



# DON'T DROP

## DIROL ПОКАЖЕТ, КАК ВЫБРАСЫВАТЬ ЖВАЧКУ ПРАВИЛЬНО

Dirol начинает масштабный проект в поддержку ответственного потребления — Dirol Don't Drop. Вместе с американским дизайнером [Shane Gonzalez](#) of Midnight Studios и популярным российским кастомайзером обуви [Maggi](#) бренд создал кроссовки с добавлением переработанной жвачки. Жевательная резинка вошла в состав полимера подошвы и составляет около 13%. Эти эксклюзивные кроссовки получат<sup>1</sup> самые активные участники кампании. Кроме подошвы из «жвачного» полимера можно делать ручки, чехлы для телефонов, блокноты и еще множество повседневных предметов.

Вопрос ответственного потребления — один из самых актуальных в последние годы. После использования небольшую по размеру жевательную резинку сложно собрать, если она попадает не в урну: ежегодно около 1,4 тыс. тонн жвачки оказывается<sup>2</sup> на российских улицах. Это можно изменить, если выбрасывать использованную жвачку в урну.

Бренд Dirol запускает кампанию по изменению привычки потребления — Dirol Don't Drop. Проект поддержат иконы поколения Z артисты [NILETTO](#) и [RAKHIM](#), популярные блогеры, дизайн-завод [«Флакон»](#), а также экопартнеры [ProEcoPen](#) и [«ЭкоТехнологии»](#).

Артисты и блогеры запустят маску в Instagram, которая покажет, как легко выбрасывать жвачку правильно. На территории «Флакона» установят специальные урны для сбора жевательной резинки, из которой будет сделана подошва для партии лимитированных кроссовок Dirol x Shane Gonzalez x Maggi. Сбор пройдет с 18 августа до 15 сентября.

Количество кроссовок лимитировано — будет произведено всего 120 пар. Их получат самые активные участники кампании Dirol Don't Drop, изменившие свою привычку и вдохновившие на это других.

---

<sup>1</sup> Акция “Выбрасывай правильно и получай призы Dirol” стартует 13.08.2021, правила акции будут размещены на сайте <https://diroldontdrop.ru> с 13.08.2021

<sup>2</sup> В России в год продается 28 тонн жевательной резинки, источник <https://www.rbc.ru/business/25/03/2021/605af0079a79473787751ff8>

5% выкидывается не в урны, согласно статье <https://www.mk.ru/moscow/2017/06/18/moskva-rezinovaya-na-stolichnykh-trotuarakh-skopilis-tonny-zhvachki.html>

Следовательно, на земле оказывается 1,4 тыс. тонн жвачки в год.





# DON'T DROP

Кампания продлится до 30 сентября и завершится громкой вечеринкой на «Флаконе», где соберутся дизайнеры, артисты и партнеры проекта, а представители бренда Dirol поделятся планами на будущее.

Полимер с жевательной резинкой разрабатывался брендом Dirol совместно с производителем изделий из вторсырья компанией ProEcoPen и переработчиком «ЭкоТехнологии». Было проведено более 100 тестов и в результате найден состав, который может содержать 13% жевательной резинки в полимере. Кроме подошвы, из «жвачного» полимера можно делать ручки, чехлы для телефонов, блокноты и еще множество повседневных предметов.

Dirol Don't Drop — это смелый шаг в сторону более осознанного потребления жевательной резинки. Бренд надеется, что проект подтолкнет многих к изменению привычки и покажет, что даже маленькое действие, сделанное каждым, может принести большие результаты, а новый полимер будет использоваться для производства повседневных предметов.

«Последние годы мы видим, что набирает обороты тренд на социальную ответственность — и бизнес не остается в стороне, старается развивать культуру потребления и выстраивать для этого инфраструктуру в России. Мы, бренд Dirol, видим свою роль в том, чтобы призвать потребителей более осознанно относиться к окружающей среде и другим людям. Благодаря проекту Dirol Don't Drop каждый человек может внести свой вклад в чистоту улиц своего города, если выработает привычку выбрасывать использованную жевательную резинку только в урну», — говорит Диана Мамулян, менеджер по развитию брендов в России компании Mondelez International.

«Я думаю, что сейчас более, чем когда-либо, для всех нас важно внести свой вклад в улучшение условий на планете и изменить наше будущее к лучшему. Проект Dirol Don't Drop показывает, что сделать это может каждый, если будет просто выбрасывать жвачку в урну, давая ей шанс стать чем-то новым и полезным — например, подошвой наших кроссовок», — говорит Shane Gonzales.

