

# Фандоматы и программы лояльности: положительный опыт кооперации

Июнь 2022



# Ключевые выводы

- Одним из перспективных направлений развития экономики замкнутого цикла является сбор бутылок для переработки и повторного использования материалов. За рубежом данная система в основном организована за счет обязательного включения залога (депозита) в цену напитка, бутылку от которого можно сдать и получить денежное вознаграждение.
- В настоящее время в России не принято решение о переходе к залоговой системе с введением ответственности производителя. Наиболее актуальна для России сейчас альтернативная система — сбор тары через фандоматы в инициативном порядке с дальнейшим начислением баллов и предоставлением скидок в магазинах-партнерах (без прямого денежного вознаграждения). Такая схема не несет рисков для потребителей, связанных с ростом цен на напитки, а также с возникновением неучтенных доходов граждан, которые должны облагаться налогом.
- Компании (в основном производители напитков и ритейлеры) реализуют отдельные бонусные программы в рамках своих собственных систем лояльности или объединяются с другими компаниями и создают единую бонусную программу, позволяющую потребителям сдавать бутылки и затем получить скидки за полученные бонусы в магазинах-партнерах. В среднем за 1 бутылку полагается вознаграждение баллами, соответствующее 1 руб., но зачастую предлагается определенный размер скидки от будущей покупки в магазинах-партнерах. Аналогичные кейсы по установке фандоматов и начислению баллов за сданные бутылки встречаются и в других странах (в Беларуси, Казахстане, Италии, Турции). В странах, где принята депозитная система, денежное вознаграждение за сданные бутылки установлено в абсолютном значении на более высоком уровне (например, в Германии 0,25 евро за бутылку). Однако сравнение системы начисления баллов и депозитной системы не является показательным, поскольку депозитные системы зачастую регулируются и субсидируются государством.
- Установка фандомата в России — это способ для компаний продемонстрировать свою социальную и экологическую ответственность и повысить лояльность клиентов к своему бренду. Также это способ для компаний отчитываться о соблюдении принципов расширенной ответственности производителя по утилизации производимых товаров в конце жизненного цикла. В будущем при расширении сети фандоматов и увеличении объемов перерабатываемого вторсырья вложения в фандоматы могут стать более выгодными, но в настоящее время высокая стоимость самого фандомата, его обслуживания и организации логистики по вывозу тары превосходят стоимость продаваемого на переработку вторсырья. Чтобы затраты на техобслуживание и вывоз вторсырья из одного небольшого фандомата за месяц (без учета инвестиций на покупку фандомата) окупались за счет продажи вторсырья, необходимо, чтобы фандомат наполнялся 25 раз за месяц.
- Несмотря на частичную правовую неопределенность схем предоставления бонусов за бутылки, она не противоречит текущему законодательству и имеет перспективы дальнейшего развития. Для минимизации правовых рисков, связанных со спорной квалификацией бонусов, необходимо в программах лояльности и публичных офертах четко прописывать возможности и ограничения использования бонусов потребителями.

# Развитие сети фандоматов

Развитие экономики замкнутого цикла, предполагающей повторное использование полезных ресурсов и сокращение объема отходов, является важным аспектом на пути достижения устойчивого развития. Существенным потенциалом обладает направление переработки упаковки из различных материалов (пластика, стекла, алюминия). Однако для его развития необходимы не только технологии по переработке и спрос на изделия из переработанных материалов, но и изменение потребительского поведения и привычек. Здесь важны как меры информирования со стороны государства и компаний, так и конкретные экономические стимулы для граждан, способствующие более осознанному отношению к потребляемым и утилизируемым товарам.

Так, в ряде стран Европы около 20 лет назад начала развиваться система сбора тары от напитков за счет организации пунктов сбора или установки специальных аппаратов по приему бутылок (reverse vending machine). Особенно высоких результатов по сбору и переработке тары удалось достичь, например, в Германии и Норвегии, где на государственном уровне были введены залоговые системы сбора тары. Суть данной системы заключается в том, что при покупке какого-либо напитка в магазине в его стоимость отдельно включена стоимость упаковки (залог), который потребитель может вернуть в денежном выражении, если сдаст бутылку на переработку в специальный пункт (где осуществляется сбор тары вручную) или положить в фандомат (аппарат по приему бутылок; rhand — (с немец.) залог). Залоговая система сбора тары для дальнейшей переработки и повторного использования распространилась и в некоторых других странах за пределами Европы (в отдельных штатах США, штатах Австралии, провинциях Канады). Однако существенным недостатком, препятствующим повсеместному распространению данной системы, является неизбежный рост стоимости продаваемых напитков, из-за включения в их цену стоимости залога.

