

# Возможности и барьеры практики фудшеринга в России

## Проект ЦСП «Платформа» и X5 Group

Центр социального проектирования «Платформа» публикует результаты исследования об отношении к продуктовой помощи и восприятию фудшеринга. Ключевые данные:

Продуктовая помощь в топе рейтинга социальных запросов – отмечает 31% россиян.

68% считают, что через полгода покупать продукты будет финансово труднее.

Наиболее заметны социальные программы компаний, связанных с продовольствием (53%), крупных промышленных предприятий (26%) и финансовых компаний (25%).

90% россиян считают, что продукты с истекающим сроком годности нужно использовать, а не утилизировать.

Также в докладе: запросы к бизнесу, социальный образ ритейла, восприятие форматов продуктовой помощи и основные барьеры развития фудшеринга.

**Период проведения: ноябрь-декабрь 2022 года.**

Используемые данные:

Онлайн-опрос населения РФ на основе панели Tiburon – 1300 человек старше 18 лет, проживающих в городах с населением больше 100 тыс.: 1000 человек опрошены по выборке, репрезентирующей население РФ в целом; дополнительно выборка увеличена на 300 человек из социально уязвимых групп. Период проведения: 1–4 ноября 2022 года.

Очные фокус-группы с населением разного возраста и социально-экономического статуса в 6 городах: Москва, Нижний Новгород, Челябинск, Ярославль, Королёв, Дзержинск. Из них 3 группы – с людьми из категорий низких доходов. Количество участников: 6–7 человек в группе. Период проведения: 24 октября – 3 ноября 2022 года.

Материалы экспертной дискуссии «Российский бизнес в поисках новых

социальных инициатив. Фудшеринг – инструмент социальной стабилизации», 24 декабря 2022 года. Организаторы: Центр стратегических разработок, ESG-Альянс, ЦСП «Платформа», X5 Group.

**Подробнее – в исследовании:**

[Скачать PDF](#)