

На одной волне

Отчет об устойчивом развитии



РМГ
РУССКАЯ МЕДИАГРУППА

Обращение генерального директора холдинга Любови Маляревской

Миссия «Русской Медиагруппы» — удовлетворять потребности и вкусы нашей аудитории. Наша деятельность ориентирована на развитие личности, общества и государства — на многомиллионную аудиторию радиостанций холдинга. Сочетание качественного контента и стремление к позитивным изменениям делают наши станции уникальными.

Этого невозможно достичь без большой внутренней работы — качественной настройки рабочих процессов и создания такой атмосферы, где творчество и профессионализм находят истинное признание.

Нам очень важно обеспечить слаженную коммуникацию между станциями и отделами, чтобы укрепить единую команду сотрудников «Русской Медиагруппы», уважая при этом уникальность каждого.

Мы активно реализуем различные программы и проекты, направленные на повышение лояльности наших сотрудников, их вовлеченность в общие дела и формирование единого командного духа.

Я верю, что талант раскрывается в правильном окружении. Поэтому для «Русской Медиагруппы» особенно важны программы корпоративной социальной ответственности и заботы о сотрудниках, ведь именно люди делают радио.



Обращение управляющего директора холдинга Дмитрия Медникова

Первый нефинансовый Отчет — важная веха для «Русской Медиагруппы». Нам важно лидировать повестку устойчивого развития в информационном поле, ведь мы как медиа ставим перед собой задачу отражать важнейшие тренды и транслировать их ясным языком для широкой аудитории.

С другой стороны медийные компании создают информационную среду вокруг власти и бизнеса и поэтому должны говорить на деловом языке, закрепляя новые нормы. Устойчивое развитие, как понимание рисков и ценностей на долгосрочную перспективу, является очевидно важным для стабильности бизнеса и государства в целом. Это как раз та самая новая норма, которая должна стать всеобщей как можно быстрее.

«Русская Медиагруппа» без ложной скромности претендует на позицию национальной компании, с точки зрения охвата и взаимодействия, количества индустрий, людей, регионов, и поэтому для нас критически важно быть в актуальной повестке и способствовать распространению подходов устойчивого развития.

В 2021 году мы запустили «Зеленую инициативу» — соглашение, которое выводит ESG из плоскости бизнеса и власти в сферу общественных интересов.

«Русской Медиагруппы» играет здесь роль посредника: мы поддерживаем широкий круг социальных и экологических организаций и проектов.

Мы ставим перед собой цель быть амбассадорами наших аудиторий, разговаривать на их языке и поддерживать их ценности. Только так мы сможем продолжать преуспевать и расти как медиакомпания, показывая пример истинного устойчивого развития.



О Компании

Ключевые вехи развития «Русской Медиагруппы»

1995

Август
Начало вещания радиостанции «Русское Радио», которое стало отправной точкой для развития «Русской Медиагруппы»

2000

Сентябрь
Начало вещания радиостанции **Динамит FM (DFM)**

Февраль
Начало вещания радиостанции **Monte Carlo («Радио Монте-Карло»)**

2004

Сентябрь
Присоединение радиостанции **Maxim**

Ноябрь
Присоединение радиостанции **«Хит FM»**

2006

Октябрь
Запуск музыкального телеканала **RU.TV**

2009

Ноябрь
Запуск интернет-проекта онлайн радиовещания **Station.ru**

2021

Сентябрь
Объявление Года экологии в русской музыке и старт системного внедрения инициатив устойчивого развития

