

ГОДОВОЙ ОТЧЕТ 2024

MELON
FASHION GROUP

ZARINA Befree LOVE REPUBLIC **sela.** ídol

СОДЕР- ЖАНИЕ

ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО
ДИРЕКТОРА

4

О КОМПАНИИ

5-7

2024 В ЦИФРАХ
СОБЫТИЯ И ПРЕМИИ

БРЕНДЫ

8-28

ZARINA

BEFREE

LOVE REPUBLIC

SELA

IDOL

ОБЗОР БИЗНЕС-НАПРАВЛЕНИЙ

29-33

ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

ЗАКУПКИ

ИНФРАСТРУКТУРА

ИТ

ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

Друзья!

Собираясь писать это письмо, я задумался: что было основным драйвером Мэлона в 2024 году?

Усилившаяся конкуренция, невиданная даже во времена присутствия крупных международных игроков на рынке? Завершение фазы экстенсивного роста офлайна и заполнение рынка? Взрывной рост онлайн? Все это существенно, даже очень, но все же... Любой бизнес должен быть готов к чему угодно. Особенно – в России. К новым вводным, ограничениям, сложным маршрутам, росту цен на доставку и рекламу, к новой финансовой логистике, сильно падающему трафику в торговых центрах. Такова его суть: мы всегда в зоне риска и неопределенности.

Так что же было нашим драйвером? Баланс. Не делать резких телодвижений, а думать и анализировать, поступать аккуратно и последовательно. Действовать рационально, а не эмоционально. Делать правильные вещи, а не делать вещи правильно. И это вселяет оптимизм и уверенность. Даже находясь в неустойчивой среде, принимая весь наш опыт, все прошлые победы и поражения, которые сделали нас сильнее, нужно активизировать мощный "мышечный корсет" — тот самый баланс, который позволяет держаться и осуществлять немислимое.

И нам опять есть чем гордиться. 2024 год мы завершили уверенным ростом выручки на 33%, достигнув показателя в 82,2 млрд рублей. Наша давняя мечта и цель – быть первыми по продажам в России – осуществилась, и это немислимый и пока ещё недооцененный нами самими рубеж. Наша экспансия показала отличные результаты, несмотря на заполнение рынка торговой недвижности: мы открыли и релоцировали на большие площади вместе с партнерами по франчайзингу 121 магазин. А наш молодой пятый бренд IDOL уже представлен 35 магазинами по всей России. Доля онлайн в товарообороте группы значительно выросла, что демонстрирует гармоничное сосуществование онлайн и офлайна. Всё это – впечатляет и вдохновляет на большее.

Что дальше? Дальнейшее движение вверх вместе с правильным продуктом по доступным ценам для каждого бренда с четким попаданием в сердце своего покупателя, а также грамотной стратегией с максимально эффективными бизнес-процессами, способных адаптироваться к непредвиденным ситуациям. И здесь снова важен баланс.

А баланс невозможен без поддержки. Моя самая любимая часть письма для Годового отчета – благодарность команде. Тем людям, которых я вижу в офисах Петербурга, Москвы, Шанхая, Минска и Ташкента, в наших магазинах и на складах. Это прекрасные люди – люди с большой буквы, которые безупречно делают свою работу. Которые умеют мечтать, придумывать, бороться за свои мечты и радоваться своим успехам. В каком-то смысле наша команда – тот самый вечный двигатель, который генерит идеи, смыслы и успешность бизнеса. Спасибо вам за то, что делаете Мэлон сильным и смелым.

Чем всё заканчивается? Год – подсчетом результатов, а наша история... Наша история продолжается, ведь за горизонтом столько интересного. Мы будем идти дальше и забираться выше, потому что останавливаться нельзя ни на минуту. Будем ставить новые невероятные цели, рисковать, действовать решительно и безусловно достигать их. А главное – любить свое дело. И у нас всё обязательно получится.

С благодарностью,
Ваш ММ



О КОМПАНИИ

2024 В ЦИФРАХ:

82.2

МЛРД РУБЛЕЙ ТОВАРОБОРОТ

161

ГОРОД

5

СТРАН

937

МАГАЗИНОВ

>8 3000

СОТРУДНИКОВ

СОБЫТИЯ И ПРЕМИИ

15 ЛЕТ LOVE REPUBLIC

В январе LOVE REPUBLIC отметил 15-летие. Появившись в портфеле Melon Fashion Group в 2009 году, концепция бренда сразу нашла отклик у аудитории. LOVE REPUBLIC провел светское мероприятие в усадьбе Муравьевых-Апостолов с выставкой архивных изделий и ретроспективной рекламных кампаний с топ-моделями, помимо этого, была презентована новая beauty-линия из четырех ароматов.



ЛУЧШИЙ РАБОТОДАТЕЛЬ

По результатам 2024 года Melon Fashion Group вошла в рейтинг лучших работодателей России по версии рекрутинговой платформы Head Hunter, заняв 1-е место среди fashion-ритейлеров и 5-е место среди непродуктовых ритейлеров.



ЗОЛОТОЙ СТАТУС FORBES

В 2024 году Melon Fashion Group вновь вошла в рейтинг лучших работодателей России по версии Forbes, оценивающей компании по ESG-показателям. Компания получила платину в сфере «Корпоративное управление», золото в категории «Экология», а также серебро в категории «Сотрудники и общество». В общем зачете – золотой статус.



ПРЕМИЯ NAT MALL

Бренд IDOL завоевал награду в специальной номинации международной премии Nat Mall Awards «Прорыв года в ретейле». Также IDOL стал финалистом номинации «Лучшая ретейл-концепция в категории fashion».



ПРЕМИЯ CPM SHOP & RETAIL SOLUTIONS AWARDS

В августе бренд ZARINA стал лауреатом премии в номинации «Лучшая дизайн-концепция магазина в сегменте Mass market» за флагман в московском ТРЦ «Метрополис». Обновленный магазин IDOL в ТРЦ «Авиапарк» в Москве стал победителем двух номинаций: «Лучшая дизайн-концепция магазина менее 150 кв. м в сегменте Premium», а также «Лучшая примерочная зона магазина».



БРЕНДЫ

ZARINA

301

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО
МАГАЗИНОВ

245

СОБСТВЕННЫХ
МАГАЗИНОВ

56

ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ
МАГАЗИНА

40

ОТКРЫЛИ И РЕЛОЦИРОВАЛИ
СОБСТВЕННЫЕ И ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ
МАГАЗИНЫ



СТИЛЬ. СМЫСЛ. СИЛА.

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

ПРОДУКТ

В 2024 году в ZARINA появилась новая линия ICONIC премиального качества из натуральных материалов: хлопка, льна, шерсти и аксессуаров из натуральной кожи. Помимо этого, расширился ассортимент денима, включая новые ростовки: 164 и 175 см.



TOUCH THE SKY



ZARINA X ИРЕНА ПОНАРОШКУ

ЛИМИТИРОВАННЫЕ КОЛЛЕКЦИИ:

Touch the sky коллекция из имитации ткани и вязанных изделий под деним;

Эко-капсула из переработанных материалов, лицом которой стала Ирена Понарошку;

Три коллекции премиальной линии ICONIC: в июне, августе и октябре;

Лимитированная капсула с благотворительным фондом «Подари жизнь»;

Коллаборация ROGOV TOUR для нее и него, дизайнером которой стал стилист Александр Рогов;

Первая мужская коллаборация с футбольным клубом Zenit;

Коллаборация Perfect Match для нее и него, дизайнером женской линии выступила Марианна Елисеева, мужской – Сергей Мезенцев;

Новогодняя лимитированная коллекция Black Swan.



