

ОТЧЕТ ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ

2023

СОДЕРЖАНИЕ

КЛИКАБЕЛЬНОЕ
СОДЕРЖАНИЕ

ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

4

ОБРАЩЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ НАПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИОГО РАЗВИТИЯ

6

1 МЫ – MELON FASHION GROUP

1.1.	Деятельность компании	9
1.2.	Ключевые цифры	10
1.3.	Бренды	11
1.4.	Миссия и философия компании	16

2

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ MELON FASHION GROUP

2.1.	Основные этапы формирования системы устойчивого развития	23
2.2.	Подход к управлению	24
2.3.	ESG-стратегия	25
2.4.	Документы	26

3

ЗАБОТА О ПОКУПАТЕЛЯХ

3.1.	Подход к управлению	28
3.2.	Распространение принципов осознанного потребления и вовлечение в социальные инициативы	36
3.3.	Этичный и ответственный маркетинг	46

4	БЕРЕЖНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ	
4.1.	Подход к управлению	48
4.2.	Продукт и упаковка	49
4.3.	«Зеленый офис»	54
4.4.	Энергоэффективность и контроль выбросов парниковых газов	57

5	ЗАБОТА О СОТРУДНИКАХ	
5.1.	Подход к управлению	59
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.	61
5.3.	Мотивация и вовлеченность	64
5.4.	Содействие профессиональному развитию	66
5.5.	Социальные проекты и благотворительность	79

6	КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ	
6.1.	Бизнес-этика и комплаенс	86
6.2.	Информационная безопасность	88
6.3.	Ответственная цепочка поставок	90

7	ПЛАНЫ НА 2024	98
----------	----------------------	----

8	ОБ ОТЧЕТЕ	
8.1.	Подход к подготовке отчета	101
8.2.	Границы отчета	101

9	ПРИЛОЖЕНИЯ	
9.1.	Результаты деятельности за отчетный период	103
9.2.	Вклад в ЦУР ООН	104
9.3.	Методология расчета выбросов парниковых газов	108

10	КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	109
-----------	----------------------------------	-----

ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

МИХАИЛА
УРЖУМЦЕВА

Дорогие друзья!

Любая задумка начинается с идеи. А любая мечта – с амбиции. Не принимая полумер, мы взяли на себя роль ESG-пионера модной индустрии России: первыми выпустили ESG-стратегию, запустили экологические инициативы, пересмотрели свои подходы в производстве одежды и строительстве магазинов. В год своего совершеннолетия – в декабре 2023 года нам исполнилось 18 лет – мы обновили свою философию MelonBook, где появилось наше видение будущего – хорошо одетая Россия. Но чтобы достичь этой цели, сегодня недостаточно быть модным, актуальным. Важно быть, а не казаться, принимать повестку и вовлекать в нее своих покупателей, а также прислушиваться к их мнению. Модная отрасль России, пережившая, пожалуй, мощнейшую трансформацию за последние десятилетия, стала не просто высококонкурентной, она нуждается в переменах, ускорении и масштабировании действий, направленных на осознанное потребление и этичное производство.



Мы любим моду. Она вдохновляет нас создавать уникальные бренды и коллекции, которые помогают людям выразить свои индивидуальность. При этом нам важно давать положительный пример отрасли, что ответственное управление, аудит производств, работа с покупателями, постоянное обучение поставщиков и сотрудников – трансформация, посильная каждому. И я надеюсь, что наш пример – заразителен.

По традиции отмечу вовлеченность нашей команды. Мэлонцы умеют не только выстраивать эффективные бизнес-процессы, но и вовлекаться в социальную и экологическую повестку, предлагать полезные инициативы, быть частью глобальной модификации. Даже не сомневаюсь, что с такой командой все наши стремления окупятся сторицей. Я горжусь тем, чего нам удалось достичь вместе. Меня вдохновляет и впечатляет страсть наших сотрудников, их командная работа. Все это – воплощение наших корпоративных культов – осознанности, открытости и духа start up, потому что вместе мы делаем колоссальную работу для устойчивого будущего. А это значит, что общие ценности делают нас сильнее. Спасибо каждому, кому не все равно.

Также хочу поблагодарить наших поставщиков, которые не только вместе с нами встают на путь устойчивости и озеленения бизнеса, но и самостоятельно иницируют инновации для снижения воздействия на окружающую среду, внедрения цикличности использования воды, энергии и материалов. Удивительно, что с некоторыми нашими партнерами мы работаем с момента основания компании и они меняются вместе с нами, идут в ногу со временем и его вызовами, предлагая нам новые подходы и решения. Это и есть настоящая синергия.

Хорошо одетая Россия – это не про смелые заявления, это светлое будущее, куда должны стремиться все – fashion-ритейлеры, покупатели, поставщики и производства, логистические компании, – чтобы мода в нашей стране была доступной, экологичной и сильной. И у нас есть все шансы сделать эту мечту реальностью. Вместе.



Ваш ММ



ОБРАЩЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ НАПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

ЯНЫ
ТРОФИМОВОЙ

ДОРОГИЕ ЧИТАТЕЛИ!

Устойчивое развитие органично проникает во все сферы деятельности Melon Fashion Group. Подводя итоги 2023 года, мы рады поделиться нашими достижениями.

В 2023 году мы продолжили проводить этические аудиты фабрик наших крупнейших поставщиков, значительно увеличили процент продукции произведенной на проаудированных фабриках до 50%. Это дает нам представление об условиях производства наших коллекций, понимание уровня поставщиков, их возможностей.

Мы также расширили фокус в упаковке. Помимо пакетов проработали более устойчивые варианты для навесных и вшивных ярлыков в новых коллекциях. Автоматизация процессов, перевод 98% сотрудников в КЭДО, повышение количества контрагентов в ЭДО позволили нам сократить временные и бумажные ресурсы.

Большое внимание уделили обучению сотрудников. В курсах и в рабочих встречах с привлечением экспертов, мы разобрали различные аспекты устойчивого развития: в продукте, архитектуре и строительстве, в маркетинге и HR.

Совместно с нашими брендами мы продолжили поддерживать благотворительные и социальные инициативы, включая программу по сопровождаемому трудоустройству с Rabota-l.

2023 год был отмечен значительным ростом площади наших магазинов. Мы преуспели в улучшении концепций магазинов, которые стали еще комфортнее для наших покупателей. Ведь в первую очередь все наши усилия направлены на заботу о них.

Мы также продолжили расширять программу сбора ненужной одежды в нашей рознице, увеличив в два раза объем сбора на переработку и благотворительность.

Благодаря координации группы устойчивого развития, слаженного взаимодействия рабочей группы амбассадоров Melon Fashion Group и поддержки наших сотрудников мы достигли многого. Несмотря на вызовы, уже сейчас можно проследить, как планомерное

улучшение приводит к результатам, которые были отмечены в рейтингах и отраслевых СМИ.

В 2023 году Melon Fashion Group получила золотой уровень в общем зачете ESG рейтинга FORBES, улучшив результаты по сравнению с предыдущим годом. Поздравляем всех сотрудников Melon Fashion Group!

Мы стремимся к лучшему и более устойчивому будущему!

**С уважением,
Яна Трофимова**

1 РАЗДЕЛ

МЫ — MELON FASHION GROUP



1.1.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ

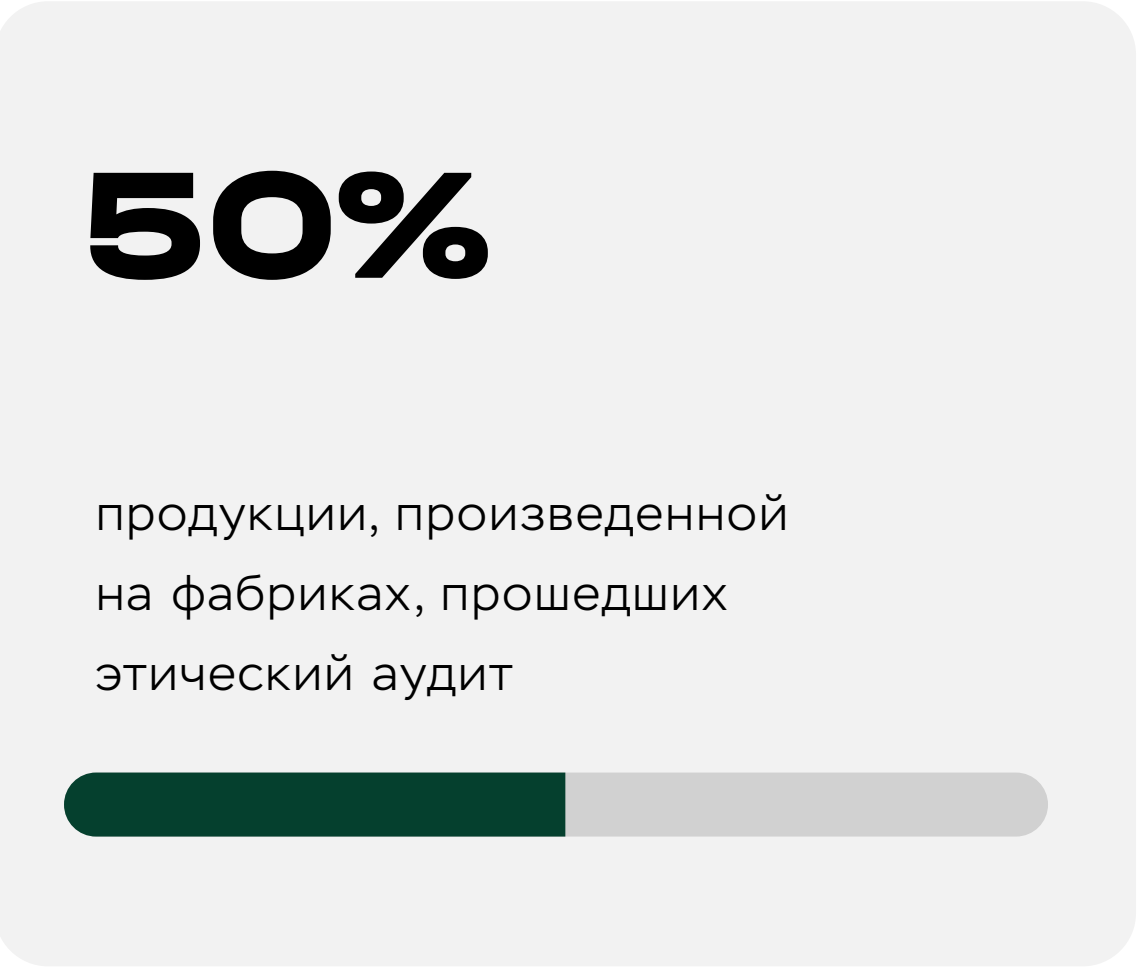
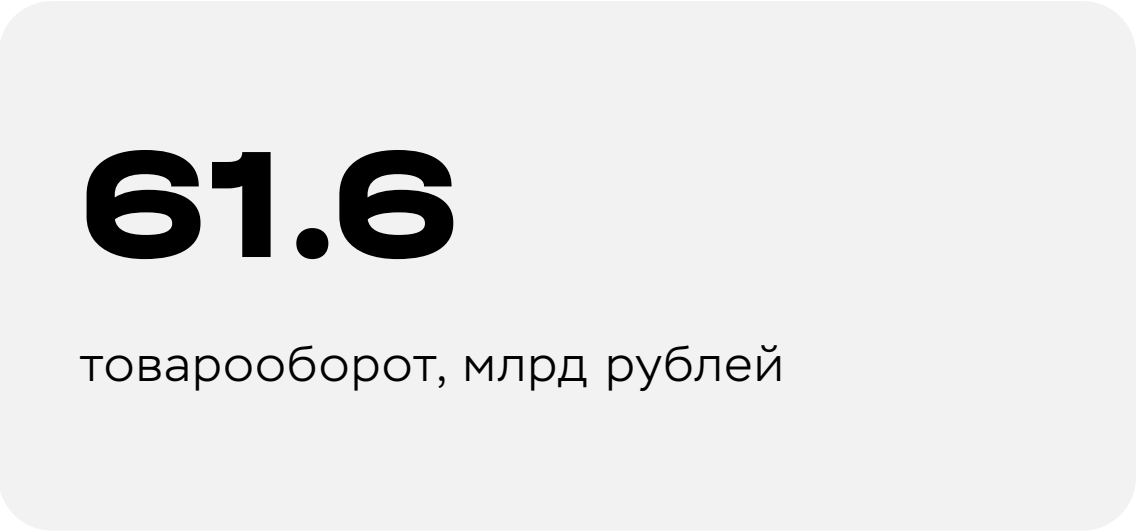
Melon Fashion Group – ведущий российский fashion-ритейлер, управляющий брендами ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC, sela и IDOL. Компания выполняет полный цикл деятельности модного бизнеса: начиная от дизайна коллекций и поиска поставщиков, заканчивая логистикой, распределением по каналам продаж и продвижением среди своих целевых аудиторий.

Melon Fashion Group отличается широкий портфель брендов, покрывающих потребности разных целевых аудиторий благодаря уникальной ДНК и стратегии по продвижению. На протяжении многих лет компания успешно развивалась в нише масс-маркета, и в 2023 году приняла решение выйти в новый для себя сегмент – доступный премиум, запустив пятый бренд IDOL.

1.2.

КЛЮЧЕВЫЕ ЦИФРЫ

2023 ГОД В ЦИФРАХ





Z A R I N A

Ценности бренда

СТИЛЬ. СМЫСЛ. СИЛА

Концепция бренда

СОВРЕМЕННЫЙ СТИЛЬ ДЛЯ ЖЕНЩИН И МУЖЧИН
ПО ДОСТУПНЫМ ЦЕНАМ

Бренд поддерживает и развивает инициативы, вдохновляющие на создание гармоничной среды вокруг себя, привлекая к проектам схожих по ценностям и взглядам инфлюенсеров, знаменитостей и фонды. Такой подход позволяет расширить комьюнити неравнодушных людей среди покупателей и сотрудников, а также активно развивать ESG-повестку.



Befree

Ценности бренда

КРЕАТИВНОСТЬ. НАПРАВЛЕННОСТЬ В БУДУЩЕЕ.
ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ. СВОБОДА. ИНТЕЛЛЕКТ.
ИННОВАЦИОННОСТЬ.

Концепция бренда

ИНКЛЮЗИВНЫЙ БРЕНД МОЛОДЕЖНОЙ МОДЫ

На протяжении нескольких лет Befree активно продвигает инклюзивную повестку в своих коллекциях и коммуникациях. В 2023 году устойчивое развитие вошло в «5 столпов идентичности» Befree в рамках ценности «Ориентация на будущее», заявляя, что ESG-повестка является стратегически значимой для будущего общества и бренда.



LOVE REPUBLIC

Ценности бренда

ЖЕНСКАЯ ЭНЕРГИЯ. АМБИЦИИ. УВЕРЕННОСТЬ. ГЕДОНИЗМ

Концепция бренда

ЖЕНСКИЙ LIFESTYLE БРЕНД MIDDLE-СЕГМЕНТА

LOVE REPUBLIC стремится к лучшему будущему, которое вдохновляет, заряжает энергией и дает стимул двигаться вперед. От создания продукта до коммуникации – все пронизано эстетикой, через которую бренд транслирует любовь к людям, моде, любимому делу и окружающей среде.



sela

moms & monsters

Ценности бренда

СЕМЬЯ. ЗАБОТА. КОМФОРТ.

Концепция бренда

БРЕНД КОМФОРТНОЙ ОДЕЖДЫ ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ СЕМЬИ

Как семейный бренд sela активно вовлекает в повестку и интеграцию принципов устойчивого развития всех членов семьи. Всё, что создает sela, – коллекции, активности, городские объекты – направлено на реализацию заботы и комфорта для всей семьи. Ведь забота об окружающих – это забота о каждом.



ÍDOL

Ценности бренда

ЭНЕРГИЯ. ЛИДЕРСТВО. УСПЕХ. ВИТАЛЬНОСТЬ

Концепция бренда

ПРЕМИУМ SMART CASUAL ГАРДЕРОБ

IDOL – новый премиальный бренд Melon Fashion Group, запущенный осенью 2023 года. Основная идея заложена в самом названии: I DO Life – я сам создаю свою жизнь, себя и окружение. Бренд вдохновлен энергией и духом больших городов, динамичным образом жизни и людьми, которые стремятся к успеху.

В рамках устойчивого развития IDOL развивает инициативы, мотивирующие аудиторию добиваться новых высот и верить в себя.

1.4.

