

2024

ОТЧЕТ
ПО УСТОЙЧИВОМУ
РАЗВИТИЮ

MELON
FASHION GROUP

ZARINA Befree LOVE REPUBLIC **sela.** IDOL

ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА	3	4. ЗАБОТА О СОТРУДНИКАХ	50
1. МЫ — MELON FASHION GROUP	5	4.1. Участие в рейтингах и индексах	51
1.1. Деятельность компании	6	4.2. Комфортные условия труда и благополучие сотрудников	52
1.2. Ключевые показатели: 2024 год в цифрах	7	4.3. Привлечение молодых специалистов	54
1.3. Наши бренды	8	Содействие профессиональному развитию	
1.4. Философия Melon Fashion Group	14	Обучение	
		Обучение в области устойчивого развития	
2. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ MELON FASHION GROUP	18	4.4. Социальные проекты и благотворительность	57
2.1. Наш путь в устойчивом развитии	19	Сопровождаемое трудоустройство	
2.2. Подход к управлению устойчивым развитием	20	Корпоративное волонтерство	
2.3. ESG-стратегия	22	Благотворительность	
2.4. Документы	24		
2.5. Результаты MFG в области устойчивого развития в 2024 году	25	5. КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ	60
2.6. Раздельный сбор отходов в офисе и на складе	26	5.1. Топ-менеджмент	61
2.7. Экологические акции в офисе	28	5.2. Бизнес-этика и комплаенс	62
2.8. Диджитализация: ЭДО и КЭДО	29	5.3. Информационная безопасность	63
		5.4. Ответственная цепочка поставок	64
3. ЗАБОТА О ПОКУПАТЕЛЯХ	30	6. ПЛАНЫ НА 2025 ГОД	67
3.1. Экологизация и комфортная среда магазинов	31		
Переход на светодиодное освещение		7. ОБ ОТЧЕТЕ	69
Контроль выбросов парниковых газов			
3.2. Распространение принципов осознанного потребления и вовлечение в социальные инициативы	37	8. ПРИЛОЖЕНИЯ	71
Сбор одежды в магазинах		8.1. Численность сотрудников MFG с разбивкой по полу и возрасту	72
Обязательства по РОП		8.2. ЦУР ООН, релевантные для Melon Fashion Group	73
Отказ от чеков и пакетов		8.3. Вклад Melon Fashion Group в релевантные ЦУР ООН	74
Продукт		8.4. Методология расчета выбросов парниковых газов	77
Работа над упаковкой			
Благотворительные и социальные проекты брендов		9. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	79
3.3. Этичный и ответственный маркетинг	49		

ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

МИХАИЛА
УРЖУМЦЕВА

Дорогие друзья!

За последние годы российский fashion-рынок пережил сложную, а вместе с тем уникальную и никогда не виданную трансформацию, похожую на перерождение. Нам буквально пришлось строить индустрию с нуля в условиях неопределенности. И все ретейлеры прошли эту сложнейшую дистанцию с достоинством. Препродаю перед каждым, кто смог выстоять. Но теперь фокус с бурного роста и освоения сместился в сторону разумного расширения и укрепления позиций. Мы пришли к мудрости и зрелости.

Мудрость — это всегда про осмысление прошлого и умение применить свой опыт в будущем. Учитывая бешеную гонку последних лет, Мэлон продолжал уделять пристальное внимание устойчивому развитию — ведь именно в устойчивости формируется крепкий фундамент прибыльного и успешного бизнеса.



В 2024 году Мэлон показал рост всех ключевых финансовых показателей, закрепив позиции лидера на рынке России, что дает стимул смотреть в будущее с надеждой и оптимизмом. Несмотря на геополитическую обстановку, сбои в цепочках поставок, сложности в финансовых расчетах с поставщиками, а вместе с этим и сложные экономические условия, важно идти вперед и искать инновации, решения, выходы даже в самых непредсказуемых ситуациях.

Уже шесть лет мы регулярно отчитываемся об устойчивом развитии, рассказывая, что сделала компания, ее бренды, что у нас получилось, а что требует более тщательного внимания, как реализуется ESG-стратегия, о которой мы публично объявили в 2022 году. Быть открытыми и честными – наша отличительная черта. Возможно, все происходит не так быстро, как хотелось. Но настойчивость и принцип «маленьких шагов» позволяют регулярно фиксировать прогресс в достижении поставленных целей как в экологичной, так и в социальной повестке, а также планомерно развивать наше корпоративное управление. Получение золотого статуса от Forbes в 2024 году, основанного на ESG-анализе компании, подтверждает наши стремления.

Учитывая события последних лет, наш фокус на эффективности и устойчивости бизнеса, могу смело сказать, что мы трансформировались в человекоцентричную компанию, где все внимание направлено на покупателей, сотрудников, поставщиков – они наша движущая сила, рупор здравого смысла, источник вдохновения. Наша задача – слышать и слушать каждого, чтобы на основе их обратной связи строить компанию будущего, подпитывая это своей экспертизой и духом стартапа.

В завершение своего письма хочу традиционно поблагодарить самую лучшую в мире команду – каждого мэлонца, кто несет творчество, идеи, инновации, знания, трудолюбие и любовь к своему делу сквозь каждый процесс. Вместе мы продолжим развивать индустрию, предлагая качественный продукт, который сделает жизнь людей лучше: и покупателей, которые приобретают наши коллекции, и сотрудников, которые работают над этим, и поставщиков, которые отшивают вещи, соблюдая все этические нормы. Вместе мы создаем fashion-наследие России, которым будем гордиться мы и следующие поколения. В этом наша особенность.

С верой в светлое будущее

Ваш ММ



1 РАЗДЕЛ

МЫ — MELON FASHION GROUP

1.1.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ

Melon Fashion Group — один из лидеров российского fashion-ритейла. Компания владеет и управляет брендами ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC, SELA и IDOL. Деятельность бизнеса выстроена на разработке дизайна коллекций, поиске поставщиков и логистических маршрутов, а также распределении по каналам продаж и продвижении брендов и коллекций.

Melon Fashion Group — это широкий портфель брендов, каждый из которых обладает уникальной концепцией и ДНК, что позволяет удовлетворять потребности в красивой и качественной одежде разных аудиторий.



SUSTAINABILITY REPORT



1.2.

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ: 2024 ГОД В ЦИФРАХ



НАШИ БРЕНДЫ

ZARINA

Ценности бренда

СТИЛЬ. СМЫСЛ. СИЛА.

Концепция бренда

СОВРЕМЕННЫЙ СТИЛЬНЫЙ ГАРДЕРОБ
НА КАЖДЫЙ ДЕНЬ ДЛЯ ЖЕНЩИН И МУЖЧИН
ПО ДОСТУПНЫМ ЦЕНАМ.

Бренд продвигает через свои коллекции, спецпроекты, коллаборации и коммуникации инициативы, направленные на саморазвитие и достижение внутренней гармонии, охватывая разные области: культуру, благотворительность, спорт, чтение художественной литературы и другие вдохновляющие темы, чтобы объединять сообщество равнодушных и делать моду со смыслом.



Befree

Ценности бренда

МОДА. ИНКЛЮЗИВНОСТЬ. ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ.
НАПРАВЛЕННОСТЬ В БУДУЩЕЕ.

Концепция бренда

ФАСТ ФЭШН БРЕНД, МАНИФЕСТИРУЮЩИЙ
МОЛОДОСТЬ, СВОБОДУ И ТВОРЧЕСТВО.

Устойчивое развитие — один из стратегических приоритетов и ценностей бренда, которыми пронизано все — от разработки и создания коллекций для покупателей с разными типами фигур и потребностями до коммуникаций с аудиторией для построения мирного инклюзивного сообщества.



LOVE REPUBLIC

Ценности бренда

ЖЕНСКАЯ ЭНЕРГИЯ. АМБИЦИИ.
УВЕРЕННОСТЬ. ГЕДОНИЗМ.

Концепция бренда

КОСМОПОЛИТИЧНЫЙ БРЕНД ЖЕНОКОЙ
ОДЕЖДЫ, ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ.

LOVE REPUBLIC через свои ценности, продукт, эстетику и коммуникации транслирует своим покупательницам любовь и заботу о себе и об окружающем мире.



sela.

Ценности бренда

СЕМЬЯ. ЗАБОТА. КОМФОРТ.

Концепция бренда

LIFESTYLE-БРЕНД ДЛЯ ВСЕЙ СЕМЬИ.

Семейный бренд объединяет вокруг устойчивого развития мам, пап и детей всех возрастов, вовлекая их в разнообразные спецпроекты, экологические инициативы, а также развитие городской среды для комфорта всей семьи.



ÍDOL

Ценности бренда

ЭНЕРГИЯ. ЛИДЕРСТВО.
УСПЕХ. ВИТАЛЬНОСТЬ.

Концепция бренда

ПРЕМИУМ SMART-CASUAL ГАРДЕРОБ.

Бренд, вдохновленный энергией и духом больших городов, динамичным образом жизни и людьми, которые стремятся к успеху и мотивируют других добиваться большего, верить в себя и выбирать качественную одежду, которая поддерживает их начинания и уверенность в себе.



1.4.

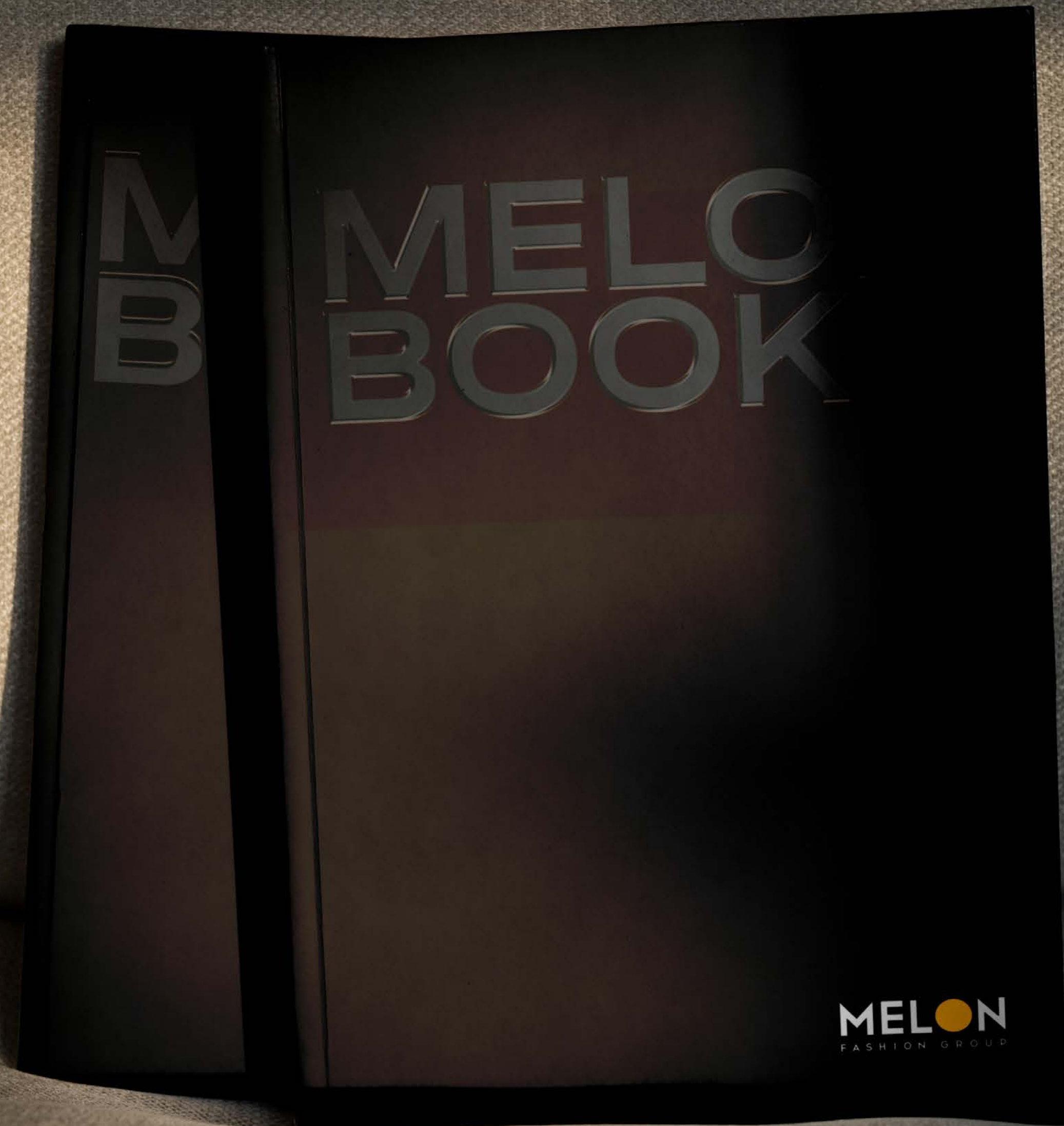
ФИЛОСОФИЯ MELON FASHION GROUP

МЫ СОЗДАЕМ FASHION-НАСЛЕДИЕ РОССИИ

В компании действует Melon Book – сборник наших фундаментальных ценностей и смыслов, ДНК компании и ее сотрудников, культы, в которые неизменно верим и которые разделяем всей командой. Мы искренне верим, что наша философия и подходы к любимому делу ведут нас к успеху. И компанию, и каждого отдельно взятого человека.

НАШЕ ВИДЕНИЕ БУДУЩЕГО — ХОРОШО ОДЕТАЯ РОССИЯ.

НАША МИССИЯ — СОЗДАНИЕ И РАЗВИТИЕ УНИКАЛЬНЫХ БРЕНДОВ НА ЛЮБОЙ СЛУЧАЙ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА, НАЧИНАЯ С ЕГО РОЖДЕНИЯ.



БЫТЬ

лучшими для покупателей: предлагаем разнообразные бренды на все случаи жизни с максимально удобной доступностью в офлайне и онлайн.