Компании, инициирующие установку фандоматов в России, ограничены по способам поощрения клиентов за сдачу тары в фандомат. В настоящее время деньги от сдачи тары нельзя напрямую зачислить на счет физлица, поскольку это будет считаться налогооблагаемым доходом. В 2021 году комитет Совета Федерации по экономической политике направил<sup>1</sup> в правительство законопроект об отмене НДС с доходов физлиц от сдачи на переработку пластиковой и стеклянной тары по аналогии с отменой НДС на сдачу макулатуры. Однако законопроект не получил дальнейшего продвижения.

Альтернативой залоговой схеме сбора тары является схема поощрения конечных потребителей к сдаче тары в фандомат посредством начисления бонусных баллов и предоставления скидок. При сдаче бутылки потребитель указывает свой номер телефона или номер карты лояльности и получает определенное количество бонусов, которые он может потратить в магазинах-партнерах данной программы лояльности.

## Кейсы в России и за рубежом

Способы привлечения клиентов за счет предоставления скидок и баллов за сдачу товаров бывших в употреблении используются торговыми сетями в разных отраслях. Это способствует повышению лояльности к бренду, поскольку все больше потребителей стараются переходить к более осознанному потреблению. С точки зрения организации торговыми сетями схемы «баллы/скидки за б/у товар» примерно одинаковы – это маркетинговые программы, правила которых закреплены в публичной оферте. В качестве примера можно привести следующие товары, за которые магазины предоставляют<sup>2</sup> бонусные баллы и скидки на следующие покупки<sup>3</sup>:

- одежда и обувь (H&M, Monki, Rendez-Vous, Uniqlo, Nike),
- текстиль (IKEA),

<sup>1</sup> Ведомости Налог на доход со сдачи бутылок в переработку могут отменить // <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2021/09/05/885304-nalog-butilok>

<sup>2</sup> Сбор сведений о маркетинговых программах по приему б/у товаров осуществлялся в феврале 2022 г. до приостановки деятельности в России торговых сетей из списка

<sup>3</sup> <https://journal.tinkoff.ru/short/sdat-nenuzhnoye/>

- книги (Республика),
- банки от косметических средств (Lush, Kiehl's),
- фильтры для воды (Аквафор, АкваТоп),
- техника (Связной, Эльдorado, Теле-2, МТС),
- прочее (ювелирные украшения, очки, спортивный инвентарь).

Сбор тары от напитков может быть организован по аналогичной системе — то есть не через включение залога в цену товара, а через предоставление скидки на следующие покупки за возврат б/у товаров и упаковок.

Потенциал рынка фандоматов в России оценивается в 150 тыс. шт. (969 чел. на 1 фандомат). Для сравнения, в Германии сейчас работает 135 тыс. фандоматов (616 чел. на 1 фандомат).<sup>4</sup> По информации на октябрь 2021 г. в экопроекте Российского экологического оператора по внедрению системы фандоматов принимает участие 10 регионов. В первую очередь масштабная установка фандоматов запланирована в трех регионах России: Челябинской, Липецкой и Белгородской областях. Один фандомат способен принять около 2 тонн вторичных материальных ресурсов в месяц, итого 25 тонн в год<sup>5</sup>. Всего в планах Российского экологического оператора и региональных операторов, вступивших в программу, установка 10 000 фандоматов по всей стране до конца 2022 года. Это позволит увеличить долю перерабатываемых отходов минимум на 2%.<sup>6</sup>

Свои программы по установке фандоматов и поощрению потребителей за сданные бутылки запускают и отдельные торговые сети. Существует несколько вариантов организации и других аспектов взаимодействия экономических агентов при развитии сети фандоматов<sup>7</sup>:

- 1.** Фандомат может быть куплен или взят в аренду/лизинг у производителя по инициативе торговой сети, производителя напитков, прочих компаний, региональных и муниципальных органов власти. Стоимость фандомата в среднем составляет около 400–500 тыс. руб., но цена может отличаться в зависимости от производителя, модели и количества закупаемых штук. Также доступна аренда фандомата за 23–30 тыс. руб. в месяц (в отдельных случаях в стоимость может включаться техобслуживание и вывоз вторсырья). Для коммерческих компаний установка фандоматов — это способ соответствия положениям о расширенной ответственности производителя и повышения узнаваемости бренда как экологически ответственной компании. Отдельные компании, которые не связаны с производством и продажей напитков, могут устанавливать фандоматы на своей территории в рамках стремления соответствовать ESG-принципам.
- 2.** Проект по использованию фандоматов может реализовываться в партнерстве. Например, производитель напитков может профинансировать покупку (аренду) фандомата для установки в магазине-партнере при условии, что этот партнер возьмет на себя издержки по техническому обслуживанию фандомата и вывозу сырья. Техническое обслуживание фандомата включает поддержку ПО, выгрузку отчетов по работе фандомата, мойку и дезинфекцию фандомата, обслуживание пользователей по горячей линии, но не включает вывоз накопившегося вторсырья из фандомата. Техобслуживание фандомата обходится примерно в 5–7 тыс. руб./месяц на один фандомат.
- 3.** Договор о вывозе сырья может заключаться с производителями фандоматов или со сторонними организациями, которые затем передают собранное вторсырье на заводы на переработку. В отдельных случаях при больших объемах сбора вторсырья через фандоматы его можно продавать. Но в настоящее время в большинстве случаев вывоз вторсырья — это расходы партнеров или инициаторов проекта по установке фандомата. Вывоз вторсырья из небольшого фандомата стоит около 6 тыс. руб./месяц на один фандомат.
- 4.** Инициатор проекта может выбирать, в рамках какой программы лояльности привлекать потребителей и предлагать вознаграждение. Фандоматы могут быть подключены к системе лояльности одной торговой сети, и тогда накопленные баллы можно использовать только в ней. Существуют объединенные системы начисления баллов между несколькими партнерами. В таких случаях у потребителя есть больше выбора, как можно потратить накопленные баллы.

4 Ведомости «В России хотят создать сеть в 10 000 фандоматов для раздельного сбора тары» // <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2021/06/03/872596-set-fandomatov>

5 <https://gubernia74.ru/articles/news/1106369/>

6 <https://www.kommersant.ru/doc/5050243>

7 Стоимостные оценки по покупке, аренде, техобслуживанию фандоматов и вывозу вторсырья получены по результатам опроса ЦСР участников рынка (производителей фандоматов и их клиентов) на июнь 2022 г.

Стоит отметить, что введение системы поощрения деньгами за сданные в фандомат бутылки не является привлекательным для компаний, обслуживающих фандоматы (даже при снятии налоговых барьеров). Стоимость вторсырья в России остается невысокой, поэтому финансовые возможности таких компаний ограничены. Так, стоимость приема 1 кг ПЭТ-бутылок составляет около 20–40 руб., при условии, что один небольшой фандомат вмещает 400 бутылок по 0,5 л (при среднем весе такой бутылки 30 г), общий вес при вывозе тары из одного фандомата составит 12 кг, то есть не более 480 руб. Затраты на вывоз сырья и техобслуживание фандомата (в среднем составляют около 12 тыс. руб. в месяц) могут быть окуплены, если фандомат будет полностью наполнен 25 раз за месяц.

Перспектива окупаемости проектов по развитию сети фандоматов во многом зависит от двух ключевых факторов — востребованности среди потребителей и масштабов данной системы. Чем больше будет фандоматов, тем удобнее будет людям находить их поблизости и сдавать бутылки. Кроме того, большие объемы накапливаемого вторсырья будут стимулировать торговые сети организовывать пункты временного хранения и затем продавать вторсырье переработчикам и компенсировать затраты.