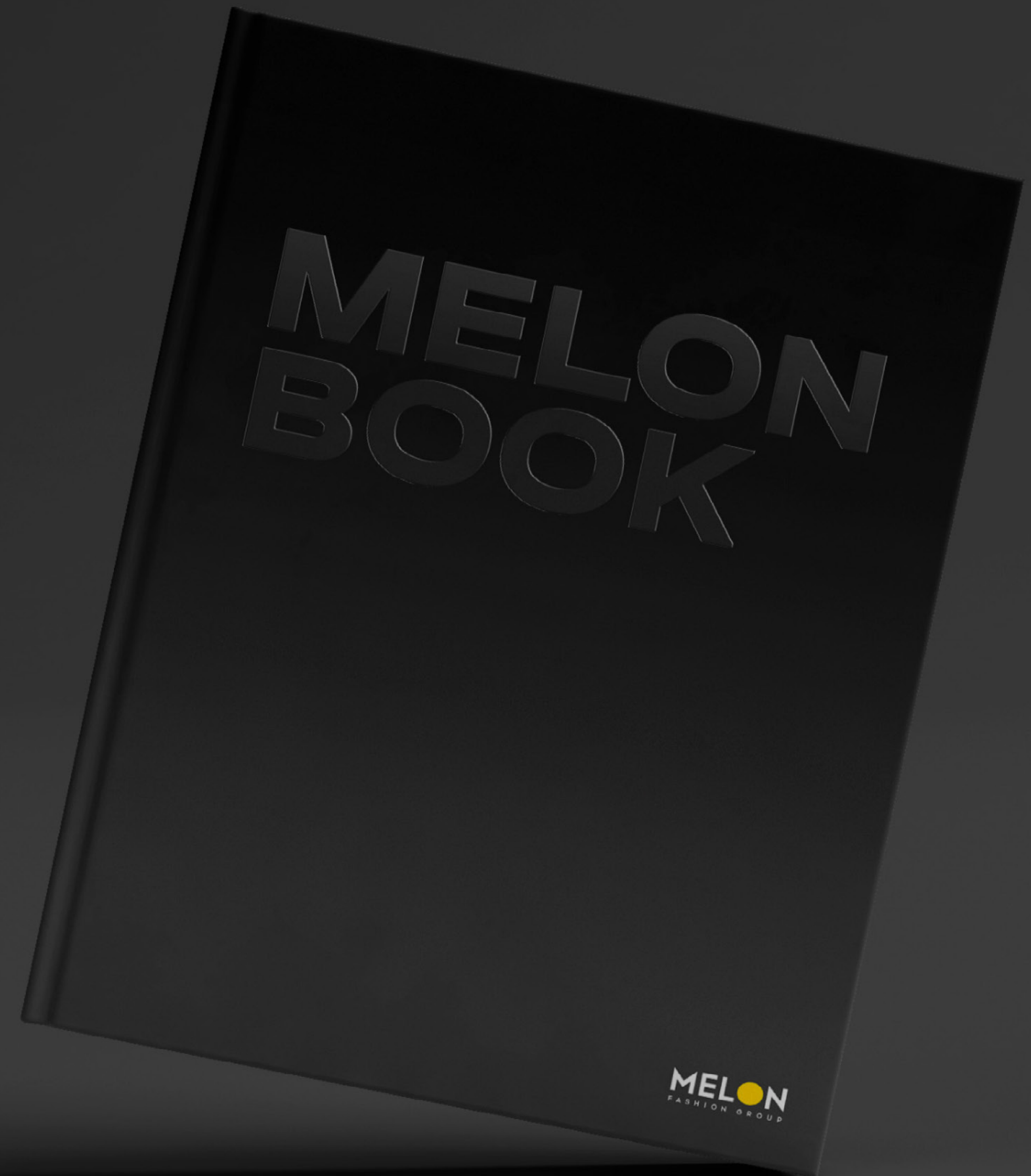
МИССИЯ КОМПАНИИ

В 2023 ГОДУ В ЧЕСТЬ СВОЕГО 18-ЛЕТΙΑ MELON FASHION GROUP ПРЕДСТАВИЛА ОБНОВЛЁННУЮ КОРПОРАТИВНУЮ ФИЛОСОФИЮ MELONBOOK. ВДОХНОВИВШИСЬ ПРИНЦИПАМИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ, ПОЯВИЛИСЬ ДНК КОМПАНИИ И ЕЕ СОТРУДНИКОВ, ВИДЕНИЕ И НОВАЯ МИССИЯ.

Мода – неотъемлемая часть культуры и идентичности.

Мы любим моду и адаптируем ее так, чтобы каждый мог выразить свою индивидуальность. Чувствовать себя гармонично и уверенно.

Достичь самых смелых целей. Быть частью культуры.



МЫ СОЗДАЕМ FAST FASHION- НАСЛЕДИЕ РОССИИ

НАШЕ ВИДЕНИЕ
БУДУЩЕГО:

**ХОРОШО
ОДЕТАЯ
РОССИЯ**

НАША МИССИЯ:

**СОЗДАНИЕ И РАЗВИТИЕ
УНИКАЛЬНЫХ БРЕНДОВ
НА ЛЮБОЙ СЛУЧАЙ ЖИЗНИ
ЧЕЛОВЕКА, НАЧИНАЯ
С ЕГО РОЖДЕНИЯ**

ДНК MELON FASHION GROUP

ДОВЕРИЕ

Мы верим в каждого и дорожим доверием окружающих. Репутация и прозрачность превыше всего. Без доверия невозможно построить долгосрочные отношения. Ни в жизни, ни в бизнесе.

ЭТИКА

Мы убеждены, что соблюдение этических принципов в трудовых отношениях, бизнесе и общении друг с другом, с партнерами и покупателями способствует созданию гармоничной и успешной среды.

ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ

Мы за гуманность, уважение и внимание к человеческой личности. Наше мышление основывается на искренности, доброжелательности, стремлении помогать окружению, видя в каждом только лучшее.



ДНК МЭЛОНЦА

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ

Увлечен и вдохновлен. Изучает и быстро внедряет новые решения. Вкладывает в свою работу знания, силы и эмоции, заражая всех своей страстью. Заботится о компании, разделяя ее миссию, философию и стратегию.

КРЕАТИВНОСТЬ

Творец в прямом смысле слова. Мыслит нестандартно, превращая рутину в творчество. Не боится смотреть на решения под другим углом, находя необычные подходы к решению задач.

УСТОЙЧИВОСТЬ

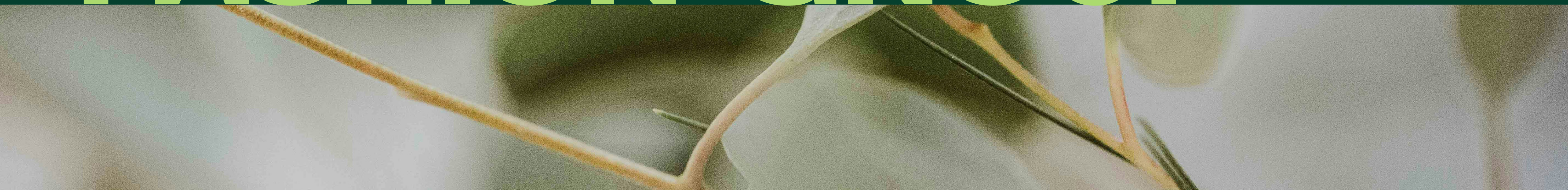
Умеет сохранять равновесие и стабильность в различных ситуациях. Способен адаптироваться к изменяющимся условиям и преодолевать трудности. Понимает, что в преодолении – развитие.



**Мы стремимся дать нашим
покупателям возможность
самовыражаться с помощью
одежды не только с точки зрения
дизайна, но и через осознанный
подход к моде.**

2 РАЗДЕЛ

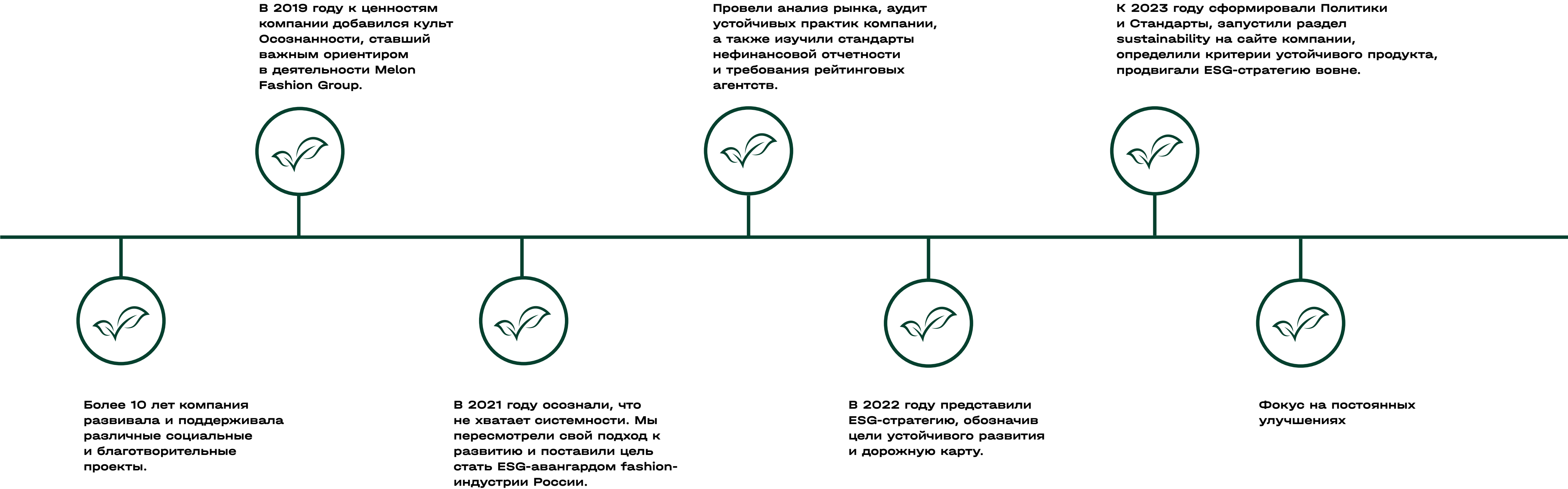
УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ MELON FASHION GROUP



2.1.

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

НАШ ПУТЬ В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ:



2.2.

ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ

В 2023 году Melon Fashion Group продолжила курс развития стратегических приоритетов: бережное отношение к природе, забота о людях и устойчивость цепочки поставок. ESG-стратегия остается основным ориентиром всей деятельности компании в области устойчивого развития.

Группа устойчивого развития координирует деятельность подразделений, отвечает за стратегическое планирование и разработку инициатив в области устойчивого развития, разрабатывает рекомендации для департаментов.

Для реализации задач в рамках ESG-стратегии была организована **рабочая группа ESG-амбассадоров**, в которую вошли представители каждого департамента разных направлений деятельности. Их задача: поиск практических решений и продвижение ценностей и принципов устойчивого развития в своих департаментах. За каждым амбассадором закреплены проекты и KPI. На ежеквартальных встречах участники обсуждают результаты своих проектов, а также обмениваются опытом по внедрению устойчивых практик в своих направлениях и департаментах.

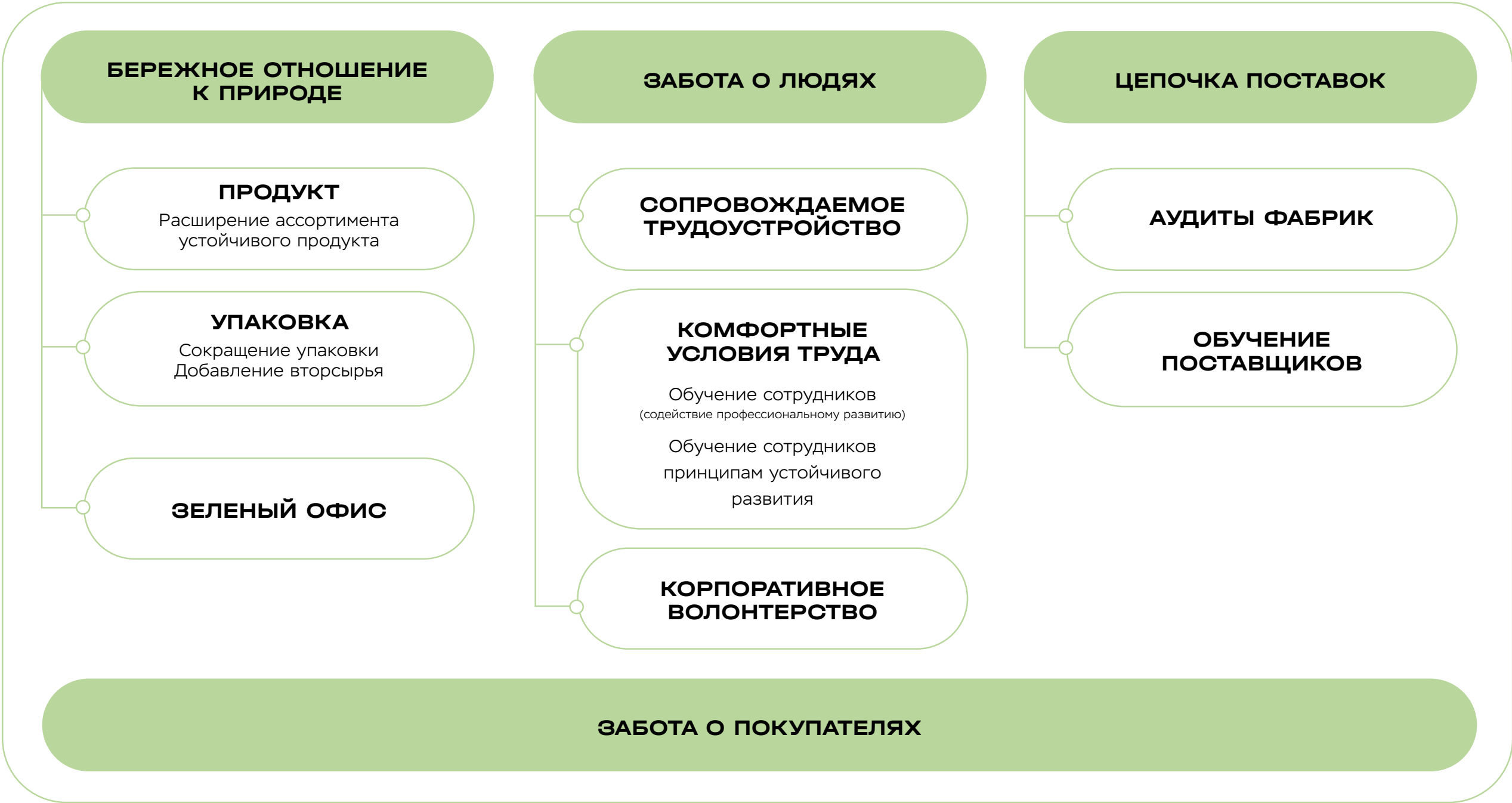


2.3.

ESG-СТРАТЕГИЯ

В 2023 году Melon Fashion Group публично представила ESG-стратегию, представив раздел Melon Sustainability на официальном сайте компании, а также проведя кампанию по продвижению стратегии среди релевантных СМИ.

В центре стратегии – забота о покупателях, которые выбирают осознанный подход к моде и вместе с брендами Melon Fashion Group следуют принципам ответственного потребления.



В рамках стратегии компания определила для себя приоритетные направления:

- снижение собственного негативного воздействия на окружающую среду;
- поддержка и развитие комфортных условий труда для своих сотрудников;
- работа над повышением прозрачности и прослеживаемости цепочки поставок.

Основные задачи на ближайшие годы:

- обучение команды и поставщиков;
- внедрение экологических решений в упаковке;
- увеличение доли продукции, произведенной на фабриках, прошедших этический аудит, в том числе продукции, выполненной из более устойчивых материалов.

Подробное описание ESG-стратегии компании и инициатив брендов, основные документы и архив отчетов по устойчивому развитию представлены на официальном сайте компании в разделе Sustainability.

2.4.

ДОКУМЕНТЫ

Для эффективной интеграции принципов устойчивого развития во все направления деятельности компании был принят ряд документов.

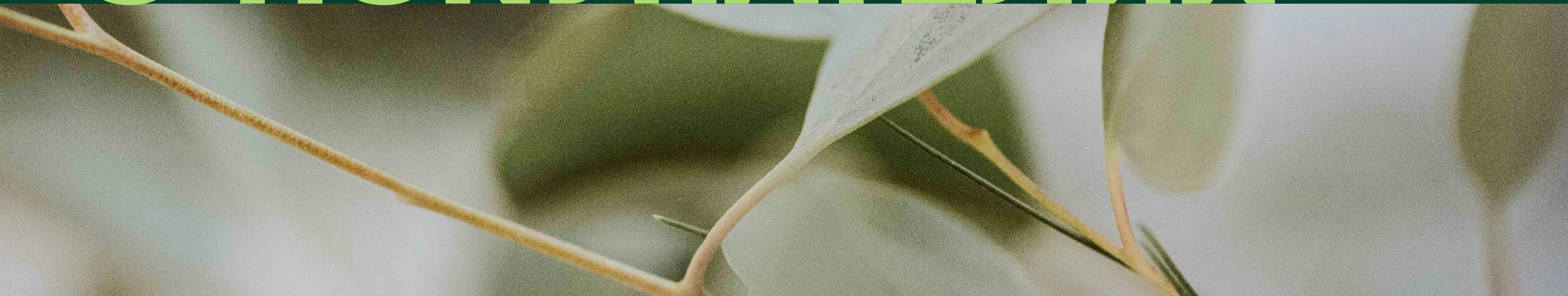
- Политика в области устойчивого развития
- Кодекс этики и делового поведения
- Антикоррупционная политика
- Политика благотворительной деятельности
- Политика по работе с поставщиками

Все документы находятся в открытом доступе на официальном сайте компании, а также на корпоративном портале. В 2023 году все политики и внутренние регламенты стали доступны в КЭДО.