лучшим работодателем: вдохновляющая корпоративная культура и мотивация.

лучшей инвестицией:
эффективный и прозрачный бизнес.

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.

**ДЛЯ НАС КАК ДЛЯ ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНОЙ КОМПАНИИ
ОСОЗНАННЫЙ ПОДХОД К МОДЕ — КЛЮЧЕВОЙ ФОКУС
НАШЕЙ УСТОЙЧИВОСТИ И В РАБОТЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ,
И ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯХ С ПОСТАВЩИКАМИ,
И В РАЗНООБРАЗИИ ВЫБОРА ДЛЯ УДОБСТВА ПОКУПАТЕЛЕЙ.**

2 РАЗДЕЛ

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ MELON FASHION GROUP

2.1.

НАШ ПУТЬ
В УСТОЙЧИВОМ
РАЗВИТИИ



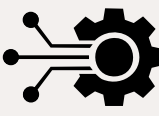
01

Более 10 лет компания развивала и поддерживала различные социальные и благотворительные проекты.



02

В 2019 году к ценностям компании добавился культ осознанности как важный ориентир устойчивости бизнеса.



03

В 2021 году пришли к пониманию необходимости системного подхода.



04

В 2021 году провели анализ рынка, аудит устойчивых практик компании, изучили стандарты нефинансовой отчетности и требования рейтинговых агентств.

ESG

05

В 2022 году первыми среди fashion-ритейлеров России представили ESG-стратегию.



06

К 2023 году сформировали Политики и Стандарты, запустили сайт об устойчивом развитии компании, определили критерии устойчивого продукта, продвигали ESG-стратегию вовне.



07

В 2024 году фокусировались на постоянных улучшениях и формировании информационно-просветительского фундамента для сотрудников и покупателей.

2.2.

ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ

В основе деятельности Melon Fashion Group в области устойчивого развития лежит принятая в 2022 году ESG-стратегия.

За агрегацию инициатив и общую координацию деятельности департаментов и брендов компании в части реализации ESG-стратегии, планирование и разработку инициатив в области устойчивого развития, выработку рекомендаций для департаментов и коммуникацию со всеми сторонними партнерами по вопросам устойчивого развития компании отвечает менеджер по устойчивому развитию, входящий в состав HR департамента.

Для оперативной и гибкой реализации задач в рамках ESG-стратегии работает группа корпоративных амбассадоров, в которую входят представители всех департаментов и брендов компании. Среди амбассадоров есть и линейные сотрудники, и руководители среднего звена, и директора отделов, и топ-менеджмент.

В ЧИСЛЕ ЗАДАЧ АМБАССАДОРОВ:



СБОР И АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИИ В СВОЕМ БРЕНДЕ И ДЕПАРТАМЕНТЕ.



АКТИВНОЕ УЧАСТИЕ В РЕАЛИЗАЦИИ ESG-ПРОЕКТОВ СВОЕГО БРЕНДА И ДЕПАРТАМЕНТА В КАЧЕСТВЕ ПРОЕКТ-МЕНЕДЖЕРА.



ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ВНЕДРЕНИЕ ESG-ИНИЦИАТИВ.



ПОИСК, ПРОДВИЖЕНИЕ И ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ESG-ПРИНЦИПОВ И ИНФОРМАЦИИ ВНУТРИ СВОЕГО ДЕПАРТАМЕНТА, СРЕДИ СОТРУДНИКОВ И ПОКУПАТЕЛЕЙ MELON FASHION GROUP ЧЕРЕЗ РАЗЛИЧНЫЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ.



АКТИВНОЕ УЧАСТИЕ В КАЧЕСТВЕ СПИКЕРОВ, ЭКСПЕРТОВ И ОРГАНИЗАТОРОВ ВО ВНУТРЕННИХ И ВНЕШНИХ МЕРОПРИЯТИЯХ, ПОСВЯЩЕННЫХ УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ.



На ежеквартальных встречах участники обсуждают результаты продвижения ESG-повестки, а также обмениваются опытом по внедрению устойчивых практик в своих направлениях и департаментах.

Для мотивации и поддержания командного духа для ESG-амбассадоров предусмотрены выездные мероприятия. Так, в 2024 году команда приняла участие в мастер-классе по лепке и росписи керамической посуды в инклюзивных мастерских «Простые вещи».

Помимо этого, сотрудники офиса или магазинов могут прислать свои ESG-предложения или идеи для развития устойчивости бизнеса компании и социальных проектов на специальный почтовый адрес.

2.3.

ESG-СТРАТЕГИЯ

Компания продолжает реализацию принятой в 2022 году ESG-стратегии, в центре которой – забота о покупателях, выбирающих осознанный подход к моде и вместе с брендами Melon Fashion Group следующих принципам ответственного потребления.



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

ПРИОРИТЕТНЫЕ
НАПРАВЛЕНИЯ:

Снижение собственного
негативного воздействия
на окружающую среду.

Поддержка и развитие
комфортных условий
труда для своих
сотрудников, поддержка
людей с инвалидностью
и низкими стартовыми
возможностями.

Работа над повышением
прозрачности и
прослеживаемости
цепочки поставок.



ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ДО 2027 ГОДА:

Обучение сотрудников и поставщиков принципам
устойчивого развития.

Проведение этических аудитов фабрик.

Увеличение доли продукции, выполненной из более устойчивых материалов.
Внедрение более экологичных решений в упаковке.
Сертификация магазинов на соответствие стандартам зеленого строительства.
Поддержка и развитие зеленых инициатив брендов.
Поддержка и развитие программы сбора и переработки отходов в офисе
(проект «Зеленый офис») и в магазинах (прием одежды на благотворительность
и переработку от покупателей).
Создание и развитие программ корпоративного волонтерства в части Е.

Забота о сотрудниках, их профессиональное развитие и обучение,
совершенствование социального пакета.

Развитие инклюзивной среды и проектов, включая сопровождаемое
трудоустройство людей с инвалидностью и сиротским опытом.

Расширение программ корпоративного волонтерства в части S: помощь
ветеранам «Первомайской зари», участие в благотворительных забегах
и инклюзивном спорте, донорство, ESG-амбассадоры.

Обеспечение информационной безопасности и защиты персональных данных.

Управление цепочками поставок.

Разработка Политик и Стандартов по устойчивому развитию в области «зеленого»
маркетинга и повышения устойчивости корпоративных мероприятий.

2.4.

ДОКУМЕНТЫ

В Melon Fashion Group действует ряд документов для эффективной интеграции принципов устойчивого развития во все бизнес-процессы компании, а именно:

- Политика в области устойчивого развития,
- Политика благотворительной деятельности,
- Политика по работе с поставщиками,
- Политика управления персоналом,
- Антикоррупционная политика,
- Кодекс поведения для бизнес-партнеров,
- Кодекс этики и делового поведения,
- Гид для дизайнеров Melon Fashion Group,
- Критерии устойчивого продукта,
- Памятка амбассадора.

Публично доступные документы расположены на официальном сайте компании. Сотрудники имеют доступ к документам через корпоративный портал и систему КЭДО.



2.5.

РЕЗУЛЬТАТЫ MELON FASHION GROUP В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В 2024 ГОДУ

В 2024 году бренды Melon Fashion Group продолжили программу интенсивной экспансии как в части открытий и релокаций магазинов на большие площади с широкими проходами и удобной развеской, чтобы покрыть потребности всех категорий покупателей и сделать их шопинг максимально комфортным, так и в части расширения ассортимента, представив новые линии и направления.

Развивая омниканальную бизнес-модель, компания обеспечивает своим покупателям максимально комфортный шопинг. Наши бренды представлены широкой федеральной сетью магазинов от Владивостока до Калининграда, а также на всех ведущих маркетплейсах и в собственных интернет-магазинах, что позволяет совершать покупки в удобном формате и любым удобным способом.

В 2024 году компания и ее бренды для стимулирования осознанного подхода к гардеробу продолжили развитие программы по сбору старой одежды и поощряли покупателей, отказывающихся от пластикового пакета и печатного чека в пользу электронного.

2.6.

РАЗДЕЛЬНЫЙ СБОР ОТХОДОВ В ОФИСЕ И НА СКЛАДЕ

В ШТАБ-КВАРТИРЕ MELON FASHION GROUP ДЕЙСТВУЕТ ПРОГРАММА «ЗЕЛЕНый ОФИС», В РАМКАХ КОТОРОЙ:

в офисе организован раздельный сбор отходов следующих фракций: бутылочный 1PET, 5PP, крышечки, курьерские пакеты, одностойный и гофрокартон, бумага, чеки, ручки, пластиковые карты, батарейки, пригодная к ношению одежда, текстильные отходы;

офисные помещения оснащены датчиками движения для сокращения потребления электроэнергии;

в штаб-квартире используется энергоэффективное LED-освещение;

для уборки офисных помещений закупаются биоразлагаемые и гипоаллергенные моющие средства;

организовано озеленение пространства под патронажем профессионального флориста.



В 2024 ГОДУ

из петербургского офиса на ответственную переработку и утилизацию передано:

1 518 кг

пригодной к ношению одежды в благотворительные магазины проекта «Спасибо!»

130 кг

пластика маркировки 1PET и 5PP на ответственную переработку

90 кг

батареек в ФГУП «ФЭО» для безопасной переработки

21,1 кг

пластиковых крышек в проект «Крышечки ДоброТы»

В рамках развития и диджитализации проекта «Зеленый офис» был запущен Telegram-бот, позволяющий сотрудникам штаб-квартиры оперативно вызвать клининг, заказать грузчиков или отправить заявку на ремонт пространств, мебели, техники.

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.

На 2025 год запланировано расширение проекта «Зеленый офис» с увеличением количества собираемых фракций.

СКЛАД

Со склада на ответственную переработку или утилизацию передано:

55 910 кг

картона

15 250 кг

пленки

890 кг

картонных втулок

250 кг

макулатуры

В рамках пилотного проекта по сбору и переработке старых штор из магазинов Befree склад передал на ответственную переработку

>300 кг

площадью >800 м²

2.7.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АКЦИИ В ОФИСЕ

В ИЮЛЕ 2024 ГОДА В ШТАБ-КВАРТИРЕ ПРОШЛА ПЕРВАЯ АКЦИЯ-ГЕЙМИФИКАЦИЯ «ПАКЕТ С ПАКЕТАМИ»: ЗА 5 ДНЕЙ 30 СОТРУДНИКОВ ОДАЛИ БОЛЕЕ 41 КГ ПЛАСТИКОВЫХ ПАКЕТОВ, ИЗ КОТОРЫХ ЭКОЛОГИЧНАЯ ШВЕЙНАЯ КОМПАНИЯ SEWDEPT ПРОИЗВЕЛА ФИРМЕННЫЙ МЕРЧ (КОСМЕТИЧКИ И КАРДХОЛДЕРЫ) С ЛОГОТИПАМИ БРЕНДОВ И MELON FASHION GROUP.



С 18 ПО 22 МАРТА 2024 ГОДА В РАМКАХ НЕДЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОШЛИ МЕРОПРИЯТИЯ:

ОНЛАЙН-ВЕБИНАР
«SUSTAINABILITY IN FASHION»



ОНЛАЙН-ВЕБИНАР
«ЭКОЛОГИЧНОЕ И ЭТИЧНОЕ ПРОИЗВОДСТВО: ЧТО ЭТО ТАКОЕ?»



МАСТЕР-КЛАСС
ПО КАСТОМИЗАЦИИ ОДЕЖДЫ
ОТ АПСАЙКЛИНГ-МАСТЕРСКОЙ
INDIVIZUAL



ИНТЕРАКТИВНАЯ ЛЕКЦИЯ
«GREEN ZARINA» О ТРЕНДАХ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В
ПРОДУКТЕ ОТ БРЕНДА ZARINA



В рамках экологической акции «Техновесна» сотрудники офиса собрали и передали на ответственную переработку

128 кг

в 3,4 раза больше,
чем в 2023 г.

оргтехники, электроники
и мелкой бытовой техники

16 кг

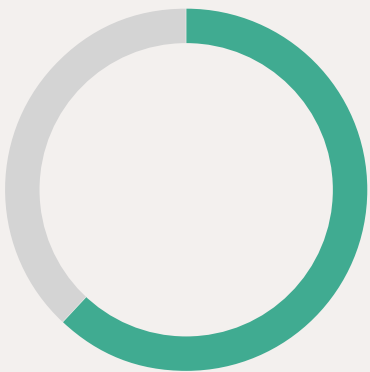
пластиковых бутылок собрали на переработку в рамках акции «Месяц без пластика», а также посетили с экскурсией крупнейший в Ленинградской области завод по переработке бутылочного PET.

2.8.

ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ: ЭДО И КЭДО

С целью сокращения потребления бумажных и природных ресурсов, а также развития цифровых технологий, компания продолжила внедрение современных решений.

ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ

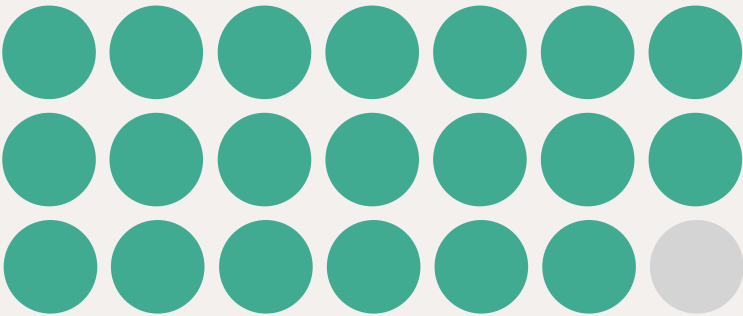


В 2024 году доля ЭДО достигла отметки

62%

+7% к 2023 г.

КАДРОВЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ



По состоянию на 31 декабря 2024 года к КЭДО было подключено

99,36%

+1,36% к 2023 г.

