



SUSTAINABILITY  
REPORT —————

MELON  
FASHION GROUP

Z A R I N A befree LOVE REPUBLIC sela



# СОДЕРЖАНИЕ

КЛИКАБЕЛЬНОЕ  
СОДЕРЖАНИЕ 

## ОБРАЩЕНИЕ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ

4 стр.

## ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

6 стр.

# 1

## МЫ – MELON FASHION GROUP

8 стр.

- 1.1. Деятельность компании
- 1.2. Корпоративное управление
- 1.3. Устойчивое развитие в Melon Fashion Group

# 2

## ЗАБОТА О ПОКУПАТЕЛЯХ

29 стр.

- 2.1. Подход к управлению
- 2.2. Распространение принципов осознанного потребления и вовлечение в социальные инициативы
- 2.3. Этичный и ответственный маркетинг

# 3

## БЕРЕЖНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ

43 стр.

- 3.1. Подход к управлению
- 3.2. Управление отходами и упаковка
- 3.3. Энергоэффективность и снижение выбросов парниковых газов



# 4

## ЗАБОТА О СОТРУДНИКАХ

52 стр.

- 4.1. Подход к управлению
- 4.2. Комфортные условия труда и благополучие
- 4.3. Мотивация и вовлеченность
- 4.4. Содействие профессиональному развитию
- 4.5. Социальные проекты и благотворительность

# 7

## ОБ ОТЧЕТЕ

88 стр.

- 7.1. Подход к подготовке Отчета
- 7.2. Границы Отчета

# 5

## ОТВЕТСТВЕННАЯ ЦЕПОЧКА ПОСТАВОК

80 стр.

- 5.1. Подход к управлению
- 5.2. Прозрачность цепочки поставок
- 5.3. Контроль за условиями труда и соблюдением экологических требований
- 5.4. Контроль качества и безопасности продукции

# 8

## ПРИЛОЖЕНИЯ

90 стр.

- 8.1. Результаты деятельности за отчетный период
- 8.2. Вклад в ЦУР ООН
- 8.3. Методология расчета выбросов парниковых газов

# 6

## ПЛАНЫ НА 2022 ГОД

86 стр.



# ОБРАЩЕНИЕ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ

ДАВИДА  
КЕЛЛЕРМАННА



## ДОРОГИЕ ЧИТАТЕЛИ!

Перед вами обновленный отчет по устойчивому развитию. Мы начали с маленьких шагов, учась, казалось бы, элементарному: отдельному сбору отходов и их переработке, благотворительности. Но именно с маленьких шагов начинаются важные перемены.



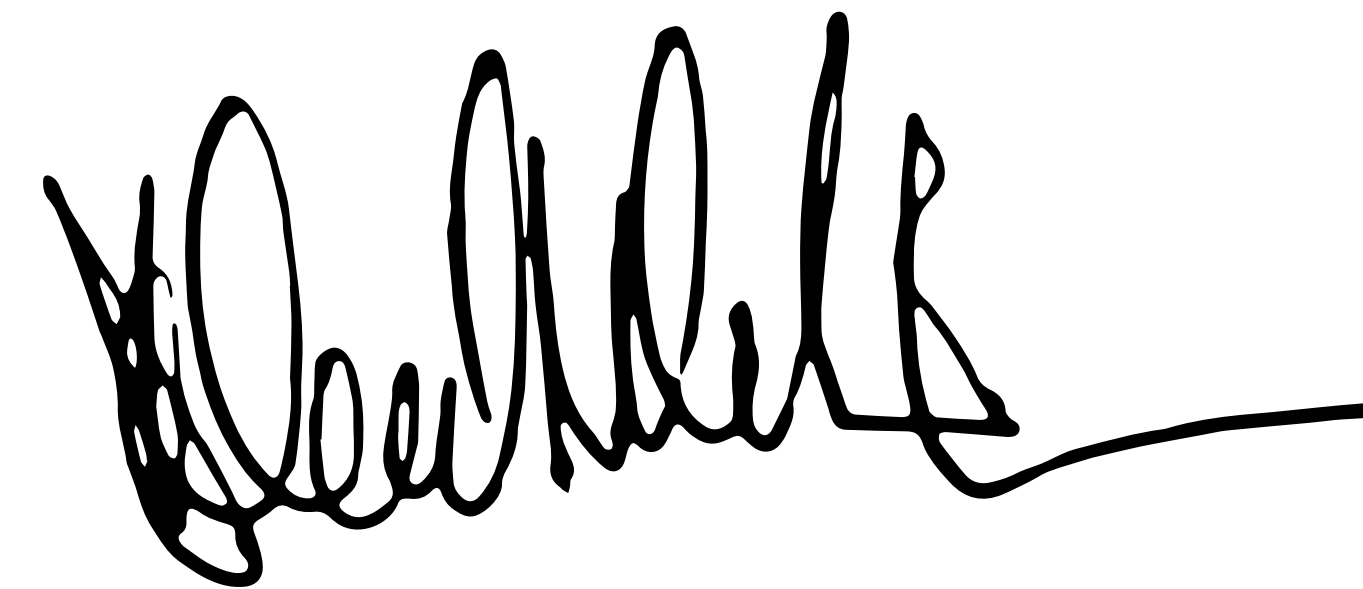
В эпоху глобализации невозможно игнорировать воздействие человека на окружающую среду и то будущее, которое ждет нас, наших любимых и будущие поколения, если мы не пересмотрим свое отношение к природе и самим себе. Устойчивое развитие сегодня – это неотъемлемая часть нашего бизнеса, который проходит через глубокую трансформацию, чтобы снизить свое воздействие на окружающую среду и сделать жизнь окружающих людей максимально комфортной.

В 2021 году мы сделали много позитивных шагов, которые позволяют нам ускориться в развитии устойчивости нашего бизнеса. Аудит цепочек поставок, проверка поставщиков и их фабрик позволили нам осознать всю серьезность наших намерений и замотивировали нас на

новые достижения. Впереди – анонс стратегии Melon Fashion Group в области ESG. Это большая заявка и серьезный шаг. Да, поставленные задачи будут сложными, долгими и дорогостоящими, но амбиции нашей команды и мысль о том, что мы можем внести вклад в чистое и прекрасное будущее индустрии и наших детей, позволяют мне с оптимизмом смотреть вперед.

Мы понимаем, что со многими экологическими и социальными вызовами, серьезными проблемами, с которыми сталкиваются планета и общество, невозможно справиться в одиночку. Но мы видим, что всё больше и больше корпораций и людей понимают необходимость устойчивого развития. Потому что только совместными усилиями можно решить всё.

Как я уже говорил, мы в начале пути, и я знаю точно: нас ждет увлекательное путешествие!



---

С уважением,  
Давид Келлерманн



# ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

МИХАИЛА  
УРЖУМЦЕВА



В 2019 году мы приняли для себя задачу внедрения устойчивости в наш бизнес. Тогда в нашей корпоративной культуре и философии компании появился Культ осознанного развития, провозглашающий, что мы, как компания, ответственны за наше общее будущее.

Наш мир изменился. Наши приоритеты изменились. Само понятие устойчивости диверсифицировалось. Теперь оно охватывает не только экологическую повестку, но и благополучие работников, гендерное равенство, рациональное использование ресурсов и управление отходами. Поэтому ввод устойчивого развития в основу бизнеса Melon Fashion Group – это возможность ускорить темпы изменений, в которых нуждается нынешний мир.

Сегодня все обращают внимание на социальные инициативы брендов и темы, которые они поднимают.



Современный мир и его правила ожидают от fashion-индустрии позиции по важным вопросам, которые до этого никогда не касались ее. Поэтому ZARINA в своих социальных проектах громко говорит о равноправии женщин, befree продвигает культуру разнообразия и инклюзии, LOVE REPUBLIC собирает старую одежду покупателей и дает ей вторую жизнь, а sela транслирует идеи осознанности в своих коммуникациях. И это лишь малая толика идей и проектов, о которых наши бренды могут рассказать своей аудитории.

За социальной позицией стоит большая и кропотливая работа компании на уровне всех департаментов. Это аудит фабрик, где производятся коллекции брендов, контроль качества поставляемой продукции, маркировка товара, защищающая от подделок, оценка

цепочки поставок, задача которой – снизить влияние fashion-индустрии на экологию.

Уже сегодня мы придерживаемся ответственной практики закупок и соглашений с поставщиками, подписывая со всеми Кодекс поведения, согласно которому они обязаны следовать этическим и социальным нормам, уделять особое внимание охране окружающей среды. Открытый диалог с нашими поставщиками позволяет нам вместе предпринимать важные шаги в сторону прозрачности отрасли для создания устойчивого бизнеса.

Нам недостаточно быть успешными, нам важно быть честными, открытыми и искренними. Сейчас, проходя через серьезную модификацию и находясь на пороге объявления и внедрения

стратегии в области ESG, мы понимаем: нас ждут новые вызовы, требующие переосмысления нашей работы, новых технологических решений, новый виток развития бизнес-модели компании, новые процессы и новый опыт по взаимодействию с покупателями, сотрудниками и поставщиками.

У нас всегда была цель – быть лучшими во всех проявлениях, но сегодня этого мало. Важно стремиться к более высокой цели. У нас есть план и невероятная команда. А значит, грядущие проекты и мощный импульс перемен принесут всем нам колоссальную пользу.



---

Ваш ММ

МЫ — MELON

FASHION

GROUP



1.1.

# ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ

Melon Fashion Group – один из лидеров российского fashion-ритейла. В состав компании входят четыре бренда: ZARINA, befree, LOVE REPUBLIC и sela.

Компания основана в 2005 году.

## ОФИСЫ

Штаб-квартира Melon Fashion Group расположена в России (Санкт-Петербург), офисы компании также представлены в Украине, Китае и Литве.





2021 ГОД  
В ЦИФРАХ



МАГАЗИНОВ

845

\*Собственные и  
франчайзинговые магазины  
Melon Fashion Group

78

ОТКРЫТО

[ 62 НОВЫХ  
16 РЕЛОЦИРОВАННЫХ ]

СТРАН

5

Россия	788
Казахстан	28
Украина	12
Беларусь	9
Армения	8

788  
28  
12  
9  
8  
МАГАЗИНЫ В СТРАНАХ

СОТРУДНИКОВ

5 607

ВЫРУЧКА, МЛРД РУБ

37,5



68% ОФФЛАЙН 32% ОНЛАЙН



Компания выполняет полный цикл fashion-бизнеса, включая конструирование, моделирование, закупки, а также распределение, продвижение одежды и аксессуаров, логистику и продажи.

**Уникальность Melon Fashion Group – диверсифицированный портфель четырех абсолютно разных и узнаваемых брендов,**

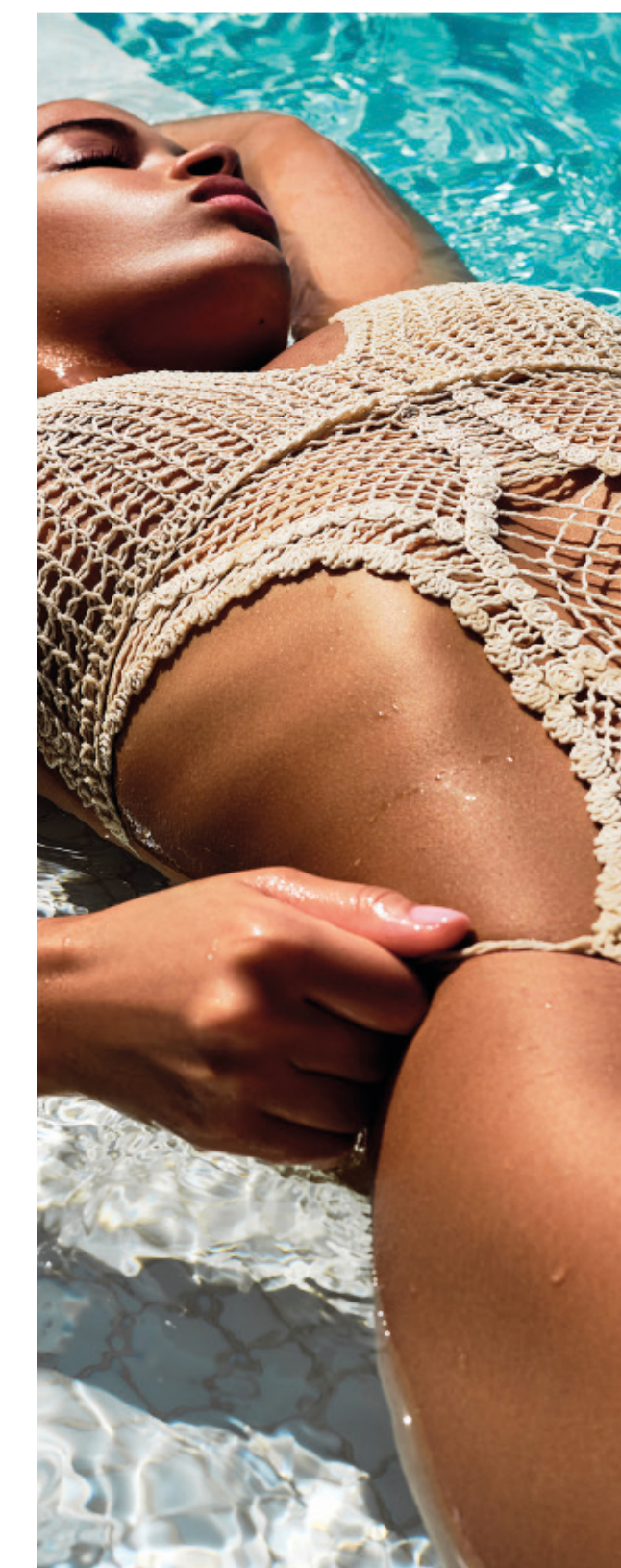
покрывающих широкую аудиторию с точки зрения разнообразия стилей и ценовых предпочтений.