2023

В 2023 году Компания отметила

28 лет

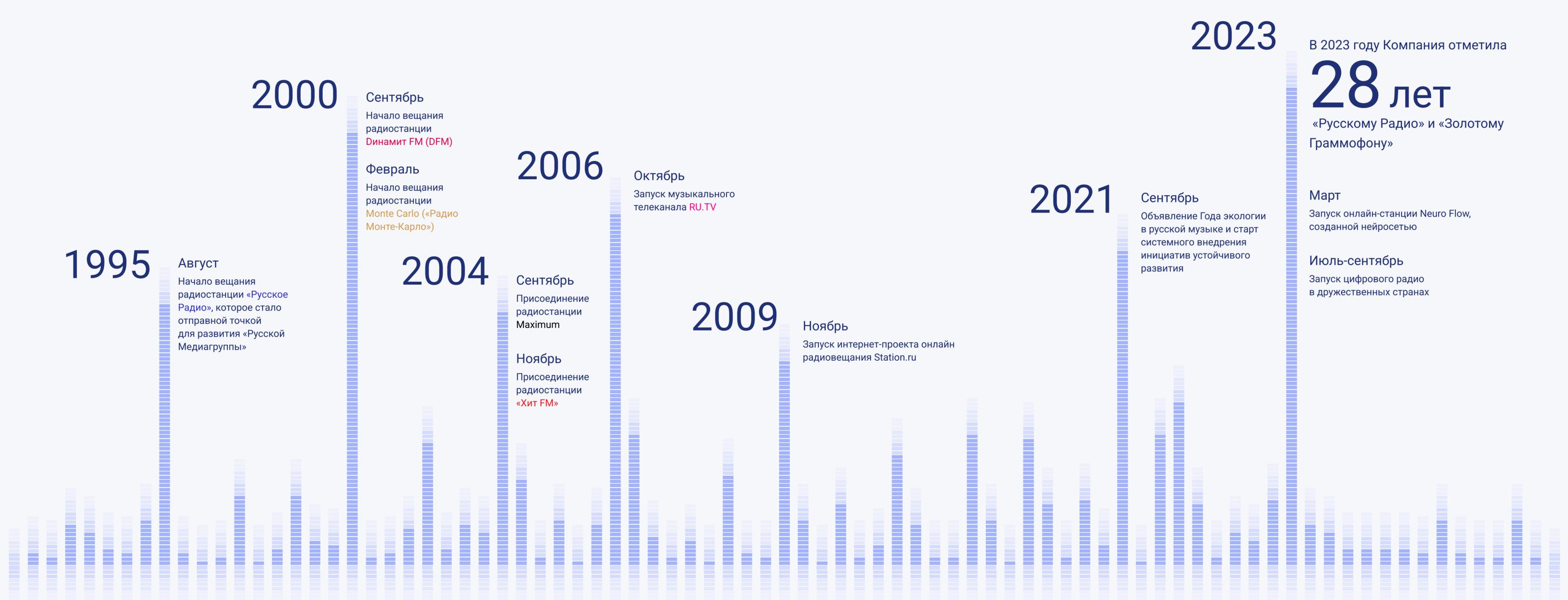
«Русскому Радио» и «Золотому Граммофону»

Март

Запуск онлайн-станции **Neuro Flow**, созданной нейросетью

Июль-сентябрь

Запуск цифрового радио в дружественных странах



Основные направления деятельности

Радиостанции и телеканал

«Русская Медиагруппа» — это вещание на любой вкус.

Станции, входящие в состав холдинга, представляют разные жанры музыки и ориентированы на различные целевые аудитории. Благодаря этому «Русская Медиагруппа» уверенно занимает лидирующие позиции на рынке и поддерживает подход DEI (многообразие-равенство / равноправие-инклюзивность).

Флагман «Русской Медиагруппы» — «Русское Радио», также в составе Компании Радио Monte Carlo, DFM, ХИТ FM, Радио MAXIMUM и музыкальный телеканал RU.TV.

Миссия, которая объединяет такие разные радиостанции:

Удовлетворять музыкальные вкусы большого количества людей — разного пола, образования, возраста и дохода.

Эфиры «Русской Медиагруппы» интересны каждому.

*По данным Radio Index Россия 100+, июль-декабрь 2023 (+ZODIAC).