В 2024 году расширился функционал системы КЭДО. Сотрудникам стали доступны три новые формы договоров. Кроме того, внедрен процесс подачи документов для оформления кандидатов в онлайн-формате без необходимости предоставления бумажных копий. Это решение позволило сократить потребление бумаги, снизить количество потенциальных ошибок и ускорить бизнес-процессы.

3 РАЗДЕЛ

ЗАБОТА О ПОКУПАТЕЛЯХ

3.1.

ЭКОЛОГИЗАЦИЯ И КОМФОРТНАЯ СРЕДА МАГАЗИНОВ

В 2024 году ZARINA стала лауреатом «CPM shop & retail solutions awards» – премии в области оформления витрин, торговых пространств, а также экспонирования продукции модного ретейла, целью которой является объединение и определение самых аутентичных и перспективных решений, выиграв в номинации «Лучшая дизайн-концепция магазина в сегменте Mass market». Жюри отметили архитектурные решения, просторные проходы и световое оформление магазинов бренда.

ПРИ СТРОИТЕЛЬСТВЕ МАГАЗИНОВ БРЕНД:

применяет светодиодные (LED) и другие энергосберегающие системы освещения для сокращения энергопотребления;

обеспечивает максимальную эффективность вентиляции для снижения концентрации вредных веществ и аллергенов в воздухе и комфортного нахождения в помещении в любое время года;

создает удобные, функциональные и эргономичные интерьеры для комфорта покупателей и персонала;

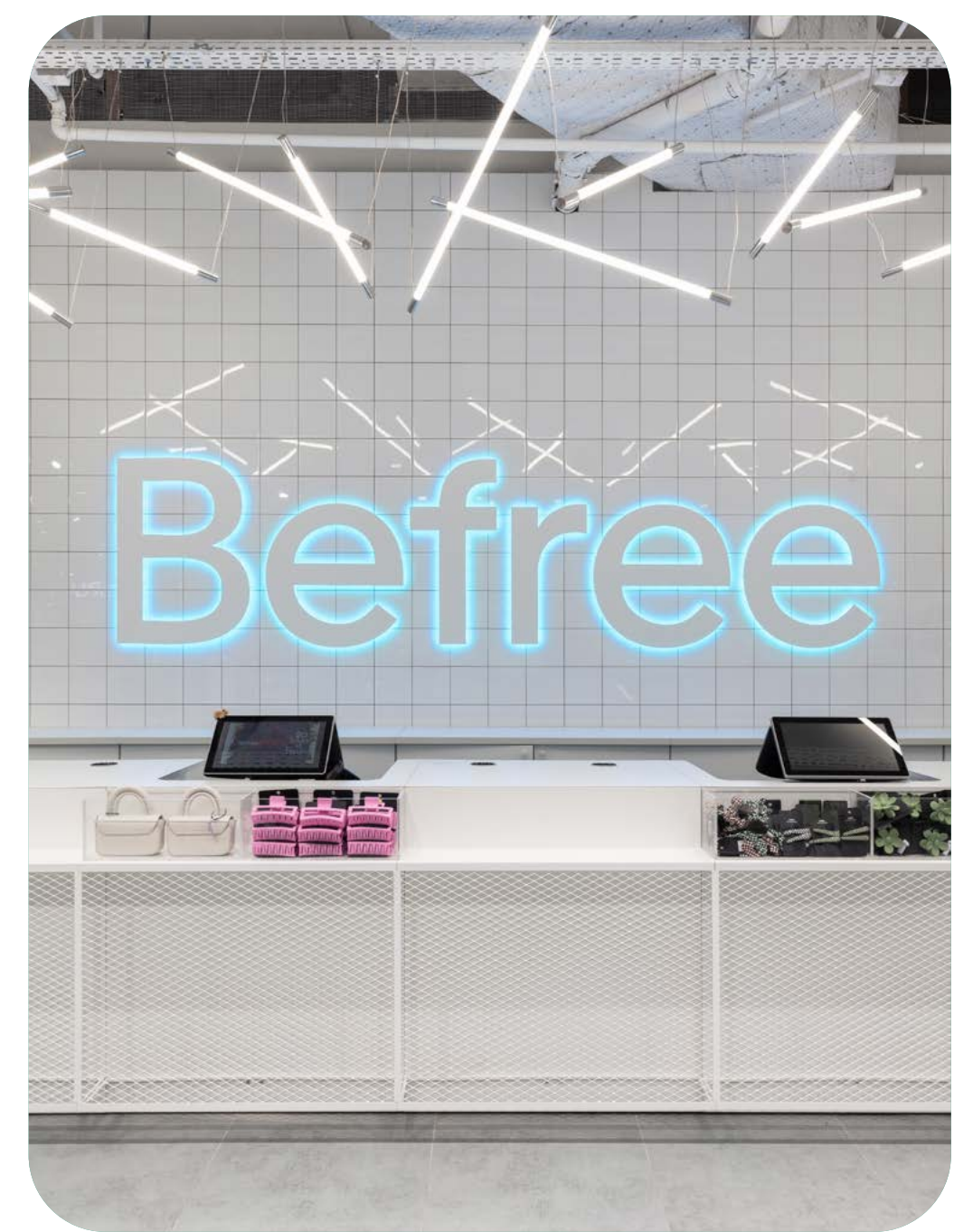
интегрирует в интерьеры зелень, что способствует психоэмоциональному благополучию и снижению стресса;

использует в строительстве локальные строительные материалы и декор из натуральных материалов.

ZARINA



В 2024 году флагманский магазин Befree в петербургском ТРК «Европолис» прошел сертификацию по национальной системе оценки объектов недвижимости на соответствие целям устойчивого развития «Green Zoom Среда», разработанной АНО «Научно-исследовательский Институт устойчивого развития в строительстве». По итогам сертификации магазин набрал 32 балла и получил золотой сертификат. Это второй магазин компании, получивший сертификат «Green Zoom». Годом ранее золотой сертификат получил флагман ZARINA в петербургском ТРЦ «Галерея».



ЧТО ОТМЕТИЛИ
ЭКСПЕРТЫ НИИ УРС:

Забота о природе отражается в применении локальных материалов для отделки магазина, что позволяет снижать углеродный след при транспортировке.

Использование одного пакета на пути вещи от фабрики до покупателя сокращает потребность в новой пластиковой упаковке.

Помещение для персонала – светлое просторное пространство, в котором можно быстро восстановить силы в обеденный перерыв. В свободное время сотрудники могут посещать корпоративный фитнес-зал, расположенный в штаб-квартире компании, участвовать в спортивных состязаниях, давать обратную связь об атмосфере в коллективе и своем эмоциональном состоянии с целью дальнейшего улучшения и совершенствования благодаря разнообразным тренингам по управлению ментальным здоровьем.

Система кондиционирования обеспечивает индивидуальный тепловой комфорт, а энергоэффективное освещение с зонированием позволяет снизить количество бесполезного света и направить фокус внимания на наиболее значимые детали коллекций одежды.

Приятную и безопасную атмосферу создают широкие, свободные проходы, нескользящее покрытие пола, минималистичный дизайн без лишних деталей.

Эксперты также отметили наличие в магазине контейнера для сбора одежды и зеленые ярлыки на ряде товаров, изготовленных в соответствии с внутренними критериями устойчивости.

Более подробная информация о результатах сертификации представлена [на сайте национальной системы оценки объектов недвижимости «Green Zoom Среда»](#).

Befree

Бренд в сотрудничестве с экспертами благотворительного фонда «Надежда» и некоммерческих организаций «Все получится: Работа-i» и «Простые вещи» составил документ по общению с покупателями с ОВЗ для сотрудников своей розницы.

Проведена работа по анализу доступности флагмана Befree в петербургском ТРЦ «Галерея» для посетителей с различными ограниченными возможностями. В результате появился перечень рекомендаций по внедрению решений, значительно повышающих доступность магазинов для всех категорий покупателей.



ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ И СТРОИТЕЛЬСТВЕ МАГАЗИНОВ LOVE REPUBLIC ПРИМЕНЯЮТСЯ СЛЕДУЮЩИЕ УСТОЙЧИВЫЕ РЕШЕНИЯ:

ОСВЕЩЕНИЕ

используются энергоэффективные трековые LED-светильники, что снижает энергопотребление и увеличивает срок службы осветительных приборов.

МАТЕРИАЛЫ

применяются металлические конструкции и окрашенные МДФ-панели, обеспечивающие долговечность и возможность переработки. Стены окрашиваются составами с низким содержанием летучих органических соединений (ЛОС), что снижает экологическое воздействие.

ДОЛГОВЕЧНОСТЬ И ИЗНОСОСТОЙКОСТЬ

поверхности защищены от воздействия интенсивного движения людей и от оборудования, используются отбойники, что позволяет реже делать ремонт и перекрашивать стены.

ОФОРМЛЕНИЕ

в отделке используется декоративная штукатурка, не требующая частой замены и соответствующая принципам устойчивого дизайна.

ЛОКАЛЬНОЕ ПРОИЗВОДСТВО

основная часть поставщиков оборудования находится в непосредственной близости — менее чем в 800 км от складов, что сокращает логистические издержки и снижает выбросы CO₂ при транспортировке торгового оборудования.

ЦИФРОВЫЕ РЕШЕНИЯ

в оформлении магазинов используются LED-экраны, которые снижают потребность в печатных рекламных материалах, уменьшая расход бумаги, чернил и пластика. Кроме того, LED-технологии обладают высокой энергоэффективностью и долгим сроком службы.

ЗАБОТА О СОТРУДНИКАХ

в комнатах для персонала обеспечивается тепловой комфорт, установлена мебель для отдыха и выделена зона питания.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОМФОРТНОГО МИКРОКЛИМАТА

обеспечивается комфортное нахождение покупателей и персонала в разных зонах за счет зонирования и возможности тонкой настройки микроклимата.

LOVE REPUBLIC



В марте 2024 года SELA представили новый формат магазинов, включающий собственное кафе, названное в честь mascota бренда Vigge Café. Первый магазин с кафе открылся в ТРЦ «Метрополис» (г. Москва). В конце года работало уже четыре Vigge Café — два в Москве и по одному в Санкт-Петербурге и Хабаровске.

Ключевая эмоциональная составляющая кафе — возможность отдохнуть и получить удовольствие от покупок. Проект также дополняет ценности бренда: семья, забота, комфорт.

Целевая аудитория Vigge Café рассчитана на три сегмента: женщины, которые хотят отдохнуть после покупок, мужчины и дети, которые могут провести время за чашкой какао с печеньем, пока мама примеряет вещи. Меню команда бренда также разработала исходя из потребностей этих трех сегментов.



sela.

ÍDOL

В апреле 2024 года, спустя 9 месяцев после запуска бренда, IDOL представил новый концепт магазинов.

Дизайн вдохновлен арт-галереями современного искусства. В обновленной концепции стало больше воздуха, интерьер украшен дизайнерскими объектами.

Природные формы и плавные линии подчеркивают лаконичный дизайн коллекций IDOL. В оформлении пространства используется игра на контрастах, сочетание различных фактур натуральных материалов: благородного дерева и текстурного бетона, рельефного камня и гладкого металла.

Универсальная палитра помогает посетителям расслабиться и получить удовольствие: светло-бежевый создает ощущение спокойствия, песочный и темно-коричневый напоминают солнечный свет и тепло летних дней.

Новое оборудование позволяет выстраивать тематическое зонирование и акцентировать внимание на актуальных капсулах, которые поддерживает многоуровневое освещение. Легкие кронштейны добавляют невесомости пространству и подчеркивают минималистичный интерьер. Для оформления использовались столы с каменной столешницей для дополнительной выкладки и объемная мягкая мебель для зон отдыха и примерки обуви.

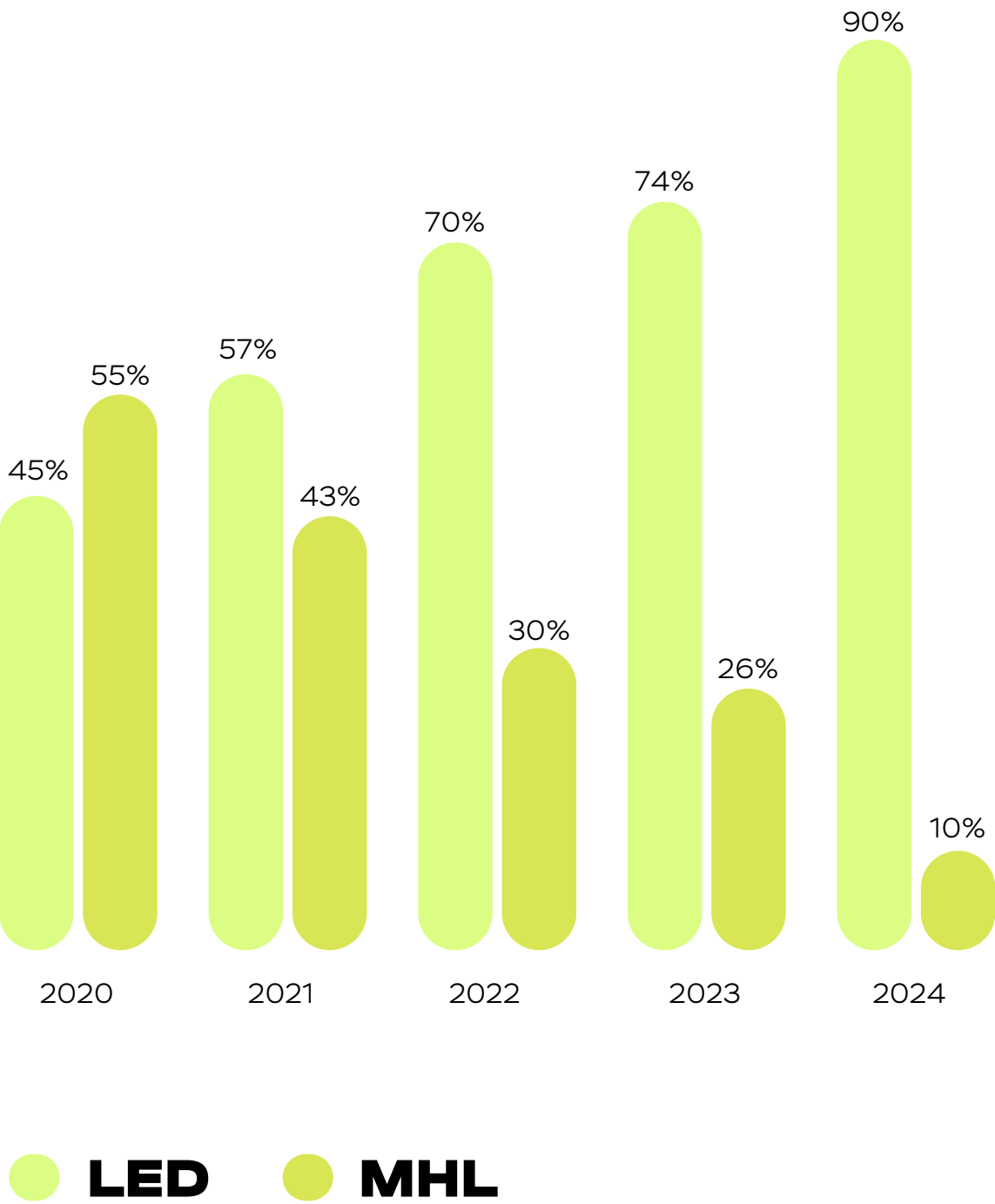
Обновлением концепции занималась собственная команда дизайнеров и архитекторов.