ZARINA X ZENIT



ZARINA X МАРИАННА ЕЛИСЕЕВА & СЕРГЕЙ МЕЗЕНЦОВ



SEPTEMBER 2024

ROGOV TOUR

МАРКЕТИНГ

Лицом весенне-летней рекламной кампании «Нежность» стала российская актриса Равшана Куркова.



В первом полугодии состоялся запуск проекта «Успеть всё!» с новым амбассадором каждый месяц: Еленой Крыгиной, Иреной Понарошку, Алексеем Сухаревым и Артемом Лосевым. Цель проекта – активное ведение социальной жизни, желание успеть всё – в каждой сфере своей жизни.



Для продвижения бренда состоялись камерные мероприятия с блогерами и лояльными покупателями в честь запуска премиальной линии ICONIC, а также презентация с масштабной рекламной кампанией в рамках коллаборации с Александром Роговым.

ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ

В 2024 ГОДУ К ZARINA CLUB ПРИСОЕДИНИЛСЯ 1 МЛН НОВЫХ ЛОЯЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ. В ПРОГРАММЕ ЛОЯЛЬНОСТИ БРЕНДА ТЕПЕРЬ

>6 МЛН
ПОКУПАТЕЛЕЙ





САМЫЙ КРУПНЫЙ ФЛАГМАН ZARINA ОТКРЫЛСЯ ЛЕТОМ 2024 ГОДА ВО ВЛАДИВОСТОКЕ В ТВК «КАЛИНА МОЛЛ», ЕГО ПЛОЩАДЬ СОСТАВИЛА ОКОЛО 1 000 КВ.М.



МАГАЗИНЫ

В 2024 году во флагманских магазинах бренда были реализованы «точки притяжения», а также четкое зонирование торгового зала на комнаты. В каждой комнате представлена своя коллекция. Поддержать идею с комнатами помогает потолок: он разбит на секции, в каждой предусмотрена подсветка, создающая эффект парящего потолка и визуально увеличивающая пространство.

Плавность и мягкость в дизайне находит отражение в принте на обоях, декоративных светильниках, оборудовании, арочных и скругленных формах в архитектуре.



КЛЮЧЕВЫМИ ОТКРЫТИЯМИ В МОСКВЕ СТАЛИ ФЛАГМАНЫ ZARINA В ТРЦ ЕВРОПЕЙСКИЙ, ТЦ МЕТРОПОЛИС, ТРК АТРИУМ И ТЦ ОХОТНЫЙ РЯД, А ТАКЖЕ В ТВК КАЛИНА МОЛЛ (ВЛАДИВОСТОК).

В 2024 ГОДУ БРЕНД ВЫШЕЛ В НОВЫЙ ГОРОД ОБНИНСК.

В рамках ретейл-премии CPM shop & retail solutions awards бренд ZARINA стал победителем номинации «Лучшая дизайн-концепция магазина в сегменте Mass market».

Флагман ZARINA в ТЦ Метрополис вошел в шорт-лист архитектурной премии ADD Awards.



Befree

253

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО
МАГАЗИНОВ

202 СОБСТВЕННЫХ
МАГАЗИНА

51 ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЙ
МАГАЗИН

24 ОТКРЫЛИ И РЕЛОЦИРОВАЛИ
СОБСТВЕННЫЕ И ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ
МАГАЗИНЫ

**МОДА,
ИНКЛЮЗИВНОСТЬ,**



**ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ,
НАПРАВЛЕННОСТЬ
В БУДУЩЕЕ.**

**ИНКЛЮЗИВНЫЙ БРЕНД
БЫСТРОЙ МОДЫ**

ПРОДУКТ



В 2024 году бренд запустил направление Fast Fashion. Также в ассортименте появилась отдельная линейка спортивной одежды для мужчин, в женском направлении увеличилась размерная сетка – для миниатюрных и plus-size покупателей.

Открыли направление b2b-коллабораций: выпустили дроп с Самокатом, косметичку с Золотым Яблоком, сшили одежду для курьеров Альфа Банка.



В рамках проекта Co:Create выпустили 17 коллабораций с художниками, лицензиатами, благотворительными фондами и близкими по духу объединениями. В том числе со «Смешариками», яхт-школой «Сила ветра» и художницей Анной Андржиевской.



МАРКЕТИНГ



КОМАНДА BEFREE CO:CREATE HUB

КЛЮЧЕВЫМ СОБЫТИЕМ 2024 ГОДА СТАЛ ЗАПУСК СОБСТВЕННОЙ ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ПОИСКА ТАЛАНТОВ BEFREE CO:CREATE HUB, ОНА ОБЪЕДИНИЛА

>17 000 КРЕАТОРОВ

В РАМКАХ ХАБА ПРОВЕЛИ 6 ОТКРЫТЫХ КОНКУРСОВ, ДВА ИЗ НИХ С ПАРТНЕРАМИ - БУКМЕЙТ, ЭЛЕКТРОМОБИЛИ АТОМ.

ЗА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА CO:CREATE БРЕНД ПОЛУЧИЛ ПРЕМИЮ РБК ВИЗИОНЕРЫ.



**ВИ
ИОН
ЕРЫ**

Продолжая продвигать мотто «Всегда модно быть свободным», команда Befree выпустила книгу-манифест с издательством «Сеанс», где собрали истории комьюнити, друзей и сотрудников бренда о том, что для них значит понятие «свобода». Книга была представлена в магазине «Подписные издания» и во флагманских магазинах Befree. Деньги от продажи книги пошли на поддержку благотворительного фонда «Антон тут рядом».



ПРОВЕЛИ ТРИ ОФЛАЙН-ПРЕЗЕНТАЦИИ КОЛЛЕКЦИЙ BEFREE CO:CREATE:

DJ-сет и перформанс в поп-апе Befree с SAINT CITY LOVERS;

День яхтинга с яхт-школой «Сила ветра»;

Вечеринка с онлайн-платформой Wink и сериалом «Комбинация».

Летом открыли первый поп-ап магазин на Василеостровском рынке.

МАГАЗИНЫ

В 2024 году бренд обновил архитектурную концепцию магазинов в стиле художественной мастерской, открыв два новых флагмана в московских торговых центрах Columbus и Афимолл.



Отличительные черты обновленной концепции – «теплая» индустриальность, диджитальность и артистичность. Большое светлое пространство с фактурными бетонными стенами и зонами с гофрированными панелями дополнено деревянной мебелью, керамической плиткой и асимметричными зеркалами. Оборудование стало тоньше, креплений к стенам – меньше, за счет чего создается ощущение легкости и воздушности.



Интерьер дополняют зеркала и диджитал-панели, прислоненные к стенам. Пестрый текстиль и пуфики создают домашнюю обстановку, а зона лаунжа оформлена дизайнерскими диванами. Вход в магазин оформлен как цифровой портал, где крутятся видеоролики с новыми коллекциями.

Для оформления интерьера флагмана в ТРЦ «Афимолл» привлекли Владимира Абиха – автора стрит-арт работ. Специально для бренда он создал настенную роспись «Главное не повторяться» в зоне примерочных.

