



SUSTAINABILITY
REPORT

MELON
FASHION GROUP

Z A R I N A Befree LOVE REPUBLIC sela



СОДЕРЖАНИЕ

КЛИКАБЕЛЬНОЕ
СОДЕРЖАНИЕ 

ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

4 стр.

ОБРАЩЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ НАПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

6 стр.

1

МЫ – MELON FASHION GROUP

8 стр.

- 1.1. Деятельность компании
- 1.2. Ключевые цифры

2

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ MELON FASHION GROUP

17 стр.

- 2.1. Подход к управлению
- 2.2. ESG-стратегия
- 2.3. Фокусы
- 2.4. Документы

3

ЗАБОТА О ПОКУПАТЕЛЯХ

29 стр.

- 3.1. Подход к управлению
- 3.2. Распространение принципов осознанного потребления и вовлечение в социальные инициативы
- 3.3. Этичный и ответственный маркетинг

4

БЕРЕЖНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ

45 стр.

- 4.1. Подход к управлению
- 4.2. Продукт и упаковка
- 4.3. «Зеленый офис»
- 4.4. Энергоэффективность и контроль выбросов парниковых газов

5

ЗАБОТА О СОТРУДНИКАХ

53 стр.

- 5.1. Подход к управлению
- 5.2. Комфортные условия труда и благополучие
В дополнение к указанным компенсациям и льготам сотрудникам предоставляются возможности для поддержания здорового образа жизни и занятия спортом.
- 5.3. Мотивация и вовлеченность
- 5.4. Содействие профессиональному развитию
- 5.5. Социальные проекты и благотворительность

6

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

81 стр.

- 6.1. Совет директоров
- 6.2. Бизнес-этика и комплаенс
- 6.3. Информационная безопасность
- 6.4. Цепочка поставок

7

ПЛАНЫ НА 2023

96 стр.

8

ОБ ОТЧЕТЕ

98 стр.

- 8.1. Подход к подготовке отчета
- 8.2. Границы отчета

9

ПРИЛОЖЕНИЯ

100 стр.

- 9.1. Результаты деятельности за отчетный период
- 9.2. Вклад в ЦУР ООН
- 9.3. Методология расчета выбросов парниковых газов

10

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

106 стр.

ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

МИХАИЛА
УРЖУМЦЕВА

Дорогие друзья!

Прошедший год был непредсказуемым и сложным. Долгосрочное планирование кануло в Лету. Манящие горизонты отодвинулись еще дальше. Казалось, мир накрыл темный и беспросветный туман. Но осознание, что устойчивость – это наша опора, давало силы двигаться вперед. Как коммерческая компания, мы понимали, что уход иностранных конкурентов дал возможность увеличить свою долю на рынке. С другой стороны – активный рост и экспансия не должны перечить осознанности, охлаждать наше намерение стать ESG-пионерами fashion-ритейла в России.

В 2022 году мы опубликовали ESG-стратегию – важный шаг для компании. Когда мы находились в подготовительном процессе, аудите себя, пришло понимание – впереди глобальная трансформация.

Мы задали себе три вопроса. Достаточно ли мы делаем? Можем ли мы что-то изменить? Что мы должны сделать? Ответы нас не напугали, наоборот, дали мотивацию и азарт – продолжать осознанный путь дальше. Мы понимали: наша цель – стать ESG-авангардом – недостижима в отрезке триместра, года, пяти лет или даже десятилетия. Но если мы будем меняться и менять свои процессы и привычки людей вокруг, мы сможем сильно больше. Ведь впереди – будущее целых поколений. А бесконечный рост на конечной планете – утопия. Именно это вдохновляет нас идти вперед напролом.

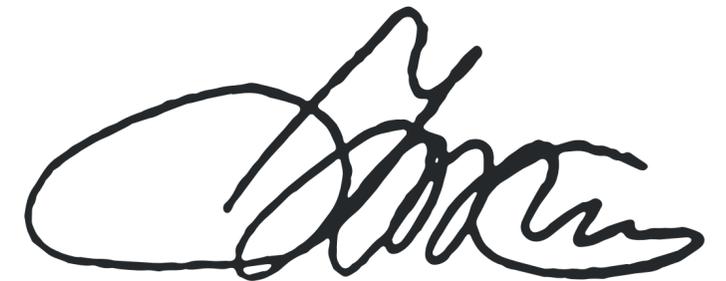
Стратегия и обязательства Melon Fashion Group в области устойчивого развития базируются на вере в то, что маленькие, но поступательные шаги способны решить любые вызовы. Так, мы приступили к поиску экологических решений по сокращению производства пластиковых пакетов, без которых невозможно представить ни одного ретейлера, плотно занялись просвещением своих сотрудников, поставщиков и клиентов, а также увеличили

количество аудитов фабрик, на которых производится продукция брендов Melon Fashion Group.

Устойчивое развитие сегодня – неотъемлемая часть нашего бизнеса. Предстоит еще многое сделать, но наши намерения крепки. Как клиентоцентричная компания мы продолжим вдохновлять и строить доверительные отношения с нашими покупателями, чтобы они были уверены, что покупают у ответственной компании. Наряду с этим мы продолжим работу над повышением уровня прозрачности производства и цепочки поставок, чтобы дать покупателям возможность проследить весь путь создания выбранного изделия.

И конечно, я бесконечно горжусь целеустремленностью, жизнелюбием и стойкостью мэлонцев, которые не только продуктивно работают и развивают fashion-индустрию, но и прокачивают себя, привносят инновационные идеи. Которые активно вызываются реализовывать социальные проекты компании и выстраивают корпоративное волонтерство. Мэлон – это суперкоманда!

В завершение скажу: будущее обязательно будет светлым. Наша компания не единственная, кто работает над устойчивостью. Мы видим, как меняется покупатель. Как растет уровень осознанности наших сотрудников, поставщиков и других игроков отрасли. Всё это дает уверенность, что трансформация в индустрии моды, несмотря на вызовы времени, не только возможна – она уже происходит. Вместе мы можем сыграть важную роль в преобразовании общества, если будем использовать наше влияние для продвижения разумных идей. Я счастлив, что мы – Мэлон – являемся одним из двигателей этого прогресса. И у нас всё получится!



Ваш ММ

ОБРАЩЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ НАПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

яны
ТРОФИМОВОЙ

ДОРОГИЕ ЧИТАТЕЛИ!

Несколько лет назад мы встали на путь ESG-трансформации, и я с гордостью могу отметить, что уже сейчас мы пришли к более системному подходу. Мы поняли, в каком направлении должны двигаться, разработали дорожную карту и перешли к последовательному исполнению намеченных планов.

В компании появилась Группа по устойчивому развитию, начав работу с основ – определения приоритетных направлений, формирования политик и кодексов в области устойчивого развития.

Эти шаги стали базой для нашей ESG-стратегии, которая вышла в 2022 году. В ней отражены ключевые цели и задачи, показатели и метрики, к которым мы стремимся. Это значимый этап для Melon Fashion Group, подтверждающий наш переосмысленный подход к бизнесу и то, что компания строит свои долгосрочные планы в соответствии с принципами устойчивого развития.

В 2022 году мы также сформировали рабочую группу, в которую вошли представители от каждого бренда и департаментов. Это позволило более

глубоко и комплексно подойти к решению поставленных задач в рамках ESG-стратегии.

Среди мэлонцев появились амбассадоры устойчивого развития, готовые поддерживать и продвигать проекты и идеи внутри компании и за ее пределами. Это очень важно, потому что устойчивое развитие – это не только задача руководства или ответственного отдела, но и каждого сотрудника.

Важно не останавливаться на достигнутом, несмотря на возникающие трудности и вызовы. Мы должны продолжать делать то, что считаем важным, и заниматься вопросами устойчивого развития, которые касаются Melon Fashion Group и всего общества.

С уважением,
Яна Трофимова

МЫ — MELON

FASHION

GROUP

1.1.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ

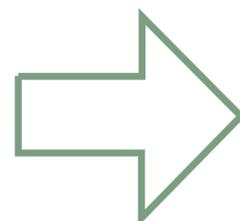
Melon Fashion Group – динамично развивающаяся компания, один из лидеров российского fashion-ритейла. В портфолио входит четыре популярных и востребованных бренда: ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC и sela. Компания выполняет полный цикл деятельности модного бизнеса: от дизайна коллекций и производства до распределения по каналам продаж и продвижения.

Диверсифицированный портфель брендов, каждый из которых обладает особенной ДНК, собственной стратегией развития и четкой целевой аудиторией, делает Melon Fashion Group одним из ярких и сильных представителей модного бизнеса в России.

1.2.

КЛЮЧЕВЫЕ ЦИФРЫ

2022 ГОД
В ЦИФРАХ



ZARINA

Ценности бренда

СИЛА, СМЫСЛ, СТИЛЬ

Концепция бренда

СОВРЕМЕННЫЙ ЖЕНСТВЕННЫЙ СТИЛЬ
НА КАЖДЫЙ ДЕНЬ ПО ДОСТУПНЫМ ЦЕНАМ

В РАМКАХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ZARINA РАЗВИВАЕТ ИНИЦИАТИВЫ В ПОДДЕРЖКУ ЖЕНЩИН. КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА С УЧАСТИЕМ ПОПУЛЯРНЫХ БЛОГЕРОВ И ИНФЛЮЕНСЕРОВ НАПРАВЛЕНЫ НА РАСКРЫТИЕ ЖЕНСКОГО ПОТЕНЦИАЛА, УВЕРЕННОСТИ В СВОИХ СИЛАХ И ВОЗМОЖНОСТЯХ.



Befree

Ценности бренда

МОДА. ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ. ИНКЛЮЗИВНОСТЬ. ОСОЗНАННОЕ БУДУЩЕЕ

Концепция бренда

МОЛОДЕЖНАЯ МОДА ДЛЯ ЛЮБОГО ВОЗРАСТА

BEFREE - АМБАССАДОРЫ ИНКЛЮЗИИ И РАЗНООБРАЗИЯ. БРЕНД ПРИВЛЕКАЕТ МОДЕЛЕЙ РАЗНОГО ТИПА ФИГУРЫ И ВНЕШНОСТИ, А ТАКЖЕ НЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ И ПОКУПАТЕЛЕЙ, ДЛЯ РЕКЛАМЫ И СОВМЕСТНОГО СОЗДАНИЯ КОЛЛЕКЦИЙ.



LOVE REPUBLIC

Ценности бренда

ЖЕНСКАЯ ЭНЕРГИЯ. АМБИЦИИ. УВЕРЕННОСТЬ. ГЕДОНИЗМ

Концепция бренда

БРЕНД ДЛЯ СМЕЛЫХ И УВЕРЕННЫХ В СЕБЕ ЖЕНЩИН

LOVE REPUBLIC - ЭТО ЦЕЛЫЙ ОБРАЗ МЫШЛЕНИЯ И ЖИЗНИ, ГДЕ КАЖДОМУ НЕ ВСЁ РАВНО, ЧТО ОН ДЕЛАЕТ И КАКОЕ БУДУЩЕЕ ЕГО ЖДЕТ. LOVE REPUBLIC - С ЛЮБОВЬЮ К СЕБЕ, К ЛЮДЯМ, К ПЛАНЕТЕ.





Ценности бренда

СЕМЬЯ. ЗАБОТА. КОМФОРТ

Концепция бренда

ЛАЙФСТАЙЛ CASUAL БРЕНД ОДЕЖДЫ ДЛЯ ВСЕЙ СЕМЬИ

SELA - СЕМЕЙНЫЙ БРЕНД, КОТОРЫЙ ВИДИТ СВОЮ СОЦИАЛЬНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ И ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ОСОЗНАННОГО ОТНОШЕНИЯ К ЭКОЛОГИИ СРЕДИ ДЕТЕЙ. И ЭТО НЕ ТОЛЬКО ПРО ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДОЙ, НО И ПРО ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ВНУТРИ ОБЩЕСТВА.



МИССИЯ КОМПАНИИ

Наша цель – быть в авангарде модного ретейла. Вся культура нашей компании направлена на достижение этой цели во всех аспектах деятельности Melon Fashion Group.

Мы хотим не только показывать высокую эффективность бизнеса, но и предлагать разнообразную одежду, красивые и комфортные магазины, а также высокий сервис услуг. Но самое главное – мы стремимся дать нашим покупателям возможность самовыражаться с помощью одежды не только с точки зрения дизайна, но и через осознанный подход к моде.



НАШИ ЦЕННОСТИ

Корпоративная культура компании строится на Melon Book – философии компании с Куклами, которые объединяют нашу команду и являются ключевым ориентиром в работе.

Каждый мелонец верит в

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



УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ MELON FASHION GROUP

2.1. ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ

Мы придерживаемся комплексного подхода в создании системы управления экономическими, экологическими и социальными аспектами деятельности Компании. Ориентируясь на передовые бизнес-практики, мы стремимся интегрировать вопросы, связанные с устойчивым развитием, в общую структуру корпоративного управления.

В 2022 году в Melon Fashion Group появилась группа устойчивого развития – единый координационный центр деятельности компании в области sustainability. Группа отвечает за стратегическое планирование и разработку инициатив в области ESG, определяет приоритетные направления для компании в целом и отдельные рекомендации для департаментов. Для согласованности действий между департаментами и продвижения идей

устойчивого развития среди сотрудников в 2022 году также была организована рабочая группа, в которую вошли представители различных бизнес-функций (представитель каждого департамента и представитель важных для реализации стратегии служб). На ежемесячной основе участники встречаются для обсуждения текущих проектов и задач, согласования дальнейших действий и обмена результатами.

СХЕМА УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ В КОМПАНИИ



2.2.

ESG-СТРАТЕГИЯ

С момента своего основания компания инициировала и поддерживала разнообразные проекты в области благотворительности и устойчивого развития. В 2021 году мы поняли, что пришло время системного подхода. Переосмысление собственных возможностей и пересмотр своего подхода к развитию привели к формированию ESG-стратегии, которую компания презентовала в 2022 году. Melon Fashion Group стала первой fashion-компанией России, кто сделал решительный шаг в сторону устойчивого модного бизнеса.

В рамках стратегии компания определила для себя приоритетные задачи:

- Снижение собственного негативного воздействия на окружающую среду;
- Поддержка и развитие комфортных условий труда для своих сотрудников;
- Поддержка программы сопровождаемого трудоустройства для молодых людей с низкими стартовыми возможностями;
- Работа над повышением прозрачности и прослеживаемости цепочки поставок.

В центре стратегии – забота о покупателях. Вместе мы следуем принципам ответственного потребления и осознанного подхода к моде.

При разработке стратегии мы ориентировались на результаты анализа текущих практик Melon Fashion Group в области устойчивого развития и запросы внешних заинтересованных сторон, а также учитывали опыт международных fashion-ритейлеров. Помимо этого, мы учли потенциальный вклад компании в Цели устойчивого развития ООН (ЦУР ООН).



Забота о людях

Создание комфортных условий труда и возможностей для профессионального развития. Повышение компетенций в области устойчивого развития. Поддержка программы сопровождаемого трудоустройства.

Бережное отношение к окружающей среде

Снижение собственного негативного воздействия через экономию ресурсов, сокращение отходов и поиск экологичных решений в производстве продукта. Продвижение ответственного отношения к природе среди клиентов.

Ответственная цепочка поставок

Повышение прозрачности и прослеживаемости цепочки поставок, совершенствование эко-практик и социальной ответственности поставщиков.