Летом 2024 года IDOL стал лауреатом «CPM shop & retail solutions awards» — премии в области оформления витрин, торговых пространств, а также экспонирования продукции модного ретейла, целью которой является объединение и определение самых аутентичных и перспективных решений, выиграв в номинации «Лучшая дизайн-концепция магазина в сегменте premium» и «Лучшая примерочная зона».



ПЕРЕХОД НА СВЕТОДИОДНОЕ ОСВЕЩЕНИЕ

На 31 декабря 2024 года 90% магазинов компании использовали светодиодное освещение, что на 16% больше аналогичного показателя 2023 года.



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.

При строительстве новых торговых объектов:

устанавливаем современные системы охлаждения воздуха без использования искусственных хладагентов;

устанавливаем или меняем оборудование на более энергоэффективное.

SCOPE 1

В 2024 году объемы прямых выбросов (Scope 1) составили

198,23 ТОНН CO₂-ЭКВ.

+41,4% к 2023 г.

Отметим, что выбросы, связанные с мобильным сжиганием топлива, снизились в связи с сокращением потребления бензина на 0,39% и дизельного топлива на 22%.

SCOPE 2

Объемы косвенных выбросов (Scope 2) составили

30 935,26

ТОНН CO₂-ЭКВ.

+23,8% к 2023 г.

SCOPE 1 + SCOPE 2

Суммарный объем выбросов парниковых газов CO₂-экв составил

31 133,49

ТОНН CO₂-ЭКВ.

+26,1% к 2023 г.

Увеличение выбросов связано с экстенсивным ростом сети и открытием новых объектов увеличенного формата, а также с изменением технического оснащения на объектах, открытых ранее.

Более подробная информация о расчете представлена в разделе «Методология расчета выбросов парниковых газов».

3.2.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ПРИНЦИПОВ
ОСОЗНАННОГО
ПОТРЕБЛЕНИЯ
И ВОВЛЕЧЕНИЕ
В СОЦИАЛЬНЫЕ
ИНИЦИАТИВЫ

Бренды Melon Fashion Group активно вовлекают покупателей в экологическую повестку, предлагая принять участие в разнообразных акциях: начиная от сбора старой одежды для благотворительности или ответственной переработки в магазинах сети, заканчивая социальными проектами, отказом от печатного чека или пакета на кассе. Эти маленькие шаги позволяют идти в сторону осознанности.

СБОР ОДЕЖДЫ В МАГАЗИНАХ

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

На конец 2024 года программа по сбору старых вещей в магазинах для передачи на ответственную переработку или благотворительность действовала в четырех брендах Melon Fashion Group. ZARINA, LOVE REPUBLIC и SELA поощряют участников программы по сдаче одежды баллами лояльности или скидкой на будущие покупки продукции бренда.

Для удобства покупателей SELA запустила на своем сайте [sela.ru](#) отдельную страницу, где представлена подробная информация о программе по сбору одежды, также на странице с [перечнем магазинов бренда](#) есть кнопка «Сбор одежды», нажав на которую, можно увидеть конкретные магазины, в которых принимается одежда.

Собранный текстиль передается в благотворительные магазины «Спасибо» и фонд «Второе дыхание», а также в компанию по утилизации текстильных отходов «Лаут Ресайклинг».



РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОГРАММЫ СБОРА ОДЕЖДЫ ЗА 2024 ГОД:

В 2024 году бренды совокупно собрали

132,9 тонн одежды

на 74% больше аналогичного показателя 2023 года (76 тонн)

	СТАРТ ПРОГРАММЫ	КОЛ-ВО МАГАЗИНОВ	КОЛ-ВО ГОРОДОВ	СОБРАНО, ТОНН
LR	2019	113	38	56,0
SELA	2022	26	10	66,8
ZARINA	2023	59	4	6,8
BEFREE	2023	27	5	3,3
TOTAL		225	39	132,9

В 2025 году Melon Fashion Group продолжит расширять географию программы.

ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПО РОП

В 2024 году в рамках Расширенной ответственности производителей и импортеров товаров и упаковки (РОП) по договору с сертифицированным подрядчиком было ответственно утилизировано 64% подлежащей утилизации продукции.



ОТКАЗ ОТ ЧЕКОВ И ПАКЕТОВ



За отказ от чека и пакета бренд начисляет 100 баллов на карту лояльности ZARINA CLUB. В 2024 году к программе лояльности бренда присоединился 1 миллион пользователей, и общая база лояльных покупателей достигла отметки более 6 миллионов активных пользователей.

Бренд отказался от пластиковых карт лояльности, предлагая покупателям выпустить электронную карту в приложениях «Кошелек» и «Wallet».



SELA поощряет покупателей за «добрые поступки»: за каждый отказ от бумажного чека или пакета начисляется 150 бонусов. Бонусы можно использовать для оплаты до 30% стоимости товаров, не участвующих в распродаже, по курсу 1 бонус = 1 рубль.

ПРОДУКТ

ZARINA

В 2024 ГОДУ ДОЛЯ ПРОДУКЦИИ ZARINA, СООТВЕТСТВУЮЩЕЙ КРИТЕРИЯМ УСТОЙЧИВОСТИ ТОВАРА, СОСТАВИЛА 5,2%. В 4,6% ПРОДУКЦИИ БРЕНДА ИСПОЛЬЗОВАЛАСЬ УСТОЙЧИВАЯ ФУРНИТУРА.

Бренд представил устойчивые коллекции:

экокапсулу из неокрашенного твила;

линейку денима с содержанием льна и денима, созданного с помощью ресурсосберегающих технологий.

Поддерживая развитие инклюзивного продукта, в 2024 году бренд ввел в ассортимент новые модели денима для разного роста: 164 см, 170 см, 176 см.

Экологичность продукции ZARINA подтверждается наличием у фабрик-производителей соответствующих сертификатов: OCS, GRS, RCS, GOTS, GOTS и др.

Для обеспечения высокого качества продукции бренд продолжил работу по аудиту фабрик-производителей. В 2024 году 42% продукции бренда прошло инспекцию.



Befree

В рамках продвижения инклюзивных коллекций Befree представили коллаборацию со спортивным клубом «47 в Игре», помогающим людям с синдромом Дауна реализовать себя через футбол.



В ассортименте коллекций 2024 года появились изделия из переработанного полиэстера и хлопка, а также модели-трансформеры и локально произведенные товары.

Часть коллекций была произведена на фабриках, использующих ресурсосберегающие технологии.

Общее количество продукции, отвечающее внутренним критериям устойчивости, составило

>300 000 ЕД.

1,3% от общего кол-ва товара

ИЗ НИХ 15 500 ИЗДЕЛИЙ ВЫПОЛНЕНЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ.

В 2024 году доля проаудированных фабрик составила

60%

+15% к 2023 г.

У производителей запрашивались и проверялись сертификаты на переработанный полиэстер, переработанный хлопок, ресурсосберегающие технологии. 75% продукции бренда прошло инспекцию.



LOVE REPUBLIC

В рамках повышения устойчивости продукции 50% пухо-
виков бренда в 2024 году вышли с добавлением в состав
наполнителя переработанных материалов (от 30 до 70%).



В летней коллекции 2024 года Love Republic расширил
ассортиментное предложение из льна, используя
инновационную обработку с использованием мерсери-
зации для гладкости и сияния материала.

В сентябре бренд запустил beauty-коллекцию, куда вошли
парфюм, суфле для тела и спа-свеча, изготовленные
из натуральных ингредиентов.



Немаловажным в разработке упаковки коллекции стал
критерий сохранности формулы продукта и долгосрочности
его использования: светонепроницаемое матовое стекло,
керамические крышки-предохранители и дозаторы
позволяют дольше сохранить свойства формулы.

В 2024 году аудит прошли

35 ФАБРИК

ПРОИЗВОДЯЩИХ ПРОДУКЦИЮ LOVE REPUBLIC,
ЧТО НА 20% БОЛЬШЕ, ЧЕМ ГОДОМ РАНЕЕ.
ПРИ АУДИТЕ ПРОВЕРЯЛИСЬ НАЛИЧИЕ И
АКТУАЛЬНОСТЬ СЕРТИФИКАТОВ, СВЯЗАННЫХ
С РАЗЛИЧНЫМИ АСПЕКТАМИ УСТОЙЧИВОГО
РАЗВИТИЯ.

sela.

В 2024 году SELA продолжила развивать направление, связанное с мембранной тканью собственной разработки seladrytex. Ее главные свойства – водонепроницаемость, воздухопроводимость и износостойкость. В ассортименте технологичной одежды бренда представлено около 170 наименований (куртки, дождевики, комбинезоны, брюки и пр.) для детей всех возрастов – от 0 до 14 лет.



Технологичная ткань seladrytex состоит из нескольких слоев. Нижний слой – мембрана с микроворонками, которая помогает поддерживать естественную терморегуляцию тела и выводит испарения из-под одежды. С внешней стороны ткань обработана водоотталкивающей пропиткой DWR. Все изделия из seladrytex имеют проклеенные швы для дополнительной защиты от попадания влаги внутрь. Благодаря особому переплетению нитей одежда сохранит свою целостность при сильном механическом воздействии.

В технологичной капсуле также появились термохромные термометры, помогающие контролировать температуру между телом и одеждой, а также «растущие» швы для удлинения вещи, если ребенок вырос.

Также в SELA использовались следующие эко-решения при производстве коллекций:

органический и неокрашенный хлопок;

мерсеризованный хлопок для продления срока службы вещей;

переработанный утеплитель Sofeelate;

лазерная печать по дениму, снижающая потребление воды и электроэнергии.

В 2024 году бренд провел аудит 10 фабрик, на которых производится его продукция. С 2024 года inspectируется более 95% всей производимой на фабриках продукции.

Общее количество продукции SELA, отвечающей внутренним критериям устойчивости, составило

>900 000 ЕД.

5% от общего кол-ва товара

ИЗ НИХ ПОРЯДКА 170 000 ЕДИНИЦ ПРОИЗВЕДЕНЫ НА ФАБРИКАХ, ОТВЕЧАЮЩИХ КРИТЕРИЯМ ЭНЕРГО- И РЕСУРСОБЕ- РЕГАЮЩЕГО ПРОИЗВОДСТВА. ФАБРИКИ, ПРОИЗВОДЯЩИЕ ТАКУЮ ПРОДУКЦИЮ, ОБЛАДАЮТ СЕРТИФИКАТАМИ RDS, OECO-TEX, BCI, GRS И ДР.

ÍDOL

В 2024 году часть продукции IDOL была произведена в соответствии с внутренними критериями устойчивости продукта: в коллекциях использовались натуральные, долговечные материалы и ресурсосберегающие технологии окрашивания с использованием CO₂ и пигментов.

3,3%

ТОВАРОВ ПРОИЗВЕЛИ НА ЛОКАЛЬНЫХ ПРОИЗВОДСТВАХ В РОССИИ, ЧТО НЕ ТОЛЬКО СОКРАЩАЕТ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ РИСКИ, НО И СНИЖАЕТ УГЛЕРОДНЫЙ СЛЕД И ПОДДЕРЖИВАЕТ МЕСТНУЮ ЭКОНОМИКУ.

Экологичность продукции IDOL подтверждается наличием у фабрик-производителей сертификатов OEKO-TEX Standard 100, RMS, GCS, ICAAW, RWS, Shokay, GRS и др.

В 2024 году бренд провел 20 этических аудитов фабрик, производящих продукцию IDOL.



РАБОТА НАД УПАКОВКОЙ

ZARINA

Для повышения экологичности и устойчивости упаковки бренд:

Внедрил брендированные пакеты от поставщика вместо стандартных пластиковых. Новый пакет отличается повышенной плотностью и толщиной (70 мкм), а также наличием зиплока. Кроме того, пакет на 20% состоит из переработанного полиэтилена.

45% ВСЕЙ ПРОДУКЦИИ БРЕНДА ПРОДАЕТСЯ В НОВЫХ ПАКЕТАХ



Изменил состав брендированной этикетки (основного ярлыка) на 100% переработанный полиэстер.

Заменил материал навесного ярлыка с обычного картона на переработанный.

