

ОТЧЕТ В ОБЛАСТИ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

2015-2016



Детский мир

ОГЛАВЛЕНИЕ

Обращение Генерального директора	2		
1. Уверенное лидерство	4		
1.1. О Группе «Детский мир»	6		
1.2. Российский рынок детских товаров	12		
1.3. Стратегия консолидации. Ключевые результаты	16		
1.4. Признание достижений	20		
2. Устойчивое развитие	22		
2.1. Подход к устойчивому развитию и взаимодействие с заинтересованными сторонами	24		
2.2. Стратегия КСО	27		
3. Для детей и их родителей	30		
3.1. Безопасность товаров	32		
3.2. Клиентоориентированный сервис	35		
3.3. Интернет-магазин	40		
4. Ответственная цепочка поставок	42		
4.1. Взаимодействие с поставщиками	44		
4.2. Управление закупками	47		
4.3. Информационные технологии	52		
5. Достойная работа	54		
5.1. Управление персоналом	56		
5.2. Кадровый состав	57		
		5.3. Вовлеченность сотрудников	59
		5.4. Мотивация и оплата труда	60
		5.5. Социальные гарантии	62
		5.6. Обучение и развитие	64
		5.7. Охрана труда	66
		6. Забота о будущем	68
		6.1. Благотворительная деятельность	70
		6.2. Экологическая ответственность	77
		Глоссарий	80
		Список сокращений	80
		Информация об Отчете	81
		Указатель содержания GRI G4	82
		Заключение по результатам независимого нефинансового заверения Отчета	86
		Контакты	88

ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА



Дорогие партнеры, коллеги, друзья!

В 2015–2016 гг. Группа компаний «Детский мир» укрепила лидирующие позиции и повысила эффективность своих бизнес-процессов. Наши финансовые результаты за 2016 г. стали лучшими за всю историю Компании.

За два года открыто более 200 новых магазинов сети «Детский мир» и ELC, на конец 2016 г. их общее число достигло 525. Мы впервые вышли на розничные рынки Чечни, Ингушетии и Дагестана, возобновили программу развития в Казахстане.

В рамках стратегии развития Группы компаний «Детский мир» в 2015–2016 гг. нашей основной целью стало увеличение доли рынка при сохранении финансово-экономической эффективности. Мы успешно выполнили задачи, поставленные акционерами. Выручка Группы компаний в 2015 г. составила 60,5 млрд руб. (+33,2%), в 2016 г. — 79,5 млрд руб. (+31,4%). По данным Ipsos Comcon, доля Компании на рынке детских товаров выросла с 10% в 2014 г. до 17% в 2016 г.

В 2015 г. мы открыли крупнейший в сегменте детских товаров логистический центр в Московской области площадью 70 тыс. кв. м, который позволяет нам поддерживать высокие темпы экспансии. Нашим приоритетом продолжает оставаться совершенствование

клиентоориентированной модели бизнеса. Мы идем по пути реализации омниканального подхода, интегрирующего все платформы и устройства, используемые клиентом для взаимодействия с Компанией. Интернет-магазин «Детский мир» — важная составляющая этого подхода. Мы видим в этом направлении большой потенциал и планируем его активно развивать и совершенствовать. Запущенная в 2015 г. услуга самовывоза интернет-заказов из розничных супермаркетов сети стала одним из ключевых драйверов роста выручки интернет-магазина, что обеспечило наше лидерство по продаже детских товаров в сегменте интернет-продаж в 2016 г.

Эффективное управление бизнес-процессами позволяет Компании уверенно и оперативно адаптироваться к экономическим реалиям. Внедрение новых ИТ-решений, в частности платформы SAP, позволило автоматизировать бизнес-процессы, снизить расходы, повысить производительность труда сотрудников. Работая над операционной эффективностью, мы сделали нашу бизнес-модель существенно более конкурентоспособной.

Группа компаний «Детский мир», являясь абсолютным лидером среди российских ретейлеров детских товаров, в полной мере осознает свою ответственность перед государством и обществом. В непростое для бизнеса и государства время Компания

остается стабильным источником пополнения доходов бюджета. Общий объем выплаченных в 2016 г. ГК «Детский мир» налогов и сборов составил 4,1 млрд руб.

Участвуя в реализации утвержденной Правительством Российской Федерации Стратегии развития индустрии детских товаров на период до 2020 г., мы представляем в магазинах сети широкий ассортимент продукции российских производителей, увеличиваем продажи товаров отечественного производства.

Мы стремимся предоставить нашим сотрудникам максимально комфортные условия труда, возможности для обучения и карьерного роста. Коллектив Группы компаний «Детский мир» насчитывает более 10 тыс. человек. За два года мы создали около 5 тыс. новых рабочих мест.

Благотворительный фонд «Детский мир» координирует широкую социальную деятельность Компании, основным направлением которой является помощь детям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации. На реализацию благотворительных проектов в 2015–2016 гг. Фондом было израсходовано 287 млн руб., эта сумма включает преимущественно привлеченные средства.

В 2016 г. разработана и принята Стратегия корпоративной социальной ответственности Группы компаний «Детский мир», направленная на увеличение масштабов благотворительной деятельности

и вовлечение большего числа сотрудников в волонтерские программы в ближайшие годы.

В юбилейном 2017 г. бренду «Детский мир» исполнится 70 лет — возраст, когда наши желания совпадают с нашими возможностями. Желания Компании амбициозны: мы намерены продолжить динамичное развитие сети магазинов «Детский мир» в России и Казахстане; сохранить достигнутые темпы роста за счет увеличения количества точек продаж на территории Московского региона, Санкт-Петербурга и городов с высоким потенциалом роста бизнеса и населением свыше 50 тыс. чел. В среднесрочной перспективе мы планируем открыть не менее 250 магазинов.

Высокая инвестиционная привлекательность Компании вызывает интерес потенциальных российских и зарубежных инвесторов, что подтверждается приобретением в декабре 2015 г. 23,1% акций ПАО «Детский мир» Российско-китайским инвестиционным фондом. В 2017 г. Компания продолжит взаимодействие с потенциальными инвесторами.

Мы нацелены на то, чтобы наши акционеры получали высокий доход от вложений и гордились своими инвестициями, разделяя успехи нашей общей Компании.

Владимир Чирахов,
Генеральный директор
ПАО «Детский мир»



УВЕРЕННОЕ ЛИДЕРСТВО

70-летняя история и современные подходы к ведению бизнеса позволяют Группе компаний «Детский мир» занимать лидерские позиции на розничном рынке детских товаров

1.1. О ГРУППЕ «ДЕТСКИЙ МИР»



Группа компаний «Детский мир» — крупнейший оператор торговли детскими товарами в России и Казахстане, объединяющий магазины под брендами «Детский мир» и ELC¹, предлагает детям и их родителям игрушки, товары для беременных и новорожденных, одежду и обувь, канцтовары, продукцию для творчества и активного отдыха.

Современный подход к ведению бизнеса в сочетании с узнаваемым брендом с 70-летней историей обеспечивает уникальность и лидирующую позицию Группы компаний «Детский мир» на российском рынке.

На 31 декабря 2016 г. 525 магазинов Группы компаний были представлены в 171 городе России и семи городах Казахстана: 480 магазинов сети «Детский мир» и 45 — сети ELC. Мы активно развиваемся: в 2015 г. были открыты 103 новых магазина сети «Детский мир» и 1 — ELC, а в 2016 г. — еще 100 магазинов сети «Детский мир» и 1 магазин ELC.

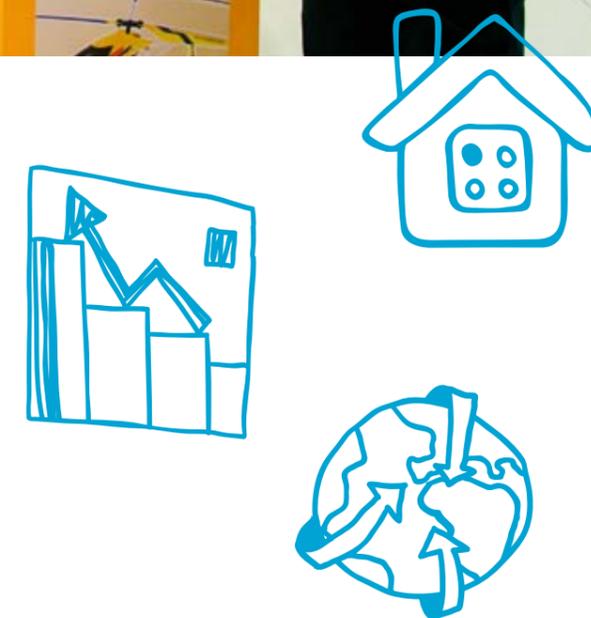
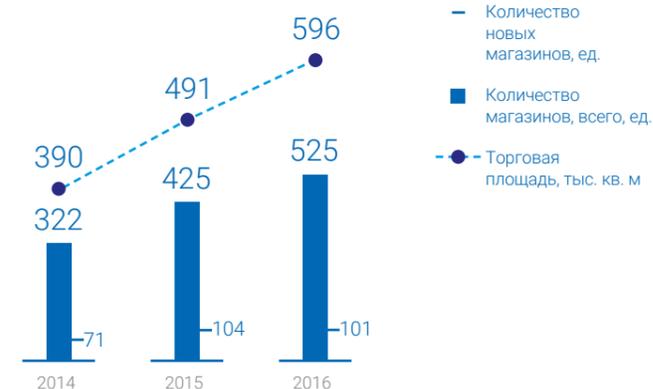
В 2015 г. была продолжена реализация программы развития в Казахстане, мы открыли в г. Алматы первый супермаркет в новом концепте, аналогичном российским магазинам, с обновленным торговым оборудованием, прогрессивными стандартами мерчандайзинга и внутреннего дизайна помещений. В 2016 г. было открыто еще 5 магазинов. В настоящее время в Казахстане работают 12 магазинов сети.

2016 год был ознаменован выходом Компании на розничные рынки Чечни (г. Грозный), Ингушетии (г. Магас, г. Назрань) и Дагестана (г. Махачкала). Первые магазины сети «Детский мир» также открылись в Арзамасе, Братске, Буденновске, Губкине, Домодедове, Истре, Луховицах, Лыткарине, Сергиевом Посаде, Солнечногорске, Старой Купавне, Чайковском и Чите.

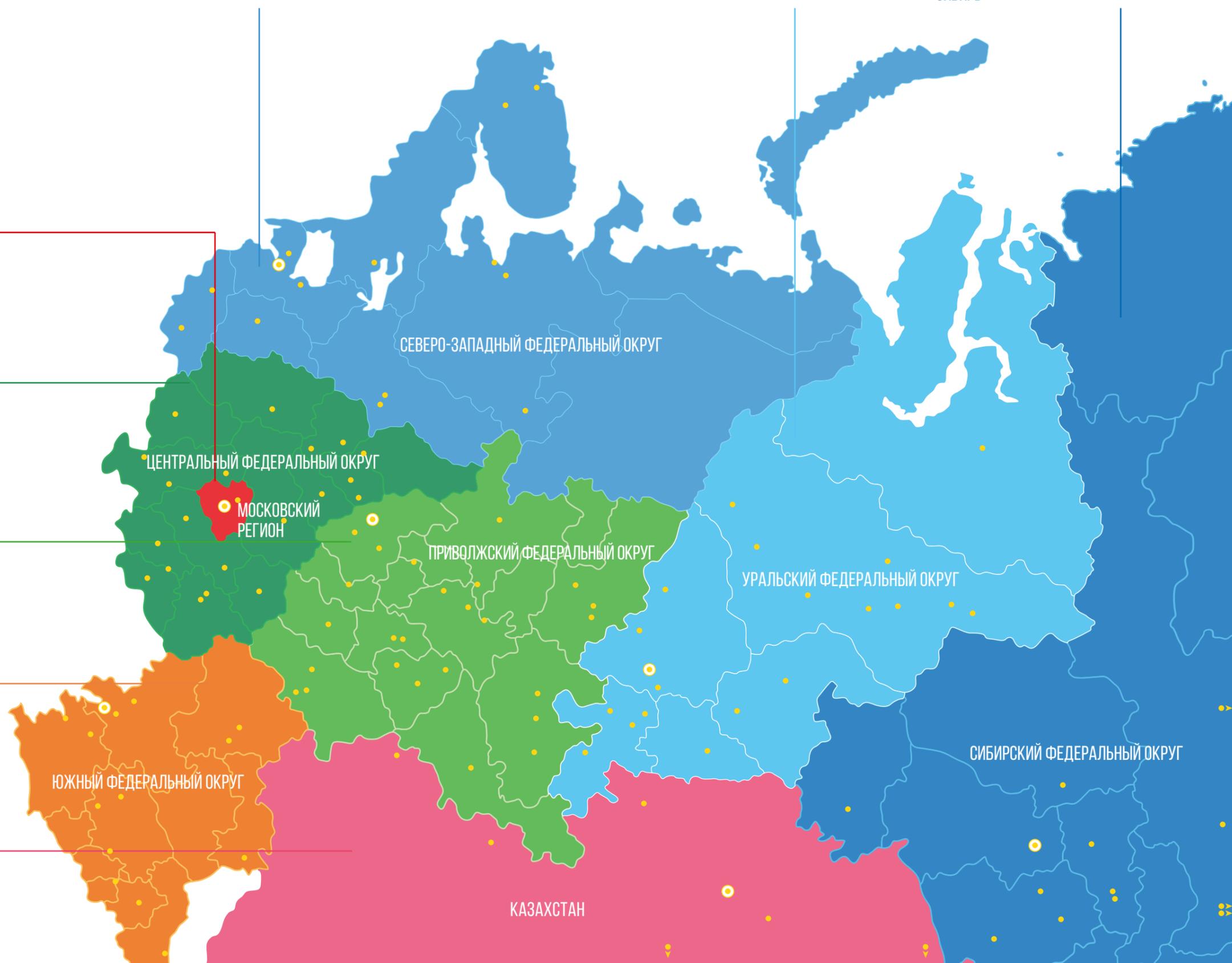
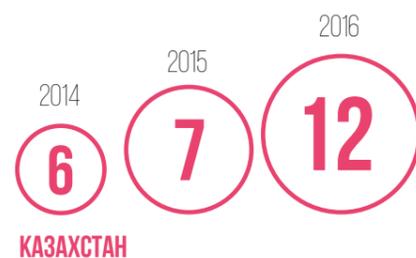
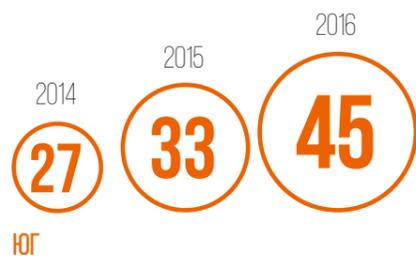
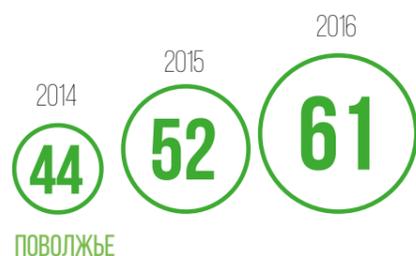
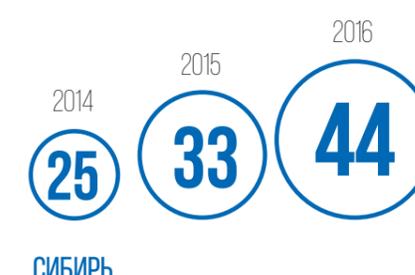
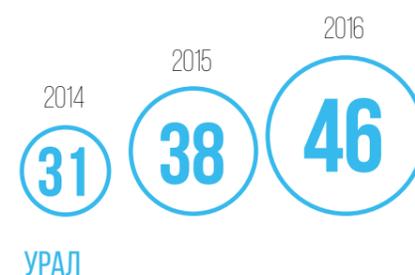
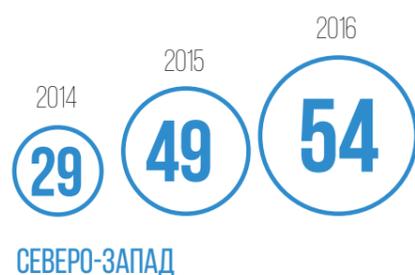
¹ В Группу компаний «Детский мир» (ГК «Детский мир», Группа компаний, Компания) входят ПАО «Детский мир», ТОО «Детский мир – Казахстан», ООО «Куб-Маркет» (бренд ELC).



Количество магазинов Группы компаний «Детский мир» и торговые площади



ГЕОГРАФИЯ ПРИСУТСТВИЯ МАГАЗИНОВ СЕТИ «ДЕТСКИЙ МИР»



НОВЫЙ КОНЦЕПТ МАГАЗИНОВ

С 2014 г. магазины сети «Детский мир» в России и Казахстане открываются в новом концепте в соответствии с модернизированными стандартами внутреннего дизайна помещений. Обновление открытых ранее магазинов происходит с учетом требований нового концепта. В зависимости от торговой площади и количества ассортиментных

позиций магазины представлены в четырех категориях (см. таблицу «Форматы магазинов сети «Детский мир»).

Во всех магазинах используется единое зонирование, адаптированные по высоте торговые полки, расширенные проходы между рядами для более удобного перемещения с колясками. Выкладка товаров стала более понятной, наглядной

и логически связанной. Организованы промоместа для продвижения специальных предложений и товаров со скидками.

Во флагманских магазинах предусмотрены интерактивные зоны для детей, что позволяет совместить процесс покупок с развлечением и стимулирует к повторному посещению наших магазинов всей семьей.

Форматы магазинов сети «Детский мир»

Размер магазина	Торговая площадь, кв. м	Среднее количество ассортиментных позиций (без учета одежды и обуви)
Мини	< 600	6 500
Супер	600–1 500	11 000–14 000
Гипер	> 1 500	16 000
Флагман	> 2 000	18 500

Количество магазинов в новом концепте

Сеть магазинов «Детский мир» в России и Казахстане	2013	2014	2015	2016
Общее количество новых открытых магазинов в год	34	55	103	100
Кол-во новых магазинов в новом концепте с учетом открытых новых и реконструкции старых магазинов (в течение года)	1	58	105	101
Количество магазинов в новом концепте на конец года (нарастающим итогом)	1	59	164	265
Общее количество работающих магазинов на конец года	226	280	380	477
Доля магазинов в новом концепте от общего числа магазинов сети	0,4%	21,1%	43,2%	55,6%



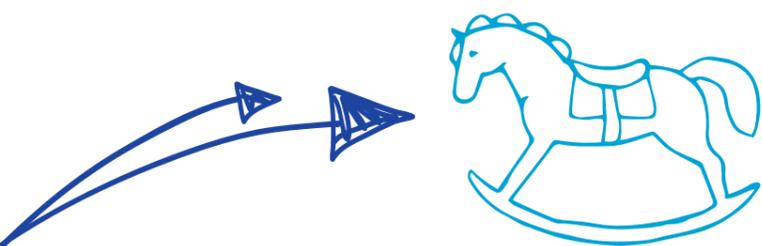
ГРУППА КОМПАНИЙ «ДЕТСКИЙ МИР» И ФОНД «СКОЛКОВО» ПОДПИСАЛИ СОГЛАШЕНИЕ О СТРАТЕГИЧЕСКОМ СОТРУДНИЧЕСТВЕ

В октябре 2016 г. ГК «Детский мир» и фонд «Сколково» договорились реализовать проект по выявлению новых научно-технических идей, сервисных решений для разработки и внедрения в новый формат розничных магазинов сети «Детский мир». Авторы лучших предложений получают возможность реализовать свой проект в новом флагманском магазине сети.



Член Правления – заместитель Генерального директора по операционной деятельности ГК «Детский мир» Фарид Камалов и вице-президент Фонда «Сколково», исполнительный директор кластера информационных технологий Игорь Богачев подписали соглашение о сотрудничестве

1.2. РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



В 2013 г. Правительством Российской Федерации была утверждена Стратегия развития индустрии детских товаров на период до 2020 г., которая предусматривает сокращение доли импортных товаров и наращивание доли российской продукции на внутреннем рынке с 20% (уровень 2013 г.) до 42%.

Согласно экспертной оценке, в 2015 г. доля российских товаров для детей в общем объеме составила 23%. В сегменте детской одежды и обуви товары российского производства составляют 10–15%. В сегменте игрушек российские производители заняли от 10 до 20% рынка. Наиболее высока доля товаров российского производства в сегменте детского питания и подгузников — около 70–80%.

Планом мероприятий на 2016–2020 гг. по реализации Стратегии предусмотрены включение детских товаров в отраслевые планы по импортозамещению, а также актуализация фонда стандартов на продукцию, предназначенную для детей, мониторинг качества и безопасности товаров для детей, в том числе детского питания.

По оценке исследовательской компании Ipsos Comcon, объем рынка детских товаров в России в 2016 г. составил 519,5 млрд руб. По прогнозам аналитиков, рынок будет расти в среднем на 1,5% в год и к 2020 г. достигнет объема в 554,4 млрд руб.

После двузначного роста в 2011–2013 гг. рынок оказался в долгосрочной стагнации. Текущая экономическая ситуация заставила россиян пересмотреть свой подход к покупкам детских товаров. В 2015 г. цена стала наиболее важным фактором, потребительское поведение изменилось, сместив акценты в сторону более дешевых товаров. Это привело к перетеканию потребительского спроса из премиум- и среднеценного сегментов в масс-маркет и низкоцен-

вой сегмент. Большую популярность приобретают отечественные товары и собственные торговые марки, цены на которые ниже, чем на аналогичные зарубежные или брендовые товары. Все более популярным каналом продаж, предлагающим как широкий ассортимент и привлекательные цены, так и возможности для оценки, выбора и консультации, становится Интернет.

При этом рынок детских товаров является наиболее устойчивым к кризису (наряду с товарами повседневного спроса): он показывал рост как после кризисов в 2008–2009 гг., так и в 2014–2015 гг.

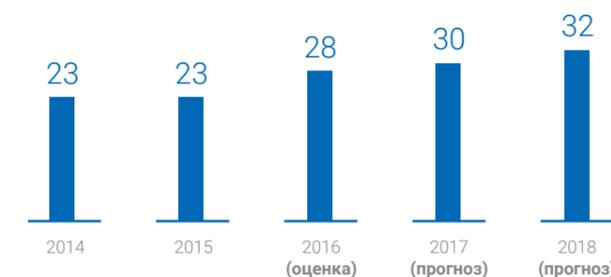
В 2016 г. некоторые игроки покинули рынок, что привело к краткосрочному падению доли рынка специализированных ретейлеров, которые тем не менее остаются основным каналом продаж наряду с гипер- и супермаркетами. Доля интернет-торговли стабильно растет, ожидается, что в 2017 г. она составит более 9%.

В последние три года наибольшую долю рынка стабильно занимают детская одежда (~30%), товары для новорожденных (~26%) и игрушки (~21%). При этом большой темп роста наблюдается в категории товаров для новорожденных.

Продажи детских товаров в России различаются в зависимости от региона и уровня дохода. Согласно оценке Ipsos Comcon, наибольшие расходы на детские товары в расчете на душу населения в 2016 г. зафиксированы в Москве (11,4 тыс. руб. относительно 6,9 тыс. руб. в целом по России). Более четверти (27%) расходов россиян на детские товары приходится на Москву. Группа компаний «Детский мир» наиболее активно расширяет свое присутствие в Московском регионе (в 2016 г. было открыто 40 новых магазинов), а также в Санкт-Петербурге. Общее число магазинов сети по итогам 2016 г. в Московском регионе составило 147, в Санкт-Петербурге — 33.

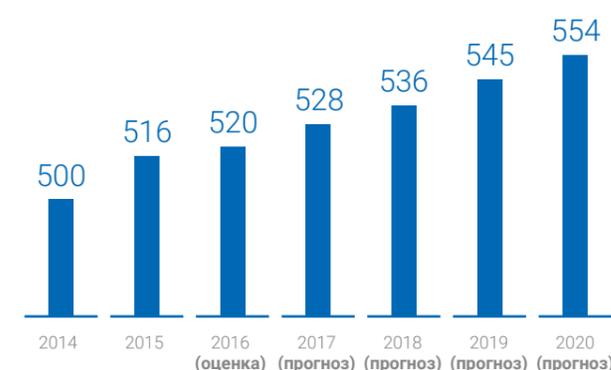
Доля Компании на российском рынке детских товаров по объему выручки (с учетом самовывоза), по оценке Ipsos Comcon, итогам 2016 г. составила 17% (в 2015 г. — 13%), в онлайн-канале — 6% в первом полугодии 2016 г. (в 2015 г. — 3%). ГК «Детский мир» является абсолютным лидером среди специализированных

Доля российских товаров для детей на рынке (за исключением детского питания), %



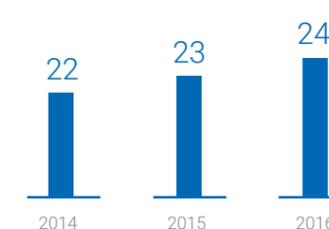
Источник: Доклад о целях и задачах Минпромторга России на 2016 г. и основных результатах деятельности за 2015 г.