В настоящее время «бремя вознаграждения» за сданные бутылки лежит на инициаторах данных программ и их партнерах, которые начисляют бонусные баллы или предлагают скидки на свои товары. Для компаний-инициаторов и их партнеров установка фандоматов, их обслуживание и вывоз вторсырья являются дорогостоящими, но такие проекты способствуют привлечению клиентов и укреплению репутации бренда как экологически ответственной компании. Для конечных потребителей вознаграждение за сдачу бутылок обычно бывает небольшим – стандартные расценки составляют 1 ПЭТ-бутылка = 1 балл = 1 руб. Это в абсолютном значении ниже, чем в странах, где принята депозитная система. Например, в Германии установлена минимальная сумма депозита в размере 0,25 евро за бутылку. Однако сравнение системы начисления баллов и депозитной системы не является показательным, поскольку депозитные системы зачастую регулируются и субсидируются государством.

Далее будут рассмотрены способы поощрения потребителей (не через депозитную систему) за сдачу тары в фандоматы, распространенные в России, Казахстане, Беларуси, Италии и Турции на начало 2022 года.

## Проекты компании «Инновационная экологическая платформа» (Ecoplatform)

ООО «Инновационная экологическая платформа» (Ecoplatform) производит фандоматы, которые могут устанавливаться в общественных местах (помещениях) и на улице. Программное обеспечение фандомата позволяет присоединять фандоматы к разным бонусным программам. Так, фандоматы могут быть настроены на бонусную программу отдельной торговой сети (например, «ВкусВилл»), либо работать по бонусной программе, объединяющей партнеров компании «Инновационная экологическая платформа».

<b>Производитель фандоматов</b>	ООО «Инновационная экологическая платформа» (Ecoplatform)
<b>Тип фандоматов</b>	Есть модели для размещения как в помещении, так и на улице. Есть модели как со сминателем сданной тары, так и без
<b>Что принимает фандомат</b>	Пластиковые и алюминиевые бутылки
<b>Правила общей программы лояльности</b>	<p>За каждую сданную бутылку или банку потребитель получает 10 ЕсоБонусов. При сдаче необходимо указать номер телефона или номер карты лояльности, чтобы привязать полученные бонусы к аккаунту и сохранить всю статистику. ЕсоБонусы можно начислить на карту лояльности и использовать для получения скидки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Пополнение баланса лицевого счета на оплату ЖКУ от УК «Самолет» (10 бонусов = 1 руб.),</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Скидка на ЖКУ «Обращение с отходами» для жителей Белгородской области (10 бонусов = 50 копеек),</li> <li>— Скидка на покупку в Интернет-магазине BlueSleep (700 бонусов = 10% скидка),</li> <li>— Скидка на билет в кино в Культурном центре Любови Орловой (500 бонусов = 50% скидка),</li> <li>— Скидка на покупки в интернет-магазине Synergetic (1000 бонусов = 100 руб.).<sup>8</sup></li> </ul>
<p><b>Правила отдельной системы лояльности. Кейс №1 «ВкусВилл»</b></p>	<p>Фандоматы установлены в магазинах «ВкусВилл». Фандомат начисляет бонусы на карту «Давайте дружить» за сдачу бутылок. За бутылки из-под напитков торговой марки «ВкусВилл» и производителя «Балтика» можно получить повышенные бонусы. Бонусы равны рублям, ими можно оплатить до 100% от суммы в чеке. Если потребитель не хочет получать бонусы, то фандомат предложит скидку на один из товаров (которая также оформляется через карту лояльности «Давайте дружить»). Начисление баллов на бонусную карту реализуется в рамках программы лояльности «Давайте дружить» и публичной оферты, опубликованной на сайте магазина.</p>
<p><b>Правила отдельной системы лояльности. Кейс №2 БАЙКАЛSEA</b></p>	<p>Фандомат установлен в супермаркете «Слата» в Иркутской области. За сданные бутылки можно получить баллы на «фрешкарту»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— 3 баллы (3 руб.) за каждую бутылку продукции БАЙКАЛSEA Company: БАЙКАЛ430, БАЙКАЛ PEARL, БАЙКАЛ RESERVE, Мика-Мика, Иркутская, Байкальская,</li> <li>— 2 балла (2 руб.) за бутылку любого другого производителя.<sup>9</sup></li> </ul> <p>Эти бонусы можно использовать в сети супермаркетов «Слата» и для получения скидки у магазинов-партнеров (сети аптек, АЗС, магазинов канцелярии и прочих). Бонусами можно оплатить любую сумму покупки, но не более 99% от суммы чека. Оставшуюся сумму необходимо будет внести наличным или безналичным способом. Если покупка оплачена частично бонусами, частично деньгами (наличные или банковская карта), то бонусы начисляются только за ту часть покупки, которая оплачена деньгами.<sup>10</sup></p>
<p><b>Правила отдельной системы лояльности. Кейс №3 ТРЦ Dostyk Plaza в Алматы</b></p>	<p>Фандомат установлен в ТРЦ Dostyk Plaza в Алматы (Казахстан). При сдаче пластиковой или алюминиевой бутылки в фандомат в приложении Smart Plaza начисляется 10 экобонусов, которые можно обменять на продукцию с символикой «ЭКО» или месячную парковочную карту. Продукцию «ЭКО» можно получить за определенное количество бонусов: поясная сумка — 1200 экобонусов, панاما — 700, шоппер — 1000, а месячная парковочная карта — 2500.<sup>11</sup></p>
<p><b>Правила отдельной системы лояльности. Кейс №4 ТЦ «Скала» в Минске</b></p>	<p>Фандомат установлен в ТЦ «Скала» в Минске (Беларусь). Взамен на бутылки и банки автомат выдает купоны на скидки в торговой сети Green:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— 1–5 бутылок — скидка 1%;</li> <li>— 6–10 бутылок — скидка 2%;</li> <li>— 11 и больше — скидка 3%.</li> </ul> <p>Купоны не суммируются, каждый можно использовать только один раз.<sup>12</sup></p>

