

ПЕРЕРАБОТКА БЫТОВЫХ ОТХОДОВ

ИССЛЕДОВАНИЕ
В СИНДИКАТИВНОМ СООБЩЕСТВЕ
IPSOS в России

Сентябрь, 2019



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



АКТУАЛЬНА ЛИ ЭТА ТЕМА ДЛЯ РОССИИ?

Последнее глобальное исследование Earth Day 2019 показало, что, из экологических проблем, переработка мусора волнует российских потребителей больше всего. В нашем сообществе мы обсудили: что стоит за этим интересом и какую логику мы можем увидеть за этими цифрами.

Итоги исследования Ipsos Earth Day доступны по [ссылке](#).



В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ОТЧЕТА ВЫ УЗНАЕТЕ:

1

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ

- Волнует ли переработка отходов российских потребителей;
- Как часто они задумываются об этой проблеме и что делают для решения

3

КТО ОТВЕЧАЕТ?

- Государство, крупные компании, некоммерческие организации или каждый лично;
- Что конкретно ожидается от каждой из сторон

2

ЧТО ГОТОВЫ ДЕЛАТЬ

- Пригодны ли, с точки зрения участников, одноразовые товары для повторного использования;
- Готовы ли платить больше за эко-товары

4

ИНИЦИАТИВЫ КОМПАНИЙ

- Какие проекты знают и используют
- Какие эко-кампании готовы поддержать

ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ДОСТУПНА ПО ПОДПИСКЕ

**СТОИМОСТЬ ОТЧЕТА
60 ТЫС РУБ БЕЗ НДС**



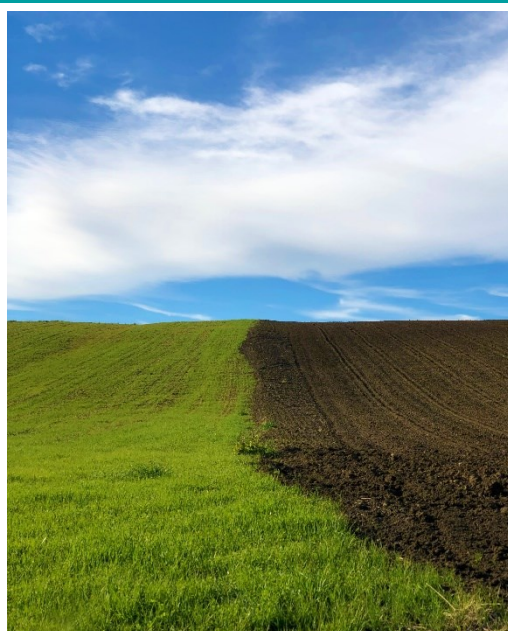
ОТНОШЕНИЕ К СОРТИРОВКЕ ОТХОДОВ

Мы провели дополнительный опрос в нашем сообществе и выяснилось, что около половины откликнувшихся участников уже сортируют отходы:



Думаю об этом каждый день и много читаю в интернете статьи о том, как сортировать и в принципе производить меньше мусора. Я сдаю батарейки, пластиковые бутылки, ненужные вещи.

(ж, Краснодар, 24)



Значимость проблемы ни у кого не вызывает сомнения, но есть те, кто считает сортировку мусора в нынешних российских реалиях бесполезным занятием:



Для нашей страны - это что-то из области фантастики, у нас нет никаких условий для переработки вторичных отходов.

(м, Москва, 44)

КТО НЕСЕТ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ?

С точки зрения большинства респондентов, уменьшение ненужной упаковки - это общее дело, в котором ответственен каждый:



Этим заниматься должны все - от государственного уровня до каждого отдельно взятого человека.

(ж, Новосибирск, 33)

Если же потребители расставляют приоритеты, то ответственность распределяется следующим образом:

(% - *данные из глобального исследования, *объяснения – из синдикативного сообщества)

1 «НАЧНИ С СЕБЯ»

9 %



Об утилизации прежде всего должны думать мы сами – следить в какой упаковке мы покупаем, выбрасывать меньше. А организации и государство - создавать условия для того, чтобы сознательные граждане могли реализовать свою ответственность за настоящее и будущее планеты.