Объем рынка детских товаров в России, млрд руб. в год

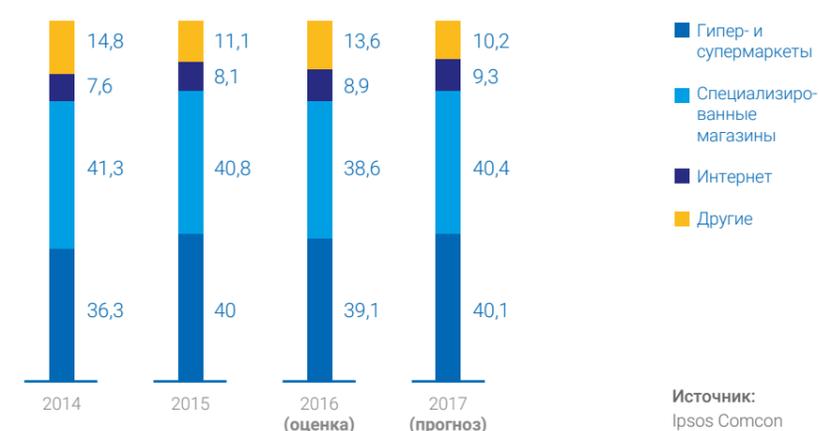


Источник: Ipsos Comcon

Доля собственных торговых марок в выручке сети «Детский мир» в 2016 г., %



Структура рынка детских товаров по каналам продаж



Источник: Ipsos Comcon

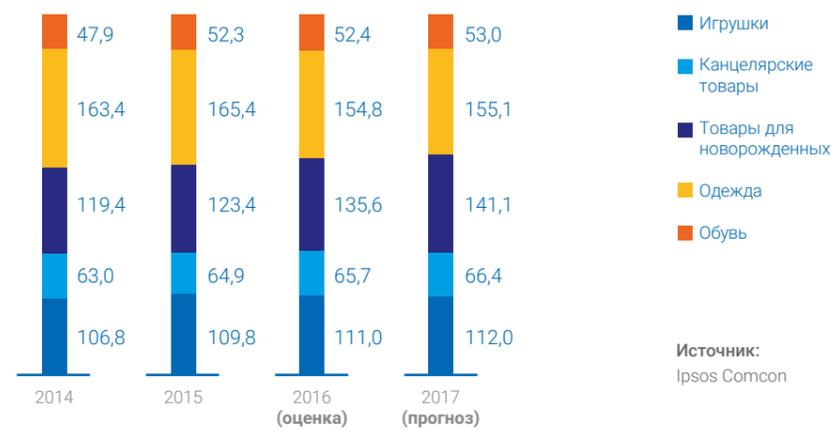
ритейлеров детских товаров, доля ближайшего конкурента в три раза меньше.

Основными драйверами роста рыночной доли Компании в 2015 г. стали такие сегменты, как «игрушки» и «товары для новорожденных», в которых доля рынка увеличилась с 17,6 до 23,7% и с 11,8 до 18,2% соответственно.

В 2015 г. количество детей в возрасте от 0 до 12 лет в России достигло 22,2 млн. По этому показателю Россия превосходит все другие страны Европы. Среднегодовой темп роста в 2008–2015 гг. составлял 2,8%, что больше, чем во многих развитых и развивающихся странах. В ближайшие годы эта тенденция продолжится со среднегодовым темпом роста 1,4% — то есть количество новорожденных будет превышать количество детей, достигающих 13-летнего возраста. Ожидается, что количество детей в России в 2017 г. составит 22,9 млн.

Распределение детей по возрастным группам в последние годы остается примерно одинаковым, с небольшим уменьшением доли детей в возрасте от 0 до 4 лет. Несмотря на это, именно продажи в категории товаров для новорожденных, в которой Компания чувствует себя очень уверенно, растут наиболее быстрыми темпами.

Объем рынка детских товаров по категориям, млрд руб.



Структура рынка детских товаров по расходам в 2016 г., %



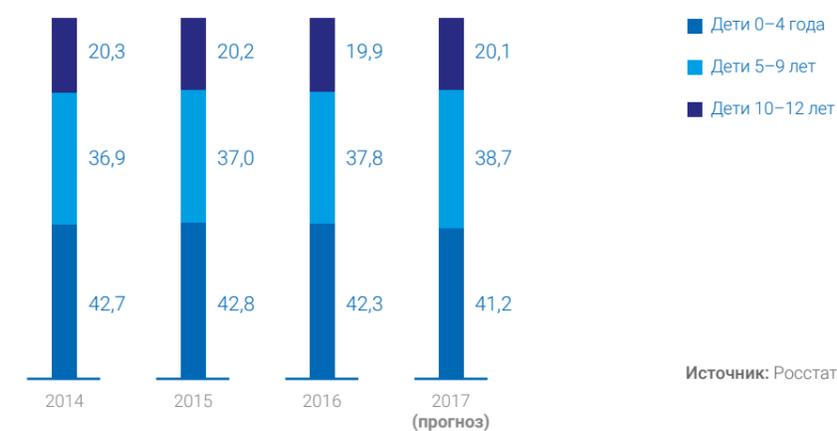
Ключевые игроки рынка детских товаров в России в 2015 г., %



Количество детей в возрасте от 0 до 12 лет в России стабильно растет



Возрастная структура детей от 0 до 12 лет, %



МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ

Для поддержки семей с двумя и более детьми в России с 2007 г. государством реализуется специальная социальная программа — материнский (семейный) капитал, размер которого в 2016 г. составлял 453 тыс. руб. (в 2007 г. — 250 тыс. руб.).

Средства материнского капитала возможно направить:

- на улучшение жилищных условий;
- на образование детей;
- на формирование будущей пенсии мамы;
- на оплату товаров и услуг, предназначенных для социальной адаптации и интеграции в общество детей-инвалидов (с 2016 г.).

За период реализации программы рождаемость в России увеличилась на 30%. В 2016 г. программа была продлена до конца 2018 г.

РЫНОК ДЕТСКИХ ТОВАРОВ В КАЗАХСТАНЕ

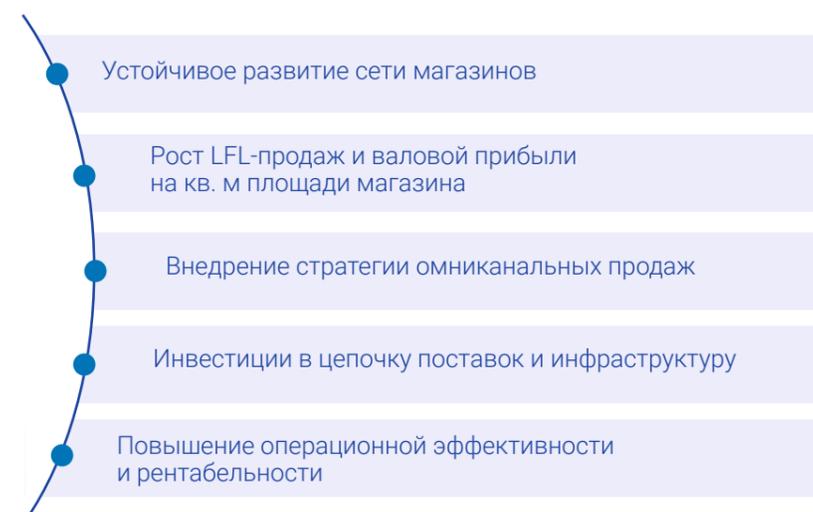
Рождаемость в Казахстане находится на подъеме: каждый год в стране рождается около 400 тыс. детей; с 2007 г. среднегодовые темпы роста числа родившихся составляли более 3%. Количество детей в 2015 г. составило 4,1 млн (22,8% от всего населения), среднегодовой темп роста до 2020 г. ожидается на уровне 1,2%. Рынок детских товаров в Казахстане, по экспертным оценкам, составляет около 400 млрд тенге и динамично развивается с ежегодным приростом 10–15%.

1.3. СТРАТЕГИЯ КОНСОЛИДАЦИИ КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ



Стратегические цели, поставленные в рамках стратегии Группы компаний «Детский мир» 2012 г., были выполнены к 2015 г. В 2015 г. стратегия была обновлена. Основная цель, которая стоит перед нами, — увеличение доли рынка при сохранении финансово-экономической эффективности. Наши конкурентные преимущества позволяют нам достичь поставленных стратегических задач.

Стратегические задачи Группы компаний «Детский мир»



Группа компаний «Детский мир» успешно реализовала свою стратегию развития в 2015–2016 гг. Несмотря на сворачивание ретейлерами программ экспансии, мы придерживаемся стратегии органического роста, что позволяет нам уверенно укреплять лидирующие позиции и наращивать свою долю на рынке детских товаров.

Мы построили успешную клиентоориентированную модель бизнеса, значительно расширив географию присутствия и количество магазинов, выровняв цены в розничных магазинах и интернет-магазине, предложив нашим клиентам лучшие цены на такие категории товаров, как гигиена и детское питание.

Масштаб бизнеса позволяет нам оставаться заказчиком № 1 для большинства поставщиков, что положительно сказывается на условиях взаимодействия с ними.

С 2013 по 2016 г. выручка Группы компаний выросла более чем в 2 раза с 36,0 млрд руб. до 79,5 млрд руб. Число магазинов Группы увеличилось с 252 до 525, торговая площадь возросла с 320 тыс. кв. м до 596 тыс. кв. м. Доля Компании на рынке детских товаров выросла с 8 до 17%.

Конкурентоспособные привлекательные цены привели к росту LFL-продаж и, соответственно, выручки, что положительно сказалось на по-

ИТОГИ
ЗА 2 ГОДА

+205

НОВЫХ МАГАЗИНОВ

17%

доля рынка детских товаров (+7 п. п.)

6%

доля рынка интернет-магазина в I п. 2016 г. (+3 п. п.)

Рост выручки на

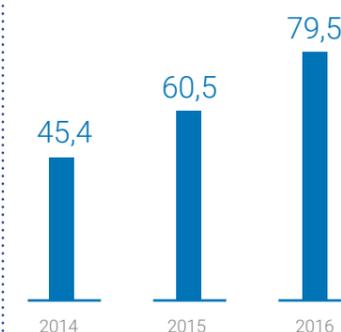
75%

до 79,5 млрд руб.

7,4

млрд руб. выплаченных дивидендов

Выручка Группы компаний «Детский мир», млрд руб.

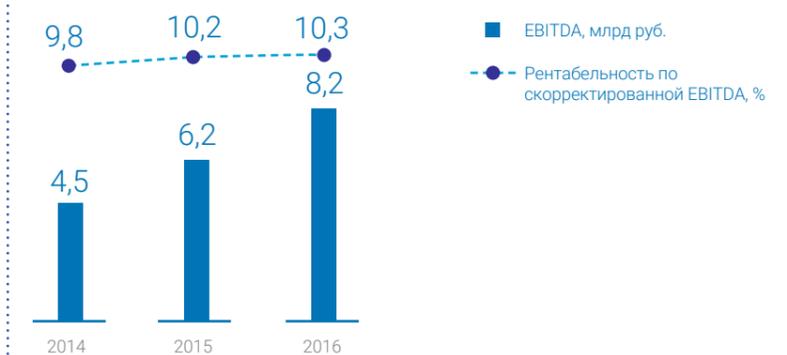


казателе валовой прибыли на один квадратный метр. Проводимые в то же время мероприятия по сокращению расходов позволили нам на протяжении последних четырех лет поддерживать среднегодовые темпы роста выручки на уровне 30%, скорректированной EBITDA — 44%.

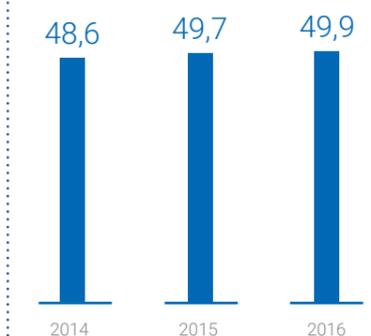
Основным драйвером роста выручки стало увеличение сопоставимых продаж в магазинах сети на 10,8%. Продажи в сопоставимых магазинах росли за счет увеличения количества чеков на 6,2% и размера среднего чека на 4,4%. При этом размер среднего чека растет не только благодаря инфляции, но и за счет привлечения новых покупателей.

Рост выручки также обеспечен открытием значительного количества магазинов в 2015–2016 гг. и ростом загрузки магазинов, открытых в 2014–2015 гг.

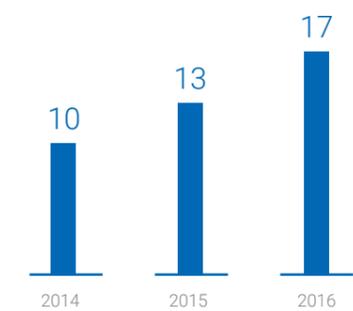
Скорректированная EBITDA¹



Валовая прибыль на 1 кв. м, тыс. руб. на 1 кв. м



Доля ГК «Детский мир» на российском рынке детских товаров, %



¹ Скорректированная EBITDA рассчитывается как прибыль до вычета процентов, налогов, курсовых потерь, прироста за счет приобретения контрольного пакета в ассоциированных компаниях, финансовых издержек и доходов и амортизации основных средств и нематериальных активов, скорректированная на одиночные эффекты, связанные с продажей здания «Детская галерея «Якиманка» и выплатой вознаграждений в рамках программы долгосрочной мотивации.



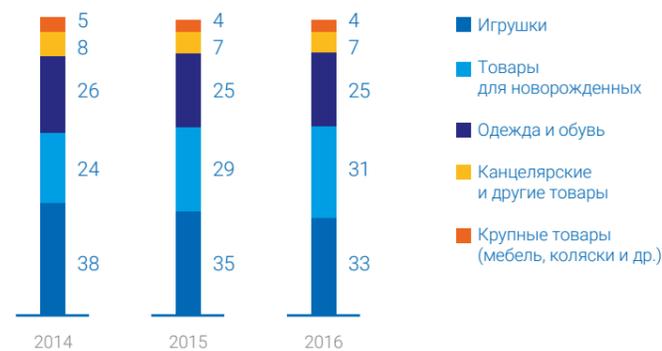
Стратегия сети «Детский мир» в области ассортиментного управления была направлена на оптимизацию товарной матрицы, сокращение неликвидных артикулов и повышение доли собственных торговых марок, а также наращивание рыночной доли во всех сегментах, особенно в категории трафикогенерирующих товаров: гигиена и питание. В 2016 г. доля товаров для новорожденных в товарообороте увеличилась на 2 п. п. по сравнению с 2015 г., что значительно повлияло на рост количества чеков в сопоставимых магазинах.

Двузначный рост сопоставимых продаж стал результатом конкурентной ценовой политики, маркетинговой активности и улучшений в мерчандайзинге. Открытие новых магазинов в новом концепте, привлекательная программа лояльности и конкурентные цены являются стимулирующим фактором роста сопоставимых продаж.

Значительный рост прибыли по итогам 2016 г. обусловлен повышением операционной эффективности бизнеса и агрессивным ростом выручки.

Отношение коммерческих, административных и прочих операционных расходов к выручке снизилось с 28,2% в 2014 г. до 23,7% в 2016 г. благодаря предпринятым Компанией мерам и реализации ряда проектов, направленных на повышение операционной эффективности.

Структура выручки Группы компаний «Детский мир» по категориям товаров, %



Рост сопоставимых продаж (Like-for-like¹), %

	2014	2015	2016
Продажи LFL ²	13,7	12,3	10,8
Кол-во чеков LFL ³	8,3	3,7	4,4
Средний чек LFL ⁴	5,0	8,2	6,2

¹ LFL-магазинами сети «Детский мир» считаются магазины, отработавшие полный календарный год и более с момента открытия. Магазины, не работавшие на период ремонтов и реконструкций сроком более месяца, исключаются из LFL.
² Отношение товарооборота LFL-магазинов за отчетный период к аналогичному периоду прошлого года.
³ Отношение кол-ва чеков LFL-магазинов за отчетный период к аналогичному периоду прошлого года.
⁴ Отношение средней стоимости одной покупки в магазинах LFL за отчетный период к аналогичному периоду прошлого года.

Открытие собственного склада в д. Бекасово (Московская область) является одним из ключевых проектов в этом направлении. Собственный склад позволил сократить затраты на логистику, увеличить централизацию поставок, повысить эффективность управления товарным запасом и в конечном итоге увеличить товарооборот (подробнее см. раздел «Централизация логистической деятельности»).

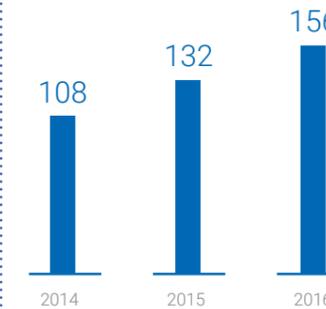
Важную роль в повышении эффективности Группы компаний «Детский мир» сыграл переход на единую платформу SAP, которая не только обеспечила создание единого информационного контура и возможность получения аналитической информации в онлайн-режиме, но и позволила существенно оптимизировать ключевые бизнес-процессы за счет их автоматизации (подробнее см. раздел «Информационные технологии»).

ПАО «Детский мир» выплатило рекордную сумму дивидендов в 2016 г. — 4,4 млрд руб., что является еще одним подтверждением высокой инвестиционной привлекательности Компании.

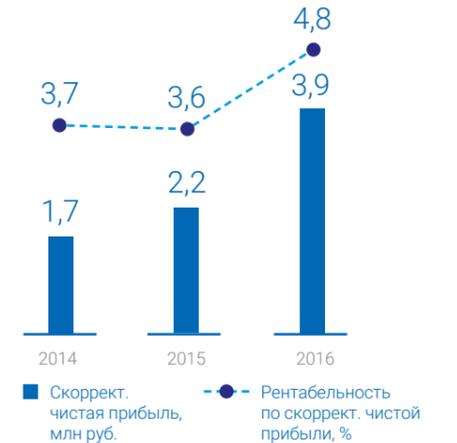
Группа компаний «Детский мир» является крупнейшим налогоплательщиком в сегменте детских товаров в 2015–2016 гг. Выплаченные в 2016 г. налоговые отчисления Группы компаний «Детский мир» увеличились на 26,8% и составили 4,112 млрд руб., из них в федеральный бюджет Казахстана было выплачено 92,997 млн руб.

¹ Показатель «скорректированная чистая прибыль» — это чистая прибыль, не включая единовременные расходы, связанные с продажей здания «Детская галерея «Якиманка» (вместе с соответствующим налоговым эффектом) в 2014 г., убыток от обесценения гудвила в 2015 г., а также не включая бонусные выплаты менеджменту в рамках программы долгосрочной мотивации (LT) (вместе с соответствующим налоговым эффектом).
² Социальные взносы включают ФОМС, ФСС и ПФР в России и социальные отчисления, обязательные пенсионные отчисления и социальный налог в Казахстане. НДС включает НДС в России и ИПН (индивидуальный подоходный налог) в Казахстане.

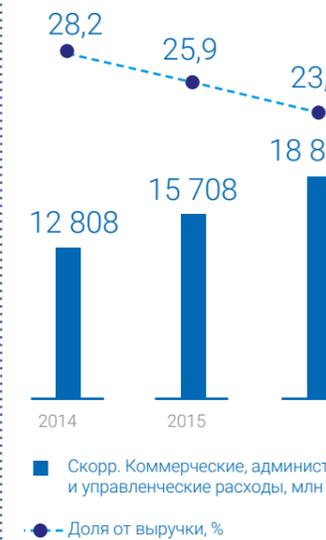
Количество посетителей магазинов сети «Детский мир», млн чел.



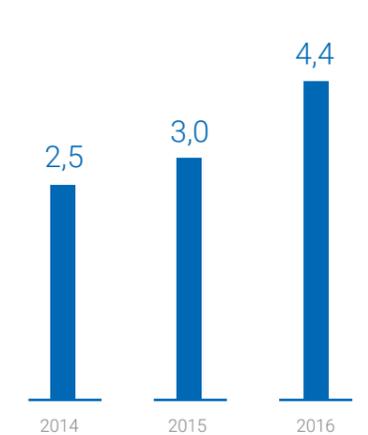
Скорректированная¹ чистая прибыль ГК «Детский мир»



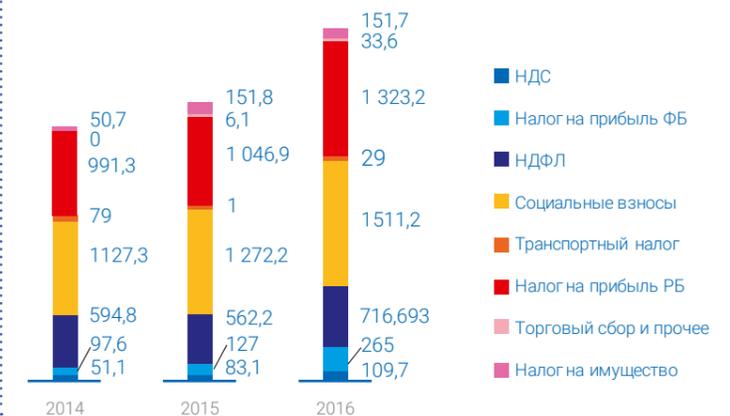
Сокращение отношения расходов к выручке ГК «Детский мир»



Выплаченные в 2014–2016 гг. дивиденды, млрд руб.



Налоговые отчисления в федеральный и региональный бюджеты, выплаченные в 2014–2016 гг., млн руб.²



1.4. ПРИЗНАНИЕ ДОСТИЖЕНИЙ



116 МЕСТО

в рейтинге Forbes
«ТОП-200 крупнейших
частных компаний»

+20 п.

по сравнению
с 2015 г.

+35 п.

по сравнению
с 2014 г.



170 МЕСТО

в рейтинге журнала «РБК»
«Крупнейшие частные
и государственные
компании России —
ТОП-500»

+33 п.

по сравнению с 2015 г.

Победитель премии
Customer eXperience
Awards Russia 2015
в номинации «**Лучший
клиентский опыт в
непродуктовом ретейле**»

Компания «Детский мир» стала победителем национальной премии индустрии детских товаров «**Золотой медвежонок**» в 2015–2016 гг.

В 5 НОМИНАЦИЯХ

«**Персона года**» (Генеральный директор Владимир Чирахов), «**Магазин года**» (интернет-магазин www.detmir.ru), «**Лучшие товары для беременных и кормящих матерей**» (коллекция одежды собственной торговой марки Just Mom Ulla), «**Социальный проект года**» (проект «Операция Игрушки»), «**Магазин года**» (открытие флагманского магазина «Детский мир» на Воздвиженке, 10)

В рейтинг «ТОП-1 000 российских менеджеров» в 2015–2016 гг. от Группы компаний «Детский мир» вошли

10 ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ,

в том числе
Генеральный директор
Владимир Чирахов



«ДЕТСКИЙ МИР» — АБСОЛЮТНЫЙ ЛИДЕР НА РЫНКЕ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

В июне 2016 г. Группа компаний «Детский мир» была признана победителем в номинации «Лидер года» в рамках премии RUSSIAN RETAIL AWARDS. Победителей определяло национальное жюри, в состав которого вошли представители Минпромторга России, РАЭРР, Союза независимых сетей России, Nielsen Russia, Содружества производителей фирменных торговых марок «Рус-бренд», Делойт, INFOLine, юридической компании Gaffer&Gaffer.

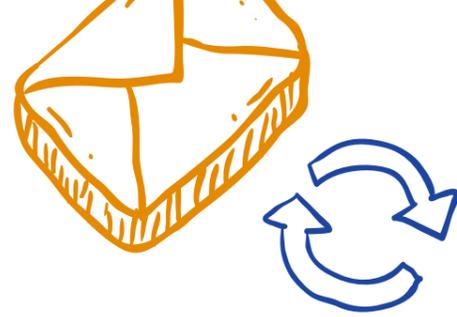
Согласно замыслу организаторов премии, данная награда является символом качества, подтверждающим профессионализм торговых сетей для потребителей и партнеров, а также отмечает выдающиеся отраслевые достижения руководителей, внесших особый вклад в развитие ретейла и формирование цивилизованного рынка потребительских услуг в России.

Годом ранее, в июне 2015 г. Группа компаний «Детский мир» была признана победителем в номинации «Прорыв года».



УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

Приверженность глобальным целям устойчивого развития определяет приоритетные направления Стратегии корпоративной социальной ответственности Группы компаний «Детский мир»



2.1. ПОДХОД К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ

Ответственное ведение бизнеса является базовым элементом нашей стратегии, а также ключом к устойчивому развитию и укреплению лидерских позиций на рынке детских товаров и в сфере социальной ответственности. Вопросы ответственного ведения бизнеса обсуждаются на заседаниях Совета директоров, включая стратегические направления развития и ключевые показатели эффективности.

Главная цель Группы компаний «Детский мир» в области устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности заключается в обеспечении подрастающего поколения качественными и безопасными для здоровья товарами по доступным ценам.

Наша деятельность в сфере корпоративной социальной ответственности, с одной стороны, отражает нашу основную деятельность по торговле детскими товарами, с другой — связана с широким международным контекстом устойчивого развития и вызовами, стоящими перед человечеством.

Мы поддерживаем Повестку дня в области устойчивого развития, принятую членами ООН в сентябре 2015 г. Из 17 обозначенных в ней целей мы выделили для себя три, в достижение которых можем внести наибольший вклад с учетом специфики нашей деятельности: достойная работа и экономический рост (см. раздел «Достойная работа»), ответственное потребление и производство (см. раздел «Экологическая ответственность»), качественное образование.

3 ЦЕЛИ,

в достижение которых мы можем внести наибольший вклад с учетом специфики нашей деятельности:



Среди товаров, которые можно найти в наших магазинах, большую часть занимают игрушки и товары для творчества. Мы уверены, что они стимулируют воображение детей, помогают им познавать мир и развиваться, чтобы вырасти активными членами общества с большим потенциалом. Развитие детей начинается с самого рождения, полученные в раннем детстве знания, умения и навыки закладывают фундамент для дальнейшего образования. Предлагая родителям и детям качественные разнообразные товары, мы вносим свой вклад в достижение этой цели. Реализуя наши благотворительные программы, мы помогаем развиваться и тем детям, у которых та же возможность ограничена (детям из малообеспеченных семей, детских домов и др.) (см. раздел «Благотворительная деятельность»).

Мы также уделяем особое внимание защите прав детей во всех аспектах нашей деятельности.