<sup>8</sup> <https://bonus.ecoplatform.ru/>

<sup>9</sup> <https://eco.irkvoda.ru/>

<sup>10</sup> <https://xn--80aanu2adok2b.xn--p1ai/#/rule>

<sup>11</sup> [https://forbes.kz/process/ecobusiness/gde\\_v\\_almaty\\_mojno\\_obmenyat\\_plastikovuyu\\_butyilku\\_na\\_bonusy/](https://forbes.kz/process/ecobusiness/gde_v_almaty_mojno_obmenyat_plastikovuyu_butyilku_na_bonusy/)

<sup>12</sup> <https://www.the-village.me/village/city/news-city/280971-taromat>

## Проекты компании ООО «Современный рециклинг»

<b>Производитель фандоматов</b>	ООО «Современный рециклинг»
<b>Что принимает фандомат</b>	Пластиковые и алюминиевые бутылки
<b>Покупатели фандоматов</b>	Сбер установил фандомат в центральном офисе Московского банка Сбербанка, расположенном в бизнес-центре «Оружейный»
<b>Правила общей программы лояльности</b>	Потребитель может создать «личный кабинет» и получать за сданную тару баллы, которые можно перевести на транспортную карту «Тройка» для оплаты проезда на столичном общественном транспорте или получить в обмен на них бонусы от «СберСпасибо». Одна сданная бутылка или банка равняется 1 руб. на карте «Тройка» или 1 бонусу от «СберСпасибо». <sup>13</sup>

## Проекты компании ГК «EcoPartners» (совместно с компанией «Зеленая Собака»)

ГК «EcoPartners» (юнит «ЭкоТехнологии») совместно с компанией «Зеленая Собака» производят фандоматы, которые затем устанавливаются в магазинах. Программное обеспечение фандомата позволяет присоединять фандоматы к разным бонусным программам. Так, фандоматы могут быть настроены на бонусную программу отдельной торговой сети, а могут работать по единой бонусной программе партнеров BottleCoin.