(ж, Екатеринбург, 51)

2 ГОСУДАРСТВО?

14 %

От государства ожидается ответственность, но уровень доверия к нему вызывает вопросы:



Инициатива безусловно должна исходить в первую очередь от государства и оно несёт полную ответственность за загрязнение экологии в результате проблем с утилизацией.

(м, Москва, 40)

3 КРУПНЫЕ КОМПАНИИ

20 %



ВИКТОРИНА: Мы предлагаем угадать: Какой уровень ответственности ожидается от крупных компаний?

А. Компании должны нести полную ответственность за переработку произведенных ими материалов

Б. Ответственность компаний – это добровольное дело

В. Производители не должны нести ответственность, для этого необходимы отдельные организации

ЧТО ГОТОВЫ ДЕЛАТЬ ЛИЧНО

Мы также обсудили некоторые результаты глобального количественного исследования Ipsos Earth Day 2019* для наглядных примеров и понимания того, что готовы делать респонденты уже сейчас:

Что мы знаем из глобального исследования:

51% ПОВТОРНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ
ОДНОРАЗОВЫЕ ВЕЩИ

Что стоит за этим:

Использовать ещё раз вместо выбрасывания – одно из самых простых действий, к которому готов потребитель. Тем не менее, для некоторых существуют ограничения, как опасность для здоровья и негигиеничность.



В принципе, я это и так делаю. Пластиковую тару использую как ёмкости для воды, сажаю рассаду и т.д.
(ж, Москва, 42)



Что мы знаем из глобального исследования:

40% ПОКУПАТЬ ТОВАРЫ ИЗ
ПЕРЕРАБАТЫВАЕМЫХ
МАТЕРИАЛОВ

Что стоит за этим:

В целом, положительно относятся к идее таких покупок, но имеют ряд вопросов, в том числе о качестве товара.

В наших реалиях наверное пока сложно предположить такой вариант событий, но это было бы супер здорово и я бы с ещё БОЛЬШИМ удовольствием покупала товары из вторсырья.
(ж, Новосибирск, 24)



Что мы знаем из глобального исследования:

31% ПЕРЕСТАТЬ ПОКУПАТЬ
ТОВАРЫ, УПАКОВКА КОТОРЫХ
НЕ ПОДЛЕЖИТ ПЕРЕРАБОТКЕ

ПОПРОБУЕТЕ УГАДАТЬ, А ЧТО ДУМАЮТ
ОСТАЛЬНЫЕ? ПОЧЕМУ ОНИ НЕ ГОТОВЫ
ОТКАЗАТЬСЯ ОТ УПАКОВКИ?

А. Большинство не рефлексирует на эту тему в момент покупки

Б. Потребитель не знает, как отличить упаковку, которую нельзя переработать

В. Покупать все в упаковке - надежнее и безопаснее



*<https://www.ipsos.com/en/climate-change-increases-importance-citizens-around-world>



Что мы знаем из глобального исследования:
8% ПЛАТИТЬ БОЛЬШЕ ЗА ТОВАРЫ В ПЕРЕРАБАТЫВАЕМОЙ УПАКОВКЕ

Что стоит за этим:

Участники не хотят переплачивать за упаковку и считают, что за ее материалы и их доступную стоимость отвечает производитель.

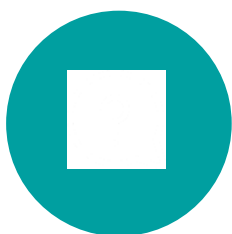


За упаковку дороже платить я точно не хочу, какими бы целями это удорожание не оправдывалось бы.

(ж, Новосибирск, 39)

Что мы знаем из глобального исследования:
7% НЕ ПОКУПАТЬ В МАГАЗИНАХ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ МНОГО НЕПЕРЕРАБАТЫВАЕМОЙ УПАКОВКИ

Что стоит за этим:



МЫ ПРЕДЛАГАЕМ УГАДАТЬ ПОЧЕМУ НЕ ГОТОВЫ ПОКУПАТЬ В ТАКИХ МАГАЗИНАХ?