3 РАЗДЕЛ

ЗАБОТА О ПОКУПАТЕЛЯХ



3.1.

ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ

Забота о покупателях – ядро ESG-стратегии Melon Fashion Group.

В 2023 году все бренды значительно расширили свой ассортимент, представив новые линии и направления формирования ассортимента. Помимо этого, велась активная экспансия по открытию и релокации магазинов на большие площади с широкими проходами и удобной развеской, чтобы покрыть потребности всех категорий покупателей, и сделать их шопинг максимально комфортным. Помимо этого, портфолио компании пополнилось новым брендом IDOL, ассортимент которого составляют коллекции из премиальных материалов.

Развитая омниканальность позволяет покупателям совершать покупки в удобное время и в удобном месте, предлагая широкую сеть розничных магазинов, а также маркетплейсов и интернет-магазинов.

Развивая культуру осознанного потребления, в 2023 году компания и ее бренды расширили программу по сбору старой одежды и продвигали экологичные принципы через отказ от пакета и чека.



КОМФОРТНАЯ СРЕДА МАГАЗИНОВ

В 2023 году Melon Fashion Group начала воплощать программу по открытиям и релокациям большеформатных магазинов, первые шаги которой стартовали в конце 2022 года.

В 2023 году новый флагман **ZARINA** в Петербурге (ТРЦ Galeria) стал первым магазином в российском fashion-ритейле, получившим **золотой уровень сертификации** АНО «НИИУРС» «**Green Zoom Среда**», национальной системы сертификации объектов недвижимости на соответствие целям устойчивого развития.



Эксперты АНО «НИИУРС» (Научно-исследовательский институт устойчивого развития в строительстве), оценивающие торговый объект, отметили лаконичную концепцию пространства. Каждая деталь продумана для комфорта посетителей и сотрудников магазина: это и округлые формы мебели, светильников, стен, и применение натуральных материалов для полупрозрачных перегородок, и использование подсветки скрытого монтажа. В зоне примерочных работает проектор, проецирующий ветви дерева с листвой на стену. В магазине предусмотрены мягкие зоны отдыха для посетителей и комната для отдыха персонала. В примерочных есть полочки для телефона, что подтверждает заботу о покупателях в мелочах.

В отделке использованы локальные строительные материалы. Большое внимание уделено системам энергоэффективности, кондиционирования и контроля климата, что создает комфортные условия не только для покупателей, но и для персонала.

ZARINA



Флагман ZARINA соединил в себе все три принципа устойчивого развития: экономическую целесообразность, заботу об экологии и человеке.

Подробная информация о системе сертификации объектов и оценке флагмана ZARINA по стандарту «Green Zoom Среда» представлена на сайте компании.

[ПРОЧИТАТЬ](#)

“ **ДЛЯ НАШЕЙ СТРАНЫ ЭТО ПЕРВЫЙ ОПЫТ
ВНЕДРЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
В СФЕРЕ ФЭШН-РЕТЕЙЛА.
И РЕЗУЛЬТАТ ВООДУШЕВЛЯЕТ!** ”



Вера Бурцева,
генеральный директор АНО «НИИУРС»,
разработчик национальной системы устойчивого развития
в строительстве «Green Zoom Среда»



Befree

Во флагманах Befree значительно расширился ассортимент, появились отдельные зоны для обуви, белья, спортивной одежды и аксессуаров. В новых магазинах предусмотрено увеличенное количество примерочных, широкие проходы, появились стойки с шопингбэгами, лаундж зона, комфортабельная зона отдыха для сотрудников.



Также в качестве оригинального арт-объекта в новом магазине Befree Галерея установили upcycling диван, наполненный старой одеждой. Весной 2023 года состоялся запуск проекта Befree Better Future, в рамках которого в магазинах Befree в Москве, Санкт-Петербурге и Нижнем Новгороде установили боксы для сбора ненужной одежды для передачи Laut Recycling на благотворительность или переработку.

Концепт магазинов LOVE REPUBLIC создан с учетом мировых трендов в архитектурном дизайне и визуальном мерчендайзинге: свежие digital-приемы, световые решения, эстетика и функциональность. Ключевые элементы оформления: бионика в архитектуре, бесшовность и простор в облегченном оборудовании, отсутствие острых углов, комбинация разных источников света, формирующего пространство.

Для оборудования примерочных использовались новые принципы освещения выгодного подсвечивания образа и фигуры в зеркале, также в кабинах установлены кнопки вызова консультантов. Для комфортной примерки настроено климатическое оборудование, подающее расчетное количество воздуха, а также охлаждающего его в теплый период года. Помимо этого, в комнатах для персонала организовано пространство для отдыха: диваны, подвижные облегченные стулья, шкафчики для личных вещей, столы и др.

LOVE REPUBLIC





sela

В оформлении магазинов sela используются светлые природные оттенки: бежевый, белый, серый, зеленый, а также тактильно-приятные материалы, создающие атмосферу уюта: дерево, бетон, джут. Отдельное внимание уделено навигации в зале и освещению.

Нововведением флагманов sela moms & monsters стала «библиотека культовых товаров» – отдельная зона с базовыми вещами, оформленная в виде стеллажа с привычной выкладкой товара «как дома» и «все под рукой».



Для комфортного семейного шопинга в магазинах sela представлены игровые зоны для детей со столом для творчества в торговом зале с галереей рисунков и бизибордами в примерочных, для мам с колясками добавлены просторные примерочные. Предусмотрена и зона отдыха для пап с удобными креслами и перегородками.

В апреле 2023 года концепция магазинов sela была отмечена наградой «Лучшая ретейл концепция в категории fashion» на международной премии NatMall. Премия присуждается девелоперам торговых центров, розничным сетям и компаниям с технологиями и инновациями за значимый вклад и успешную деятельность в индустрии коммерческой недвижимости и ретейла на территории России и СНГ.

ÍDOL

1 сентября 2023 года компания запустила новый бренд IDOL в сегменте доступный премиум. Открытия первых магазинов состоялись уже в конце сентября. На конец года под брендом IDOL работало 18 магазинов средней площадью 300 – 500 кв. м в шести городах: Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Ярославле, Казани и Ростове-на-Дону.

В качестве инструмента арома-маркетинга в магазинах IDOL команда незрячих и слабовидящих парфюмеров Pure Sense создала специальную парфюмерную композицию с древесно-минеральными и дымными нотами. Миссия Pure Sense – желание создавать возможности для развития других людей и выражать свое восприятие мира через ароматы.



3.2.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ОСОЗНАННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ И ВОВЛЕЧЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ

ОСОЗНАННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

Осведомленность покупателей о загрязнении окружающей среды и количестве потраченных ресурсов на производство одежды и упаковки перестраивает их старые привычки и вовлекает в актуальную повестку. Современный потребитель не хочет быть частью проблемы, он хочет принимать участие в её решении. Мы вовлекаем своих покупателей в разнообразные экологические инициативы брендов, чтобы развивать осознанные привычки. Например, отказываться от пакетов при покупке, печатных чеков в пользу электронных или сдать старую одежду в боксы, которые установлены в магазинах брендов для благотворительности или переработки текстиля. Все бренды регулярно информируют о своих результатах в области устойчивого развития, подчеркивая вклад каждого покупателя в инициативы брендов.



СБОР ОДЕЖДЫ

Программа сбора ненужной одежды является одним из ключевых проектов в области устойчивого развития Melon Fashion Group. Эта инициатива помогает уменьшить количество текстильных отходов, помогая покупателям осознанно подойти к разбору гардероба.

С 2019 года в магазинах **LOVE REPUBLIC** действует программа **LOVE 2.0**, благодаря которой покупатели могут сдать свою старую одежду на благотворительность или переработку в некоммерческие фонды **«Второе дыхание»** и **«Спасибо»**. По итогам 2023 года программа действует в **35 городах** и **114 магазинах** бренда. За четыре года собрано более **78 тонн одежды**, а в 2023 году объем собранной одежды был равен объему за предыдущие три года, что подтверждает лояльность и вовлеченность аудитории LOVE REPUBLIC.

sela продолжила сотрудничество с фондами **«Второе дыхание»** и **«Спасибо»** по сбору одежды в розничных магазинах бренда с поощрением в виде скидки на следующую покупку. В 2023 году к программе присоединилось еще **10 магазинов**.

Таким образом, в программе задействовано **50 магазинов sela**. За прошедший год было собрано **35 тонн одежды**.

В рамках кампании по сбору ненужной одежды в 2023 году к программе присоединились еще два бренда – **ZARINA** и **Befree**, установившие recycle-боксы в своих магазинах совместно с переработчиком **Laut Recycling («Зеленый рыцарь»)**.



КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ
ПРОГРАММЫ СБОРА
ЗА 2023 ГОД

114

магазинов **LOVE REPUBLIC** в 35 городах

50

магазинов **sela** в Санкт-Петербурге и Москве

18

Befree начал сбор одежды и подключил к программе 18 магазинов в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, а также запустил рекламную кампанию и сайт с элементами геймификации «Побег в Befree»

67

магазинов **ZARINA** запустили программу сбора в Санкт-Петербурге, Самаре, Иваново и Нижнем Новгороде

> 76

тонн ненужной одежды собрали по итогам 2023 года

249

— совокупное количество магазинов, в которых действует программа. Задействовано 49 городов

В апреле 2023 года Санкт-Петербургское отделение Тихоокеанско-Евразийского Делового Альянса (РЕВА) вручило Melon Fashion Group награду в номинации Environmental Sustainability за развитие программы по сбору одежды в магазинах.

В 2024 году Melon Fashion Group продолжит расширять географию recycle-боксов и увеличивать количество собранной одежды.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ БРЕНДОВ

ZARINA

ZARINA близки социальные проекты по саморазвитию. Так, у бренда есть активный читальный клуб, где амбассадор делится подборками интересных и полезных книг, а также делает обзоры на те, за которые проголосует больше подписчиков. Для поддержания здорового образа жизни запущен проект регулярных онлайн-тренировок с тренером **Melon GYM** Викторией.

Поддерживая программу вторичного использования вещей, маркетинг ZARINA отдали на переработку

декорации со съемки рекламной кампании с Любовью Аксёновой для лежанок животным московского приюта «Верные друзья», а также помогли медикаментами и кормом, отремонтировали крыши домиков.

ZARINA продолжила сотрудничество с фондом «Ева», передав осенью комплекты теплой одежды для пожилых и малоимущих петербуржцев.





Вместе с запуском программы по сбору ненужной одежды в магазинах Befree состоялся старт рекламной кампании «Побег в Befree» со студентами Школы дизайна ВШЭ. Участники не только сделали интерактивный сайт с элементами геймификации, но и приняли участие в конкурсе на разработку дизайнов для ресусле-боксов. Три победивших дизайна будут использоваться для новых боксов, которые будут устанавливаться в 2024 году в магазинах Befree и в социально значимых объектах: кампусах университетов, апарт-отелях и пр. Также по приглашению Школы дизайна ВШЭ проведена лекция о

переработке текстиля в Летнем лагере Музея Москвы для вовлечения молодой аудитории к сбору.

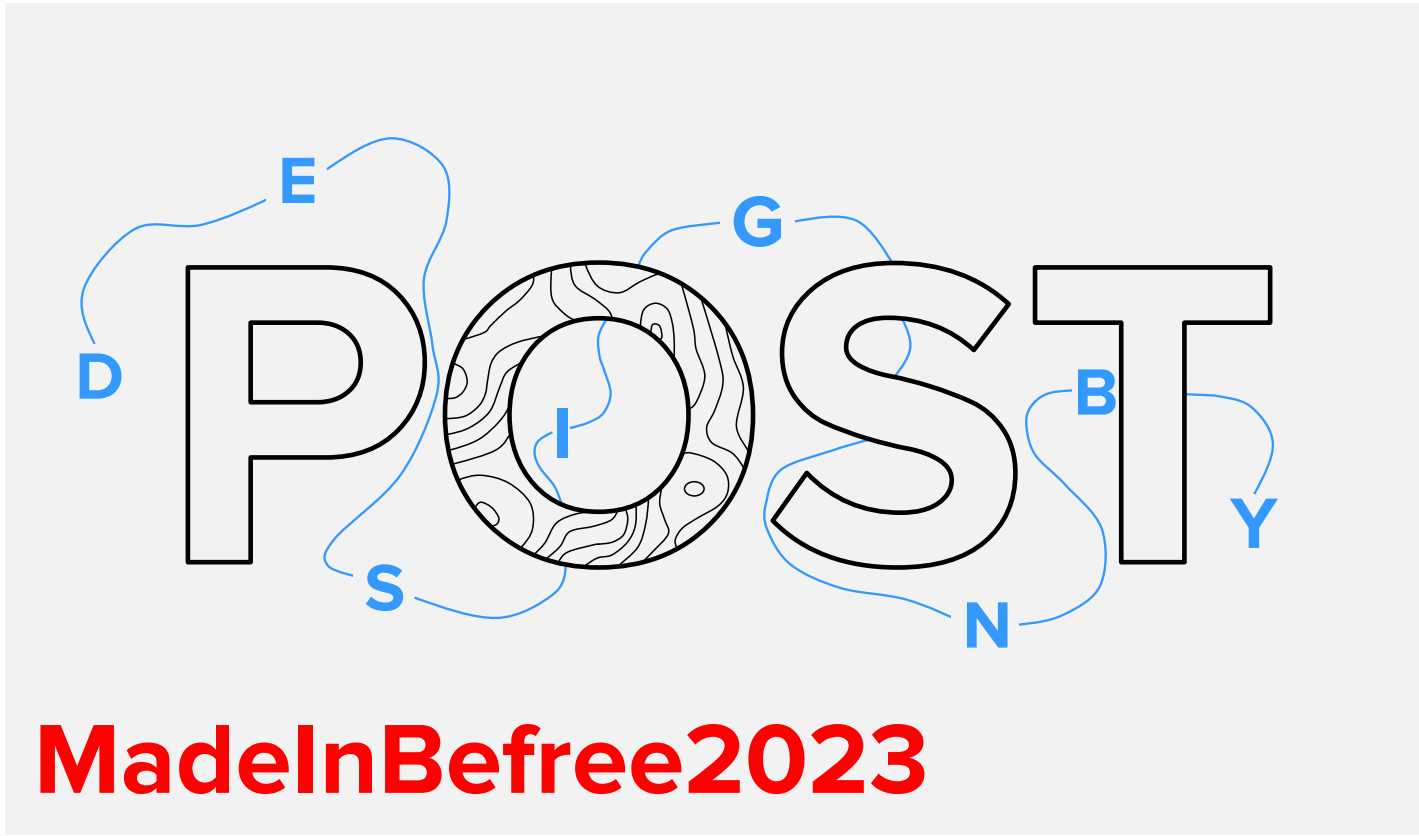
Befree активно сотрудничали с инклюзивными мастерскими «Простые вещи», студией перформативных искусств «Сдвиг» для благотворительной ярмарки Уфимского хосписа, театральным проектом «Антон тут рядом». С последним также была создана совместная коллекция в рамках проекта **Befree Co:Create Better Future**. Бренд также стал активным участником благотворительного фестиваля «Антон тут рядом» в Севкабель Порту.





В рамках патронажа бездомных животных бренд организовал выезд команды Befree в приют «**Пушдомик**» для выгула собак с лекцией от кинолога. Чтобы бездомные животные нашли свой дом, Befree также организовали фотосессию сотрудников с подопечными приюта.

В 2023 году Befree провели конкурс **Made In Befree** для работников магазинов и офиса бренда с главным призом – стипендией на развитие своего увлечения, хобби или профессии, отличающихся от основной работы и в которых у них есть явный талант. Победителем стал тренинг-менеджер по визуальному мерчендайзингу, который любит разрабатывать дизайн мебели и мечтает открыть свою мастерскую.



В 2023 году HR-группа Befree совместно с офисными и розничными сотрудниками региона «Северо-Запад» провела **пятый благотворительный сбор** новогодних подарков для пожилых одиноких людей, живущих в социальных домах.