<b>Производитель фандоматов</b>	ГК «EcoPartners» (юнит «ЭкоТехнологии») совместно с компанией «Зеленая Собака»
<b>Тип фандоматов</b>	Есть модели для размещения как в помещении, так и на улице. Есть модели как со сминателем сданной тары, так и без
<b>Что принимает фандомат</b>	Пластиковые и алюминиевые бутылки. Отдельные модели принимают также стеклянные бутылки
<b>Партнеры общей программы лояльности</b>	«Барьер», «СберМегаМаркет», «Puzzle English», «ВкусВилл», «MoMeditation». Покупатели фандоматов могут не присоединяться к общей программе лояльности, а настроить ПО для использования собственной системы лояльности
<b>Правила общей программы лояльности</b>	В рамках системы лояльности BottleCoin начисляются баллы на карту лояльности. Баллы можно потратить на товар и услуги, предлагаемые партнерами программы
<b>Покупатели фандоматов</b>	Компании из сферы ритейла («Магнит», «Перекресток»), ЖКХ (УК «РеутКомфорт»), АЗС «Татнефть», офис «Сбер», офис «Полис» <sup>14</sup>

<sup>13</sup> [https://www.sberbank.ru/ru/press\\_center/tb\\_all/article?newsID=cf7eba66-6cdd-46fb-94bf-5a87925e6195&blockID=11000212&regionID=77&lang=ru&type=NEWS](https://www.sberbank.ru/ru/press_center/tb_all/article?newsID=cf7eba66-6cdd-46fb-94bf-5a87925e6195&blockID=11000212&regionID=77&lang=ru&type=NEWS)

<sup>14</sup> <https://fandomats.ru/#!/feeds/197123133411/c/%D0%9C%D0%B5%D1%80%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F>

## Проекты компаний «РТ-Инвест» и дочерней компании «Группа Тарас»

### Проекты «Группа Тарас»

<b>Производитель фандоматов</b>	«Группа Тарас» (дочернее предприятие «РТ-Инвест»)
<b>Тип фандоматов</b>	Есть модели для размещения как в помещении, так и на улице. Есть модели как со сминателем сданной тары, так и без
<b>Что принимает фандомат</b>	Пластиковые и алюминиевые бутылки. Отдельные модели принимают также стеклянные бутылки
<b>Правила общей программы лояльности</b>	«Группа Тарас» создает собственную систему поощрений, в которую включены федеральные и региональные поставщики товаров и услуг. При сдаче тары в фандомат человек получает купон с баллами, которые затем можно обменять на скидку у партнеров.
<b>Покупатели фандоматов</b>	«Икеа», сеть магазинов «МАН»; «Газпром нефтехим Салават» установил фандоматы в лицее в г. Салават; фандоматы установлены в школах Казани в рамках совместного проекта с «РТ-Инвест»

### Проекты «РТ-Инвест»

<b>Производитель фандоматов</b>	Производство «РТ-Инвест» в Климовске
<b>Тип фандоматов</b>	Есть модели для размещения как в помещении, так и на улице. Есть модели как со сминателем сданной тары, так и без
<b>Что принимает фандомат</b>	Пластиковые и алюминиевые бутылки
<b>Правила общей программы лояльности</b>	Создана централизованная система обмена тары на баллы и скидки, которые можно потратить на покупку продуктов и оплату услуг в сети «ВкусВилл» и сервисе UDS.  Фандомат начисляет бонусы на карту «Давайте дружить» за сдачу бутылок (1 бутылка — 1 балл). Бонусы равны рублям, ими можно оплатить до 100% от суммы в чеке. Если потребитель не хочет получать бонусы, то фандомат предложит скидку на один из товаров (которая также оформляется через карту лояльности «Давайте дружить»). Начисление баллов на бонусную карту реализуется в рамках программы лояльности «Давайте дружить» и публичной оферты, опубликованной на сайте магазина.
<b>Дополнительная информация</b>	Фандоматы компании «РТ-Инвест» расположены в Московской области: торговых центрах, парках, МФЦ, школах и спортивных центрах (всего 360 шт.). <sup>15</sup>



## Зарубежные кейсы

Несмотря на то, что за рубежом наиболее распространены залоговые системы сбора тары (поскольку на государственном уровне введена обязанность торговых сетей принимать бутылки и банки из-под напитков, которые там продаются), встречаются и примеры с альтернативными способами компенсации/поощрения. Как и в России, при сдаче бутылок в такие фандоматы потребители получают бонусные баллы или скидки на дальнейшие покупки.