Z A R I N A



befree



LOVE REPUBLIC



sela





**Z A R I N A**

**ЦЕННОСТИ БРЕНДА**

СИЛА, СМЫСЛ, СТИЛЬ

**КОНЦЕПЦИЯ БРЕНДА**

СОВРЕМЕННЫЙ ЖЕНСТВЕННЫЙ СТИЛЬ  
НА КАЖДЫЙ ДЕНЬ ПО ДОСТУПНЫМ ЦЕНАМ





befree

## ЦЕННОСТИ БРЕНДА

МОДА. ИНКЛЮЗИВНОСТЬ.  
НАПРАВЛЕННОСТЬ В БУДУЩЕЕ.  
ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ

## КОНЦЕПЦИЯ БРЕНДА

МОЛОДЕЖНАЯ МОДА  
ДЛЯ ЛЮБОГО ВОЗРАСТА





# LOVE REPUBLIC

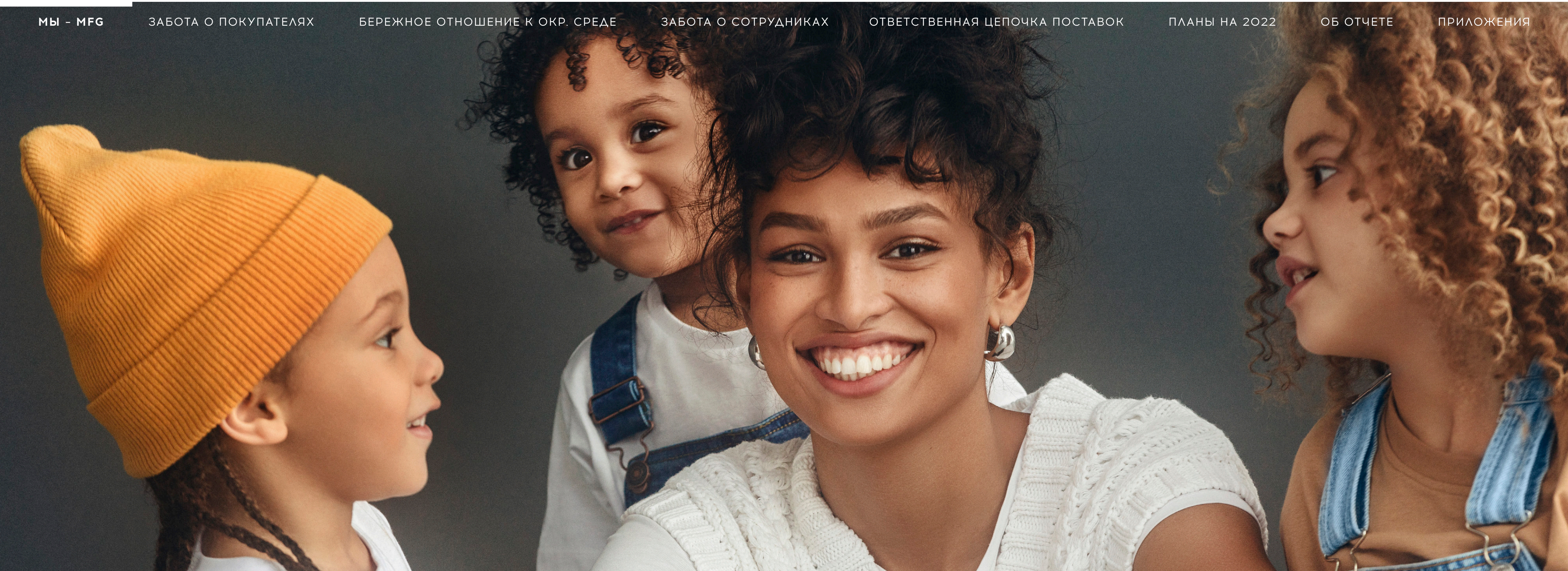
## ЦЕННОСТИ БРЕНДА

ЯРКАЯ. ДЕРЗКАЯ. УВЕРЕННАЯ.  
ЧУВСТВЕННАЯ

## КОНЦЕПЦИЯ БРЕНДА

СМЕЛЫЙ FASHION ДЛЯ УВЕРЕННЫХ  
В СЕБЕ ДЕВУШЕК И ЖЕНЩИН





## ЦЕННОСТИ БРЕНДА

ОСОЗНАННОЕ МАТЕРИНСТВО.  
БАЛАНС. АДАПТИВНОСТЬ

## КОНЦЕПЦИЯ БРЕНДА

ЛАЙФСТАЙЛ-БРЕНД ДЛЯ МАМ  
И ЛЮБИМЫХ МОНСТРОВ



# МИССИЯ КОМПАНИИ

Наша цель - быть в авангарде  
модного ретейла.

Вся наша культура направлена на достижение этой цели. Мы предлагаем трендовый качественный продукт, открываем красивые торговые пространства, развиваем все каналы продаж.



# НАШИ ЦЕННОСТИ

Основа нашей корпоративной культуры – MelonBook, философия компании, где представлены наши взгляды и подходы к работе.

**К** СВОБОДЫ  
**У** БИЗНЕСА  
**Л** ЗДРАВОВОГО СМЫСЛА  
**Ь** ДУХА START-UP  
**Т** КРАТКОСТИ  
**Ы** ОТКРЫТОСТИ  
**ОСОЗНАННОГО РАЗВИТИЯ**





1.2.

# КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Ориентируясь на лучшие российские и международные практики, Melon Fashion Group совершенствует и оптимизирует свою систему корпоративного управления.

## СТРУКТУРА





# СОВЕТ ДИРЕКТОРОВ

**Совет директоров  
Melon Fashion Group –  
команда сильных  
управленцев с большим  
опытом и широкой  
экспертизой в различных  
отраслях.**

## **ДАВИД КЕЛЛЕРМАНН,**

представитель компании «И.Г.М. Мануфактраст Лимитед» (I.G.M. Manufactrust Limited), Швеция, 1951 г.р.

## **КЕСТУТИС САСНАУСКАС,**

генеральный директор «Истнайн АБ» (Eastnine AB), Швеция, 1973 г.р.

## **МИХАИЛ МИХАЙЛОВИЧ УРЖУМЦЕВ,**

генеральный директор АО «Мэлон Фэшн Груп», Россия, 1970 г.р.

## **САННИ МОСКОВИТС,**

финансовый консультант и советник. Основатель и собственник аудиторской компании «Ревисам АБ» ("Revisum AB"), Швеция, 1954 г.р.

## **ЯКОБ ГРАПЕНГИССЕР,**

генеральный директор ООО «Ист Капитал (Москва)», Швеция, 1978 г.р.

# ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ

Топ-менеджмент Melon Fashion Group – мощный тандем творчества и системности. Руководители департаментов обеспечивают бесперебойную работу всех подразделений и реализацию стратегического плана в рамках целей и бюджетов, установленных Советом директором.



**АННА  
МАЗУРИК**

ДИРЕКТОР БРЕНДА  
ZARINA



**ТАТЬЯНА  
БРЕДИХИНА**

ДИРЕКТОР БРЕНДА  
befree



**НАТАЛЬЯ  
ПИЛЯВСКАЯ**

ДИРЕКТОР БРЕНДА  
LOVE REPUBLIC



**АННА  
МИЛАНОВИЧ**

ДИРЕКТОР БРЕНДА  
sela



**НАТАЛИЯ  
САМУТИЧЕВА**

ФИНАНСОВЫЙ  
ДИРЕКТОР



**ЕЛЕНА  
КЕЛЛЕРМАНН**

ДИРЕКТОР  
ПО ИНВЕСТИЦИЯМ



**ПОЛИНА  
БАКШАЕВА**

ДИРЕКТОР  
ПО ПЕРСОНАЛУ



**ИГОРЬ  
МАЛЬТИНСКИЙ**

ДИРЕКТОР  
ПО РАЗВИТИЮ



**ЮЛИЯ  
ШЕВКАЛЕНКО**

ДИРЕКТОР  
ПО ИНФРАСТРУКТУРЕ



**АЛЕНА  
ЖЕЛЕНКОВА**

ДИРЕКТОР  
ПО ПРОИЗВОДСТВУ



# УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ

В Melon Fashion Group функционирует система внутреннего контроля на основе интегрированной модели управления рисками организации COSO.

Компания разработала реестр рисков, включающий перечень рисков, их существенность, индикаторы риска, периодичность отслеживания, способы предупреждения и реагирования на риск. Помимо прочего, реестр содержит специфические риски, затрагивающие аспекты устойчивого развития.

Периодическая переоценка рисков входит в сферу ответственности Финансово-административного департамента, в частности Службы внутреннего контроля.





# ПОЛИТИКА ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

В компании действует Политика информационной безопасности, определяющая цели, задачи, основные правила и принципы деятельности в области информационной безопасности. Требования Политики распространяются на всех сотрудников, а также прочих лиц, вовлеченных в бизнес компании или имеющих доступ к информации или информационным системам Melon Fashion Group. Деятельность по обеспечению информационной безопасности инициирована и контролируется топ-менеджментом.

Действия по обеспечению информационной, физической и экономической безопасности осуществляется на основе четкого взаимодействия заинтересованных подразделений Melon Fashion Group. Компания стремится выявлять, учитывать и оперативно реагировать на действительные, предпринимаемые и вероятные нарушения информационной безопасности.







## ЗАЩИТА ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

При приеме сотрудников на работу их персональные данные поступают напрямую в Melon Fashion Group. Компания принимает необходимые технические и организационные меры для обеспечения конфиденциальности и целостности персональных данных. С новым сотрудником подписывается согласие на обработку, хранение и распространение его персональных данных. Также при трудоустройстве сотрудникам предоставляется под подпись ознакомление с набором локально-нормативных актов, касающихся персональных данных.

В 2021 году мы не получили ни одной жалобы на утечку персональных данных.

# БИЗНЕС-ЭТИКА И КОМПЛАЕНС

## Ведение честного, прозрачного и открытого бизнеса – главный принцип Melon Fashion Group.

Компания поддерживает высокие этические стандарты в корпоративном управлении и соблюдает все нормы, опираясь на законодательство и корпоративную бизнес-этику.

Каждый департамент и руководители всех подразделений Melon Fashion Group самостоятельно несут ответственность за мониторинг законодательства в своей области и адаптацию бизнес-процессов в соответствии с меняющимися требованиями. Кроме того, юридический отдел Финансово-административного департамента проводит постоянный мониторинг изменений в законодательстве и консультирует бизнес-функции.

При работе с контрагентами мы стремимся убедиться, что наши партнеры придерживаются **стандартов ответственного бизнеса:**

- Все договоры проходят тщательную юридическую проверку, а также включают в себя обязательную антикоррупционную оговорку.
- Все транспортные компании и поставщики логистических услуг, сотрудничающие с Melon Fashion Group, обязаны присоединиться к Хартии участников рынка перевозок грузовым автомобильным транспортом – декларации принципов добросовестного ведения бизнеса.

---

**Благодаря такому подходу в 2021 году в компании не было зафиксировано подтвержденных коррупционных нарушений.**



# ПРЯМАЯ ЛИНИЯ

Для сотрудников, партнеров и клиентов компании ежедневно работает «Прямая линия» – единый и универсальный канал обратной связи, куда каждый может обратиться – открыто или анонимно – с предложениями, идеями или сообщить информацию, влияющую на процессы компании. Обработкой жалоб и предложений занимается независимая консалтинговая компания, гарантирующая полную конфиденциальность.

## Обратиться на Прямую линию можно двумя способами:



по телефону:  
+7 (800) 550-75-53;



по электронной почте:  
mfg\_directline@kpmg.ru.

В 2021 году на «Прямую линию» поступило семь обращений по трудовым вопросам. Все обращения были рассмотрены и обработаны компанией.







1.3.

# УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ MELON FASHION GROUP

Мы верим, что в быстро меняющихся мировых экономических и климатических условиях ответственность бизнеса перед обществом и окружающей средой становится одним из ключевых факторов развития.

Подготовкой Отчета в области устойчивого развития, в том числе сбором нефинансовых данных, а также его публикацией, занимается Департамент управления персоналом и организационного развития.

В конце 2021 года было принято решение сформировать в структуре Департамента Группу устойчивого развития – единый координационный центр деятельности компании в области устойчивого развития. Группа отвечает за стратегическое планирование и разработку инициатив в области устойчивого развития, определяет приоритетные направления для компании в целом и отдельные рекомендации для подразделений.



**Переосмысление  
собственных возможностей  
как ответственного бизнеса  
привело к формированию  
стратегии в области  
устойчивого развития.**

При ее разработке мы изучили лучшие мировые практики компаний нашей отрасли, требования стандартов и заинтересованных сторон. Публикация стратегии запланирована на 2022 год.





# ВКЛАД MFG В ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ООН

## КЛЮЧЕВЫЕ ЦУР ООН\*:



### ЦУР 8 – ДОСТОЙНАЯ РАБОТА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

Развиваем бизнес с учетом своего воздействия на окружающую среду и обеспечиваем комфортные рабочие места.



### ЦУР 12 – ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО

Внедряем решения для более рационального использования природных ресурсов.



### ЦУР 13 – БОРЬБА С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА

Продвигаем принципы экологической ответственности и стремимся к снижению выбросов парниковых газов.

\*Под ключевыми ЦУР ООН мы понимаем те цели, в достижение которых наша работа в области устойчивого развития сможет внести наиболее существенный вклад. Помимо них, мы выделили косвенные ЦУР ООН, в рамках которых мы можем способствовать положительным изменениям.