В 2023 году **LOVE REPUBLIC** провели акцию по озеленению **LOVE GARDEN**, высадив в районе Красногвардейских прудов Москвы вместе с друзьями бренда цветущую аллею. Уходом и поддержкой молодых деревьев занимается питомник «Экоплант».

В октябре вместе с **благотворительным фондом «Дальше»** поддержали международную акцию **«Розовый октябрь»**, запустив спецпроект по информированию женщин о важности профилактики рака молочной железы. Помимо этого, часть средств от продаж бра LOVE REPUBLIC бренд пожертвует БФ для поддержки женщин, столкнувшихся с РМЖ.

Для поддержки развития карьеры в сфере модной индустрии LOVE REPUBLIC совместно с Fashion Factory School запустили **курс «Контент-креатор»**, выпускники которого смогли пройти стажировку в бренде.



В 2023 году **sela** совместно с благотворительным фондом «Рауль» и социальным агентом «Работа-і» запустили **спецпроект для постдекретной адаптации мам**. Помимо этого бренд в коллаборации с «Работа-і», Яндекс.Практикумом и hh.ru выпустил игру про бытовые и жизненные навыки «Не с нуля», которые помогут в первой профессии.

В 2023 году бренд поддержал **фонд «Дети-бабочки»** специальной капсулой с рисунками подопечных фонда. Часть выручки от продажи коллекции перечислили на поддержку проекта **фонда «Редкие женщины»**.

Социальный проект **«Реальные мамы»** стал еще масштабнее: в 2023 году бренд рассказал истории 10 мам. Одной из участниц стала мама ребенка с расстройством аутического спектра, которую поддерживает фонд «Обнаженные сердца».

В июле – традиционном месяце экологических инициатив – команда **sela** провела в Москве совместное **мероприятие с фондом «Второе дыхание»**. Это была серия мастер-классов для семьи по созданию игрушек из вторсырья. Помимо этого, в онлайн запустили флешмоб по сбору одежды среди аудитории **sela** и «Второе дыхание». Также бренд принял участие в петербургском эофестивале с **лекцией «Осознанная мода»**. Маскот бренда Вигге в соцсетях **sela** рассказал подписчикам о важных экопривычках.



КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2023 ГОД

>3,8

млн человек

– совокупная аудитория социальных сетей брендов

>10

млн человек

являются участниками программы лояльности брендов



177

публикаций брендов на
социальные темы («S»)

158

публикаций брендов на
экологические на темы («E»)

>6,7

млн человек

общий охват публикаций

3.3.

ЭТИЧНЫЙ И ОТВЕТСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ

Melon Fashion Group и ее бренды уделяют внимание продвижению социальных и экологических ценностей среди сотрудников, кандидатов, покупателей и других наблюдателей, для построения устойчивых связей и развития неравнодушного общества.

Наши основные принципы:

- 01

Честность и прозрачность в общении, предоставление точной и достоверной информации о продуктах и услугах, их характеристиках и упаковке.
- 02

Выстраивание доверительных и долгосрочных отношений с покупателями через осмысленную коммуникацию.
- 03

Соблюдение прав потребителей: защита конфиденциальности и безопасности персональных данных.
- 04

Осознанное отношение к окружающей среде: соблюдение экологических норм и правил, рациональное использование ресурсов.
- 05

Соблюдение конкурентных норм и правил: исключение недобросовестной конкуренции, использование этических и честных методов продвижения.
- 06

Продвижение общественных ценностей: содействие благотворительным программам, развитие корпоративного волонтерства.
- 07

Ответственное отношение к производственному процессу и качеству выпускаемых продуктов: соблюдение стандартов качества и безопасности продукции.
- 08

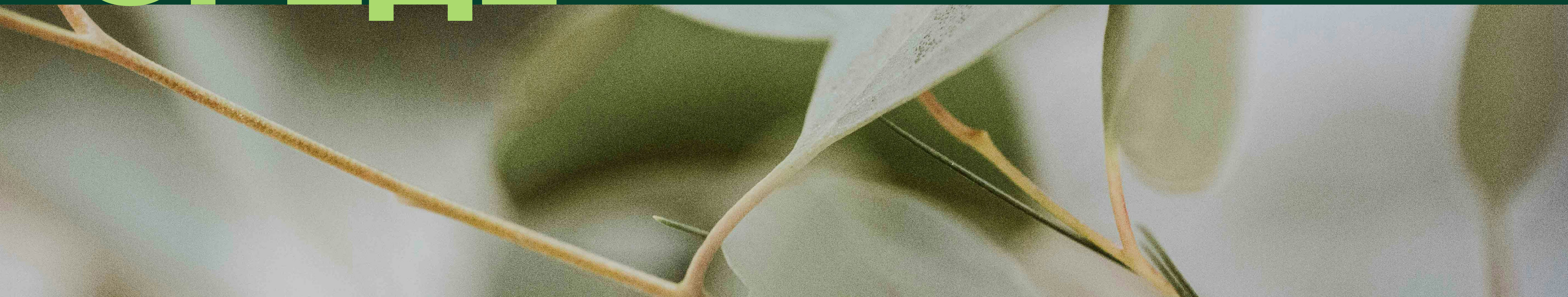
Установление партнерских отношений через соучастие в развитии бизнеса с партнерами поставщиками, уважение их интересов.
- 09

Повышение осведомленности и квалификации сотрудников в области зеленых коммуникаций.
- 10

Непрерывность и нацеленность на перспективу.

4 РАЗДЕЛ

БЕРЕЖНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ



4.1.

ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ

Как пионер ESG-стратегии среди российских fashion-ритейлеров в 2023 году Melon Fashion Group продолжил реализацию поставленных задач в сфере устойчивого развития.

Главным принципом остается непрерывная работа в области устойчивого развития, поиск наиболее оптимальных решений для достижения целей стратегии, принятых в компании.

Мощной поддержкой наших начинаний стало **включение Melon Fashion Group**

в Лигу зеленых брендов, первый российский рэнкинг брендов, отвечающих целям ESG.

Компания прошла аудит уровня устойчивого развития для крупного бизнеса, который учитывает уровень соответствия экологическим, управленческим и социальным критериям.

Позиция в рэнкинге российских зеленых брендов показывает, что помимо развития устойчивых отношений компания ведет большую работу в области снижения негативного воздействия на окружающую среду, меняет свои подходы в производстве продукта брендов и просвещении сотрудников, покупателей и поставщиков.



4.2.

ПРОДУКТ И УПАКОВКА

ПРОДУКТ

В 2023 году важным этапом стала разработка «Критериев устойчивости продукта», документа, где собраны стандарты и категории устойчивости изделий для удобства классификации продукта брендов. Это решение позволит систематизировать процесс сбора данных и даст возможность отследить результаты в динамике.

Мы постоянно ищем новые материалы, изучаем различные методы производства тканей, учитываем ответственные практики производителей. Например, некоторые поставщики перешли на возобновляемые источники энергии, начали внедрять технологии рециркуляции воды, солнечную энергию на производстве, применение лазера для создания принта на дениме.



ZARINA

ZARINA расширили линейку денима и представили женскую и мужскую коллекции из переработанного хлопка. Также при производстве некоторых моделей джинсов используются ресурсосберегающие стиральные машины, позволяющие достичь экономии воды и химикатов до 50%, электроэнергии до 20%.

Befree

Befree в своих коллекциях использовали экологичные материалы: волокно из кукурузы и биопух в качестве утеплителя для верхней одежды, а также органический хлопок и переработанный полиэстер. Устойчивый продукт маркируется зелеными ярлыками Better Future и отмечается в магазинах информационными POS-материалами на рейлах.

LOVE REPUBLIC

LOVE REPUBLIC выпустили пуховик с утеплителем sorona из волокон кукурузы. Производство такого наполнителя экологичнее, чем изготовление нейлона: расходуется на 30% меньше энергии, на 63% сокращается выброс парниковых газов. При этом материал технологичный и легкий, сохраняет тепло и легко пропускает воздух.

sela

В коллекциях sela представлена регулярная линейка из экологичных материалов sela cares. В 2023 году бренд выпустил капсулу из органического хлопка и джинсы с экологичным лазерным принтом. При производстве верхней одежды использовался технологичный утеплитель Sofeelate из переработанного пластика, обладающий терморегулирующими и теплоизолирующими свойствами, а благодаря тончайшим волокнам куртка с наполнителем Sofeelate практически невесомая.

IDOL

IDOL делает ставку на премиальные материалы и сотрудничество с фабриками международного уровня. Бренд уделяет особое внимание качеству, поэтому 100% товаров проходят инспекцию перед отгрузкой. Часть моделей имеет международные сертификаты: OEKO-TEX, Responsible Wool standard, GRS, SFA Cashmere Standard.

На протяжении года для команды продукта на регулярной основе проходили обучающие семинары, встречи с экспертами, создавались отдельные курсы, позволяющие сотрудникам узнавать о новых решениях в мире моды и применять устойчивые практики в создании продукта.

Подробная информация представлена в Главе [«Обучение принципам устойчивого развития»](#).

УПАКОВКА

Melon Fashion Group системно работает над вопросом замены упаковочных пакетов на более экологичные варианты. Так, в 2023 году состоялись онлайн- и оффлайн-семинары с приглашенным партнером – поставщиком устойчивой упаковки. Его фабрики находятся в 7 странах и успешно реализуют проекты для многих fashion-компаний международного уровня. Бренды компании выбрали и внедрили более устойчивые опции упаковки с акцентом на использование вторичного сырья и сокращение количества элементов упаковки.



ВНЕДРЕНИЕ ЭКОЛОГИЧНЫХ РЕШЕНИЙ В УПАКОВКУ:

- 01
- Реализация подхода Reduce, reuse, recycle;
- 02
- Внедрение программ для повышения осведомленности клиентов и сотрудников магазинов об ответственном потреблении;
- 03
- Сокращение количества упаковки.

Помимо этого, в 2023 году расширилась география производства устойчивой упаковки – образцы утверждены в Индии, Узбекистане, Бангладеш и Вьетнаме, где также производятся коллекции брендов.



МИНИМУМ УПАКОВКИ

Befree

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

В наших магазинах покупатель может отказаться от пакета на кассе в поддержку сохранения ресурсов, а также воспользоваться опцией повторного использования первичного пакета, в котором вещи приходят от производителя. Так, с 2020 года Befree активно реализует опыт по использованию первичной упаковки в качестве пакетов на кассе, что является воплощением ответственной потребительской практики.

За прошедший год бренд подключил к проекту еще больше поставщиков в разных странах производства: появились брендовые пакеты в Индии и Узбекистане (18% продукции).

+18%

В 2024 году пакеты от поставщика на 50% будут состоять из переработанного сырья.

50%

Инициатива позволила отказаться от производства порядка

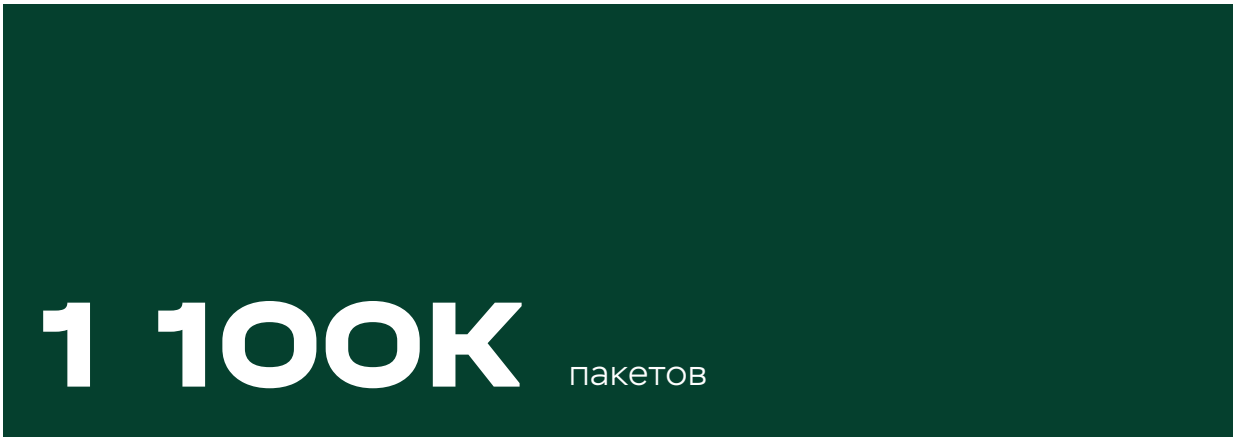
12

млн пластиковых пакетов за год

ZARINA

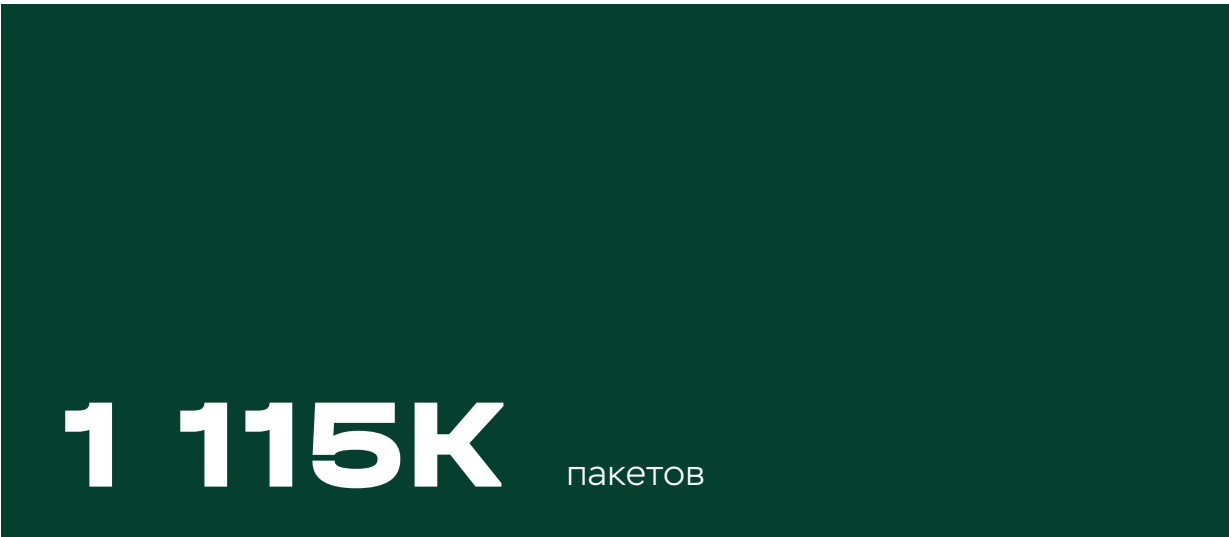
В производстве пакетов ZARINA увеличилась доля переработанного пластика до 30%. Продолжается программа начисления бонусов покупателям, отказавшимся от пакета на кассе, – им начисляются 100 баллов на электронную карту лояльности ZARINA CLUB.

От 1 100 000 пакетов отказались покупатели в магазинах ZARINA в 2023 году.



sela

Участники программы лояльности sela также получают дополнительные бонусы за отказ от пластикового пакета, бумажного чека и оплату по СБП. В результате в 2023 году покупатели отказались от 1 115 000 пакетов на кассе, а 30% чеков были отправлены в электронном формате вместо бумажного.



Также компания уделяет внимание упаковке при транспортировке товара: Melon Fashion Group повторно использует картонные коробки, в которых получает продукцию от поставщиков, минимизируя количество упаковки.

Важным этапом работы над упаковкой стало расширение понятия упаковки, пересмотр решений для вшивных ярлыков, навесных лейблов. Благодаря совместной работе группы устойчивого развития и сотрудников развития производственных ресурсов в брендах в 2024 году начнется производство вшивных ярлыков из переработанных материалов, а в ZARINA, Befree, IDOL появятся навесные ярлыки из переработанной бумаги.

4.3.

ЗЕЛЕНЫЙ ОФИС

В штаб-квартире Melon Fashion Group действует программа «Зеленый офис».

В офисе организован отдельный сбор отходов.

Понимая, что это живой процесс, который может и должен поддаваться корректировке для поддержания его эффективности, мы оптимизировали количество собираемых фракций, исключив трудно накапливаемые (металл, алюминий, стекло). Отталкиваясь от запроса сотрудников, появились дополнительные контейнеры для сбора пластиковых карт, шариковых ручек, чеков, тонкого картона и контейнеров маркировки PET5.

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

В 2023 году команда технического отдела продолжила оптимизацию ресурсов офиса, оснатив офисные помещения датчиками движения для экономии электроэнергии. В штаб-квартире используется энергоэффективное LED-освещение.

Для уборки офисных помещений закупаются биоразлагаемые и гипоаллергенные моющие средства, также организовано озеленение пространства под патронажем профессионального флориста.



ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ

Диджитализация – фокус компании последних лет. Так, по итогам 2023 года доля электронного документооборота (ЭДО) достигла 82%, а внедрение кадрового электронного документооборота (КЭДО) на платформе HR Tech от VK позволило перевести 98% сотрудников Melon Fashion Group на безопасную электронную систему. Это не только позволяет сокращать количество используемой бумаги, но и исключает возможность потери или уничтожения физических документов сотрудников и компании, а главное, позволяет согласовать необходимые процедуры по одному клику.

ИТОГИ СБОРА В ОФИСЕ ЗА 2023 ГОД:

451

кг пленки

3065

кг картона

4100

кг макулатуры

64

кг батареек

888

кг одежды
для фонда
«Спасибо»

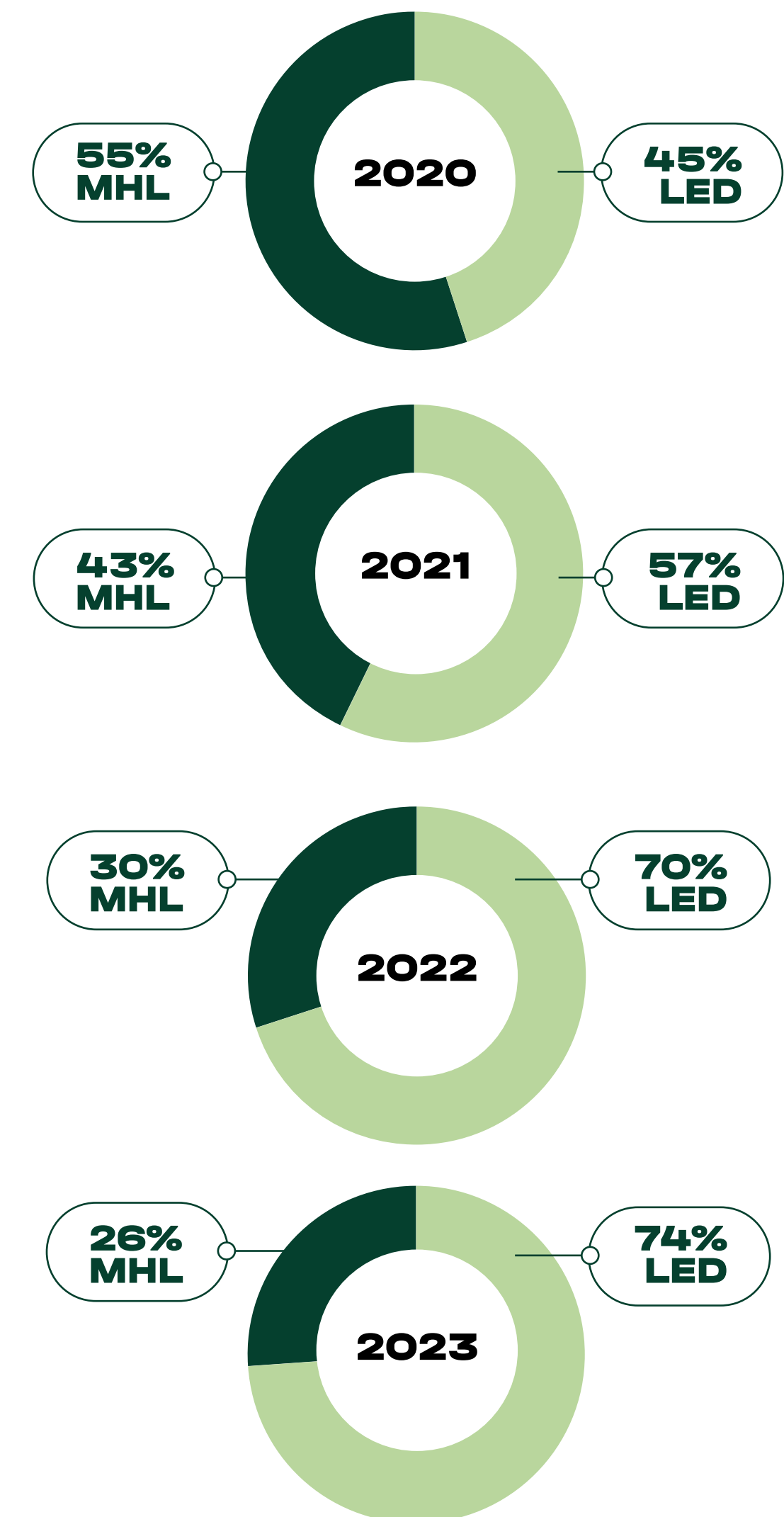
Для информирования и адаптации новых сотрудников офиса HR-специалисты во время ознакомительной экскурсии показывают точки сбора фракций, также в образовательных целях создан интерактивный курс по охране труда, в котором подробно рассказано о местах сбора.

ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ И КОНТРОЛЬ ВЫБРОСОВ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ

С 2021 года в компании ведется учет и анализ выбросов углекислого газа и других вредных веществ, а также разрабатываются и внедряются меры по их сокращению. В 2022 году мы значительно улучшили сбор данных по энергопотреблению, повысили долю фактических показателей на основе снимаемых показаний приборов учета. Базовым годом для расчета выбросов парниковых газов мы считаем 2022 год, являющийся линией отсчета для динамики выбросов.

При строительстве новых торговых объектов мы:

- используем современные системы охлаждения воздуха без использования искусственных хладагентов;
- устанавливаем или меняем оборудование на более энергоэффективное;
- уходим от использования металлогалогенных ламп (МГЛ) к энергосберегающему светодиодному освещению.



5 РАЗДЕЛ

ЗАБОТА О СОТРУДНИКАХ



5.1.

ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ

Мэлонцы – это фундамент Melon Fashion Group. Поэтому их благополучие – здоровье и безопасность, комфортные условия труда, профессиональное развитие – приоритет компании.

В 2023 году штат Melon Fashion Group превысил отметку **8 000 человек**.

Для упрощения и ускорения кадровых вопросов – создания, подписания, хранения и обмена различных заявлений и справок – был внедрен кадровый электронный документооборот (КЭДО) на платформе HR Tech от VK. Сервис не только позволяет значительно экономить бумажные ресурсы, но и позволяет в режиме реального времени согласовывать документы между регионами, не тратя время на доставку бумажных версий.

98%

**сотрудников
компании перешли
на КЭДО в 2023 году**



ЭКОЛОГИЯ

золото / против серебра
в прошлом году



СОТРУДНИКИ И ОБЩЕСТВО

золото



КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

платина / высшая оценка

ЛУЧШИЙ РАБОТОДАТЕЛЬ РОССИИ

В 2023 году компания вошла в несколько рейтингов лучших работодателей России.

В рейтинге крупнейшей рекрутинговой платформы hh.ru Melon Fashion Group заняла **10-е место** среди ретейл-компаний и **2-е место** как fashion-компания. Усилилась конкуренция после возвращения иностранных брендов и появления новых игроков в сегменте.

В рейтинге делового издания FORBES, составленном по методологии Kept с учетом показателей ESG, Melon Fashion Group получила **золото** в категориях «Сотрудники и общество» и «Экология» (годом ранее –

серебро), а также **платину** в сфере «Корпоративное управление» (годом ранее – золото). В общем зачете – **золотой статус**, что показывает положительную динамику компании.

Помимо этого, Melon Fashion Group впервые приняла участие в **ESG-индексе 2023 года от РБК**, попав сразу – во **II категорию** – выше среднего, став единственной fashion-компанией, которая приняла участие в рейтинге. Участие в индексе демонстрирует открытость и соответствие требованиям времени, повышает доверие потребителей и контрагентов и подчеркивает статус активного участника ESG-повестки в России.

5.2.

КОМФОРТНЫЕ УСЛОВИЯ ТРУДА И БЛАГОПОЛУЧИЕ

В 2023 году штаб-квартира Melon Fashion Group расширилась: появился новый этаж бренда sela, где расположился продукт бренда, обновилось и увеличилось пространство ZARINA, появился офис команды нового бренда IDOL, а также новые комфортные переговорки, получившие название в честь ДНК компании – Доверие, Этика, Человечность. В проектировании нового офиса принимали участие сотрудники, чтобы сделать пространства более эргономичными, удобными и эффективными в использовании.

По результатам опроса вовлеченности за 2023 год **81%** сотрудников отметили условия труда как комфортные.



ФИНАНСОВОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ



Мы используем комплексный подход к системе мотивации и применяем лучшие практики в области оплаты труда, позволяющие объективно проводить оценку результатов деятельности сотрудников, а также мотивировать их.

Дополнительным инструментом мотивации для каждого сотрудника является корпоративная скидка 50% на весь ассортимент в магазинах ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC, sela и IDOL. Помимо этого, для удобства персонала была запущена корпоративная скидка в интернет-магазинах zarina.ru, sela.ru и idol.ru.

ОХРАНА ТРУДА И ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ

Все сотрудники офисов и магазинов при приеме на работу проходят обязательное обучение по охране труда в формате интерактивного курса. Дополнительные учебные материалы по пожарной безопасности, электробезопасности и оказанию первой медицинской помощи размещены на корпоративном портале **Мелония**. Также сотрудники офиса знакомятся с необходимыми правилами в **КЭДО**. Основные условия организации охраны труда, права и обязанности сотрудников компании определяются **Положением об охране труда**.

Решением вопросов по охране труда, мониторингом законодательства, разработкой документации и обучением занимаются специалисты по охране труда. В штате Melon Fashion Group работают два специалиста. За 2023 год зафиксировано 3 несчастных случая легкой степени тяжести.

Для комфорта и благополучия персонала в Melon Fashion Group действует социальный пакет, куда входит **ДМС** для сотрудников офиса и розницы, материальная помощь в случае болезни или смерти родственника, скидки на медицинское обследование и анализы в клиниках по всей России от партнеров сервиса **Best Benefits**.

Помимо этого, компания предоставляет возможности для поддержания здорового образа жизни и занятия спортом: в штаб-квартире есть собственный **спортзал Melon Gym**, где работают два тренера, дающих групповые занятия по пилатесу, растяжке, круговым и силовым тренировкам утром и вечером. Также в компании есть **беговой клуб** и **футбольные команды**.

В штаб-квартире Melon Fashion Group регулярно проходят **профилактические мероприятия**: сезонная вакцинация, флюорография, прием врача в офисе два раза в месяц.

В 2023 году стартовал онлайн-проект **Melon Wellness**: в коллаборации с клиниками и профильными врачами проходят онлайн-лекции по актуальным темам. Так, в течение года прошло семь лекций, посвященных работе со стрессом, календарю прививок, профилактике рака молочной железы и яичников, сезону аллергии и др. темам. Просветительские мероприятия повышают осведомленность сотрудников о превентивных мерах во избежание заболеваний.



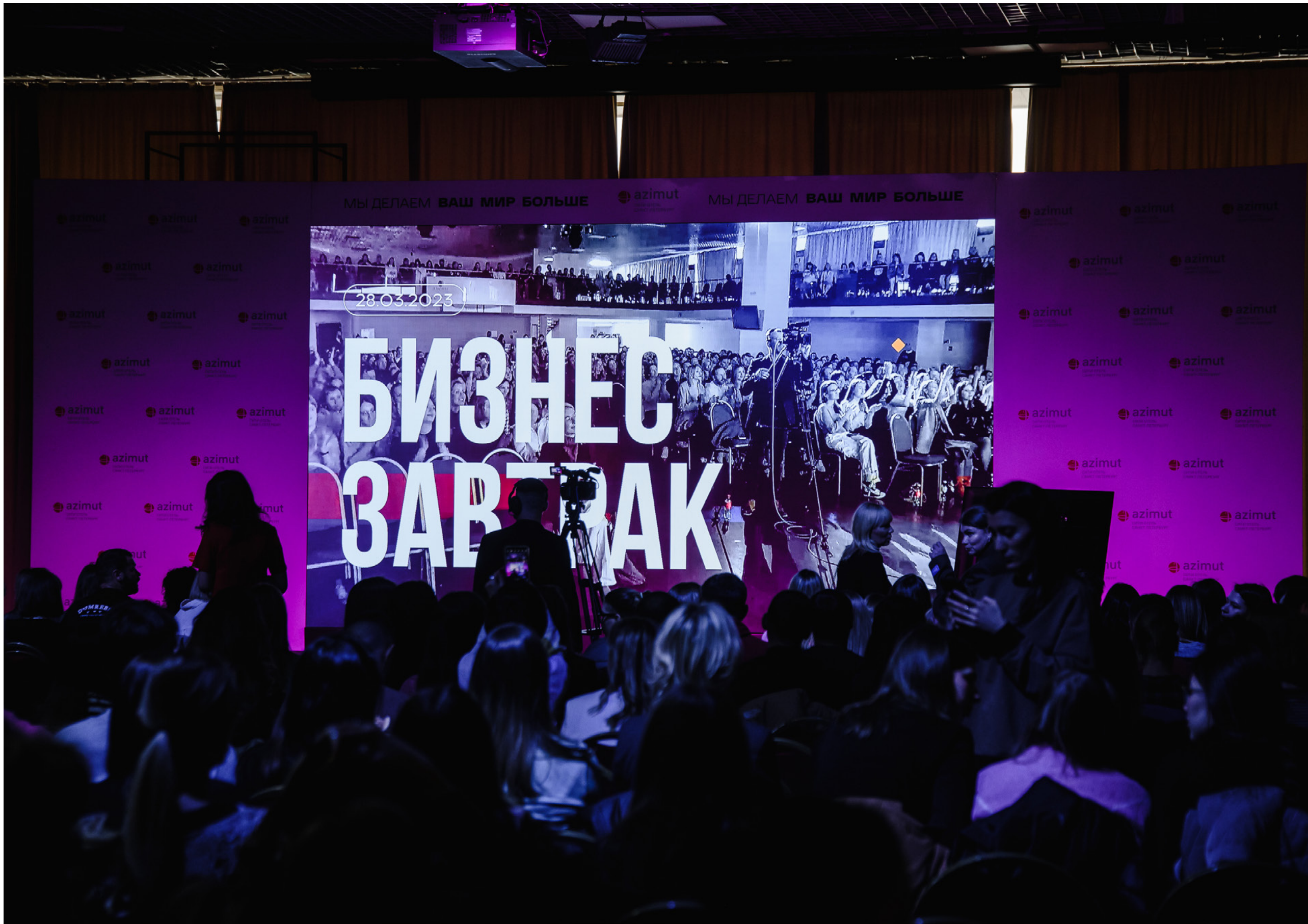
5.3.

МОТИВАЦИЯ И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ

Постоянное повышение квалификации и обучение, улучшение условий труда и развитие корпоративной культуры – инструменты повышения мотивации, вовлечения и удержания персонала.

Мы ежегодно выделяем лучших сотрудников и целые команды, определяем **бренд года**. На корпоративном портале и в соцсетях компании регулярно освещаются успехи и достижения подразделений.

В 2023 году мы провели четыре **бизнес-завтрака**, на которых генеральный директор Михаил Уржумцев и топ-менеджеры делились результатами и планами. Отдельные сотрудники и проектные команды получили карточки **«Спасибо»** с подарочными сертификатами за достижения, повысившие эффективность бизнеса.





Помимо этого, в компании ежегодно проходит анонимный опрос вовлеченности **My Voice** через консалтинговую HR Tech-компанию «**Экопси**».

По результатам опроса в наибольшей степени сотрудники удовлетворены отношениями с коллегами и готовы их охарактеризовать как доброжелательные и позитивные. Подавляющее большинство опрошенных отметили, что доверяют профессионализму своих коллег, обращаются к ним за советом в сложных вопросах и могут на них положиться. Также был отмечен высокий уровень осведомленности сотрудников о миссии и стратегии Melon Fashion Group. Большая часть работников верит, что стратегия компании приведет ее к успеху.

Опрос также показал, что сотрудники офисов и магазинов знают и понимают ценности компании, а также придерживаются их в своей повседневной деятельности. Кроме того, у большинства сотрудников ценности Melon Fashion Group соответствуют их личным ценностям, что важно для поддержания мотивации и сплоченности в команде.

По результатам 2023 года **75 сотрудников** трудоустроились по программе «**Приведи друга**», что подтверждает готовность персонала рекомендовать Melon Fashion Group в качестве надежного работодателя.

5.4.

СОДЕЙСТВИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ РАЗВИТИЮ



Работа HR-специалистов помогает привлекать и удерживать высокоэффективных специалистов, благодаря которым бизнес показывает положительную динамику ключевых показателей и непрерывный рост.

В 2023 году группа подбора и адаптации сфокусировалась на:

- Расширении функции HR-партнерства, более глубоком взаимодействии и реализации индивидуальных проектов внутри подразделений;

- Совершенствовании механизмов адаптации для новичков;
- Привлечении молодых специалистов в проект «Молодые кадры»;
- Масштабировании проекта «Лидерский коучинг» для составления «тепловой карты подразделения» с указанием красных и зеленых зон команд для предотвращения выгорания специалистов и повышения продуктивности персонала.