### Италия

<b>Место расположения фандомата</b>	Три станции метро в Риме
<b>Что принимает фандомат</b>	Пластиковые бутылки от 0,25 л до 2 л
<b>Схема поощрения</b>	Каждая бутылка оценивается в пять баллов (центов). Чтобы купить стандартный билет, который стоит 1,5 евро, нужно сдать 30 бутылок. После того, как бутылки пройдут через фандомат, пассажиры получают баллы, которые можно обменять на проездной билет через приложения myCicero и Tabnet. <sup>16</sup>
<b>Дополнительная информация</b>	Проект запущен римской транспортной компанией ATAC

### Турция

<b>Место расположения фандомата</b>	Метро в Стамбуле
<b>Что принимает фандомат</b>	Пластиковые и алюминиевые бутылки
<b>Схема поощрения</b>	За бутылки начисляются баллы, которые можно потратить для покупки транспортного билета. За 0,33-литровую бутылку дают 0,02 турецких лиры, за 0,5-литровую — 0,03 лиры, за 1-литровую — 0,06 лиры и за 1,5-литровую — 0,09 лиры.
<b>Дополнительная информация</b>	Проект запущен по инициативе муниципалитета Стамбула <sup>17</sup>

## Выводы по кейсам

Анализ кейсов показал, что отдельные коммерческие компании, региональные и муниципальные власти и производители фандоматов могут использовать схожие схемы по вовлечению потребителей в экономику замкнутого цикла:

<sup>16</sup> <https://www.lonelyplanet.com/articles/rome-recycling-transport-credits>

<https://daily.afisha.ru/news/31066-v-rime-mozhno-oplatit-poezdku-v-metro-plastikovymi-butyulkami/>

<sup>17</sup> <https://www.middleeastmonitor.com/20181018-istanbul-vending-machine-accepts-recycled-bottles-for-metro-credit/>

- В магазинах или других общественных местах установлены фандоматы для приема пластиковых и алюминиевых бутылок. Компенсация за бутылки предусмотрена на основе начисления бонусов на карты лояльности, баллов на карту тройка и в форме предоставления скидок на будущие покупки;
- Использование бонусов возможно либо в одном конкретном магазине (сети), либо в пространстве магазинов-партнеров, которые используют единую бонусную систему. В одних случаях бонусами можно оплатить всю сумму покупки, в других — только часть;
- Система начисления бонусов и предоставления скидок позволяет избежать сложностей с организацией денежных выплат за сданные бутылки потребителям, поскольку в таком случае потребовалась бы создать систему отслеживания платежей для дальнейшей уплаты налога с дохода от сдачи бутылок;
- Для коммерческих компаний основная цель запуска проектов с фандоматами — это стремление соответствовать экологическим принципам. Кроме того, это может рассматриваться как элемент подготовки к возможному будущему реформированию системы обращения с отходами и введению залоговой системы в стране;
- Проекты по установке и содержанию фандоматов являются дорогостоящими (как с точки зрения первоначальных инвестиций, так и в части обслуживания и организации логистики по вывозу тары). При этом стоимость сдаваемого вторсырья на переработку относительно низка, что не позволяет в настоящее время окупить проекты;
- Для потребителей сдача бутылок в фандомат — это способ вовлечения в экологическую повестку и стремления к более осознанному потреблению, к которому добавляется приятный бонус в виде скидок в магазинах-партнерах программы лояльности.

## Правовая определенность

При запуске системы фандоматов на основе бонусных поощрений торговыми сетями возникают вопросы, связанные с определением правового статуса таких сделок. С одной стороны, существуют ограничения по установлению денежных поощрений из-за налогового законодательства. С другой стороны, правовой статус процедуры обмена тары на бонусные баллы и скидки также не до конца ясен и правомерность такого механизма вызывает сомнения у некоторых участников рынка. Ниже представлены результаты проведенного анализа правомерности такого механизма.

В отличие от денежных средств, «доход» в виде баллов не облагается налогом (п. 68 статьи 217 НК РФ). При реализации таких программ поощрения ее организаторы должны понимать, что система начисления баллов должна оставаться маркетинговым инструментом привлечения клиентов, а баллы не должны превращаться в полноценное платежное средство – денежный суррогат, обладающий всеми функциями денег.

Согласно ч. 1 ст. 75 Конституции РФ, «денежной единицей в Российской Федерации является рубль. Денежная эмиссия осуществляется исключительно Центральным банком Российской Федерации. Введение и эмиссия других денег в Российской Федерации не допускаются». Ст. 27 Федерального закона от 10.07.2002 № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» также устанавливает, что «введение на территории Российской Федерации других денежных единиц и выпуск денежных суррогатов запрещаются».