Поддержка Инициативы по правам ребенка и принципам ведения бизнеса Детского фонда ООН (ЮНИСЕФ)

Принцип	Наши действия	Подробнее
1. Выполнять требования по соблюдению прав ребенка и принимать на себя обязательства по защите его прав	Мы поддерживаем Конвенцию ООН о правах ребенка, ратифицированную Российской Федерацией	—
2. Способствовать искоренению детского труда во всех видах деловой деятельности и деловых отношений включительно	Мы не приемлем использование детского труда во всех видах деятельности	—
3. Обеспечивать достойную работу молодым работникам, родителям и опекунам	Наша кадровая политика включает наиболее значимые вопросы трудовых отношений, такие как безопасность на рабочем месте, достойная заработная плата, социальные гарантии (в том числе отпуск по уходу за ребенком и гибкий график для молодых матерей)	Раздел «Достойная работа»
4. Гарантировать защиту и безопасность детям во всех видах деловой деятельности и на всех объектах	Мы заботимся о безопасности детей во время посещения ими наших магазинов. Новый концепт магазинов предполагает увеличение ширины проходов для удобства покупателей, а все интерактивные зоны разрабатывались совместно с ведущими мировыми производителями и отвечают всем требованиям безопасности	—
5. Гарантировать безопасность продукции и услуг, а также стремиться защищать с их помощью права ребенка	Безопасность и качество детских товаров являются нашим приоритетом. Вся продукция имеет соответствующие сертификаты. Контроль безопасности и качества товаров осуществляется на всех этапах их жизненного цикла	Раздел «Безопасность товаров»
6. Использовать маркетинг и рекламу, соблюдающие и защищающие права детей	Мы ответственно относимся к нашим маркетинговым коммуникациям, которые полностью соответствуют всем законодательным требованиям и не нарушают права ребенка	Раздел «Клиенто-ориентированный сервис»
7. Соблюдать и защищать права детей в обращении с окружающей средой, а также при приобретении и использовании земель	Мы стремимся снизить свое воздействие на окружающую среду, а также привить детям понимание важности природы и необходимости ее беречь	Раздел «Экологическая ответственность»
8. Соблюдать и защищать права детей во время мероприятий по обеспечению безопасности	Мы соблюдаем права детей во всех процессах обеспечения безопасности в рамках нашей деятельности	—
9. Способствовать защите детей, попавшим в чрезвычайные ситуации	В рамках нашей благотворительной деятельности мы оказываем поддержку детям, попавшим в чрезвычайные ситуации	Раздел «Благотворительная деятельность»
10. Укреплять усилия местной общественности и правительства по защите и соблюдению прав ребенка	Значимой частью нашей деятельности являются благотворительные и волонтерские программы, направленные на помощь детям, попавшим в трудные жизненные ситуации. Эти программы привлекают внимание общественности к проблемам детей	Раздел «Благотворительная деятельность»

Достижение поставленных целей невозможно без развития диалога с нашими ключевыми стейкхолдерами, которому мы уделяем много внимания.



2.2. СТРАТЕГИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ



Логическим продолжением нашей активной социально-ответственной деятельности стали разработка и принятие в 2016 г. Стратегии корпоративной социальной ответственности Группы компаний «Детский мир». Этот документ станет основополагающим в развитии социальной активности Компании в ближайшие годы. Стратегия КСО предполагает увеличение масштабов благотворительной деятельности и вовлечение большего числа сотрудников в волонтерские программы.

В основе Стратегии КСО лежат следующие принципы:

- Открытость социальных программ и механизмов их реализации, предполагающая недопустимость сокрытия или фальсификации информации.
- Взаимодействие с заинтересованными сторонами: диалог, обратная связь с адресатами социальных программ.
- Системность:
 - последовательность, ответственность за текущую и прошлую деятельность, а также за будущее влияние деятельности на внешнюю среду;
 - регулярность, долгосрочность;
 - интеграция принципов КСО во все управленческие процессы.
- Значимость, актуальность и востребованность проектов. Масштабность, охват значительной аудитории. Регулярная оценка эффективности программ.
- Недопущение конфликта интересов, отказ от политической ангажированности, поддержки отдельных конфессий, националистических движений.

Взаимодействие с ключевыми заинтересованными сторонами

Группа заинтересованных сторон	Цели взаимодействия	Способы взаимодействия
Поставщики	Закупать товар высокого качества, формировать благоприятную конкурентную среду и минимизировать риски сбоя поставок	<ul style="list-style-type: none"> • Совместные проекты по ассортиментному планированию и мерчандайзингу • Отраслевые конференции • Выставки поставщиков
Сотрудники	Формировать их вовлеченность в основную деятельность Группы, чтобы они вносили инновационные предложения по совершенствованию ее внутренних процессов и повышали уровень обслуживания клиентов	<ul style="list-style-type: none"> • Оценка профессиональных знаний • Внутрикorporативный портал • Учебный портал Webtutor • Исследование уровня вовлеченности • Горячая линия
Потребители	Понять их предпочтения и ожидания относительно дальнейшего развития Группы	<ul style="list-style-type: none"> • Исследования удовлетворенности • Фокус-группы с участием потребителей • Система «Обратная связь» • Рассылка информации об акциях и спецпредложениях по СМС и электронной почте
Отраслевые организации	Обмениваться опытом с экспертами и понимать перспективы развития рынка	<ul style="list-style-type: none"> • Отраслевые конференции • Круглые столы
Местные сообщества	Способствовать повышению уровня жизни в регионах и доступности наших товаров для детей и их родителей	<ul style="list-style-type: none"> • Программы корпоративного волонтерства



Новогодний праздник для детей из детских домов

Приоритетные направления КСО Группы компаний «Детский мир»

Основные индикаторы	Комментарии
Ответственность корпоративного гражданина	
<ul style="list-style-type: none"> Вклад в экономическое развитие страны Налоговые отчисления Создание рабочих мест Минимизация вредного воздействия на природу 	<ul style="list-style-type: none"> Выручка — 79,5 млрд руб. в 2016 г. Налоговые отчисления — 4,1 млрд руб. в 2016 г. Количество созданных рабочих мест — 5,5 тыс. за 2014–2016 гг. Проекты по раздельному сбору картона, экопакетам, энергосберегающему освещению Подробнее см. разделы «Стратегия консолидации. Ключевые результаты», «Кадровый состав», «Экологическая ответственность»
Ответственность перед бизнес-партнерами и клиентами	
<ul style="list-style-type: none"> Добросовестная деловая практика Профессиональные стандарты Публичная отчетность по международным стандартам Соблюдение правовых и этических норм Соблюдение норм корпоративного управления 	<ul style="list-style-type: none"> Прозрачность структуры собственности, финансовых и операционных показателей, структуры Совета директоров Контроль качества товаров и горячая линия для потребителей Учреждение и участие в работе Ассоциации индустрии детских товаров: противодействие контрафактной продукции, нецивилизованной торговле Присоединение к Антикоррупционной хартии российского бизнеса Соблюдение законодательства о рекламе, защите прав потребителей, применение этических методов продвижения Наличие Кодекса корпоративного поведения и Кодекса этики Ежеквартальное раскрытие финансовых результатов. Выпуск годового отчета С 2004 г. проводится ежегодный аудит консолидированной финансовой отчетности, подготовленной в соответствии с US GAAP Отчет об устойчивом развитии в соответствии с международным Руководством GRI публикуется 1 раз в два года
Ответственность работодателя	
<ul style="list-style-type: none"> Справедливое вознаграждение и мотивация Расходы на профессиональное развитие персонала Объем вложений в мероприятия по охране труда и здравоохранение персонала 	<ul style="list-style-type: none"> Мы обязуемся соблюдать трудовое законодательство стран присутствия, уважать права человека и свободу личности, не допускать любые формы дискриминации и притеснения В Компании действует повременно-премиальная система оплаты труда, которая учитывает не только индивидуальную эффективность, но и финансовые результаты работы всей Группы компаний или определенного магазина за год Затраты на охрану труда в ПАО «Детский мир» в 2016 г. составили 11,9 млн руб. Подробнее см. раздел «Достойная работа»
Ответственность перед обществом (благотворительная деятельность)	
<ul style="list-style-type: none"> Социальные и благотворительные проекты 	<ul style="list-style-type: none"> Под патронатом Компании находятся 200 тыс. детей с трудной судьбой из 550 социальных учреждений России и Казахстана Подробнее см. раздел «Благотворительная деятельность»

В документ включены ключевые показатели эффективности реализации стратегии КСО.



Благотворительная ярмарка во флагманском магазине «Детский мир» на Воздвиженке, 10

Ключевые показатели эффективности КСО-деятельности Группы компаний «Детский мир»

КПЭ	Описание	Фактическое значение	Целевые значения	Вес
Уровень корпоративного волонтерства	Доля сотрудников от общей численности Компании, вовлеченных в общекорпоративные программы и проекты	15%	Допустимое 14% Целевое 15% Агрессивное 16%	40%
Вовлеченность Компании в совместные с АФК «Система» проекты	Средневзвешенный коэффициент участия Компании в интегрированных программах и проектах (с учетом масштаба мероприятий)	65%	Допустимое 14% Целевое 15% Агрессивное 16%	30%
Трансляция КСО в СМИ и социальных медиа	Доля упоминания КСО-проектов от общего количества публикаций о Компании в СМИ (Медиалогия), социальных сетях и блогосфере (Яндекс)	10%	Допустимое 14% Целевое 15% Агрессивное 16%	30%



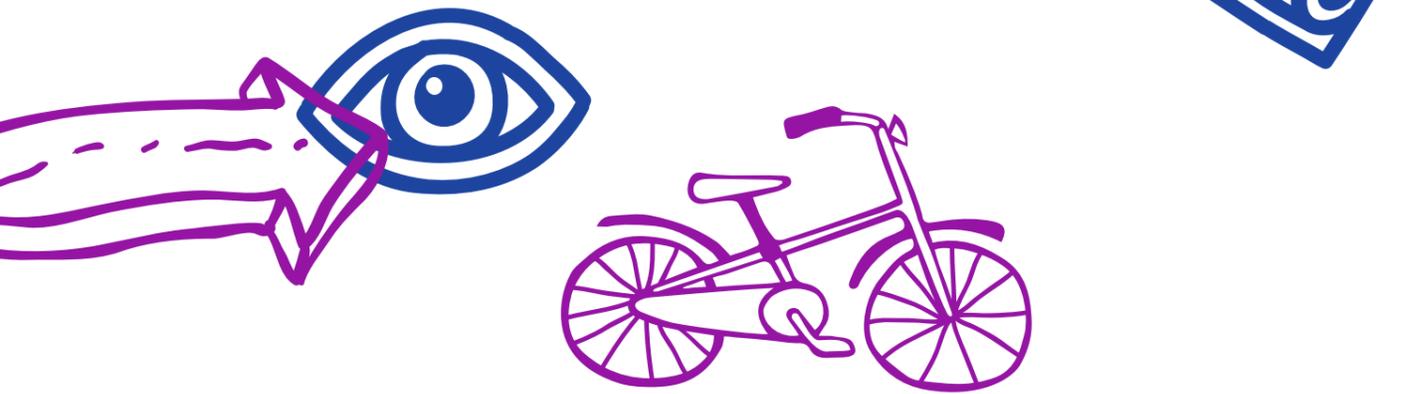
3



ДЛЯ ДЕТЕЙ И РОДИТЕЛЕЙ

Наша главная задача — обеспечить подрастающее поколение качественными и безопасными товарами по доступным ценам

3.1. БЕЗОПАСНОСТЬ ТОВАРОВ



Продукция для детей относится к категории товаров, к которой предъявляются повышенные требования в области качества и безопасности для потребителей. Обеспечение безопасности и качества товаров является нашим ключевым обязательством перед покупателями и в то же время необходимым условием повышения доверия клиентов к магазинам нашей сети. Мы осуществляем свою деятельность в полном соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей» и Правилами торговли.

Одним из главных вызовов отрасли детских товаров является контрафактная продукция, которая несет потенциальную угрозу здоровью подрастающего поколения. Группа компаний «Детский мир» закупает продукцию напрямую у крупнейших международных производителей и поставщиков, что гарантирует ее высокое качество. Совместно с отраслевыми ассоциациями мы принимаем активное участие в инициативах, направленных на ограничение оборота нелегальной продукции.

СИСТЕМА КОНТРОЛЯ БЕЗОПАСНОСТИ И КАЧЕСТВА ТОВАРОВ

В Группе компаний «Детский мир» контроль безопасности и качества товаров осуществляется на всех этапах жизненного цикла: начиная от выбора поставщика, формирования и размещения заказа и заканчивая выкладкой товаров на полках магазинов и обратной связью с потребителями.

Мы гарантируем, что все товары, представленные в торговых точках сети и интернет-магазине «Детский мир», прошли все необходимые процедуры подтверждения соответствия требованиям нормативных документов в области технического регулирования на территории Таможенного союза (технических регламентов, Закона о защите прав потребителей, Правил продажи отдельных видов товаров). Все товары имеют установленные законодательством документы, без получения которых продукцию невозможно ввозить на таможенную территорию РФ и реализовывать в розничной сети.

Благодаря отлаженному и эффективному процессу контроля безопасности и качества продукции и многолетнему сотрудничеству

Все работы по подтверждению соответствия продукции требованиям безопасности и качества производства в аккредитованных в установленном порядке органах по сертификации и испытательных лабораториях, включенных в Единый реестр органов по сертификации, и испытательных лабораторий (центров) Таможенного союза, аккредитованных Федеральной службой по аккредитации

Закупка продукции, которая прошла лабораторные испытания с положительным результатом

Постоянный мониторинг изменения законодательства в области технического регулирования в РФ и Таможенном союзе

Своевременное прохождение инспекционного контроля ранее сертифицированной продукции для продления сроков действия документов, подтверждающих соответствие, в том числе повторные испытания образцов ранее сертифицированной продукции

Системная работа по обеспечению контроля безопасности и качества товаров

ГРУППА КОМПАНИЙ «ДЕТСКИЙ МИР» ПОЛУЧИЛА ЗНАК ОТРАСЛЕВОГО ДОВЕРИЯ

В марте 2016 г. Группа компаний «Детский мир» получила от Ассоциации предприятий индустрии детских товаров знак отраслевого доверия «Здесь не продается контрафакт», став одной из двух компаний в сегменте детских товаров, получивших такой сертификат.

только с проверенными и хорошо себя зарекомендовавшими испытательными лабораториями и высококвалифицированными экспертами органов по сертификации нам удается предотвратить появление бракованного товара на полках магазинов сети уже на начальном этапе

сертификации, а именно на стадии лабораторных испытаний.

Процесс контроля качества товаров осуществляется специалистами Отдела сертификации, качества и претензионной работы. В рамках взаимодействия с ведущими международными производителями товаров для детей мы проверяем наличие документации (в частности, протокола испытаний и сертификата ISO), подтверждающей соответствие продукции действующим нормативным требованиям страны-изготовителя и необходимой для получения документов, подтверждающих качество товара в соответствии с законодательством РФ.

В рамках взаимодействия с производителями продукции наших собственных торговых марок (СТМ) контроль качества осуществляется на каждом этапе ее производства. В этом случае мы самостоятельно организуем процесс сертификации.

Для снижения возможных рисков со стороны недобросовестных поставщиков производителям были выдвинуты требования по усилению контроля качества продукции. При обнаружении серьезных претензий

Каждый покупатель может получить в любом магазине сети «Детский мир» копию сертификата на любой товар, в течение трех дней возможно получение оригинала сертификата для ознакомления.

к качеству и безопасности предусмотрены возврат поставщику всей партии товара и прекращение сотрудничества с ним в дальнейшем.

Для подтверждения соответствия продукции для детей и подростков обязательным требованиям технических регламентов Таможенного союза мы направляем в орган по сертификации заявку на проведение работ, комплект документов, установленных регламентом, и образцы сертифицируемой продукции.

Рассмотрев полученную документацию, орган по сертификации проводит идентификацию продукции и принимает решение о проведении испытаний образцов продукции в испытательной лаборатории. При положительных



результатах лабораторных испытаний продукции органом принимается решение о выдаче документов, подтверждающих соответствие продукции Компании (сертификатов соответствия, деклараций о соответствии, свидетельств о государственной регистрации, разъяснительных писем о товарах, не подлежащих обязательно подтверждению соответствия).

Все полученные документы, подтверждающие соответствие продукции Компании, обрабатываются отделом сертификации, заносятся в единую базу SAP, доступную для всех магазинов розничной сети. Информация о полученных документах передается в таможенный отдел Компании.

Принимая во внимание темпы роста бизнеса Группы компаний «Детский мир» (см. раздел «Уверенное лидерство»), за 2015–2016 гг. существенно сократилось количество претензий от потребителей к качеству товаров (до 40% от показателей за 2013–2014 гг.). Всего в отчетном периоде получено 16 предписаний о несоответствии реализуемой продукции, данный показатель с учетом масштабов деятельности находится в рамках допустимых значений.

В случае выявления недостатков товара после совершения покупки в процессе его эксплуатации

и получения претензии от потребителя мы тщательно проверяем документацию по данному товару и принимаем все необходимые меры, чтобы предотвратить реализацию продукции ненадлежащего качества. В частности, при необходимости проводятся дополнительные испытания товара. Если после экспертизы испытательная лаборатория выдает акт о производственном браке, производится замена бракованного товара на новый или, по желанию покупателя, осуществляется возврат стоимости товара.

МАРКИРОВКА ТОВАРОВ

Достоверная, читаемая и доступная для осмотра потребителями маркировка обеспечивает идентификацию товара и доведение основных сведений о товаре до потребителей.

Мы придерживаемся следующих правил маркировки продукции собственных торговых марок Группы компаний «Детский мир»:

- раскрытие информации, позволяющей установить соответствие товаров действующим требованиям российского законодательства, в том числе Техническим регламентам Таможенного союза, правилам продажи отдельных видов товаров, закону «О защите прав потребителей», договорам по ассортиментной принадлежности, качеству и безопасности;

- доведение до заинтересованных сторон всех необходимых сведений о товаре, перечень которых установлен Федеральным законом «О защите прав потребителей»;
- привлечение внимания покупателей к товарам, подчеркивание их преимуществ с помощью упаковки и маркировки с целью увеличения продаж.

Мы включаем в маркировку всю информацию, обязательную в соответствии с нормативными требованиями (страна-изготовитель, дата изготовления, гарантийный срок, минимальный возраст ребенка и др.). Маркировка может также содержать дополнительные надписи, касающиеся безопасной эксплуатации продукции. Например, для игрушек из поливинилхлорида (ПВХ), предназначенных для купания на мелководье и под присмотром взрослых; для радиоуправляемых товаров: «Избегать попадания на игрушку прямых солнечных лучей» и т. п.

За отчетный период не было выявлено ни одного случая несоответствия маркировки продукции собственных торговых марок Компании нормативным требованиям, что свидетельствует об эффективности нашей работы в данной области.

3.2. КЛИЕНТО-ОРИЕНТИРОВАННЫМ СЕРВИС



Реализация политики доступных цен в массовом сегменте и предложение самого широкого ассортимента товаров для наших покупателей являются одной из стратегических задач Группы компаний «Детский мир», соответствующей принципам ответственного отношения к потребителям.



Обеспечивая шаговую доступность социально значимых товаров для населения, «Детский мир» имеет самую разветвленную сеть магазинов как в столице, так и в регионах России. Ассортимент детских товаров в магазинах сети «Детский мир» насчитывает порядка 20–30 тыс. наименований.

Мы придерживаемся принципа единого ценообразования и ассортимента товаров во всех магазинах сети, независимо от региона, в котором они расположены. Для этого мы осуществляем оптимизацию внутренних бизнес-процессов, ведем активную работу с поставщиками, развиваем продажи в онлайн-канале. Ценовая доступность товаров для покупателей обеспечивается за счет:

- увеличения доли в ассортименте отечественных товаров, средняя цена которых ниже импортных при сопоставимом уровне качества;
- развития собственных торговых марок, позволяющих нам предлагать товары по ценам ниже уровня рынка за счет исключения дополнительных наценок со стороны компаний-производителей;
- проведения акций, разработки специальных предложений для постоянных покупателей и регулярных сезонных распродаж;
- предоставления 3%-й скидки на товары в Московском регионе при предъявлении «Социальной карты москвича»;
- развития собственной программы лояльности, позволяющей постоянным покупателям приобретать товары со скидками.

ПОДДЕРЖКА СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ

Группа компаний «Детский мир» является ключевым партнером в реализации социальных проектов благодаря минимальным розничным наценкам на социально важные категории товаров, в том числе продукцию для новорожденных.

С 2005 г. сеть магазинов «Детский мир» принимает участие в социальном проекте Правительства Санкт-Петербурга по поддержке семей с детьми. Правительство региона осуществляет социальные выплаты семьям: одновременно при рождении ребенка и ежемесячно на ребенка до 7 лет. Материальная помощь перечисляется на банковские карты «Детская» и «Дошкольная», эмитентом которых выступает ПАО «Банк Санкт-Петербург». Поступившие на карту денежные средства семьи могут использовать на приобретение товаров для детей в розничных сетях, которые прошли аккредитацию в администрации Санкт-Петербурга, в том числе и в сети магазинов «Детский мир».

В марте 2016 г. Группа компаний «Детский мир» стала первым партнером социального проекта Департа-

мента труда и социальной защиты Правительства Москвы. В его рамках малообеспеченным семьям с детьми выдаются сертификаты, с помощью которых можно оплатить до 100% стоимости покупки, за исключением детского питания, в одном из магазинов-партнеров. Кроме того, в сети «Детский мир» покупатель может воспользоваться дополнительной скидкой 3% по «Социальной карте москвича» или оплатить до 20% покупки бонусными баллами программы лояльности розничной сети.

НОВЫЕ КАТЕГОРИИ ПРОДУКЦИИ

Одежда для беременных

В апреле 2015 г. в магазинах сети «Детский мир» начались продажи продукции для беременных. Данная категория товаров реализуется преимущественно специализированными магазинами. Сеть магазинов «Детский мир» стала первым универсальным розничным оператором на рынке детских товаров, предложившим своим клиентам линейку одежды и белья для беременных.

В корнерах для будущих мам покупателям предлагается продукция рос-



«Запуская корнеры для беременных, мы планируем расширить нашу целевую аудиторию покупателей: будущие мамы приходят в магазин и знакомятся с ассортиментом еще во время ожидания малыша. Мы стремились сделать нашим клиентам наиболее привлекательное предложение: яркая одежда, удобные модели, мягкие, комфортные ткани и доступные цены».

Мария Володина, коммерческий директор по направлению «Одежда и Обувь» Группы компаний «Детский мир»

сийского и зарубежного производства. Среди известных российских производителей в магазинах сети «Детский мир» представлены белье для беременных и кормящих мам «ФЭСТ» (г. Кострома), а также одежда для беременных под собственной торговой маркой Just Mom Ulla, за которую в 2016 г. Компания была признана победителем в номинации «Лучшие товары для беременных и кормящих матерей».

Спортивная одежда

В апреле 2015 г. Группа компаний «Детский мир» также представила новую коллекцию спортивной одежды для детей от 2 до 12 лет, выпущенную под собственной торговой маркой JOMOTO.

Продукция представлена в ценовом сегменте «средний минус», что позволяет потребителям приобрести по доступным ценам одежду высокого качества, а сети «Детский мир» — существенно нарастить свою долю на рынке товаров для спорта.

Изделия выполнены из специально разработанного практичного износостойкого материала, который не сковывает движения ребенка, легко стирается, не растягивается и не садится со временем.

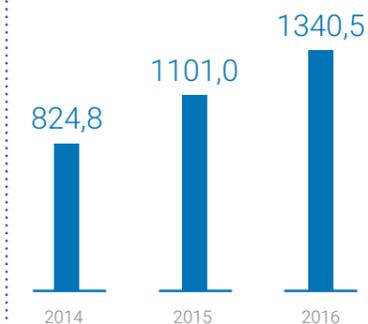
Под брендом JOMOTO также предлагается обувь для детей от 2 до 12 лет для спортивных тренировок и активного отдыха. Легкая и гибкая подошва благодаря амортизационной системе снижает нагрузку на стопу и позвоночник ребенка. Обувь изготовлена с использованием современных высокотехнологичных материалов.

ПОДАРОЧНЫЕ КАРТЫ

Группа компаний «Детский мир» продолжает реализацию проектов, направленных на повышение уровня сервиса в розничных магазинах сети. Одним из ключевых остаются продажи подарочных карт и электронных подарочных сертификатов. По итогам 2016 г. выручка сети магазинов «Детский мир» от реализации подарочных карт и электронных сертификатов выросла по сравнению с 2015 г. на 22% и составила 1,34 млрд руб.

С помощью подарочной карты можно оплачивать покупки во всех

Выручка Группы компаний «Детский мир» от реализации подарочных карт и электронных сертификатов, млн руб.



магазинах сети «Детский мир». Реализуются подарочные карты и электронные подарочные сертификаты номиналом 300, 500, 1 000, 1 500, 2 000, 3 000 и 5 000 руб. В 2016 г. стартовала продажа подарочных карт гибкого номинала с возможностью зачисления денежных средств в диапазоне от 300 до 50 000 руб. с кратностью зачисления 100 руб. Срок действия карты — 12 месяцев с момента покупки. Подарочная карта может быть использована неограниченное количество раз до окончания средств на балансе. Для удобства клиента разработан специальный сервис, с помощью которого можно проверить баланс карты в режиме онлайн. В интернет-магазине возможно приобретение электронных подарочных сертификатов, воспользоваться которыми можно в магазинах сети в России. В зависимости от повода — дня рождения мальчика или девочки, появления ребенка — клиенты могут подобрать бесплатную упаковку (картхолдер), оформленную в тематике события.

Подарочные карты и электронные подарочные сертификаты очень популярны, так как значительно экономят время при выборе подарка и позволяют ее получателю самостоятельно приобрести необходимую вещь, делают подарок приятным и желанным. Позитивная динамика продаж подарочных карт в России позволила нам расширить географию проекта: в 2015 г. успешно стартовали продажи карт в Казахстане.

Воспользоваться предложением сети магазинов «Детский мир» в России

и Казахстане могут не только физические, но и юридические лица. Подарочная карта и электронный подарочный сертификат — это эффективное решение при реализации внутренних программ повышения лояльности персонала, проведения мотивационных проектов для клиентов и партнеров, промомероприятий и рекламных акций при продвижении товаров и/или услуг.

ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ

В магазинах сети «Детский мир» действует программа лояльности — бонусная программа Yo-Yo. Бонусная карта выдается при любой покупке. Она позволяет накапливать на бонусной карте 5% стоимости покупки. Для многодетных семей размер бонуса составляет 7%. Накопленными баллами можно оплачивать до 20% стоимости покупок, за исключением определенных категорий товаров и товаров, участвующих в акциях и специальных предложениях.