Также совместно с архитектурным бюро EDXXCAT команда архитекторов бренда Befree разработала специальную зону Co:Create для коллекций, созданных в коллаборациях.



В рамках программы экспансии и расширения присутствия в 2024 году открылся первый магазин Befree в Костроме.



ФЛАГМАН BEFREE В ПЕТЕРБУРГСКОМ ТЦ «ЕВРОПОЛИС» ПОЛУЧИЛ ЗОЛОТОЙ СЕРТИФИКАТ GREEN ZOOM ЗА СОЗДАНИЕ УСТОЙЧИВОЙ И ДРУЖЕСТВЕННОЙ СРЕДЫ.



РОЗНИЧНАЯ СЕТЬ BEFREE В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ СТАЛА ПОБЕДИТЕЛЕМ ПРЕМИИ BELARUS RETAIL & REAL ESTATE AWARDS 2024 В НОМИНАЦИИ «ЛУЧШАЯ FASHION-СЕТЬ».



LOVE REPUBLIC

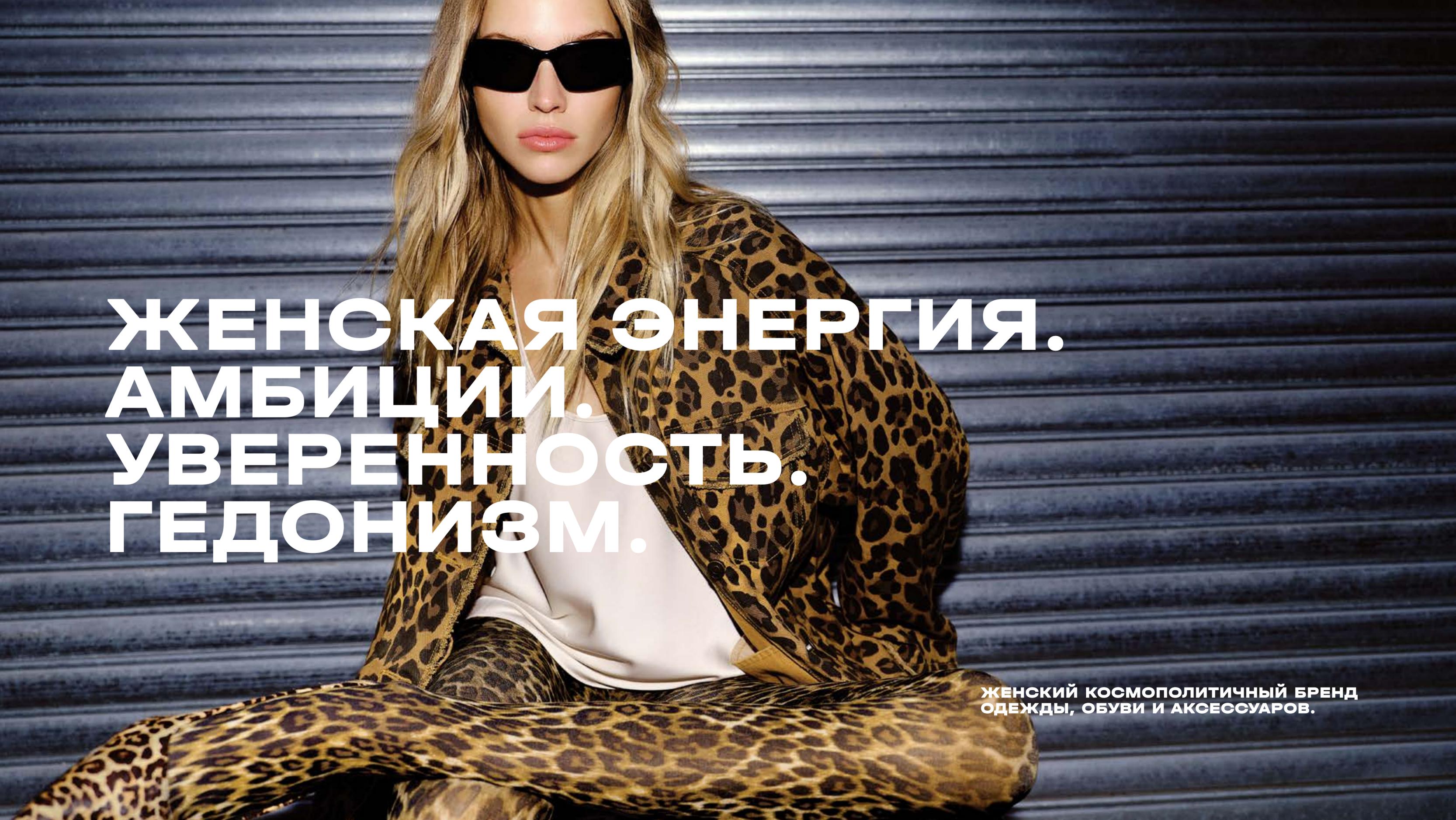
166

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО
МАГАЗИНОВ

133 СОБСТВЕННЫХ
МАГАЗИНА

33 ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ
МАГАЗИНА

12 ОТКРЫЛИ И РЕЛОЦИРОВАЛИ
СОБСТВЕННЫЕ И ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ
МАГАЗИНЫ

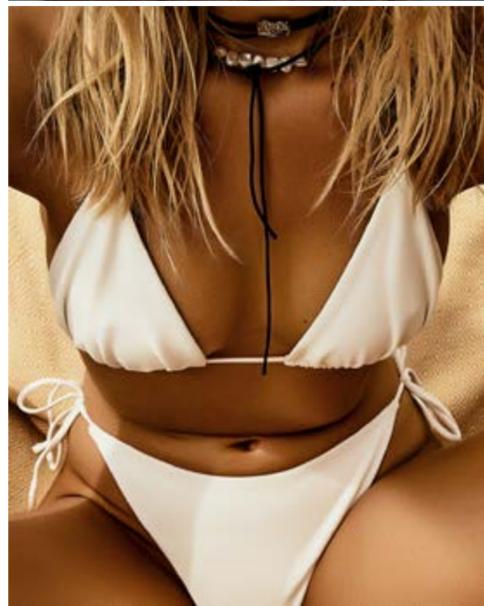


**ЖЕНСКАЯ ЭНЕРГИЯ.
АМБИЦИИ.
УВЕРЕННОСТЬ.
ГЕДОНИЗМ.**

**ЖЕНСКИЙ КОСМОПОЛИТИЧНЫЙ БРЕНД
ОДЕЖДЫ, ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ.**

ПРОДУКТ

В 2024 году ассортимент бренда пополнился новой линией STUDIO с ультрамодным дизайном и последними подиумными трендами. Также вышло две PREMIUM коллекции и три EVENING коллекции. Помимо этого, появилась линия SWIMWEAR.



В рамках летней коллекции LOVE REPUBLIC расширил ассортиментное предложение изо льна, сделав ставку на инновации обработки льняной нити разной фактуры с использованием мерсеризации для гладкости и сияния.

Бренд качественно расширил ассортиментное предложение премиальных аксессуаров с использованием натуральных материалов: натуральной кожи, кашемира и перламутра.

ПЕРВЫМИ В РОССИИ СРЕДИ FASHION-БРЕНДОВ

запустили beauty-линию, куда вошли 4 аромата WHITE, NUDE, SHADOW и BLACK в формате 50 мл и 10 мл (тревел-флакон), а также одноименный увлажняющий лосьон-суфле и спа-свеча.