## КОСВЕННЫЕ ЦУР ООН:



### ЦУР 3 – ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ

Заботимся о здоровье и благополучии сотрудников.



### ЦУР 9 – ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ, ИННОВАЦИИ И ИНФРАСТРУКТУРА

Работаем с поставщиками для совершенствования их практик в области охраны окружающей среды.

Подробнее о вкладе Melon Fashion Group в ЦУР ООН в [Приложении 8.2.](#)

# ЗАБОТА

Melon Fashion Group всегда ориентируется на своих покупателей и делает продукт, который наилучшим образом отвечает их потребностям. Особое внимание мы уделяем развитию культуры ответственного потребления.

Мы обеспечиваем высокий уровень сервиса и предоставляем потребителю возможность сделать осознанный выбор, совершенствуя свои собственные практики в области экологического менеджмента и социальной ответственности.

# О ПОКУПАТЕЛЯХ



КЛЮЧЕВЫЕ  
ЦИФРЫ  
ЗА 2021 ГОД

АУДИТОРИЯ СОЦСЕТЕЙ

> 3,4 МЛН

совокупная аудитория  
брендов Melon Fashion Group

ПОКУПАТЕЛЕЙ

> 13 МЛН

человек совершили покупки  
в магазинах ZARINA, befree,  
LOVE REPUBLIC и sela

УЧАСТНИКИ ПРОГРАММЫ  
ЛОЯЛЬНОСТИ

> 7 МЛН

человек являются  
участниками программы  
лояльности брендов  
Melon Fashion Group

МАГАЗИНОВ

66

магазинов LOVE REPUBLIC  
в 11 городах участвуют  
в программе по сбору и  
переработке одежды





2.2.

# РАСПРОСТРАНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ОСОЗНАННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ И ВОВЛЕЧЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ

Бренды Melon Fashion Group активно используют соцсети не только как канал коммуникации с покупателями и поклонниками, но и как площадку для продвижения принципов осознанности и бережного отношения к окружающей среде.





# ZARINA

ZARINA развивает инициативы, направленные на поддержку и защиту прав женщин в рамках ценностей бренда.

Работа в этом направлении началась с проекта PROUD TO BE A WOMAN в 2020 году. Основным посылом стала тема женской реализации, вдохновения и раскрытия силы собственного потенциала.

В 2021 году проект #СИЛАВТЕБЕ продолжил заданное направление и расширил его, сделав упор на борьбу со стереотипами, связанными с женщинами. Героинями спецпроекта и рекламной кампании стали актриса и телеведущая Екатерина

Варнава, журналистка Саша Сулим, заслуженная артистка России и прима-балерина Мария Абашова, юрист и правозащитница Алена Попова, врач-онколог Ольга Смирнова – сильные, творческие, успешные женщины, доказывающие на своем примере, что на пути таланта и искренности нет преград.

Участие Алёны Поповой, соавтора закона о домашнем насилии, позволило большему количеству людей узнать о проекте «ТыНеОдна», оказывающим психологическую, юридическую и информационную помощь женщинам, пострадавшим от насилия.





# befree



**16** ГОРОДОВ  
**387** МЕШКОВ МУСОРА

В 2019 году befree запустил sustainability-программу Better Future с целью информирования своей аудитории об экологических проблемах. Два раза в год команды офиса и магазинов из крупных городов России проводят крупномасштабные уборки улиц или знаковых мест. В 2021 г. акция Better Future прошла в 16 городах. Команда собрала 387 мешков мусора, 215 из которых пошли на переработку.

Продвигая осознанный подход к покупке вещей, befree запустил reuse-сообщество на платформе vk.com, где поклонники бренда могут купить или продать свою одежду, чтобы освободить гардероб и найти им новых владельцев.



**Помимо этого, в 2021 году befree поддержал городскую акцию «На работу на велосипеде» в Петербурге, участники которой получили скидку 20% на новую коллекцию.**





# befree

## «МОДА – ЗНАЧИТ РАЗНООБРАЗИЕ»

Понятие diversity стало основой обновленной философии бренда, призывающей принимать себя, а также продвигающей индивидуальность и безусловную ценность каждого человека.

В 2021 году befree выпустил кампэйн под лозунгом «Fashion means diversity» – «Мода – значит разнообразие». В качестве моделей выступили обычные молодые парни и девушки с особенной внешностью и необычной судьбой.





# LOVE REPUBLIC

LOVE REPUBLIC несколько лет активно развивает программу по сбору и переработке вещей «LOVE 2.0: подари одежде новую жизнь». Покупатели могут принести старую одежду любого бренда в специальные боксы, установленные в магазинах.

Вещи отправляются в фонды «Спасибо» и «Второе дыхание» для передачи малоимущим и реализации в благотворительных магазинах. Выручка от продаж перечисляется на благотворительность. непригодные для носки вещи направляются на переработку.



LOVE 2.0

66

МАГАЗИНОВ

11

ГОРОДОВ РОССИИ

24

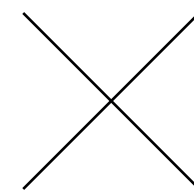
ТОННЫ ОДЕЖДЫ

благотворительные фонды:

\*данные за сентябрь 2019 – декабрь 2021







В конце 2021 года бренд провел акцию «Месяц экологии» совместно с Recycle Object – брендом украшений и аксессуаров из переработанного пластика. В офисе бренда и 10 магазинах sela в Москве и Санкт-Петербурге установили боксы для сбора пластиковых

крышечек, которые после передали Recycle.Object для изготовления лимитированной коллекции брелков с маскотом Вигге. Лимитированный аксессуар дарили всем покупателям, совершавшим покупку в фирменных магазинах на сумму от 3 тысяч рублей.





# ИНФОРМАЦИЯ О ПРОДВИЖЕНИИ ЭКО-ПОВЕСТКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## ZARINA

Через соцсети ZARINA напоминает, что за отказ от пластикового пакета покупателю начисляются баллы на виртуальную карту лояльности.

## befree

befree информирует аудиторию о дате и месте проведения акции по уборке городов Better future, чтобы поклонники бренда также смогли присоединиться к эко-инициативе. После проведения мероприятия публикуется отчет с результатами уборки: сколько всего собрано, сколько отправлено на переработку и утилизацию.

## LOVE REPUBLIC

Чтобы еще больше покупателей знали о программе по сбору и переработке вещей «LOVE 2.0: подари одежде новую жизнь», LOVE REPUBLIC информирует подписчиков об адресах магазинов, куда можно сдать одежду на переработку.

## sela

sela на постоянной основе публикует информационные посты с советами для родителей о том, как научить ребенка заботиться об окружающей среде. Команда маркетинга sela выпустила анимационный ролик, в котором сотрудники бренда рассказали о важности и принципах отдельного сбора мусора.



## 2.3.

# ЭТИЧНЫЙ И ОТВЕТСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ

Забота о покупателях является ключевым звеном нашей стратегии. Помимо того, что мы создаем продукты с соблюдением строгих требований к качеству, мы обеспечиваем достоверную и актуальную информацию о наших товарах, а также вовлекаем покупателей в проекты и инициативы в области устойчивого развития. Так мы поддерживаем наших клиентов в выборе осознанного подхода к покупкам и способствуем развитию культуры ответственного потребления.

## Постоянно развиваясь в данной области, мы намерены:

- совершенствовать способы коммуникации с покупателями, в том числе развивать каналы обратной связи;
- учитывать ожидания и запросы покупателей в планировании деятельности Melon Fashion Group;
- предоставлять полную, достоверную и актуальную информацию о деятельности компании и продуктах ее брендов;

- поддерживать высокий уровень сервиса для всех покупателей Melon Fashion Group;

- вовлекать покупателей в экологическую и социальную повестку компании и брендов, поддерживая их в стремлении сделать вклад в устойчивое развитие.

Все маркетинговые мероприятия реализуются на основе регулярного анализа рынка, потребителей и собственной деятельности.



# СОЗДАНИЕ КОЛЛЕКЦИЙ С УЧЕТОМ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Творчество – драйвер модной индустрии и движущая сила ее развития. Но сегодня недостаточно быть просто создателем, в новых реалиях важно думать о будущем и делать моду осознанной.





# ZARINA

В 2021 году ZARINA представила эко-коллекцию из переработанного денима и органического хлопка «Conscious Limited Collection». Выбор переработанных материалов объясняется возможностью сохранения природных ресурсов, экономии электроэнергии и сокращения текстильных отходов. В коллекцию вошли платья, рубашки, худи, юбки, жакеты.

Conscious Limited Collection позволила продемонстрировать, как продвинулись технологии и инновации в сфере fashion-индустрии, позволяющие заменить традиционные материалы переработанными альтернативами.







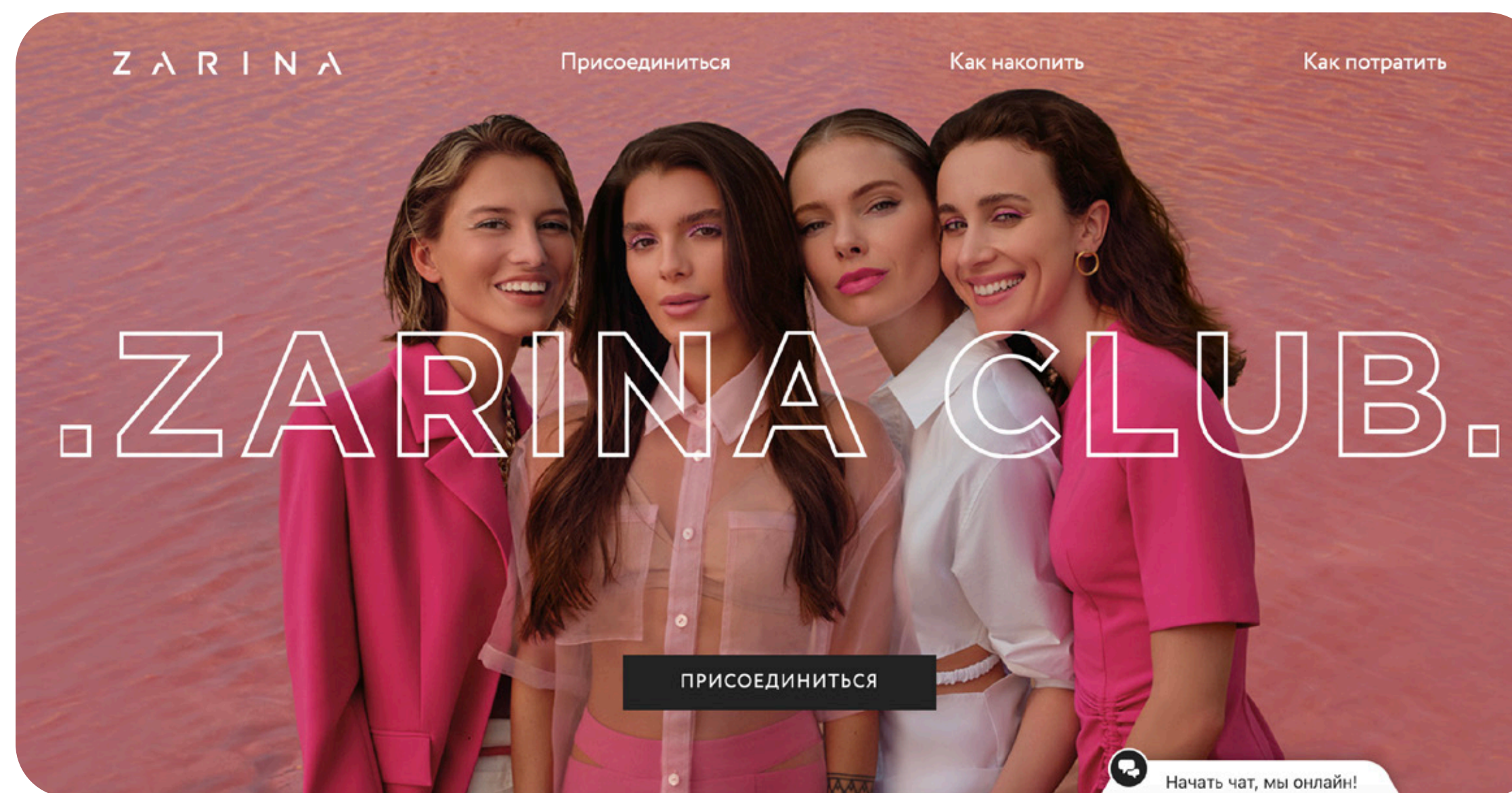
В бренде на регулярной основе представлена линия из базовых вещей для женщин и детей sela cares. Ее особенность – органические и переработанные материалы. В весенне-летней коллекции бренд представил футболки, трикотажные и джинсовые костюмы из органического хлопка. А осенью и зимой – шапки, шарфы и детские пуховики из переработанного полиэстера.





**Для стимулирования ответственного потребления бренды используют маркетинговые инструменты и собственные программы лояльности.**

Так, ZARINA начисляет дополнительные 100 баллов на карту ZARINA Club за отказ от пластикового пакета. LOVE REPUBLIC начисляет 300 баллов на LOVE CARD за участие в программе по передаче старой одежды в фонды «Спасибо» и «Второе дыхание».



**Преимущества:**

- 1 балл = 1 рубль
- до 30% оплата баллами
- + 10% баллами при покупке новой коллекции
- + 5% баллами при покупке товаров со скидками\*
- Персональные предложения
- 300 баллов в подарок на День Рождения\*\*

\* Если не указано иного  
 \*\*Проверьте в Личном Кабинете на сайте [www.loverepublic.ru](http://www.loverepublic.ru), верно ли указана дата рождения. 300 баллов начисляются за 1 неделю до дня рождения и имеют срок действия 14 дней.