Чтобы использовать бонусы, клиенту необходимо заполнить анкету и предоставить свои данные. За анкету на карту начисляются 200 приветственных бонусов. На день рождения ребенка начисляются 200 подарочных бонусов. Клиентам, предоставившим телефон и e-mail, направляется информация об акциях сети и закрытых распродажах.

Количество участников программы лояльности на конец 2016 г. составило 14,7 млн чел. Доля покупок (в чеках), совершенных участниками программы, составила 71,3%.

Эффективность нашей программы лояльности подтверждается большим размером среднего чека лояльных клиентов, который на 33% выше, чем у покупателей, не оформивших бонусную карту.

ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

С 2015 г. сеть магазинов «Детский мир» начала измерять лояльность своих клиентов с помощью индекса NPS (Net Promoter Score).

С 2016 г. изменение индекса NPS измеряется в Компании ежеквартально.

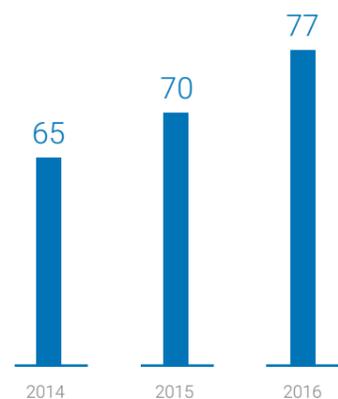
«ДЕТСКИЙ МИР» — ПАРТНЕР KIDZANIA В РОССИИ

В январе 2016 г. в Москве состоялось открытие парка Кидзания — мини-города для детей от 4 до 14 лет, в котором они пробуют себя в различных профессиях, получают практические навыки и знания об окружающем мире. В основе проекта лежит принцип игрового обучения.

Важная цель Кидзании — показать детям разнообразные возможности, которые ждут их в будущем, задать правильный вектор их развития и помочь выбрать любимую специальность. Именно поэтому в городе все максимально приближено к реальной жизни: юные посетители Кидзании приобретают полезные социальные навыки, получают основы финансовой грамотности, учатся ставить цели и самостоятельно их достигать.

Группа компаний «Детский мир» построила в российском парке Кидзания миниатюрный аналог супермаркета для детей площадью 50 кв. м. На территории детского магазина ребята могут попробовать свои силы в таких профессиях, как продавец-кассир, продавец-консультант, маркетолог или же побывать в роли покупателя. Мини-супермаркет выполнен в интерактивном концепте, который с 2014 г. Компания успешно тиражирует по всей России.

Доля покупок лояльных клиентов в товарообороте, %



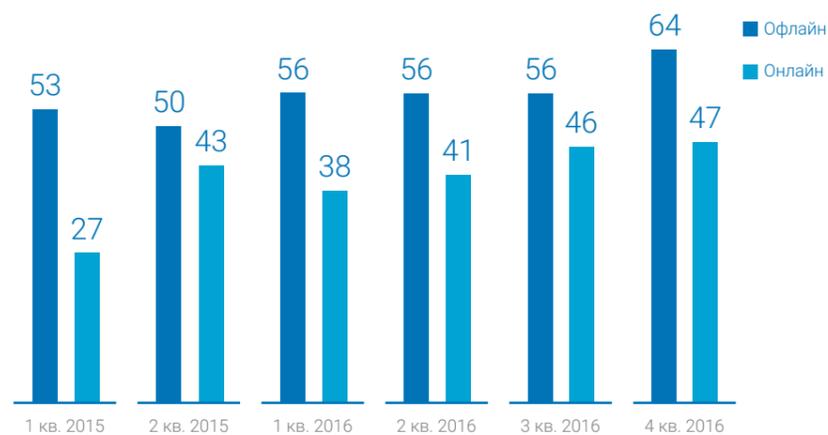
Ключевой частью исследования является опрос посетителей магазинов. В ходе исследования опрашивается около 7–8 тыс. респондентов розничных магазинов, около 1,5 тыс. клиентов интернет-магазина и более 2 тыс. посетителей интернет-магазина, не совершивших покупки, но откликнувшихся на приглашение пройти опрос.

В ходе первого этапа исследования покупателям предлагается: «Оцените вероятность, с которой вы посоветовали бы «Детский мир» своим друзьям, родственникам и коллегам». На втором этапе исследования выясняются причины, которые влияют на лояльность посетителей и, таким образом, на индекс NPS.

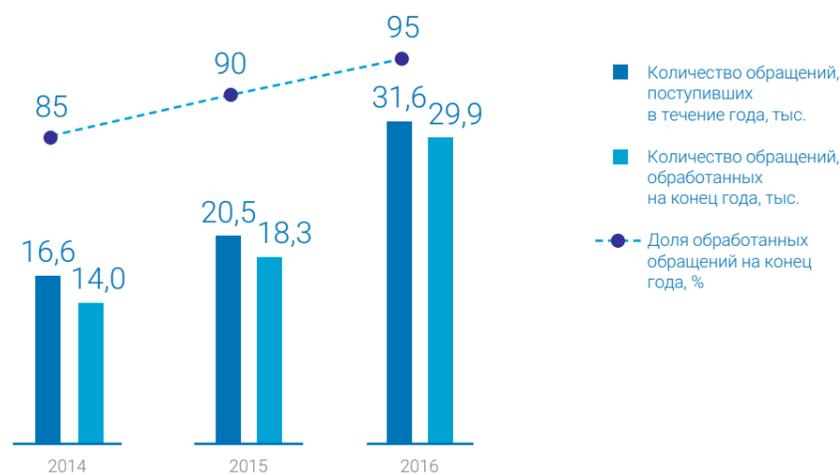
NPS — индекс потребительской лояльности и приверженности Компании — оценивает готовность к повторным покупкам через готовность рекомендовать Компанию знакомым, друзьям или родственникам. Это важный показатель деятельности Компании наряду с трафиком, товарооборотом, средним чеком и другими параметрами.

Задачей исследования является получение обратной связи от наших клиентов. Учитывая их мнение, мы можем улучшить свой сервис и повысить лояльность наших посетителей. На его основании мы можем внести необходимые изменения в работу

Результаты проведения исследований удовлетворенности потребителей (NPS)



Количество поступивших и обработанных обращений от клиентов



магазинов, узнать свои сильные и слабые стороны непосредственно от потребителей. Все это в конечном счете влияет на удовлетворенность клиентов Компании, а значит, позитивно сказывается на результатах нашей деятельности.

МЕХАНИЗМЫ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

В Группе компаний «Детский мир» действует эффективный механизм обратной связи, предоставляющий всем желающим возможность связаться с нами и передать претензию по следующим каналам¹:

¹ Под претензией понимаются все зарегистрированные обращения, полученные от клиентов и подразумевающие ответ.

- отзыв на Яндекс.Маркет;
- форма «Обратная связь» на сайте интернет-магазина;
- карточка товара на сайте интернет-магазина;
- телефонный звонок на горячую линию;
- отзывы в социальных сетях;
- электронная почта shop@detmir.ru.

Все поступившие претензии регистрируются в единой системе «Обратная связь» и направляются на обработку к профильным специалистам. Сотрудники профильных подразделений имеют доступ в систему «Обратная связь» для быстрого реагирования на запросы и контроля ситуации с обращениями

по таким темам, как «вопросы по товарам», «вопросы по работе интернет-магазина», «отказ от рассылок», «вопросы по бонусной программе», «вопросы по подарочным картам и электронным подарочным сертификатам».

В 2014–2016 гг. поступило 68,7 тыс. обращений. Компания неуклонно совершенствует качество взаимодействия с потребителями, благодаря чему в 2016 г. было обработано 95% обращений.

ДОБРОСОВЕСТНАЯ РЕКЛАМА

В целях своевременного информирования покупателей о действующих акциях, специальных предложениях и распродажах, а также о новых и интересных товарах, поступивших в наши магазины, мы используем различные каналы коммуникации, ключевыми из которых являются телевидение и собственная рекламная газета сети с периодичностью издания — раз в две недели. Кроме того, действует сегментированная рассылка СМС-сообщений и предложений по электронной почте,



«В детстве многое происходит впервые: первые шаги, путешествия, открытия. Именно это делает детство счастливым и неповторимым. В «Детском мире» каждый родитель может подарить своему ребенку все лучшее и необходимое для его счастливого детства благодаря доступным ценам и широкому выбору товаров».

Татьяна Мудрецова, директор департамента маркетинга Группы компаний «Детский мир»



учитывающая предпочтения покупателей, выявленные из анализа анкет и истории покупок.

Группа компаний «Детский мир» использует только те каналы коммуникации, которые показали высокую эффективность:

- реклама на телевидении;
- массовые и целевые СМС и e-mail-рассылки;
- безадресное распространение собственной бесплатной рекламной газеты по почтовым ящикам жилых домов;
- рос-материалы в торговом зале, включая оформление витрин;
- интернет-маркетинг.

Вся рекламная информация Группы компаний «Детский мир» перед своей публикацией проходит согласование с юридическим отделом. Открытость, честность и соблюдение законодательных требований — основные принципы, которые мы используем при подготовке наших рекламных материалов. За три года (2014–2016 гг.) в Группе компаний было зафиксировано всего три случая несоответствия нормативным требованиям, касающимся маркетинговых коммуникаций. Только один из них повлек наложение административного

взыскания. Одно административное дело находится на рассмотрении. По третьему случаю штраф был отменен в результате обжалования.

НОВОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ СЕТИ

В конце 2015 г. сеть магазинов «Детский мир» запустила на телевидении новую рекламную кампанию, разработанную в партнерстве с агентством Lowe Adventa (сегодня MullenLowe). Это первый результат совместной работы, в рамках которой были подготовлены новое позиционирование бренда и коммуникационная концепция.

Доступные детские товары и бесценные моменты детства — вот две основные составляющие нового рекламного образа. Начиная с 2016 г. в рекламных кампаниях сети магазинов «Детский мир» используется новый слоган бренда, подчеркивающий обновленное позиционирование сети: «Счастливое детство доступно каждому!».

Ролики представлены на официальном канале сети «Детский мир» на YouTube: <http://www.youtube.com/user/detmirtv/videos>.

3.3. ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН



Интернет-магазин (<http://www.detmir.ru>) сети магазинов «Детский мир» в 2016 г. стал крупнейшим специализированным игроком онлайн-рынка детских товаров. Мы уделяем большое внимание его развитию и совершенствованию.

Основные преимущества интернет-магазина:

- доступ к более широкому ассортименту товаров по сравнению с «малыми форматами» офлайн-магазинов (за три года ассортимент интернет-магазина был расширен почти в четыре раза до 40 тыс. единиц в декабре 2016 г.);
- возможность вернуть товар, купленный в интернет-магазине, в любом розничном магазине сети;
- возможность получать и тратить баллы в рамках единой с офлайн-каналом бонусной программы Yo-Yo.

На протяжении последних лет интернет-магазин сети демонстрирует беспрецедентную динамику роста про-

БОЛЕЕ ЧЕМ
В 2 РАЗА

выросла выручка интернет-магазина в 2016 г. благодаря повышению уровня сервиса и расширению ассортимента

3,5%

рост доли интернет-магазина в выручке Компании по итогам 2016 г.

даж. Благодаря повышению уровня сервиса и расширению ассортимента в 2016 г. выручка выросла более чем в 2 раза. Доля интернет-магазина в выручке Компании в 2015 г. составляла 2,1%, а по итогам 2016 г. выросла до 3,5%.

Одним из ключевых драйверов роста выручки стал запуск в июне 2015 г. услуги in-store pick-up (самовывоза из магазинов): около 50% заказов интернет-магазина в 2016 г. приходилось на собственные пункты выдачи в магазинах сети. Онлайн-сегмент растет в том числе

и благодаря тому, что «Детский мир» теперь присутствует во всех ключевых регионах, что позволяет обеспечить быструю доставку.

Услугой самовывоза пользуются в первую очередь те наши клиенты, которые хотели бы получить заказ в сжатые сроки. Уже через несколько часов после формирования заказа его можно получить в одном из магазинов сети. Это удобно, быстро и бесплатно.

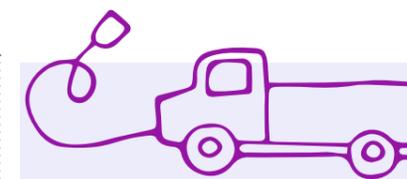
Согласно исследованиям интернет-магазина «Детский мир», наиболее популярными товарами, которые покупатели получают в пунктах выдачи заказов, являются продукция для новорожденных и игрушки.

Кроме того, в рамках действующего партнерского соглашения с компанией Ozon.ru заказы можно забрать в пунктах самовывоза Ozon.ru. Таким образом, интернет-магазин на конец 2016 г. насчитывает 1387 собственных и партнерских пунктов самовывоза. Доставка в собственные пункты выдачи осуществляется бесплатно, доставка в партнерские точки оплачивается покупателем в соответствии с тарифами компании-партнера.

Покупатели интернет-магазина также могут получить товар на дом или в офис с помощью услуги курьерской доставки.

Развивая онлайн-сервисы, мы планируем реализовать и предложить покупателям удобную мобильную версию интернет-магазина, а также продолжить работу над повышением качества и удобства доставки товаров.

Мы идем по пути реализации омниканального подхода, интегрирующего все платформы и устройства, используемые клиентом для взаимодействия с Компанией. Объединение каналов коммуникации вокруг пользователя с целью получения полной информации обо всех действиях клиента: его покупках, заявках, обращениях, решенных и нерешенных проблемах — позволит создать комплексное восприятие и обеспечить наивысший уровень сервиса для наших покупателей.



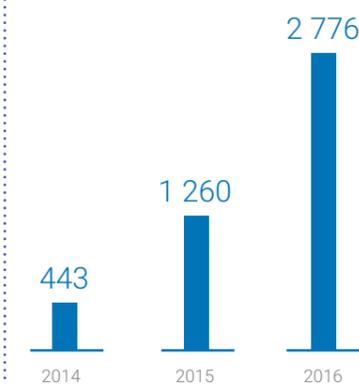
1387

собственных и партнерских пунктов самовывоза насчитывает интернет-магазин на конец 2016 г.

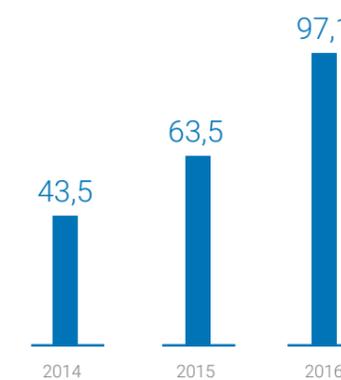
ОКОЛО
50%

заказов интернет-магазина в 2016 г. приходилось на собственные пункты выдачи в магазинах сети

Выручка интернет-магазина, млн руб.



Количество посещений интернет-магазина, млн



ПРОРЫВ ГОДА

В 2016 г. интернет-магазин сети «Детский мир» был признан победителем в одной из самых высококонкурентных номинаций российской профессиональной премии в сфере электронной торговли «Большой оборот» — «Прорыв года».

Премия «Большой оборот» присуждается за выдающиеся достижения и значительный вклад в развитие розничной электронной торговли интернет-магазинам, многоканальным ретейлерам, профессионалам e-commerce, а также проектам и персонам, оказавшим значительное влияние на отрасль.



4



ОТВЕТСТВЕННАЯ ЦЕПОЧКА ПОСТАВОК

Эффективное управление всеми процессами, связанными с поставкой товаров, обеспечивает надежность и устойчивость бизнеса

4.1. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОСТАВЩИКАМИ



Глобальные масштабы и задачи Группы компаний «Детский мир» с учетом отраслевой специфики рынка требуют все более эффективного управления цепочкой поставок и построения долгосрочных партнерских взаимоотношений с поставщиками.

Нашими поставщиками являются более 600 компаний из 21 страны мира: России, Китая, Индии, Гонконга, Нидерландов, Германии и др. В 2016 г. на 10 крупнейших поставщиков одежды и обуви приходилось 44% всех поставок в этой категории, на 10 крупнейших поставщиков игрушек, товаров для новорожденных и крупногабаритных товаров — 42%.

БОЛЕЕ
600
КОМПАНИЙ
из **21**
СТРАНЫ МИРА

являются нашими поставщиками

Задачи по оптимизации закупочных цен, эффективному управлению ассортиментом, повышению контроля качества товаров мы решаем в том числе путем заключения прямых контрактов с крупными специализированными производителями или их представителями в России и сокращения доли дистрибьюторов. Это позволяет нам зафиксировать выгодные цены, минимизировать риски, связанные с обменом иностранной валюты, а также обеспечивает прямой доступ к товарам.

По состоянию на 31 декабря 2016 г. среди наших поставщиков в категории «игрушки» было 7 прямых поставщиков, в категории «товары для новорожденных» — 58, «крупногабаритные товары» — 59 и в категории «канцелярские и другие товары» — 22 прямых поставщика.

Мы также стремимся заключать с нашими поставщиками соглашения об эксклюзивности, которые увеличивают трафик, способствуют росту

сопоставимых продаж, повышают лояльность покупателей и защищают нас от ценовой конкуренции в предпродажный период. Так, в 2016 г. соглашения об эксклюзивности были подписаны с такими компаниями, как Mattel, Hasbro, Lego, Maclaren и Artsana.

Группа компаний «Детский мир» на протяжении двух лет поддерживает организованный Министерством промышленности и торговли Российской Федерации при участии Министерства образования и науки Российской Федерации общероссийский конкурс «Школьная форма» в рамках программы продвижения российской продукции легкой и текстильной промышленности.

В 2015 г. предприятия — победители всероссийского конкурса «Школьная форма» направили на реализацию в 20 флагманских магазинах торговой сети «Детский мир» в Москве и Санкт-Петербурге более 260 тыс. изделий на общую сумму 380 млн руб.

Во флагманском магазине сети «Детский мир» в Москве в августе 2015 г. прошла выставка, посвященная истории школьной моды, на которой были представлены уникальные образцы школьной формы от царских времен до наших дней, а также школьная форма победителей конкурса «Школьная форма». В апреле 2016 г. на выставке школьной формы, организованной Минпромторгом при участии Департамента образования города Москвы на площадке «Детского мира», приняли участие 15 производителей из Москвы и Московской области.

ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС «ШКОЛЬНАЯ ФОРМА»

Конкурс проводится с целью популяризации школьной формы отечественного производства и позволяет лучшим образцам продукции попасть в ассортимент торговых сетей.

Участие в конкурсе приняли **114 дизайнеров** и **73 предприятия** со всей страны. Критерии оценки учитывали как эстетическую составляющую, так и качество материалов, гигиеничность, удобство, практичность и доступность школьной одежды.

В список победителей вошли компании из разных регионов России: «Смена», «Смена by Гущина», «Уфимский трикотаж», «БТК групп», «Скай Лэйк». Главным призом для них стало сотрудничество с сетью магазинов «Детский мир».

Долгосрочный заказ на изготовление школьной формы дал производителям определенные гарантии, позволившие в период экономического кризиса не только не останавливать производство, но и увеличить его объем.

Проведение подобных мероприятий, с одной стороны, дает предприятиям дополнительную возможность представить потребителю российскую продукцию. С другой стороны, оно мотивирует предприятия торговли к сотрудничеству с российскими производителями.

Развитие собственных торговых марок является одним из стратегических направлений Группы компаний «Детский мир». В настоящий момент мы владеем 25 СТМ в категориях «одежда» и «обувь». Каждая из них имеет свою целевую аудиторию, ассортимент и ценовое позиционирование. Дизайн восьми СТМ мы разрабатывали самостоятельно, остальные были разработаны привлеченными дизайнерами эксклюзивно для ГК «Детский мир». Все СТМ производятся компаниями-партнерами.

Продажа товаров СТМ российского и зарубежного производства дает нам возможность контролировать ценообразование, соблюдение требований к качеству товаров и безопасности материалов, из которых они производятся, значительно сократить цикл оборачиваемости товарных запасов.

260

ТЫС. ИЗДЕЛИЙ

было реализовано победителями всероссийского конкурса «Школьная форма» в флагманских магазинах сети «Детский мир»

В свою очередь, производители товаров СТМ выигрывают за счет стабильного уровня заказов, сокращения расходов на брендинг и логистику. В результате мы имеем возможность предложить нашим покупателям высококачественные товары по самым привлекательным ценам.

В категориях «одежда» и «обувь» доля товаров собственных торговых марок в товарообороте ГК «Детский мир» составляет 60–70%. В категориях «игрушки», «товары для новорожденных» — 7 и 1% соответственно в 2016 г.

ВЫСОКАЯ ОЦЕНКА СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК КОМПАНИИ

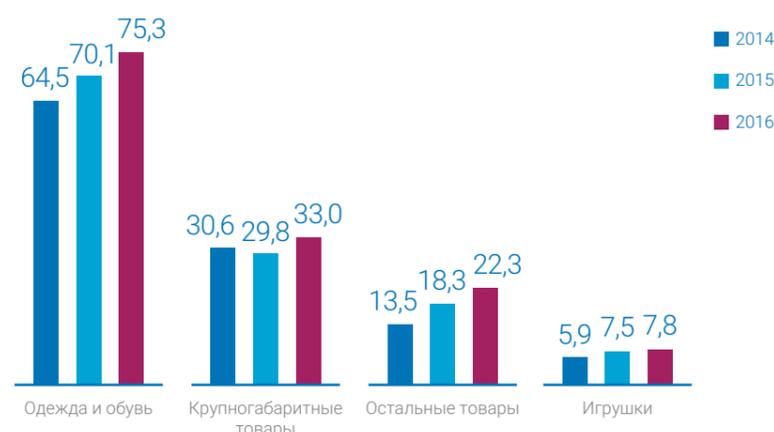
Собственные торговые марки сети магазинов «Детский мир» получили высокую оценку жюри в рамках конкурса PRIVATE LABEL AWARDS, проведенного при участии Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ).

«Детский мир» стал призером в номинации «Лучшая торговая марка в сегменте детских товаров». Победителями были признаны следующие бренды Компании:

- Futurino (одежда для детей);
- Favaretti (обувь для детей);
- Attivo (наборы для творчества).

В конкурсе приняли участие 37 розничных сетей, номинировавших 88 линеек продукции СТМ, и 43 компании-производителя из 14 стран.

Доля собственных торговых марок в товарообороте по категориям, %



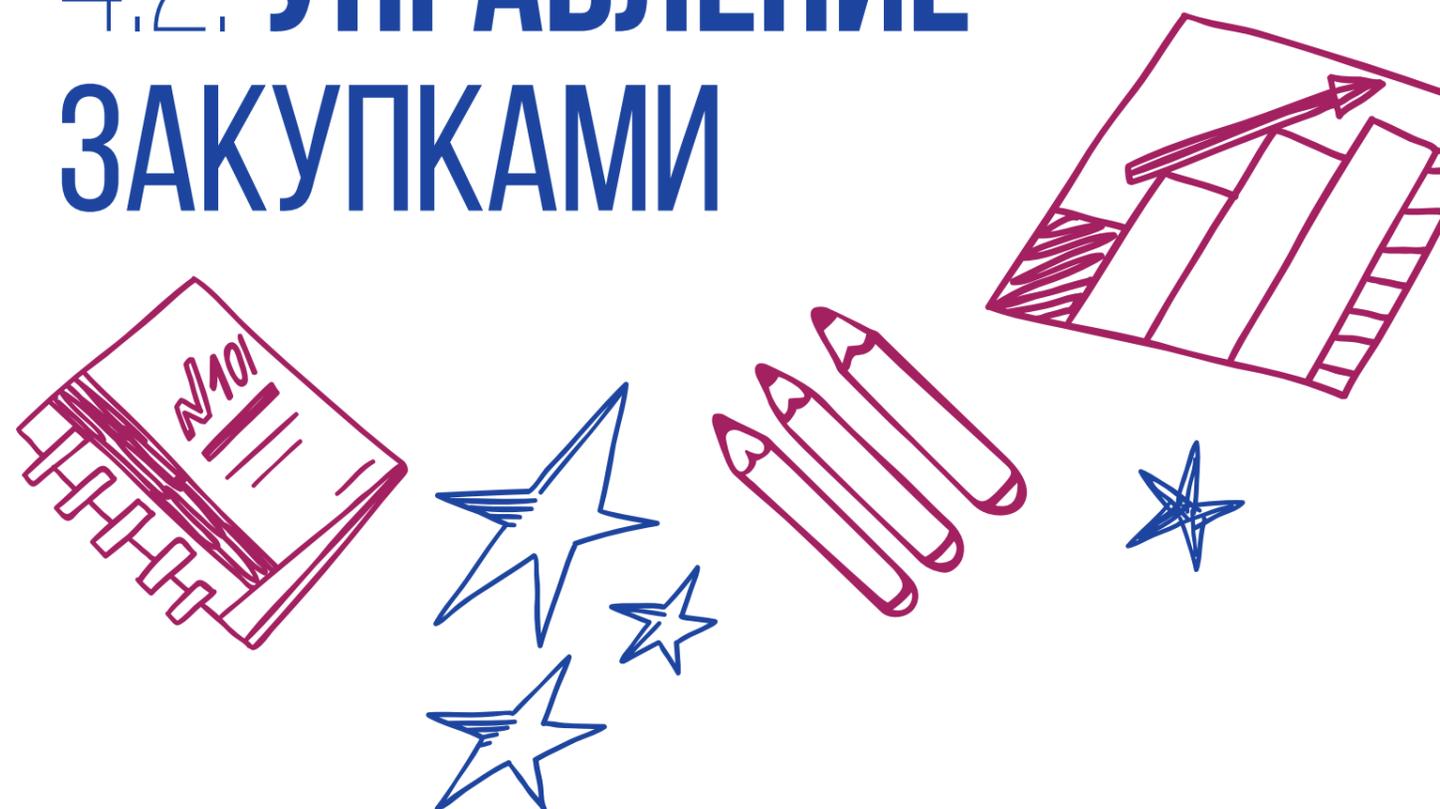
ФЕСТИВАЛЬ ДЕТСКОЙ МОДЫ

В рамках 33-го сезона Mercedes-Benz Fashion Week Russia в октябре 2016 г. Группа компаний «Детский мир» представила новую коллекцию «Весна — лето 2017».