КЛЮЧЕВЫЕ ЦУР ООН:



ЦУР 8 – Достойная работа и экономический рост

Мы стремимся обеспечить комфортные условия труда для всех наших сотрудников и содействовать их профессиональному развитию.



ЦУР 12 – Ответственное потребление и производство

Мы намерены совершенствовать наши бизнес-процессы, внедряя решения для более рационального использования природных ресурсов.



ЦУР 13 – Борьба с изменением климата

Мы стремимся минимизировать свое негативное воздействие на изменение климата, а также привлекать внимание покупателей к экологическим проблемам.

КОСВЕННЫЕ ЦУР ООН:



ЦУР 3 – Хорошее здоровье и благополучие

Мы заботимся о здоровье и благополучии каждого сотрудника в нашей команде.



ЦУР 9 – Индустриализация, инновации и инфраструктура

Мы намерены развивать сотрудничество с фабриками, внедряющими инновации и ведущими бизнес в соответствии с принципами устойчивого развития.

Подробнее о вкладе Melon Fashion Group в ЦУР ООН в Приложении 7.2. В 2022 году на сайте Melon Fashion Group появился раздел Sustainability, где подробно освещаются цели и шаги компании в области ESG-стратегии, инициативы брендов, а также опубликованы ключевые документы и архив отчетов по устойчивому развитию.

2.3.

ФОКУСЫ

Основными фокусами стратегии в разрезе ближайших лет стали обучение команды и поставщиков, поиск экологичных решений в упаковке, увеличение доли продукции, произведенной на фабриках, прошедших этический аудит.





УПАКОВКА

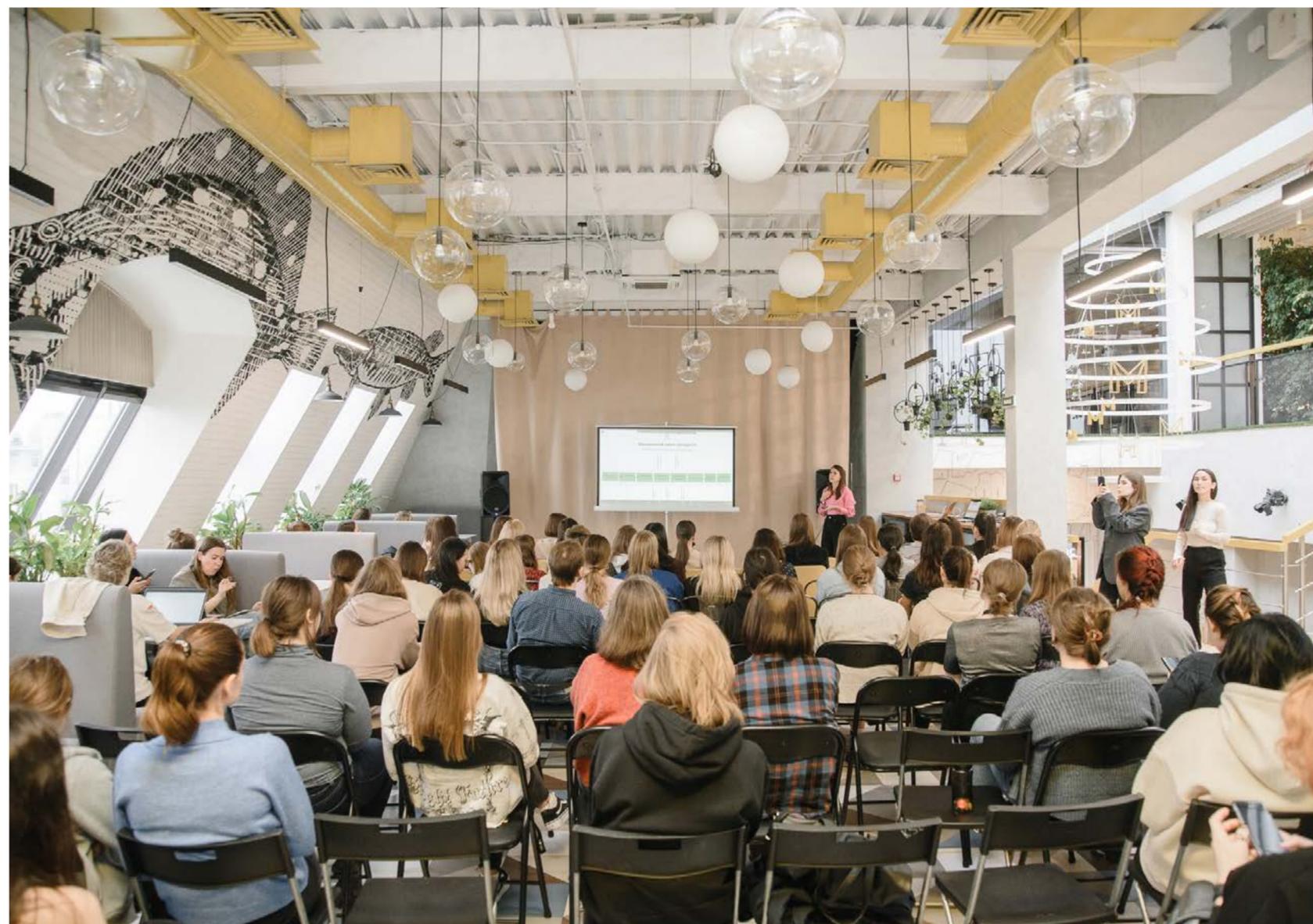
Компания уделяет особое внимание составу упаковки, стремясь к сокращению производства пластиковых пакетов. В фокусе – использование вторичного сырья (по результатам 2022 года, 40% всех пакетов с добавлением вторсырья).

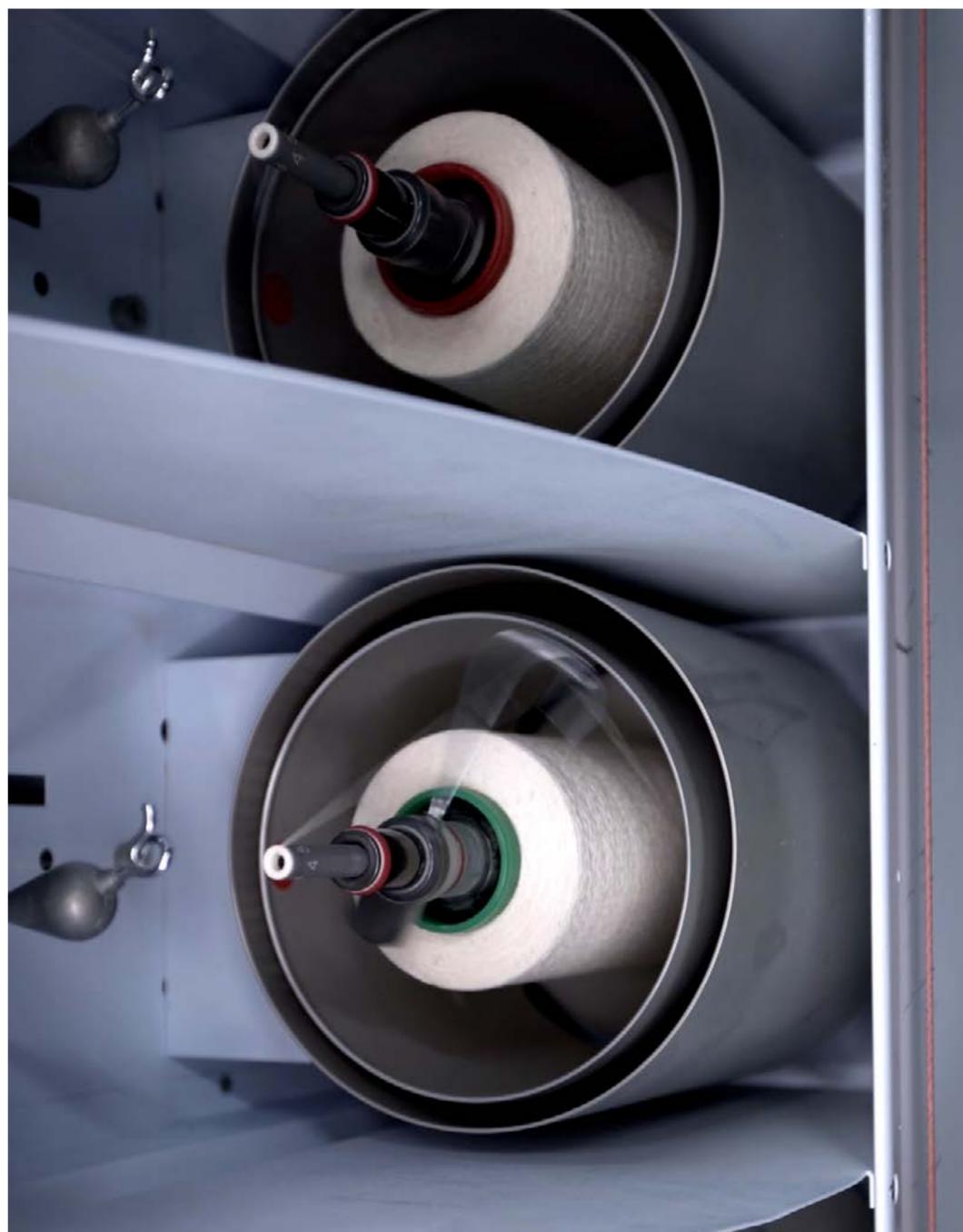
Так, были внедрены следующие экорешения:

- Пересмотр подхода, исходя из современных требований (Reduce, reuse, recycle)
- Поиск возможностей производства более экологичной упаковки
- Реализация программ для повышения осведомленности клиентов об ответственном потреблении
- Сокращение количества упаковки

ОБУЧЕНИЕ

Для достижения стратегических целей на начальном этапе важно последовательно погрузиться в тематику устойчивого развития. Группа устойчивого развития сосредоточилась на обучении и расширении компетенций в области sustainability. В результате был разработан курс о принципах устойчивого развития для сотрудников, а также проведены тренинги по ответственному производству для поставщиков. Помимо этого, проходили просветительские лекции об экоматериалах, переработке пластика, правильной сортировке отходов и др.





АУДИТЫ

Fashion-индустрия, а именно производство, серьезно влияет на экологию. Поэтому компания уделяет первостепенное внимание взаимодействию с поставщиками. На постоянной основе проводятся этические аудиты крупнейших фабрик партнеров, по результатам которых мы даем рекомендации по улучшению показателей. Мы верим, что совместными усилиями можно решать более широкие проблемы охраны окружающей среды и социальные вопросы.

Наши основные задачи в этом направлении:

- Увеличение числа аудитов
- Увеличение доли продукции, произведенной на фабриках, прошедших этический аудит
- Создание собственной системы оценки фабрик по социальным и экологическим параметрам

2.4.

ДОКУМЕНТЫ

В 2022 году Melon Fashion Group приняла ряд политик, регулирующих подход компании к устойчивому развитию и процесс ее взаимодействия с заинтересованными сторонами, а также закрепляющих нашу ответственность по ключевым направлениям.

Политика в области устойчивого развития определяет основные подходы к вопросам ответственного ведения бизнеса в части экологической и социальной ответственности, а также эффективного корпоративного управления.

Кодекс этики и делового поведения, построенный на ответственности перед сотрудниками, нашими деловыми партнерами, акционерами и другими заинтересованными лицами, информирует о высоких стандартах компании. Мы уверены, что это один из возможных путей для роста бизнеса и отрасли в целом.



Антикоррупционная политика является базовым документом Melon Fashion Group, определяющим ключевые принципы и требования, направленные на предотвращение коррупции и соблюдение норм применимого антикоррупционного законодательства компании ее дочерними и зависимыми компаниями, членами их органов управления, работниками и иными лицами, действующими от имени компании.

Политика благотворительной деятельности устанавливает цели, принципы, направления, порядок и контроль за осуществлением благотворительной деятельности в компании. Кроме того, документ освещает вопросы снижения коррупционного риска для благотворительных проектов компании.

Политика управления персоналом отражает приверженность компании и ее менеджмента высоким этическим стандартам ведения открытого и честного бизнеса, призванным обеспечить совершенствование корпоративной культуры, следование лучшим практикам корпоративного управления и поддержание деловой репутации компании и бренда работодателя, а также создание социальной защищенности сотрудников.

Политика по работе с поставщиками описывает принципы и ответственность Melon Fashion Group и подконтрольных ей организаций в отношении взаимодействия с производителями товаров и услуг.



Все политики размещены на официальном сайте компании в разделе **Sustainability <https://sustainability.melonfashion.ru/chapters/1#policies>** и на корпоративном портале Мелония, где каждый сотрудник может ознакомиться с документом.

ЗАБОТА

В центре ESG-стратегии Melon Fashion Group – забота о покупателях. Компания и ее сотрудники тщательно контролируют все этапы создания коллекций брендов от идеи до реализации, чтобы предоставить

продукт, отвечающий высоким покупательским требованиям. Стремясь к ESG-целям, компания предоставляет покупателям возможность выбирать осознанный подход к моде.

О ПОКУПАТЕЛЯХ

БОЛЬШИЕ ФОРМАТЫ МАГАЗИНОВ

Летом 2022 года Melon Fashion Group приняла решение об увеличении форматов всех брендов почти в два раза для реализации стратегических планов и увеличения доли рынка. Увеличились не только площади магазинов, но и продуктивное предложение всех брендов для удовлетворения потребностей покупателей после массового ухода иностранных компаний.

Первые открытия большеформатных магазинов состоялись уже в ноябре.





Vefree открыли магазин площадью более **1 250 кв. м в Санкт-Петербурге в ТРК «Радуга»**. Тысячник – промежуточный формат для бренда, в планах – открытие магазинов площадью до 2 500 кв. м.

Большееформатный LOVE REPUBLIC площадью **720 кв. м открылся в Москве в ТРЦ «Афимолл»**.

Первый флагман ZARINA площадью **800 кв. м начал свою работу в ТЦ «Галерея» г. Минск (Республика Беларусь)**.

Также состоялось открытие первого двухэтажного магазина sela площадью **733 кв. м в ТРЦ «Море Молл» города Сочи**.

Увеличение площадей магазинов позволило более эффективно разместить торговое оборудование и сам товар, чтобы покупателям было проще перемещаться между зонами и находить нужную вещь, а также избегать тесноты и скопления людей.

Компания продолжит расширять форматы своих магазинов в следующем году.





КОМФОРТНАЯ СРЕДА МАГАЗИНОВ

Помимо увеличения площади, каждый бренд пересмотрел свой подход к организации и оформлению торгового пространства, уделив внимание взаимодействию покупателя с магазином.

Концептуальное обновление магазинов объединило в себе проектные, дизайнерские и коммуникационные решения с учетом позиционирования брендов и мировых трендов в архитектурном дизайне и визуальном мерчендайзинге.

ZARINA

Учитывая значительное расширение продуктовой линейки, в процессе разработки нового концепта команда архитекторов ZARINA **сделала акцент на зонировании**. С помощью реечных перегородок и мобильных ширм создаются комфортные зоны, которые **можно трансформировать** с учетом представления коллекций. **Пространство примерочных соединили с просторной лаунж-зоной для отдыха и ожидания**, где также можно зарядить мобильный телефон или сделать фотографии в новинках.

Befree

Команда Befree открыла **первый магазин с применением инклюзивной концепции**: архитекторы предусмотрели улучшение доступности, представив широкие проходы для маломобильных посетителей и покупателей с детскими колясками и инвалидными креслами, а также просторные зоны отдыха и общения.



