

Информация для прессы

г. Москва, 11 февраля 2020 г.

Компания Essity рассказала на GlobalFest 2020 о своих проектах в области устойчивого развития

9 февраля в Бойлерной «Хлебозавода» под лозунгом «Вдохновись на изменения» прошел молодежный фестиваль глобальных изменений, посвященный теме устойчивого развития и ответственного потребления. В зоне мастер-классов выступили представители компании Essity – глобального партнера ООН по поддержке целей устойчивого развития.

До недавнего времени тема устойчивого развития оставалась непонятным и неопределенным понятием для большинства людей. Все изменилось, как только последствия жизнедеятельности людей и производства множества корпораций стали давать о себе знать в конкретных фактах, связанных с изменением климата, гибелью флоры и фауны, загрязнением сточных вод и т. д. В ответ на происходящие события международная молодежная организация AIESEC, объединяющая студентов и недавних выпускников, сделала устойчивое развитие главной темой фестиваля глобальных изменений GlobalFest, впервые за свою 60-летнюю историю проходящего в России. Мероприятие поддержали лидеры в области устойчивого развития, в том числе международный производитель товаров для гигиены и здоровья, компания Essity.

На public talk компании Essity выступили Максим Барков, коммерческий директор подразделения профессионального ассортимента, отвечающие за развитие торговой марки Tork в России и СНГ, Артём Лебедев, директор подразделения по производству потребительской бумаги в России, также возглавляющий фабрику компании в городе Советске, Тульской области.

«Сегодня мы потребляем больше ресурсов Земли, чем она производит за год, формируя тем самым так называемый «экологический долг». Например, в 2019 году, экологический год закончился 29 июля. То есть в это время мы потребили ресурсы, которые Земля произвела за год. В 1970 году эта дата была 23 декабря. С каждым годом она отодвигается все ближе к началу года. Чтобы жить в существующих условиях, уже сегодня нам нужно 1,7 планеты для «безубыточного» существования. Потребление ресурсов становится все большей проблемой», — отметил Максим Барков.

Спикеры отметили, что мы живем в цивилизации, где важное место занимает культура потребления. От того, что и как мы потребляем сегодня, зависит не только наше благополучие в настоящем, но и будущее нашей планеты, а также условия жизни следующих поколений.

«На сегодняшний день в России в среднем потребляется около 3 кг туалетной бумаги на человека, в Европе это примерно 7 кг, в США – более 20 кг. И эти цифры растут вместе с развитием культуры гигиены в разных странах. Гигиена и здоровье являются основой производства продукции Essity. Улучшение гигиены и здоровья просто необходимо для повышения качества жизни, а наша продукция и решения играют важную роль в улучшении благополучия людей. Почти 2,5 млрд людей во всем мире мы обеспечиваем доступ к

средствам гигиены как для домашнего, так и внедомашнего использования», - рассказывает **Максим Барков**.

Невозможность отказаться от потребления бумажной продукции, столь необходимой для поддержания гигиены и здоровья людей, не означает невозможность минимизировать последствия от ее производства и использования. Именно в этом направлении работает компания Essity.

«Когда мы говорим об устойчивом развитии и влиянии компаний на экологию, в первую очередь мы имеем в виду производство. Нет ни одного полностью экологически чистого производства. Любое производство оказывает влияние на окружающую среду. Задача устойчивого развития – это влияние минимизировать, чтобы с учетом нашей культуры потребления и культуры гигиены мы могли эффективнее использовать ресурсы, сокращать или правильно утилизировать отходы», - говорит **Артём Лебедев**.

Внося свой вклад в устойчивое развитие, компания Essity поддерживает 6 из 17 целей устойчивого развития (ЦУР) ООН, направленных на поддержание здоровья и благополучия людей, гендерное равенство, сохранение чистой воды, ответственное потребление и производство, борьбу с изменениями климата, сохранение экосистем суши. Все они связаны с задачами развития энергоэффективного и безотходного производства, которые успешно решаются на российских фабриках компании в Тульской и Ленинградской областях.

Важнейшее достижение компании Essity в этом направлении – переработка 96,4% отходов фабрики в Советске, которые идут на производство кирпича. 60 тыс. тонн ежегодных отходов – это объем 6-подъездного 5-этажного дома, которые могли бы отправиться на полигон ТБО. В то же время произведенного из этих отходов кирпича достаточно, чтобы ежегодно строить дома для 3 000 семей из 4 человек, отметили спикеры, чтобы проиллюстрировать возможности переработки отходов бумажного производства.

Чтобы продукт соответствовал принципам устойчивого развития, важно учитывать его жизненный цикл, начиная от выбора поставщиков сырья, создания устойчивых решений на базе ресурсоэффективного производства, и заканчивая возможностями вторичного использования продукции для создания экономики замкнутого цикла.

Так, для производства своей продукции компания Essity использует сырье, сертифицированное Лесным попечительским советом (FSC). Ответственное управление лесными массивами и возобновляемость ресурсов – основные принципы, которыми компания руководствуется при покупке сырья (целлюлозы) у поставщиков.

Второй этап жизненного цикла продукта – это устойчивые решения, обеспечивающие возможность эффективной утилизации использованного продукта, а также его безопасность для здоровья. Как правило, продукция, произведенная из вторичного сырья, требует дорогих наукоемких решений, поэтому и стоит дороже. Но покупая такую продукцию, мы способствуем уменьшению темпов роста экологического долга.