Особенность коллекции — натуральные ткани (хлопок, лен, бамбук) в сочетании с легким денимом и вискозой, дарящие юным модникам и модницам не только красоту, но и комфорт.

В рамках Фестиваля детской моды на MBFW Russia российский офис компании Disney совместно с сетью магазинов «Детский мир» также представил коллекцию одежды, вдохновленную героями художественного фильма «Красавица и Чудовище».

4.2. УПРАВЛЕНИЕ ЗАКУПКАМИ



Коммерческие закупки

Планирование объемов закупок товаров Группой компаний «Детский мир» осуществляется по каждой категории на основе ассортиментных матриц, соответствующих ассортиментной политике и отражающих перечень всех товарных позиций. При формировании матриц учитываются результаты исследований категорийного менеджмента, мониторинга ассортимента конкурентов, а также модные тенденции и важные события в мире кино и развлечений. На основании данной аналитики мы систематически пересматриваем условия сотрудничества с поставщиками, заключаем новые контракты.

Поставщики могут самостоятельно обращаться к Компании с коммерческими предложениями, а также привлекаться на отраслевых выставках и через открытые информационные каналы.

Важным этапом процесса выбора и согласования поставщиков является заседание Ассортиментного комитета — кросс-функционального органа, объединяющего экспертов разных отделов ПАО «Детский мир» (в частности, Коммерческую дирекцию, Отдел сертификации, департамент маркетинга и т. д.). Ассортиментный комитет уполномочен принимать стратегические решения об утверждении перечня поставщиков, изменении условий взаимодействия с текущими поставщиками, модификации ассортиментной матрицы и др.

ЗАКУПКИ НА СОБСТВЕННЫЕ НУЖДЫ

Осуществление закупок товаров и услуг для собственных нужд является одним из важных направлений работы в части оптимизации и повышения эффективности бизнес-процессов. В основном такие закупки включают в себя следующие категории: поставки оборудования для магазинов и складов, строительно-монтажные работы, маркетинг и реклама, транспортные услуги. Около 95% закупок для собственных

нужд приходится на российских поставщиков. Остальные 5% необходимых товаров поставляются из-за рубежа в связи с отсутствием отечественных аналогов.

В 2016 г. ПАО «Детский мир» было удостоено высшей награды экспертов проекта «Национальный рейтинг прозрачности закупок» — статуса компании с гарантированной прозрачностью наряду с лидерами рейтинга среди частных компаний ПАО «Татнефть» и ПАО «Газпром нефть».

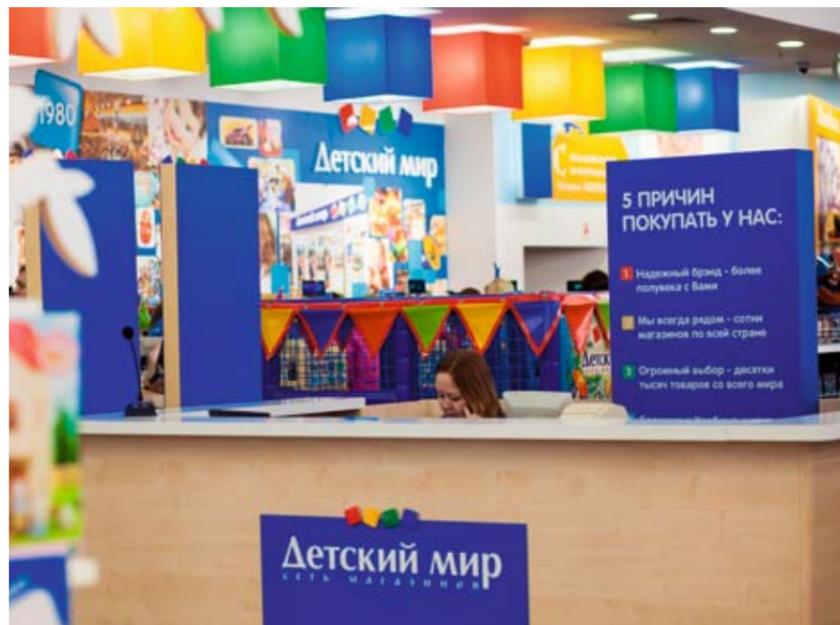
Проект «Национальный рейтинг прозрачности закупок» <http://nrpz.ru/> является независимым негосударственным исследовательским центром, специализирующимся в области мониторинга рынка государственных и корпоративных закупок на предмет прозрачности и гарантии соблюдения законодательства.

Совершенствование системы закупок в 2015–2016 гг.

В отчетном периоде Группе компаний «Детский мир» удалось значительно снизить стоимость поставки материалов, товаров и услуг за счет внедрения внутрикорпоративного электронного документооборота (см. раздел «Информационные технологии») и перевода 95% закупок на электронную торговую площадку (универсальная торговая платформа ЗАО «Сбербанк-АСТ»), что привело к значительному росту конкуренции среди потенциальных поставщиков.

Изменение схемы бизнес-процесса в части передачи функционала от Заказчика к Закупщику в отдельных категориях: «логистика», «стройка», «маркетинг», «информационные технологии» — позволило оптимизировать сроки проведения закупок. Консолидация закупок по некоторым категориям также способствовала сокращению издержек.

По оценкам Компании, экономический эффект закупочных процедур за 2015–2016 гг. составил 700 млн руб.

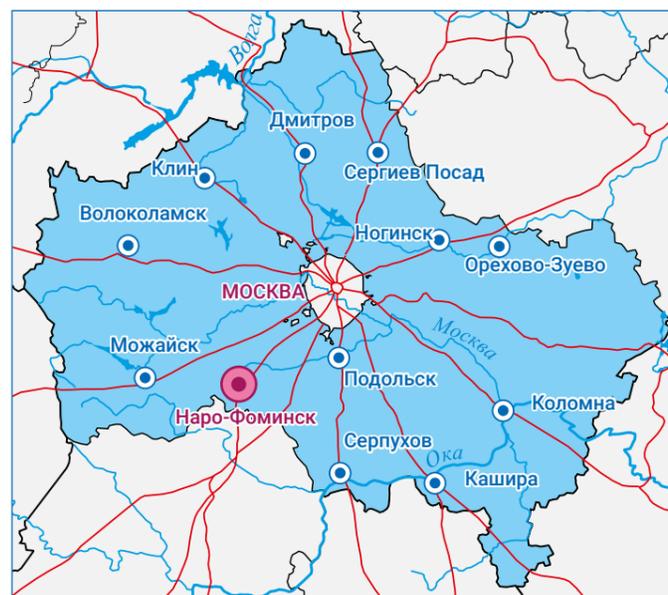


ЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

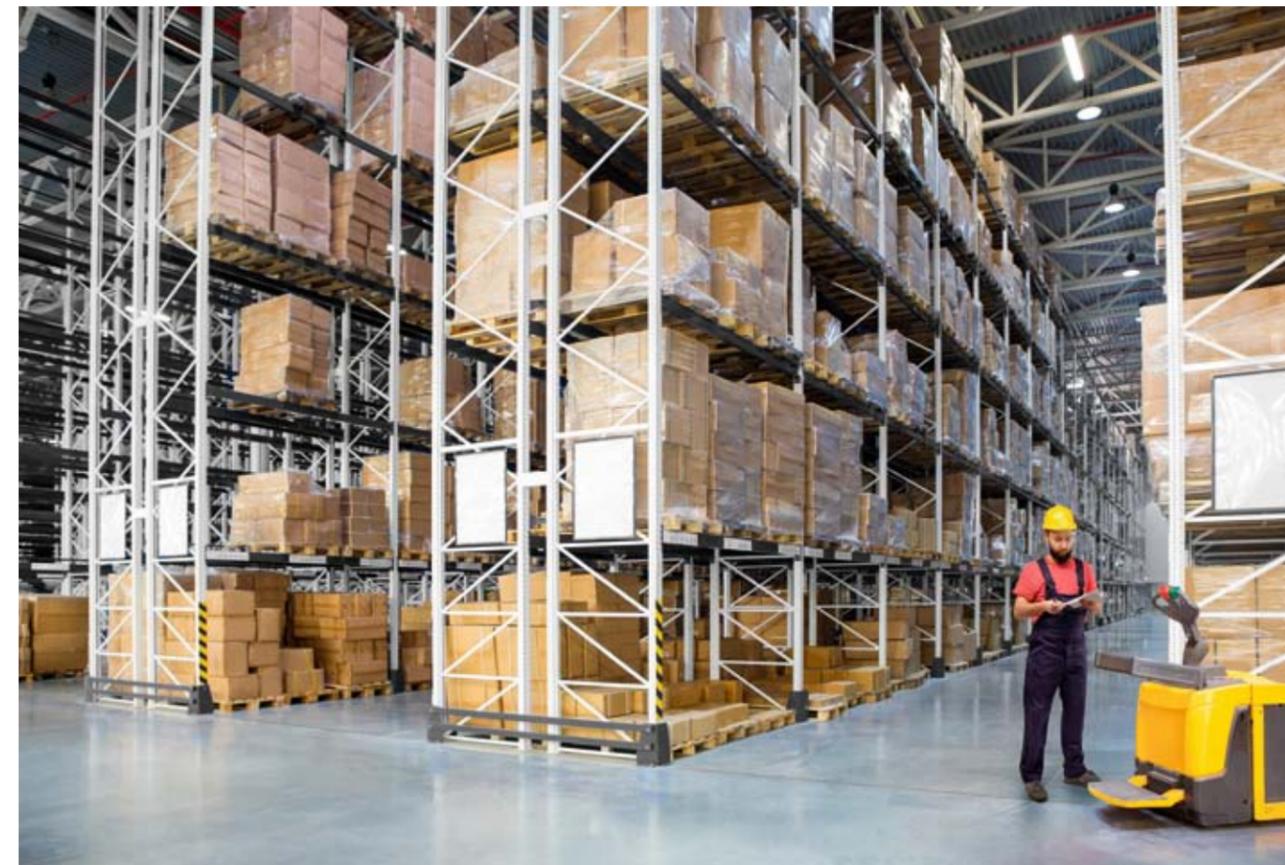
Эффективный контроль над товарными запасами обеспечивает стабильное наличие товаров на полках. В связи с этим одна из наших основных задач — централизация логисти-

ческой деятельности. В 2014 г. 26% товаров проходили через центральный склад Группы в Крекшино (Московская область), а 74% поставлялись напрямую дистрибьютерами.

В мае 2014 г. был запущен проект по строительству, а уже в 2015 г.



Площадь склада	70 192 м ² (+100 м ² КПП)
Расположение	д. Бекасово (Наро-Фоминский район Московской области)
Направление	юго-запад, Киевское шоссе, 50 км от МКАД
Дата начала эксплуатации	23 июня 2015 г.



был введен в эксплуатацию распределительный центр на территории индустриального парка класса А+ «ПНК Бекасово» в Наро-Фоминском районе Московской области.

Новый распределительный центр Группы компаний «Детский мир» площадью 70 000 кв. м стал крупнейшим на территории России специализированным логистическим терминалом в сегменте детских товаров. Он полностью соответствует современным требованиям, предъявляемым к подобным терминалам, что позволяет гарантировать его бесперебойную работу и обеспечение товарами магазинов сети в требуемые сроки. В распределительном центре «ПНК Бекасово» используется комбинированная система хранения, предназначенная для складской обработки всего ассортимента товаров сети.

Открытие собственного склада позволило нам увеличить централизацию логистики (долю товарооборота, проходящего через склад) с 26% в 2014 г. до 65% в 2016 г. Мы планируем повысить этот показатель до 75–80% к 2019 г., что позволит увеличить оборачиваемость товаров в магазинах, ликвидировать так

Девелопером логистического комплекса в Бекасово выступила компания PNK Group. Размер инвестиций в проект составил более 3 млрд руб. Индустриальный парк «ПНК Бекасово» — первый проект, который реализуется совместно с Правительством Московской области в рамках инвестиционной программы «Развитие промышленных округов на территории Московской области на период до 2015 года». PNK Group не только инвестирует в строительство современного комплекса, но и обеспечивает за счет собственных средств развитие транспортной и социальной инфраструктуры прилегающих территорий, включая возведение автомобильной эстакады над железной дорогой через Бекасово.

называемые стокауты (ситуации, когда какого-то товара нет на полке) и создать хорошую логистическую платформу для дальнейшего масштабирования бизнеса.

В 2015 г. на складах была внедрена система управления складом SAP EWM, которая позволила нам видеть полный цикл цепочки поставок: от заказа, обработки на складе или в магазине до доставки покупателю (подробнее см. раздел «Информационные технологии»).

На склад в Крекшино площадью 20 тыс. кв. м, который Компания арендует по договору долгосрочной

аренды, в течение 2015–2016 гг. с внешних 3PL-операторов¹ переведены складские операции интернет-магазина «Детский мир», а также дочерней компании ELC.

Около 1,5 тыс. новых рабочих мест для обслуживания логистического комплекса (на конец 2016 г. уже создано 1 176 рабочих мест) внесут существенный вклад в развитие экономики Московской области.

¹ 3PL-оператор — специализированная компания, предоставляющая аутсорсинговые логистические услуги.

ОСНОВНЫЕ НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ ПРОЦЕССЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ:

- Политика «Антикоррупционная политика ОАО «Детский мир»;
- Кодекс этики ОАО «Детский мир»;
- Политика «Управление конфликтом интересов в ОАО «Детский мир»;
- Политика «Борьба с фродом в ОАО «Детский мир»;
- Политика «Закупочная деятельность в ОАО «Детский мир»;
- Политика «Материально-техническое и информационное обеспечение работников ПАО «Детский мир»;
- Концепция противодействия коррупции в ПАО «Детский мир».



«Детский мир» — единственный ретейлер в сегменте детского рынка, принявший решение о присоединении к деловому сообществу для совместной борьбы с коррупцией, формирования принципов неприятия ее проявлений как при осуществлении взаимодействия с органами государственной власти, так и в корпоративных отношениях».

Сергей Беллевич, директор юридического департамента Группы компаний «Детский мир»

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КОРРУПЦИИ

Отсутствие коррупции является важным фактором повышения эффективности деятельности Компании. В связи с этим мы на регулярной основе оцениваем риски, связанные с коррупцией, осуществляем проверку наших партнеров и соискателей на штатные должности, внедряем в практику стандарты и процедуры, направленные на обеспечение добросовестной работы Группы компаний, и отслеживаем их выполнение.

Для предупреждения проблемных ситуаций мы разрабатываем программы обучения сотрудников по антикоррупционным стандартам и нормам и ведем мониторинг эффективности принимаемых нами мер.

Ежеквартально для сотрудников Компании осуществляется электронная рассылка памятки о соблюдении принципов противодействия коррупции. Ежегодно, в том числе с привлечением внешних консультантов, проводятся тренинг-семинары по соблюдению антикоррупционных процедур.

Сотрудники юридического департамента Компании осуществляют консультирование персонала, а также контрагентов по вопросам применения антикоррупционных документов, принятых в Компании.

По мере необходимости актуализируются действующие и вводятся новые документы, направленные на противодействие коррупции.

В целях повышения эффективности борьбы с рисками, противодействия злоупотреблениям, своевременного выявления возможных фактов коррупции, мошенничества или иных нарушений в деятельности ПАО «Детский мир» и его непубличных дочерних компаний разработана и внедрена внутрикорпоративная программа оповещения «СОТРУДНИКИ ПРЕДУПРЕЖДАЮТ!» <http://corp.detmir.ru/about/the-staff-warned>.

Каналы и способы передачи сообщений (анонимно):

- электронный почтовый ящик: report@detmir.ru;
- по телефону: +7 (495) 781-08-30 (автоответчик) или +7 (800) 250-00-00 с ключевой фразой «Сотрудники предупреждают!»;
- письмо по адресу: 127422, Москва, ул. Тимирязевская, д. 1, на имя директора юридического департамента и/или директора департамента внутреннего контроля и аудита, и/или директора департамента корпоративной безопасности с пометкой «Лично — «Сотрудники предупреждают!»».

РЕЗУЛЬТАТЫ ОТЧЕТНОГО ПЕРИОДА

В ПАО «Детский мир» в 2016 г. была утверждена Концепция противодействия коррупции — основополагающий документ Компании в этом направлении.

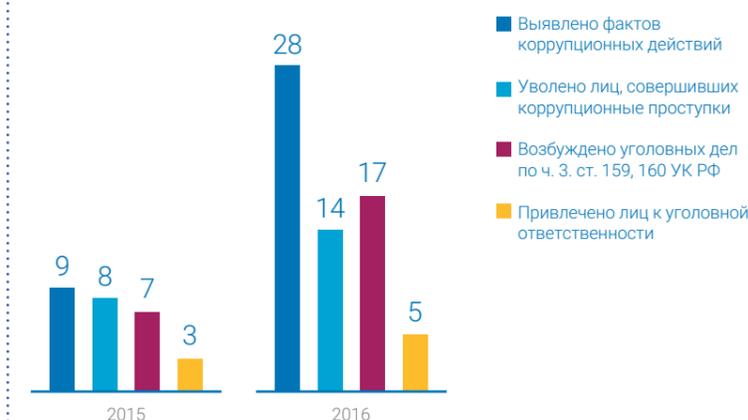
В марте 2015 г. ПАО «Детский мир» подписало «Антикоррупционную хартию российского бизнеса». Торжественная церемония присоединения к хартии и вручения соответствующего свидетельства состоялась 26 марта в рамках Международной конференции «Партнерство государства и бизнеса в противодействии коррупции», прошедшей под эгидой ООН.

«Антикоррупционная хартия российского бизнеса» разработана в рамках Национального плана противодействия коррупции на 2012–2013 гг., утвержденного Указом Президента РФ от 13.03.2012 № 297.

Участники хартии стремятся соответствовать требованиям норм международного права, российского законодательства в области профилактики и противодействия коррупции, руководствуются этическими стандартами ведения открытого и честного бизнеса.

С 2012 по 2016 г. к хартии присоединились более 1 000 компаний.

Результаты мероприятий по выявлению коррупции в 2015–2016 гг.



На сайте Компании создан раздел по противодействию коррупции <http://corp.detmir.ru/shareholders-and-investors/corporative-governance/anti-corruption-2>. В разделе в открытом доступе размещены Кодекс этики, Антикоррупционная политика, Политика «Управление конфликтом интересов», Кодекс корпоративного поведения. По мере необходимости проводится актуализация размещенной информации.

В дочерних обществах ПАО «Детский мир», ООО «Куб-Маркет» (ELC) и ТОО «Детский мир — Казахстан» внедрены антикоррупционные процедуры и введены в действие основные антикоррупционные документы.

В 2015–2016 гг. в новой редакции были утверждены основные антикоррупционные документы Компании:

- Кодекс этики (2016);
- Политика «Материально-техническое и информационное обеспечение работников ПАО «Детский мир» (2016);
- Политика «Закупочная деятельность в ОАО «Детский мир» (2015);
- Регламент процесса «Организация договорной работы центрального офиса ОАО «Детский мир» (2015);
- Типовая форма дополнительного соглашения и оговорки в действующие договоры для минимизации коррупционных рисков (2015).

4.3. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



Комплексная автоматизация во всех сферах деятельности Группы компаний «Детский мир» формирует единое информационное пространство для обмена данными между потребителями, поставщиками, компаниями Группы и их ключевыми подразделениями, что обеспечивает прозрачность бизнес-процессов и повышает их эффективность.

АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

В отчетном периоде мы продолжили работу по автоматизации бизнес-процессов Группы компаний «Детский мир» на базе единой информационно-технологической платформы SAP.

В 2015–2016 гг. в Группе компаний «Детский мир» были внедрены следующие решения SAP:

- SAP ERP (Enterprise Resource Planning) — единая система, обеспечивающая комплексную автоматизацию процессов управления. Внедрена в России и Казахстане, охватывает все процессы Компании, кроме управления персоналом (осуществляется с использованием программы 1С ЗУП).
- SAP EWM (Extended Warehouse Management) — система управления складом, обеспечивающая

комплексную автоматизацию товародвижения. Работает в двух распределительных центрах Компании.

При внедрении SAP была осуществлена ее интеграция с POS-системой¹ «Профи-Т», что обеспечило комплексную интеграцию всего IT-ландшафта Компании. Это гарантировало эффективное управление ценообразованием, доставку правильных цен до каждой кассы, а также оперативное получение отчетов о результатах продаж.

ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ

Широкая география присутствия магазинов сети «Детский мир» в России и Казахстане (178 городов), а также большое количество постав-

щиков определяют специфику задач по оптимизации документооборота. Ежемесячно ретейлер отправляет контрагентам десятки тысяч заказов, обрабатывая ответные EDI²-сообщения, передает закрывающие бухгалтерские документы по поставкам.

С целью снижения операционных затрат Компания приняла решение автоматизировать обработку первичных документов. В 2015 г. был реализован полный ЭДО-EDI³ цикл с товарными поставщиками. Это позволило минимизировать или полностью отказаться от документов на бумажных носителях, переведя их в электронный вид.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ПЛАНЫ КОМПАНИИ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ:

- доработка системы ЭДО — разработка и внедрение формы универсального придаточного документа (УПД);
- внедрение схемы применения электронного документа «Акт приема-передачи» с использованием электронного документооборота при осуществлении прямых поставок в магазины в Казахстане;

¹ POS-система (POS — Point of Sale) — программно-аппаратный комплекс, за которым закреплен типичный набор кассовых функций.

² EDI — Electronic Data Interchange.

³ ЭДО — электронный документооборот.

Середина 2013 г.

Разработка проекта

Осень 2014 г.

Опытно-промышленная эксплуатация

Январь 2015 г.

Внедрение SAP (кроме магазинов)

Май 2015 г.

Внедрение SAP в магазинах

Август 2016 г.

Внедрение SAP в Казахстане

Этапы реализации проекта по внедрению SAP в Группе компаний «Детский мир»

- создание резервного центра обработки данных с целью обеспечения защищенности баз данных;
- модернизация программного обеспечения для касс с целью соответствия требованиям Федерального закона от 22.05.2003 № 54-ФЗ (в ред. от 08.03.2015) «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт»;
- разработка интернет-портала для взаимодействия с поставщиками Группы компаний «Детский мир» в режиме реального времени.



«Переход на электронный документооборот обусловлен ориентацией на снижение общих издержек, повышение качества работы магазинов и производительности сотрудников. Сокращение ручного труда при проведении процессов заказа, в цепочке поставок и при конечной приемке товара позволило снизить риски ошибок. Автоматизация передачи и проверки счетов-фактур и товарных накладных помогла оптимизировать работу бухгалтеров и отказаться от долговременного хранения бумажных версий документов».

Александр Шляпочников,
член правления — директор департамента по информационным технологиям, «Детский мир»

ОСНОВНЫЕ БИЗНЕС-ЭФФЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИТ-ПРОЕКТОВ В КОМПАНИИ:

- Решение проблемы интеграции разных информационных систем.
- Бесперебойное информационное взаимодействие для всей сети магазинов «Детский мир».
- Повышение качества управленческой отчетности.
- Повышение качества автозаказа.
- Устранение расхождения данных в карточках товаров.
- Обеспечение услуги самовывоза интернет-заказов из магазинов за счет возможности видеть остатки в магазинах в онлайн-режиме (без задержки в двое суток, как это было ранее).
- Упрощение процесса формирования отчетности по НДС в результате перевода в электронный вид счета-фактуры.
- Минимизация риска возникновения ошибок, связанных с человеческим фактором.
- Сокращение затрат рабочего времени на механические операции.
- Сокращение времени на обработку каждого документа на всей цепочке «заказ-поставка».
- Обеспечение прозрачности процесса обмена документами.
- Снижение затрат и негативного влияния на окружающую среду, связанных с бумажным документооборотом.
- Оперативное получение поставщиками информации о факте приемки товара в магазинах и распределительных центрах.

An illustration of a professional meeting. Four people (three men and one woman) are seated around a round wooden table. One man is pointing towards a whiteboard filled with colorful charts and graphs. On the table are laptops, a coffee cup, and a notebook. In the background, there are stylized clouds and three interlocking gears in green, yellow, and red. The entire scene is set against a blue background with a repeating pattern of small white circles.

5

ДОСТОЙНАЯ РАБОТА

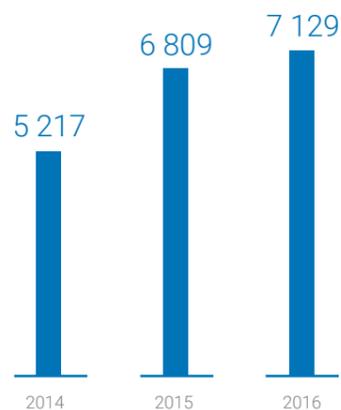
Группа компаний «Детский мир» — это команда профессионалов, объединенных общей целью внести вклад в развитие бизнеса

5.1. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

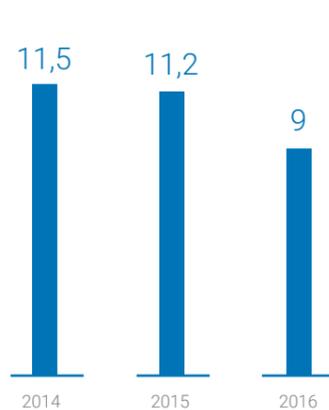


Ключевой актив Группы компаний «Детский мир», обеспечивающий внутреннюю стабильность и дальнейшее развитие, — это наши сотрудники. Мы активно внедряем лучшие практики в области управления персоналом, чтобы создать максимально комфортные условия труда для работников, в полной мере реализовать их потенциал.

Общие расходы ГК «Детский мир» на персонал¹, млрд руб.



Доля общих расходов на персонал в выручке, %



Мы строим отношения с сотрудниками на основе общности целей, взаимного уважения, долгосрочного партнерства, учета обоюдных интересов, добросовестности и непредвзятости.

Мы обязуемся соблюдать трудовое законодательство стран присутствия, уважать права человека и свободу личности, не допускать любые формы дискриминации и притеснения.

Наша политика в области управления персоналом направлена на создание сплоченной и эффективной команды профессионалов, приверженной высоким стандартам качества работы и объединенной общим стремлением внести вклад в развитие Компании и общества в целом.