МАРКЕТИНГ



ГЕНЕРАЛЬНОЙ ЛИНИЕЙ КОММУНИКАЦИЙ 2024 ГОДА СТАЛО 15-ЛЕТИЕ БРЕНДА СО СЛОГАНOM «15 YEARS OF LOVE».

Лицом LOVE REPUBLIC стала топ-модель и актриса Саша Лусс, которая также вышла в образах бренда на премьеру фильма Джеймса Крока «Ханна. В игре», в котором исполнила главную роль.



В сентябре LOVE REPUBLIC отметил свой день рождения в исторической усадьбе Муравьевых-Апостоловых, где воссоздали историческую ретроспективу бренда, а также презентовали новую линию BEAUTY. Мероприятие посетили около 300 гостей, средний охват публикаций об ивенте – более 30 млн человек.

Для поддержки акции «Розового октября» запустили проект «Любовь сильнее рака» совместно с Lamoda и благотворительным фондом «Дальше» для поддержки женщин с диагнозом «онкология груди».



В рамках эко-инициативы LOVE GARDEN бренд внес вклад в развитие биоразнообразия экологической фермы и сделал благотворительный взнос на создание цветущего сада редкого сорта дамасской розы и магнолиевых деревьев хозяйству Краснополянской косметики.

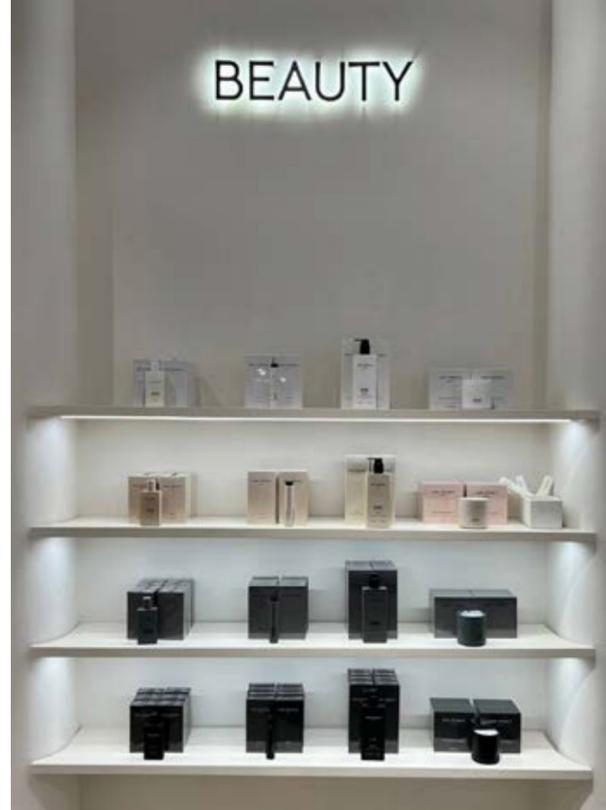


LOVE REPUBLIC стал первым брендом на локальном фэшн-рынке, представившим AI-кампейн новогодней коллекции EVENING. Завирусившийся ролик получил охват более 50 млн просмотров. Для продвижения использовались нестандартные решения в части наружной рекламы: крупнейшие медиафасадные размещения и экраны с 3D-визуализацией на кинотеатре «Октябрь» в Москве.

МАГАЗИНЫ

Ключевым открытием стало открытие флагмана в московском ТЦ «Метрополис» с радиусными стенами и оборудованием, светлыми теплыми монохромными тонами в оформлении, высокими потолками, обилием света и фокусной точкой с LED-экраном на потолке, а также округлой объемной кассой, которая ярко подчеркивает направление бионики в общем концепте магазина. Внедрены новые приемы презентации коллекции в мерчандайзинге для подчеркивания особенности продукта.

Новый флагман отличают зоны с аксессуарами и концепт-примерочной со специальным пространством-фотозоной.



ВАЖНОЙ ВЕХОЙ РАЗВИТИЯ LOVE REPUBLIC СТАЛ ВЫХОД БРЕНДА В РЕСПУБЛИКУ БЕЛАРУСЬ. ОТКРЫТИЕ ПЕРВОГО СОБСТВЕННОГО РОЗНИЧНОГО МАГАЗИНА СОСТОЯЛОСЬ В ДЕКАБРЕ В МИНСКОМ ТРЦ «GALILEO».





sela.

182

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО
МАГАЗИНОВ

152 СОБСТВЕННЫХ
МАГАЗИНОВ

30 ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ
МАГАЗИНОВ

28

ОТКРЫЛИ И РЕЛОЦИРОВАЛИ
СОБСТВЕННЫЕ И ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ
МАГАЗИНЫ



СЕМЬЯ. ЗАБОТА. КОМФОРТ.

LIFESTYLE-БРЕНД ДЛЯ ВСЕЙ СЕМЬИ

ПРОДУКТ

БРЕНД ПРЕДСТАВИЛ НЕСКОЛЬКО СПЕЦИАЛЬНЫХ КОЛЛЕКЦИЙ:

Коллаборация с Ботаническим садом им. Н.В. Цицина;

Лицензионная капсула с Союзмультфильмом, раскупленная за считанные дни;

Коллаборация с сетью петербургских булочных и кофеен «Буше»;

Капсула с детскими рисунками, часть средств от продажи которой пошла на помощь благотворительному фонду «Обнаженные сердца»;

Первая коллекция для детей с принтами с дополненной реальностью.



Также SELA выпустила первую женскую коллекцию для активного отдыха и лыжного спорта с использованием технологичной ткани.



В августе 2024 года в ассортименте появилась детская обувь.



В 2024 году бренд выпустил первую линейку верхней одежды для детей из технологичной ткани seladrytex. SELA оформила патент на собственную разработку мембранной ткани, которая соответствует всем ГОСТам. Ее главные свойства – водонепроницаемость, воздухопроводимость и износостойкость. Технологичная одежда включает около 170 наименований (куртки, дождевики, комбинезоны, брюки и пр.) для детей всех возрастов – от 0 до 14 лет.

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



МАРКЕТИНГ

sela.

РЕБРЕНДИНГ

Бренд отказался от подстрочника *toms & monsters*, что связано с его стремительным развитием и расширением аудитории. В новом логотипе SELA появился круг – как символ близкого круга семьи и объятий.



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ «С НОГ ДО ГОЛОВЫ - В ЛЮБОВЬ»

- SELA представила музыкальный трек «С ног до головы - в любовь», а также видеоролики «Мама» и «Папа» на основе этого трека и клип с участием сотрудников бренда. Песня представлена на всех музыкальных площадках.

- Рекламная кампания стала победителем Национальной премии «Наш вклад» в специальной номинации «Год Семьи» за реализацию коммуникационных проектов, отражающих семейные ценности.

- В 2024 году SELA провела две телевизионные рекламные кампании и четыре размещения наружной рекламы в 10 городах.

БРЕНД ПОЛУЧИЛ 12 НАГРАД, СРЕДИ КОТОРЫХ: LOYALTY & CX AWARDS RUSSIA, ВЫБОР РОДИТЕЛЕЙ BABY.RU, RED APPLE И ДР.

ДИДЖИТАЛЬНАЯ ВСЕЛЕННАЯ

Запустили мир SELA Roblox, который собрал более 700 тысяч игроков. Внутри мира игроки могут приобрести футболки из лимитированной коллекции с AR принтами.



ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ

БАЗА ЛОЯЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ ЗА ГОД ВЫРОСЛА НА 32,5% И СОСТАВИЛА

2,3 МЛН

АКТИВНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

ВСЕЛЕННАЯ ВИГГЕ

В 2024 году активно развивался маскот бренда

ЗАПУСК ВИГГЕ-АССОРТИМЕНТА



**ВЫПУСК КАРТЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ В
ДВУХ ДИЗАЙНАХ С Т-БАНКОМ**

ПРОВЕДЕНИЕ ТВОРЧЕСКОГО КОНКУРСА АРТ ВИГГЕ В СЕВКАБЕЛЕ

УЧАСТИЕ В КРУПНЫХ ЛЕТНИХ ФЕСТИВАЛЯХ



МАГАЗИНЫ

ВАЖНЫМ СОБЫТИЕМ ДЛЯ БРЕНДА СТАЛ ЗАПУСК VIGGE CAFE.

Это уютное пространство внутри магазина SELA позволяет отдохнуть во время или после шопинга. На реализацию проекта ушло 2 месяца. Первое кафе открылось в феврале в ТЦ Метрополис в Москве. В течение года открылось еще три кафе: в петербургском ТРЦ Охта молл, хабаровском ТРК Броско молл и московском ТРЦ Columbus.



САМЫЙ БОЛЬШОЙ МАГАЗИН БРЕНДА - БОЛЕЕ 1 700 КВ. М В ТРК БРОСКО МОЛЛ, Г. ХАБАРОВСК.



ОТКРЫЛИСЬ ПЕРВЫЕ МАГАЗИНЫ SELA В СТАВРОПОЛЕ И ПУШКИНО.

ÍDOL

35

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО
МАГАЗИНОВ

35

СОБСТВЕННЫХ МАГАЗИНОВ

17

ОТКРЫЛИ
СОБСТВЕННЫХ МАГАЗИНОВ



A man and a woman are standing in a desert landscape. The man is on the left, wearing a dark blue jacket over a brown sweater and a collared shirt. The woman is on the right, wearing a tan suit jacket over a matching collared shirt and tie. The background shows sand dunes under a clear blue sky.

**ЭНЕРГИЯ. ЛИДЕРСТВО.
УСПЕХ. ВИТАЛЬНОСТЬ.**

ПРЕМИУМ SMART CASUAL ГАРДЕРОБ

ПРОДУКТ

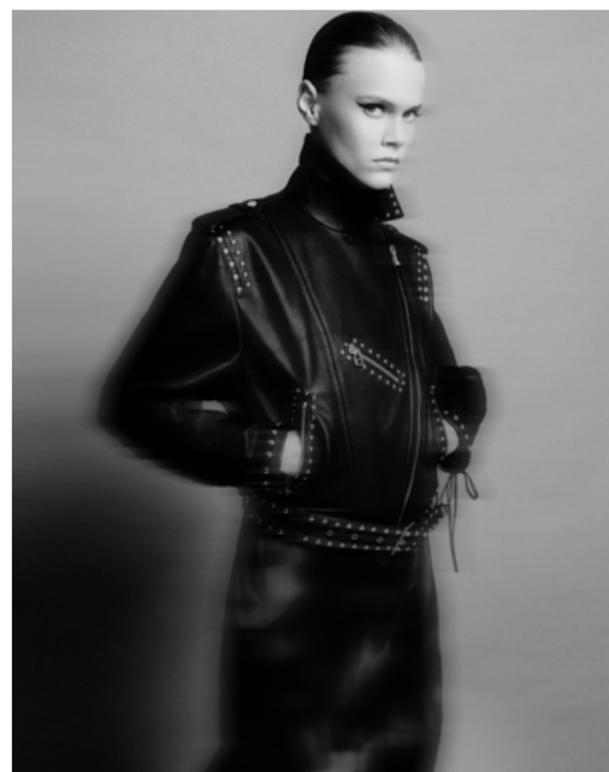
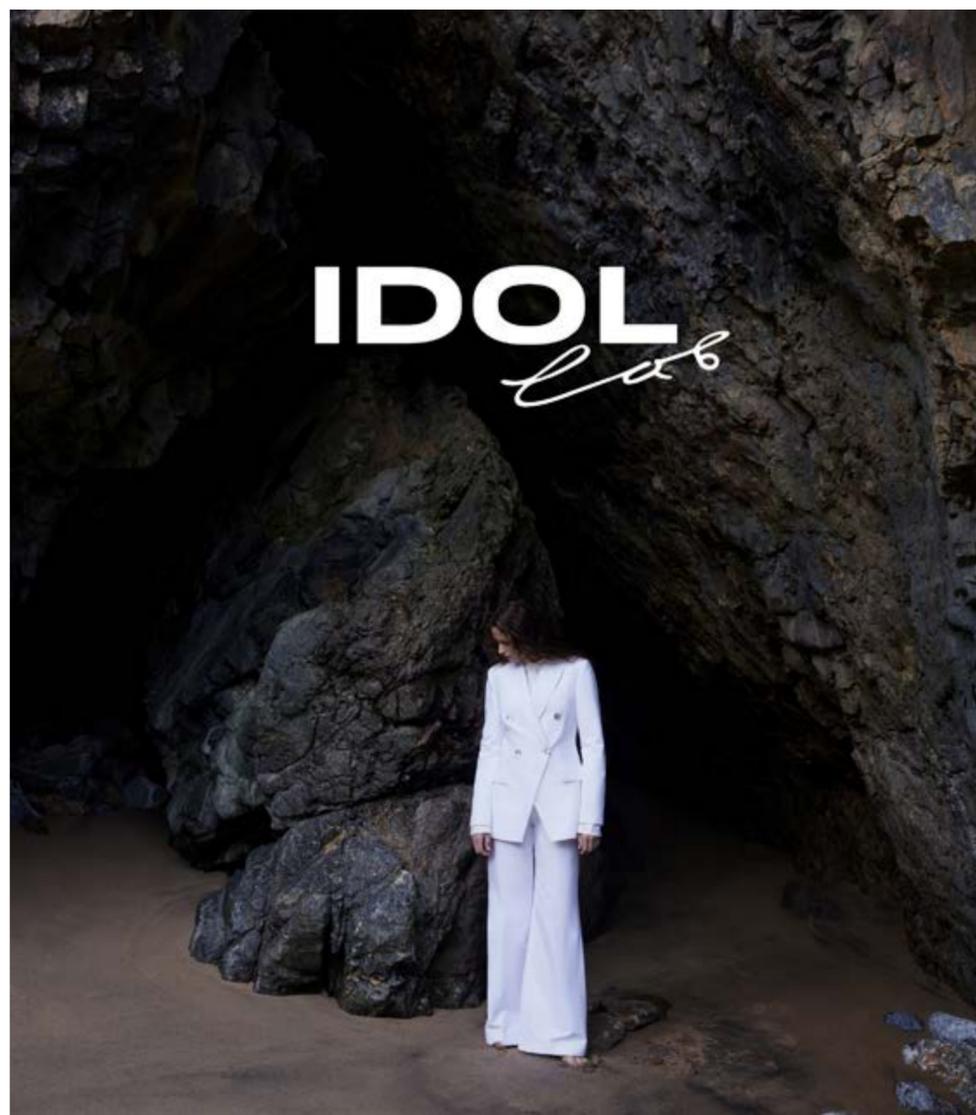
ЛЕТОМ 2024 ГОДА БРЕНД ВЫПУСТИЛ ПЕРВУЮ ЛИМИТИРОВАННУЮ КОЛЛЕКЦИЮ IDOL LAB, В КОТОРОЙ СДЕЛАН АКЦЕНТ НА РУЧНУЮ ОБРАБОТКУ ТКАНЕЙ, ДЕКОРАТИВНЫЕ ТЕХНИКИ, ВЫШИВКИ И ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИЗАЙН.