Ресурсоэффективное производство, способное создавать экологически безопасную продукцию, подразумевает сокращение использования невозобновляемых ресурсов. Это минимальное потребление энергии, энергетически эффективное оборудование, альтернативные способы использования энергии.

Что касается последнего этапа жизненного цикла продукта, то здесь можно отметить, что уже к 2025 году Essity планирует перейти на 100% переработку пластиковой упаковки, присоединившись к глобальным обязательствам «Новой экономики пластмасс» фонда Эллен МакАртур.

«Экологический долг – это кредит, который мы взяли у планеты Земля и уже не сможем отдать, но мы можем сократить темпы его роста», — подытоживает **Артём Лебедев**.

За свою систему эффективной экологической безопасности и создание философии устойчивого развития и ответственного потребления компания Essity в 2019 году была удостоена независимой общественной премии Eco Best Award. Сегодня на фабриках Essity

успешно работает система селективного сбора отходов. Каждый вид отходов отправляется на переработку в рамках партнерских соглашений компании с производителями различной продукции из вторсырья.

«Помимо того, что мы производим гигиеническую продукцию, мы обучаем потребителей правильному и эффективному ее использованию. С точки зрения устойчивого развития здесь очень много перспектив. Мелочей здесь не бывает – в достижении целей устойчивого развития все имеет значение», - закончил Максим Барков.

Елена Немухина, руководитель группы торгового маркетинга подразделения потребительских товаров, рассказала о биоразлагаемой влажной туалетной бумаге бренда Zewa, которая предназначена повысить уровень гигиены человека. Преимуществом продукта является его состав, 100% целлюлоза, благодаря чему при попадании в канализационные трубы, бумага быстро разлагается и не засоряет их. В качестве рекомендации Екатерина посоветовала слушателям изучать оборотную сторону упаковки бумаги и отдавать предпочтение тем, что в наименьшей степени наносят вред окружающей среде.

О совместных проектах, связанных с сокращением использования пластиковых пакетов, рассказали Екатерина Баранова, менеджер по торговому маркетингу подразделения потребительских товаров компании Essity, и Мария Филиппова, директор по связям общественностью и государственными органами торговой сети «Лента». Пластиковый пакет, напомнили спикеры, разлагается около 400 лет, а это значит, что ни один из произведенных людьми пакетов еще не разложился. Задача Essity и «Ленты» - побудить потребителей отказаться от пластиковых пакетов в пользу бумажных и в целом продемонстрировать, насколько эффективным может быть партнерство двух крупных компаний в области устойчивого развития.

В завершение вдохновляющих на изменения выступлений была проведена викторина на тему устойчивого развития и экологических проектов Essity. Самые внимательные слушатели получили памятные подарки от компании, напоминающие им о необходимости каждый день думать о том, как принести пользу планете, сделав потребление осознанным.

В течение всего дня участники мероприятия могли посетить стенд Essity, принять участие в открытом диалоге на темы раздельного сбора отходов, переработки пластика и ответственного потребления от экологического эксперта из школы «Зелёный драйвер» Полины Григорьевы и пообщаться с сотрудниками разных подразделений Essity на тему инициатив и проектов компании в области устойчивого развития, а также о карьерных возможностях и стажировках.

Подробнее о фестивале - <http://globalfest2020.ru>

Контакты для СМИ:

Кристина Мацак

Коммуникационное агентство Fresh Russian Communications

+7 977 893 37 78

essity-rus@frc-pr.com

О компании Essity

Компания Essity является одним из мировых лидеров в области товаров для гигиены и здоровья. Мы стремимся улучшать благополучие людей, предлагая им наши продукты и услуги, играющие важную роль в повседневной жизни. Название Essity образовано из английских слов-синонимов essentials и necessities, означающих предметы первой необходимости. Работа нашей компании строится на принципах бережного отношения к окружающей среде. Продажи осуществляются в 150 странах под ведущими мировыми брендами TENA и Tork, а также под такими известными торговыми марками, как JOBST,

Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda и Zewa. Штат компании Essity около 47 тыс. сотрудников. Продажи в 2018 году достигли 118,5 млрд. шведских крон (11,6 млрд. евро). Головной офис компании находится в Стокгольме, в Швеции. Акции компании торгуются на Стокгольмской фондовой бирже. Дополнительную информацию о компании можно найти на сайте www.essity.com.

О компании Essity в России

Компания начала работу в России в 1994 году. На российском рынке представлен ассортимент гигиенической продукции торговых марок Zewa, Tork, Libero, Libresse и TENA.

В 1998 году была приобретена фабрика по производству санитарно-гигиенической продукции в г. Светогорске, в Ленинградской области. На сегодняшний день на этой фабрике производится широкий ассортимент бумажной продукции торговых марок Zewa и Tork.

В 2010 году открылись две фабрики компании в Тульской области: фабрика в г. Советске, где производится бумажная продукция торговых марок Zewa и Tork, и фабрика в г. Веневе по производству товаров личной гигиены (детские подгузники торговой марки Libero и подгузники для взрослых торговой марки TENA).

В российском подразделении компании работает около 1300 сотрудников. Подробнее: www.essity.ru