# БЕРЕЖЛИВОЕ ОТНОШЕНИЕ К ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ

## 3.1. ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ

---

Fashion-индустрия - одна из сфер, оказывающих серьёзную нагрузку на природные ресурсы и экосистему планеты. Задача бизнеса и производителей снизить свое воздействие на окружающую среду и продвигать принципы осознанного потребления.



## 3.2.

# УПРАВЛЕНИЕ ОТХОДАМИ И УПАКОВКА

Начиная с 2019 года в штаб-квартире Melon Fashion Group действует программа **«Зеленый офис»**, в рамках которой в каждом департаменте установили боксы для отдельного сбора мусора с информационными плакатами – как правильно сдавать ту или иную фракцию. Помимо этого, компания собирает использованную бумагу и передает ее на переработку.

**120** КГ МАКУЛАТУРЫ

Также в офисе установлены контейнеры для сбора батареек.

В рамках сотрудничества с фондом **«Спасибо»** в офисе организован сбор старой одежды для вторичного использования. В частности, продажи в благотворительных магазинах **«Спасибо»**, передачи нуждающимся или переработки.

**60** КГ ОТРАБОТАННЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ПИТАНИЯ



**180** КГ ОДЕЖДЫ





Команда головного офиса собирает пластиковые крышечки от бутылок для проекта «Крышечки доброты». Средства, вырученные от сдачи крышечек с маркировкой «4» и «5» идут на приобретение саженцев, от крышечек с маркировкой «2» – благотворительному фонду «Солнце», оказывающему помощь детям с тяжелыми болезнями.



Короткие видеоролики Sustainability news от службы делопроизводства на корпоративном портале позволили глубже разобраться в теме отдельного сбора мусора и помогли сотрудникам развить полезные эко-привычки не только в офисе, но и дома.



В 2021 году запущен проект по сбору пластиковой упаковки и картона от посылок в штаб-квартире Melon Fashion Group, а также на складе компании «Уткина заводь».



# ЗЕЛЕНый ОФИС

Для оперативного взаимодействия с поставщиками с 2020 года Melon Fashion Group использует электронную систему документооборота «Диадок». Это позволяет не только сократить время, но и отказаться от использования бумаги. В 2021 году 68% документооборота компании проходило через ЭДО.

Melon Fashion Group вместе с Recycle. Objects выпустила фирменные брелоки из переработанного пластика с лозунгом «Be avant-garde, be sustainable!» в качестве новогодних сувениров для поставщиков и новых сотрудников компании. Брелок в виде дыни и буквы М стал не просто стильным и красивым аксессуаром, но и способом распространения идеи осознанного подхода к потреблению и переработки пластика.





Для уборки офиса в Санкт-Петербурге используются биоразлагаемые моющие средства. Такие средства не вредят здоровью человека и окружающей среде, так как они гипоаллергенны. В их состав входят ПАВы растительного происхождения и энзимы. Они не содержат хлор, фосфаты и прочие вредные вещества, опасные при контакте с кожей и при вдыхании.





# УПАКОВКА

**befree**

использует в качестве упаковки прозрачный пакет, в котором одежда поступает от поставщиков, добавив фирменный логотип. Это позволило отказаться от производства 5,5 млн пластиковых пакетов в год.

**Z A R I N A**

начисляет дополнительные 100 баллов по программе лояльности покупателям, отказавшимся от пакета.

**Для сокращения производства пластиковых пакетов бренды компании предлагают следующие альтернативы:**

**LOVE REPUBLIC**

полностью перешел на использование материалов, подлежащих 100% переработке, для производства бумажных и пластиковых пакетов.

Компания также уделяет внимание упаковке при транспортировке товара. Melon Fashion Group повторно использует транспортную тару поставщиков, минимизируя количество упаковки.





3.3.

# ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ И СНИЖЕНИЕ ВЫБРОСОВ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ

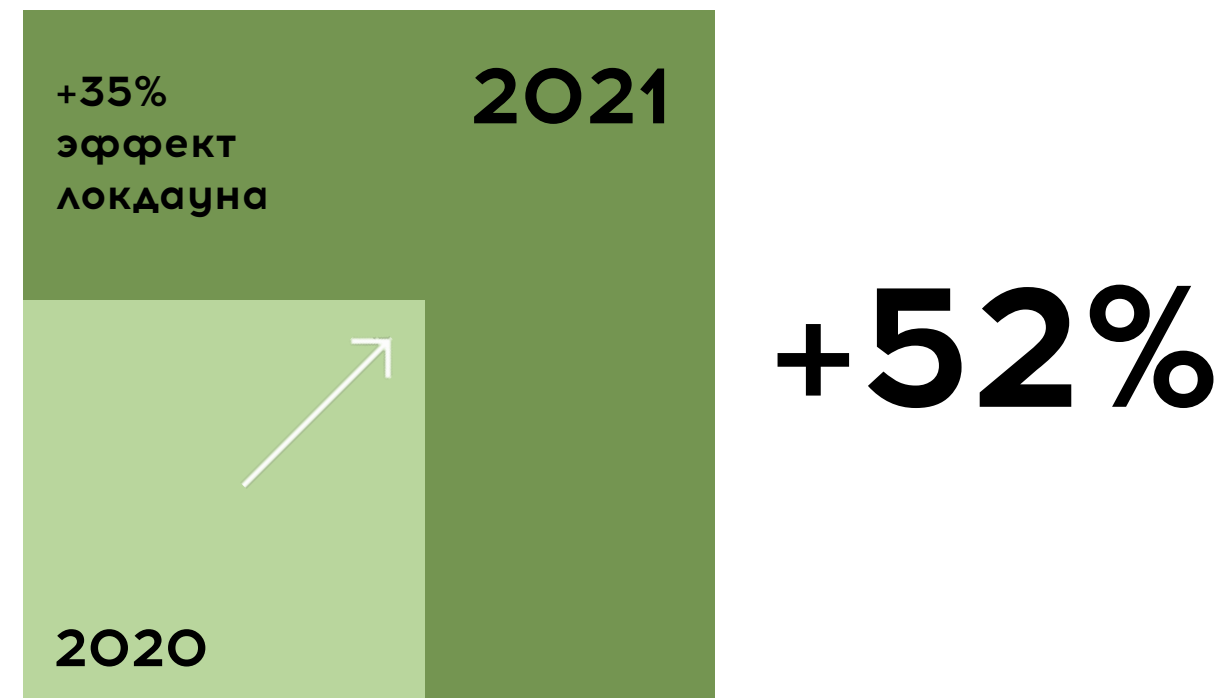
## SCOPE 1 SCOPE 2

В 2021 году мы развивали систему сбора и анализа данных по энергопотреблению и впервые провели расчет прямых (Scope 1) и косвенных (Scope 2) выбросов парниковых газов.

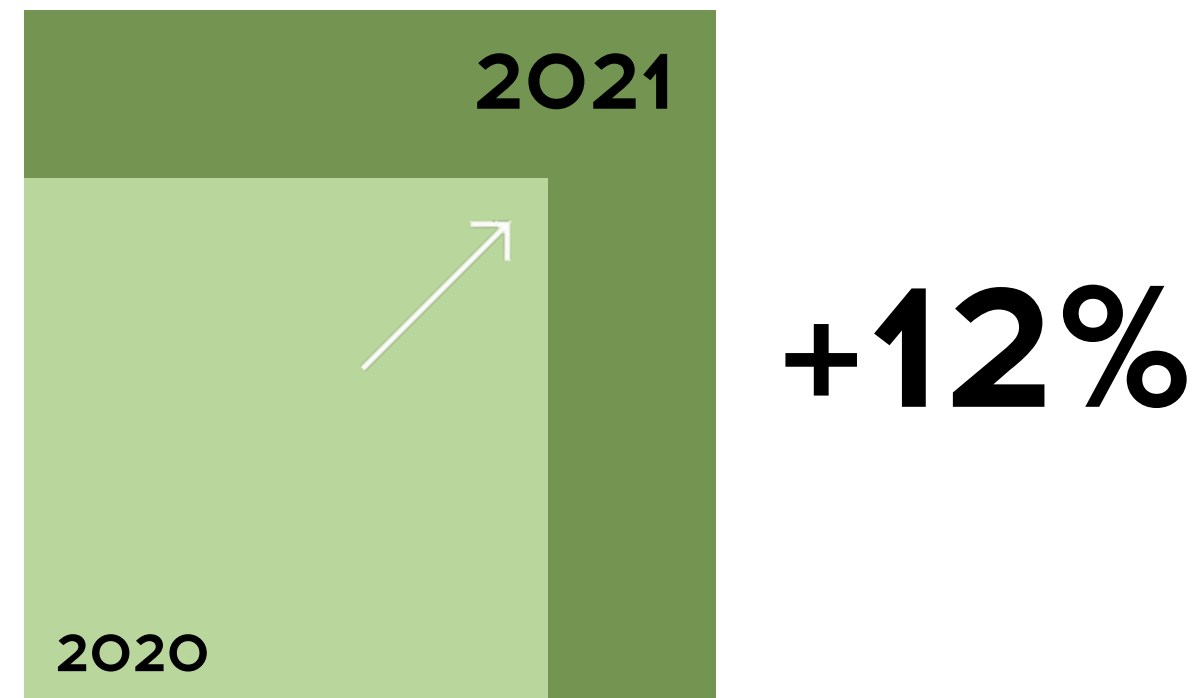




## ВЫРУЧКА



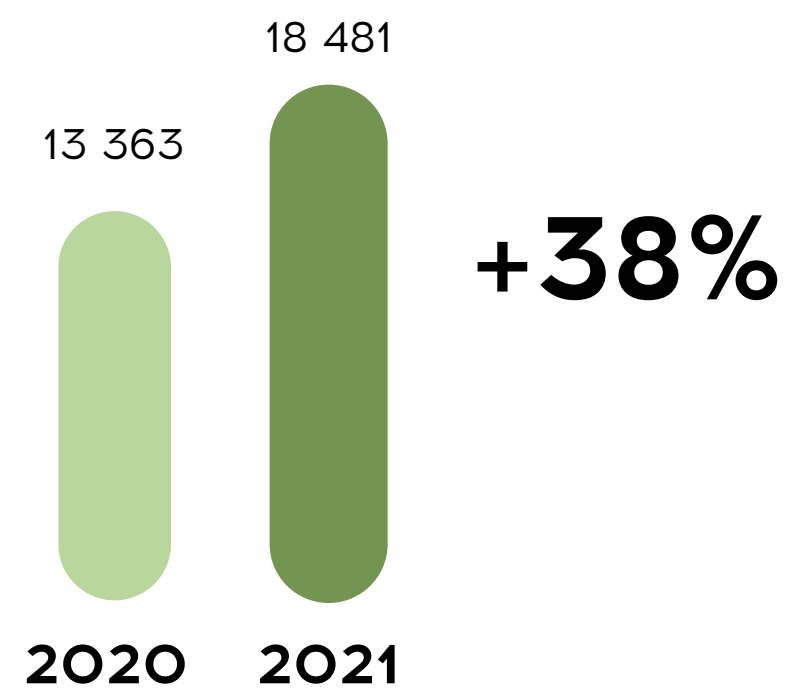
## ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ



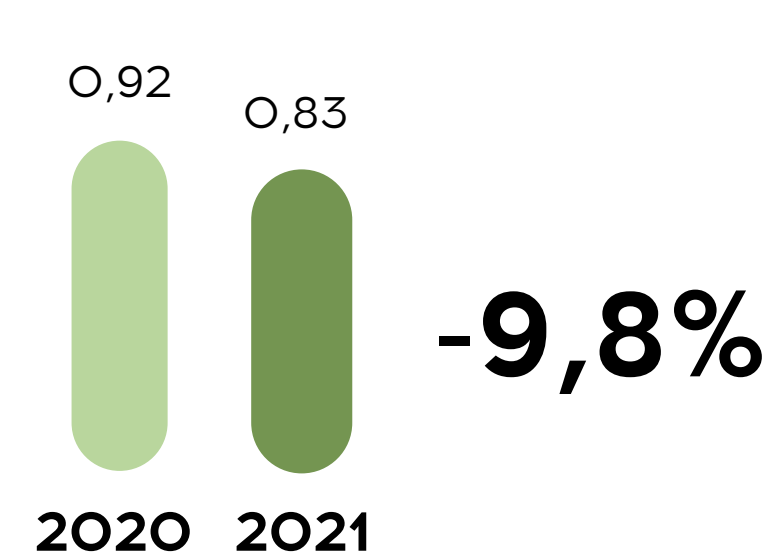
## Факторы увеличения выбросов в 2021 году:

- Магазины работали в полном режиме по сравнению с 2020 годом
- Увеличение торговой площади

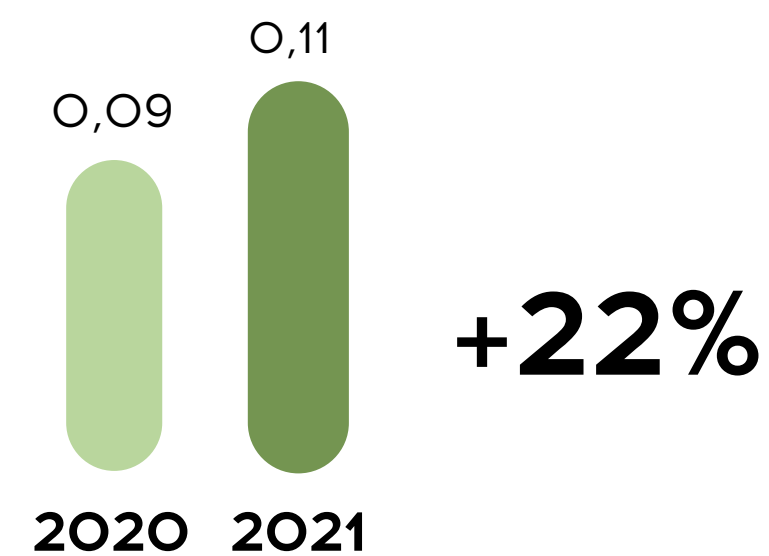
### Суммарный объем выбросов парниковых газов<sup>1</sup> (Score 1 + Score 2)