До конца года вышли еще две лимитированные коллекции IDOL LAB из натуральной кожи и премиального кашемира Consinee.



В НОВОГОДНЕЙ КОЛЛЕКЦИИ IDOL ПРЕДСТАВИЛ ВЕЩИ ИЗ НАТУРАЛЬНОГО ШЕЛКА, ВДОХНОВЛЕННЫЕ ЭСТЕТИКОЙ ВОСТОКА.



МАРКЕТИНГ



АМБАССАДОРАМИ СЕЗОНА SS'24 СТАЛИ АКТРИСА СВЕТЛАНА ХОДЧЕНКОВА И ОЛИМПИЙСКИЙ ЧЕМПИОН ПО ТЕННИСУ КАРЕН ХАЧАНОВ.

ТАКЖЕ IDOL ПРЕДСТАВИЛ НЕСКОЛЬКО СПЕЦПРОЕКТОВ:



POWER OF LOVE

с Романом Костомаровым и Оксаной Домниной, Денисом Родькиным и Элеонорой Севенард, Сергеем Мезенцевым и Марианной Елисеевой – парами, где оба партнера являются олицетворением DO PEOPLE – сильными и успешными людьми, которых объединила любовь.



АРОМАТ IDOL

Рассказали историю создания фирменного аромата IDOL для аромамаркетинга в магазинах: какой у него характер и как незрячие парфюмеры проекта Pure Sense выражают свое восприятие мира и передают его через ароматы.

КАТЯ ГУССЕ X IDOL

В серии видеороликов fashion-стилист Катя Гуссе рассказала про главные тренды сезона на примере коллекций IDOL.

КОКТЕЙЛЬ ПО СЛУЧАЮ ДНЯ РОЖДЕНИЯ IDOL И ОТКРЫТИЯ ФЛАГМАНСКОГО МАГАЗИНА В СЕРДЦЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА.

Праздничную атмосферу разделили друзья бренда из Москвы и Санкт-Петербурга: Яна Рудковская, Алексей Жидковский, Виктория Шелягова, Виктория Портфолио, Наталия Архангельская и другие.



МАГАЗИНЫ



В АПРЕЛЕ 2024 ГОДА СОСТОЯЛОСЬ ОТКРЫТИЕ МАГАЗИНА IDOL В НОВОЙ КОНЦЕПЦИИ В МОСКОВСКОМ ТЦ АВИАПАРК.

Новый дизайн вдохновлен арт-галереями современного искусства. В оформлении используются контрасты и сочетание различных фактур: благородного дерева и текстурного бетона, рельефного камня и гладкого металла. В новых магазинах стало больше воздуха, а интерьер дополнили арт-объектами.

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. Помимо этого, для оформления использовались массивные столы с каменной столешницей для дополнительной выкладки и объемная мягкая мебель для зон отдыха и примерки обуви.



Новый концепт стал победителем ритейл-премии CPM shop & retail solutions awards в номинациях «Лучшая дизайн-концепция магазина менее 150 кв. м в сегменте Premium» и «Лучшая примерочная зона магазина».



В СЕНТЯБРЕ СОСТОЯЛОСЬ ОТКРЫТИЕ ПЕРВОГО STREET-ФЛАГМАНА ПЛОЩАДЬЮ 423 КВ. М НА БОЛЬШОМ ПРОСПЕКТЕ ПЕТРОГРАДСКОЙ СТОРОНЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ.

В 2024 ГОДУ МАГАЗИНЫ IDOL ОТКРЫЛИСЬ В СОЧИ, ТЮМЕНИ, ИРКУТСКЕ, ХАБАРОВСКЕ, КРАСНОДАРЕ, ВЛАДИВОСТОКЕ, ОРЕНБУРГЕ, ПЕРМИ И КРАСНОЯРСКЕ.



ОБЗОР БИЗНЕС-НАПРАВЛЕНИЙ

ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ

**УСТОЙЧИВОСТЬ И РАЗВИТИЕ –
ЭТО РЕЗУЛЬТАТЫ ГИБКОСТИ
И АДАПТИВНОСТИ.**

Сильная и сплоченная команда топ-менеджмента Melon Fashion Group на протяжении 2024 года работала над укреплением своих департаментов и внедрением новых решений, позволяющих оптимизировать время и ресурсы, а также заложить крепкий фундамент для будущих проектов.



**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

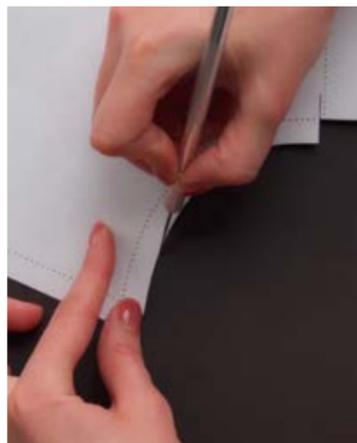
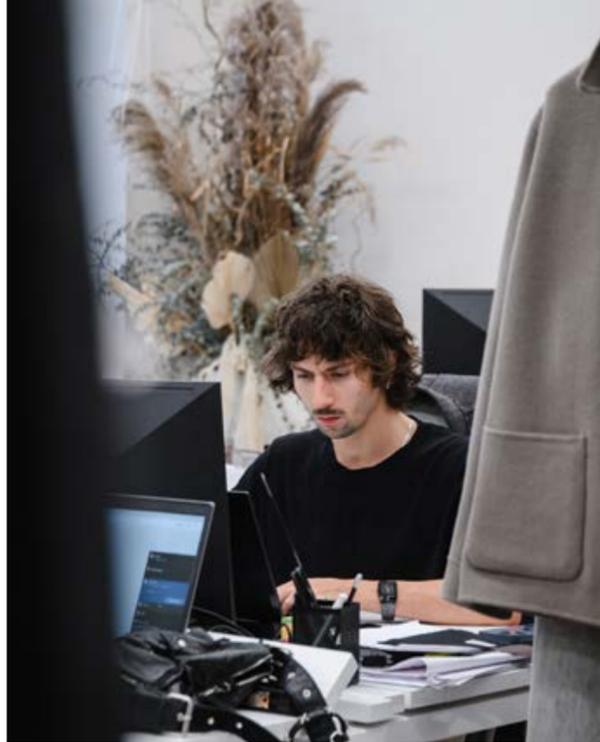
**ИГОРЬ
МАЛЬТИНСКИЙ**
ДИРЕКТОР
ПО РАЗВИТИЮ

**ЕЛЕНА
БИЧЕВАЯ**
ДИРЕКТОР ПО ПЕРСОНАЛУ
И ОРГАНИЗАЦИИ

HR ДЕПАРТАМЕНТ

Командная работа – способность работать вместе в направлении общего видения.