В 2024 году на брендированных пакетах Befree, в которых коллекции приходят от поставщика и которые используют повторно на кассах магазинов, появился значок фракции пакета, а также напоминание о важности сдачи пакета на переработку и QR-код, ведущий на всероссийскую карту точек сбора мягкого пластика.

В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ УПАКОВКИ В БРЕНДИРОВАННЫХ ПАКЕТАХ, ПРОИЗВОДИМЫХ В КИТАЕ, СОДЕРЖИТСЯ

50%

ПЕРЕРАБОТАННОГО ПЛАСТИКА



Для вшивных и основных ярлыков всей продукции с 2024 года используется 100% переработанный полиэстер. Навесные ярлыки для продукции, изготавливаемой на фабриках в Китае, производятся из бумаги, сертифицированной по стандарту FSC.

LOVE REPUBLIC

60%

ВСЕЙ БРЕНДИРОВАННОЙ УПАКОВКИ В МАГАЗИНАХ LOVE REPUBLIC БЫЛО ИЗГОТОВЛЕНО ИЗ МАТЕРИАЛОВ, НА 20% СОСТОЯЩИХ ИЗ ПЕРЕРАБОТАННОГО ПЛАСТИКА.

sela > sela.
moms & monsters

В 2024 ГОДУ БРЕНД СМЕНИЛ ЛОГОТИП И ПРИСТУПИЛ К РАЗРАБОТКЕ НОВОГО БРЕНДИРОВАННОГО ПАКЕТА С УЧЕТОМ КРИТЕРИЕВ УСТОЙЧИВОСТИ. КРОМЕ ТОГО, SELA ПРОДОЛЖАЕТ АКТИВНО ПООЩРЯТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ ЗА ОТКАЗ ОТ ПАКЕТА НА КАССЕ.

ÍDOL

В 2024 ГОДУ БРЕНД СКОРРЕКТИРОВАЛ ФОРМАТ ТРАНСПОРТНОЙ УПАКОВКИ, ВНЕДРИВ В ОБОРОТ БОЛЕЕ ТОНКИЕ ПАКЕТЫ ИЗ ПЕРЕРАБОТАННОГО ПЛАСТИКА.

НАВЕСНЫЕ ЯРЛЫКИ ДЛЯ ПРОДУКЦИИ ÍDOL ПРОИЗВОДЯТСЯ ИЗ ПЕРЕРАБОТАННЫХ МАТЕРИАЛОВ.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ БРЕНДОВ

В первый день весны ZARINA представила коллекцию-манифест любви к природе **GREEN PLANET**, лицом которой стала телеведущая и блогер **Ирена Понарошку**. Каждая деталь коллекции отражает осознанность и заботу о природе. Капсула в естественных оттенках выполнена из органических и переработанных материалов, также в ассортимент включили брюки-трансформеры, которые можно носить в разных вариациях.



Также вместе с фондом «**Подари Жизнь**» бренд создал яркую унисекс-капсулу из футера и хлопка: футболку, свитшот, джоггеры и носки. Главным элементом коллекции стал градиентный принт, который передает ключевую идею: фонду всегда требуется помощь благотворителей, доноров крови и волонтеров. Лицами коллекции стали популярные актеры, блогеры и инфлюенсеры. **10%** от продаж коллекции направили на поддержку фонда «Подари Жизнь» и лечение детей с онкологическими заболеваниями.



Befree

В рамках проекта **Co:Create** бренд выпустил коллаборацию в спортивном стиле с инклюзивным футбольным клубом **«47 в Игре»** и актером **Львом Зулькарнаевым**.

Благотворительный проект **«47 в Игре»** помогает людям с синдромом Дауна реализовать себя через футбол и транслирует близкий бренду месседж: любой стереотип можно сломать.

47 — количество хромосом у людей с синдромом Дауна, на одну больше, чем у нормотипичных. Благодаря проекту быть «в игре» может каждый: забивать красивые голы, побеждать на соревнованиях и находить новых друзей.



LOVE REPUBLIC

В 2024 году в рамках развития экологической инициативы по озеленению городских пространств и сохранению биоразнообразия **LOVE GARDEN** бренд сделал благотворительный взнос в пользу фермерского хозяйства Краснополянской косметики в Краснодарском крае на создание цветущего сада редкого сорта дамасской розы и магнолиевых деревьев, саженцы которых в будущем будут использованы в качестве сырья для создания экологичных косметических продуктов.



Совместно с Lamoda и благотворительным фондом **«Дальше»** бренд поддержал инициативу **«Розовый октябрь»**, представив спецпроект **«Любовь сильнее рака»**, в котором женщины поделились своими историями борьбы с раком молочной железы. В октябре **10%** от покупки вещей LOVE REPUBLIC в розовых оттенках перечислялись в пользу фонда «Дальше» для поддержки и лечения женщин с онкологическими заболеваниями.

Бренд поддержал акцию Lamoda **«Подарите праздник»**, передав **1 123 комплекта** одежды для выпускников из малоимущих и кризисных семей, детей-сирот, детей с инвалидностью и особыми потребностями.



sela.

В апреле 2024 года SELA представила капсулу с детскими рисунками **«R ребенок, R так вижу»**, созданными детьми с расстройством аутического спектра (РАС). Коллекцию приурочили к месяцу информирования об аутизме.

2% от продаж перечислили на развитие программ поддержки Фонда «Обнаженные сердца».



В 2024 году бренд провел традиционный проект **«Экоиюль»**, в рамках которого были проведены мастер-классы и выпущен сериал про апсайклинг.

Весной бренд SELA провел масштабный конкурс, в рамках которого у художников со всей России была возможность создать концепцию арт-объекта из **4-метровой Вигге-горки** в креативном сердце Петербурга – Севкабель Порту. На конкурс подали **184 заявки**.

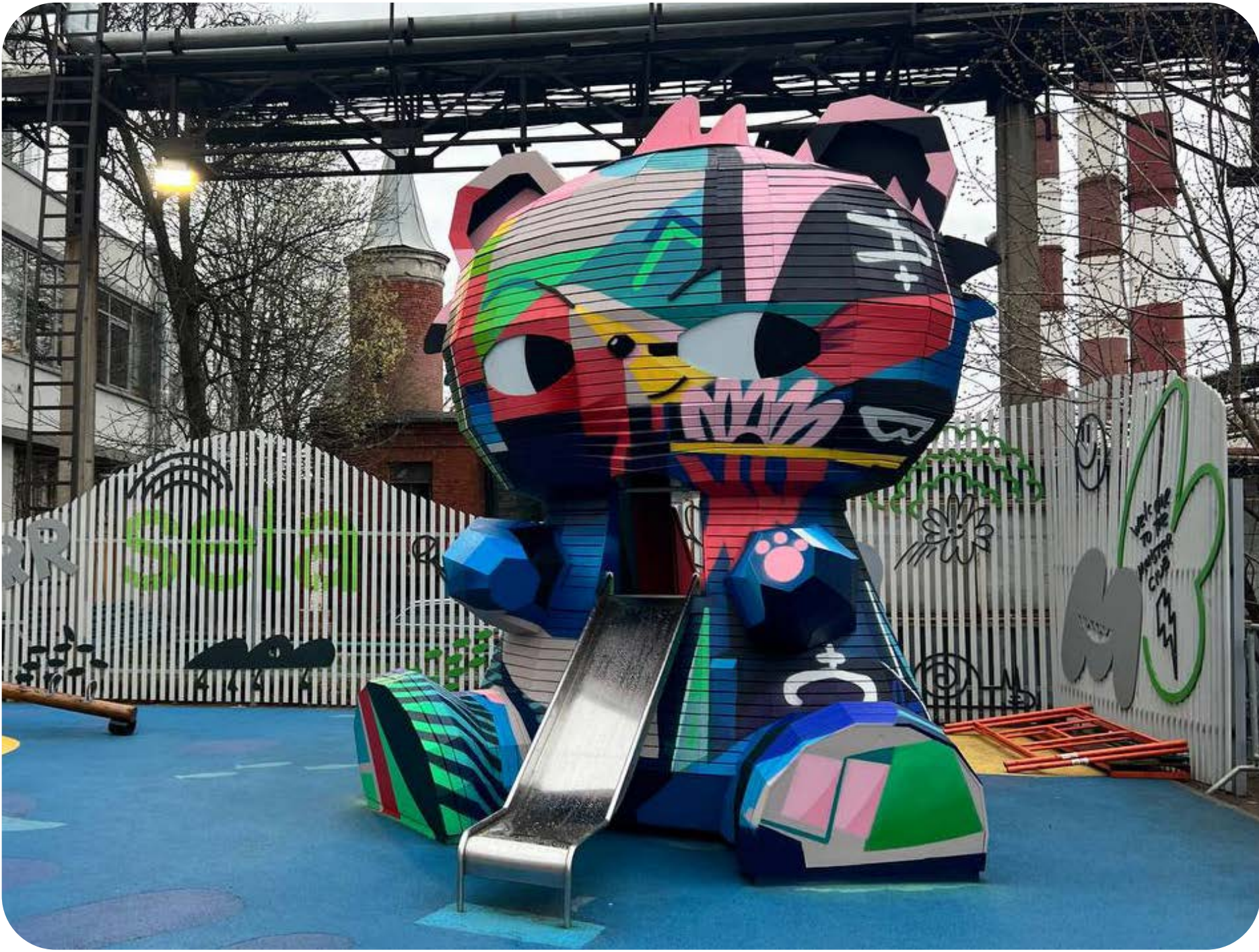
При выборе победителя конкурса учитывались следующие факторы:

Цвет, композиция, работа в объеме, душевные элементы и wow-effect.

Возможность воплотить концепцию и опыт работы на разных поверхностях.

Идея: как семья, дети и место встречаются с видением художника.

Победителем конкурса стал художник **Вася Басе из Нижнего Новгорода**, который разукрасил Вигге-горку в Петербурге.



3.3.

ЭТИЧНЫЙ
И ОТВЕТСТВЕННЫЙ
МАРКЕТИНГ

Melon Fashion Group и ее бренды выступают за разумное потребление и продвижение принципов осознанности через социальные и экологические проекты, вовлекая в повестку сотрудников, кандидатов, покупателей и других наблюдателей. Это позволяет не только строить успешный и открытый бизнес, но и налаживать устойчивые отношения друг с другом и развивать неравнодушное общество.

НАШИ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ:

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

Выстраивание доверительных и долгосрочных отношений с покупателями через осмысленную коммуникацию.

Соблюдение прав потребителей: защита конфиденциальности и безопасности персональных данных.

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

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

Продвижение общественных ценностей и идей: участие в благотворительных проектах, развитие корпоративного волонтерства.

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

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

Повышение осведомленности и квалификации сотрудников в области зеленых коммуникаций.

Непрерывность собственного развития и нацеленность на достижение поставленных целей.

В 2024 году Melon Fashion Group в соответствии с федеральным законом № 367-ФЗ составил и внедрил в маркетинговых и продуктовых отделах брендов рекомендации по борьбе с гринвошингом и привел названия продукции в строгое соответствие с требованиями законодательства.

4 РАЗДЕЛ

ЗАБОТА О СОТРУДНИКАХ

СОТРУДНИКИ КОМПАНИИ, ИЛИ, КАК ОНИ СЕБЯ НАЗЫВАЮТ, МЭЛОНЦЫ — ФУНДАМЕНТ MELON FASHION GROUP. ИХ БЛАГОПОЛУЧИЕ — ЗДОРОВЬЕ, КОМФОРТНЫЕ УСЛОВИЯ ТРУДА, ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ И ЛИЧНОЕ РАЗВИТИЕ — ПРИОРИТЕТ КОМПАНИИ.

4.1.

УЧАСТИЕ В РЕЙТИНГАХ И ИНДЕКСАХ

ЛУЧШИЙ РАБОТОДАТЕЛЬ

В 2024 году компания вновь приняла участие в ключевых рейтингах лучших работодателей России.

В рейтинге крупнейшей рекрутинговой платформы **hh.ru** Melon Fashion Group стала работодателем **№ 1** среди fashion-ритейлеров, а также заняла **5-е место** среди крупнейших розничных сетей непродуктового сектора.

В рейтинге делового издания **FORBES**, составленном по методологии аудиторов Kert с учетом **ESG-метрик**, Melon Fashion Group получила **платину** в категории «**Корпоративное управление**», **золото** в категории «**Экология**» и **серебро** в категории «**Сотрудники и общество**».

В ESG-рейтинге петербургского издания «**Деловой Петербург**» Melon Fashion Group заняла **второе** место.



ВОВЛЕЧЕННОСТЬ И МОТИВАЦИЯ

В компании ежегодно проходит анонимный опрос вовлеченности **My Voice**. В 2024 году компания перешла на нового провайдера – платформу **Happy Job**, позволившую проводить опрос в формате интерактивных комиксов.

Ключевые метрики и результаты опроса за 2024 год:



По итогам 2024 года **61 сотрудник** трудоустроился по программе «**Приведи друга**», что подтверждает готовность персонала рекомендовать Melon Fashion Group в качестве надежного работодателя. По результатам опроса вовлеченности индекс **eNPS** составил **54%**, что выше среднего бенчмарка на **25,1%**.

Компания регулярно публично поощряет сотрудников и проектные команды, показавшие высокие результаты и пользу для бизнеса. Так, в 2024 году на бизнес-завтраках генеральный директор Михаил Уржумцев наградил **197 сотрудников карточками «Спасибо»**.

В 2024 году в компании стартовал проект поощрения юбиляров, проработавших **5, 10 и 15 лет**. Сотрудники, отмечающие юбилей по стажу, получают из рук генерального директора значок-дыню, покрытый бронзой, серебром или золотом. В раскрытом виде в керамике зафиксирована цифра работы в компании. На ребре значка – мотто Melon Fashion Group: «Создаю fashion-наследие», что подчеркивает важность влияния каждого сотрудника на деятельность компании.