ПОДБОР

Для каждого департамента группа подбора и адаптации определила HR-партнера для более глубокой проработки запроса на подбор персонала, что позволило значительно увеличить скорость закрытия вакансий.

В условиях острого дефицита кадров HR-специалисты штаб-квартиры смогли в короткие сроки с нуля собрать команду из **92 человек для нового бренда IDOL**. Часть сотрудников были набраны из внутреннего резерва компании.

АДАПТАЦИЯ

Для погружения новых сотрудников офиса в бизнес-процессы Melon Fashion Group как fashion-ритейлера ежемесячно проходит **Shop Day** – день работы в магазине, когда новички пробуют себя в качестве сотрудников розницы. Так, в 2023 году **147 сотрудников** офиса стали участниками проекта.

В качестве инструмента адаптации используется **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 в 2023 году HR-менеджеры продолжили практику проведения поддерживающих и мотивационных встреч.



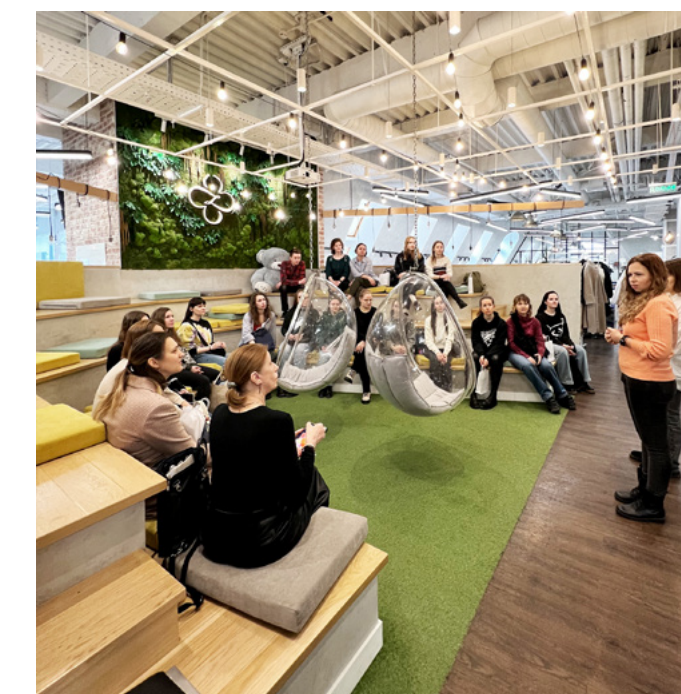
ПРИВЛЕЧЕНИЕ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

ПРОЕКТ «МОЛОДЫЕ КАДРЫ»

Поддерживая практику трудоустройства выпускников вузов, Melon Fashion Group на постоянной основе расширяет пул учебных заведений страны, чьи студенты могут не только пройти производственную практику, но и получить первую работу.

Так, в 2023 году стартовал проект «**Молодые кадры**» для формирования кадрового резерва из молодых специалистов, прошедших практику.

Компания заключила договор с **16 вузами**.





В 2023 году компания вновь приняла участие в федеральных проектах **«Центры компетенций»** и **«Школа лидера»** со студентами и школьниками для их профориентации. С целью поиска потенциальных кандидатов на позицию дизайнеров команда Melon Fashion Group сотрудничала с **Академией Штиглица** и **Университетом технологии и дизайна**, а также со **Школой кройки и шитья Grasser**, которая единственная в Петербурге занимается обучением конструкторов. Партнерство с учебными заведениями позволяет закрывать потребность в конструкторах и дизайнерах, которых мало на рынке труда.

Также сотрудники Melon Fashion Group систематически выступают с лекциями в профильных вузах, что способствует формированию мотивации у молодых специалистов на работу и развитие в профессиональной отрасли.



ОБУЧЕНИЕ

В 2023 году группа развития талантов сфокусировалась на кросс-функциональности, результативности, продуктивности, а также на командообразовании и выстраивании коммуникации между сотрудниками. Было проведено несколько стратегических сессий и фасилитаций, командных коучингов, суммарно разработано и проведено более 20 обучающих мероприятий.

В 2023 году в программу «**Качалки для лидеров**» включили **раздел об ESG-стратегии Melon Fashion Group**, в рамках которого руководитель направления устойчивого развития Яна Трофимова рассказывает об основных фокусах стратегии, проектах и достижениях в этой области. На встрече вместе с участниками обучения обсуждается роль лидера в реализации стратегии компании.

Для достижения профессиональных и личных успехов сотрудников реализованы следующие проекты:

- Встречи Insiders Meetup, где новички близко знакомятся с устройством Melon Fashion Group;
- Система обучения новых сотрудников в рамках наставничества;
- Welcome-курс для новых сотрудников компании;
- «Качалка для лидеров» –курс, погружающий руководителей в общий контекст управленческого цикла, передающий необходимые знания и инструменты для повышения управленческих компетенций.



КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2023 ГОД

15 800

общее количество часов обучения сотрудников офиса

1 285

часов посвящены принципам устойчивого развития

~3,1

часов обучения на каждого участника

147

человек стали участниками проекта Shop Day

80

человек стали участниками проекта Insiders Meetup

72

руководителя прошли обучение на курсе «Качалка для лидеров» продолжительностью 3 месяца

160

часов коучинга для поддержки руководителей и линейных специалистов

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ
ОБУЧЕНИЯ:



В 2024 году компания продолжит развивать систему обучения Melon Fashion Group, помогать командам достигать целей и работать над сплочением сотрудников, используя командный коучинг.

ОБУЧЕНИЕ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

В 2023 году компания сосредоточилась на расширении компетенций в области устойчивого развития, чтобы каждый сотрудник мог получить новые знания и понимание, что каждый может внести вклад в реализацию ESG-стратегии.

Для сотрудников, работающих с денимом, группа устойчивого развития разработала **курс «Sustainability in Denim»**, где представлена история джинсов, наглядно показаны все производственные особенности денима, в том числе новые технологии стирки и обработки денима, значительно экономящие ресурсы. Обучение позволит командам в будущем оценивать поставщиков по их производственным возможностям, узнавать о применении ресурсосберегающего оборудования, чтобы использовать современные решения для создания продукта. В рамках курса также прошли **стратегические сессии, брейншторм и лекции** для денимных команд и маркетологов брендов с приглашенными специалистами по дениму – **Ксенией Сидоренко**, основателем upcycle бренда USEDEM, и **Денисом Тагильцевым**, основателем slow fashion-бренда Miracle Apparel.



ПОМИМО ЭТОГО,
В 2023 ГОДУ ПРОШЛИ
СЛЕДУЮЩИЕ
МЕРОПРИЯТИЯ:



01	Воркшоп по экоматериалам с Ксенией Веселовой, технологом-материаловедом легкой промышленности и преподавателем РГУ им. А.Н. Косыгина. В рамках встречи разобрали представленные на рынке экоматериалы, рассмотрели полезные свойства натуральных экологических тканей (лен, конопля, крапива и др.), а также тенденции развития инновационных материалов – кожу из грибного мицелия, ткани из молока и пр.
02	Тренинги по экологической сертификации на продукцию для знакомства с различными видами сертификации на одежду, обувь, косметику, подтверждающие особенные свойства товара.
03	Тренинги по алгоритму работы с фабриками для улучшения мониторинга данных о производственных площадках, производящих товары брендов Melon Fashion Group.
04	Семинар «Осознанное поведение: инструменты работы с покупателями» , на котором показали разницу между покупательской осведомленностью и покупательским поведением, а также рассмотрели, как бренды могут влиять на выбор покупателя в сторону устойчивых товаров.
05	Стратегическая сессия «Green HR Management» для специалистов HR департамента о роли корпоративной культуры и подбора персонала в устойчивом развитии бизнеса.
06	Знакомство с методами оценки объектов коммерческой недвижимости с точки зрения соблюдения принципов устойчивого развития, изучение стандартов Green Zoom – национальной системы устойчивого развития в строительстве.

ТАКЖЕ РЕАЛИЗОВАЛИ
ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЕ:

01	Вебинар Digital Fashion о тенденциях цифровой моды и ее влиянии на «экологизацию» индустрии.
02	Лекция «Дизайн, искусство, экология» о взаимодействии художника и природы (environmental art) и понятии регенеративного дизайна, который положительно влияет на экосистемы и сообщества, также разобрали примеры художественных работ по сохранению экосистемы Земли (egolocial art).

Помимо этого, группа устойчивого развития в коллаборации с T&D брендов создали курсы по устойчивому развитию для сотрудников розницы Zarina, Befree, sela. Обучение розницы LOVE REPUBLIC и IDOL пройдет в 2024 году.

В будущем мы продолжим делать акцент на важных аспектах устойчивого развития и на профильных обучающих программах, которые позволяют сотрудникам применять полученные знания на практике.



Сбереги планету, 2021
Инсталляция-размышление об ответственности человека и современных технологиях, которые помогают уменьшить негативное воздействие человека на природу.

КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА 2023 ГОД

1 285

обучения принципам устойчивого развития;

часов

~ 2,47

обучения на каждого участника;

часов

12

курсов sustainability на образовательной платформе iSpring, в том числе курс «Осознанная мода», который раскрывает само понятие и рассказывает об основных критериях устойчивого бренда, и отдельный Курс по ESG стратегии Melon Fashion Group.

На корпоративном портале и в базе знаний компании есть **раздел «Устойчивое развитие»** с инициативами брендов, презентациями, Политиками и другой важной информацией в области устойчивого развития.



Также на регулярной основе выходят видеоролики **SusПросвет**, посвященные принципам устойчивого развития и их практическому применению: бережному отношению к ресурсам, неочевидным экопривычкам, видам экомаркировки, особенностям производства денима и др.

В 2024 году группа устойчивого развития продолжит реализацию программы обучения сотрудников с акцентом на отдельные направления.

МЕРОПРИЯТИЯ

Помимо обучений мы проводим мероприятия и встречи с экспертами и интересными людьми для знакомства с различными практиками устойчивого развития для вдохновения на достижение новых результатов.



МАСТЕР-КЛАСС ПО КАСТОМИЗАЦИИ СТАРОЙ ОДЕЖДЫ

В 2023 году авторы проекта Indivizual Clothing провели лекцию про апсайклинг с мастер-классом по кастомизации старой одежды. Наши сотрудники смогли изучить приемы, позволяющие продлить жизнь любимым вещам, а также креативно подойти к разбору гардероба.



ЧИСТЫЕ ИГРЫ

Летом 2023 года сотрудники офиса Melon Fashion Group приняли участие в командных соревнованиях по очистке территорий от мусора и разделению отходов «Чистые игры». В результате удалось очистить береговую линию Канонерского острова, собрав 30 мешков мусора, из которых 432 кг передали на переработку.



5.5.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

Мы коммерческая компания, бизнес – наша суть. Будучи крупнейшим работодателем и налогоплательщиком, мы осознаем свою ответственность перед обществом. Добиваясь коммерческих успехов, мы хотим помогать обществу и делать мир лучше.



«РАБОТА-І» И «ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ!»

В 2023 году программа сопровождаемого трудоустройства молодых людей с инвалидностью и выпускников детских домов и коррекционных школ, развиваемая ранее в Санкт-Петербурге вместе с социальным агентством «Работа-і», **расширила географическое присутствие.**

Для передачи опыта «Работа-і» в другие регионы был создан проект **«Всё получится!»**, задача которого – масштабировать практику сопровождаемого трудоустройства по всей стране через **рекрутеров рго-вопо волонтеров и социальную франшизу для региональных НКО.**

Для запуска проекта в Москве отобрали **33 рекрутеров**, которых обучили искать кандидатов с инвалидностью и сиротским опытом. Социальная франшиза построена на системной передаче инструментов технологии сопровождаемого трудоустройства и подключении социального франчайзи к экосистеме «Всё получится!». В 2023 году социальные франчайзи работали уже в **12 городах:** Сургут, Томск, Нижний Новгород, Смоленск, Астрахань, Саратов, Калуга, Краснодар, Челябинск, Архангельск, Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону.

Для участия в проекте было обучено **20 наставников** – директоров и менеджеров магазинов в Москве и других регионах, где внедрили социальную франшизу.

В результате 11 кандидатов смогли получить первый опыт работы в Москве.

Всего в проекте «Всё получится!» приняли участие **более 1000 кандидатов с инвалидностью и/или сиротским опытом** из Санкт-Петербурга, Краснодара, Сургута, Томска, Казани, Орла, Великого Новгорода, Смоленска, Калуги. Более 340 получили первый опыт работы. Из них **более 70** первый опыт работы получили в Melon Fashion Group.

На вакансии Melon Fashion Group в рамках проекта трудоустроились кандидаты из **11 регионов РФ:** Санкт-Петербург, Москва, ХМАО, Краснодарский край, Республика Татарстан, Орловская область, Томская область, Новгородская область, Вологодская область, Смоленская область, Калужская область.

В результате первого трудоустройства **4 человека стали штатными сотрудниками** в Melon Fashion Group: в Петербурге в офисе Melon Fashion Group и магазине ZARINA, в Краснодаре в sela и в Москве в магазине LOVE REPUBLIC.

Более 10 человек, получивших первый рабочий опыт в Melon Fashion Group, нашли работу на открытом рынке труда.



ПЕТЕРБУРГСКИЕ РОДИТЕЛИ

По доброй традиции в канун Нового года Melon Fashion Group внесла благотворительный взнос в фонд «Петербургские родители», чтобы дети, оставшиеся в больнице в новогоднюю ночь, могли получить дополнительный уход медсестер и сладкие подарки. В 2023 году компания увеличила сумму взноса.

РОЗОВЫЙ ОКТЯБРЬ

В октябре Melon Fashion Group присоединилась к международной акции «Розовый октябрь», став партнером спецпроекта Lamoda. В рамках просветительского месяца компания провела три онлайн-лекции с клиническим психологом и гинекологом-маммологом, посвященных коммуникации с близкими, если у них обнаружили рак, и самоподдержке, а также профилактике рака молочной железы и яичников. Посмотреть лекции могли все желающие, видеозаписи опубликованы в официальных соцсетях Melon Fashion Group. Lamoda провела широкую промокампанию.



МЭЛОН ТУТ РЯДОМ

В апреле Melon Fashion Group присоединилась к акции, посвященной всемирному месяцу информирования об аутизме, приняв участие в инклюзивном забеге фонда «Антон тут рядом». На финише мэлонцы получили медаль, созданную в инклюзивной столярной мастерской.

Компания также перечислила благотворительный взнос в рамках акции.



ПОДДЕРЖКА ПЕНСИОНЕРОВ

Корни Melon Fashion Group уходят в 19 век и неразрывно связаны с историей легендарной фабрики «Первомайская заря». Мы ценим и уважаем наших прародителей-первомайцев, кто стоял у истоков крупнейшего fashion-ритейлера.

В рамках развития корпоративного волонтерства компания провела акцию по развозке продуктовых наборов к новогоднему столу для 160 бабушек и дедушек. Более 60 мэлонцев вызвались доставить подарки от компании и брендов.

Помимо этого, в апреле прошла традиционная встреча ветеранов с музыкальным концертом и чаепитием. Тем, кто в силу здоровья или обстоятельств не смог присутствовать на встрече, мэлонцы привезли домой подарочные наборы первомайцев.

Компания продолжила выплачивать денежные пособия сотрудникам, отработавшим в «Первомайской заре», «Курте Келлерманне» и Melon Fashion Group более 20 лет. Размер выплат равен государственной пенсии. В 2023 году была также проведена индексация выплат.



ДНИ ДОНОРА

В 2023 году в штаб-квартире Melon Fashion Group прошло два «Дня донора».

Ежегодно количество доноров-волонтеров растет. В результате акции 180 мэлонцев пожертвовали более 80 литров крови Городской станции донорской крови. Помимо этого, в благотворительной акции приняли участие коллеги из московского офиса, самостоятельно организовав посещение местной станции донорской крови.

В рамках празднования Всемирного дня донора крови Городская станция переливания крови и Ресурсный центр по донорству наградили Melon Fashion Group за активное развитие программы корпоративного волонтерства и донорства.

180

МЭЛОНЦЕВ

пожертвовали более 80 литров крови
Городской станции донорской крови



6 РАЗДЕЛ

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ:

Во главе каждого департамента стоит сильный управленец, умеющий мотивировать и поддерживать команду, а также смотреть в будущее с оптимизмом. Тандем топ-менеджеров обеспечивает стабильное развитие Melon Fashion Group. В 2023 году в состав топ-менеджмента вошла Ольга Верц, директор бренда IDOL, ранее занимающая пост креативного директора ZARINA.