В магазинах sela организовано **отдельное пространство для детей**, где они могут провести время во время шопинга родителей под присмотром персонала бренда. Так, в примерочных появились железная дорога, бизборд, стол для рисования. В некоторых магазинах представлен целый мини-магазин одежды в виде перевернутой картонной коробки с примерочной и настоящей кассой. Также в новых форматах магазинов sela **появились стоянка для колясок и просторные примерочные, куда можно заехать с коляской**.

LOVE REPUBLIC

Ключевая задача новой концепции LOVE REPUBLIC – **дарить покупателям яркие эмоции от шопинга**. Бионика в архитектуре, плавные линии и отсутствие острых углов в интерьере, светлые монохромные тона в сочетании с мрамором и металлом, высокие потолки создают ощущение простора.

ОТКАЗ ОТ ЧЕКОВ

Бренды активно стимулировали покупателей переходить на электронные чеки вместо печатных. Данное решение позволяет не только сократить время ожидания на кассе (чек приходит автоматически на электронную почту), но и внести вклад в уменьшение объемов трудноперерабатываемых отходов, так как чеки из термобумаги из-за сложного состава часто не перерабатываются.

Так, ZARINA и sela для продвижения инициативы начисляют дополнительные бонусы и баллы покупателям за отказ от бумажного чека.

СБОР ОДЕЖДЫ

Как крупнейший fashion-ритейлер, Melon Fashion Group заинтересована в снижении воздействия производства одежды на окружающую среду и в увеличении сроков эксплуатации одежды. Программа по сбору одежды в магазинах брендов и штаб-квартире компании позволяет внести посильный вклад в уменьшение количества отходов текстиля и помочь людям, которые нуждаются в одежде.

*более подробную информацию о действующих программах смотрите в главе 3.2 «Инициативы брендов»



МИНИМУМ УПАКОВКИ

В наших магазинах покупатель может отказаться от пакета на кассе в поддержку сохранения ресурсов, а также воспользоваться уникальной опцией повторного использования первичного пакета, в котором вещи приходят от производителя.

*подробнее о действующих программах – в главе 3.2 «Инициативы брендов»

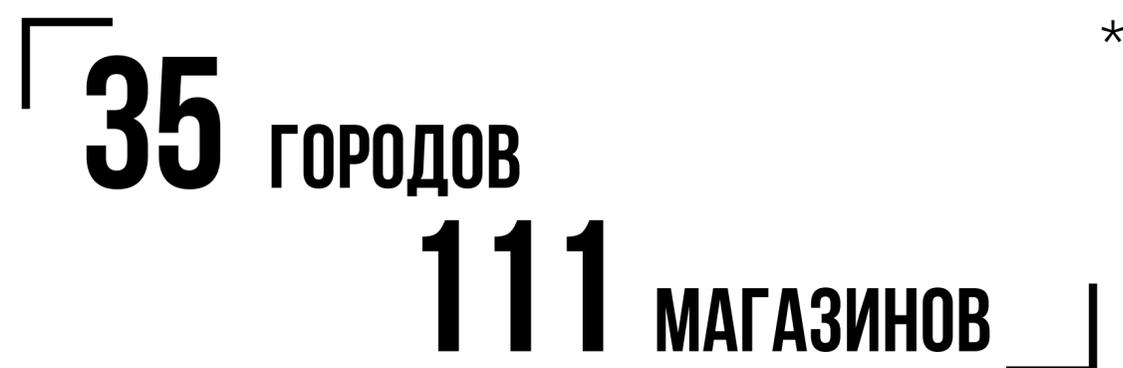
3.2.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ОСОЗНАННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ И ВОВЛЕЧЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ

ОСОЗНАННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

С 2019 года в LOVE REPUBLIC действует программа LOVE 2.0, в рамках которой покупатели могут сдать в магазины бренда старую одежду на благоотво-рительность или переработку в неком-мерческие фонды «Второе дыхание» и «Спасибо». Участникам программы LOVE 2.0 начисляется 300 баллов на LOVECARD, которыми можно оплатить будущие покупки.

Летом 2022 года sela совместно с фондами «Второе дыхание» и «Спасибо» начала собственную программу по сбору одежды в розничных магазинах с поощрением в виде скидки на следующую покупку. Так как sela – семейный бренд, то проект имеет дополнительный позитивный эффект: сдавая ненужную одежду, мама показывает пример ребенку, как заботиться об окружающей среде и помогать нуждающимся.



СОЦИАЛЬНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ



В 2022 году тема инклюзивности широко освещалась в рекламных кампаниях и соцсетях Befree. Бренд расширил свой размерный ряд, добавив несколько размеров, чтобы стать еще доступнее для всех покупателей. Для продвижения идеи прошла съемка с plus-size моделью с посылом «Befree – для всех».

Помимо этого, состоялся запуск первой NFT-коллекции, персонажами которой стали птички Биффри с разными особенностями внешности. Коллекция подчеркнула идею разнообразия моды и красоты.



Befree

В 2022 году ZARINA продолжила развивать тему женской силы, запустив проект #СИЛАВНАС. Он отражает идею безграничных возможностей менять свою жизнь и добиваться успеха, а также важность солидарности и обмена опытом. В рекламной кампании сезона «осень-зима – 22» приняли участие лояльные покупательницы бренда из разных регионов, принявших участие в конкурсе на амбассадорство. Всего было подано **более четырех тысяч заявок**.

Помимо этого, в рамках благотворительности бренд передал организации «Ева» 700 комплектов одежды для пожилых и малоимущих петербуржцев. Также ZARINA предоставила образы для ведущих первого фильма на русском жестовом языке «По следам Александра Невского», созданного благотворительной организацией «Языки без границ».



LOVE REPUBLIC

В рамках всемирного месяца борьбы с раком молочной железы LOVE REPUBLIC и Лаборатория Гемотест запустили спецпроект «Важно для тебя. Важно для всех» для привлечения внимания к своевременной профилактике рака молочной железы.

В период проведения проекта по промокоду LOVE в лабораториях Гемотест действовали специальные цены на ПЦР- и NGS-тесты.

Помимо этого, Melon Fashion Group запустила проект Melon Wellness, организовав онлайн-лекцию для сотрудников компании и покупателей брендов с врачом-гинекологом, чтобы рассказать о симптомах, лечении и профилактике рака молочной железы. Подобные мероприятия повышают осведомленность о превентивных мерах во избежание заболеваний.

В 2023 году компания продолжит развитие проекта с публичными лекциями с врачами и другими специалистами.





В 2022 году sela и Центр по трудоустройству выпускников детских домов и молодых людей с ограниченными возможностями здоровья «Работа-и» создали совместный проект по профориентации. Его основная задача – помочь родителям и их детям выбрать будущую профессию, сохраняя доверительные отношения, а также привлечь внимание к проблеме профориентации для детей с низкими стартовыми возможностями. Проект реализован при поддержке сервиса Head Hunter, онлайн-школы для детей и подростков Skysmart и журнала «Эксперт». Охват проекта составил **более 6 млн человек**.

Помимо этого, бренд передал одежду в качестве благотворительной помощи **НКО РЕК** – крупнейшей всероссийской еврейской общественной организации, реализующей программы поддержки детей, людей с инвалидностью и пожилых людей.

sela активно работала над экопросвещением аудитории. В соцсетях бренда прошел экомарафон совместно с Чисто-мэном – супергероем, спасающим планету от мусора, блогером и экоактивистом. В рамках марафона участники выполняли практические задания и публиковали

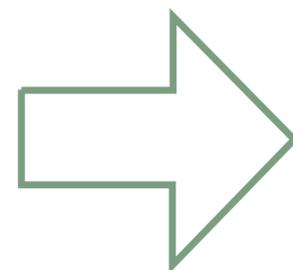
<https://selalive.ru/job/3/>

результаты в соцсетях с хэштегом **#берегу_планету_с_sela**. В результате **более 300 семей** приняли участие в проекте.

Маскот бренда **Вигге** стал экоамбассадором sela: зеленый монстр рассказывал детям в соцсетях о важных экопривычках.



КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2022 ГОД



>5 МЛН

совокупная аудитория социальных сетей компании и всех брендов Melon Fashion Group

>8 МЛН

человек являются участниками программы лояльности брендов Melon Fashion Group

111

магазинов LOVE REPUBLIC в 35 городах участвуют в программе по сбору и переработке одежды

40

магазинов sela в Санкт-Петербурге и Москве участвуют в программе по сбору и переработке одежды

760 000

чеков не были распечатаны в магазинах Zarina (22% отказов от чеков)

3.3.

ЭТИЧНЫЙ И ОТВЕТСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ

Melon Fashion Group – клиентоцентричная компания. Наши покупатели занимают центральное место в ESG-стратегии, мы стремимся не только предоставить широкий ассортимент одежды и аксессуаров для разных целевых аудиторий, но и выстроить доверительные отношения с покупателями. При этом всегда учитываем права и интересы остальных участников рынка, включая конкурентов, общество и окружающую среду.

Основные принципы, которым следует Melon Fashion Group:

1. Честность и прозрачность в общении, предоставление точной и достоверной информации о продуктах или услугах и их характеристиках.
2. Соблюдение прав потребителей: защита конфиденциальности и безопасности персональных данных.
3. Осознанное отношение к окружающей среде: соблюдение экологических норм и правил, рациональное использование ресурсов.
4. Соблюдение конкурентных норм и правил: исключение недобросовестной конкуренции, использование этических и честных методов продвижения товаров.
5. Продвижение общественных ценностей: участие и развитие благотворительных проектов, корпоративное волонтерство.
6. Ответственное отношение к производственному процессу и качеству выпускаемых продуктов: соблюдение стандартов качества и безопасности продукции.
7. Установление партнерских отношений: развитие бизнеса с партнерами и поставщиками, уважение их интересов.

БЕРЕЖНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ

4.1. ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ

Melon Fashion Group стала первым российским fashion-ритейлером, кто сформировал ESG-стратегию. Быть первопроходцем непросто, но мы стремимся вести наш бизнес с вниманием и уважением к окружающей среде, занимаясь поиском экологических решений в продукте и упаковке, выстраивая систему контроля за энергопотреблением, измеряя выбросы, правильно утилизируя отходы.

ESG-стратегия – ориентир для каждого бренда компании в формировании собственных инициатив и проектов.

4.2.

ПРОДУКТ И УПАКОВКА

ПРОДУКТ

Мы тщательно следим за процессом производства на фабриках наших поставщиков на всех этапах – от разработки до готового продукта, чтобы обеспечить соответствие стандартам качества и безопасности.

Каждый бренд уделяет внимание поиску возможностей производства более экологичного продукта. Мы постоянно пробуем и экспериментируем с материалами, изучаем различные методы производства тканей, учитываем ответственные практики производителей, например, использование возобновляемых источников энергии на производстве или технологии рециркуляции воды.



Befree

В 2022 году Befree использовал в своих коллекциях деним с переработанным сырьем в составе, постиранный с помощью озона. Такой метод позволяет уменьшить количество химикатов при производстве. Помимо этого, производитель джинсового ассортимента бренда обладает системой двойной очистки вод, что позволяет сократить расход воды на цикл производства, а также использует альтернативный источник энергии – солнечные батареи.

Также Befree выпустили коллекцию нижнего белья из бамбука «Basic. Beautiful. Bamboo».

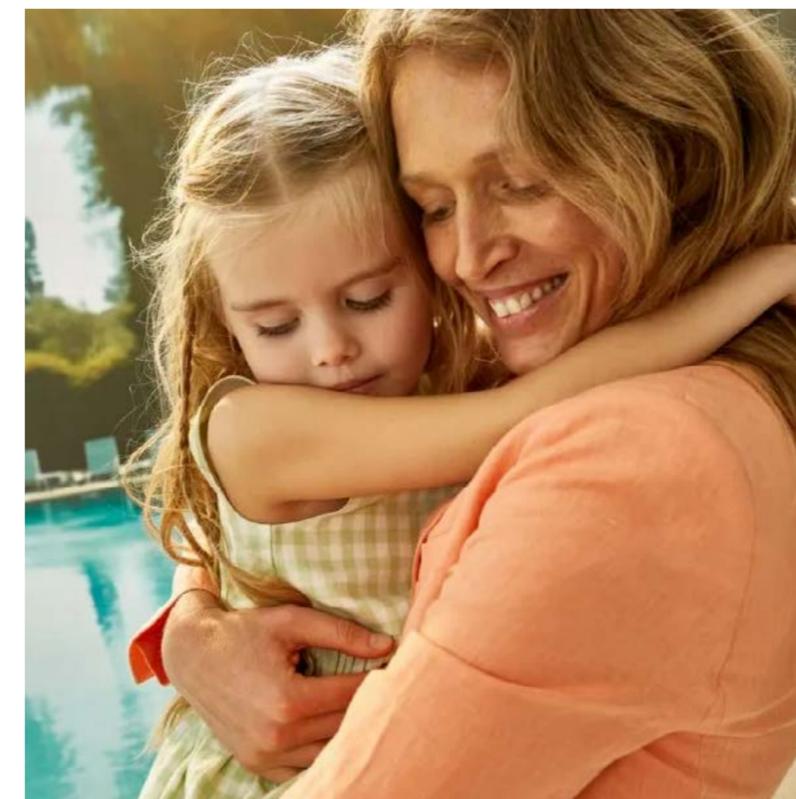
Бамбуковое волокно – экологически чистый материал, для производства которого не используются химические добавки, а процесс создания ткани основывается на обработке паром и кипячении. Одно из главных свойств бамбука – гипоаллергенность, благодаря которому он подходит людям с чувствительной кожей.

ZARINA

Изделия из бамбука и переработанного хлопка также были представлены в ассортименте ZARINA.

sela

В коллекциях sela на регулярной основе представлена линейка sela cares из экологических материалов. Так, бренд предлагал покупателям женские костюмы из органического хлопка и аксессуары для женщин и детей из переработанного полиэстера. На 2023 год запланировано расширение линейки.



УПАКОВКА



Befree

Нарращивает опыт по использованию первичной упаковки в качестве пакетов, выдаваемых на кассе. Это один из масштабных и значимых проектов, который является воплощением ответственной потребительской практики.

В 2022 году Befree подключили к проекту еще больше поставщиков в разных странах производства. Инициатива позволила **отказаться** от производства порядка **8 млн пластиковых пакетов** за год.

ZARINA

Перешла на пакеты с добавлением **20% переработанного пластика**. Помимо этого, покупателям, отказавшимся от пакета на кассе, начисляются дополнительные 100 баллов на виртуальную карту лояльности. **800 000 покупателей ZARINA** отказались от пакетов в 2022 году.



Участники программы лояльности sela также получают 150 бонусов за отказ от пластикового пакета.

LOVE REPUBLIC

Присоединится к программе в 2023 году.

Поощрение отказа от пакета на кассе – еще один из инструментов для просвещения аудитории и стимулирования изменений в сторону экологически ответственного потребления.

Помимо этого, компания уделяет внимание упаковке при транспортировке товара. Melon Fashion Group повторно использует транспортную тару поставщиков, минимизируя количество упаковки.

4.3.

«ЗЕЛЕНЫЙ ОФИС»

В 2022 году в штаб-квартире Melon Fashion Group состоялся перезапуск программы по отдельному сбору отходов для переработки «Зеленый офис 2.0».