Также существуют такие понятия как цифровые финансовые активы и цифровая валюта, которые регулируются Федеральным законом от 31.07.2020 № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Согласно определениям из данного закона, бонусные баллы не относятся к данным категориям. Это подтверждается письмом Минтруда России от 16.12.2020 № 18-2/10/В-12085 «О направлении информационного письма о возможности приобретения цифровых финансовых активов и цифровой валюты и владения ими отдельными категориями лиц».

Как указано в публичных офертах (например, «СберСпасибо», «ВкусВилл»), бонусы — это условные расчетные единицы, начисляемые на бонусный счет участника программы лояльности. Начисленные бонусы могут быть использованы клиентом в дальнейшем при приобретении товаров и услуг у компании и ее партнеров, с которыми у него заключены соответствующие соглашения. То есть бонусные баллы деньгами не являются. Они представляют собой отсроченную скидку с цены товара или услуг. Клиент, которому начислены баллы, наделяется правом требовать от компании или его партнера продажи ему продукта по определенной цене. Данное обязательственное право требования является имущественным и может быть реализовано клиентом в порядке и на условиях, которые предусмотрены программой лояльности (ст. 128 и 426 ГК РФ).<sup>18</sup>

В качестве примера можно привести положения из программы лояльности «ВкусВилл» «Давайте дружить»:

- Программа лояльности «Давайте дружить» означает взаимоотношения, в которых участник, приобретающий товары компании и/или у партнеров с помощью карты участника, приобретает право на получение привилегий в соответствии с настоящими правилами.
- Привилегия — возможность приобретения товаров и/или услуг компании и/или у партнеров с финансовой или нефинансовой выгодой. Привилегии могут предоставляться методом отложенной скидки — начисления бонусов на счет участника и последующего расходования участником накопленных бонусов на товары компании и/или партнеров.
- Бонусы не имеют наличного выражения и денежной стоимости. Участник может использовать бонусы для получения скидки при совершении покупки товаров/услуг в магазинах «ВкусВилл» и/или партнеров (в случаях, если такое списание предусмотрено соответствующим соглашением, заключенным между компанией и партнером).
- Размер скидки определяется исходя из расчета: 1 балл равен 1 руб.

Риск квалификации баллов, полученных по бонусным программам, в качестве электронных денежных средств можно считать минимальным, учитывая сложившуюся на рынке практику реализации бонусных программ, и при условии, что оператор соблюдает ряд правил:

- баллы не должны выводиться или иным образом трансформироваться в наличные или безналичные денежные средства;
- баллы не должны покупаться или иным образом трансформироваться из наличных или безналичных денежных средств;
- баллы невозможно передать другому лицу;
- оплата баллами должна производиться только в пользу компаний — участников бонусной программы; оплата в пользу третьих компаний запрещена<sup>19</sup>.

Таким образом, если соблюдается указанные пункты, то поощрение баллами потребителей за сданную тару является легальным инструментом. Баллы, выдаваемые за бутылки, которые впоследствии могут быть обменены на товары или услуги, скорее, не будут выполнять экономический функций денег. А сама по себе реализация бонусных программ является уже устоявшейся бизнес-практикой.

<sup>18</sup> Бычков А. Что учесть при запуске программы лояльности и начислении бонусных баллов // Юридический справочник руководителя. 2021. № 8. С. 11 - 24.

<sup>19</sup> См.: Электронные деньги в коммерческом банке: практическое пособие / А.В. Пухов, А.Ю. Мащевич, А.В. Рего и др. М.: КНОРУС, 2015. (доступ из СПС «КонсультантПлюс»).



© 2022 Фонд «Центр стратегических разработок» (ЦСР). Все права защищены.  
При использовании информации из документа ссылка на ЦСР обязательна.

Москва, 125009, Газетный пер., 3–5 стр. 1, 3 этаж  
Тел.: +7 (495) 725-78-06  
Факс: +7 (495) 725-78-14  
E-mail: [info@csr.ru](mailto:info@csr.ru)  
[csr.ru](http://csr.ru)