**АННА
МАЗУРИК**
ДИРЕКТОР БРЕНДА
ZARINA

**ТАТЬЯНА
БРЕДИХИНА**
ДИРЕКТОР БРЕНДА
Befree

**НАТАЛЬЯ
ПИЛЯВСКАЯ**
ДИРЕКТОР БРЕНДА
LOVE REPUBLIC

**АННА
МИЛАНОВИЧ**
ДИРЕКТОР БРЕНДА
sela

**ОЛЬГА
ВЕРЦ**
ДИРЕКТОР БРЕНДА
IDOL

**ЮЛИЯ
ШЕВКАЛЕНКО**
ДИРЕКТОР
ПО ИНФРАСТРУКТУРЕ

**НАТАЛИЯ
САМУТИЧЕВА**
ФИНАНСОВЫЙ
ДИРЕКТОР

**ИГОРЬ
МАЛЬТИНСКИЙ**
ДИРЕКТОР
ПО РАЗВИТИЮ

**ЕЛЕНА
БИЧЕВАЯ**
ДИРЕКТОР ПО ПЕРСОНАЛУ
И ОРГРАЗВИТИЮ

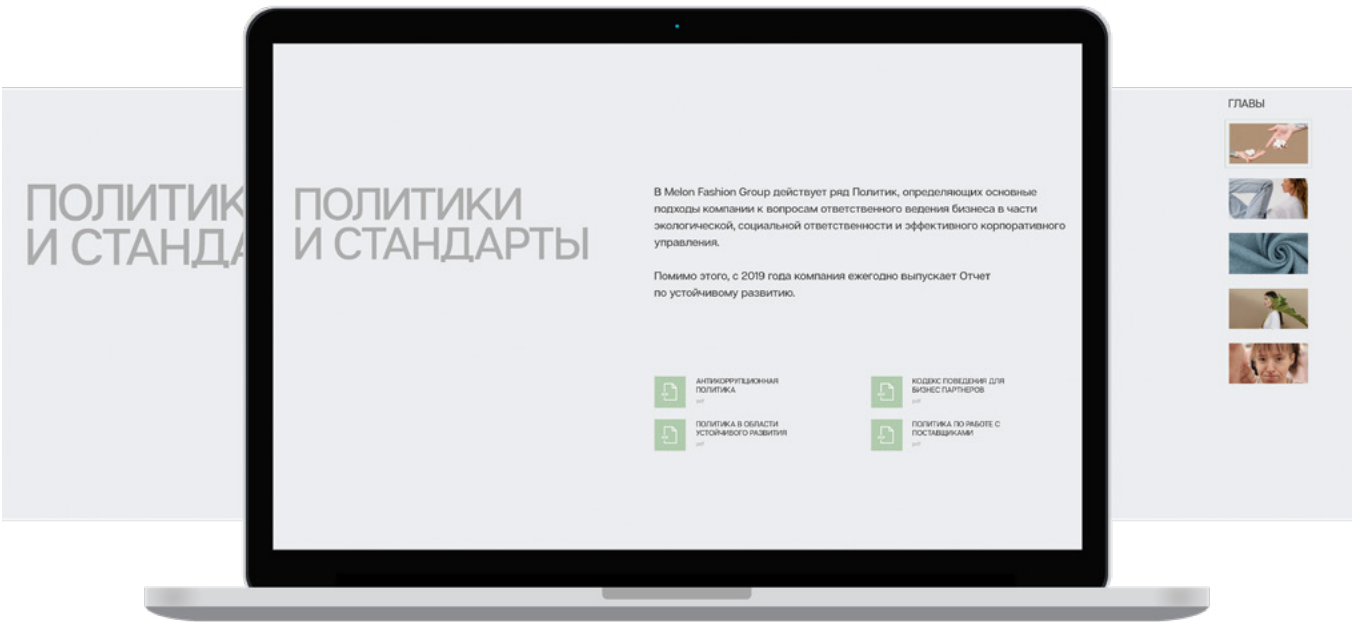
6.1.

БИЗНЕС-ЭТИКА И КОМПЛАЕНС

Как ответственная компания мы дорожим своей репутацией. Именно поэтому в основу ДНК Melon Fashion Group вошли доверие, этика и человечность, которые позволяют выстроить честные и крепкие взаимоотношения с акционерами, инвесторами, партнерами, сотрудниками, потребителями. Мы придерживаемся высоких стандартов ведения бизнеса и строго следим за соответствием нашей деятельности нормативным требованиям и правилам этики.

В работе с партнерами мы стремимся убедиться, что они, как и мы, придерживаются высоких стандартов ответственного бизнеса. При заключении договора о сотрудничестве юристы обязательно включают антикоррупционную оговорку. В 2023 году в компании не было зафиксировано подтвержденных коррупционных нарушений.

Мы также уделяем пристальное внимание принципам корпоративной деловой этики во всех сферах нашей деятельности. Принципы делового поведения подробно описаны в Кодексе этики, который находится в открытом доступе на официальном сайте компании в **разделе Sustainability**, а также на корпоративном портале.



Кодекс этики и делового поведения разработан в соответствии с требованиями законодательства, рекомендациями локальных и международных регуляторных органов стран присутствия Melon Fashion Group, нормами международного права и стандартами мировой деловой практики, а также другими нормативными документами. Помимо настоящего Кодекса в компании действуют внутренние нормативные документы, раскрывающие отдельные его положения.

ПРЯМАЯ ЛИНИЯ

Для сотрудников, партнеров, клиентов и иных заинтересованных лиц работает «Прямая линия» – единый 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 Kept (ex. KPMG), 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 2023 ГОДУ НА «ПРЯМУЮ ЛИНИЮ» ПОСТУПИЛО 15 ОБРАЩЕНИЙ ПО ТРУДОВЫМ ВОПРОСАМ.

КАЖДЫЙ ЗАПРОС ОПЕРАТИВНО ОТРАБАТЫВАЕТСЯ СЛУЖБОЙ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ.

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, включающий перечень рисков, их существенность, индикаторы риска, периодичность отслеживания, способы предупреждения и реагирования на риск.

6.2.

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ



За информационную безопасность Melon Fashion Group отвечают отдельные специалисты Департамента инфраструктуры, контролирующие соблюдение требований законодательства в области защиты персональных данных и информационной безопасности, а также обеспечивающие безопасность ИТ-инфраструктуры и сервисов компании.

В 2023 году сформировался отдел информационной безопасности, расширен штат сотрудников, что позволило усилить развитие проектов, связанных с обеспечением информационной безопасности. В 2023 году специалисты по информационной безопасности внедрили систему инцидент-менеджмента и установили дополнительные технические средства и шесть новых систем обеспечения информационной безопасности.

В компании действует Политика информационной безопасности, требования которой распространяются на всех сотрудников, а также прочих лиц, вовлеченных в бизнес-процессы компании или имеющих доступ к информации или информационным системам Melon Fashion Group.

Также запущен обязательный курс по информационной безопасности, который прошли все работающие сотрудники, а также новички. Благодаря его внедрению все сотрудники ознакомились с Политикой по информационной безопасности.

ЗАЩИТА ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Компания и ее сотрудники соблюдают все релевантные законы и правила по защите персональных данных. Принимаются все необходимые технические и организационные меры для обеспечения конфиденциальности и целостности персональных данных сотрудников и покупателей брендов.

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

Осознавая важность защиты персональных данных наших покупателей и участников программ лояльности, мы работаем над защитой серверов интернет-магазинов брендов от несанкционированного доступа. Данные передаются по защищенному протоколу SSL.



6.3.

ОТВЕТСТВЕННАЯ ЦЕПОЧКА ПОСТАВОК



Для эффективной реализации ESG-стратегии Melon Fashion Group мы уделяем пристальное внимание работе с поставщиками, мониторингу производств продукции брендов ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC, sela и IDOL.

Данная часть цепочки поставок оказывает наибольшее влияние на окружающую среду и требует дополнительного контроля с нашей стороны.

На старте сотрудничества с поставщиками мы знакомим их с нашими ценностями и принципами работы с целью выстраивания долгосрочного партнерства. Проект по развитию устойчивой цепочки поставок является важной частью ESG-стратегии Melon Fashion Group и важной частью работы над устойчивостью бизнес-процессов компании.

Подробная информация про критерии выбора поставщиков в Melon Fashion Group представлена на официальном сайте компании в разделе Sustainability, главе [Политики и стандарты](#).

6.4.1.

ПОДХОД
К УПРАВЛЕНИЮ.
ПРИНЦИПЫ

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

В 2023 году бренды Melon Fashion Group внедряли в производство своих коллекций натуральные, экологически чистые и переработанные материалы, способствующие уменьшению негативного воздействия на окружающую среду. Также увеличилось количество фабрик с контролем управления отходами, более эффективным использованием энергии, экономным потреблением воды. Так, для производства денима Melon Fashion Group сотрудничает с фабриками, использующими оборудование Jeanologia и Tonello, позволяющее создавать принты и потертости с помощью лазера, а стирку изделий производить с минимальным количеством воды или вовсе без нее – с использованием озона. На некоторых производствах уже установлены солнечные батареи, многоуровневые системы очистки сточных вод, а также построены водоочистные сооружения для циркуляции воды.

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

Melon Fashion Group контролирует соблюдение условий труда на фабриках поставщиков. Все поставщики компании принимают и подписывают Кодекс поведения для бизнес-партнеров. Помимо этого, проводятся регулярные этические аудиты фабрик крупнейших поставщиков. Помимо проверки документации и оснащения фабрики команда аудиторов проводит интервью с работниками фабрик разных возрастов, пола и должностей. Во время беседы с сотрудниками индивидуально и в группах уточняются вопросы об условиях работы, трудовом стаже на аудируемом предприятии, своевременной выплате заработной платы, проведении тренингов по технике и пожарной безопасности. Также проверяется отсутствие дискриминации, коррупции и детского труда. Специалисты Группы устойчивого развития Melon Fashion Group проводят тренинги для сотрудников крупнейших поставщиков и фабрик с целью совершенствования социально-экологических практик.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Во избежание рисков Melon Fashion Group диверсифицирует заказы у поставщиков. Компания осуществляет контроль оснащения фабрик и качества отгружаемых коллекций. Также вся продукция брендов ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC, sela и IDOL проходит обязательную сертификацию по требованию законодательства.

В 2023 году руководитель направления устойчивого развития и руководитель проекта по развитию устойчивой цепочки поставок Melon Fashion Group проводили ряд семинаров для команд отдела создания продукта ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC, sela и IDOL для детального погружения сотрудников в критерии оценок по этическому аудиту, мониторинг фабрик и соблюдение алгоритма Melon Fashion Group по работе с фабриками. Также реализовали ряд задач, направленных на автоматизацию работы по мониторингу фабрик: с помощью доработок 1С удалось улучшить обработку данных о производствах, сделать отчет по фабрикам более доступным для различного функционала сотрудников (менеджеров по качеству, менеджеров по работе с поставщиками, специалистов по развитию производства и закупок).

В 2023 году выпустили «Принципы устойчивого развития для бизнес-партнеров», ставшие основой для семинаров поставщиков в офлайн- и онлайн-формате. Обучение нацелено не только на освоение принципов устойчивого развития партнерами Melon Fashion Group, но и на передачу этих принципов по всей цепочке поставок.

НАШИ ПРИНЦИПЫ



КОМПЛАЕНС

- справедливая оплата труда и избежание дискриминации, детского и принудительного труда;
- безопасное, гигиеничное и здоровое рабочее место;
- прослеживаемые и прозрачные производственные процессы.

ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА

- внимание к каждому этапу производства;
- соблюдение санитарных и технических требований и всех других применимых норм;
- контроль качества.

ЗАЩИТА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

- продвижение осознанного способа производства товаров и переработки отходов;
- гуманное обращение с животными;
- меры по сохранению питьевой воды;
- отсутствие использования в производстве запрещенных и опасных химических веществ.

6.4.2.

ПРОЗРАЧНОСТЬ И ПРОСЛЕЖИВАЕМОСТЬ.
КОНТРОЛЬ ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ НОРМ



Для достижения цели по увеличению доли продукции, произведенной на фабриках с этическим аудитом, Melon Fashion Group наращивает количество проверок производственных площадок. В случае выявления недочетов предоставляется план корректирующих действий. После компания запрашивает у фабрик отчеты по устранению недочетов, выявленных в ходе аудитов.

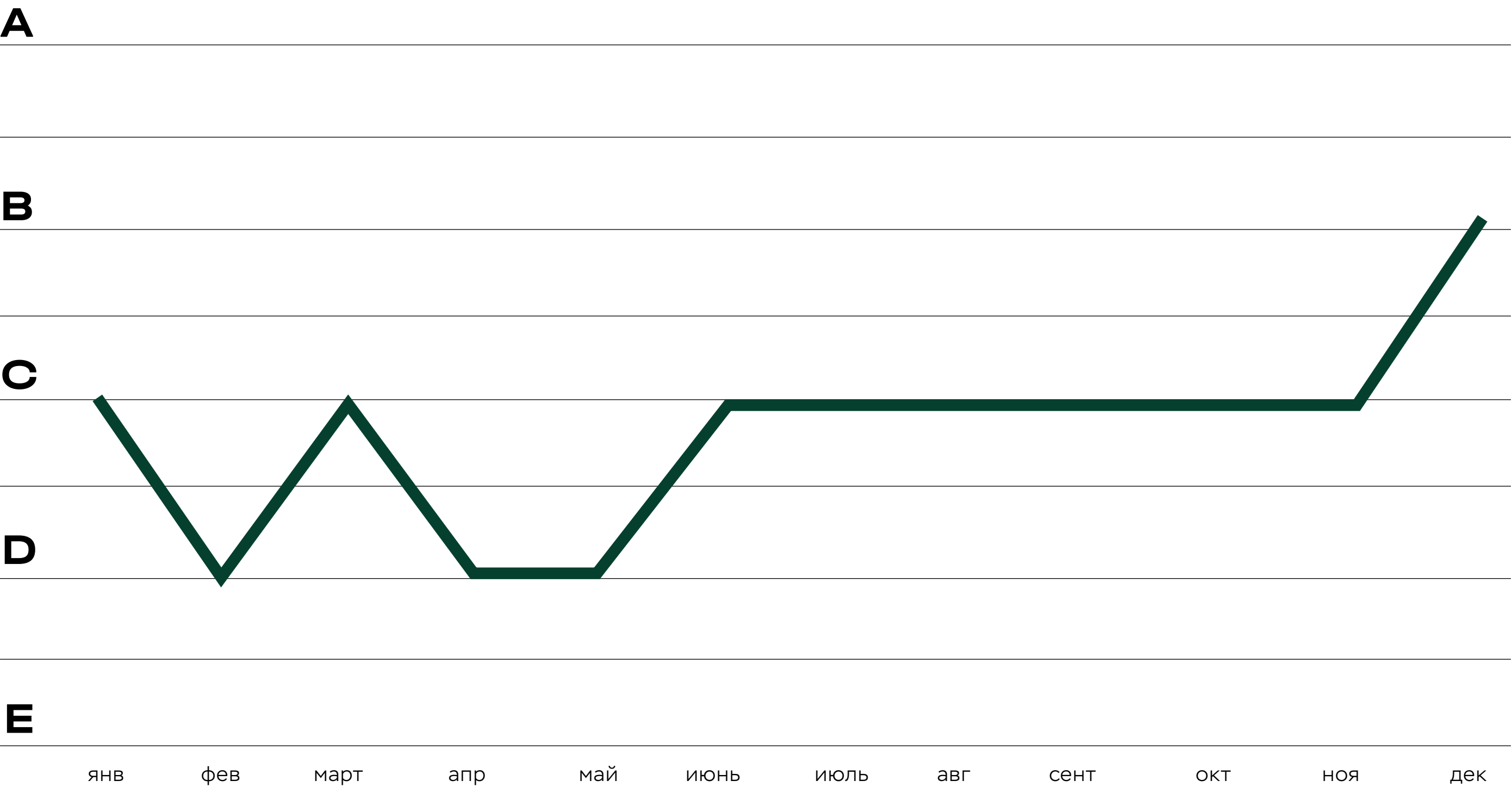
По результатам 2023 года удалось расширить географию проведения аудитов, добавив для проверки фабрики Индии.



СРЕДНЯЯ ОЦЕНКА — С ПО ЭТИЧЕСКИМ АУДИТАМ

В 2023 году этический аудит проводился как аутсорсинговыми компаниями, так и аккредитованными сотрудниками Melon Fashion Group. Шкала оценок по этическим аудитам компании соответствует международно принятым значениям от **А до Е**, где А – это наивысшая оценка, Е – неприемлемый уровень. Средняя оценка фабрик, прошедших этический аудит в 2023 году, **равна С**.

Melon Fashion Group также принимает отчеты об аудитах международных организаций **WRAP, Sedex, Amfori**, проведенных на производствах. По истечении срока аудита, проведенного сторонними компаниями, мы запрашиваем обновленный отчет с результатами аудита и фиксируем результаты во внутренней системе.