### Удельные показатели выбросов парниковых газов (Score 1+Score 2)



Интенсивность выбросов ПГ (Score 1+2) на выручку, тонн CO2-экв. на млн.руб



Интенсивность выбросов ПГ (Score 1+2) на торговую площадь, тонн CO2-экв. /м2

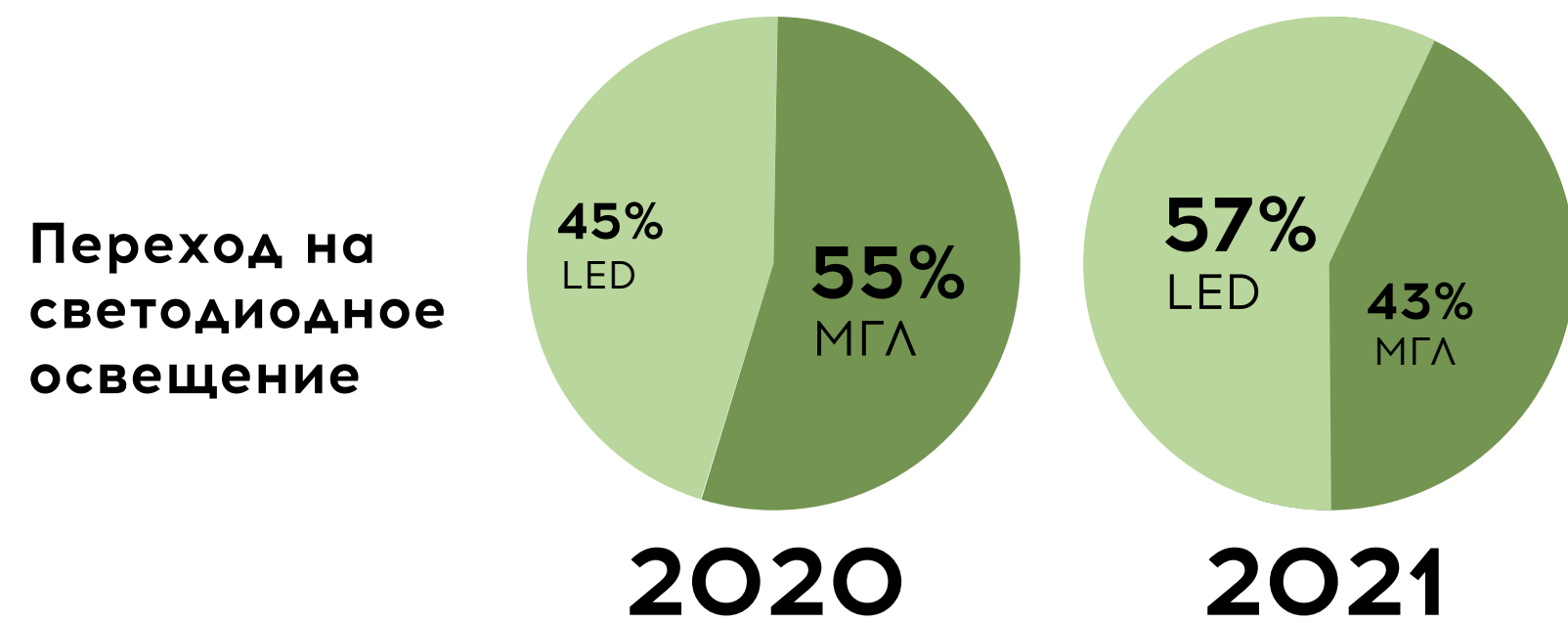
<sup>1</sup> По итогам 2021 года динамика роста выбросов уступает росту выручки\*, а разница между темпами прироста суммарных и удельных выбросов говорит о более высокой энергоэффективности новых магазинов.

\*Расчет выручки произведен на основании данных о результатах продаж собственных магазинов розничной сети в РФ.



Мы стремимся совершенствовать свои бизнес-процессы, внедряя энергоэффективные решения и принимая меры по уменьшению выбросов парниковых газов. Одна из мер – это реновация сети, использование более современной системы охлаждения воздуха без использования искусственных хладагентов.

Также Melon Fashion Group постепенно переходит от использования металлогалогенных ламп (МГЛ) к энергосберегающему светодиодному освещению. На сегодняшний день в головном и московском офисах уже используются LED лампы. Постепенно осуществляется переход на светодиодное освещение и в магазинах ZARINA, befree, LOVE REPUBLIC и sela. В 2022 году мы продолжим работу по этому направлению.





# ЗАБОТА О СОТРУДНИКАХ



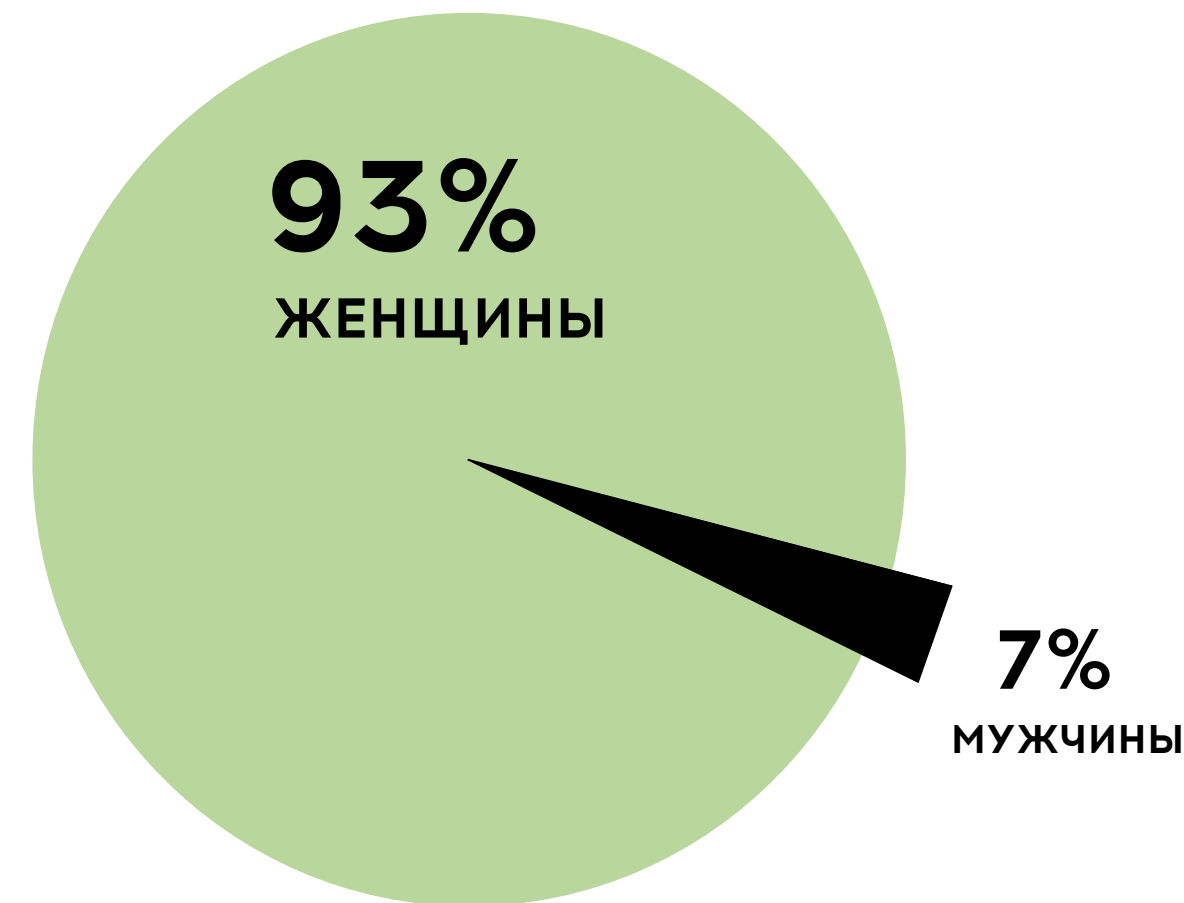
4.1.

# ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ

Главный актив Melon Fashion Group – ее команда, в которой все поддерживают друг друга и помогают двигаться вперед. В основе нашей культуры лежит понимание, что вместе можно добиться большего, чем в одиночку.

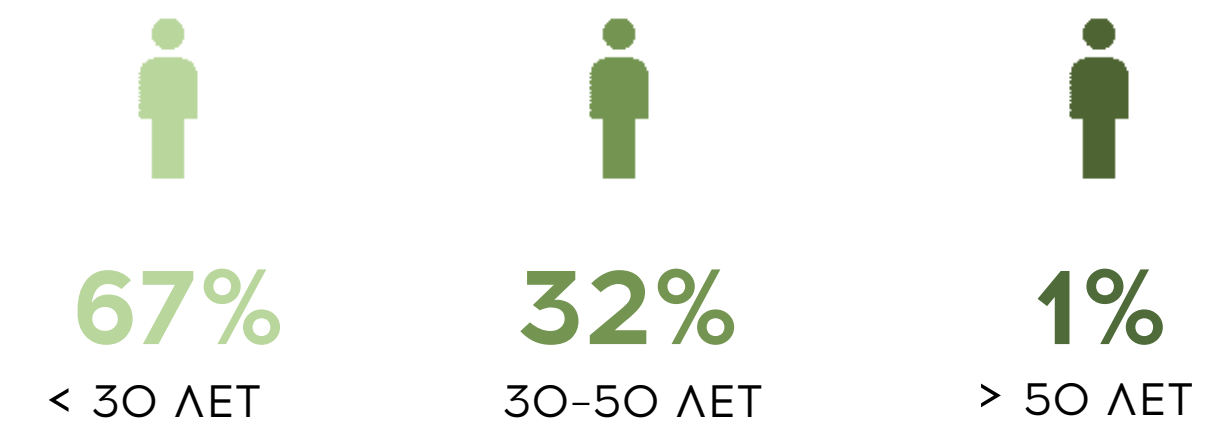
Каждый сотрудник вносит неоценимый вклад в развитие компании, что делает Melon Fashion Group одним из лидеров fashion-индустрии в России. Чтобы сотрудники могли раскрыть свой потенциал и талант, мы создаем комфортную рабочую среду и атмосферу, вдохновляющие и способствующие личному развитию сотрудников.

Сильный HR-бренд позволяет Melon Fashion Group быть центром притяжения талантов и профессионалов разных специальностей в сфере моды и ретейла.



# 5 607

МЭЛОНЦЕВ



\*Данные по персоналу охватывают в том числе дочерние компании Melon Fashion Group.



# ПРЕМИИ И НАГРАДЫ



## HR-БРЕНД

В мае Melon Fashion Group стала лауреатом премии «HR-бренд» ведущего рекрутингового портала HeadHunter. Компания победила в спецноминации ROI Перспективы «Равные возможности» с проектом сопровождаемого трудоустройства, созданного в партнерстве с центром «Работа-і».



## СОПРОВОЖДАЕМОЕ ТРУДОУСТРОЙСТВО

В июне проект сопровождаемого трудоустройства занял первое место в рейтинге социальных и экологических практик «Делового Петербурга».



## ARCHITECT TODAY

Штаб-квартира Melon Fashion Group стала победителем премии в области архитектуры дизайна и строительства Architect Today в номинации «Реализованное офисное пространство», обойдя проекты архитектурно-дизайнерских студий Red Line, Enter-RA и Shane'e Studio.



## ВИЗИОНЕРЫ

В ноябре проект сопровождаемого трудоустройства принес компании еще одну награду – второе место на ежегодной всероссийской премии по оценке устойчивого воздействия в экономике, экологии и обществе «Управление изменениями. Визионеры» в номинации «Общество. Бизнес».





**HR ДЕПАРТАМЕНТ – место, где собраны профессионалы, которые ищут лучших людей и делают так, чтобы им у нас нравилось.**

Команда HR под управлением директора по персоналу и организационному развитию отвечает за подбор, адаптацию, обучение и развитие офисного персонала, а также за кадровое администрирование, охрану труда и корпоративные коммуникации.

Управлением персоналом в розничных магазинах ZARINA, befree, LOVE REPUBLIC и sela занимаются HR-группы в каждом бренде. Они отвечают за подбор, адаптацию, обучение и мотивацию розничного персонала, а также за планирование и учет рабочего времени в магазинах.





4.2.

# КОМФОРТНЫЕ УСЛОВИЯ ТРУДА И БЛАГОПОЛУЧИЕ

Здание, в котором находится штаб-квартира Melon Fashion Group, неразрывно связано с модой. В XIX веке здесь располагалась женская рукодельная школа, а после – советская фабрика «Первомайская заря». «Сохранить старые стены – наполнить их новыми смыслами» – лозунг, под которым прошла масштабная реновация штаб-квартиры. Сегодня головной офис – воплощение смелых идей и стильных дизайнерских решений.

**По итогам ежегодного исследования, в 2021 году 87% респондентов оценили условия работы в офисе как очень комфортные.**





# ФИНАНСОВОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ

Компания обеспечивает своевременную и справедливую оплату труда каждого специалиста в соответствии с квалификацией, сложностью выполняемых задач, количеством и качеством выполненной работы. Мы постоянно проводим мониторинг рынка, оперативно отслеживаем изменения и при необходимости адаптируем существующую систему оплаты труда. Для ряда должностей существует премиальная система, связанная с выполнением коммерческих и иных показателей эффективности.