Что сделали:

- Обновили бокс для «Крышечек доброты»
- Установили новый бокс для сбора бутылочного PET
- Провели серию образовательных лекций по отдельному сбору отходов
- Организовали сбор обрезков тканей в экспериментальном цеху для передачи в мастерские «Анагар» в Петербурге
- Заключение договора с ФГУП «Федеральный экологический оператор» о передаче отработанных элементов питания

В офисе продолжается сбор упаковки из мягкого пластика и картона от посылок, батареек, макулатуры и старой одежды для фонда «Спасибо».

Для освещения офисных пространств используется энергоэффективное LED-освещение, для хозяйственных нужд закупается биоразлагаемые моющие средства, организовано озеленение пространства, которое курирует профессиональный флорист.

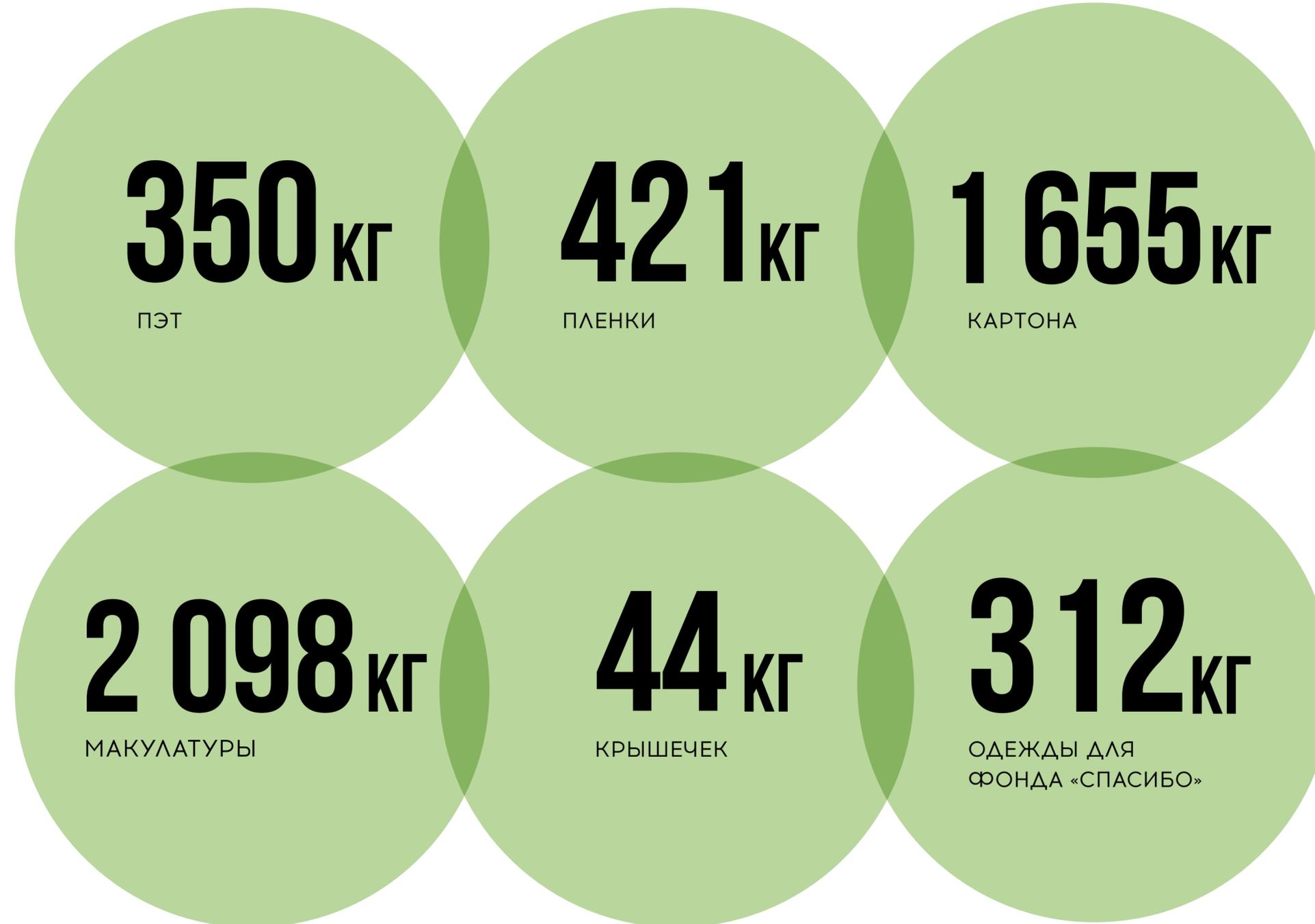
Для минимизации использования бумаги в компании действует электронный документооборот.



ИТОГИ 2022:

**В 2022 году доля ЭДО составила 76%.
Также состоялся запуск пилотного проекта по переводу кадрового документооборота в электронный формат (КЭДО).**

В 2022 году мы активно развивали сотрудничество с сервисом эффективного управления отходами Ubirator. Компания занимается вывозом вторсырья и отправляет его на предприятия по переработке. Ubirator забирает основной объем отходов из штаб-квартиры в Петербурге.



4.4.

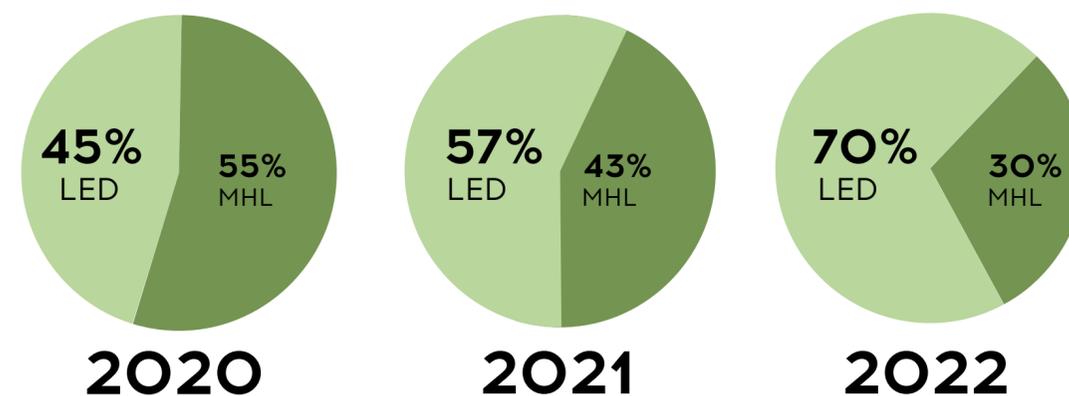
ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ И СНИЖЕНИЕ ВЫБРОСОВ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ

С 2021 года мы ведем учет и анализ своих выбросов углекислого газа и других вредных веществ, а также разрабатываем и внедряем меры по их сокращению. Компания делает уверенные шаги в области энергоэффективности с целью сокращения энергопотребления и внедрения новых технологий, которые позволяют сократить выбросы парниковых газов. Так как основным потребителем электроэнергии и других ресурсов в компании являются розничные магазины, мы стремимся использовать

на наших объектах энергосберегающее оборудование и следующие подходы:

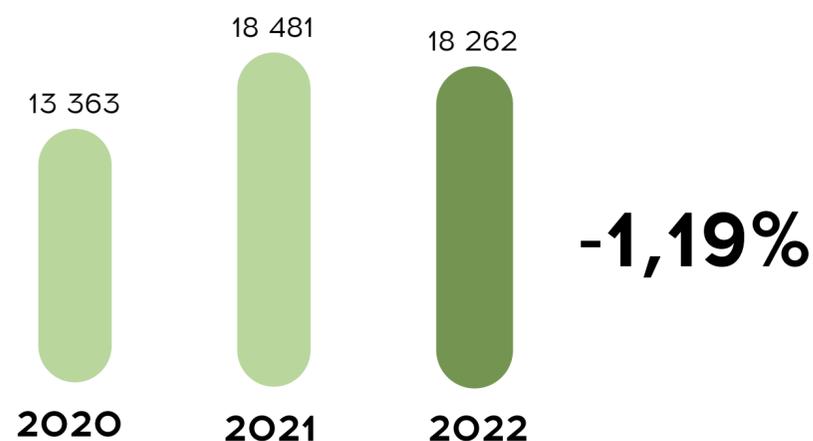
- использование более современной системы охлаждения воздуха без использования искусственных хладагентов
- замена оборудования на более энергоэффективное
- переход от использования металлогалогеновых ламп (МГЛ) к энергосберегающему светодиодному освещению

Переход на LED

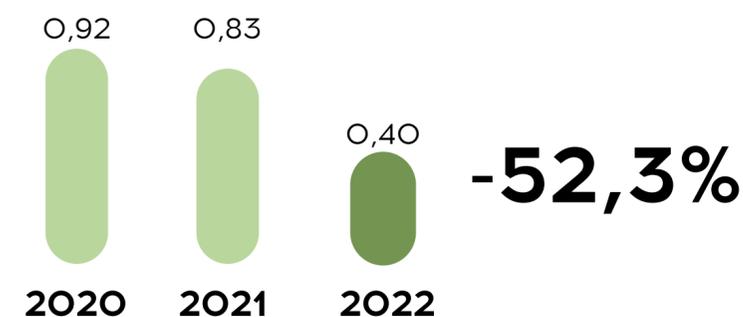


ВЫБРОСЫ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ

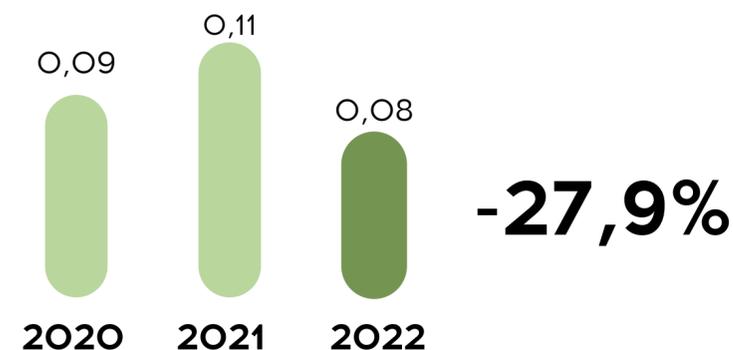
Суммарный объем выбросов парниковых газов¹ (Score 1 + Score 2)



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

¹ В 2022 году компании удалось повысить качество сбора данных, в частности, увеличить количество фактических данных по потреблению электроэнергии на основе снимаемых показаний с приборов учета, в связи с чем снизился объем расчетных значений потребления электроэнергии. В свою очередь, это вызвало сокращение потребления электроэнергии по сравнению с 2021 годом, несмотря на рост торговой площади помещений.

Таким образом, данные за 2022 год стали новой линией отсчета для отслеживания динамики выбросов парников газов.

*Данные по блоку «Выбросы парниковых газов» рассчитаны на основе данных для офисов и магазинов АО «Мэлон Фэшн Груп» на территории России.

ЗАБОТА О СОТРУДНИКАХ

5.1.

ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ

Команда Melon Fashion Group – главная движущая сила компании, которая позволяет мечтать о великих свершениях и каждый день двигаться в сторону лучшего будущего.

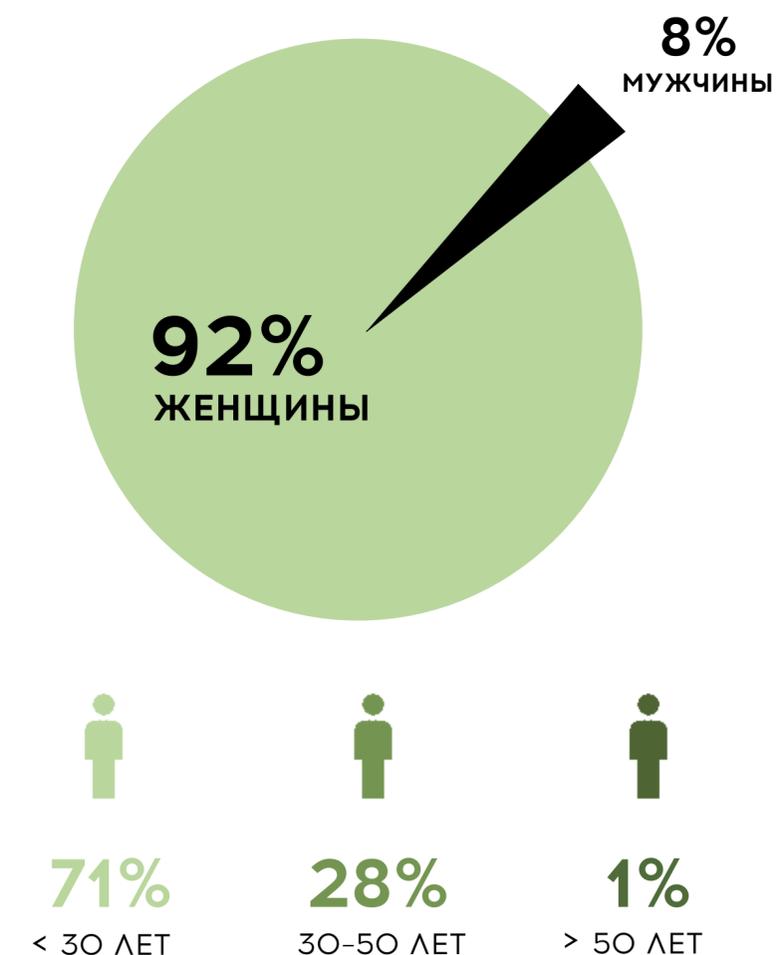
Мы стремимся создавать комфортную рабочую атмосферу для всех сотрудников, чтобы люди с разным опытом и навыками вносили свой вклад в развитие бизнеса и реализацию социальных проектов. Для нас важно, чтобы каждый мэлонек чувствовал поддержку, свою ценность, получал достойное вознаграждение и мог развивать собственный потенциал.

В современном мире устойчивость компании во многом формируется за счет жизнестойкости и адаптивности ее сотрудников.

В 2022 году HR департамент предпринял дополнительные меры заботы о сотрудниках на фоне геополитической обстановки в мире. Все подразделения сфокусировались на сохранении устойчивости команды, поддерживая здоровую рабочую и психологическую атмосферу, позволяющую достичь высоких результатов.

6 934

МЭЛОНЦЕВ



ЛУЧШИЙ РАБОТОДАТЕЛЬ РОССИИ

Будучи одним из лидеров и крупнейшим работодателем, Melon Fashion Group попала сразу в несколько престижных рейтингов.

В 2022 году мы качественно улучшили свои показатели, заняв **6-е место** среди **представителей розничных сетей** и **1-е** как **fashion-ритейлер** в рейтинге рекрутинговой платформы **HeadHunter**.

Помимо этого, в 2022 году Melon Fashion Group впервые вошла в рейтинг работодателей **Forbes**, который составляется с учетом показателей ESG. Компания получила **золото** в категории **«Сотрудники и общество»** и **«Корпоративное управление»**, а также серебро в сфере **«Экология»**. В общем зачете – **золотой статус**.

Также Melon Fashion Group вошла в рейтинг крупнейших работодателей по оценкам редакции **РБК**.



Forbes



4.2.

КОМФОРТНЫЕ УСЛОВИЯ ТРУДА И БЛАГОПОЛУЧИЕ

Сердце Melon Fashion Group – штаб-квартира, расположенная в здании бывшей швейной фабрики «Первомайская заря». Стильный офис, дизайн которого создавали сотрудники компании, является точкой притяжения не только для сотрудников, но и для тех, кто мечтает стать частью модной индустрии.