Автоматизация бизнес-процессов и внедрение нового программного обеспечения позволили нам сократить время совершения операций и трудозатраты сотрудников, приходящиеся на один бизнес-процесс. В результате число работников, обеспечивающих деятельность одного магазина, снизилось с 26 чел. в 2013 г. до 21 чел. в 2016 г.

¹ Общие расходы на персонал включают фонд оплаты труда, страховые взносы, затраты на обучение и подбор персонала, расходы на медицинское обслуживание, аутсорсинг персонала и прочие затраты.

5.2. КАДРОВЫЙ СОСТАВ

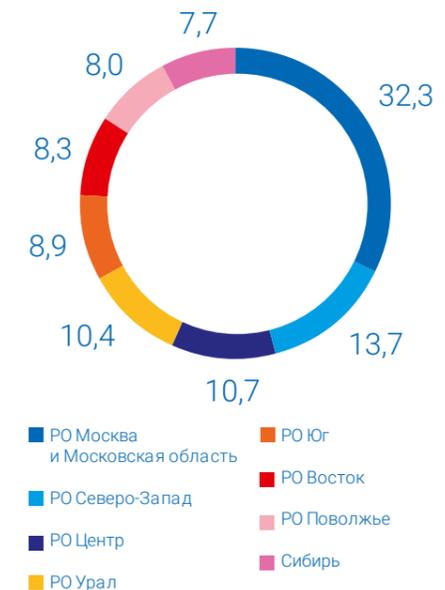


Среднесписочная численность коллектива Группы компаний «Детский мир» в 2016 г. превысила 10 тыс. человек. За последние три года она увеличилась на 30% за счет существенного расширения сети магазинов в России и Казахстане (см. раздел «Уверенное лидерство»). Несмотря на увеличение количества розничных магазинов, численность управленческого персонала в центральном и региональных офисах не растет. 96,4% всех сотрудников работают в ПАО «Детский мир».

Среднесписочная численность сотрудников ГК «Детский мир», чел.



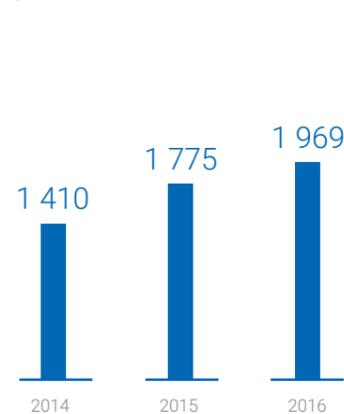
Распределение сотрудников розничной сети ПАО «Детский мир» по региональным отделениям (РО) в 2016 г., %



Средний возраст сотрудников Группы компаний «Детский мир», по данным за 2016 г., 29,5 лет. Это состоявшиеся специалисты на пике активности, выполняющие свою работу ответственно и заинтересованно. Большая часть сотрудников (94,4%) младше 50 лет, три четверти сотрудников — женщины.

Благодаря улучшению условий труда, развитию корпоративной культуры и предоставлению сотрудникам широких возможностей для профессионального и карьерного роста уровень текучести кадров в отчетном периоде постепенно снижался. Соответствующие показатели по Группе не превышают средних значений по отрасли.

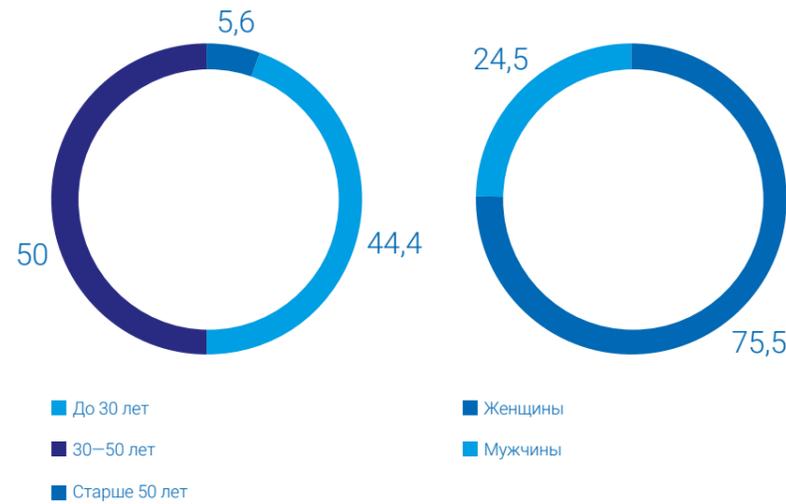
Количество созданных новых рабочих мест в ГК «Детский мир»



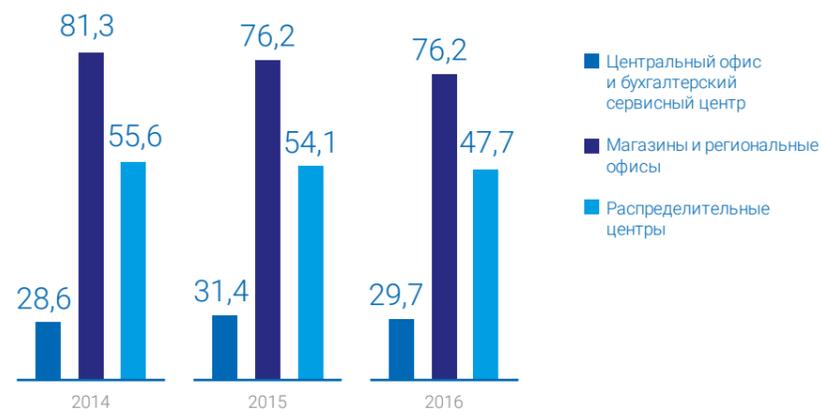
ОКОЛО
5 ТЫС.

новых рабочих мест было создано Группой компаний «Детский мир» в 2014–2016 гг.

Распределение сотрудников ГК «Детский мир» по возрасту и полу в 2016 г., %



Текучесть кадров ГК «Детский мир», %



5.3. ВОВЛЕЧЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ

Высокий уровень вовлеченности способствует повышению производительности труда сотрудников и эффективности бизнеса.

Ежегодно Группа компаний «Детский мир» проводит исследование вовлеченности сотрудников. Нам важно знать «из первых рук», что думает персонал о тех или иных аспектах жизни Группы, это помогает увидеть наши сильные и слабые стороны, понять, на чем нужно сконцентрировать внимание и где приложить усилия для улучшения ситуации.

Согласно результатам проведенного в 2016 г. исследования в отчетном периоде нам удалось добиться существенного улучшения показателей вовлеченности сотрудников.

Было выявлено, что подавляющее большинство сотрудников Группы компаний «Детский мир»:

- понимает цели, стратегию Компании и их связь со своей работой (88% сотрудников);
- высоко оценивает непосредственных руководителей и доверяет им (84% сотрудников);
- считает, что в Компании создана атмосфера сотрудничества и взаимопомощи (81% сотрудников);
- отмечает, что Компания создает условия для достижения успеха (76% сотрудников).

Общий показатель вовлеченности сотрудников, по данным исследования 2016 г., составил для ПАО «Детский мир» — 76%, для сотрудников ТОО «Детский мир — Казахстан» — 77%.

С целью повышения уровня вовлеченности в Группе компаний «Детский мир» мы планомерно реализуем мероприятия по следующим направлениям:

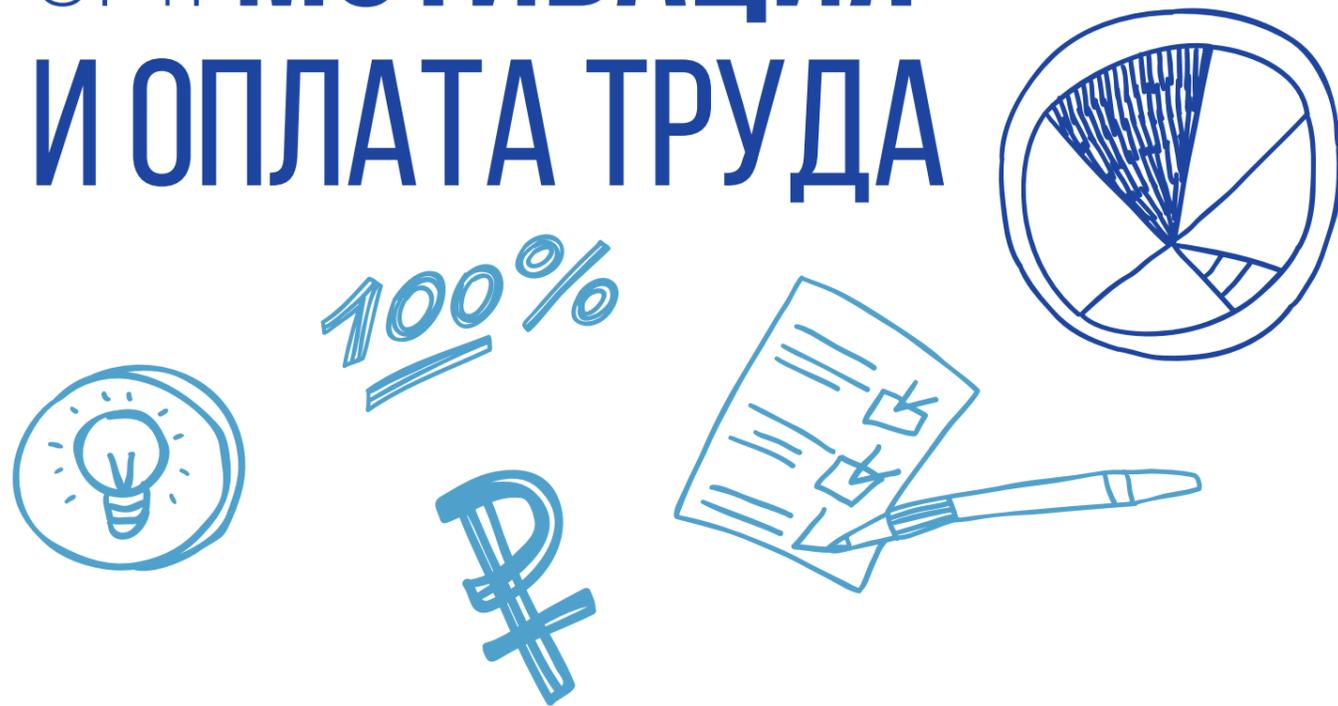
- развитие мотивационных инструментов для достижения высоких результатов;
- совершенствование системы поощрения сотрудников;
- формирование и поддержка устойчивого и привлекательного имиджа Группы как работодателя.

ГРУППА КОМПАНИЙ «ДЕТСКИЙ МИР» ПРИЗНАНА «РАБОТОДАТЕЛЕМ ГОДА»

Претенденты на звание «Работодатель года» оценивались представителями компании AON Best Employers и ее российских партнеров AXES Management на основе опроса сотрудников, топ-менеджмента, представителей HR-департаментов компаний. Во время сбора информации эксперты изучали четыре ключевых показателя: вовлеченность, доверие руководству, устойчивое развитие и культура эффективности, бренд работодателя.

Победители международной премии AON Best Employers Russia 2016 были оглашены в рамках HR-форума «Стратегические вопросы управления персоналом» деловой газеты «Ведомости». Помимо Группы компаний «Детский мир» победителями также признаны 13 компаний, в том числе МТС, Госкорпорация «Росатом», LEROY MERLIN.

5.4. МОТИВАЦИЯ И ОПЛАТА ТРУДА



Обеспечение высокого уровня мотивации и достойной оплаты труда сотрудников – важнейшие аспекты кадровой политики Группы компаний «Детский мир».

У нас действует повременно-премиальная система оплаты труда. Все сотрудники получают должностной оклад в соответствии с трудовым договором, а также доплаты за совмещение должностей, работу в сверхурочное и/или ночное время, выходные и праздничные дни. Система оплаты труда учитывает не только индивидуальную эффективность, но и финансовые результаты работы всей Компании за год.

Для сотрудников центрального офиса предусмотрена годовая премия, размер которой зависит от выполнения КПЭ. Сотрудники розничной сети получают ежемесячную производственную премию, размер которой устанавливается в проценте от фактического товарооборота магазина. На размер производственной премии административно-управленческого персонала магазина дополнительно влияет выполнение КПЭ. Также сотрудники, показавшие наилучшие результаты во время оценки персонала и получившие категорию «эксперт», получают дополнительную надбавку.

Для линейного персонала склада, проработавшего больше года, выплачивается ежемесячная надбавка за стаж работы, размер которой зависит от количества полных лет непрерывной работы в Компании.

Пересмотр размера вознаграждения осуществляется один раз в год на основе данных о среднем уровне вознаграждения на рынке труда и с учетом личной эффективности сотрудника.



ДОЛГОСРОЧНАЯ ПРОГРАММА МОТИВАЦИИ

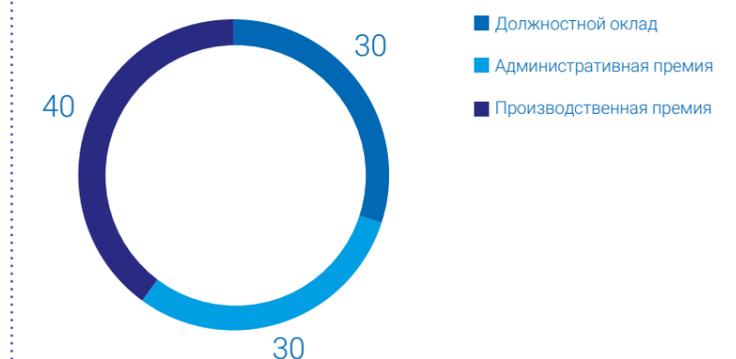
В сентябре 2016 г. Совет директоров ПАО «Детский мир» утвердил новую программу долгосрочной материальной мотивации работников – «Программа Мотивации 2»¹.

Согласно условиям «Программы Мотивации 2» определенным сотрудникам, занимающим руководящие должности, предоставляется право на получение вознаграждения, основанного на акциях («фантомные» акции), которыми они будут надеяться один раз в год в период с 2016 по 2018 гг.

В случае наступления события ликвидности участник «Программы Мотивации 2» по решению Совета директоров получает либо соответствующее количество акций Компании, либо денежное вознаграждение, рассчитанное на основе рыночной цены одной обыкновенной акции Компании.

¹ «Программа Мотивации 1» действовала с 2014 г.

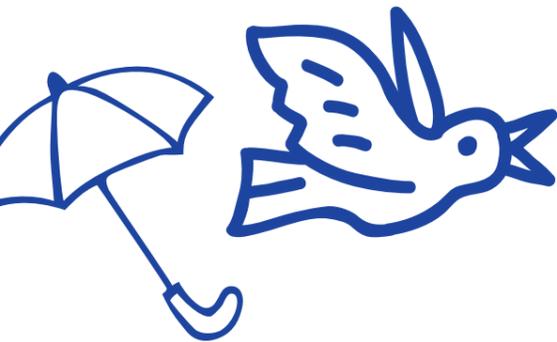
Структура вознаграждения розничного персонала сети магазинов «Детский мир», %



Средняя заработная плата сотрудников ПАО «Детский мир», тыс. руб.

	Магазины России		Магазины Москвы	
	Руководитель	Специалист	Руководитель	Специалист
2014	44,7	26,2	50,9	30,6
2015	44,4	26,9	54,5	33,1
2016	45,5	26,9	54,6	33,1

5.5. СОЦИАЛЬНЫЕ ГАРАНТИИ



В качестве инструмента мотивации мы развиваем систему корпоративных льгот. Помимо бесплатного корпоративного обучения Компания также предоставляет своим сотрудникам следующие льготы:

- для всех сотрудников, независимо от срока заключения трудового договора, с первого дня работы действует скидка на товары в магазинах сети;
- для сотрудников магазинов, закрывающихся в 23:00 и удаленных от остановок общественного транспорта, организована доставка до дома;
- для сотрудников склада организована доставка до места работы и бесплатное питание на территории логистического центра;
- для сотрудников с детьми до 3 лет предусмотрена возможность работать неполный рабочий день в удобном графике;
- для всех сотрудников центрального и региональных офисов, директоров магазинов и управленческого состава склада действует программа добровольного медицинского страхования (ДМС).

Эффективная система управления издержками позволила нам сократить расходы на ДМС при одновременном увеличении количества сотрудников, участвующих в программе. В 2016 г. была выбрана страховая компания с более выгодными условиями.

Политика Группы компаний «Детский мир» также предусматривает оказание финансовой помощи сотрудникам, оказавшимся в трудной жизненной ситуации.



ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Мы прилагаем большие усилия для того, чтобы сотрудники центрального офиса, розничных магазинов и склада чувствовали себя единой командой, работающей на достижение общих целей.

Для сплочения коллектива Группы компаний «Детский мир» регулярно организуются спортивные мероприятия, волонтерские и благотворительные акции, корпоративные субботники, проводится акция «Трудовой десант», совместно отмечаются общегосударственные, корпоративные и личные праздники.

Группа компаний «Детский мир» пропагандирует здоровый образ жизни среди своих сотрудников, в том числе за счет организации спортивных мероприятий, таких как ежегодная спартакиада АФК «Система». Для участников отраслевых и межотраслевых спортивных состязаний Компания организует тренировки с профессиональными тренерами, оплачивает аренду зала, обеспечивает игроков командной формой. Работники Компании могут воспользоваться корпоративными льготами и скидками в крупных фитнес-центрах.

В рамках акции «Трудовой десант», которая проводится два раза в год (накануне 1 сентября и Нового года), все сотрудники центрального офиса — от Генерального директора до рядовых менеджеров — в течение одного дня работают в одном из магазинов сети в качестве продавца или сотрудника склада. Акция дает возможность сотрудникам офиса увидеть практическую работу магазина «изнутри», оценить реальную нагрузку на персонал, выявить «узкие» места в существующих бизнес-процессах и предложить варианты их устранения, оценить эффективность нововведений. С другой стороны, во время проведения акции у сотрудников магазинов есть возможность неформально пообщаться с руководством Компании и задать волнующие вопросы.

Новогоднее корпоративное мероприятие для сотрудников центрального офиса и руководителей региональных отделений включает церемонию награждения сотрудников, внесших особый вклад в развитие Компании.

В Компании открыта телефонная горячая линия, куда со своим вопросом или сообщением может конфиденциально обратиться любой сотрудник. Номер телефона горячей линии указан на корпоративном портале и в каждом розничном магазине, а также еженедельно рассылается сотрудникам по электронной почте. Цель проекта — оперативное информирование и разъяснение информации по закупочной политике в Компании, по вопросам бухгалтерской и финансовой отчетности, соблюдения внутренних, нормативных документов, а также по социально-кадровым вопросам. Поступившее от сотрудника обращение направляется в работу в соответствующее профильное подразделение центрального офиса Компании, максимальный срок ответа на него составляет две недели.

В Группе компаний «Детский мир» действует программа «Софинансирование»: каждый работник может передать часть заработной платы в Благотворительный фонд Компании, средства которого идут на помощь детям сотрудников, оказавшимся в сложной жизненной ситуации (подробнее в разделе «Благотворительная деятельность»).

Добровольное медицинское страхование сотрудников ГК «Детский мир»¹



¹ В ТОО «Детский мир – Казахстан» ДМС не предусмотрено согласно законодательству Республики Казахстан.

Оказание материальной помощи сотрудникам ГК «Детский мир»



Сотрудники ГК «Детский мир» являются яркими участниками Спартакиады АФК «Система».

5.6. ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ



Мы убеждены, что достижение стратегических целей Компании возможно благодаря личному вкладу каждого сотрудника. Наши инвестиции в человеческий капитал обеспечивают улучшение финансовых результатов Группы компаний «Детский мир».

Одним из наших достижений в области обучения и развития персонала является выстроенная последовательная система непрерывного обучения всех наших сотрудников с большой долей дистанционных форматов.

Особое внимание мы уделяем повышению профессиональной квалификации и развитию основных компетенций сотрудников розницы, что является залогом улучшения качества обслуживания покупателей и роста продаж.

Для каждой категории сотрудников розничной сети предусмотрено регулярное прохождение бесплатных курсов повышения квалификации на основе матрицы обязательного обучения. В нее входят как курсы обучения техническим навыкам для линейных сотрудников (например, «Приемка товара»), так и курсы повышения управленческой квалификации для администрации (например, курс «Управление персоналом»).

Группа компаний «Детский мир» располагает двумя корпоративными учебными заведениями. Учебный центр, входящий в структуру Группы,

обеспечивает подготовку и повышение квалификации сотрудников розничных магазинов и территориальных управляющих. Сотрудники центрального офиса проходят обучение в корпоративном университете АФК «Система» в соответствии с планами индивидуального развития¹ или по запросу руководителей функциональных подразделений.

Для сотрудников центрального офиса предусмотрены следующие виды обучения:

- среднесрочное обучение (1–2-недельные курсы);
- краткосрочные профильные курсы для актуализации знаний в таких областях, как финансы и юриспруденция;

¹ Составляется для сотрудников в должности от ведущего специалиста и выше.

- долгосрочное обучение, предполагающее заключение договора ученичества, по которому сотрудники обязуются отработать в Компании не менее одного года после завершения курса обучения, полностью оплачиваемого Группой компаний «Детский мир».

Непрерывное обучение работников и регулярная оценка их профессиональных знаний соответствуют концепции категорирования сотрудников (реализуется с 2014 г.). Доля сотрудников, прошедших обучение («% обученности»), является значимым показателем деятельности магазина, регионального отделения, Компании.

РЕЗУЛЬТАТЫ 2015—2016 ГГ.

В 2015–2016 гг. мы работали над усовершенствованием учебных курсов за счет актуализации программ обучения, наглядных материалов, автоматизации организационных и учебных процессов.

В отчетном периоде:

- получена лицензия на ведение общеобразовательной деятельности. Подвид: дополнительное профессиональное образование;
- разработана программа повышения квалификации «Пожарно-технический минимум для руководителей и ответственных за пожарную безопасность в организациях торговли, общественного питания, на базах и складах». Программа согласована в МЧС в апреле 2016 г.;

- разработана программа повышения квалификации «Обучение по охране труда работников организации». Программа согласована руководителем Государственной инспекции труда в Москве в июне 2016 г.;
- со 2-го квартала 2016 г. реализуется дистанционное обучение сотрудников ELC;
- всего в 2015 г. обучение прошли 11 728 сотрудников, в 2016 г. — 14 360 сотрудников.

Мы активно развиваем технологии дистанционного обучения сотрудников. В 2015–2016 гг. с целью совершенствования учебного портала:

- обеспечен доступ к учебному portalу Группы компаний «Детский мир» в сети Интернет, в том числе на корпоративном сайте. Сотрудники могут проходить обучение как на рабочих местах, так и с помощью личных компьютеров в удобное для них время;
- реализована мультибраузерность учебного портала (возможность заходить и корректно работать с любых браузеров, а также с мобильных устройств);
- учебный портал переведен на работу по зашифрованному протоколу (https).

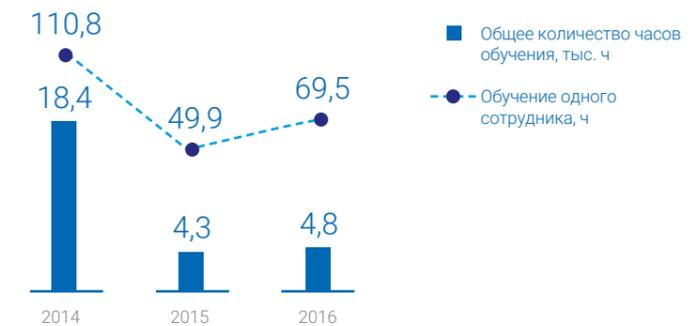
Значительное сокращение количества часов обучения в 2015 г. по сравнению с 2014 г. связано с переходом на единую информационную платформу SAP (подробнее см. раздел «Информационные технологии»). В результате ревизии учебных программ было сокращено количество курсов и времени на обязательное обучение без потери качества знаний.

ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ

Оценка персональной эффективности является в Компании важным ресурсом, развивающим корпоративную культуру и организацию бизнес-процессов.

Все сотрудники Группы компаний «Детский мир» проходят процедуру оценки профессиональных знаний и эффективности деятельности вне зависимости от их категории и стажа работы.

Количество часов обучения сотрудников Группы компаний «Детский мир»



Количество часов обучения сотрудников Группы компаний «Детский мир», ч

	2014 ¹	2015	2016
Количество часов обучения в разбивке по полу			
Мужчины	11 079	6 603	8 402
Женщины	99 710	43 260	61 138
Количество часов обучения в разбивке по категориям сотрудников			
Торговый персонал	75 912	49 291	68 880
Офисный персонал	34 877	572	660

¹ Изменена методика вычисления объема прохождения курса (общего количества часов): с 2015 г. ведется расчет реально затраченного на обучение времени, а не разницы между началом и окончанием обучения, как считалось ранее.

Оценка профессиональных знаний сотрудников магазинов сети «Детский мир» осуществляется два раза в год. На основании ее результатов работнику присваивается одна из категорий:

- «специалист» — присваивается после успешного прохождения оценки профессиональных знаний;
- «эксперт» — присваивается за выполнение установленных КПЭ и выдающиеся результаты, показанные в ходе оценки профессиональных знаний.

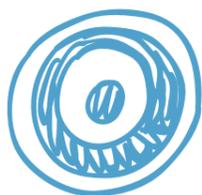
Сотрудники, получившие категорию «эксперт», включаются в кадровый резерв и рассматриваются в ка-

честве кандидатов на замещение вакантных руководящих должностей в рознице.

Сотрудники центрального офиса проходят оценку результатов деятельности раз в год в соответствии с утвержденными КПЭ.

В 2016 г. было подано 772 заявки на перевод на вышестоящую должность в категории административно-управленческого персонала магазинов, 62% которых было согласовано. Всего за год было осуществлено 665 «вертикальных» и «горизонтальных» переводов сотрудников в розничной сети.

5.7. ОХРАНА ТРУДА



Группа компаний «Детский мир» уделяет большое внимание вопросам охраны труда. Комфортные и безопасные условия труда являются ключевым фактором, влияющим на привлечение и удержание квалифицированных работников. Система охраны труда в Компании основывается на полном соблюдении действующего законодательства России и Казахстана в данной сфере.

