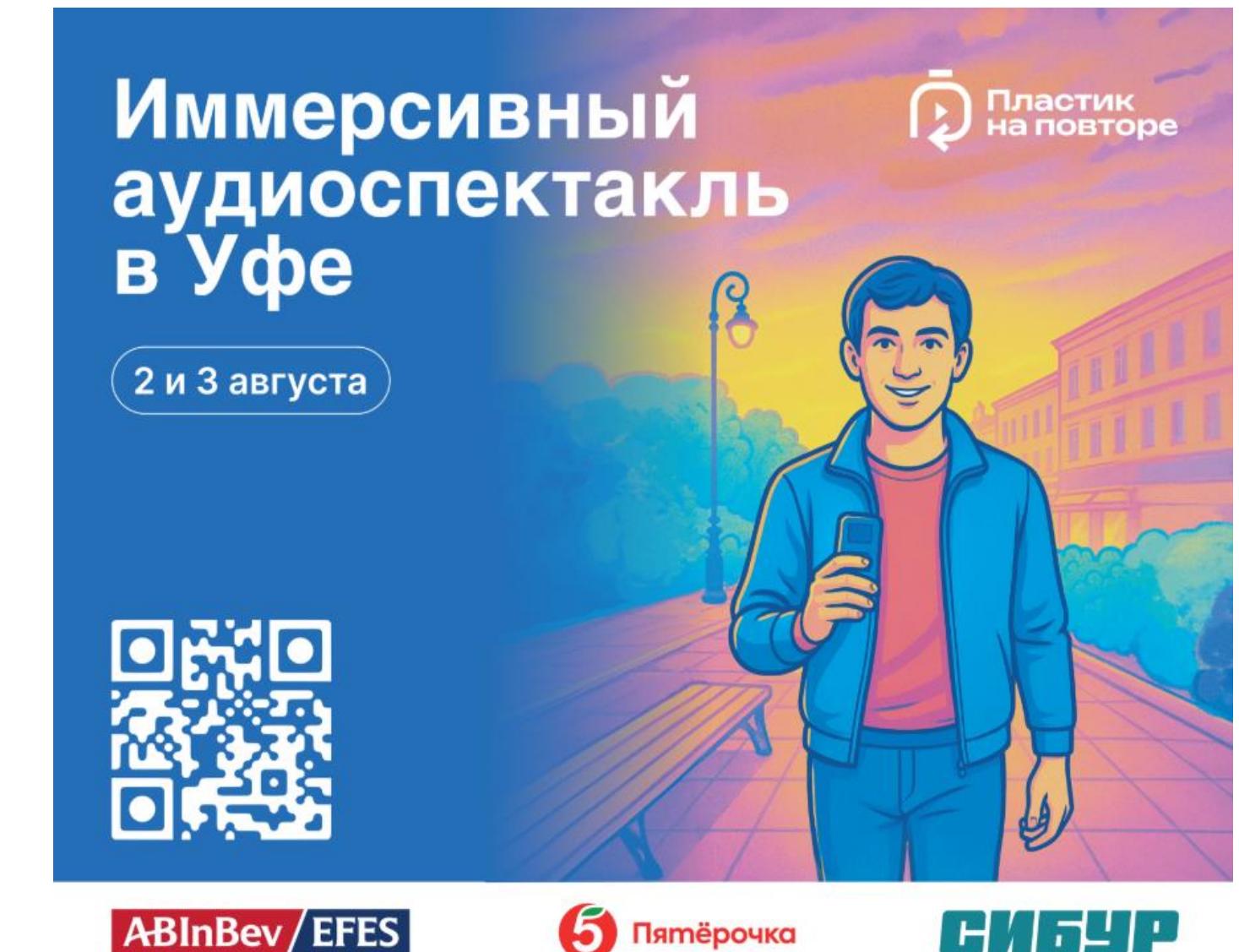


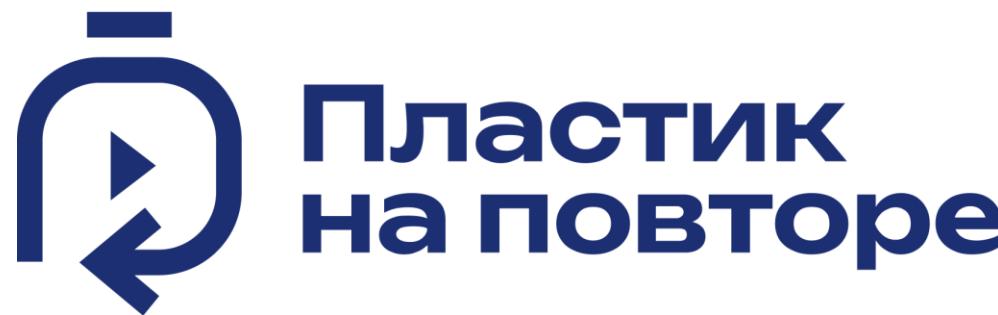


**Пластик  
на повторе**

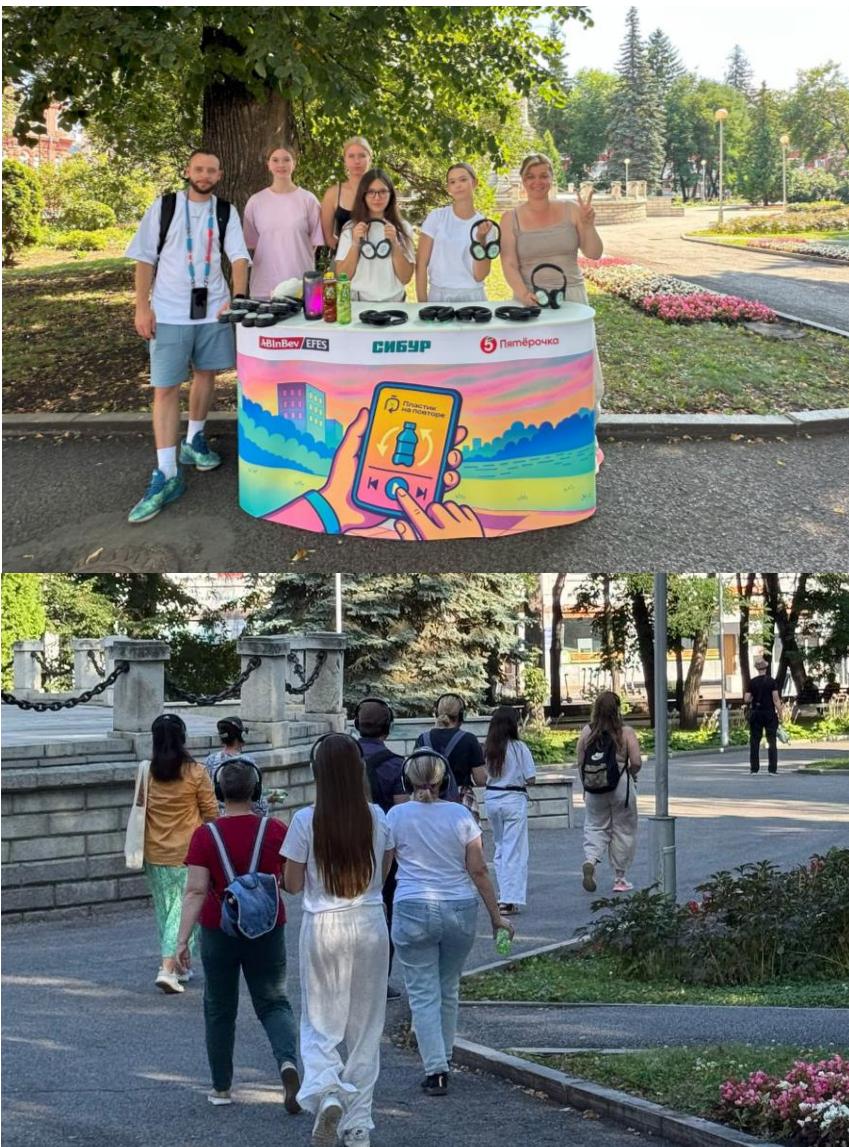


В МАГАЗИНАХ «ПЯТЁРОЧКА» В УФЕ ЗАПУСТИЛИ ИНФОРМАЦИОННУЮ КАМПАНИЮ: БАННЕРЫ И АУДИОРЕКЛАМА В ТОРГОВЫХ ТОЧКАХ, СТОРИС В ПРИЛОЖЕНИИ И ДР.





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





ПластиК  
на повторе

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

ПластиК  
на повторе

О проекте Миссия проекта Как слушать Фотофандомат Создатели Контакты

Яндекс Музыка VK Музыка

Telegram izi.TRAVEL

СИБУР ABInBev EFES Пятёрочка импресарио

20°C В осн. облачно Поиск 15:16 16.07.2025



# Пластик на повторе

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





# Пластик на повторе

## КЛЮЧЕВЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**Роли и ответственность.** Трехсторонние проекты требуют гораздо больше времени и ресурсов на координацию, включая управление подрядчиками – чем больше заказчиков, тем выше риск нестыковок 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 вовлеченность.



# СПАСИБО!