В 2022 году в штаб-квартире открылся новый этаж, который занял отдел продукта Befree. В новом пространстве есть всё для комфортной работы и вдохновения: яркое освещение, уникальная мебель, созданная по эскизам сотрудников бренда, арт-

объекты, созданные современными художниками, эргономичные стулья, продуманные места хранения и зоны отдыха.

По результатам ежегодного опроса вовлеченности My Voice, показатель условий труда вырос до 88%.



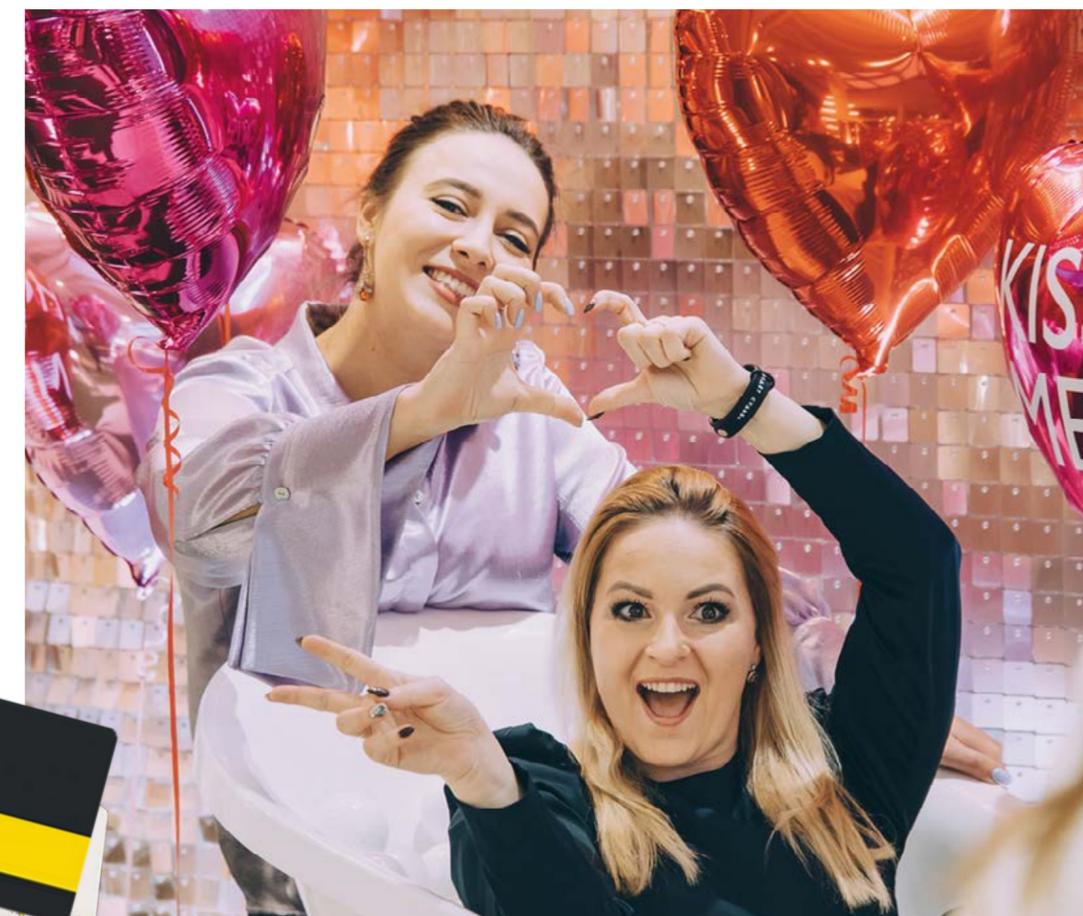
ФИНАНСОВОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ

Melon Fashion Group обеспечивает своевременную и справедливую оплату труда для каждого специалиста в зависимости от выполняемых функций и степени ответственности принятия решений по занимаемой должности.

Компания использует комплексный подход к системе мотивации, применяя лучшие практики в области оплаты труда, которые позволяют объективно проводить оценку результатов деятельности сотрудников, а также мотивировать их на повышение эффективности. Команда HR-специалистов постоянно

проводит мониторинг рынка. Для ряда должностей, связанных с коммерческими показателями бизнеса, предусмотрена система премирования.

Дополнительным инструментом мотивации сотрудников является корпоративная скидка 50% на коллекции брендов ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC и sela.



ОХРАНА ТРУДА И ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ

В области охраны труда Melon Fashion Group руководствуется требованиями законодательства Российской Федерации, а также локальными нормативными документами по охране труда. Основные условия организации охраны труда, права и обязанности сотрудников компании определяются Положением об охране труда.

Все сотрудники офисов и магазинов при приеме на работу проходят обязательное обучение по охране труда. Дополнительные учебные материалы по пожарной безопасности,

электробезопасности и оказанию первой медицинской помощи размещены на корпоративном портале Мелония в открытом доступе.

Решением вопросов по охране труда, мониторингом законодательства, разработкой документации и обучением занимаются два штатных специалиста по охране труда. За 2022 год зафиксировано 2 несчастных случая легкой степени тяжести.

Создание качественной жизни и условий труда персонала – неотъемлемая часть повышения конкурентоспособности

компании и ее устойчивости.

Мы предоставляем сотрудникам полный комплекс социальных гарантий, включая ДМС, материальную помощь и служебные льготы.

Помимо этого, сотрудникам предоставляются возможности для поддержания здорового образа жизни и занятий спортом.

Melon Fashion Group регулярно проводит профилактические мероприятия в офисе: вакцинация, флюорография, консультация врача в офисе.

В штаб-квартире Melon Fashion Group работает собственный спортивный зал. В 2022 году мы расширили перечень групповых занятий, а также обновили спортивный инвентарь для еще более эффективных тренировок.

Melon Gym работает круглосуточно, 7 дней в неделю. По выходным дням сотрудники могут посещать зал с родственниками и друзьями.

Для поддержания командного духа и интереса к здоровому образу жизни группа корпоративных коммуникаций организовала несколько спортивных состязаний.

- В июне 40 сотрудников штаб-квартиры приняли участие в забеге «Балтийский трейл». Средства, вырученные от забега, были перечислены в фонд защиты окружающей среды Балтийского моря.
- В августе состоялся первый футбольный турнир среди департаментов Melon Fashion Group.
- В сентябре команда Melon Fashion Group из 20 человек приняла участие в забеге с препятствиями по пересеченной местности «Гонка героев».





В 2022 году компания уделила большое внимание поддержке ментального здоровья сотрудников и осуществила ряд инициатив по созданию атмосферы доверия и взаимопонимания в команде. Группа развития талантов запустила Telegram-канал «Ты не один», где собраны практики от профессионального психолога для работы с сильными эмоциями, а также практики и сервисы для проработки тревожного состояния. Также в штаб-квартире прошли встречи с психологом, в ходе которых сотрудники узнали, как работать с тревожным состоянием.

С целью развития pet-friendly комьюнити в штаб-квартире Melon Fashion Group впервые прошел Pet Day. 28 октября сотрудники офиса смогли прийти в офис со своими домашними питомцами. Каждый

участник получил миску, воду, корм и подарки. Также были организованы лекция от ветеринара и викторина от партнеров Pet Shop. Мероприятие позволило снять тревожность от внешних событий и сделало команду более сплоченной.



4.3.

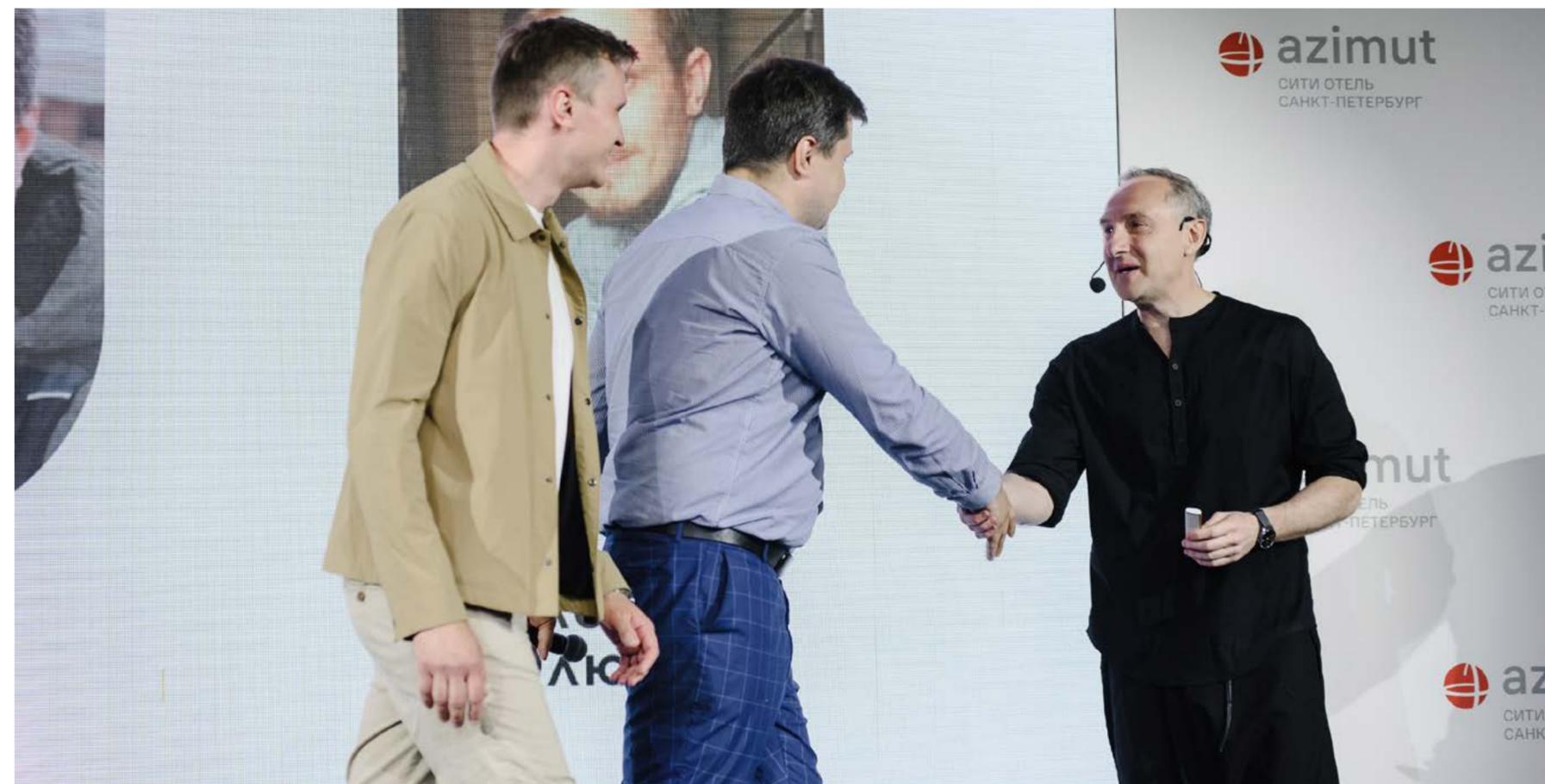
МОТИВАЦИЯ И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ



Для повышения мотивации и вовлеченности в компании на регулярной основе реализуются инициативы по повышению квалификации и обучению, улучшению условий труда и укреплению корпоративной культуры. Так, в Melon Fashion Group четыре раза в год проходит Бизнес-завтрак с генеральным директором и два раза в год – День новичка с выступлениями команды топ-менеджеров. В магазинах регулярно проводятся Shop Day – день работы в магазине, когда сотрудники офиса погружаются в процессы работы розницы.

Каждый квартал компания поощряет сотрудников и команды, показавших высокую результативность в работе, карточками «Спасибо». На итоговом бизнес-завтраке награждается бренд года, оценивающийся по четырем финансовым показателям. Все успехи и достижения компании и сотрудников освещаются на корпоративном портале и в соцсетях Melon Fashion Group.

Помимо этого, компания уделяет особое внимание коммуникациям внутри команды. Мы искренне считаем, что обратная связь – важный инструмент для улучшения работы компании и повышения эффективности управления персоналом. Для получения обратной связи используются различные опросы, development talk'и, групповые или индивидуальные коуч-сессии.



В результате ежегодного исследования вовлеченности My Voice индекс вовлеченности вырос на 5 пунктов, достигнув отметки 71 п. п., что выше, чем в среднем по компаниям в РФ.

4.4.

СОДЕЙСТВИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ РАЗВИТИЮ

ПОДБОР

В 2022 году к команде бэк-офиса Melon Fashion Group присоединились 633 талантливых специалиста. Группа подбора и адаптации выделила для каждого департамента HR-партнера, что позволяет глубже прорабатывать запросы на подбор и оперативно закрывать вакансии.





АДАПТАЦИЯ

Новый виток развития получила программа адаптации, которая касается не только новичков, но и руководителей.

Так, появился гид «Полет нормальный», помогающий руководителям предоставлять сотрудникам развернутую и объективную обратную связь по итогам испытательного срока.

Помимо этого, состоялся запуск проекта «Лидерский коучинг», в рамках которого HR-партнер проводит встречи с руководителями всех департаментов и групп в коучинговом формате для составления «тепловой карты подразделения» с указанием красных и зеленых зон команд.

Данное решение позволяет избежать выгорания специалистов, а также усилить продуктивность персонала.

Новым инструментом адаптации стал HR-бот, позволяющий в режиме реального времени делиться с новичками важными контактами, HR-новостями, проводить опросы по удовлетворенности и собирать обратную связь по прошествии 1, 3 и 6 месяцев.

В рамках проекта адаптации новичков HR-менеджеры провели 1 453 поддерживающие встречи. Для снятия тревожности персонала от внешних событий и геополитической обстановки были также организованы встречи с психологами, юристами, мотивационные тренинги.



ОБУЧЕНИЕ

Развитие мягких и твердых навыков позволяет добиваться большего как в профессиональном, так и в личном плане.

По итогам года было проведено 13,5 тысяч часов обучений, в которых приняли участие 5 692 сотрудника.

В 2022 году группа развития талантов реализовала следующие проекты:

- Внедрила **адаптационные курсы** на платформе **iSpring** для новых сотрудников «Базовый портфель менеджера», а также обязательное **обучение по информационной безопасности**.
- Запустила подкаст **«Мэлон слушает»**, направленный на прокачку личной эффе́ктивности, а также Telegram-канал **«Ты не один»**, где собраны практики от профессионального психолога для работы с сильными эмоциями, а также практики и сервисы для проработки тревожного состояния.



- Провела серию практикумов **«Mei.ON: включайся!»**, посвященных философиям проектного управления, типологии личностей в рабочих процессах, управлению временем и др. важным в работе темам.
- Разработала новый формат **«Качалки для лидеров»**, где участники в зависимости от компетенций и опыта в управлении попадали на разный уровень обучения.

Курс проходил **3 месяца**, и за это время участники получили **более 30 часов** образовательного материала, совмещенного с практикой и индивидуальными работами.

Помимо этого, активно развивался проект по командному коучингу, в котором каждая команда смогла определить для себя объединяющие ценности, продумать собственные глобальные цели и сблизиться.

ОБУЧЕНИЕ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Группа устойчивого развития провела несколько образовательных мероприятий для сотрудников, чтобы они смогли узнать больше о важных аспектах устойчивого развития и о том, каким образом они могут внести свой вклад в реализацию ESG-стратегии компании. Обучение проводилось в различных форматах и для определенных подразделений, в зависимости от темы:

Лекция «Устойчивый дизайн»

Буляш Тодаева, дизайнер и основательница лаборатории Zerowaste.lab, рассказала об устойчивом проектировании и дизайне, поделилась важными принципами и советами о том, что важно учитывать при создании экологичного продукта.