**При оформлении в штат все сотрудники Melon Fashion Group получают электронную MyCard, предоставляющую скидку 50% на весь ассортимент в магазинах ZARINA, befree, LOVE REPUBLIC и sela.**








# МАТЕРИАЛЬНАЯ ПОМОЩЬ

Сотрудники – основа Melon Fashion Group. Нам важно помогать каждому члену команды, если ему необходима финансовая поддержка. В компании предусмотрена материальная помощь в формате разовых и ежемесячных выплат.

## В КАКОМ СЛУЧАЕ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ПОМОЩЬ:

-  смерть близкого родственника;
-  тяжелое заболевание сотрудника или его близкого родственника;
-  пожар.



Помимо этого, компания оказывает ежемесячную поддержку бывшим сотрудникам-пенсионерам, проработавшим в Melon Fashion Group и компаниях-предшественницах «Первомайская Заря» и «Курт Келлерманн» более 20 лет. В 2021 году выплату получил 21 человек на сумму 4,5 млн рублей.

**21** ЧЕЛОВЕК

**4,5** МЛН РУБЛЕЙ





# ОХРАНА ТРУДА И ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ

Условия организации охраны труда, а также права и обязанности работников компании в этой области определяются Положением об охране труда.

**В штате компании работают два специалиста по охране труда, в обязанности которых входят:**

- решение вопросов по охране труда,
- мониторинг законодательства,
- разработка внутренней документации,
- обучение директоров магазинов.

Ответственность за соблюдение правил охраны труда в розничных магазинах несет директор магазина.

Все сотрудники офисов и магазинов в обязательном порядке при приеме на работу проходят обучение по охране труда. На корпоративном портале Мелония представлены **интерактивные инструкции** по пожарной безопасности, электробезопасности и правила оказания первой медицинской помощи.

За прошедший год среди сотрудников несчастные случаи не зафиксированы.





# МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

Пандемия новой коронавирусной инфекции внесла серьезные корректировки в привычный ритм и привычки людей. Забота о здоровье персонала стала приоритетной задачей для Melon Fashion Group.

## В 2021 году компания предприняла следующие меры:



провела 26 выездов мобильной станции вакцинации;



провела три лекции врача-иммунолога; видеозапись лекций размещена на корпоративном портале Мелония для всех сотрудников;



обеспечила офисы и магазины средствами индивидуальной защиты: 1,5 млн масок и 3,5 тыс. литров санитайзера







## ПОЛИС ДМС

Нам важно поддерживать здоровый образ жизни среди сотрудников, поэтому мы бережно относимся к их здоровью. Каждые две недели штаб-квартиру Melon Fashion Group посещает врач-терапевт для оказания квалифицированной медицинской консультации прямо в офисе. Все сотрудники офиса, проработавшие 6 месяцев в компании, получают полис добровольного медицинского страхования (ДМС).

## ПРОФИЛАКТИЧЕСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Наши сотрудники активно вовлечены в рабочий процесс. Чтобы сэкономить их время, компания проводит профилактические мероприятия в офисе: ежегодно организовывает мобильную станцию для проведения флюорографии, результаты которой можно получить на работе. Также два раза в год в офисе проходит вакцинация против гриппа, гепатита В, клещевого энцефалита, дифтерии, столбняка.



## СПОРТИВНЫЙ ЗАЛ

Для поддержания здорового образа жизни в 2021 году в штаб-квартире открылся собственный спортивный зал, оснащенный современными тренажерами на разные группы мышц. В зоне для групповых занятий проходят классы с профессиональными тренерами по йоге, пилатесу, растяжке, танцам и другим направлениям. Компания оплачивает работу тренеров и закупает необходимое оборудование для проведения групповых занятий, которые проходят утром и вечером.



**Melon Gym работает круглосуточно 7 дней в неделю. Сотрудники также могут посещать спортзал со своими друзьями и родственниками по выходным дням.**



4.3.

# МОТИВАЦИЯ И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ



Наша сплоченность и вовлеченность позволяют команде Melon Fashion Group реализовывать самые смелые проекты и проходить все вызовы. В чем секрет?

**Открытая и прозрачная коммуникация на всех уровнях компании.**



# РАЗВИТИЕ РАЗЛИЧНЫХ ФОРМАТОВ КОММУНИКАЦИИ С СОТРУДНИКАМИ

## ВСТРЕЧИ С РУКОВОДСТВОМ КОМПАНИИ

Каждые полгода в штаб-квартире Melon Fashion Group проходит «**День новичка**», чтобы вдохновить новых сотрудников и погрузить их в бизнес-процессы и историю компании. Топ-менеджеры рассказывают о брендах, департаментах и принципах, лежащих в основе работы, в том числе об эко-инициативах и устойчивом развитии.

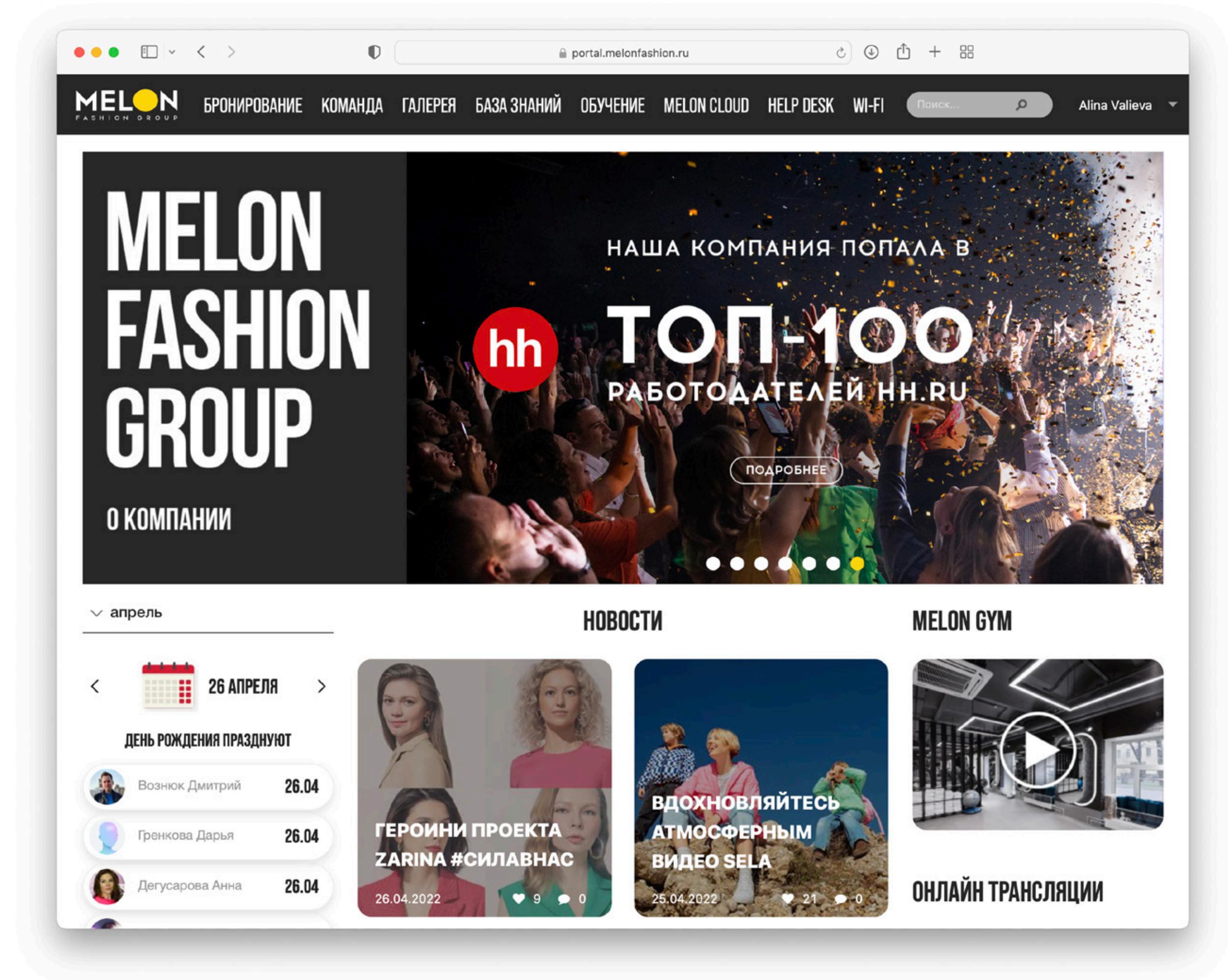
Четыре раза в год проходит **Бизнес-завтрак**. Генеральный директор делится с командой финансовыми результатами компании по итогам триместра и планами по развитию, а также поощряет сотрудников за впечатляющие результаты и инновационные проекты. Встреча транслируется в прямом эфире на корпоративном портале для сотрудников Москвы, Киева, Шанхая, Литвы, магазинов и тех, кто находится в командировке.



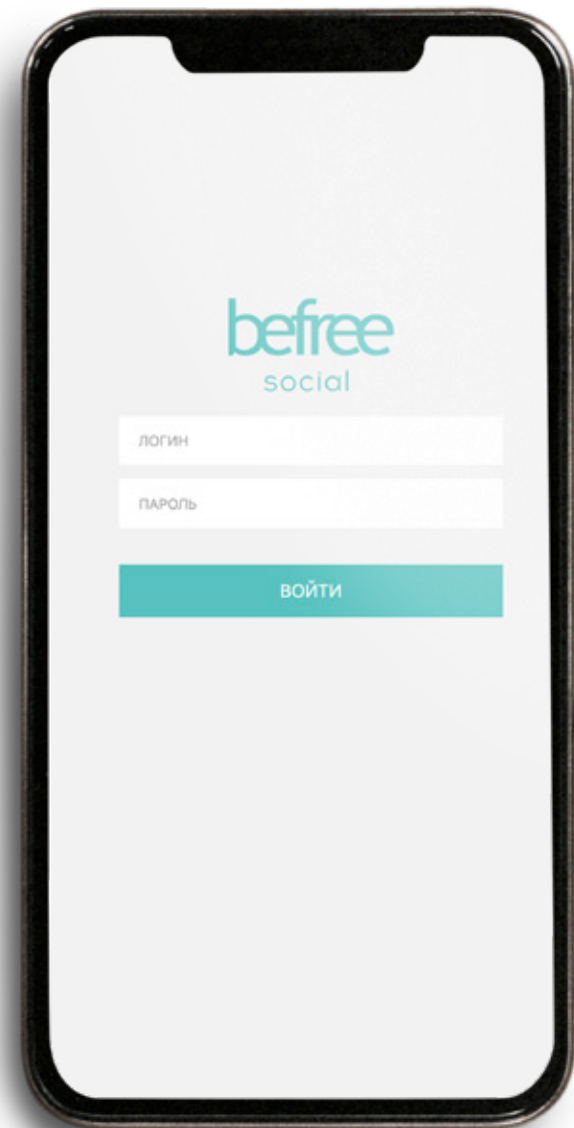


## КОММУНИКАЦИИ БРЕНДОВ

Каждый бренд Melon Fashion Group свободен в самовыражении и самостоятельно выбирает формат коммуникации с сотрудниками. Основные площадки взаимодействия – корпоративный портал Мелония, соцсети и мессенджеры.







# befree social

**Например, befree развивает собственную соцсеть befree social. Это единое информационное поле для общения сотрудников бренда и партнеров по франчайзингу,**

находящихся в России, Украине, Армении, Беларуси и Казахстане. Здесь есть лента новостей, приватные и групповые чаты, контакты магазинов и команд, отчеты по мерчендайзингу, библиотека с необходимыми документами, инструкциями и интерактивным обучением.





## ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ОТ СОТРУДНИКОВ

Умение слышать и прислушиваться – навык, позволяющий развиваться. Синергия руководителей и сотрудников делает компанию передовой и высокоэффективной. Чтобы понимать друг друга, в Melon Fashion Group практикуется формат встреч development talk, на которых можно поделиться обратной связью по личному взаимодействию и рабочим процессам.

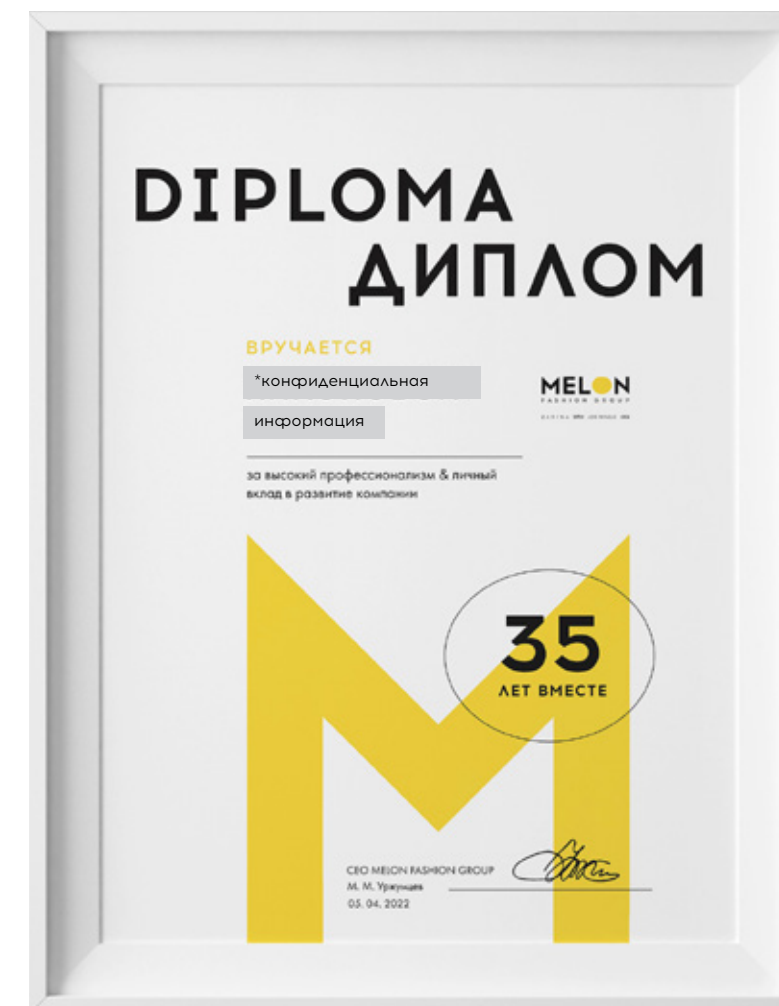




# ПРЕМИИ И КОНКУРСЫ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ

Проведение конкурсов и премий внутри компании – эффективный инструмент для повышения лояльности и вовлеченности персонала. В Melon Fashion Group действует программа благодарностей «Карточка "Спасибо"». По итогам триместра топ-менеджеры номинируют тех сотрудников, кто показал наилучшие результаты или принес пользу бизнесу за прошедший период. Номинантов награждает генеральный директор на бизнес-завтраке.