Сотрудники, проработавшие **более 20 лет**, поощряются памятным дипломом и сертификатом в любой магазин на выбор (сумма сертификата зависит от стажа). В 2024 году два сотрудника компании отметили юбилей – **40 лет стажа**.

Фанаты футбола в течение года могли посещать **VIP-ложу стадиона «Зенит»**.



4.2.

КОМФОРТНЫЕ УСЛОВИЯ ТРУДА И БЛАГОПОЛУЧИЕ СОТРУДНИКОВ

В 2024 году офис Melon Fashion Group вновь увеличился – в связи с расширением бренда IDOL открылось новое пространство с просторными проходами и качественным освещением. В декоративной отделке офиса использовались натуральные локальные материалы – фактурная штукатурка и сухоцветы. Для сотрудников, разрабатывающих продукт, построили просторный шоу-рум с образцами тканей поставщиков и будущих коллекций.



По результатам опроса вовлеченности **My Voice** субметрика **«Комфорт труда»**, показывающая удовлетворенность персонала рабочим местом, офисом и средствами труда, достигла отметки **8,2 из 10**, что выше среднего в России в отрасли **«Одежный Retail»**.



Melon Fashion Group использует регулярную и комплексную аналитику рынка труда и систему мотивации персонала для объективной оценки результатов сотрудников и регулярной индексации заработной платы.

Дополнительным нематериальным инструментом мотивации является корпоративная скидка **50%** на весь ассортимент брендов ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC, SELA и IDOL.



В соответствии с требованиями законодательства РФ для сотрудников, работающих в регионах Крайнего Севера, а также их детей предусмотрена компенсация проезда до места проведения отпуска и обратно.

При трудоустройстве в офисы или магазины компании все сотрудники проходят обязательное обучение по охране труда в интерактивном формате. Также сотрудники офиса знакомятся с необходимыми правилами и документами, касающимися охраны труда, в КЭДО. Основные условия организации охраны труда, права и обязанности сотрудников компании определяются Положением об охране труда.

Дополнительные учебные материалы по пожарной безопасности, электробезопасности и оказанию первой медицинской помощи размещены на корпоративном портале Мелония.

В социальный пакет сотрудников офиса и розницы Melon Fashion Group входит ДМС, материальная помощь в случае болезни или смерти родственника, кафетерий льгот Best Benefits, где представлены различные скидки на медицинское обследование, бытовую технику, обучение, путешествия и другие категории.

51,3 МЛН РУБ.

компания инвестировала в ДМС сотрудников

3,6 МЛН РУБ.

компания выплатила в качестве материальной помощи

12 МЛН РУБ.

сэкономили сотрудники через сервис Best Benefits

Для поддержания здорового образа жизни в штаб-квартире функционирует просторный спортзал Melon Gym, где каждый день утром и вечером проходят групповые занятия по пилатесу, растяжке, танцам, круговым и силовым тренировкам под руководством двух штатных тренеров. Помимо этого, компания развивает собственный беговой клуб Melon Fashion Run. Сотрудники регулярно проводят командные пробежки от офиса и участвуют в массовых городских забегах.



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

В 2024 году в офисе было проведено пять вакцинаций от клещевого энцефалита, гепатита В, дифтерии и столбняка, пневмококка, гриппа и кори.

В рамках просветительского онлайн-проекта Melon Wellness совместно с лицензированными медицинскими учреждениями в 2024 году прошли две лекции для повышения психологической устойчивости сотрудников: «Первая психологическая помощь в стрессовых ситуациях» и «Эмоции: учимся их распознавать».

В октябре компания поддержала международную акцию «Розовый октябрь», направленную на повышение информированности о раке молочной железы (РМЖ). Сотрудникам по всей России предоставили скидки и спецпредложения от сети медицинских клиник и лабораторий для прохождения обследования. Также на корпоративном портале представили подробную инструкцию о самообследовании и профилактике РМЖ.



В 2024 году в компании был зафиксирован один случай производственного травматизма.

4.3.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

HR департамент Melon Fashion Group активно развивал программы производственных практик, профессиональных стажировок и трудоустройства молодых кадров и выпускников вузов.

В 2024 году компания продолжила участие в федеральных проектах для профориентации студентов и школьников.

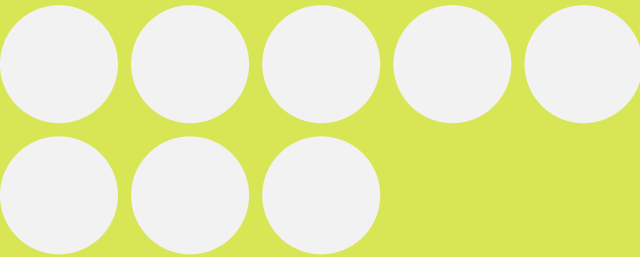
Для поиска потенциальных кандидатов на разные позиции в отделы продукта брендов команда Melon Fashion Group активно сотрудничала с Академией Штиглица, Университетом технологии и дизайна, Невским институтом дизайна и Колледжем петербургской моды, а также со Школой кройки и шитья Grasser. Партнерство с учебными заведениями позволяет закрывать дефицитные вакансии конструкторов и дизайнеров.

Сотрудники Melon Fashion Group регулярно выступают с лекциями в вузах и на профильных конференциях для молодежи с целью продвижения HR-бренда и имиджа работодателя, нанимающего молодых специалистов.

5 БРЕНДОВ
ZARINA, BEFREE,
LOVE REPUBLIC, SELA, IDOL

3 ДЕПАРТАМЕНТА

Инфраструктура, ФАД, HR



17
УЧЕБНЫХ
ЗАВЕДЕНИЙ

26
ЭКСКУРСИЙ
В ОФИСЕ

84
ПРАКТИКАНТА

6 НАПРАВЛЕНИЙ
ПРОДУКТ, МАРКЕТИНГ, ИТ, ЛОГИСТИКА,
ФИНАНСЫ, HR

11
ТРУДОУСТРОЕННЫХ
В ШТАТ

800
СТУДЕНТОВ

36
В КАДРОВОМ
РЕЗЕРВЕ

СОДЕЙСТВИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ РАЗВИТИЮ

HR-департамент и его специалисты поддерживают качественный жизненный цикл сотрудников компании: от поиска и найма до адаптации, профессионального роста и удержания ценных кадров.

В 2024 году группа подбора и адаптации сфокусировалась на:

глубоком HR-партнерстве внутри каждого департамента с индивидуальным подходом к каждому направлению;

запуске проекта развития лидерского и кадрового потенциала **Succession Planning**;

внедрении автоматизированной HR-аналитики по подбору и адаптации персонала на базе BI-отчетности, а также увеличении количества кадровых операций в КЭДО;

расширении программы адаптации для новичков в штаб-квартире и дочерних офисах;

привлечении молодых специалистов для стажировок и их дальнейшем трудоустройстве;

обновлении страницы работодателя на hh.ru: появились сегментация по целевым аудиториям и направлениям работы, инфографика бенефитов, также добавили разделы «Инклюзивная среда» и «Устойчивое развитие»;

поддерживающих и мотивационных встречах для минимизации выгорания.

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. В 2024 году провели **11 Shop Day**, в которых приняли участие **120** новичков офиса.

ОБУЧЕНИЕ

В 2024 году Группа развития талантов провела

149

обучающих мероприятий в офлайн-и онлайн-форматах, охватив широкий спектр тем по развитию мягких навыков для эффективной работы персонала.

В свое развитие сотрудники компании инвестировали

10 555

учебных часов

73

руководителя успешно завершили управленческие курсы «Качалка для лидеров» и «Качалка LEVEL UP».

Также стартовал первый курс по лидерству для руководителей дочерних офисов в Москве, Шанхае, Беларуси и Узбекистане в онлайн-формате.

7

>90 участников

адаптационных встреч для новичков «Insiders Meetup»

ОБУЧЕНИЕ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

В 2024 году сместился фокус с массового обучения сотрудников основам ESG на создание бизнес-ориентированного контента. Внутренние и приглашенные эксперты провели более 50 часов вебинаров и лекций в онлайн-и офлайн-формате на тему ESG.

>50 часов вебинаров и лекций

В рамках продвижения устойчивого развития в модной индустрии для сотрудников офиса и магазинов на протяжении года публиковался цикл лонгридов и видео на темы: «**Будущее моды: циркулярная модель**», «**Recyclable: путь переработки пластика**», «**ESG-инициативы Шанхайского офиса**», «**Правила сортировки вторсырья в офисе**», «**Путь вещей**», «**Этический аудит**» и др. Вся информация находится на корпоративном портале в свободном доступе сотрудников.

В октябре 2024 года в штаб-квартире прошла лекция **Артема Акшинцева**, академического эколога и автора блога «**Academ Eco**», посвященная базовым экологическим проблемам и тому, какой вклад в них вносит модная индустрия и как его можно минимизировать.



Начиная с 2024 года всем новым сотрудникам Melon Fashion Group назначается обязательный курс, знакомящий с ESG-стратегией компании и основами проекта «**Зеленый офис 2.0**». На образовательной платформе **iSpring** размещено **12** тематических курсов по устойчивому развитию. **T&D-отделы** брендов продолжают разрабатывать и включать в программу собственные ESG-курсы для сотрудников магазинов.

В 2024 году сотрудники посвятили изучению курсов, связанных с ESG в своем направлении, более **125 часов**, из них более половины — на прохождение обязательного курса об устойчивом развитии Melon Fashion Group.



4.4.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

СОПРОВОЖДАЕМОЕ ТРУДОУСТРОЙСТВО

На протяжении 11 лет Melon Fashion Group развивает программу сопровождаемого трудоустройства с социальным проектом «Все получится», в рамках которой молодые люди с инвалидностью, выпускники детских домов и люди с низкими стартовыми возможностями могут получить первый опыт работы в офисе и магазинах Melon Fashion Group. Наставниками кандидатов выступают специально обученные сотрудники компании.

По результатам 2024 года в магазинах и штаб-квартире Melon Fashion Group первый опыт работы получили

48 кандидатов

им помогли **49** сотрудников наставников

3 кандидата с инвалидностью перешли в штат магазинов



На вакансии Melon Fashion Group в рамках программы трудоустроились кандидаты из Санкт-Петербурга, Москвы, Нижнего Новгорода, Сургута, Калуги и Смоленска.

Благодаря практике Melon Fashion Group в коллаборации «Все получится!» была создана социальная франшиза для региональных НКО, чтобы как можно больше молодых людей с инвалидностью могли получить первый опыт работы и начать самостоятельно зарабатывать. Проект франшизы занял третье место в конкурсе социальных проектов «Дело в людях: компании, инвестирующие в будущее» в номинации «Создание общества равных возможностей».

Кандидаты петербургского отделения «**Все получится! Работа-i**» традиционно стали участниками встречи ветеранов «**Первомайской зари**» в апреле 2024 года. Ребята помогали бабушкам и дедушкам подниматься по лестнице, обслуживали за столами в качестве официантов и помогали сесть в такси после мероприятия. В результате стажировки одна из кандидаток перешла на постоянную работу в штат офиса Melon Fashion Group.



Для информирования сотрудников и с целью разрушения барьеров в работе и при взаимодействии с людьми с инвалидностью был запущен внутрикорпоративный проект **#MelonБезГраниц**, где публикуются экспертные материалы о разных формах инвалидности, а также рассказываются личные истории сотрудников и вдохновляющие истории известных людей и блогеров с инвалидностью, а также особенных животных.

MELON БЕЗ ГРАНИЦ:

5 сентября 2024 года в штаб-квартире прошел первый «**День благотворительности**», в рамках которого состоялись церемония награждения наставников программы сопровождаемого трудоустройства, квиз на тему благотворительности и инклюзии, а также ярмарка фонда «**Дом слепоглухих Пучково**» и инклюзивной мастерской «**Простые вещи**». Последние также стали авторами новогодних подарков для партнеров, изготовив эксклюзивные керамические блюда с надписью «**Счастье есть**» с целью продвижения инклюзивной повестки.



КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО

В 2024 году компания провела несколько акций по корпоративному волонтерству.

60 мэлонцев-волонтеров развезли более **170** продуктовых наборов к новогоднему столу для ветеранов «Первомайской зари». Ветераны, которые не смогли приехать на традиционную весеннюю встречу Первомайцев, также получили подарки от компании и брендов – их доставили волонтеры офиса.



MelonFashionGroupпродолжилавыплачиватьматериальную помощь пенсионерам, отработавшим в «**Первомайской заре**», «**Курте Келлерманне**» и Melon Fashion Group более **20 лет**. Размер выплат равен государственной пенсии. В 2024 году была проведена индексация выплат.

Для оплаты лечения годовалой дочери одной из сотрудниц компании от меланоформного невуса волосистой части головы и шеи мэлонцы организовали общий сбор. Требуемую сумму удалось полностью собрать менее чем за два месяца.



В 2024 году в штаб-квартире прошло два Дня донора, в рамках которых

160

СОТРУДНИКОВ
ОФИСА СДАЛИ



72

ЛИТРА
КРОВИ

в пользу Городской станции переливания крови, остро нуждающейся в поддержке и донорской крови.



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

Мы верим, что любой бизнес – это не только рост финансовых показателей, прибыльность и устойчивость в турбулентные времена, но и ответственность перед обществом, помощь тем, кто в этом нуждается.

Сумма социальных инвестиций в 2024 году составила

44,3

МЛН РУБ.

5 РАЗДЕЛ

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ

Команда топ-менеджеров Melon Fashion Group — сильная и сплоченная команда, настоящие амбассадоры своих направлений и компании. Они отвечают не только за эффективность и рост бизнеса, но и за благополучие сотрудников, задавая правильный курс на развитие и поддержку внутренней опоры в коллективах.