MeI.on «Устойчивое развитие»

Практикум для знакомства с понятиями «устойчивое развитие» и «ESG», основными задачами, которые стоят перед бизнесом. Спикерами практикума выступили основатели проекта «Простое дело», оказывающего профессиональный консалтинг для бизнеса в области устойчивого развития.

Семинар «Жизненный цикл продукта»

Анастасия Варлыгина из «Простого дела» рассказала командам по продукту об этапах жизненного цикла и его комплексной оценке для учета возможных рисков и воздействия на окружающую среду еще на этапе создания вещей.

Воркшоп по устойчивым материалам

Для продуктовых команд брендов прошел воркшоп по устойчивым материалам, чтобы изучить ткани и фурнитуру, отвечающие экологическим принципам, а также узнать о тонкостях производства инновационных материалов. Спикером стала Анна Бикчурова – эксперт по устойчивым материалам для создания одежды.



Обучение по необязательной сертификации

Руководитель развития проекта по устойчивой цепочке поставок Melon Fashion Group Альбина Лаппо провела серию лекций для брендов о видах сертификации продукции и дала рекомендации по отбору поставщиков.

Основы раздельного сбора

Координатор проектов экологического движения «Раздельный сбор» Полина Кособокова провела лекцию о принципах раздельного сбора отходов, методах переработки вторсырья и о том, как организовать сортировку в офисе и дома.



Семинар с Lamoda

Руководитель группы устойчивого развития Lamoda Оксана Костив рассказала мэлонцам о проекте Lamoda Planet: в чем особенность раздела, по каким критериям отбираются вещи и как компании подтверждают экологичность и этичность своей продукции.

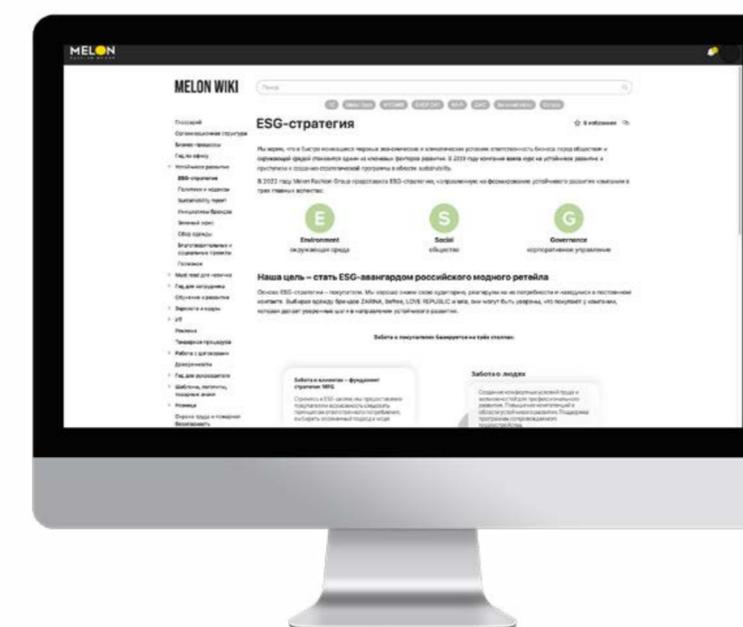


Помимо этого, создан курс на платформе iSpring «Осознанная мода» для дизайнеров, специалистов по продукту и маркетологов, рассказывающий об основных критериях развития устойчивого бренда. Более 70% сотрудников отделов создания продукта прошли образовательный курс.

В базе знаний Melon Wiki появился раздел, посвященный устойчивому развитию: здесь представлены ESG-стратегия, Политики и архив отчетов по устойчивому развитию, полезные презентации. Также на ежемесячной основе публикуются видеолекции SusПросвет с сотрудниками компании и приглашенными спикерами про бережное отношение к ресурсам, неочевидные экопривычки, виды экомаркировки, особенности производства денима и др.

В 2023 году группа устойчивого развития продолжит реализацию

программы обучения сотрудников с акцентом на отдельные направления: HR, розница, проектирование и строительство, маркетинг.



ПРИВЛЕЧЕНИЕ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Мы убеждены, что молодые таланты развивают вместе с нами fashion-индустрию России. В 2022 году компания приняла участие в федеральных проектах «Центры компетенций» и «Школа лидера», в рамках которых 120 студентов разных вузов со всей страны посетили штаб-квартиру Melon Fashion Group для профориентации и консультаций с HR-специалистами.

Помимо этого, 42 студента прошли стажировку в отделах продукта, PR и маркетинга.

В поисках кандидатов на позицию дизайнеров Melon Fashion Group заключила сотрудничество с Академией Штиглица и Университетом технологии и дизайна, а также со Школой кройки и шитья Grasser, которая единственная в Петербурге занимается обучением конструкторов.



GRASSER



5.5.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

Как успешная коммерческая компания, мы помним: добиваясь результатов, мы можем быть полезны в улучшении качества жизни тех, кто в этом нуждается.

В 2022 году компания продолжила развивать и поддерживать благотворительные проекты, позволяющие удовлетворить потребность в доброте и сыграть важную для каждого человека социальную роль – помощника. Помимо этого, в 2022 году Melon Fashion Group сформировала комитет по благотворительности.

20МЛН

ОБЩИЙ БЮДЖЕТ
НА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ
И СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ
В 2022 ГОДУ.

«РАБОТА-І»

Программа сопровождаемого трудоустройства, созданная вместе с центром трудоустройства людей с низкими стартовыми возможностями «Работа-і», продолжила активно развиваться в 2022 году. Главным событием стал **запуск пилотного проекта MOST** в Москве в октябре. Началось тестирование новой модели тиражирования технологии, открыты 10 вакансий в магазинах четырех брендов компании.



В 2022 году в магазинах и штаб-квартире Melon Fashion Group первый опыт работы получили 50 кандидатов центра «Работа-і». Для менеджеров магазинов-наставников было проведено 4 обучающих тренинга по технологии взаимодействия с сотрудниками из числа людей с ограничениями здоровья и молодых людей с сиротским опытом. 32 кандидата «Работа-і» прошли предварительную подготовку для работы в Melon Fashion Group, что помогло ребятам быстрее адаптироваться.

Помимо этого, в 2022 году для кандидатов центра «Работа-і» в штаб-квартире компании впервые открылись вакансии ассистентов службы делопроизводства и группы кадровой поддержки. Оба кандидата по итогам программы приняты в штат.

Работа-і
ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ ✓



50

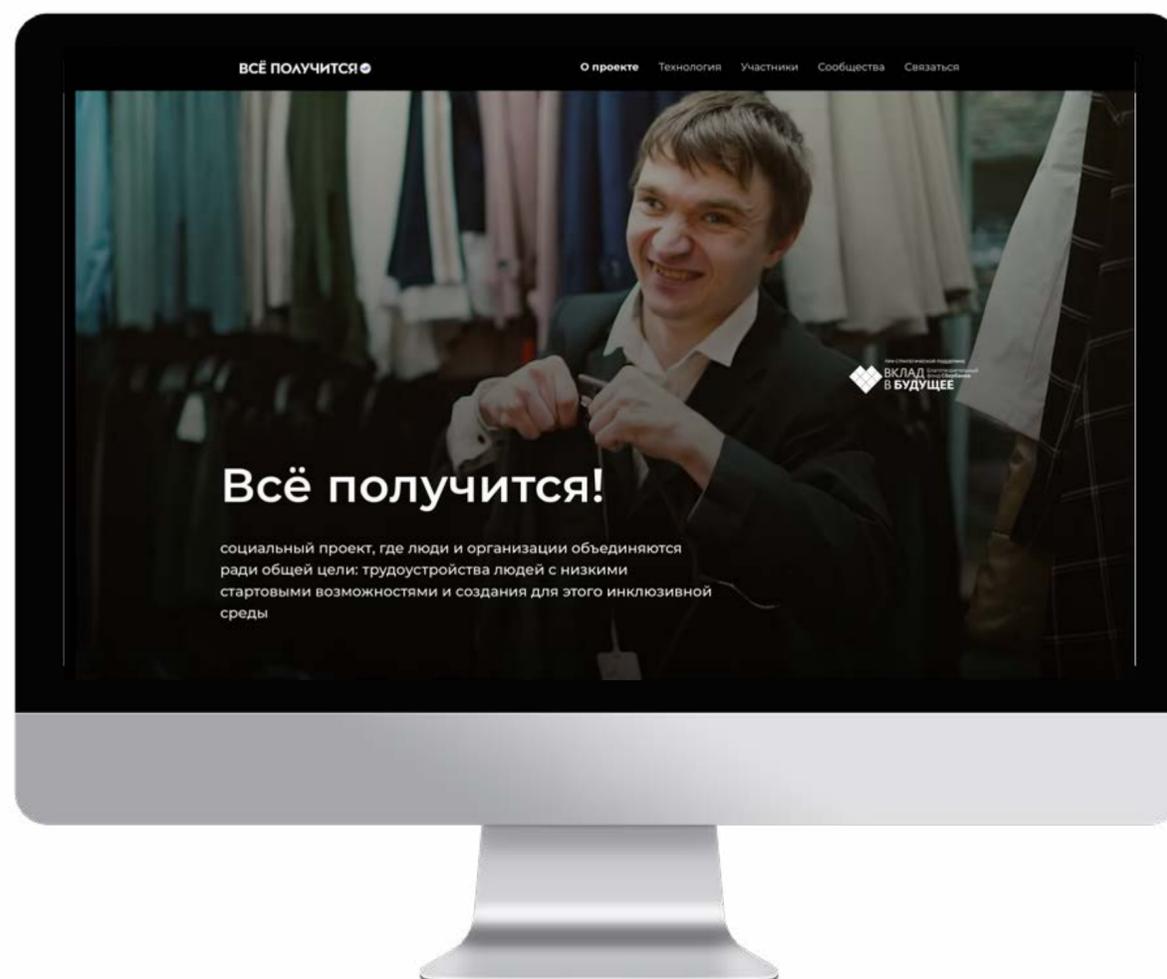
Кандидатов центра «Работа-і» получили первый опыт работы в магазинах и штаб-квартире Melon Fashion Group

4

Обучающих тренинга по технологии взаимодействия с сотрудниками из числа людей с ограничениями здоровья и молодых людей с сиротским опытом

32

Кандидата «Работа-і» прошли предварительную подготовку для работы в Melon Fashion Group



«ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ!»

Дочерний проект «Всё получится!», направленный на трудоустройство людей с низкими стартовыми возможностями в регио-нах, привлек **9 кандидатов** для работы в шести городах: Сургуте, Томске, Краснодаре, Орле, Казани и Нижнем Новгороде.

В рамках VI Международного форума труда программа сопровождаемого трудоустройства заняла **1-е место** в рамках рейтинга HR-бренда в номинации «Социальная ответственность – формирование социально ответственной среды, вовлечение сотрудников в социальные проекты города и страны».

Кейс, посвященный развитию модели сопровождаемого трудоустройства, опубликовали в книге **«Бизнес, люди и отношения»** издательства **Head Hunter**.



Melon Fashion Group также делилась своим опытом и продвигала программу во внешнем мире. Ех-директор по персоналу Полина Бакшаева приняла участие в дискуссии о вопросах трудоустройства людей с инвалидностью в рамках **Санкт-Петербургского международного экономического форума**.
 Руководитель группы корпоративных коммуникаций Юлия Бычкова поделилась результатами сотрудничества с центром «Работа-і» на **Международном форуме корпоративного волонтерства и в закрытом HR-клубе для бизнеса**, что помогло центру привлечь новых партнеров среди крупных компаний. В декабре директор по персоналу и оргразвитию Елена Бичевая подписала Национальный инклюзивный договор, в основе которого –

развитие и масштабирование программы сопровождаемого трудоустройства.

Помимо этого, в штаб-квартире прошли круглый стол **Совета бизнеса по вопросам инвалидности (СБВИ)**, встречи с **ГАООРДИ (Ассоциация родителей детей-инвалидов)** и представителями региональных **НКО**, где специалисты Melon Fashion Group и «Работа-і» рассказали о модели программы сопровождаемого трудоустройства.





«ДАРИ ЕДУ»

Сотрудничество с благотворительным проектом «Дари еду» стало новым витком развития корпоративной социальной ответственности Melon Fashion Group.

Бренды оказывали адресную поддержку подопечных проекта «Дари еду», отправляя в регионы комплекты одежды для взрослых и детей. Для волонтеров проекта, которые ежедневно доставляют горячие обеды для пожилых людей и малообеспеченных семей, бренд sela выпустил коллекцию футболок с логотипом «Дари еду».

Вдохновившись деятельностью «Дари еду», Melon Fashion Group провела первую благотворительную акцию корпоративного волонтерства «Мэлонцы – первомайцам»: в декабре 63 сотрудника компании развезли 143 ветеранам «Первомайской зари» продуктовые наборы к новогоднему столу.

Помимо этого, компания исполнила мечту подопечного фонда – мальчика Миши с инвалидностью, организовав посещение футбольного матча на стадионе «Зенит» с комфортным трансфером.





ТЫ НЕ ОДНА

В 2022 году Melon Fashion Group отказалась от закупки цветов 8 марта. В знак солидарности и поддержки женщин, пострадавших от насилия, компания перечислила взнос в фонд «Ты не одна», что помогло покрыть расходы на юристов и психологов фонда, оказывающих помощь



«ПЕТЕРБУРГСКИЕ РОДИТЕЛИ»

Продолжая многолетнюю традицию, в канун Нового года компания перечислила благотворительный взнос в пользу фонда «Петербургские родители», чтобы дети, оставшиеся в больнице в новогоднюю ночь, смогли получить дополнительный уход медсестер, а также сладкие подарки и праздничное представление.





«ЯЗЫКИ БЕЗ ГРАНИЦ»

Развитие инклюзивной среды и открытие возможностей для всех категорий людей – один из приоритетов Melon Fashion Group. На протяжении нескольких лет компания спонсирует экскурсии для глухих и слабослышащих детей. Квалифицированные экскурсоводы центра «Языки без границ» в 2022 году провели **10 экскурсий для 83 детей** из специализированных школ-интернатов,

которые смогли посетить музей Фаберже, музейный комплекс «Петергоф», Театральный музей, мультимедийный комплекс «Россия – моя история», а также принять участие в уличных экскурсиях по историческому центру Санкт-Петербурга.

Также компания оказала поддержку проекту центра «Языки без границ», начавшего летом 2022 года съемку первого в России документального фильма-путешествия для глухих и слабослышащих «По следам Александра Невского» на жестовом языке. Melon Fashion Group обеспечила съемочную группу брендированной формой, а бренды ZARINA и Befree – образами для ведущих фильма, съемки которого прошли в России, Монголии и Италии.