HR департамент не только привлекает новые таланты, но и постоянно работает над тем, чтобы сплотить и вовлечь мэлонцев в проекты компании для эффективного достижения организационных целей и новых этапов развития Melon Fashion Group.



В 2024 году анонимный опрос вовлеченности персонала в офисах и рознице прошел в геймифицированном формате на новой платформе Harry Job и показал следующие результаты:

HAPPY ИНДЕКС

80%

ПО БЕНЧМАРКУ: СРЕДИ ЛУЧШИХ
ВЫШЕ СРЕДНЕГО БЕНЧМАРКА 6,6%

ЛОЯЛЬНОСТЬ

86%

ПО БЕНЧМАРКУ: СРЕДИ ЛУЧШИХ
ВЫШЕ СРЕДНЕГО БЕНЧМАРКА 11,7%

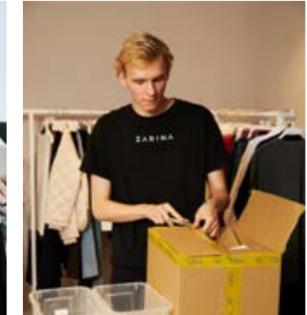
ENPS

54%

ПО БЕНЧМАРКУ: СРЕДИ ЛУЧШИХ
ВЫШЕ СРЕДНЕГО БЕНЧМАРКА 25,1%

НАС БОЛЬШЕ

8300

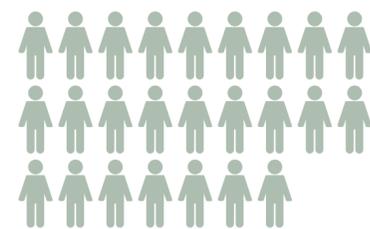


ПОДБОР И АДАПТАЦИЯ

Для удобства кандидатов и рекрутеров осенью 2024 года обновилась страница компании на платформе hh.ru: появились разделение на целевые аудитории и направления работы, инфографика бенефитов и преимуществ компании.

Для планирования преемственности и развития сотрудников внутри компании состоялся запуск проекта Succession planning. Он направлен на усиление профессиональных компетенций и выявление кадрового потенциала команд. Более 200 мэлонцев стали участниками первой волны.

Помимо этого, внедрили автоматизированную HR-аналитику по подбору и адаптации персонала на базе BI-отчетов, а также в три раза увеличили количество кадровых операций в КЭДО.



48 КАНДИДАТОВ

с инвалидностью получили первый опыт работы в магазинах и штаб-квартире Melon Fashion Group.



49 НАСТАВНИКОВ

из розницы и офиса стали участниками программы сопровождаемого трудоустройства, пройдя специальное обучение.

61 СОТРУДНИК

пришел работать в компанию по программе «Приведи друга».

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.

10 555 учебных часов сотрудники инвестировали в свое развитие.

73 руководителя успешно завершили управленческие курсы «Качалка для лидеров» и «Качалка LEVEL UP». Помимо этого, первый курс по лидерству прошел для руководителей дочерних офисов в Москве, Шанхае, Беларуси и Узбекистане в онлайн-формате.

Также группа развития талантов в коллаборации с HR-специалистами компании провели 11 SHOP DAY по устройству работы розницы для 120 сотрудников штаб-квартиры, а также 7 адаптационных встреч для новичков INSIDERS MEETUP, которые посетили более 90 участников.

149

ОБУЧАЮЩИХ
МЕРОПРИЯТИЙ

>10.5K

УЧЕБНЫХ ЧАСОВ

>3K

УЧАСТНИКОВ

73

УЧАСТНИКА
"КАЧАЛКИ"

ПРИВЛЕЧЕНИЕ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ



84 > 11

СТУДЕНТА

ПРИНЯТЫ
В ШТАТ

В результате сотрудничества с ведущими вузами России 84 студента прошли практику в головном офисе Melon Fashion Group, 11 из них были приняты штат после успешного прохождения стажировки.

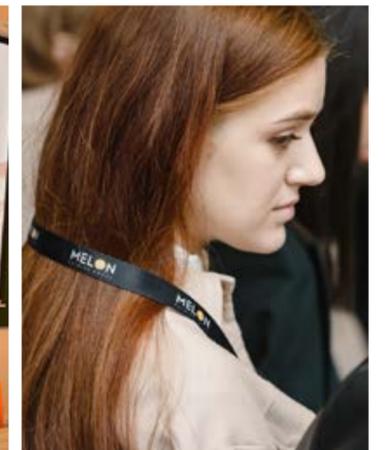


Для поиска молодых дизайнеров HR-специалисты принимали активное участие в мероприятиях, конкурсах и защитах выпускных квалификационных работ в рамках проектов «Адмиралтейская игла», «Пушкинский бал» и «Работа в моде».



В 2024 году провели 26 профориентирующих экскурсий для студентов высших учебных заведений и школьников.

26
ЭКСКУРСИЙ



КАНАЛЫ ДИСТРИБУЦИИ

440К КВ. М

ОБЩАЯ ТОРГОВАЯ
ПЛОЩАДЬ

Общее количество
магазинов

937

Собственных
магазинов

767

Франчайзинговых
магазинов

170

Открыто собственных
и франчайзинговых
магазинов

68

Релоцировано
собственных
и франчайзинговых
магазинов

53

СОБСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

В 2024 году Melon Fashion Group продолжила программу активной экспансии с открытием магазинов увеличенного формата. В результате компания открыла и релоцировала на большие площади 105 торговых объектов.

Департамент развития обеспечил стратегически важные открытия в топовых локациях: московских торговых центрах Авиапарк, Метрополис, Европейский, Афимолл и Columbus, а также в ключевых региональных торговых центрах Калина Молл во Владивостоке и Броско Молл в Хабаровске.

Помимо этого, состоялись открытия четырех Vigge café во флагманских магазинах SELA: торговые центры Метрополис и Columbus в Москве, Охта Молл в Санкт-Петербурге и Броско Молл в Хабаровске.

