



cutting through complexity

**Основные
препятствия на
пути реализации
экопрограмм и
факторы,
способные
изменить ситуацию**

Производители и поставщики

- Производители не уделяют достаточного внимания экологическим аспектам при формировании ассортимента продукции
- Поставщики не учитывают экологические аспекты в цепочке поставок

Ритейлеры

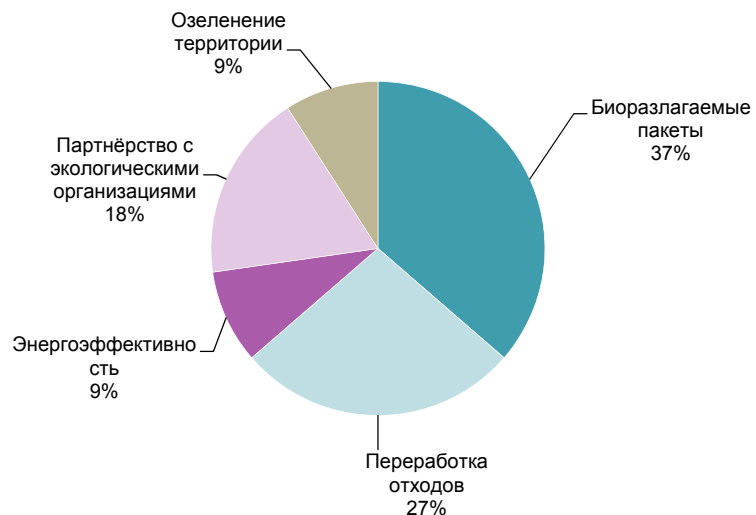
- Могут выступать ключевым драйвером развития сегмента биопродукции
- Не уделяют внимания экологическим аспектам при выборе поставщиков

Потребители

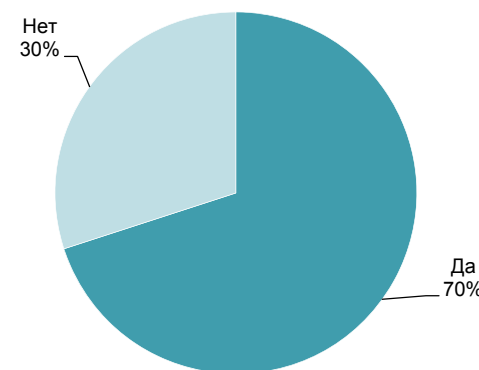
- Проявляют определенный интерес к экопродукции
- Зачастую не осведомлены о наличии такой продукции на полках
- Недостаточно информированы об эко-инициативах ритейлеров

КСО в секторе ритейла

Экологические инициативы



Благотворительная деятельность

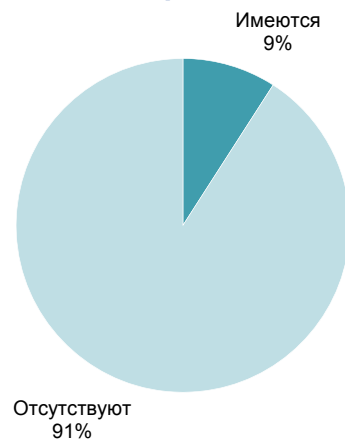


Основная деятельность в области КСО крупных ритейлеров

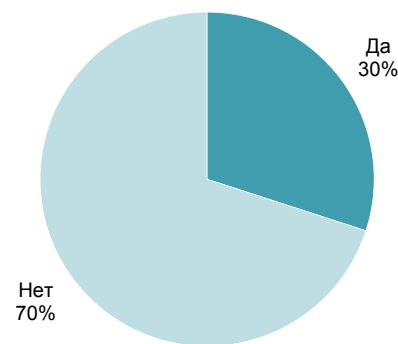
- Проведение благотворительных акций (ветераны, многодетные семьи и малоимущие граждане и др.)
- Сбор денег для реализации благотворительных инициатив и поддержка крупных благотворительных фондов
- Внедрение биоразлагаемых пакетов
- Переработка и вторичное использование отходов (пластик, картон, батарейки, жиры)
- Повышение энергоэффективности в собственных магазинах

КСО в секторе ритейла (1)

Экосоциальные требования к поставщикам



Выделение биопродукции на полках



Основная деятельность в области КСО крупных ритейлеров

- Ритейлеры не рассматривают экологические аспекты в своей цепочке поставок
- К поставщикам не предъявляется экологических требований
- Ритейлеры не учитывают экологические и социальные риски от своих поставщиков
- Менее 1/3 крупнейших ритейлеров стараются привлечь внимание своих покупателей к био/экопродукции

Меры для улучшения ситуации

- Внедрение экологических критериев при отборе поставщиков
- Аудит цепочки поставок и управление экологическими рисками
- Повышение осведомленности покупателей о наличии экопродукции на полках
- Более активное информирование покупателей о реализуемых экологических инициативах ритейлеров
- Продвижение ответственного отношения к экологии со стороны покупателей



cutting through complexity

© 2015 АО «КПМГ», компания, зарегистрированная в соответствии с законодательством Российской Федерации, член сети независимых фирм КПМГ, входящих в ассоциацию KPMG International Cooperative (“KPMG International”), зарегистрированную по законодательству Швейцарии. Все права защищены.

KPMG, логотип KPMG и слоган “cutting through complexity” являются зарегистрированными товарными знаками или товарными знаками ассоциации KPMG International.