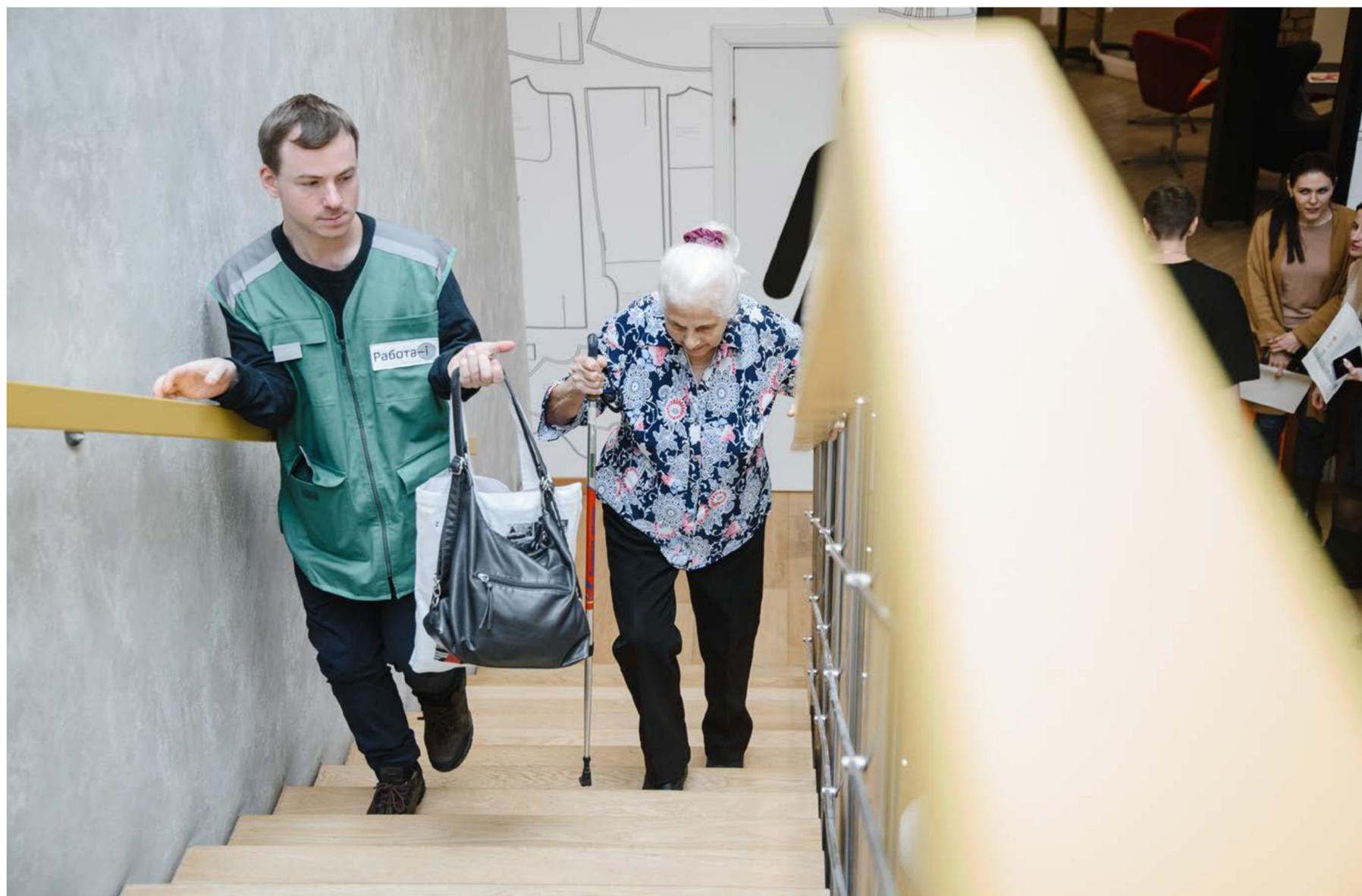
ДНИ ДОНОРА

Видя повышенный интерес к акции «День донора», компания провела два мероприятия – в апреле и октябре. В результате 120 мэлонцев пожертвовали Городской станции донорской крови 54 литра крови для нужд госпиталей Санкт-Петербурга. Помимо этого, пять добровольцев из московского офиса самостоятельно сдали кровь, сделав свой вклад в доброе дело.

120 ЧЕЛОВЕК

54 ЛИТРА КРОВИ





ПОДДЕРЖКА ПЕНСИОНЕРОВ

Мы гордимся своими корнями и с большим уважением, заботой и вниманием относимся к ветеранам «Первомайской зари», основоположницы Melon Fashion Group.

Компания продолжила выплачивать денежные пособия сотрудникам, которые отработали в «Первомайской заре», «Курте Келлерманне» и Melon Fashion Group более 20 лет. Размер выплат равен государственной пенсии. Также в январе и июле была проведена индексация выплат.

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

6.1. СОВЕТ ДИРЕКТОРОВ

Мы регулярно следим за лучшими практиками в области корпоративного управления, чтобы улучшить бизнес-модель и достичь новых результатов. Структура Melon Fashion Group представлена следующим образом:

СТРУКТУРА



СОВЕТ ДИРЕКТОРОВ

Совет директоров Melon Fashion Group – сильная команда лидеров, обладающих уникальным видением и стратегическим мышлением. Приоритетной задачей Совета является долгосрочное планирование и развитие бизнеса, а также утверждение годового бюджета компании.

ДАВИД КЕЛЛЕРМАНН,

председатель совета директоров и представитель компании I.G.M. Manufactrust Limited, Кипр;

МИХАИЛ УРЖУМЦЕВ,

генеральный директор АО «Мэлон Фэшн Груп»;

САННИ МОСКОВИТС,

финансовый консультант и советник. Бывший основатель и собственник аудиторской компании Revisum AB, Швеция;

КЕСТУТИС САСНАУСКАС,

генеральный директор Eastnine AB, Швеция;

МАГНУС ЛЕКАНДЕР,

исполнительный директор SFB Insurance, представитель MFG Intressenter, Швеция.

ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ:

Состав топ-менеджмента Melon Fashion Group – пример лидерства и мотивации, творческие и мудрые руководители, обеспечивающие качественное развитие всех ключевых показателей своих подразделений.



**АННА
МАЗУРИК**

ДИРЕКТОР БРЕНДА
Z A R I N A



**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



**ЕЛЕНА
БИЧЕВАЯ**

ДИРЕКТОР ПО ПЕРСОНАЛУ
И ОРГАНИЗАЦИОННОМУ
РАЗВИТИЮ



**ИГОРЬ
МАЛЬТИНСКИЙ**

ДИРЕКТОР
ПО РАЗВИТИЮ



**ЮЛИЯ
ШЕВКАЛЕНКО**

ДИРЕКТОР
ПО ИНФРАСТРУКТУРЕ

6.2.

БИЗНЕС-ЭТИКА И КОМПЛАЕНС

Деятельность Melon Fashion Group основывается на принципах честности, прозрачности и открытости. Мы придерживаемся высоких стандартов ведения бизнеса и строго следим за соответствием нормативным требованиям и правилам этики. Ведение ответственного бизнеса обеспечивает надежность и долгосрочность отношений с покупателями, партнерами и сотрудниками.

Юристы компании на регулярной основе мониторят изменения в законодательстве и консультируют бизнес-функции.

При этом каждый департамент и его руководитель самостоятельно несут ответственность за отслеживание законодательства в своей области (трудовое, таможенное законодательство и т.д.) и адаптацию бизнес-процессов в соответствии с меняющимися требованиями.

В 2022 году совместно с независимым консультантом компания провела внутренний аудит с целью обеспечения контроля эффективности функционирования системы управления рисками, обновила карту бизнес-рисков.





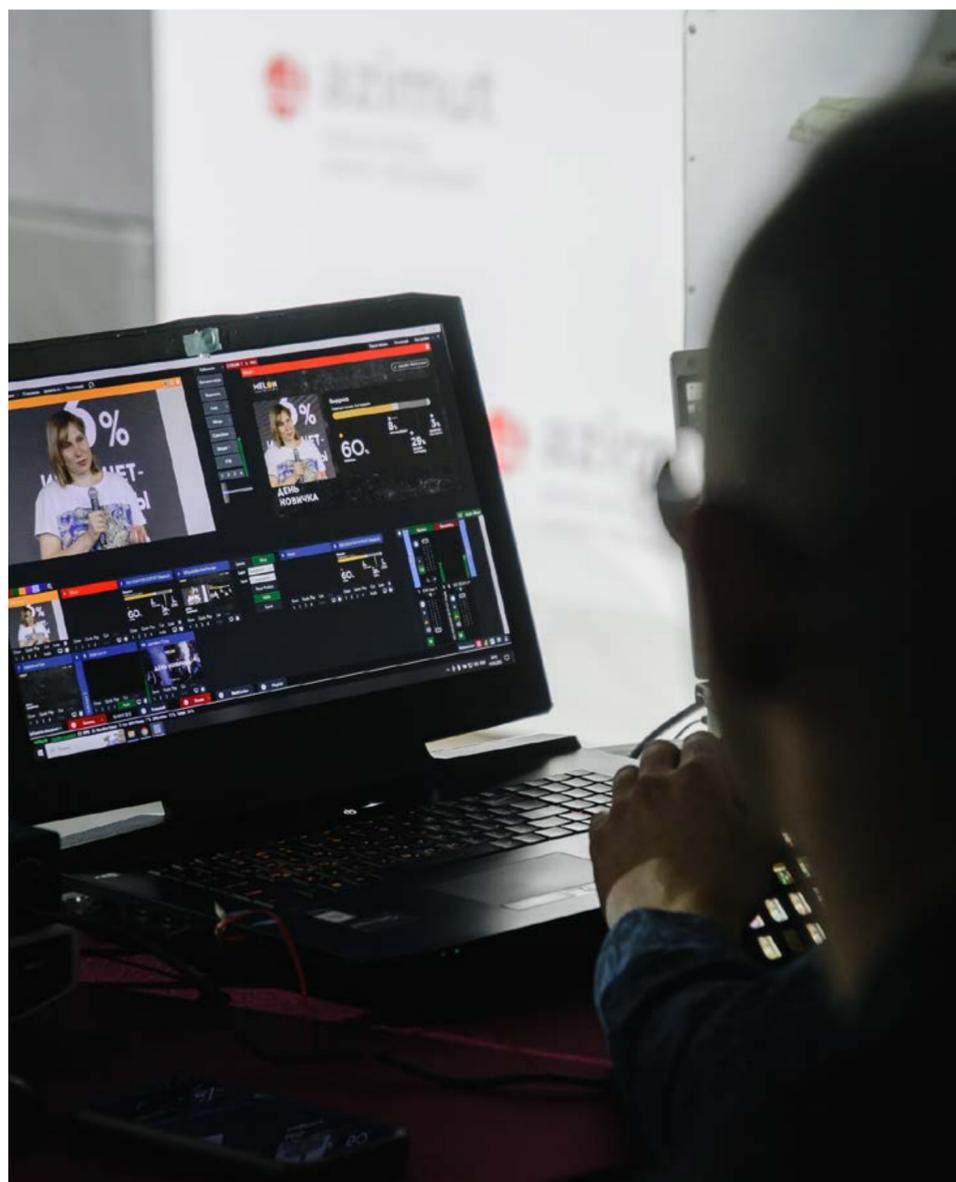
В работе с партнерами мы стремимся убедиться, что они придерживаются стандартов ответственного бизнеса:

- Все договоры и контракты проходят тщательную проверку со стороны юристов и бухгалтерии для предотвращения рисков, 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.

Дополнительными инструментами в практике комплаенс стали выпущенные в 2022 году документы:

- Антикоррупционная политика
- Кодекс этики и делового поведения
- Политика по работе с поставщиками
- Политика управления персоналом

В 2022 году в компании не было зафиксировано подтвержденных коррупционных нарушений.



ПРЯМАЯ ЛИНИЯ

Для сотрудников, контрагентов, клиентов и других заинтересованных лиц работает «Прямая линия» – единый и универсальный канал обратной связи, куда можно открыто или анонимно обратиться с предложениями, идеями или сообщить информацию, влияющую на деятельность компании.

Обработкой жалоб и предложений занимается независимая консалтинговая компания Керт, гарантирующая полную конфиденциальность.

Обратиться на «Прямую линию» можно двумя способами:

- по телефону: +7 (800) 550-75-53
- по электронной почте:
mfg_directline@kept.ru

В 2022 году на «Прямую линию» поступило 15 обращений. Служба внутреннего контроля оперативно реагирует на все обращения, направляет их ответственным лицам и отслеживает решение проблемы по обращению.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ

Система внутреннего контроля Melon Fashion Group действует на основе интегрированной модели управления рисками организации COSO.

Структурным подразделением, осуществляющим внутреннюю аудиторскую деятельность, является Служба внутреннего контроля.

В компании разработан реестр рисков, включающий их перечень, существенность, индикаторы риска, периодичность отслеживания, способы предупреждения и реагирования. Помимо прочего, реестр содержит специфические риски, затрагивающие аспекты устойчивого развития.



6.3.

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Управление системой информационной безопасности в Melon Fashion Group осуществляет **Департамент инфраструктуры**, в котором работает главный специалист по информационной безопасности, который контролирует соблюдение требований законодательства в области защиты персональных данных и информационной безопасности, выявляет и расследует инциденты, обеспечивает безопасность ИТ-инфраструктуры и сервисов компании.

Деятельность по обеспечению информационной безопасности инициирована и контролируется топ-менеджментом.

В 2022 году в компании приняли **обновленную Политику информационной безопасности**, которая распространяется на всех сотрудников, а также прочих лиц, вовлеченных в бизнес компании или имеющих доступ к информации или информационным системам Melon Fashion Group.

Специалисты по информационной безопасности произвели все плановые мероприятия по обеспечению комплексной безопасности. В том числе внедрена **система инцидент-менеджмента** и установлены **дополнительные технические средства** обеспечения информационной безопасности.

Кроме того, совместно с Группой развития талантов был запущен **обязательный курс на платформе iSpring** по информационной безопасности, который прошли **100%** сотрудников. Новые сотрудники при приеме на работу в обязательном порядке проходят обучение.



ЗАЩИТА ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Мы соблюдаем все релевантные законы и правила по защите персональных данных. Компания принимает необходимые технические и организационные меры для обеспечения конфиденциальности и целостности персональных данных сотрудников и клиентов.