«Очень круто, что такие большие бренды, как Dirol, которые не имеют прямого отношения к обуви и моде, выходят за рамки и делают что-то новое. Dirol нашел применение использованной жвачке и создал нечто уникальное и полезное, тем самым привлекая внимание к вопросу ответственного потребления, который сейчас действительно глобальный», — говорит Maggi.



ProEcoPen  
продукция из вторсырья

ФЛАКОН

ЭКО  
ТЕХНОЛОГИИ  
включите экорежим для бизнеса



# DON'T DROP

«Мы выяснили, что нельзя создать материал, на 100% состоящий из жевательной резинки, потому что с одной стороны, ее основа эластичная, а с другой — не имеет текучести для литья под давлением или экструзии. Поэтому переработанная жевательная резинка не может принять новую форму, но она себя хорошо показывает в составе композиции с другим сырьем для изделия, где требуется эластичность. Например, для подошвы кроссовок», — говорит Юлия Кузьмина, директор по маркетингу ProEcoPen.

---

Дополнительная информация

**Сайт проекта Dirol Don't Drop**

<https://diroldontdrop.ru>

**Клип RAKHIM**

<https://www.youtube.com/watch?v=Z8O3XTMmNxU>

**Пост NILETTO**

<https://www.instagram.com/p/CSPIA3DIFzJ/>

**О компании Mondelez International в России**

ООО «Мон'дэлис Русь» входит в группу компаний Mondelēz International. Компания работает на российском рынке более 20 лет, выпускает известные россиянам бренды, такие как шоколад Alpen Gold, Milka и Picnic, печенье «Юбилейное», OREO, бисквит «Медвежонок Барни», соленый снек TUC, жевательная резинка Dirol и леденцы Halls. Заводы компании расположены во Владимирской и Новгородской областях. Компания активно инвестирует в российскую экономику и осуществляет масштабные социальные и благотворительные проекты.

[www.mdlz.ru](http://www.mdlz.ru)

**[Shane Gonzalez](#) of Midnight Studios**

Shane Gonzales — основатель и креативный директор бренда Midnight Studios, современный дизайнер, пришедший с модной сцены Лос-Анджелеса. Его одежду носят A\$AP Rocky, Playboi Carti, Lil Uzi Vert, Billy Idol, The Weeknd, Courtney Love и другие. Одежда дизайнера подчеркивает моменты панк-культуры, давая свежий взгляд на индустрию моды.

**Maggi, Магомед Казиахмедов**



**ProEcoPen**  
продукция из вторсырья

**ФЛАКОН**

**ЭК**  
**ТЕХНОЛОГИИ**  
включите экорежим для бизнеса



# DON'T DROP

Maggi — самый известный кастомайзер кроссовок на территории СНГ. Начал свой путь в 2012 году: ему захотелось выделяться в толпе и он решил перешивать популярные

кроссовки, экспериментируя с цветами, материалами и текстурами. И тогда о кастомайзинге в России узнал весь мир. Его работы появлялись на самых известных в мире сайтах про кроссовки Sneakernews, Hypebeast, Nicekicks, Sneakerfreaker, Highsnobiety и другие, а портал Sneakerfreaker даже включил его в топ-10 лучших кастомайзеров мира.

### **О проекте ProEcoPen**

Проект ProEcoPen действует с 2018 года. ProEcoPen производит конечные продукты из многокомпонентного и сложноперерабатываемого вторсырья, тем самым замыкая цепочку сбора и переработки отходов.

За 2020 год на продукцию ProEcoPen ушло около 6 тонн полиалюминия, это примерно 1 млн литровых пакетов Тетра Пак, а также сотни килограммов зубных щеток, одноразовых стаканчиков и различной тары.

<http://proecopen.ru/>

### **О группе компаний ЭкоТехнологии / «EcoPartners»**

EcoPartners с 2005 года является ведущим провайдером решений в области циклической экономики, располагая собственными производственными мощностями по переработке отходов пластиковой упаковки (Тверской Завод Вторичных Полимеров) и производству мусоросортировочных комплексов и контейнеров для сбора отходов (РЖЕВМАШ), а проектная команда «ЭкоТехнологии» реализует федеральные экосоциальные проекты экосоциальные федеральные проекты в сфере устойчивого развития, включая просветительские программы и продвижение раздельного сбора отходов.

<https://ecopartners.ru/>



**ProEcoPen**  
продукция из вторсырья

**ФЛАКОН**

**ЭКО  
ТЕХНОЛОГИИ**  
включите экорегим для бизнеса