



Программа М.Видео по сбору и переработке старой техники признана лучшим экологическим ESG-проектом

08 декабря 2020 г., Москва – Бренд М.Видео (Группа М.Видео-Эльдорадо, ПАО «М.видео», МосБиржа: MVID, входящая в Группу САФМАР Михаила Гуцериева), крупнейший розничный ритейлер бытовой техники и электроники, стала победителем XIII [конкурса проектов People Investor](#) в секции «Экологическая эффективность» с проектом «Нам не всё равно на экологию». В рамках программы, запущенной в 2019 году, Группа М.Видео-Эльдорадо собрала и передала на утилизацию почти 100 000 единиц бытовой техники и 1 000 000 штук батареек, при этом NPS среди покупателей М.Видео достиг рекордных за последние пять лет значений.

Конкурс корпоративных проектов в сфере ESG прошёл в рамках ежегодного форума «People Investor 2020: ESG - для всех!». Весте с «М.Видео» в финал вышли Coca-Cola, Unilever, ВымпелКом и Почта России. М.Видео представила самый масштабный в России постоянно действующий проект по утилизации бытовой техники и электроники с полным контролем на всех этапах. Цель проекта – сократить объем опасных отходов на полигонах, стимулировать развитие циркулярной экономики через создание удобного сервиса по приёму техники, повысить уровень осведомлённости о влиянии электролома на окружающую среду.

М.Видео в рамках программы по утилизации техники не только запустила самый масштабный полностью прозрачный для всех участников процесс сбора и переработки электронных отходов, но и ведёт постоянную просветительскую работу о необходимости бережного отношения к природе и правильного обращения с отходами. В рамках продвижения идеи о правильной утилизации техники ритейлер запустил для клиентов сервис «Эко трейд-ин», дающий скидки на новую технику при сдаче на переработку старой. Покупатели также имеют возможность вывезти старую технику из дома во время доставки новой. «М.Видео» также выпускает просветительские ролики, которые предлагают взвешенный подход к покупкам, например, [эмоциональное видео](#) о возможном будущем планеты без утилизации и [необычный рождественский ролик](#), который показал обратную сторону главного зимнего праздника: горы мусора и выброшенных ненужных подарков.

Постоянный бесплатный сбор техники на переработку реализован в 450 магазинах Группы «М.Видео-Эльдорадо» в 15 регионах с населением более 40 миллионов человек. Для этого не нужно приобретать что-то новое, сети принимают технику в любом техническом состоянии купленную в любом месте. Каждая единица техники регистрируется в специально созданной ИТ-системе, к которой подключены, помимо магазинов, также и партнёры проекта - заводы, осуществляющие переработку, и Ассоциация «СКО Электроника-Утилизация», объединяющая производителей и импортёров техники. Каждая из сторон видит весь путь техники от розничной сети до завода. Эксперты Ассоциации осуществляют аудит заводов по переработке и проверяют весь цикл утилизации на соответствие российским и международным экологическим стандартам. 2021 году программа утилизации станет доступна ещё в 200 магазинах. Группа «М.Видео-Эльдорадо» на регулярной основе также передаёт на переработку собственную оргтехнику из магазинов и офиса.

Так, в ноябре 2020 года компания подсчитала, что с момента старта проекта летом 2019 года уже собрано более 900 тонн или 99 000 единиц бытовой техники и 20 тонн или 1 000 000 штук батареек. Заводы, на которые поступает собранная в М.Видео и Эльдорадо техника, перерабатывают электронику на 80-90% во вторичное сырьё, которое в дальнейшем используется для производства новых товаров.

«Успех нашей программы по утилизации – это не только постоянно растущие объёмы собранной и переданной на переработку техники, это ещё и тысячи вовлечённых людей, которые благодаря проекту, возможно, задумались о более экономном использовании ресурсов нашей планеты. Мы зафиксировали рост знания о программе «Правильная утилизация» на 35% всего за несколько месяцев. О том, что ESG-повестка важна для покупателей, говорит и рекордный для М.Видео за последние пять лет рост NPS или индекса потребительской лояльности. Это прекрасный фундамент для дальнейшего изменения поведения общества, связанного с заботой об окружающей среде, и долгосрочного развития эко-программ Группы М.Видео-Эльдорадо. Мы, безусловно, продолжим работать как над самим проектом по правильной утилизации, расширяя его географию и оттачивая сервис, так и над его восприятием и пониманием», – **прокомментировала Руководитель департамента маркетинговых коммуникаций и развития бренда М.Видео Наталья Егорова.**

Проект PEOPLE INVESTOR инициирован и реализуется Ассоциацией Менеджеров ежегодно с 2008 года. Миссия проекта состоит в содействии выявлению и распространению лучшего опыта и инновационных практик социально ответственного ведения бизнеса для повышения прозрачности и конкурентоспособности российских компаний. Конкурс PEOPLE INVESTOR создан в целях поощрения компаний, осуществляющих социальные инвестиции и реализующих инновационные практики в области устойчивого развития.

Контакты для СМИ:

Валерия Андреева
Руководитель департамента по связям с общественностью
+7 495 644 28 48 (7386)
pr@mvideo.ru

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – крупнейшая российская розничная компания на рынке бытовой техники и электроники, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Совокупный годовой оборот компаний превышает 435 млрд рублей с НДС по итогам 2019 года. Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 30 сентября 2020 года Группа объединяет 538 магазинов под брендом М.Видео, 501 магазин под брендом Эльдорадо в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 454 тыс. м кв., общая площадь – 1 988 тыс. м кв. на 30 сентября 2020 года.