Сотрудники, ответственные за охрану труда

Центральный офис	Розница	Склад
Руководители структурных подразделений и отделов	Директора магазинов и их заместители	Руководители смен Руководитель склада с заместителями

Ответственные за охрану труда сотрудники назначаются Генеральным директором Компании после прохождения ими курса обучения в объеме 40 часов. Обучение проводится преимущественно в очном формате собственными силами нашего Учебного центра, имеющего соответствующую лицензию.

Все сотрудники проходят инструктаж по технике безопасности труда при приеме на работу и затем регулярно в соответствии с требованиями трудового законодательства. Работ-

ники склада дополнительно проходят обучение по электробезопасности. Инструктажи по безопасности труда проводятся не только для работников Компании, но и для сотрудников подрядных организаций.

В обязанности ответственных за охрану труда входит в том числе проведение проверок с целью выявления возможных нарушений.

Контроль за выполнением требований по охране труда в розничных магазинах сети «Детский мир»

осуществляется в ходе комплексных проверок соблюдения нормативов Группы, включающих раздел по охране труда сотрудников. Проверки магазинов сети проводятся под руководством территориальных управляющих по установленному графику, без предупреждения руководства магазинов. В случае выявления нарушений составляются рекомендации для их устранения, влекущие повторную проверку.

Несмотря на то, что характер деятельности Группы компаний «Детский мир» не связан с опасными технологиями, мы стремимся максимально уменьшить возможный риск получения сотрудниками производственных травм и возникновения профессиональных заболеваний.

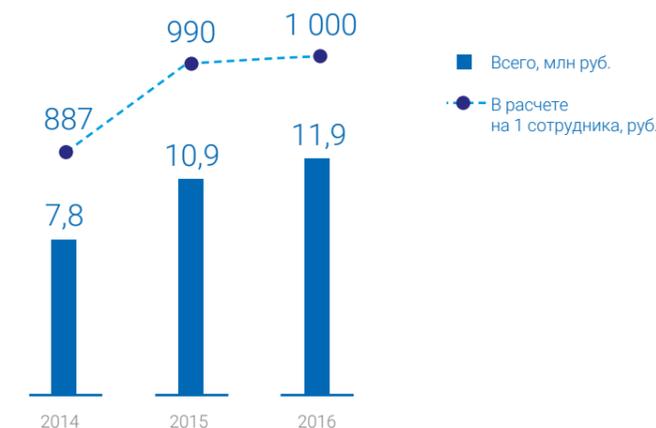
Для минимизации травматизма в офисах, торговых помещениях и на складах реализуются следующие ключевые мероприятия и инициативы:

- специальная оценка условий труда (рабочие места оцениваются независимыми аккредитованными организациями, класс условий труда: 2.0. — допустимые условия труда); на конец отчетного периода в ПАО «Детский мир» проведена специальная оценка условий труда 100% рабочих мест;
- вводный, первичный и повторный (не реже двух раз в год) инструктажи персонала по охране труда, пожарной и электробезопасности;

- своевременное обучение/переобучение руководителей подразделений и ответственных сотрудников по программе «Охрана труда» собственными силами в корпоративном Учебном центре, а при необходимости с привлечением специализированных учебных центров и государственных инспекторов по труду;
- создание комиссий по проверке знаний о требованиях к охране труда;
- контроль над соблюдением Правил внутреннего трудового распорядка и противопожарного режима;
- разработка регламентов и методических рекомендаций для структурных подразделений и отделов Компании, инструкций и программ по охране труда. Вся документация, относящаяся к данной области, размещается на корпоративном портале для использования сотрудниками в работе.

Благодаря указанным мерам в отчетном периоде удалось предотвратить возникновение профессиональных заболеваний

Затраты на охрану труда в ПАО «Детский мир»



и сохранить показатели травматизма в Группе компаний «Детский мир» на допустимо низком уровне. В ПАО «Детский мир» в 2016 г. произошло 9 случаев травматизма на рабочем месте, случаи травматизма с летальным исходом отсутствуют. В ТОО «Детский мир — Казахстан» и ООО «Куб-Маркет» производственные травмы в 2014–2016 гг. не зафиксированы.

Общие затраты на охрану труда в 2016 г. составили:

- в ПАО «Детский мир» — 11,9 млн руб., в расчете на 1 работника — 1 000 руб.
- в ООО «Куб-Маркет» — 237,8 тыс. руб., в расчете на 1 работника — 1 149 руб.
- ТОО «Детский мир — Казахстан» — 52,8 тыс. руб., в расчете на 1 работника — 235 руб.





6

ЗАБОТА О БУДУЩЕМ



Благотворительная деятельность
Группы компаний «Детский мир»
направлена на оказание помощи
детям с трудной судьбой

6.1. БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ



Мы видим нашу социальную ответственность перед обществом в том, чтобы оказывать положительное влияние на качество жизни детей, в том числе находящихся в трудной жизненной ситуации.

Реализуя социальные и благотворительные проекты, мы стремимся улучшить условия проживания в детских социальных учреждениях, повысить уровень социализации и раскрыть творческий потенциал маленьких россиян.

Мы также приглашаем к реализации этих проектов наших сотрудников, тем самым повышая их вовлеченность. Повышение уровня корпоративного волонтерства является одной из наших задач в рамках реализации Стратегии КСО (см. раздел «Стратегия КСО»).

В общем рейтинге «Лидеры корпоративной благотворительности – 2016» Группа компаний «Детский мир» заняла 25-е место, поднявшись на 4 позиции по сравнению с прошлым годом.

Рейтинг был составлен по итогам 2015 г. и представлен Некоммерческим фондом «Форум Доноров», РвС и газетой «Ведомости» в ноябре 2016 г.

ЦЕЛИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «ДЕТСКИЙ МИР»:

- содействие духовному развитию личности, укреплению престижа и роли семьи в обществе;
- содействие защите детства, материнства и отцовства;
- содействие деятельности в сфере профилактики и охраны здоровья детей и граждан;
- пропаганда спорта и здорового образа жизни;
- содействие деятельности в сфере образования, науки, культуры, искусства, просвещения;

- содействие оказанию социальной поддержки малообеспеченным семьям с детьми, социальной реабилитации детей и взрослых с ограниченными возможностями;
- содействие профилактике социального сиротства, пропаганде семейного устройства детей, оставшихся без попечения родителей;
- содействие в социализации выпускников интернатных учреждений с целью обеспечения их экономической самостоятельности, личностного и профессионального самоопределения, в том числе путем проведения профориентационных мероприятий в сфере конкурентоспособных профессий.

ПРИНЦИПЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

- наличие объективной необходимости (целесообразность) оказания благотворительной помощи;
- прозрачность и ответственность при принятии решений об оказании помощи;
- соответствие приоритетам оказания благотворительной помощи;
- практическая эффективность мероприятий по оказанию благотворительной помощи;
- наличие средств для оказания благотворительной помощи;
- контроль за целевым расходованием средств, выделенных на оказание благотворительной помощи.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД

Социальную деятельность Группы компаний «Детский мир» реализует Благотворительный фонд «Детский мир» (www.bfdetmir.ru), созданный в 2004 г. и действующий в соответствии с Уставом и Политикой благотворительной деятельности ПАО «Детский мир».

ФОРМЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

- благотворительные акции: «Участствуйте!», новогодние и прочие акции;
- социальные программы: «Вместе мы сможем больше», «Искусство без границ», «Навстречу спорту», «Шаг вперед»;

Приоритетные направления благотворительной деятельности

Помощь интернатным учреждениям

Помощь детям в оплате дорогостоящих операций, реабилитации, поддержка медицинских детских учреждений

Поддержка детских фестивалей, праздников, помощь одаренным детям

Помощь в профессиональной ориентации, социально-бытовой адаптации нуждающихся детей

Пропаганда здорового образа жизни, проведение спортивных мероприятий

Пожертвования в товарном выражении в 2016 г., тыс. руб.



Под патронатом Группы компаний «Детский мир» находятся более 200 тыс. детей с трудной судьбой из 550 социальных учреждений России и Казахстана.

Источники частных пожертвований



Структура пожертвований в 2016 году, руб.

- адресная помощь детям — проект «Софинансирование»;
- волонтерская деятельность: Волонтерский кукольный театр, проведение благотворительных субботников и ярмарок, массовых мероприятий.

Источниками финансирования благотворительной деятельности являются средства, выделяемые из бюджета Компании, а также добровольные пожертвования, поступающие в Благотворительный фонд «Детский мир».

Общая сумма товаров, поступивших в Благотворительный фонд «Детский мир» в форме пожертвований, в денежном выражении, в 2015 г. составила 113 млн руб., в 2016 г. — 124 млн руб. Всего на проведение благотворительных мероприятий и оказание помощи в 2015–2016 гг. фондом израсходовано 287 млн руб., эта сумма включает собственные и привлеченные средства.

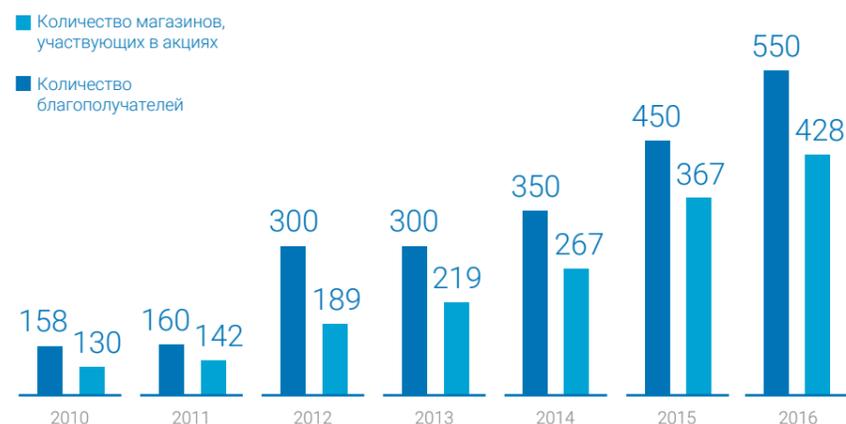
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ АКЦИЯ «УЧАСТВУЙТЕ!»

Цель акции — собрать подарки для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, проживающих в социальных учреждениях; детей из малообеспеченных семей; детей с ограниченными возможностями.

Мероприятия по сбору подарков для детей с трудной судьбой мы проводим уже более 12 лет. Акция

Ключевые результаты акции «Участуйте!»

	2015	2016
Количество магазинов, принимающих участие в акции	367	428
Количество благополучателей	450	550
Стоимость подарков, собранных в рамках акции, млн руб.	85	112

Динамика присоединения участников к акции «Участуйте!»**АКЦИЯ «БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ ВМЕСТО ПОДАРКОВ»**

Сотрудники ГК «Детский мир» с 2013 г. предлагают своим партнерам накануне новогодних праздников вместо традиционных корпоративных сувениров передать в Фонд благотворительную помощь детям с трудной судьбой. В 2016 г. на призыв Компании откликнулись 20 партнеров. В Фонд были перечислены денежные средства и переданы игрушки, одежда, обувь, средства гигиены, наборы для творчества.

проходит три раза в год: в апреле-мае она посвящена общенациональному празднику Дню защиты детей; в августе — накануне Дня знаний — 1 сентября; в ноябре-декабре — предстоящим новогодним праздникам.

Чтобы принять участие в акции, необходимо положить подарок в специальный манеж, расположенный рядом с кассами. Это могут быть игрушки, игровые наборы, одежда, обувь, канцелярские товары, товары для активного отдыха и т. д.

Оказать помощь детям можно, не только оставив подарки, но и отправив денежное пожертвование с помощью СМС на короткий номер 7715 с текстом «Участие» и указанием суммы.

В 2015 г. благотворительная акция прошла в 140 городах России и Казахстана. Собранные подарки, общая стоимость которых составила 85 млн руб., были переданы в 450 социальных учреждений.

В 2016 г. в акции приняли участие 160 городов России и Казахстана. Было собрано и передано более 3 млн подарков общей стоимостью 112 млн руб.

В 2017 г. Благотворительный фонд «Детский мир» планирует проводить акцию «Участуйте!» в течение всего года.

ПРОГРАММА «ВМЕСТЕ МЫ СМОЖЕМ БОЛЬШЕ»

Программа направлена на материальную и организационную поддержку малообеспеченных семей с детьми, а также детей из интернатных учреждений.

Формы оказания помощи:

- адресная помощь семьям с детьми;
- организация игровых комнат в медицинских и социальных учреждениях.

ПРОГРАММА «АДРЕСНАЯ ПОМОЩЬ СЕМЬЯМ С ДЕТЬМИ»

Программа направлена на оказание адресной помощи малообеспеченным семьям с детьми-инвалидами, детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей.

«ВТОРАЯ ЖИЗНЬ» ИГРУШЕК

Впервые в России сеть магазинов ELC и социальные учреждения Москвы провели совместную акцию «Трейд-ин игрушек». Акция прошла дважды: в июле и октябре 2016 г. Покупатели могли принести в магазин игрушки, с которыми уже не играют их дети, и получить скидку до 30% на ассортимент сети ELC. Все собранные игрушки были переданы детям из социальных учреждений, многодетных семей и детям с ограниченными возможностями здоровья.

В рамках Соглашения о стратегическом сотрудничестве между министерством экономического развития Пермского края и Группой компаний «Детский мир», подписанного в феврале 2015 г., при взаимодействии с краевыми органами власти мы реализуем программы поддержки детства и материнства.

Мы оказываем дополнительную социальную и материальную поддержку детям и подросткам, оставшимся без попечения родителей, детям, находящимся в сложной жизненной ситуации: с тяжелыми заболеваниями, детям-инвалидам, детям из многодетных семей, интернатов и детских домов Пермского края.

Крупнейшие проекты программы «Искусство без границ» реализованные в отчетном периоде:

2015 год



Поддержка кинофорумов, проводимых Благотворительным фондом «Детский КиноМай» в Ростове-на-Дону, Москве, Санкт-Петербурге, Смоленске

Поддержка фестиваля «Созвездие детских талантов» (Москва)

Поздравления с днем рождения НОУ «Детская деревня — SOS» (Вологда)

Поддержка международного фестиваля семейных династий «Вера. Надежда. Любовь» (Суздаль)

Поддержка 6-й городской выставки творческих работ «Формула добра — 2015» (Москва)

В Компании действует проект «Софинансирование», в рамках которого каждый работник может передать часть заработной платы в Благотворительный фонд Компании для лечения тяжелобольных детей.

За 2013–2015 гг. в проекте приняли участие 306 человек. На конец 2016 г. количество участников составило 710 человек, их них 250 включены в проект за отчетный период. За 2015–2016 гг. в рамках программы «Софинансирование» от сотрудников Группы компаний «Детский мир» поступило 7,2 млн руб.

В рамках программы мы также взаимодействуем с Российским фондом помощи (Русфонд) и оказываем материальную поддержку по заявкам, поступающим непосредственно к нам.

В 2015–2016 гг. 45 детям была оказана помощь в размере 5 662 тыс. руб.

ПРОЕКТ «ОПЕРАЦИЯ «ИГРУШКИ»

С 2013 г. Благотворительный фонд «Детский мир» реализует проект «Операция «Игрушки» по организации детских игровых комнат в медицинских учреждениях. Его цель — дать детям почувствовать себя комфортно в больничных стенах и таким образом ускорить процесс выздоровления.

В игровых комнатах совсем маленьких пациентов ждут куклы, коляски, конструкторы, машинки, развивающие игры, наборы для ролевых игр и многое другое. Для ребят постарше есть спортивные игры: настольный футбол, аэрохоккей, боулинг. Также представлены различные пособия по музыкальным инструментам, развитию речи, памяти, мышления и внимания, словарного запаса по различным лексическим темам.

В рамках проекта «Операция «Игрушки» в 2015–2016 гг. «Детский мир» открыл 138 игровых комнат в 49 медицинских и социальных учреждениях 30 городов. На оборудование и реконструкцию игровых комнат в 2015–2016 гг. было направлено более 11 млн руб.

Благотворительный фонд «Детский мир» не только передает игрушки, украшает и декорирует помещения, но и при необходимости делает ремонт, приобретает мебель и медицинское оборудование.

2016 год



Поддержка кинофорумов, проводимых Благотворительным фондом «Детский КиноМай» в Смоленске, Казани, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Нарве, Берлине, Люксембурге

Оказание помощи 200 детям-инвалидам в рамках открытия выставки «Греция — герои Эллады»

Предоставление подарков тяжелобольным детям — участникам творческой выставки в больнице (Ярославль)

Поддержка творческого фестиваля «Созвездие детских талантов» (Москва)

Организация поездки 300 детей из 10 интернатных учреждений Смоленской, Костромской, Рязанской, Московской областей в цирк Аквамаринов на шоу «Мечта»

Поддержка детей — участников творческого фестиваля «Душевный»

Поддержка фестиваля «Рыжий» (организация магазина)

Организация поездки 200 детей из 10 интернатных учреждений Смоленской, Калужской, Рязанской, Московской областей в Цирк Никулина на Цветном бульваре в Москве

Организация благотворительной елки «Новогодний праздник в кругу друзей» для 450 детей из интернатных учреждений (совместно с Благотворительным фондом «Детский КиноМай»)

В 2017 г. реализация проекта по открытию детских комнат в медицинских учреждениях будет продолжена.

ПРОГРАММА «ИСКУССТВО БЕЗ ГРАНИЦ»

Программа направлена на развитие творческого потенциала, нравственности и эстетического вкуса подрастающего поколения.

Целевые группы для реализации программы: одаренные дети, дети, занимающиеся творчеством, центры детского творчества.

Формы оказания помощи:

- поддержка творческих фестивалей;
- поддержка уникальных методик в области искусства;

- организация и поддержка выставок, конкурсов;
- организация и поддержка концертно-развлекательных представлений;
- организация и поддержка новогодних представлений.

На реализацию проектов по программе «Искусство без границ» в 2015–2016 гг. было направлено по 3 млн руб.

ПРОГРАММА «НАВСТРЕЧУ СПОРТУ»

Программа направлена на развитие детского и юношеского спорта, пропаганду здорового образа жизни среди подрастающего поколения.

Целевая группа: дети, занимающиеся и интересующиеся спортом.

Формы оказания помощи:

- оснащение детских учреждений спортивным оборудованием;
- проведение и поддержка детских спортивных мероприятий.

На реализацию мероприятий в рамках программы «Навстречу спорту» направлено в 2015 г. — 72 тыс. руб., в 2016 г. — 86 тыс. руб.

ПРОЕКТ «ШАГ ВПЕРЕД»

Проект направлен на социализацию сирот в интернатных учреждениях посредством организации различных мастерских.

Цель проекта: помочь детям из детских домов адаптироваться к самостоятельной жизни, привить и выработать навыки в определенной сфере деятельности, чтобы они могли в дальнейшем самостоятельно зарабатывать на жизнь.

Мы поддерживаем мероприятия по профессиональной ориентации и подготовке подростков, а также по социально-трудовой адаптации детей в трудной жизненной ситуации.

Целевые группы: дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей; дети из малообеспеченных семей.

Формы оказания помощи:

- содействие в дополнительном обучении детей-сирот и детей в трудной жизненной ситуации;

В отчетном периоде в рамках программы «Навстречу спорту» реализовано семь проектов:

2015 год



Благотворительный забег Русфонда (Сочи)

Предоставление подарков для победителей соревнований по скалолазному спорту клуба «Ящерка» (Москва)

Поддержка благотворительного матча по футболу РООИ «Перспектива» (Москва)

2016 год



Предоставление подарков для победителей соревнований по скалолазному спорту клуба «Ящерка» (Москва)

Поддержка спортивного праздника «Мама, папа, я — спортивная семья!» с участием детей с синдромом Дауна (Новокузнецк)

Поддержка благотворительного забега в пользу детей-бабочек (Москва)

Поддержка благотворительного забега в помощь детям со сколиозом «Мама, папа, я — здоровая спина!» (Москва)

В ноябре 2016 г. благотворительный фонд «Мой экватор» при поддержке Группы компаний «Детский мир» предложил вниманию москвичей и гостей столицы эксклюзивную коллекцию лучших фоторабот фестиваля «Золотая черепаха» за 10 лет, которая была представлена на Тверском бульваре.

Фонд «Мой экватор» собирает средства и привлекает внимание общественности к проблемам детских заболеваний через красоту дикой природы. Крупнейшим проектом Фонда стал международный эколого-просветительский фестиваль «Золотая черепаха», все вырученные средства от которого направляются на оплату спасательных операций для детей.

- проведение экскурсий, способствующих профессиональной ориентации подростков;
- организация мастер-классов по профориентации.

В 2016 г. в рамках реализации этого проекта была организована поездка 300 детей из 10 подопечных учреждений в детский образовательный парк «Кидзания» в Москве.

ВОЛОНТЕРСКИЙ КУКОЛЬНЫЙ ТЕАТР

В конце 2014 г. был создан Волонтерский кукольный театр ГК «Детский мир», актерами в котором являются сотрудники. Театральная труппа выступает в подшефных детских домах, на благотворительных ярмарках и фестивалях. Проект позволил вовлечь новых сотрудников в благотворительные проекты, реализуемые Компанией, повысил лояльность к бренду.

Со спектаклями «Леший и диван», «Морозко», «Марвиксы» Волонтерский кукольный театр дает порядка 20 выступлений в год в социальных учреждениях, центрах содействия семейному воспитанию, библиотеках и домах культуры, на различных благотворительных ярмарках и фестивалях.

Познавательные сказки напоминают детям о ценностях дружбы, различиях между добром и злом, важности любить и беречь природу.

Расходы на содержание Волонтерского кукольного театра (приобретение реквизита и декораций, транспортные расходы, аренда свето- и музыкального оборудования, питание актеров во время выездных спектаклей) составляют около 100 тыс. руб. в месяц.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ АКЦИИ И СУББОТНИКИ

Благотворительный фонд «Детский мир» регулярно проводит благотворительные акции, такие как новогодние праздники и ярмарки, акции «Елка желаний», организация новогодних праздников.

Программа благотворительных праздников включает творческие мастер-классы, выступления артистов эстрады и цирка, представления с участием дрессированных животных, аквагрим, мыльные пузыри и игры с аниматорами, вручение подарков.

На наши предложения об участии в благотворительных мероприятиях

откликаются представители творческой интеллигенции. Так, в новогоднем вечере для детей в НИИ неотложной детской хирургии и травматологии им. Л. Рощаля в 2015 г. приняли участие композитор Дмитрий Дунаев, актриса Елена Захарова, ведущие программы «Перезагрузка» на телеканале ТНТ Юлия Барановская, Юрий Стояров и Евгений Седой.

В благотворительных ярмарках, организованных Благотворительным фондом «Детских мир» в 2015–2016 гг., приняли участие воспитанники 10 социальных учреждений из Москвы, Московской, Смоленской, Рязанской, Костромской областей.

Выручка от проведения благотворительных ярмарок за отчетный период составила более 500 тыс. руб. Все средства направлены получателями на закупку материалов для новых творческих работ.

Благотворительный фонд Группы компаний «Детский мир» также организует традиционные весенние субботники по благоустройству территорий после зимнего сезона. Только в апреле-мае 2016 г. в различных регионах России было проведено 22 субботника в 21 детском учреждении с участием 510 волонтеров.

6.2. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



Группа компаний «Детский мир» уделяет значительное внимание охране окружающей среды, экономии природных ресурсов и утилизации упаковки. Мы хотим еще раз напомнить всем, что именно от нашего бережного отношения к природе зависит то, в каких экологических условиях завтра будем жить мы и будущее поколение — наши дети.

СОКРАЩЕНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ РЕСУРСОВ

Внедрение современных технологий и решений, направленных на сокращение потребления ресурсов, важно для нас как с точки зрения снижения операционных затрат, так и с точки зрения минимизации воздействия на окружающую среду.

ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ

Обновленная торговая концепция магазинов сети «Детский мир» предполагает использование современных энергосберегающих решений, позволяющих не только улучшить торговые пространства и сделать их более

комфортными для посетителей и персонала, но и существенно сэкономить электроэнергию. Общее количество сэкономленной электроэнергии в 2016 г. составило 4 377 148 кВт·ч.

С 2014 г. мы начали процесс оборудования магазинов системами светодиодного освещения. В 2015 г. такими системами были оборудованы 83 магазина, в 2016 г. — 100 магазинов. Новый склад в Бекасово, открытый в 2015 г. (см. раздел «Закупочная деятельность»), был оснащен энергоэффективным оборудованием и системой освещения с использованием датчиков движения. В последующие годы мы планируем провести аналогичную

модернизацию всех существующих торговых площадей Компании.

Данный проект ориентирован не только на снижение текущих затрат (решение на основе светодиодов по стоимости не превышает проекты на базе традиционных источников света), но и на сокращение затрат в будущем. В 2016 г. экономия электроэнергии в результате реализации проекта составляла 561,6 тыс. кВт·ч в месяц. Дополнительным положительным эффектом является отсутствие необходимости утилизировать ртутные лампы, относящиеся к первому классу опасности отходов.

СОКРАЩЕНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ БУМАГИ

Автоматизация бизнес-процессов Компании, осуществляемая в рамках нашей стратегии, не только привела к повышению эффективности операций, но и позволила сократить потребление ресурсов — офисной бумаги. Например, разработка и внедрение электронного формата счета-фактуры позволили отказаться от его бумажной формы. Подробнее см. раздел «Информационные технологии».



Известные телеведущие Виктор Васильев и Дмитрий Хрусталев поддержали благотворительную акцию «Участуйте!»



Корпоративный волонтерский кукольный театр



Потребление энергоресурсов Группой компаний «Детский мир»

Вид энергетического ресурса	2015		2016	
	тыс. руб.	ед.	тыс. руб.	ед.
Электроэнергия, кВт·ч	445 001,3	92 800 151	590 048,9	114 998 368
В том числе офисами	12 075,4	2 518 196	31 708,3	6 179 833
В том числе магазинами сети «Детский мир», кВт·ч	432 925,9	90 281 955	558 340,7	108 818 534,3
Тепло-водо-газоснабжение, Гкал	79 635,2	46 288 ¹	110 279,9	59 906,4

¹ Данные по теплоэнергии. Доля теплоэнергии в затратах «Тепло-водо-газоснабжение» в среднем по Компании составляет 92,7%.