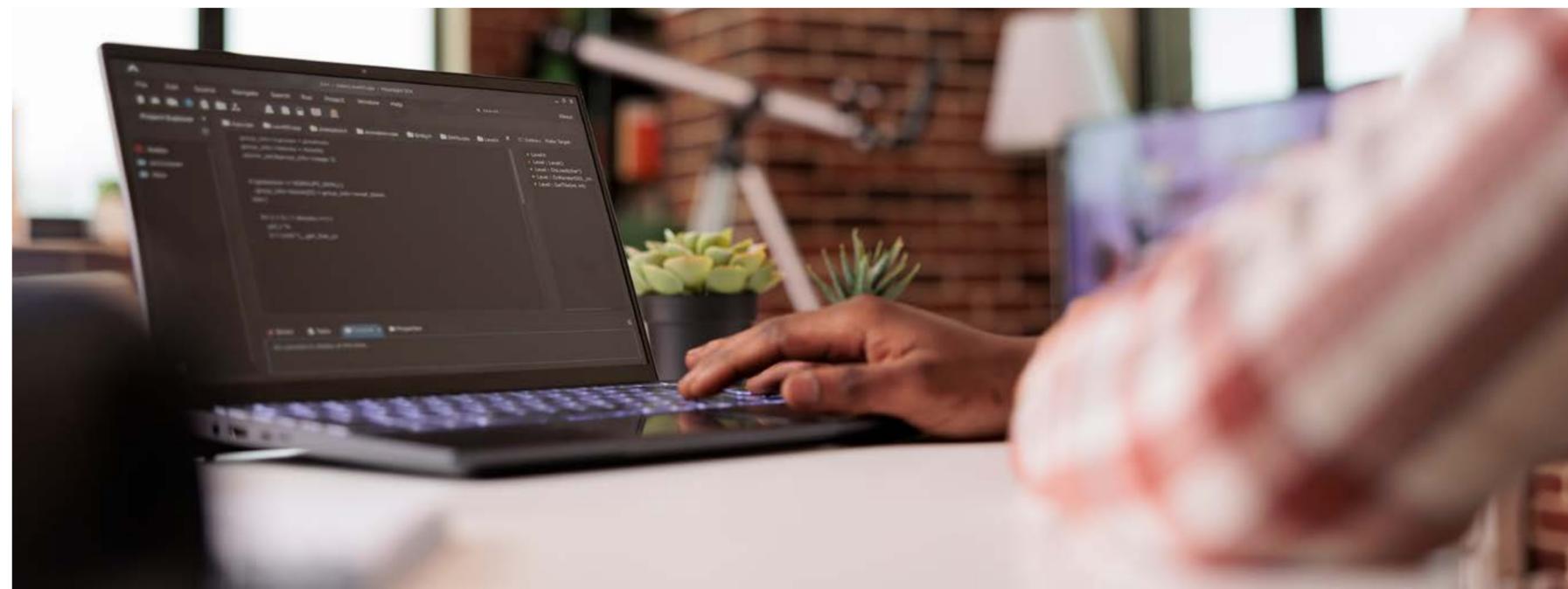
С каждым новым сотрудником подписывается согласие на обработку, хранение и распространение его персональных данных, а также под подпись предоставляется ознакомление с набором локально-нормативных актов, касающихся персональных данных.

Мы осознаем важность защиты персональных данных наших покупателей и участников программ лояльности. Серверы сайтов компании и брендов защищены от несанкционированного доступа, а данные передаются по защищенному протоколу SSL.

Совместно с консультантами мы реализовали проект по внедрению лучших

практик управления персональными данными. На нем были определены приоритетности по хранению и распространению персональных данных, а также был выработан ряд мероприятий для более высокого уровня защищенности.

В 2022 году мы не получили ни одной жалобы на утечку персональных данных.



6.4. ЦЕПОЧКА ПОСТАВОК

Melon Fashion Group использует комплексный подход в работе с поставщиками. Каждый партнер проходит проверку по вопросам качества продукции, производственных мощностей, юридическим и финансовым аспектам сотрудничества.

Компания осуществляет производственные аудиты, контроль оснащения фабрик и качества отгружаемых коллекций. Для проверки товара применяется стандарт 2.5 AQL (Acceptable Quality level)*. Также вся продукция брендов ZARINA, Be-free, LOVE REPUBLIC и sela проходит

обязательную сертификацию по требованию законодательства. Специалисты независимых сертификационных органов проверяют товар на воздухопроницаемость, гигроскопичность, индекс токсичности, стойкость цвета при действии воды, трения и пота, а также химическую безопасность вещей.

В Кодексе Поведения для бизнес-партнеров Melon Fashion Group зафиксированы принципы, которым должны следовать поставщики. В основе требований лежат согласованные на международном уровне стандарты:

Всеобщая декларация прав человека, Конвенция Организации Объединенных Наций о правах ребенка и применимые конвенции МОТ, а также национальное законодательство.

Кодекс опубликован на официальном сайте компании: melonfashion.ru.



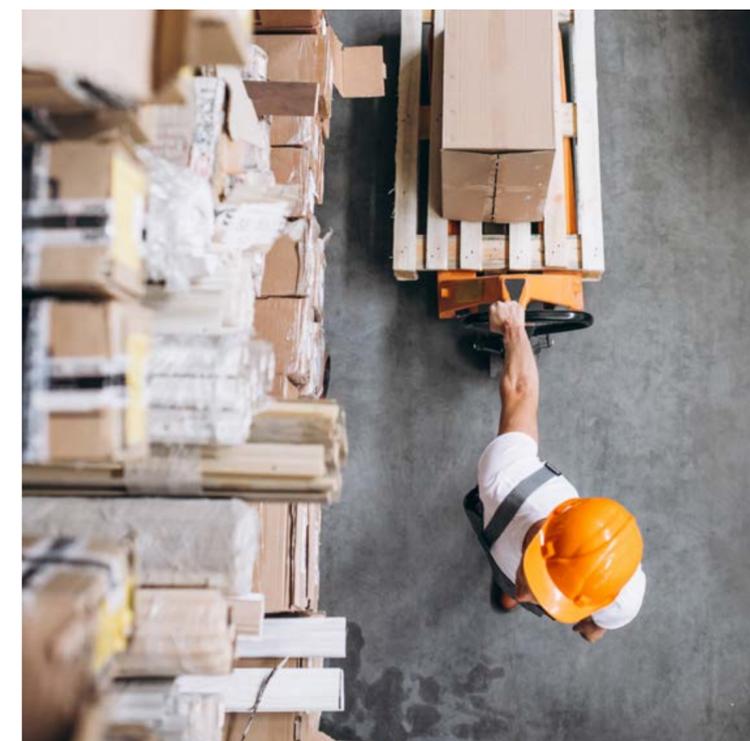
ПРОЗРАЧНАЯ ЦЕПОЧКА ПОСТАВОК: ЧЕГО УДАЛОСЬ ДОСТИЧЬ В 2022 ГОДУ

В рамках развития проекта по устойчивой цепочке поставок мы принимаем меры для защиты и уважения людей, производящих нашу продукцию, для достижения наибольшей прозрачности и прослеживаемости. Melon Fashion Group уделяет особое внимание проведению комплексной оценке и системе мониторинга крупнейших фабрик поставщиков.

Так, компания инициирует социально-экологические аудиты производственных площадок. В случае выявления недостатков предоставляется план корректирующих действий. В 2022 году было выдано более 20 документов с рекомендациями по устранению проблемных зон на производствах, которые необходимо ликвидировать в течение года. Мы стремимся мотивировать поставщиков не только на выполнение наших стандартов, но и постоянно улучшать внутренние процессы. Вместе можно достичь более значительного влияния на безопасные, инклюзивные, ответственные рабочие места.

Для расширения программы этических аудитов в 2022 году в Melon Fashion Group появилась собственная форма

социально-экологического аудита на базе международных стандартов. Сотрудники шанхайского офиса Melon Fashion Group, прошедшие повышение квалификации, также проводят этические аудиты.



В ХОДЕ АУДИТА ФАБРИКА ОЦЕНИВАЕТСЯ ПО СЛЕДУЮЩИМ ПАРАМЕТРАМ:

Общая информация о фабрике



МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ И СОСТОЯНИЕ ЗДАНИЯ



ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ МОЩНОСТЬ



КОЛИЧЕСТВО И СОСТАВ СОТРУДНИКОВ

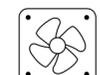


СЕРТИФИКАЦИЯ

Здоровье, безопасность, гигиена



ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ



ВЕНТИЛЯЦИЯ, ОСВЕЩЕНИЕ, ТЕМПЕРАТУРА ВОЗДУХА



ПОЖАРНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ



ИЗОЛЯЦИЯ ЭЛЕКТРИЧЕСТВА



НАЛИЧИЕ АПТЕЧЕК ИЛИ МЕДПУНКТА



МЕСТА ПРИЕМА ПИЩИ

Экологические параметры

- Осведомлённость сотрудников
- Правильное хранение опасных веществ и отходов
- Контроль и мониторинг выбросов
- Раздельный сбор мусора
- Учёт потребления воды и электроэнергии
- Утилизация отходов

Рабочие часы



ОПЛАТА ТРУДА

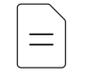


СОБЛЮДЕНИЕ ТРУДОВОГО ВРЕМЕНИ

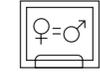


СОЦИАЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ

Трудовая практика и детский труд



НАЛИЧИЕ ТРУДОВОГО ДОГОВОРА



ОТСУТСТВИЕ ДИСКРИМИНАЦИИ



ОТСУТСТВИЕ ДЕТСКОГО ТРУДА



ВОЗМОЖНОСТЬ ВСТУПАТЬ В ПРОФСОЮЗЫ



СВОБОДА ПЕРЕМЕЩЕНИЙ

РЕЗУЛЬТАТЫ 2022

Melon Fashion Group инициирует аудиты самостоятельно, а также принимает отчеты об аудитах международных организаций WRAP, Sedex, Amfori, проведенных на производствах.

По истечении срока аудита, проведенного сторонними компаниями, мы связываемся с фабриками, чтобы запросить последний отчет и план корректирующих действий.

30 %

ЭТИЧЕСКИЙ АУДИТ*

285

ПАРТЕРОВ

70 %

ПРОДУКЦИИ ПРОИЗВЕЛИ
56 ИЗ 285 ПОСТАВЩИКОВ

В 2022 году география аудитов фабрик по странам значительно расширилась. Помимо Китая, основного рынка производственных площадок Melon Fashion Group, этические аудиты прошли на фабриках Узбекистана, Бангладеш, Вьетнама и Турции.

Компания планирует вести дальнейшие работы по этому направлению, увеличивая проверки поставщиков по социально-экологическим параметрам.



ПЛАНЫ НА 2023 ГОД

ПЛАНЫ НА 2023 ГОД

Основные фокусы на 2023 год:



Обучение

Планируем создавать профильные программы обучения для сотрудников в области устойчивого развития;



Сбор одежды

Планируем расширять программу по сбору одежды в магазинах брендов компании;



Аудит фабрик

Продолжим наращивать долю продукции, произведенной на фабриках, прошедших этический аудит;



Корпоративное волонтерство

Стремимся развивать направление и предлагать сотрудникам различные варианты волонтерства.

Melon Fashion Group планирует не останавливаться на достигнутом и будет улучшать действующие проекты для достижения наилучших результатов. Мы также продолжим поиск экологических решений в производстве продукта и упаковке, а также активно развивать мероприятия по вовлечению клиентов в эко- и социальные инициативы Melon Fashion Group и брендов ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC и sela.

ОБ ОТЧЕТЕ

8.1.

ПОДХОД К ПОДГОТОВКЕ ОТЧЕТА

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

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

Компания выпускает отчеты об устойчивом развитии на ежегодной основе. Предыдущий Отчет по устойчивому развитию был опубликован 24 июня 2022 года.

Настоящий Отчет охватывает календарный год с 1 января 2022 года по 31 декабря 2022 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 2022 год, опубликованным на официальном сайте melonfashion.ru в разделе «Акционерам и инвесторам».

8.2.

ГРАНИЦЫ ОТЧЕТА

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

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

ПРИЛОЖЕНИЯ

9.1.

РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗА ОТЧЕТНЫЙ ПЕРИОД

Численность сотрудников с разбивкой по полу и возрасту

	2019	2020	2021	2022
Общее число сотрудников на конец отчетного периода	5 425	5 467	5 607	6 934
Пол				
Женщины	5 095	5 094	5 197	6 383
Мужчины	330	373	410	551
Возраст				
Младше 30 лет	3 694	3 723	3 751	4 851
30-50 лет	1 658	1 679	1 791	2 004
Старше 50 лет	73	65	65	79

* Данные, представленные в разделе 7 охватывают АО «Мэлон Фэшн Груп», а также его дочерние юридические лица в России и за рубежом

9.2.

ВКЛАД В ЦУР ООН

Задача	Деятельность компании в 2022 году	Раздел отчета 
КЛЮЧЕВЫЕ ЦУР ООН		
ЦУР 8 – ДОСТОЙНАЯ РАБОТА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ		
<p>8.3. 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"> • Организация коучинг-сессий для сотрудников офиса • Проведение обучения для сотрудников офиса и магазинов 	<p><u>Содействие профессиональному развитию</u></p>
<p>8.5. 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"> • Создание инклюзивной рабочей среды • Развитие проекта по сопровождаемому трудоустройству 	<p><u>Социальные проекты и благотворительность</u></p>
<p>8.8. 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"> • Соблюдение законодательства в области охраны труда • Контроль за условиями труда на предприятиях ключевых фабрик-поставщиков 	<p><u>Комфортные условия труда и благополучие</u></p> <p><u>Контроль за условиями труда и соблюдением экологических требований</u></p>

Задача	Деятельность компании в 2022 году	Раздел отчета 
ЦУР 12 – ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО		
<p>12.5. 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"> • Реализация проекта «Зеленый офис» по сбору вторсырья в офисе • Запуск проекта по сбору пластиковой упаковки и картона на складе компании «Уткина заводь» 	<p><u>Управление отходами и упаковка</u></p>
ЦУР 13 – БОРЬБА С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА		
<p>13.2. Включить меры реагирования на изменение климата в политику, стратегии и планирование на национальном уровне.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Переход на более энергоэффективные решения в магазинах • Проведение оценки выбросов парниковых газов 	<p><u>Энергоэффективность и снижение выбросов парниковых газов</u></p>
<p>13.3. 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"> • Проведение брендами Melon Fashion Group эко-просветительских акций 	<p><u>Распространение принципов осознанного потребления и вовлечение в социальные инициативы</u></p>

Задача	Деятельность компании в 2022 году	Раздел отчета 
КОСВЕННЫЕ ЦУР ООН		
ЦУР 3 – ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ		
<p>3.4. 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"> • Оказание медицинской помощи сотрудникам, в том числе организация приема врача в офисе • Предоставление сотрудникам офиса и членам их семей доступа в корпоративных спортивный зал 	<p><u>Комфортные условия труда и благополучие</u></p>
<p>3.8. 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"> • Предоставление ДМС отдельным категориям сотрудников 	<p><u>Комфортные условия труда и благополучие</u></p>
ЦУР 9 – ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ, ИННОВАЦИИ И ИНФРАСТРУКТУРА		
<p>9.4. 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"> • Экологические аудиты поставщиков и подготовка планов действий по устранению выявленных нарушений 	<p><u>Контроль за условиями труда и соблюдением экологических требований</u></p>

9.3.

МЕТОДОЛОГИЯ РАСЧЕТА ВЫБРОСОВ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ

При расчете объемов 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 2022 года по 31 декабря 2022 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

2021 календарный год, руководствуясь 5-й главой GHG Protocol. Данные за 2021 год взяты из Отчета по устойчивому развитию 2021 года. Суммарный и удельные объемы, представленные в отчете, рассчитывались на основе расчета прямых (Score 1) и косвенных (Score 2) выбросов парниковых газов. Результаты расчета приведены ниже:

ОБЪЕМ ПРЯМЫХ ВЫБРОСОВ MELON FASHION GROUP (SCOPE 1)	2020	2021	2022
Всего прямых выбросов, тонн CO ₂ -экв.	126.2	119.9	119.9
Холодильные установки, тонн CO ₂ -экв.	99.7	90	90
Мобильное сжигание топлива, тонн CO ₂ -экв.	26.5	29.9	29.9
ОБЪЕМ КОСВЕННЫХ ВЫБРОСОВ MELON FASHION GROUP (SCOPE 2)	2020	2021	2022
Всего косвенных энергетических выбросов, тонн CO ₂ -экв.	13 236,5	18 361,3	18 262
Электропотребление, тонн CO ₂ -экв.	5 397,2	9 211,4	7 712
Теплопотребление, тонн CO ₂ -экв.	7 839,3	9 149,9	10 405

*Расчет выполнен с использованием регионального метода

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

СОЦСЕТИ



www.melonfashion.ru



[@melon_fashion_group](https://vk.com/melon_fashion_group)



t.me/melon_fashion_group