- А.** Магазины, использующие только перерабатываемую упаковку, намного дороже
- Б.** Главный драйвер – это близость магазина к дому, а не его экологичность
- В.** Магазины не отвечают за упаковку, нужно смотреть на конкретных производителей



Что мы знаем из глобального исследования:
6% ПЛАТИТЬ НАЛОГ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ ПЕРЕРАБОТКИ МУСОРА

Что стоит за этим:

Мысль о дополнительных налогах в большинстве случаев вызывает негативную реакцию, недоверие и неуверенность в том, что это приведет к реальным изменениям процесса переработки отходов в России.

Налоги люди воспринимают болезненно, так как не понимают и не ощущают, куда направляются средства. Никто не отдаёт им отчёт куда и сколько процентов именно было направлено, то ли на здравоохранение, то ли на экологию, то ли на армию. Народ будет устраивать пикеты против такой инициативы.

(м, 29, Москва)



[*https://www.ipsos.com/en/climate-change-increases-importance-citizens-around-world](https://www.ipsos.com/en/climate-change-increases-importance-citizens-around-world)

ОТНОШЕНИЕ К ИНИЦИАТИВАМ

В синдикативном сообществе мы обсудили отношение к инициативам от марок или ритейлеров.



1 Проект LOOP

- ▶ Суть: доставка товаров в многоразовой таре, за которую вносится небольшая «арендная» плата.
- ▶ Актуально ли это для российского рынка?

2 Сдать в ИКЕА

- ▶ В ИКЕА принимаются батарейки, лампочки, текстиль и старые детские кроватки
- ▶ Насколько «видима» и используется такая возможность?

3 Фандоматы в Перекрестке

- ▶ В «Перекрестке» и «Карусели» поставили фандоматы для сдачи пластика в обмен на купон со скидкой
- ▶ Как оценили инициативу участники?

КАКАЯ ИЗ ИДЕЙ ИМЕЕТ НАИБОЛЬШИЙ ПОТЕНЦИАЛ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ? РАССКАЖЕМ В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ОТЧЕТА

А ТАКЖЕ В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ:



- ▶ Какие эко-кампании участники вспоминали спонтанно?
- ▶ Чем действительно пользовались?
- ▶ Каких инициатив не хватает?



- ▶ Какие эко-привычки сопровождают сортировку мусора?



- ▶ Какая информация могла бы помочь начать заботиться о проблеме тем, кто пока только задумывается об этом?

ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ДОСТУПНА ПО ПОДПИСКЕ. СТОИМОСТЬ ОТЧЕТА 60 ТЫС РУБ БЕЗ НДС

О ПРОЕКТЕ

Синдикативное онлайн-сообщество типичных потребителей, объединяющее 300 человек из разных российских городов.

МЕТОДОЛОГИЯ: качественное исследование

КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ: 30-40 респондентов

ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В 2019 ГОДУ

- ▶ Бодипозитив
- ▶ Близость к брендам
- ▶ Русские корни в брендах
- ▶ Восприятие маскулинности
- ▶ Поколение Z
- ▶ Маркеры органических продуктов
- ▶ Персональные данные
- ▶ Sharing-экономика
- ▶ Родительство
- ▶ Путешествия
- ▶ Технологические вызовы
- ▶ Паттерны экономии
- ▶ Восприятие вопроса переработки мусора

ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

ПОДПИСКА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

Опция 1
1 отчет

Опция 2
5 отчетов

Опция 3
12 отчетов

- ▶ MS PowerPoint объемом д1 дискуссия в 3 недели: ~12 тем в 2019
- ▶ В конце каждой 3 недели предоставляется отчет (summary в формате от 15 слайдов)

AdHoc ПРОЕКТЫ ПО ЗАПРОСУ

Тема по запросу
от 160 000 Руб.

Сроки
1 неделя от брифа до отчета

Области применения:

- ▶ Слишком специфический / частный вопрос для отдельного качественного исследования
- ▶ Срочно нужен отклик реальных потребителей!
- ▶ Предварительный этап для другого исследования

СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

Pavel.Lebedev@ipsos.com

Ekaterina.Kotova@ipsos.com

Цены указаны без учета НДС (20%)