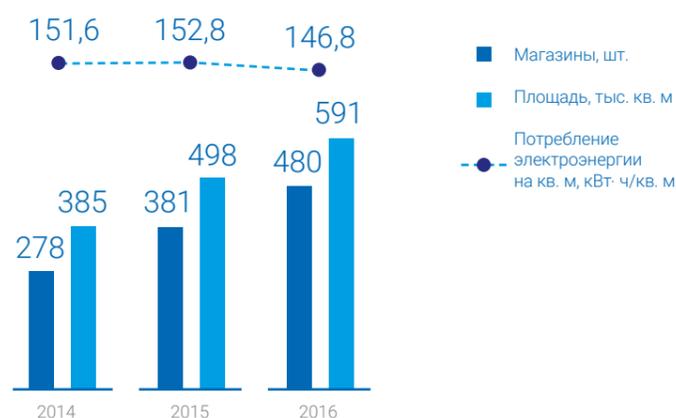
ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ УПАКОВКА

В магазинах сети «Детский мир» покупателям теперь предлагаются пакеты из бумаги — экологически чистого материала, который не наносит вреда окружающей среде при разложении и легко утилизируется. Запуск продажи крафт-пакетов стал следующим логичным шагом в череде экологических инициатив сети. Группа компаний «Детский мир» стала первым ритейлером в сегменте детских товаров в России, который предложил своим покупателям экологическую упаковку.

Партнером проекта стала компания Segezha Group (входит в АФК «Система»), выпускающая экоупаковку для крупнейших розничных сетей и производственных компаний. Розничная стоимость пакета — 15 руб., грузоподъемность — 7 кг. Пакет оформлен в фирменной стилистике бренда. Часть средств от продажи пакетов перечисляется на поддержку программ Благотворительного фонда «Детский мир».

В декабре 2015 г. мы запустили продажу бумажных пакетов в магазинах Москвы и Московской области. В июле 2016 г. проект был масштабирован на всю сеть, после чего количество реализованных бумажных пакетов выросло в 5 раз — с 5,8 тыс. в июле до 30,6 тыс. штук в августе. По состоянию на конец 2016 г. процент реализации бумажных пакетов составил 52%. Наибольшей популярностью экологич-

Удельное потребление энергии магазинами сети «Детский мир»

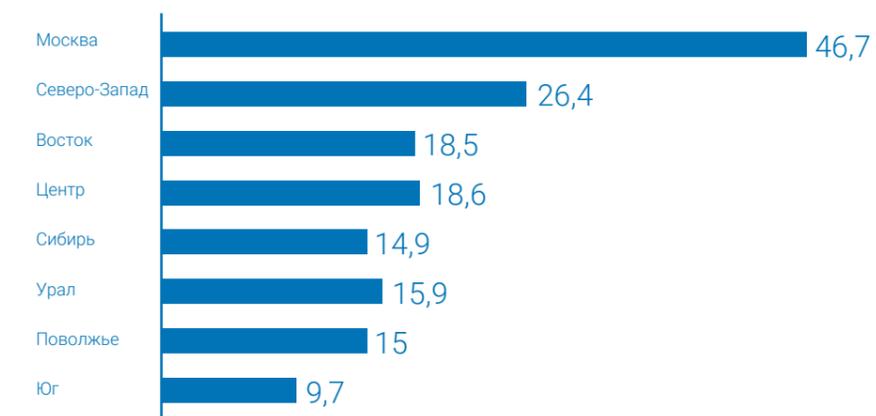


Потребление бумаги центральным офисом ПАО «Детский мир»

Показатель	2014	2015	2016
Потребление бумаги А3, кг	480	250	150
Потребление бумаги А4, кг	8 325	9 250	6 975
Потребление бумаги на сотрудника, кг/чел.	16,7	18,5	14,3



Продажи бумажных пакетов в июле — декабре 2016 г., тыс. шт.



ные пакеты пользуются в Московском и Северо-Западном регионах.

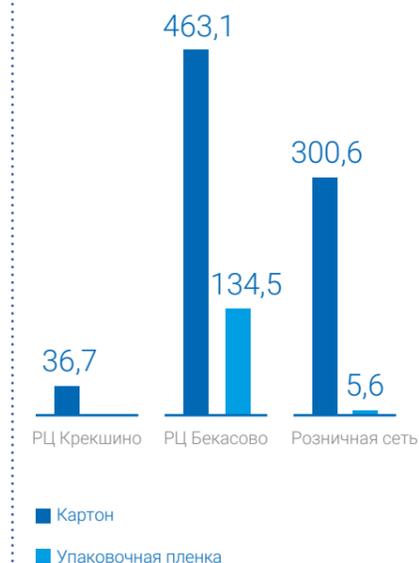
Новая экологическая потребительская упаковка будет постепенно заменять ставшие привычными для потребителей полиэтиленовые пакеты. С учетом масштабов работы Компании новый проект будет способствовать значительному снижению вредного воздействия на окружающую среду и повышению экокультуры жителей нашей страны.

МОДЕРНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОТХОДАМИ

Значительная часть образующихся на наших складах и в магазинах отходов приходится на картон и полиэтиленовую пленку. Картон хорошо поддается вторичной переработке. В основном из него изготавливают макулатурный картон, который на сегодня считается во всем мире самым перспективным вторичным упаковочным материалом ближайшего времени. Полиэтилен является опасным источником загрязнения окружающей среды. По приблизительным подсчетам, на его разложение уходит до 300 лет. При этом он подвергается термостарению, постепенно разлагаясь под воздействием солнечных лучей, тепла и кислорода, в результате чего в почву и воду выделяются вредные химические вещества.

Мы поставили перед собой задачу снизить собственное воздействие

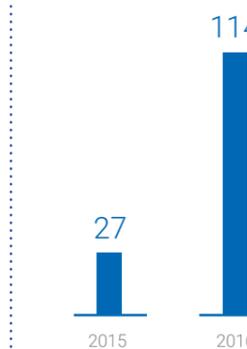
Сбор вторсырья в Компании в 2016 г., т



на окружающую среду, поэтому внедрение проектов по утилизации упаковки стало естественным шагом на этом пути.

В складских помещениях Компании с 2014 г. организован сбор макулатуры и упаковочной полиэтиленовой пленки, которые сортируются отдельно и передаются специализированной организации для дальнейшей переработки. В 2016 г. в распределительных центрах Крекшино и Бекасово было собрано около 500 т картона и 134,5 т пленки.

Количество магазинов, участвующих в проекте по сбору вторсырья на конец года, шт.



В 2015 г. мы внедрили пилотные проекты по отдельному сбору вторсырья в торговых пространствах. По состоянию на конец 2016 г. в проекте принимали участие 114 магазинов сети. В дальнейшем мы планируем увеличивать их количество. По итогам 2016 г. в розничной сети было утилизировано 300,6 т картона и 5,6 т пленки. Это позволило нам сократить объем отходов, передаваемых подрядной организации, что, в свою очередь, уменьшило наши расходы по данной статье на 25%.

ГЛОССАРИЙ

Группа компаний, Компания — Группа компаний «Детский мир».

Заинтересованные стороны (стейкхолдеры) — физические или юридические лица, влияющие на деятельность и/или испытывающие влияние со стороны Группы компаний «Детский мир» (клиенты, сотрудники, акционеры, органы государственной власти, общественные организации и т. д.).

Корпоративная социальная ответственность (КСО) — совокупность принципов и обязательств, которыми Группа компаний «Детский мир» руководствуется в своей деятельности в части управления взаимоотношениями с заинтересованными сторонами и собственным воздействием на национальную, экономическую, социальную и экологическую сферы.

Мерчандайзинг — комплекс мероприятий, производимых в торговом зале и направленных на продвижение того или иного товара, марки, вида или упаковки, результатом которого является стимулирование желания потребителей выбрать и купить продвигаемый товар.

Оказываемое воздействие — позитивные или негативные изменения в обществе, экономике или окружающей среде, полностью или частично вызванные деятельностью Группы компаний «Детский мир».

Отчет — отчет Группы компаний «Детский мир» в области устойчивого развития за 2015–2016 гг.

Собственная торговая марка (СТМ) — торговая марка, владельцем которой является Группа компаний «Детский мир», товары под которой производятся по заказу и для реализации в магазинах Группы компаний «Детский мир».

Сопоставимые продажи (Like-for-like) — сравнение показателей продаж по годам без учета данных по новым магазинам, которых не было в базовом году.

Устойчивое развитие (в формулировке ООН) — развитие общества, которое позволяет удовлетворять потребности нынешних поколений, не нанося при этом ущерба возможностям, оставляемым в наследство будущим поколениям для удовлетворения их собственных потребностей.

Omni-channel — интегрированная торговля через все доступные каналы продаж (включая офлайн-магазин, интернет-магазин, продажи через мобильные устройства, продажи через социальные сети, по телефону или иные возможные способы).

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

ДМС Добровольное медицинское страхование

ИТ Информационные технологии

КПЭ Ключевые показатели эффективности

КСО Корпоративная социальная ответственность

НДС Налог на добавленную стоимость

НДФЛ Налог на доходы физических лиц

ПФР Пенсионный фонд России

РБ Региональный бюджет

РО Региональное отделение

РЦ Распределительный центр

СМИ Средства массовой информации

СНГ Содружество Независимых Государств

СТМ Собственные торговые марки

ФБ Федеральный бюджет

ФОМС Федеральный фонд обязательного медицинского страхования

ФОТ Фонд оплаты труда

ФСС Фонд социального страхования

ELC Early Learning Centre

GRI Global Reporting Initiative

LFL Like-for-like

MBA Master of business administration

POS Point of sales

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Данный Отчет является вторым отчетом об устойчивом развитии Группы компаний «Детский мир». Предыдущий отчет был опубликован в декабре 2015 г.

Границы Отчета

Отчет отражает информацию о деятельности в области устойчивого развития Группы компаний «Детский мир», включая магазины сети «Детский мир» в России и Казахстане и сети ELC (ООО «Куб-Маркет») в 2015–2016 гг. Отчеты об устойчивом развитии выпускаются один раз в два года.

Ряд количественных показателей отражает результаты деятельности только ПАО «Детский мир», что обусловлено особенностями систем отчетности. В случае ограничения области охвата текст

Отчета содержит соответствующие комментарии.

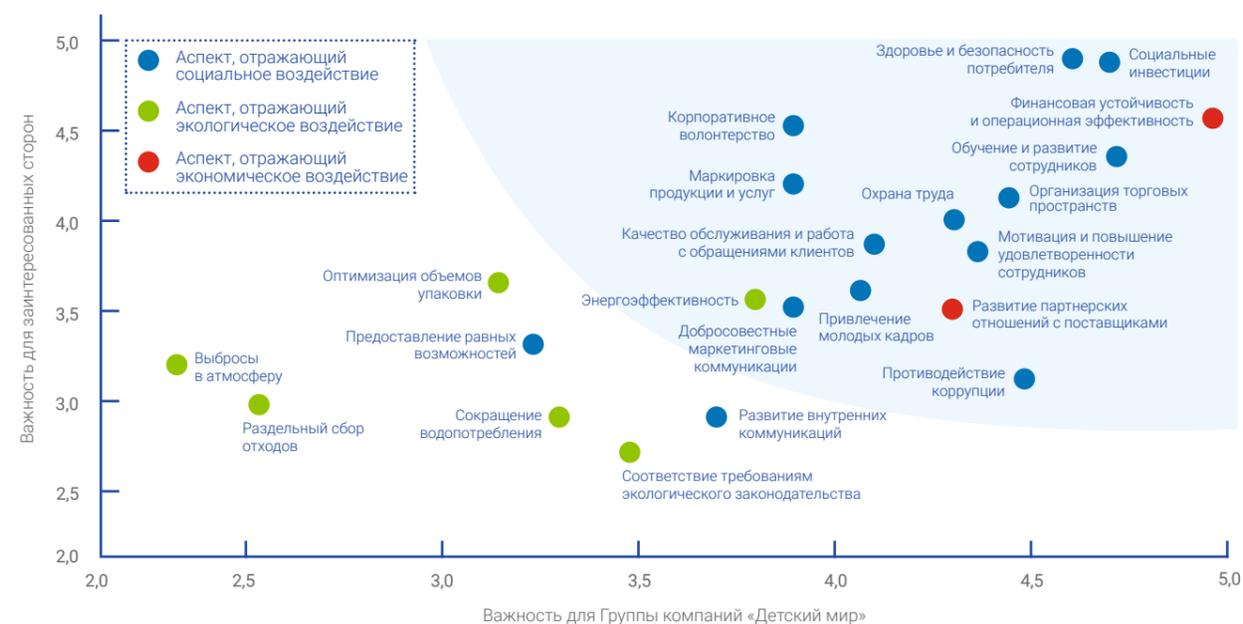
Процесс определения существенности

Отчет подготовлен с учетом требований версии G4 Руководства GRI (вариант «основной»). В Руководстве особое внимание уделяется описанию подходов организации к определению существенных аспектов деятельности в области устойчивого развития и взаимодействию с заинтересованными сторонами в рамках данного процесса. В целях соблюдения рекомендаций Руководства GRI

при подготовке данного Отчета была проведена актуализация определенных в 2015 г. существенных аспектов путем анкетирования внутренних заинтересованных сторон. По итогам анкетирования был повышен приоритет двух аспектов: «Маркировка продукции и услуг» и «Противодействие коррупции».

Признанные существенными аспекты (выделены голубым фоном) нашли свое отражение в настоящем Отчете: по каждому из них приводятся описание подходов к управлению, достигнутые результаты за отчетный период и анализ показателей результативности.

Матрица существенности



УКАЗАТЕЛЬ СОДЕРЖАНИЯ GRI

ДЛЯ ОСНОВНОГО ВАРИАНТА ОТЧЕТА, ПОДГОТОВЛЕННОГО В СООТВЕТСТВИИ С РУКОВОДСТВОМ GRI G4

Общие стандартные элементы отчетности		Ссылка
Стратегия и анализ		
G4-1	Заявление самого старшего руководителя, принимающего решения в организации	2–3
Профиль организации		
G4-3	Название организации	6
G4-4	Главные бренды, виды продукции и/или услуг	6
G4-5	Расположение штаб-квартиры организации	127238 г. Москва, 3-й Нижнелихоборский пр-д, 3, стр. 6
G4-6	Число стран, в которых организация осуществляет свою деятельность	8–9
G4-7	Характер собственности и организационно-правовая форма	6
G4-8	Рынки, на которых работает организация	8–9, 12–15
G4-9	Масштаб организации	17, 57
G4-10	Численность сотрудников с разбивкой по договору о найме и полу	> 99% сотрудников являются штатными
G4-11	Охват сотрудников коллективными договорами	На 31.12.2016 таких договоров не заключено
G4-12	Цепочка поставок организации	44–49
G4-13	Существенные изменения масштабов, структуры или собственности или цепочки поставок, произошедшие на протяжении отчетного периода	
G4-14	Применение принципа предосторожности	Группа компаний «Детский мир» не применяет принцип предосторожности ввиду низкой вероятности причинения серьезного или необратимого ущерба окружающей среде от деятельности Группы
G4-15	Разработанные внешними сторонами экономические, экологические и социальные хартии, принципы и другие инициативы, к которым организация присоединилась или которые поддерживает	51

Общие стандартные элементы отчетности		Ссылка
G4-16	Членство в ассоциациях и/или национальных и международных организациях по защите интересов	Ассоциация индустрии детских товаров Ассоциация компаний интернет-торговли Ассоциация менеджеров России
Выявленные существенные аспекты и границы		
G4-17	Юридические лица, отчетность которых была включена в консолидированную финансовую отчетность	http://corp.detmir.ru/u/section_file/3266/dm_ifrs_cons_fs_16-r.pdf
G4-18	Методика определения содержания отчета и границ аспектов, применение принципов подготовки отчетности при определении содержания отчета	81
G4-19	Список существенных аспектов, выявленных в процессе определения содержания отчета	81
G4-20	Описание границ аспекта по каждому существенному аспекту внутри организации	81
G4-21	Описание границ аспекта по каждому существенному аспекту за пределами организации	81
G4-22	Результат всех переформулировок показателей, приведенных в предыдущих отчетах, их причины	нет
G4-23	Существенные изменения охвата и границ аспектов по сравнению с предыдущими отчетными периодами	нет
Взаимодействие с заинтересованными сторонами		
G4-24	Список заинтересованных сторон	26
G4-25	Принципы выявления и отбора заинтересованных сторон	26
G4-26	Подход к взаимодействию с заинтересованными сторонами	26
G4-27	Ключевые темы и опасения, поднятые заинтересованными сторонами в рамках взаимодействия	26
Общие сведения об отчете		
G4-28	Отчетный период	81
G4-29	Дата публикации предыдущего отчета в области устойчивого развития	81
G4-30	Цикл отчетности	81
G4-31	Контактное лицо для обращения с вопросами относительно данного отчета или его содержания	88
G4-32	Указатель содержания GRI	82–84
G4-33	Внешнее заверение ОУР	86–87
Корпоративное управление		
G4-34	Структура корпоративного управления, включая комитеты высшего органа корпоративного управления	см. Годовой отчет за 2016 год
Этика и добросовестность		
G4-56	Ценности, принципы, стандарты и нормы поведения, такие как кодексы поведения и этические кодексы	25, 50

Существенные аспекты	СПМ и показатели	Исключенная информация	Ссылка
Экономическая результативность	Сведения о подходах в области менеджмента		16–19
	G4-EC4 Финансовая помощь, полученная от организации		В 2016 г. ПАО «Детский мир» не получало от государства финансовой помощи
Энергия	Сведения о подходах в области менеджмента		77
	G4-EN3 Потребление энергии внутри организации		78
Здоровье и безопасность на рабочем месте	Сведения о подходах в области менеджмента		66–67
	G4-LA6 Виды и уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой, в разбивке по регионам и полу		Коэффициент частоты производственного травматизма ¹ сотрудников ПАО «Детский мир» 2014 0,81 2015 0,49 2016 0,92
Подготовка и образование	Сведения о подходах в области менеджмента		64–65
	G4-LA9 Среднегодовое количество часов обучения одного сотрудника с разбивкой по полу и категориям сотрудников		65
	G4-LA11 Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности и развития карьеры, в разбивке по полу и категориям сотрудников		65
Противодействие коррупции	Сведения о подходах в области менеджмента		50–51
	G4-S04 Информирование о политиках и методах противодействия коррупции и обучение им		50–51
	G4-S05 Подтвержденные случаи коррупции и предпринятые действия		51
Здоровье и безопасность потребителя	Сведения о подходах в области менеджмента		32–34
	G4-PR2 Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся воздействия продукции и услуг на здоровье и безопасность, в разбивке по видам последствий		За отчетный период не было выявлено ни одного случая несоответствия
Маркировка продукции и услуг	Сведения о подходах в области менеджмента		34
	G4-PR4 Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся информации и маркировки о свойствах продукции и услуг, в разбивке по видам последствий		34
	G4-PR5 Результаты исследований по оценке степени удовлетворенности потребителей		37–38
Маркетинговые коммуникации	Сведения о подходах в области менеджмента		39
	G4-PR7 Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, продвижение продукции и спонсорство, в разбивке по видам последствий		39

¹ Коэффициент производственного травматизма = число травм за отчетный период · 1000 / среднесписочная численность сотрудников.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ НЕЗАВИСИМОГО НЕФИНАНСОВОГО ЗАВЕРЕНИЯ ОТЧЕТА



Общество с ограниченной ответственностью
«Нексия Пачоли Консалтинг»
(ООО «Нексия Пачоли Консалтинг»)
ИНН 7729517978; КПП 770601001; ОГРН 1047796989679
Тел.: +7 (495) 640-64-52
E-mail: pacioli@pacioli.ru; www.pacioli.ru
Россия, 119180, г. Москва, Малая Полянка улица, д. 2

Заключение по результатам независимого заверения Отчета в области устойчивого развития Группы компаний «Детский мир» за 2015–2016 гг.

Адресаты заключения

Заключение адресовано руководству ПАО «Детский мир».

Предмет заверения

1. Информация, включенная в Отчет в области устойчивого развития Группы компаний «Детский мир» за 2015–2016 гг.

2. Процесс взаимодействия с заинтересованными сторонами в ходе подготовки Отчета в области устойчивого развития за 2015–2016 гг.

Критерии

1. Соответствие информации, включенной в Отчет в области устойчивого развития Группы компаний «Детский мир» за 2015–2016 гг.:

- требованиям Руководства по отчетности в области устойчивого развития GRI G4 для «основного» варианта соответствия;

- рекомендациям стандарта AA1000APS (2008) в части соблюдения Группой компаний «Детский мир» принципов вовлеченности, существенности, восприимчивости.

2. Соответствие процесса взаимодействия с заинтересованными

сторонами в ходе подготовки Отчета в области устойчивого развития за 2015–2016 гг.:

- рекомендациям стандарта AA1000SES (2015).

Ответственность сторон

Руководство ПАО «Детский мир» несет ответственность за подготовку и представление Отчета в области устойчивого развития и осуществление процесса взаимодействия с заинтересованными сторонами, включая выполнение всех связанных с этим процедур и требований, в том числе к системе внутреннего контроля.

ООО «Нексия Пачоли Консалтинг» несет ответственность за результаты работы по заверению Отчета в области устойчивого развития только перед ПАО «Детский мир» в рамках согласованного с ним задания и не принимает на себя никакой ответственности перед любыми третьими лицами.

Стандарты и уровень заверения

Заверение проведено в соответствии со стандартом AA1000AS (2008). Заверение соответствует уровню moderate (умеренный) согласно AA1000AS (2008). Заверение соответствует типу 2 согласно AA1000AS (2008).

Границы

Заверение проводилось исключительно в отношении данных за 2015–2016 гг. Заверение не проводилось

в отношении заявлений прогнозного характера, заявлений, выражающих мнения, убеждения и намерения.

Аудиторские процедуры на местах были ограничены посещением головного офиса ПАО «Детский мир».

Заверение проводилось исключительно в отношении версии Отчета в области устойчивого развития на русском языке в формате Word.

Мы не имели возможности удостовериться факт размещения в открытом доступе Отчета в области устойчивого развития в окончательной редакции в связи с тем, что подписание настоящего заключения предшествовало ему.

Методология

В процессе заверения нами были предприняты следующие действия:

- проведение интервью с представителями топ-менеджмента ПАО «Детский мир», а также с вовлеченными в процесс подготовки Отчета в области устойчивого развития специалистами Группы компаний «Детский мир»;

- изучение и тестирование на выборочной основе систем и процессов сбора информации для подготовки Отчета в области устойчивого развития;

- проверка на выборочной основе данных, использованных для подготовки Отчета в области устойчивого развития;

- изучение размещенной на сайте <http://corp.detmir.ru/> информации о деятельности Группы компаний «Детский мир», в том числе в области устойчивого развития;

- изучение информации о Группе компаний «Детский мир» в средствах массовой информации;

- оценка соблюдения Группой компаний «Детский мир» принципов AA1000APS (2008);

- оценка соответствия Отчета в области устойчивого развития принципам GRI G4 для определения содержания и обеспечения его качества;

- оценка соответствия раскрытия информации требованиям GRI G4 к стандартным элементам.

Выводы и наблюдения

Основываясь на проделанной работе, мы не обнаружили обстоятельств, которые бы указывали на то, что предмет заверения (1) не соответствует во всех существенных аспектах критериям его проверки:

- мы не обнаружили существенных отклонений от требований к «основному» варианту соответствия Руководства GRI G4;

- мы не обнаружили существенных несоответствий критериям стандарта AA1000APS (2008) в части соблюдения Группой компаний «Детский мир» принципов вовлеченности, существенности, восприимчивости.

Относительно предмета проверки (2) мы делаем вывод, что процесс реализован с применением рекомендаций AA1000SES (2015) к принципам взаимодействия, взаимной увязки целей, формата и аудитории взаимодействия.

Не изменяя нашего мнения, мы обращаем внимание на наличие неотъемлемых ограничений, присущих заверению, связанному с выборочным характером проверки. В результате существует вероятность, что недобросовестные действия, ошибки или нарушения могут остаться невыявленными.

Рекомендации

Раскрытие показателей целесообразно осуществлять в привязке к целевым значениям и планам на будущее.

В процесс подготовки отчета целесообразно включать более широкий круг представителей ключевых заинтересованных сторон, в частности, путем проведения диалогов, общественных слушаний, получения общественного заверения.

В целом положительно оцениваем стремление Группы компаний «Детский мир» соответствовать передо-

вым российским и международным практикам раскрытия публичной нефинансовой информации и рекомендуем рассмотреть возможность подготовки отчета в соответствии со стандартами GRI.

Заявление о независимости и компетентности

ООО «Нексия Пачоли Консалтинг» — независимая компания, соблюдающая требования Кодекса этики профессиональных бухгалтеров IFAC и имеющая внутрифирменную систему контроля качества аудиторских услуг, включающую контроль за соблюдением вышеназванных норм. В команду специалистов по проверке Отчета в области устойчивого развития Группы компаний «Детский мир» вошли компетентные сотрудники ООО «Нексия Пачоли Консалтинг», прошедшие специальную подготовку по Руководству GRI, стандартам серии AA1000, стандарту ISO 26000:2010, имеющие многолетний опыт оказания консультационных услуг в области публичной нефинансовой отчетности.

Руководитель проверки имеет единый квалификационный аттестат аудитора, в команду включен специалист, имеющий действующий сертификат CSAP организации Accountability.

**Исполнительный директор
ООО «Нексия Пачоли Консалтинг»**

01.03.2017
г. Москва

Т. В. Парфенова



Контакты

Надежда Киселева,
начальник Управления по внешним и внутренним коммуникациям ГК «Детский мир»
Телефон: + 7 (495) 781-08-08, доб. 2041
E-mail: nkiseleva@detmir.ru

Валерий Прокопьев,
пресс-секретарь ГК «Детский мир»
Телефон: +7 (495) 781-08-09
E-mails: vprokopiev@detmir.ru, pressa@detmir.ru