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

ИГОРЬ МАЛЬТИНСКИЙ
ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ

НАТАЛИЯ САМУТИЧЕВА
ФИНАНСОВЫЙ ДИРЕКТОР

ЕЛЕНА БИЧЕВАЯ
ДИРЕКТОР ПО ПЕРСОНАЛУ И ОРГРАЗВИТИЮ

ЮЛИЯ ШЕВКАЛЕНКО
ДИРЕКТОР ПО ИНФРАСТРУКТУРЕ

5.2.

БИЗНЕС-ЭТИКА И КОМПЛАЕНС

Доверие, этика и человечность – ДНК Melon Fashion Group и наши внутренние ориентиры на отношения с внешним миром. Это позволяет строить честное и крепкое партнерство с акционерами, инвесторами, поставщиками, сотрудниками и потребителями. Мы придерживаемся высоких стандартов ведения бизнеса и строго следим за соответствием нашей деятельности нормативным требованиям и правилам этики. Принципы делового поведения описаны в Кодексе этики. Документ представлен на официальном сайте компании в разделе Sustainability, а также на корпоративном портале Мелония для сотрудников.



Наши партнеры – наша репутация. В работе с новыми и текущими партнерами обязательно проверяем, что они, как и мы, придерживаются высоких стандартов ответственного бизнеса. Юридический отдел Melon Fashion Group в 2024 году разработал новую форму шаблонов договоров, автоматизировал систему проверки контрагентов, а также создал сайт, где представлены обязательные условия и правила поставки, включая антикоррупционную оговорку, чтобы обезопасить компанию и снизить риски нарушений.

В 2024 году в компании не было зафиксировано подтвержденных коррупционных нарушений.

Кодекс этики и делового поведения – ключевой документ взаимодействия с партнерами и другими стейкхолдерами – 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 других заинтересованных лиц работает «Прямая линия» – единый канал обратной связи, куда можно открыто или анонимно обратиться с предложениями, идеями, жалобами или сообщить информацию, влияющую на процессы и репутацию компании.

За обработку данных при обращении и конфиденциальность отвечает независимая консалтинговая компания Kept.

Контакты «Прямой линии»:

+7 (800) 550-75-53

mfg_directline@kept.ru

В 2024 году на «ПРЯМУЮ ЛИНИЮ» ПОСТУПИЛО 14 ОБРАЩЕНИЙ ПО ТРУДОВЫМ ВОПРОСАМ. КАЖДЫЙ ЗАПРОС ОПЕРАТИВНО ОТРАБОТАЛА СЛУЖБА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ ГРУППЫ КАДРОВОЙ ПОДДЕРЖКИ.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ

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

Внутреннюю аудиторскую деятельность осуществляет Служба внутреннего контроля (СВК).

В Melon Fashion Group разработан специальный реестр, включающий перечень рисков, их существенность, индикаторы риска, периодичность отслеживания, способы предупреждения и реагирования на риск. Документ регулярно проверяется на предмет актуальности при взаимодействии с руководителями структурных подразделений.

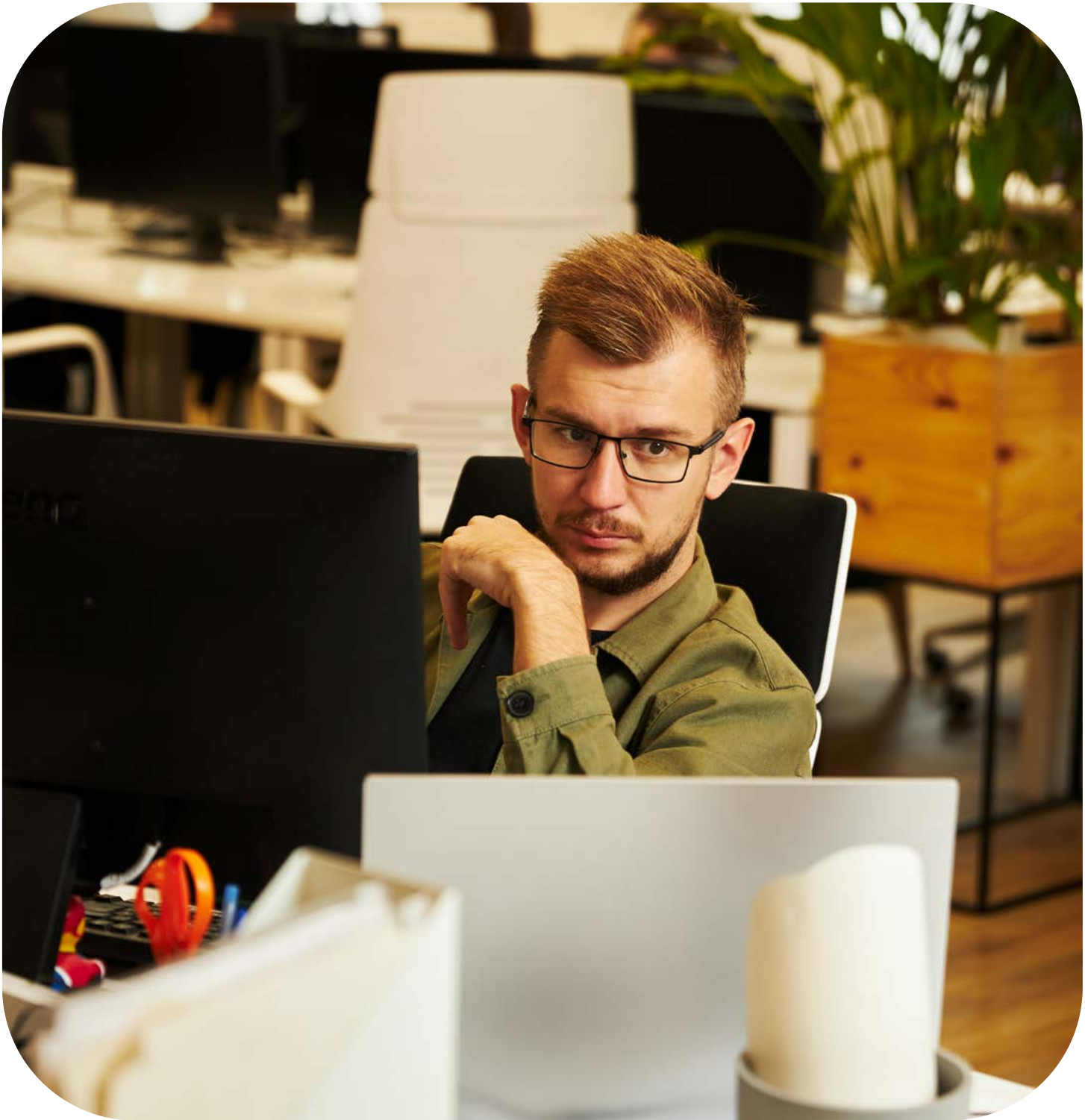
5.3.

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

За информационную безопасность Melon Fashion Group отвечает Отдел информационной безопасности Департамента инфраструктуры.

Его специалисты контролируют соблюдение технических требований законодательства по информационной безопасности, а также обеспечивают всестороннюю защиту инфраструктуры компании, управление рисками информационной безопасности, реагирование на инциденты, защиту данных и обеспечение конфиденциальности, мониторинг и анализ угроз, разработку и тестирование планов обеспечения непрерывности бизнеса в рамках IT.

Политика информационной безопасности Melon Fashion Group – ключевой документ в области информационной безопасности, требования которого распространяются на всех сотрудников компании, а также прочих лиц, вовлеченных во внутренние бизнес-процессы или имеющих доступ к информации или информационным системам Melon Fashion Group.



ЗАЩИТА ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Специалисты Юридического отдела совместно с Отделом информационной безопасности обеспечивают соблюдение всех требований законодательства в области защиты 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.

Каждый новый сотрудник, оформляемый в штат компании, подписывает согласие на обработку, хранение и распространение персональных данных; также проводится обязательное ознакомление с набором локальных нормативных актов, касающихся персональных данных, под личную подпись.

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

5.4.

ОТВЕТСТВЕННАЯ
ЦЕПОЧКА
ПОСТАВОК

Мы осознаем, что из всех процессов компании непосредственно производство одежды оказывает наибольшее влияние на окружающую среду и требует дополнительного внимания и контроля с нашей стороны.

Один из важных аспектов реализации ESG-стратегии Melon Fashion Group – работа с поставщиками, контроль процесса производства продукции брендов и развитие устойчивой цепочки поставок.

Подробная информация о критериях выбора поставщиков Melon Fashion Group представлена на официальном сайте компании в разделе «Политики и стандарты» (файл «Политика по работе с поставщиками»).

В 2024 году Группа устойчивого развития запустила обучающий видеокурс для сотрудников продукта брендов по экологизации верхней одежды, так как это многокомпонентный и сложноперерабатываемый вид продукции.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

В 2024 году бренды Melon Fashion Group продолжили включать в ассортимент продукцию из натуральных, экологических и переработанных материалов.

Компания производит коллекции из денима на фабриках, использующих оборудование **Jeanologia** и **Tonello** для нанесения принтов и эффекта потертостей с помощью лазера, а также проводит стирку изделий с минимальным количеством воды или без воды с использованием озона.

При аудите производств установлено, что часть поставщиков использует солнечные батареи, многоуровневые системы очистки сточных вод, а также водоочистные сооружения для возвращения воды в производственный цикл.

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

Все поставщики Melon Fashion Group подписывают Кодекс поведения для бизнес-партнеров.

Компания регулярно проводит этические аудиты фабрик крупнейших поставщиков. Помимо проверки наличия и корректности необходимой документации и оснащения производств в ходе аудита проводится интервью с работниками фабрик разных возрастов, полов 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 на производстве дискриминации, коррупции и детского труда.

С целью совершенствования социально-экологических практик контрагентов команда Melon Fashion Group проводит тренинги для сотрудников своих партнеров.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Диверсификация поставщиков позволяет минимизировать риски fashion-ритейлера, размещающего заказы на производство своих коллекций за рубежом, учитывая логистический кризис и санкции.

Компания осуществляет контроль оснащения фабрик и качества отгружаемых коллекций.

Вся продукция брендов ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC, SELA и IDOL проходит обязательную сертификацию в соответствии с требованиями законодательства, включая сертификацию соответствия детского ассортимента.

НАШИ ПРИНЦИПЫ

КОМПЛАЕНС

- Справедливая оплата труда и избегание 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

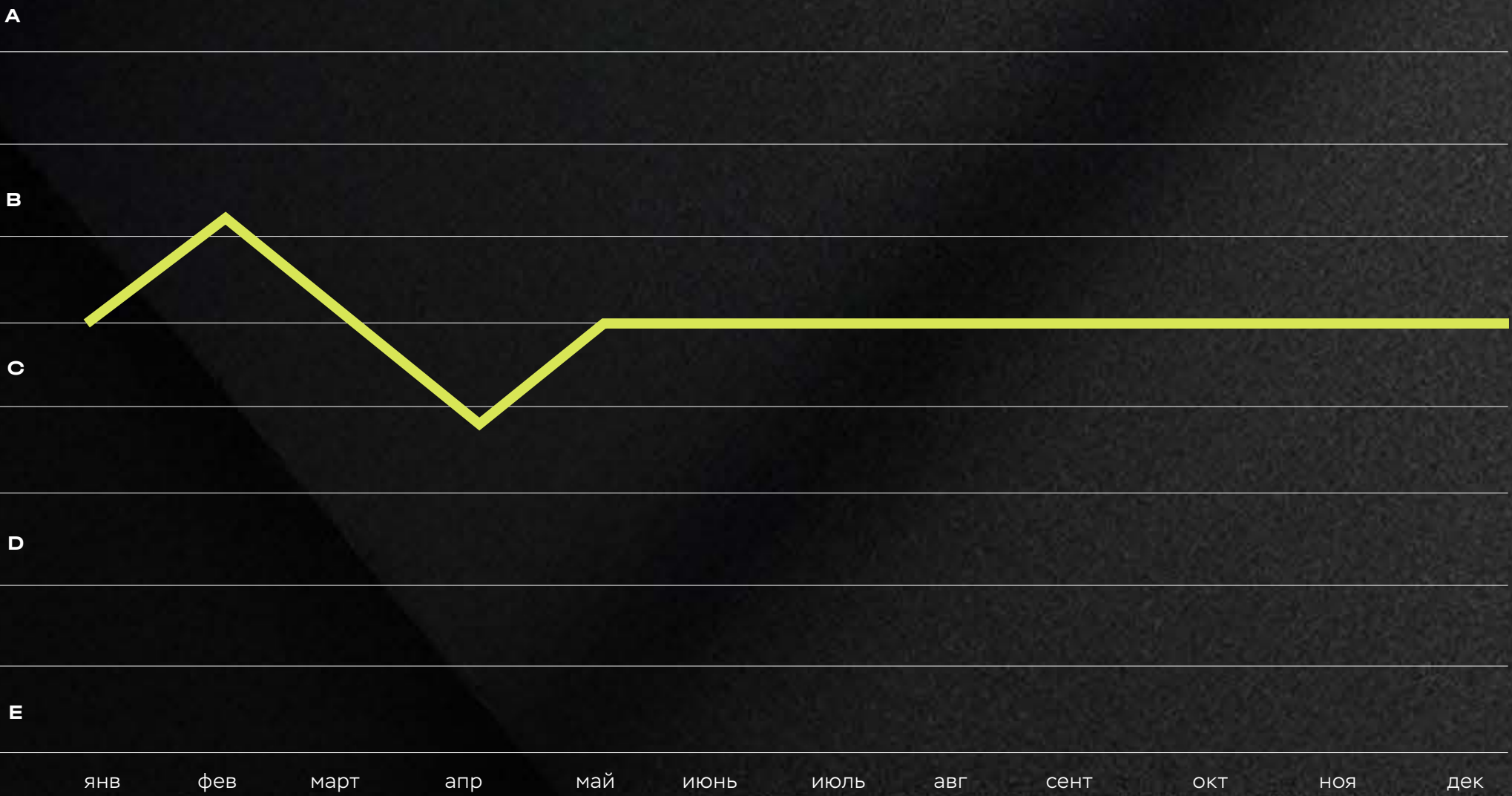
- Продвижение осознанного способа производства товаров и переработки отходов
- Отсутствие использования в производстве запрещенных и опасных химических веществ

ПРОЗРАЧНОСТЬ И ПРОСЛЕЖИВАЕМОСТЬ. КОНТРОЛЬ ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ НОРМ

С целью увеличения доли продукции, произведенной на фабриках, прошедших этический аудит, Melon Fashion Group продолжает проверять производственные площадки. В случае выявления недочетов фабрике передается план корректирующих действий, а после запрашиваются отчеты по устранению выявленных недочетов.