Бренды Melon Fashion Group проводят различные **конкурсы** для сотрудников магазинов. Например, конкурс на самый длинный чек, мотивирующий продавцов-консультантов развивать клиентоориентированность и помогать покупателям подобрать сопутствующие товары или дополнительные детали к образу.





4.4.

# СОДЕЙСТВИЕ ПРОФЕС- СИОНАЛЬНОМУ РАЗВИТИЮ

Приоритет компании в области развития персонала – доступное и полезное обучение для каждого сотрудника.

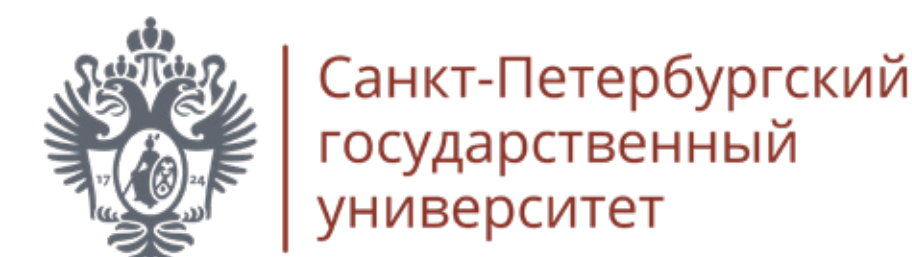




# ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ

В компании сформирована актуальная база кандидатов, которую мы непрерывно пополняем ценными кадрами и находимся с каждым в постоянном взаимодействии. В резерв входят представители разных профессий: дизайнеры, маркетологи, специалисты IT-сферы и др. Внешний кадровый резерв позволяет вести оперативный поиск на редкие и ключевые позиции, не прибегая к помощи кадровых агентств.

**Мы также активно привлекаем молодежь для работы и развития в Melon Fashion Group, сотрудничая с ведущими российскими вузами в рамках организации стажировок для студентов и молодых специалистов:**







## АДАПТАЦИЯ

**Melon Fashion Group уделяет большое внимание адаптации новых сотрудников.**

В первый день работы каждый офисный сотрудник получает интерактивный **Гид для новичка** с информацией о компании и брендах, планом офиса, оргструктурой, словарем мэлонца, полезными контактами и многим другим. Бренды также проводят собственные welcome-встречи для погружения в атмосферу и ДНК бренда.



Для лучшего понимания работы розницы новички отправляются на однодневную стажировку **Shop Day**. Это позволяет на практике протестировать все бизнес-процессы магазина, принять участие в приемке поставки, сортировке, отпаривании вещей, а также поработать в торговом зале, на складе и кассе.



# В 2021 ГОДУ МЫ УДЕЛИЛИ ВНИМАНИЕ:

## ОБУЧЕНИЮ HARD SKILLS:

- курсы английского языка от Skyeng
- курсы MS Excel
- продуктовые тренинги
- обучение по работе с 1С, Диадок, Директум, а также проведению тендеров и заключению договоров.

## ОБУЧЕНИЮ SOFT SKILLS:

Лекции и тренинги на развитие соответствующих навыков в офлайн-формате с онлайн-трансляцией.

Также мы сфокусировались на навыках публичных выступлений, коммуникации и обратной связи, управлению вниманием, ситуационному руководству и др.



В 2021 году Группа развития талантов запустила уникальный курс по развитию лидерского потенциала руководителей «**Качалка Level up**» с приглашенными спикерами и бизнес-тренерами, которые поделились знаниями про целеполагание, ментальное здоровье, эмоциональный интеллект, сторителлинг для трансляции ценностей, доверие в команде, основы работы с конфликтами, а также коучинг в управлении.

Длительность курса “Качалка Level up” составила **36 часов**.

В компании работает открытая площадка для лекций **Mel.ON**. В рамках образовательного проекта прошли лекции по искусству, психологии, моде, кино и другим темам.





## ОБУЧЕНИЕ СОТРУДНИКОВ МАГАЗИНОВ

В 2021 году персонал магазинов прошел обучение по усилению навыков и знаний по продажам, проведению инвентаризации, работе с кассовыми операциями и OMNI. Также прошли тренинги по мерчендайзингу и работе с системой быстрых платежей (СБП).



4.5.

# СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

Мы верим, что синергия бизнеса и благотворительных организаций позволяет не только улучшать качество жизни людей с особыми потребностями, но и развивает каждого из нас.

Melon Fashion Group много лет поддерживает проекты, помогающие тем, кто нуждается в заботе и внимании.

# 16 МЛН

**Общая сумма благотворительных пожертвований и социальных инвестиций Melon Fashion Group в 2021 г.**



## РАБОТА-І

С 2013 года компания реализовывает проект сопровождаемого трудоустройства людей с инвалидностью, выпускников детских домов и коррекционных школ, созданный совместно центром «Работа-І». Это уникальный социальный проект, позволяющий получить первый опыт работы.

Компания выделяет для реализации проекта отдельный бюджет и специальные позиции в магазинах: помощник кладовщика и менеджера магазина, установщик систем защиты от краж и др.





Для ускорения процесса адаптации команды магазина и кандидатов проводятся тренинги от кураторов центра «Работа-і». В 2021 году состоялось семь тренингов для директоров магазинов.

Средняя продолжительность программы сопровождаемого трудоустройства – **от 6 до 9 месяцев**, в отдельных случаях срок может увеличиваться. После проекта кандидаты могут остаться в компании и трудоустроиться в штат или выйти на открытый рынок труда.

За **8 лет** сотрудничества более **200 молодых людей** получили опыт первой работы в магазинах и офисе Melon Fashion Group. В 2021 году **52 кандидата** устроились на работу в магазины ZARINA, befree, LOVE REPUBLIC и sela. Четверо официально трудоустроились в штат компании. В 2021 году проект получил расширение: первые кандидаты вышли на работу в Орле, Сургуте и Челябинске.



**HR-BRAND  
AWARD  
2020**

**8**

**ЛЕТ  
СОТРУДНИЧЕСТВА**

**>200**

**ЧЕЛОВЕК ПОЛУЧИЛИ  
ОПЫТ ПЕРВОЙ РАБОТЫ  
ЗА 8 ЛЕТ**

**7**

**ОБУЧАЮЩИХ ТРЕНИНГОВ  
ДЛЯ ДИРЕКТОРОВ В 2021 ГОДУ**

**52**

**КАНДИДАТА УСТРОИЛИСЬ  
НА РАБОТУ В 2021 ГОДУ**



## ДРУГИЕ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ MELON FASHION GROUP



### ПЕТЕРБУРГСКИЕ РОДИТЕЛИ

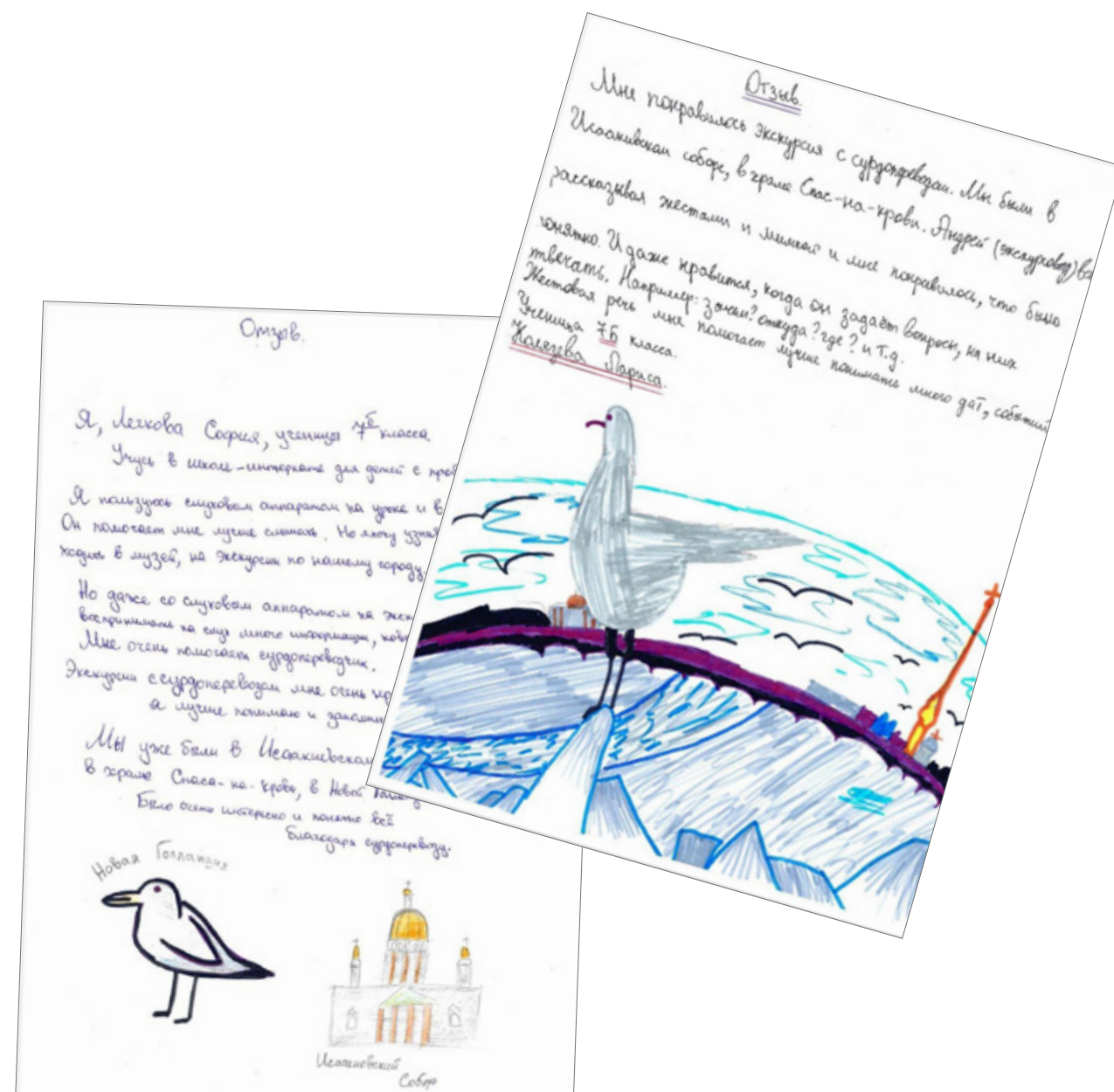
В 2021 году мы увеличили благотворительный взнос в фонд «Петербургские родители» для организации дополнительного ухода и сладких подарков детям-сиротам, находящимся в больницах в новогоднюю ночь.





# «ЯЗЫКИ БЕЗ ГРАНИЦ» ДЛЯ ДЕТЕЙ

Компания оказала спонсорскую поддержку обучающему центру «Языки без границ» для организации 10 детских экскурсий на русском жестовом языке для глухих и слабослышащих детей в Храме Спаса-на-Крови, Исаакиевском соборе, мультимедийном комплексе «Россия – моя история» и Театральном музее.





## ДОНОРСТВО

В штаб-квартире прошли два «Дня донора». Пандемия COVID-19 серьезно сократила донации и значительно истощила запасы банков крови. В рамках акции 73 сотрудника сдали почти 40 литров крови.

**73** ЧЕЛОВЕКА

**40** ЛИТРОВ КРОВИ





ОТВЕТСТВЕННАЯ

ЦЕПОЧКА

ПОСТАВОК



## 5.1.

# ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ

Melon Fashion Group придерживается высоких стандартов качества продукции и деловой этики в своих отношениях с производителями. Мы обязуем производителей соблюдать Кодекс поведения поставщика, согласно которому они должны следовать этическим и социальным нормам ответственного ведения бизнеса.

Действующая версия Кодекса была принята всеми поставщиками компании, с которыми сотрудничает Melon Fashion Group.

## Кодекс поведения для поставщиков подразумевает абсолютное неприятие:

- Принудительного труда;
- Детского труда;
- Дискриминации;
- Принуждения и харассмента;
- Штрафных санкций за участие в объединениях (профсоюзах).

## Кроме того, в соответствии с Кодексом поставщики должны обеспечить на своих предприятиях:

- Справедливую, достойную оплату труда;
- Приемлемые рабочие часы;
- Безопасное и безвредное для здоровья рабочее место;
- Прослеживаемость производства;
- Охрану окружающей среды;
- Конфиденциальность информации.

Полная версия Кодекса поведения поставщиков [представлена](#) на официальном сайте компании в разделе Сотрудничество – Партнерство.



# КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2021 ГОД:

## ПАРТНЕРЫ

# 231

поставщик одежды и аксессуаров сотрудничал с Melon Fashion Group

## ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

# 86%

опрошенных крупнейших поставщиков имеют экологическую политику

## ЭТИЧЕСКИЙ АУДИТ

# 15%

продукции Melon Fashion Group произведено на фабриках, прошедших этический аудит

## СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

# 73%

опрошенных крупнейших поставщиков одежды и аксессуаров имеют социальную политику



5.2.

# ПРОЗРАЧНОСТЬ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК

Доверие и прозрачность взаимодействия лежат в основе работы Melon Fashion Group с поставщиками. В 2021 году компания провела ряд мероприятий по усовершенствованию прослеживаемости цепочки поставок.

**РЕЗУЛЬТАТЫ**

СФОРМИРОВАН  
РЕЙТИНГ ПОСТАВЩИКОВ  
ПО ОБЪЁМУ ЗАКУПКИ



**70%**  
ПРОДУКЦИИ MFG

произвели  
45 из 231  
поставщиков.

В результате выявлены крупнейшие фабрики для этических аудитов.

ПРОВЕДЕНА ОЦЕНКА  
ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК  
С ПОМОЩЬЮ HIGG INDEX\*



Были получены рекомендации по улучшению прозрачности цепочки поставок, что позволило определить метрики дальнейшего пути в области устойчивого развития.

РАЗРАБОТАН ИНСТРУМЕНТ  
ПО СБОРУ ДАННЫХ  
О ПРОИЗВОДИТЕЛЯХ



Компания принимает и фиксирует результаты аудитов и проверок у поставщиков и фабрик по международным стандартам: BSCI, SMETA SEDEX, WRAP и др.

\* Higg Index – стандарт самооценки швейной и обувной промышленности для определения уровня экологической и социальной устойчивости на протяжении всей цепочки поставок.



5.3.

# КОНТРОЛЬ ЗА УСЛОВИЯМИ ТРУДА И СОБЛЮДЕНИЕМ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ТРЕБОВАНИЙ

В 2021 году Melon Fashion Group приступила к проведению этических аудитов крупнейших фабрик.

В случае обнаружения нарушений компания предлагает поставщикам план действий по их устранению для продолжения сотрудничества.

Компания намерена и дальше развивать практику проведения этических аудитов. Для этого сотрудники контроля качества компании прошли специальное обучение по международным социальным и экологическим стандартам SA8000, SMETA, BSCI, ISO14000, ISO 14001.

## Аспекты, которые оцениваются в рамках проведения аудитов:

- здоровье и безопасность работников на производстве
- часы работы и справедливая оплата труда
- возраст младшего работника
- защита окружающей среды



## 5.4.

# КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Шанхайский офис Melon Fashion China обеспечивает важную функцию в деятельности компании, особенно в области устойчивого развития.

## Команда осуществляет следующие процедуры:

- производственный аудит;
- контроль состояния оборудования на фабриках;
- контроль качества отгружаемых коллекций.

При проверках продукции компании используется стандарт приемлемого уровня качества 2,5 AQL (Acceptable Quality Level\*). Команда инспекторов Melon Fashion Group в составе 30 человек проводит проверки качества отгружаемой продукции. Для мероприятий по контролю качества компания также привлекает сторонние организации Qima, HQTS, SGS, IRIS и Textile Control.

\*В системе AQL под приемлемым уровнем качества подразумевается тот уровень несоответствий в партиях продукции, который обеспечивает производство и может быть принят как удовлетворительный.

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ

Независимая организация, одобренная Правительством РФ, строго контролирует безопасность и качество продукции брендов Melon Fashion Group. Специалисты проводят испытания, выявляющие воздухопроницаемость, гигроскопичность, индекс токсичности, стойкость цвета при действии воды, трения и пота, а также химическую безопасность вещей. Вся продукция Melon Fashion Group проходит обязательную сертификацию, согласно законодательству.



# ПЛАНЫ НА 2022 ГОД





# ПЛАНЫ НА 2022 ГОД



Утверждение ESG-стратегии Melon Fashion Group



Развитие системы управления в области устойчивого развития



Совершенствование системы нефинансовой отчетности



Разработка ряда Политик и корпоративных документов в области устойчивого развития



Создание образовательного курса о принципах устойчивого развития для сотрудников и партнеров



Разработка целевых показателей по стратегическим направлениям в области устойчивого развития



Проведение мероприятий по вовлечению клиентов в эко- и социальные инициативы Melon Fashion Group и брендов ZARINA, befree, LOVE REPUBLIC и sela



# ОБ ОТЧЕТЕ



7.1.

## ПОДХОД К ПОДГОТОВКЕ ОТЧЕТА

Sustainability report Melon Fashion Group раскрывает информацию о деятельности компании в области устойчивого развития и ее взаимодействии с клиентами, сотрудниками, поставщиками и другими заинтересованными сторонами.

Компания выпускает отчеты об устойчивом развитии на ежегодной основе. Предыдущий Отчет по устойчивому развитию был опубликован 10 августа 2021 года.

Настоящий Отчет охватывает календарный год с 1 января 2021 года

по 31 декабря 2021 года. Количественные данные приведены на конец года.

При подготовке Отчета мы использовали лучшие практики лидеров рынка и международные стандарты и руководства, в том числе GRI и ЦУР ООН.

Дополнительную информацию о структуре собственности и финансовую отчетность можно найти в Годовом отчете Melon Fashion Group за 2021 год, опубликованном на официальном сайте [melonfashion.ru](http://melonfashion.ru) в разделе «Акционерам и инвесторам».

7.2.

## ГРАНИЦЫ ОТЧЕТА

Информация, раскрытая в Отчете, охватывает деятельность Акционерного Общества «Мэлон Фэшн Групп», если не указано иное.

В Отчете не раскрывается информация о деятельности 247 франчайзинговых магазинов Melon Fashion Group, расположенных в России, Казахстане, Белоруссии и Армении, если не указано иное.



# ПРИЛОЖЕНИЯ



8.1.

# РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗА ОТЧЕТНЫЙ ПЕРИОД

Численность сотрудников с разбивкой по полу и возрасту


	2019	2020	2021
Общее число сотрудников на конец отчетного периода	5 425	5 467	5 607
<b>Пол</b>			
Женщины	5 095	5 094	5 197
Мужчины	330	373	410
<b>Возраст</b>			
Младше 30 лет	3 694	3 723	3 751
30-50 лет	1 658	1 679	1 791
Старше 50 лет	73	65	65

\*Данные по персоналу охватывают в том числе дочерние компании Melon Fashion Group.



8.2.

# ВКЛАД В ЦУР ООН

Задача	Деятельность компании в 2021 году	Раздел отчета 
<b>КЛЮЧЕВЫЕ ЦУР ООН</b>		
<b>ЦУР 8 - ДОСТОЙНАЯ РАБОТА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ</b>		
<p><b>8.3.</b> Содействовать проведению ориентированной на развитие политики, которая способствует производительной деятельности, созданию достойных рабочих мест, предпринимательству, творчеству и инновационной деятельности, и поощрять официальное признание и развитие микро-,малых и средних предприятий, в том числе посредством предоставления им доступа к финансовым услугам.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Организация коучинг-сессий для сотрудников офиса</li> <li>• Проведение обучения для сотрудников офиса и магазинов</li> </ul>	<p><u><a href="#">Содействие профессиональному развитию</a></u></p>
<p><b>8.5.</b> К 2030 году обеспечить полную и производительную занятость и достойную работу для всех женщин и мужчин, в том числе молодых людей и инвалидов, и равную оплату за труд равной ценности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Создание инклюзивной рабочей среды</li> <li>• Развитие проекта по сопровождаемому трудоустройству</li> </ul>	<p><u><a href="#">Социальные проекты и благотворительность</a></u></p>
<p><b>8.8.</b> Защищать трудовые права и содействовать обеспечению надежных и безопасных условий работы для всех трудящихся, включая трудящихся мигрантов, особенно женщин-мигрантов, и лиц, не имеющих стабильной занятости.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Соблюдение законодательства в области охраны труда</li> <li>• Контроль за условиями труда на предприятиях ключевых фабрик-поставщиков</li> </ul>	<p><u><a href="#">Комфортные условия труда и благополучие</a></u></p> <p><u><a href="#">Контроль за условиями труда и соблюдением экологических требований</a></u></p>



Задача	Деятельность компании в 2021 году	Раздел отчета 
<b>ЦУР 12 – ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО</b>		
<p><b>12.5.</b> К 2030 году существенно уменьшить объем отходов путем принятия мер по предотвращению их образования, их сокращению, переработке и повторному использованию</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Реализация проекта «Зеленый офис» по сбору вторсырья в офисе</li> <li>• Запуск проекта по сбору пластиковой упаковки и картона на складе компании «Уткина заводь»</li> </ul>	<p><u><a href="#">Управление отходами и упаковка</a></u></p>
<b>ЦУР 13 – БОРЬБА С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА</b>		
<p><b>13.2.</b> Включить меры реагирования на изменение климата в политику, стратегии и планирование на национальном уровне.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Переход на более энергоэффективные решения в магазинах</li> <li>• Проведение оценки выбросов парниковых газов</li> </ul>	<p><u><a href="#">Энергоэффективность и снижение выбросов парниковых газов</a></u></p>
<p><b>13.3.</b> Улучшить просвещение, распространение информации и возможности людей и учреждений по смягчению остроты и ослаблению последствий изменения климата, адаптации к ним и раннему предупреждению</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проведение брендами Melon Fashion Group эко-просветительских акций</li> </ul>	<p><u><a href="#">Распространение принципов осознанного потребления и вовлечение в социальные инициативы</a></u></p>



Задача	Деятельность компании в 2021 году	Раздел отчета 
<b>КОСВЕННЫЕ ЦУР ООН</b>		
<b>ЦУР 3 - ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ</b>		
<p><b>3.4.</b> К 2030 году уменьшить на треть преждевременную смертность от неинфекционных заболеваний посредством профилактики и лечения и поддержания психического здоровья и благополучия.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Оказание медицинской помощи сотрудникам, в том числе организация приема врача в офисе</li> <li>• Предоставление сотрудникам офиса и членам их семей доступа в корпоративных спортивный зал</li> </ul>	<p><u>Комфортные условия труда и благополучие</u></p>
<p><b>3.8.</b> Обеспечить всеобщий охват услугами здравоохранения, в том числе защиту от финансовых рисков, доступ к качественным основным медикосанитарным услугам и доступ к безопасным, эффективным, качественным и недорогим основным лекарственным средствам и вакцинам для всех.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Предоставление ДМС отдельным категориям сотрудников</li> </ul>	<p><u>Комфортные условия труда и благополучие</u></p>
<b>ЦУР 9 - ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ, ИННОВАЦИИ И ИНФРАСТРУКТУРА</b>		
<p><b>9.4.</b> К 2030 году модернизировать инфраструктуру и переоборудовать промышленные предприятия, сделав их устойчивыми за счет повышения эффективности использования ресурсов и более широкого применения чистых и экологически безопасных технологий и промышленных процессов, с участием всех стран в соответствии с их индивидуальными возможностями</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Экологические аудиты поставщиков и подготовка планов действий по устранению выявленных нарушений</li> </ul>	<p><u>Контроль за условиями труда и соблюдением экологических требований</u></p>



8.3.

# МЕТОДОЛОГИЯ РАСЧЕТА ВЫБРОСОВ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ

При расчете объемов выбросов парниковых газов мы опирались на методологию The GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (Revised Edition). В расчет были включены офисы и магазины АО «Мэлон Фэшн Груп» на территории России. Магазины, работающие по франшизе, не учитывались.

Расчет проводился для периода с 1 января 2020 года по 31 декабря 2020 года и с 1 января 2021 года по 31 декабря 2021 года. В соответствии с GHG Protocol рекомендуется определить базовый год для прослеживания динамики и рассчитывать объемы выбросов в первый раз как минимум за два года. Базовый год используется для расчета

годовой динамики выбросов и определения целей по снижению выбросов парниковых газов. Базовым годом для проведения данных расчетов Melon Fashion Group определила 2020 календарный год, руководствуясь 5-й главой GHG Protocol.

<b>ОБЪЕМ ПРЯМЫХ ВЫБРОСОВ MELON FASHION GROUP (SCOPE 1)</b>		<b>2020</b>	<b>2021</b>
Всего прямых выбросов, тонн CO <sub>2</sub> -экв.		126.2	119.9
Холодильные установки, тонн CO <sub>2</sub> -экв.		99.7	90
Мобильное сжигание топлива, тонн CO <sub>2</sub> -экв.		26.5	29.9
<b>ОБЪЕМ КОСВЕННЫХ ВЫБРОСОВ MELON FASHION GROUP (SCOPE 2)</b>		<b>2020</b>	<b>2021</b>
*Расчет выполнен с использованием регионального метода			
Всего косвенных энергетических выбросов, тонн CO <sub>2</sub> -экв.		13 236,5	18 361,3
Электропотребление, тонн CO <sub>2</sub> -экв.		5 397,2	9 211,4
Теплопотребление, тонн CO <sub>2</sub> -экв.		7 839,3	9 149,9



# КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

**АО «Мэлон Фэшн Груп»**

190103, Россия, Санкт-Петербург,  
10-я Красноармейская, дом 22,  
литер А, пом. 1-Н, 6 этаж.

Тел.: +7 812 240 46 20

Факс: +7 812 600 03 54

Вопросы, связанные с настоящим  
Отчетом и устойчивым развитием  
Melon Fashion Group, можно  
направлять по адресу:



[ESG@melonfashion.com](mailto:ESG@melonfashion.com)

# СОЦСЕТИ



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



[@melon\\_fashion\\_group](https://vk.com/melon_fashion_group)



[t.me/melon\\_fashion\\_group](https://t.me/melon_fashion_group)