**СИЛЬНЫЕ
СТОРОНЫ
ПРОВЕРЕННЫХ
ФАБРИК**

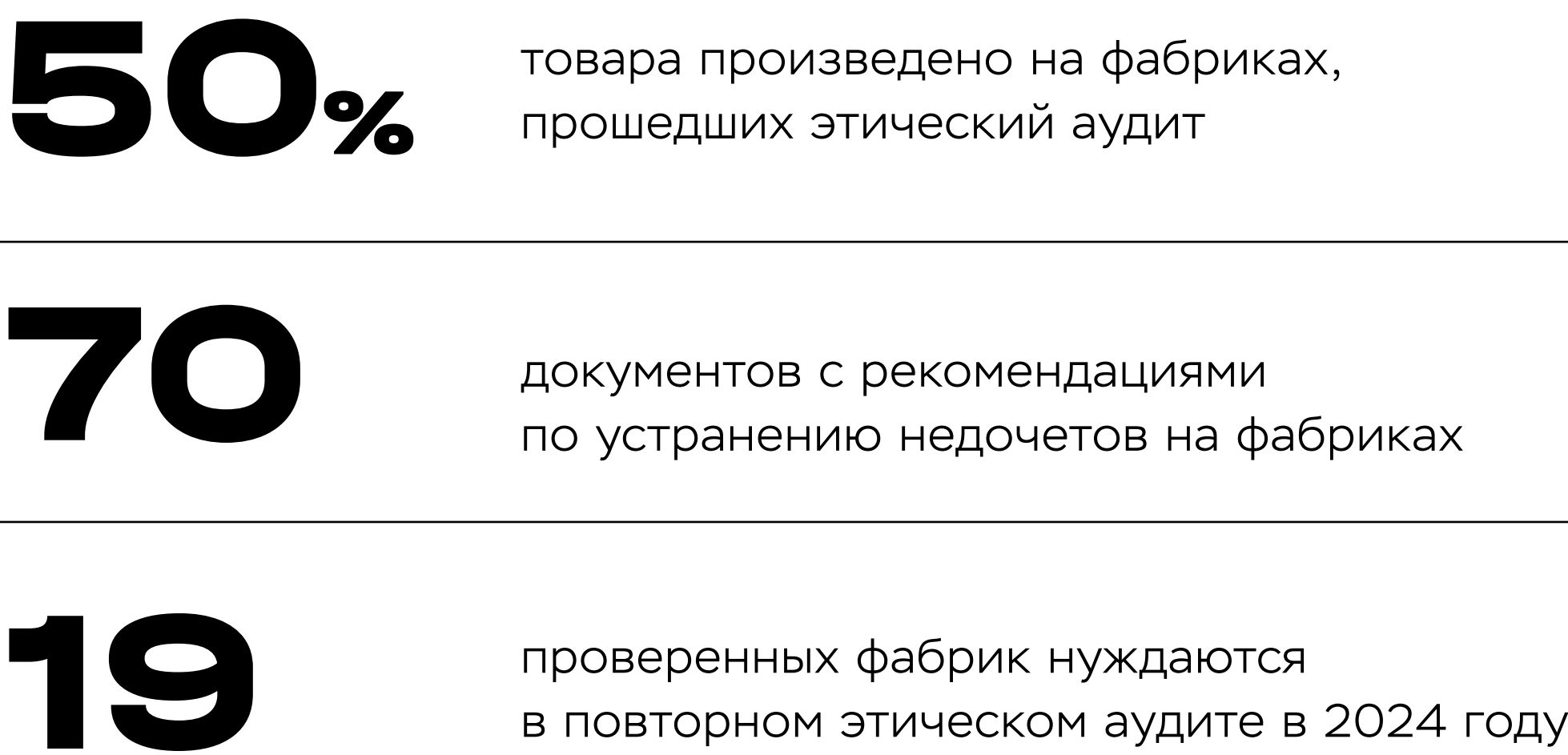
Официальное трудоустройство со своевременными выплатами, пожарная безопасность, забота о здоровье работников, отсутствие детского труда и дискриминации, готовность менеджмента исправлять выявленные недочеты на фабрике. 6% проверенных фабрик используют оборудование для энерго- и водосбережения, а также очистные сооружения для воды перед выбросом в канализацию и отстойники для дальнейшего использования в производстве.

**СЛАБЫЕ
СТОРОНЫ
ПРОВЕРЕННЫХ
ФАБРИК**

Недостаточный мониторинг энергопотребления и выбросов в атмосферу, отслеживание уровня шума, низкий уровень управления отходами, недостаточное количество тренингов по заботе об окружающей среде.

6.4.3.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА 2023



С МОМЕНТА ПРИНЯТИЯ ESG-СТРАТЕГИИ MELON FASHION GROUP ЦЕЛИ ПО ПРОЕКТУ УСТОЙЧИВОЙ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК ПЛАНОМЕРНО ДОСТИГАЮТСЯ. КОМПАНИЯ УВЕЛИЧИВАЕТ КОЛИЧЕСТВО СОЦИАЛЬНО-ЭКОЛОГИЧЕСКИХ АУДИТОВ, СОВЕРШЕНСТВУЕТ СИСТЕМУ МОНИТОРИНГА ПРОИЗВОДСТВ.



6.4.4.

ПЛАНЫ ПО ПРОЕКТУ 2024

В 2024 ГОДУ СФОКУСИРУЕМСЯ НА ОБУЧЕНИИ ПОСТАВЩИКОВ ПРИНЦИПАМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ MELON FASHION GROUP. ЗАПЛАНИРОВАНЫ ТРЕНИНГИ ДЛЯ ВСЕХ КЛЮЧЕВЫХ ПАРТНЕРОВ. ПОМИМО ЭТОГО КОМПАНИЯ БУДЕТ ПРОДОЛЖАТЬ РАСШИРЯТЬ ГЕОГРАФИЮ АУДИТОВ И УВЕЛИЧИВАТЬ КОЛИЧЕСТВО ЭТИЧЕСКИХ АУДИТОВ НА ФАБРИКАХ В РАМКАХ ПРОЕКТА ПО РАЗВИТИЮ УСТОЙЧИВОЙ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК.

7 РАЗДЕЛ

ПЛАНЫ НА 2024 ГОД



MELON FASHION GROUP ПРОДОЛЖИТ ПЛАНОМЕРНУЮ РАБОТУ В СФЕРЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ, УДЕЛИВ ВНИМАНИЕ:



01	Повышению уровню знаний поставщиков в сфере устойчивого развития;	04	Развитию профильных программ обучения для сотрудников в области устойчивого развития;
02	Увеличению доли продукции, произведенной на фабриках, прошедших этический аудит;	05	Расширению программы по сбору одежды в магазинах брендов компании;
03	Внедрению экологических решений в упаковке и в производстве продукта;	06	Информированию покупателей о различных аспектах устойчивого развития, вовлечению их в экологические и социальные инициативы брендов;
		07	Развитию программы корпоративного волонтерства.

8 РАЗДЕЛ

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 покупателями, сотрудниками, поставщиками и другими заинтересованными сторонами.

Подготовкой отчета в области устойчивого развития, в том числе сбором нефинансовых данных, а также его публикацией, занимается HR департамент Melon Fashion Group.

Компания ежегодно выпускает отчеты об устойчивом развитии. Предыдущий Отчет по устойчивому развитию опубликован 7 сентября 2023 года.

Настоящий Отчет охватывает календарный год с 1 января 2023 года по 31 декабря 2023 года.

Количественные данные приведены на конец года. При подготовке Отчета использовались практики лидеров рынка, международные стандарты и руководства, в том числе GRI и ЦУР ООН.

Дополнительная информация о деятельности Melon Fashion Group и брендов представлена в Годовом отчете за 2023 год, опубликованном на официальном сайте melonfashion.ru в разделе «Акционерам и инвесторам».

8.2.

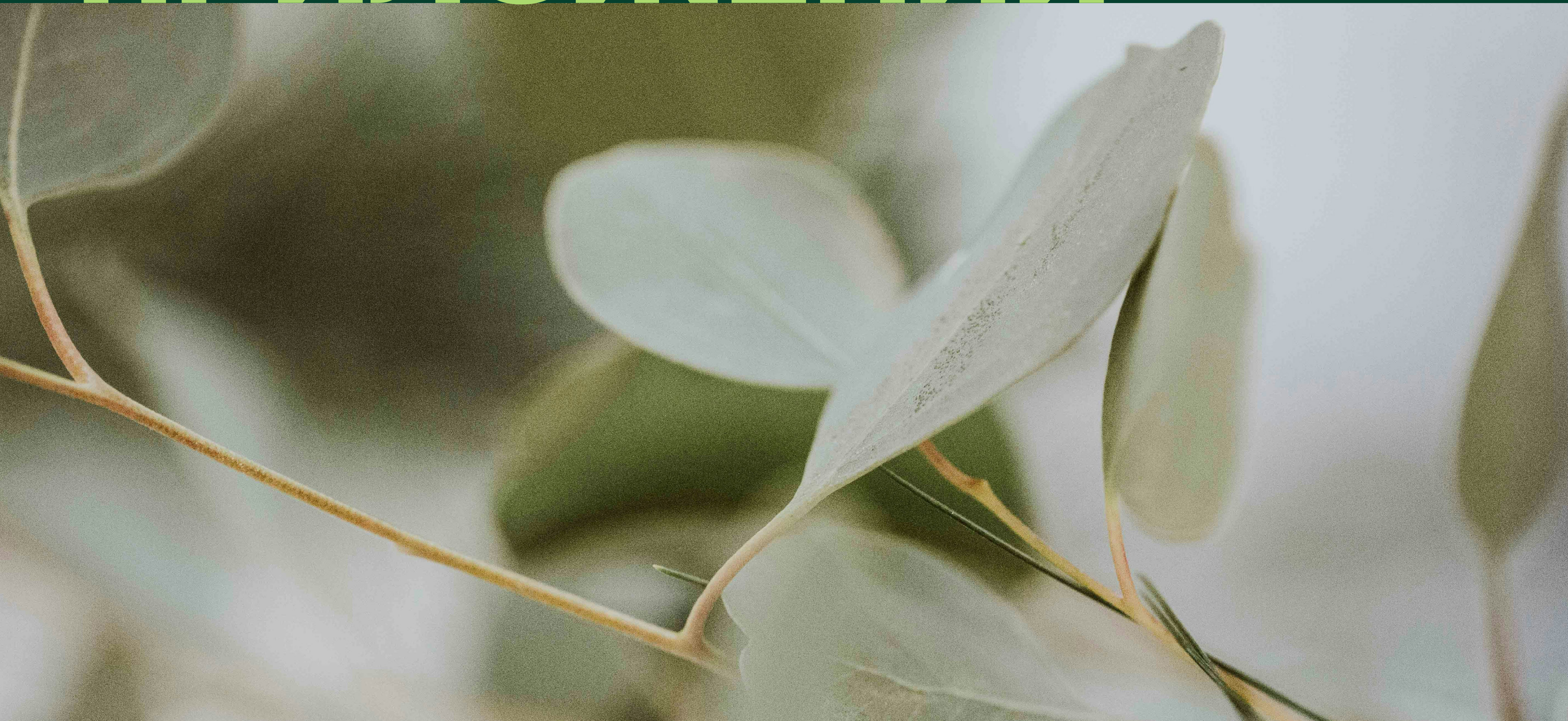
ГРАНИЦЫ ОТЧЕТА

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

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

9 РАЗДЕЛ

ПРИЛОЖЕНИЯ



9.1.

РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ЗА ОТЧЕТНЫЙ ПЕРИОД


Численность сотрудников с разбивкой по полу и возрасту¹


	2020	2021	2022	2023
Общее число сотрудников на конец отчетного периода	5 467	5 607	6 934	8 522
Пол				
Женщины	5 094	5 197	6 383	7 735
Мужчины	373	410	551	787
Возраст				
Младше 30 лет	3 723	3 751	4 851	6 083
30-50 лет	1 679	1 791	2 004	2 350
Старше 50 лет	65	65	79	89

¹ * 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 2023 ГОДУ		РАЗДЕЛ ОТЧЕТА 	
КЛЮЧЕВЫЕ ЦУР ООН					
ЦУР 8 – ДОСТОЙНАЯ РАБОТА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ					
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.		<ul style="list-style-type: none">• Организация коучинг-сессий для сотрудников офиса• Проведение обучения для сотрудников офиса и магазинов		Содействие профессиональному развитию	
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.		<ul style="list-style-type: none">• Создание инклюзивной рабочей среды• Развитие проекта по сопровождаемому трудоустройству		Социальные проекты и благотворительность	
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.		<ul style="list-style-type: none">• Соблюдение законодательства в области охраны труда• Контроль за условиями труда на предприятиях ключевых фабрик-поставщиков		Комфортные условия труда и благополучие Контроль за условиями труда и соблюдением экологических требований	

ЗАДАЧА	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ В 2023 ГОДУ	РАЗДЕЛ ОТЧЕТА 
ЦУР 12 – ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО		
12.5. К 2030 году существенно уменьшить объем отходов путем принятия мер по предотвращению их образования, их сокращению, переработке и повторному использованию	<ul style="list-style-type: none">Реализация проекта «Зеленый офис» по сбору вторсырья в офисеЗапуск проекта по сбору пластиковой упаковки и картона на складе компании «Уткина заводь»	Управление отходами и упаковка
ЦУР 13 – БОРЬБА С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА		
13.2. Включить меры реагирования на изменение климата в политику, стратегии и планирование на национальном уровне.	<ul style="list-style-type: none">Переход на более энергоэффективные решения в магазинахПроведение оценки выбросов парниковых газов	Энергоэффективность и снижение выбросов парниковых газов
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	<ul style="list-style-type: none">Проведение брендами Melon Fashion Group эко-просветительских акций	Распространение принципов осознанного потребления и вовлечение в социальные инициативы

ЗАДАЧА	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ В 2023 ГОДУ	РАЗДЕЛ ОТЧЕТА 
КОСВЕННЫЕ ЦУР ООН		
ЦУР 3 – ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ		
3.4. К 2030 году уменьшить на треть преждевременную смертность от неинфекционных заболеваний посредством профилактики и лечения и поддержания психического здоровья и благополучия.	<ul style="list-style-type: none">Оказание медицинской помощи сотрудникам, в том числе организация приема врача в офисеПредоставление сотрудникам офиса и членам их семей доступа в корпоративных спортивный зал	Комфортные условия труда и благополучие
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.	<ul style="list-style-type: none">Предоставление ДМС отдельным категориям сотрудников	Комфортные условия труда и благополучие
ЦУР 9 – ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ, ИННОВАЦИИ И ИНФРАСТРУКТУРА		
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	<ul style="list-style-type: none">Экологические аудиты поставщиков и подготовка планов действий по устранению выявленных нарушений	Контроль за условиями труда и соблюдением экологических требований

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.

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 2023 года по 31 декабря 2023 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 2022 календарный год, руководствуясь 5-й главой GHG Protocol. Данные за 2021 год взяты из Отчета по устойчивому развитию за 2022 год.

Суммарный и удельные объемы, представленные в отчете, рассчитывались на основе расчета прямых (Score 1) и косвенных (Score 2) выбросов парниковых газов. Общее валовое увеличение выбросов (Score 1 + Score 2) связано с увеличением выбросов по Score 2 – увеличение энерго- и теплотребления ввиду роста сети MFG.

Результаты расчета приведены ниже:

ОБЪЕМ ПРЯМЫХ ВЫБРОСОВ MELON FASHION GROUP (SCOPE 1)	2020	2021	2022	2023
Всего прямых выбросов, тонн CO ₂ -экв.	126,8	120,6	139,2	140,1
Холодильные установки, тонн CO ₂ -экв.	99,7	90	107,2	109,4
Мобильное сжигание топлива, тонн CO ₂ -экв.	27	30,6	32	30,7
ОБЪЕМ КОСВЕННЫХ ВЫБРОСОВ MELON FASHION GROUP (SCOPE 2)				
Всего косвенных энергетических выбросов, тонн CO ₂ -экв.	14 172,2	19 955,2	19 454,1	24 544,4
Электропотребление, тонн CO ₂ -экв.	63 32,9	10 808,3	9 049,1	11 109,4
Теплопотребление, тонн CO ₂ -экв.	7 839,2	9 146,8	10 405	13 435
СУММАРНЫЙ ОБЪЕМ ВЫБРОСОВ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ ¹ (SCOPE 1 + SCOPE 2)				
Суммарный объем выбросов, тонн CO2-экв.	14 299	20 075,8	19 593,4	24 684,6

*Данные по блоку «Выбросы парниковых газов» рассчитаны на основе данных для офисов и магазинов АО «Мэлон Фэшн Груп» на территории России.
**Выбросы парниковых газов, связанных с потреблением электроэнергии за 2020-2022, были пересчитаны в связи с уточнением коэффициентов.

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

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