В 2024 году этический аудит проводился как аутсорсинговой компанией, так и аккредитованными сотрудниками Шанхайского офиса Melon Fashion Group. Шкала оценок по этическим аудитам компании соответствует принятым в мировой практике значениям от А до Е, где А – это наивысшая оценка, Е – неприемлемый уровень.

СРЕДНЯЯ ОЦЕНКА ФАБРИК, ПРОШЕДШИХ ЭТИЧЕСКИЙ АУДИТ В 2024 ГОДУ, — С.



Melon Fashion Group также принимает отчеты об аудитах, проведенных международными организациями (WRAP, Sedex, Amfori) на производствах, где производятся коллекции ZARINA, Befree, LOVE REPUBLIC, SELA и IDOL. По истечении срока аудита, проведенного сторонними компаниями, мы запрашиваем обновленный отчет с результатами аудита и фиксируем результаты во внутренней системе.

В 2024 году во внутреннюю систему учета внедрена интерактивная карта производств для детального мониторинга производств. Это позволяет видеть точное местоположение фабрики и предотвращать риски размещения заказов в отдаленных регионах.

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ ПРОВЕРЕННЫХ ФАБРИК

- Официальное трудоустройство с регулярными выплатами справедливой заработной платы
- Соблюдение пожарной безопасности
- Забота о здоровье сотрудников
- Отсутствие детского труда и дискриминации
- Готовность руководства фабрик исправлять выявленные недостатки

СЛАБЫЕ СТОРОНЫ ПРОВЕРЕННЫХ ФАБРИК*

- Слабый контроль уровней энергопотребления и выбросов в атмосферу
- Недостаточное внимание к уровню шума на рабочем месте
- Некорректное управление отходами
- Нехватка обучающих программ по охране окружающей среды

РЕЗУЛЬТАТЫ
ПРОЕКТА
2024 ГОДА

500

поставщиков и более
1400 фабрик

50%

продукции произведено
на фабриках, прошедших
этический аудит

*При выявлении недочетов мы
выдаем фабрикам рекомендации
по их устранению и контролируем
процесс устранения

В 2024 году фабрикам передан
51 документ с рекомендациями
по устранению недочетов.



Средняя оценка
по результатам аудита

ПЛАНЫ
ПО ПРОЕКТУ
НА 2025 ГОД

Продолжать обучение поставщиков
принципам устойчивого развития

Поддерживать процент продукции,
произведенной на фабриках, прошедших
этический аудит, на уровне не ниже 50%

Увеличивать количество
собственных сотрудников компании,
сертифицированных для проведения
этического аудита поставщиков

6 РАЗДЕЛ

ПЛАНЫ НА 2025 ГОД

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

01	Расширению программы «Зеленый офис»: увеличение количества собираемых фракций, организация приезда экомобиля в штаб-квартиру для сдачи на переработку сложных фракций
02	Развитию и оптимизации программы по сбору одежды в магазинах брендов компании
03	Развитию программы корпоративного волонтерства в части E и S
04	Развитию профильных программ обучения для сотрудников в области устойчивого развития
05	Повышению уровня знаний поставщиков в сфере устойчивого развития
06	Увеличению количества собственных сотрудников компании, сертифицированных для проведения этического аудита поставщиков

07	Поддержанию процента продукции, произведенной на фабриках, прошедших этический аудит, на уровне не ниже 50%
08	Внедрению экологических решений в упаковку и в производство продукта
09	Информированию покупателей о различных аспектах устойчивого развития, вовлечению их в экологические и социальные инициативы брендов через социальные сети и спецпроекты
10	Привязке деятельности компании в области устойчивого развития к Национальным целям развития РФ



7 РАЗДЕЛ

ОБ ОТЧЕТЕ

7.1.

ПОДХОД К ПОДГОТОВКЕ ОТЧЕТА

Подготовкой отчета по устойчивому развитию, в том числе сбором нефинансовых данных, а также его публикацией занимается HR-департамент Melon Fashion Group.

Структура и содержание настоящего отчета соответствуют лучшим практикам лидеров рынка, а также рекомендациям международных стандартов и руководств, в том числе Global Reporting Initiative (GRI) и ЦУР ООН.

В настоящем отчете Melon Fashion Group раскрывает информацию о деятельности компании в области устойчивого развития и ее взаимодействия с покупателями, сотрудниками, поставщиками и другими заинтересованными сторонами в тех аспектах, в которых такое взаимодействие касается устойчивого развития.

Отчет об устойчивом развитии выпускается ежегодно. Предыдущий отчет за 2023 календарный год опубликован 10 июля 2024 года.

Более подробная информация о деятельности Melon Fashion Group и брендов представлена в Годовом отчете за 2024 год, опубликованном на официальном сайте www.melonfashion.ru.

7.2.

ГРАНИЦЫ ОТЧЕТА

Настоящий отчет охватывает период с 1 января 2024 года по 31 декабря 2024 года.

Все количественные данные приведены по состоянию на 31 декабря 2024 года.

Если не указано иное, информация, раскрытая в настоящем отчете, охватывает исключительно 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, Беларуси, Армении и Киргизии.

8 РАЗДЕЛ

ПРИЛОЖЕНИЯ

8.1.

ЧИСЛЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ MELON FASHION GROUP С РАЗБИВКОЙ ПО ПОЛУ И ВОЗРАСТУ*

	2020	2021	2022	2023	2024
ОБЩЕЕ ЧИСЛО СОТРУДНИКОВ НА КОНЕЦ ОТЧЕТНОГО ПЕРИОДА	5 467	5 607	6 934	8 522	8 658
Пол					
Женщины	5 094	5 197	6 383	7 735	7 868
Мужчины	373	410	551	787	790
Возраст					
Младше 30 лет	3 723	3 751	4 851	6 083	6 173
30-50 лет	1 679	1 791	2 004	2 350	2 362
Старше 50 лет	65	65	79	89	123

* ДАННЫЕ, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ НА НАСТОЯЩЕЙ СТРАНИЦЕ, ОХВАТЫВАЮТ АО «МЭЛОН ФЭШН ГРУП», А ТАКЖЕ ЕГО ДОЧЕРНИЕ ЮРИДИЧЕСКИЕ ЛИЦА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ.

8.2.

ЦУР ООН, РЕЛЕВАНТНЫЕ ДЛЯ MELON FASHION GROUP

КЛЮЧЕВЫЕ ЦУР ООН



ЦУР 8 — ДОСТОЙНАЯ РАБОТА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

Обеспечиваем комфортные условия труда для всех наших сотрудников и содействуем их профессиональному развитию.



ЦУР 12 — ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО

Совершенствуем бизнес-процессы, внедряя решения для более рационального использования природных ресурсов.



ЦУР 13 — БОРЬБА С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА

Минимизируем свое негативное воздействие на изменение климата, а также привлекаем внимание покупателей к экологическим проблемам.

КОСВЕННЫЕ ЦУР ООН



ЦУР 3 — ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ

Заботимся о здоровье и благополучии каждого сотрудника в нашей команде.



ЦУР 9 — ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ, ИННОВАЦИИ И ИНФРАСТРУКТУРА

Развиваем сотрудничество с фабриками, внедряющими инновации и ведущими бизнес в соответствии с принципами устойчивого развития.

8.3.

ВКЛАД MELON FASHION GROUP В РЕЛЕВАНТНЫЕ ЦУР ООН

КЛЮЧЕВЫЕ ЦУР ООН

ЗАДАЧА		ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ В 2024 ГОДУ	
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.		Организация коучинг-сессий для сотрудников офисов Проведение обучения для сотрудников офисов и розницы	
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.		Создание инклюзивной рабочей среды Развитие проекта сопровождаемого трудоустройства молодых людей с инвалидностью и сиротским опытом	
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.		Социальные проекты и благотворительность Контроль за условиями труда на предприятиях ключевых фабрик-поставщиков	

ВКЛАД MELON FASHION GROUP В РЕЛЕВАНТНЫЕ ЦУР ООН

КЛЮЧЕВЫЕ ЦУР ООН

ЗАДАЧА		ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ В 2024 ГОДУ	
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.		Реализация проекта «Зеленый офис» в части РСО в офисе Реализация регулярных акций по сбору отдельных фракций отходов (мягкий пластик, мелкая бытовая техника и др.) Сбор пластиковой упаковки и картона на складе компании «Уткина заводь»	
ЦУР 13 — БОРЬБА С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА			
13.2. Включить меры реагирования на изменение климата в политику, стратегии и планирование на национальном уровне.		Переход на более энергоэффективные решения в магазинах Проведение сертификации магазинов на соответствие требованиям стандарта зеленого строительства Green Zoom от НИИУРС Проведение расчета 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.		Проведение экопросветительских акций брендами Melon Fashion Group	

ВКЛАД MELON FASHION GROUP В РЕЛЕВАНТНЫЕ ЦУР ООН

КОСВЕННЫЕ ЦУР ООН

ЗАДАЧА		ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ В 2024 ГОДУ	
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.		Оказание медицинской помощи сотрудникам, в том числе организация приема врача в офисе Предоставление сотрудникам офиса и розничных магазинов в Санкт-Петербурге и членам их семей доступа в корпоративный спортивный зал	
3.8. Обеспечить всеобщий охват услугами здравоохранения, в том числе защиту от финансовых рисков, доступ к качественным основным медико-санитарным услугам и доступ к безопасным, эффективным, качественным и недорогим основным лекарственным средствам и вакцинам для всех.		Предоставление полиса ДМС Сезонная вакцинация и флюорография в офисе компании	
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.		Экологические аудиты поставщиков и подготовка планов действий по устранению выявленных нарушений	

8.4.

МЕТОДОЛОГИЯ РАСЧЕТА ВЫБРОСОВ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ

Расчет выбросов парниковых газов Melon Fashion Group за 2024 год проводился с привлечением сертифицированного подрядчика, обладающего необходимыми компетенциями и опытом.

При расчете выбросов использовалась методология «The GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (Revised Edition)» в редакции 2015 года.

В границы расчета были включены офисы и магазины АО «Мэлон Фэшн Груп» на территории Российской Федерации.

Магазины, работающие по франшизе, а также офисы и магазины, расположенные за пределами Российской Федерации, в расчете не учитывались. Процент покрытия магазинов расчетом составляет 99,86% от общего количества магазинов Melon Fashion Group.

Расчет проводился для периода с 1 января 2024 года по 31 декабря 2024 года.

Базовым годом для проведения расчетов определен 2022 календарный год. 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 (Scope 1) и косвенных (Scope 2) выбросов парниковых газов.

ОБЪЕМ ПРЯМЫХ ВЫБРОСОВ MELON FASHION GROUP (SCOPE 1)	2020	2021	2022	2023	2024
Всего прямых выбросов, тонн CO ₂ -экв.	126,8	120,6	139,2	140,1	198,2
Холодильные установки, тонн CO ₂ -экв.	99,7	90,0	107,2	109,4	173,8
Мобильное сжигание топлива, тонн CO ₂ -экв.	27,0	30,6	32,0	30,7	24,4
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	30 935,3
Электропотребление, тонн CO ₂ -экв.	63 32,9	10 808,3	9 049,1	11 109,4	12 918,0
Теплопотребление, тонн CO ₂ -экв.	7 839,2	9 146,8	10 405,0	13 435,0	18 017,3
СУММАРНЫЙ ОБЪЕМ ВЫБРОСОВ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ1 (SCOPE 1 + SCOPE 2)					
Суммарный объем выбросов, тонн CO ₂ -экв.	14 299,0	20 075,8	19 593,4	24 684,6	31 133,5

*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.

ДЕТАЛИЗАЦИЯ ДИНАМИКИ

SCOPE 1

В 2024 году объемы прямых выбросов (Scope 1) составили 198,23 тонн CO₂-эквивалента, увеличившись на 41,44% по сравнению с прошлым годом.

Увеличение потребления хладагентов связано с двумя факторами: ростом сети и открытием новых торговых объектов, а также с изменением технического оснащения на объектах, открытых ранее. Так, в некоторых релоцированных магазинах используемые ранее фанкойлы заменили на кондиционеры и сплит-системы, использующие хладагент R410a.

Снижение выбросов, связанных с мобильным сжиганием топлива, вызвано сокращением потребления бензина на 0,39% и дизельного топлива на 22%.

SCOPE 2

В 2024 году в связи с ростом сети и увеличением торговой площади магазинов сети произошло увеличение выбросов, связанных с потреблением электроэнергии, на 16% и теплоэнергии – на 34% относительно 2023 года.

Нелинейность увеличения выбросов, связанных с потреблением электро- и теплоэнергии относительно изменения площади, обусловлена тем, что в 2023 году значительное увеличение торговых площадей и расширение розницы пришлось на вторую половину года, а значит, объекты функционировали не полный календарный год.

Общий объем выбросов по Scope 2 в 2024 году составил 30 935 тонн CO₂-эквивалента. Увеличение выбросов по сравнению с 2023 годом составило 26%.



КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

АО «МЭЛОН ФЭШН ГРУП»
190020, 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