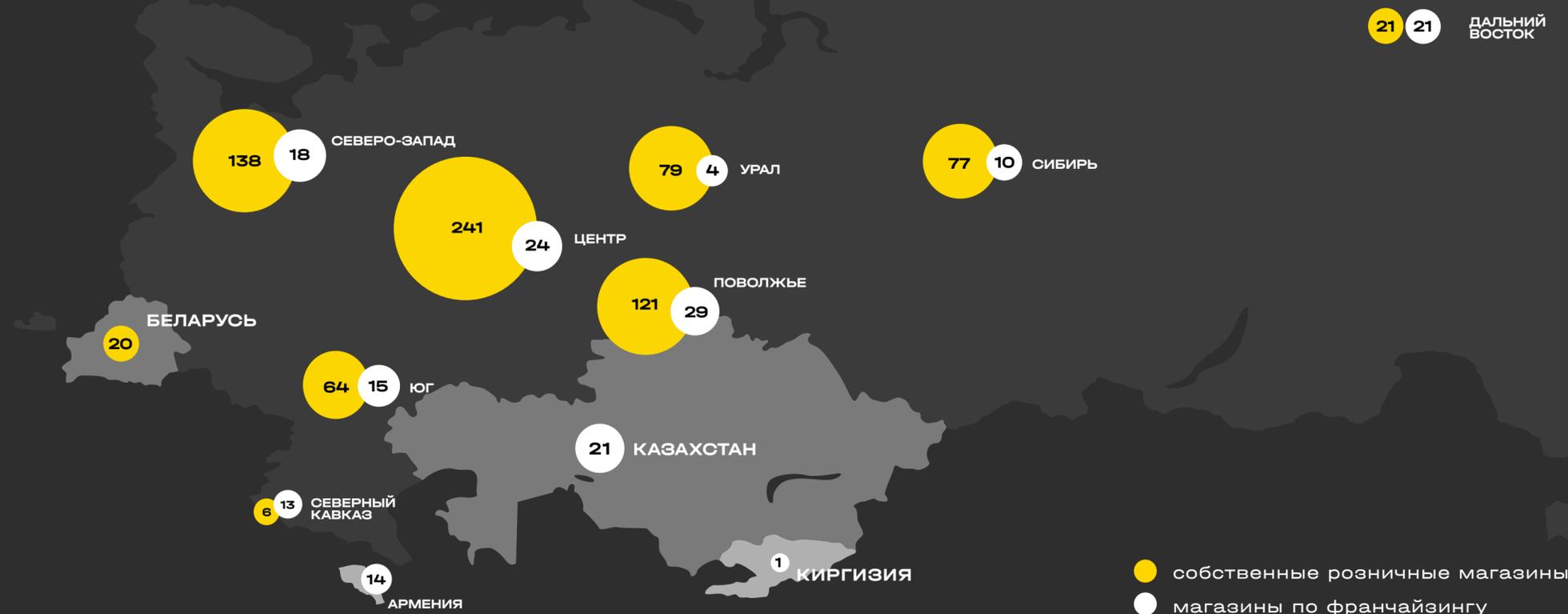
КОМПАНИЯ ОТКРЫЛА И РЕЛОЦИРОВАЛА НА БОЛЬШИЕ ПЛОЩАДИ 105 ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ

ФРАНЧАЙЗИНГ

Партнеры по франчайзингу продолжили курс на обновление сети. В результате в 2024 году открылось 7 магазинов в новом формате, 9 магазинов переехали на новые расширенные локации. По итогам года партнерская сеть магазинов составила 170 торговых объектов в России, Казахстане, Армении и Киргизии.

ECOMMERCE

Онлайн-продажи продолжили экстенсивный рост благодаря широкой представленности брендов Melon Fashion Group на маркетплейсах и удобному сервису интернет-магазинов.



ЗАКУПКИ

В 2024 году Melon Fashion Group продолжила работу над расширением пула поставщиков и укреплением партнерских отношений. Компания сотрудничала с 500 поставщиками из 11 стран: Китая, Узбекистана, Бангладеш, Вьетнама, Индии, Турции, Пакистана, Египта и России. Помимо этого, начали сотрудничество с фабриками Беларуси и Мьянмы.

Продолжая реализацию ESG-стратегии, в 2024 году были пересмотрены и актуализированы единые стандарты качества компании для производства предметов одежды, обуви и аксессуаров. 50% продукции брендов произвели на фабриках, прошедших этические аудиты по форме социально-экологического аудита на основе международных стандартов. В планах – увеличение количества аудитов.

Более подробная информация о поставщиках и оценке производств представлена в отчете по устойчивому развитию за 2024 год.



ЛОГИСТИКА И ИНФРАСТРУКТУРА

ЛОГИСТИКА

Несмотря на турбулентность логистического сектора, компания продолжила прокладывать новые маршруты для сокращения логистического плеча и диверсификации рисков. Помимо этого, открылся склад консолидации в Узбекистане.

Логисты Melon Fashion Group финализировали реализацию проекта по таможенному декларированию. Так, в 2024 году половина всех ввозимых товаров оформлялась самостоятельно, без привлечения таможенных представителей (брокеров), что позволило существенно сократить издержки и сроки проверки документов.

В 2024 году была успешно и точно в срок пройдена вторая волна маркировки через систему «Честный ЗНАК». Началась подготовка к прохождению третьего этапа проекта контрольно-идентификационного знака.

СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ ДОСТАВКИ ОТ ПОСТАВЩИКА ДО СКЛАДА СОСТАВИЛО **40 ДНЕЙ**, ЧТО НА **4 ДНЯ** МЕНЬШЕ, ЧЕМ ГОДОМ РАНЕЕ.

65,1 МЛН

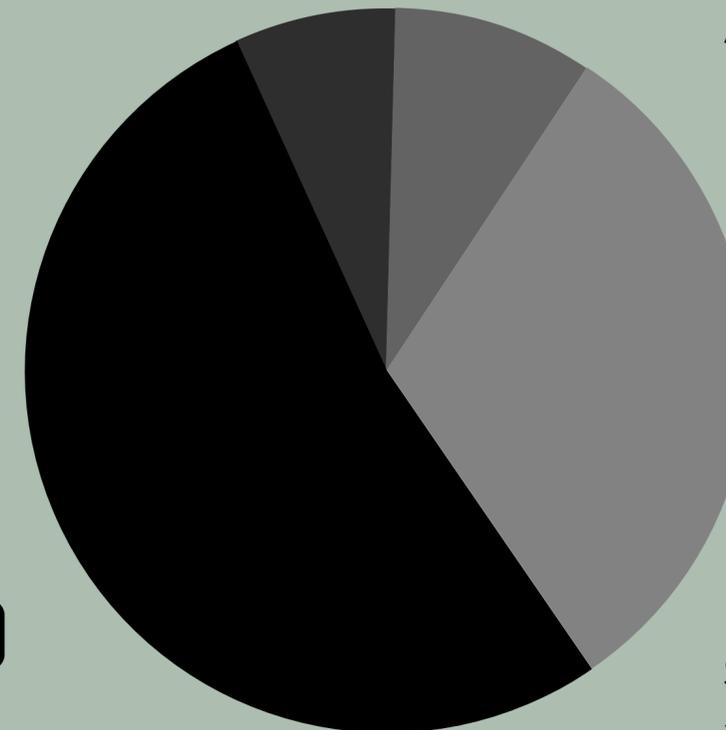
ЕДИНИЦ ОТГРУЗИЛИ ЗА 2024 ГОД



МОРЕМ 7%



АВИА 9%



АВТО 53%



ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГОЙ 31%

ИТ-РАЗРАБОТКА



КЛЮЧЕВЫЕ ПРОЕКТЫ КОМАНДЫ ИТ-РАЗРАБОТКИ В 2024 ГОДУ:

Внедрение приложения для поставщиков Melon Scan для сборки маркированных наборов, повышения качества и точности сборки заказов, аналитики на уровне короба.

Внедрение системы OMS 2 и перевода бренда Befree на собственный фулфилмент.

Внедрение системы PIM (product information management) в LOVE REPUBLIC для централизованного управления данными о товарах и уменьшения количества ручных операций.

Внедрение платформы роботизации рутинных операций в логистике на базе PIX RPA.

Внедрение «пилота» нового кассового ПО и разработка комплексной сервисной архитектуры.

АО «МЕЛОН ФЭШН ГРУП»
190020, РОССИЯ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ,
10-Я КРАСНОАРМЕЙСКАЯ, Д. 22,
ЛИТЕР А, ПОМ. 1-Н, 6 ЭТАЖ.

ТЕЛ.: +7 (812) 240-46-20

НАШИ СОЦСЕТИ

 @MELON_FASHION_GROUP

 WWW.MELONFASHION.RU

 T.ME/MELON_FASHION_GROUP