** MEDIASCOPE, TV INDEX PLUS, РОССИЯ 0+, 1.10.2021–31.12.2021

33,8 миллионов

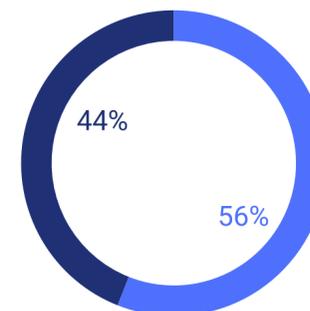
жителей России* слушают музыку на волнах радиостанций «Русской Медиагруппы».



«Русское Радио» Аудитория — 12–60+

Звучит 24 часа в сутки, 7 дней в неделю для тех, кто предпочитает подпевать любимым песням на русском языке.

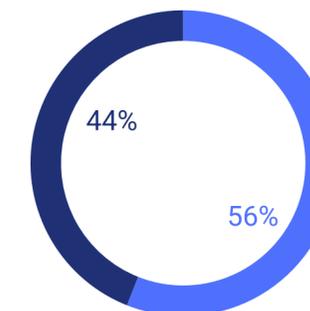
- Мужчины — 44%
- Женщины — 56%



Хит FM Аудитория — 12–60+

Транслирует на своих волнах самые модные и трендовые хиты.

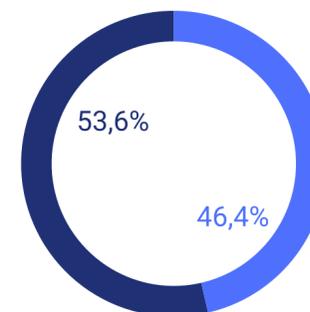
- Мужчины — 44%
- Женщины — 56%



Радио Monte Carlo Аудитория — 12–60+

Атмосферное вещание, наполненное мировыми хитами XX и XXI века.

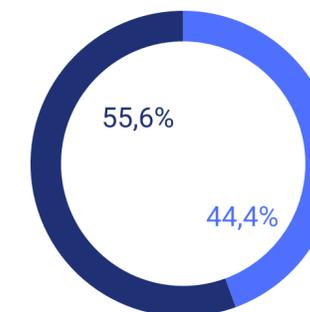
- Мужчины — 53,6%
- Женщины — 46,4%



DFM Аудитория — 12–60+

Трендсеттер на рынке танцевальных радиостанций России. В эфире станции звучат самые свежие и актуальные новинки dance-индустрии, развлекательные шоу и информационные программы.

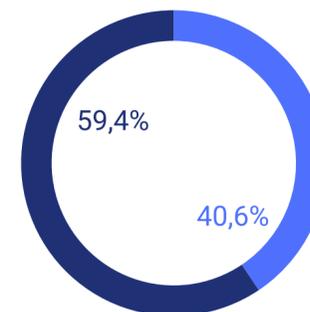
- Мужчины — 55,6%
- Женщины — 44,4%



Радио MAXIMUM Аудитория — 12–60+

Легендарные хиты самых любимых и популярных рок-исполнителей, а также увлекательные, полные драйва и позитива радишоу.

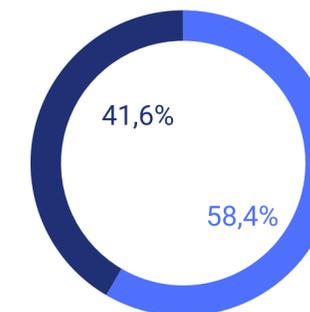
- Мужчины — 59,4%
- Женщины — 40,6%



RU.TV ** Аудитория — 4–45+

№ 1 из внеэфирных музыкальных телеканалов страны, в эфире которого транслируются лучшие русскоязычные клипы, а также увлекательные шоу, новости и концерты российских звезд.

- Мужчины — 41,6%
- Женщины — 58,4%



Охват вещания «Русской Медиагруппы»

Станция	Количество слушателей в день	Количество слушателей в неделю	Количество городов вещания
«Русское Радио»	6,7 млн	17,3 млн	> 3030
Хит FM	3,3 млн	9,4 млн	> 755
Radio Monte Carlo	2,8 млн	7 млн	> 215
DFM	2,7 млн	6,9 млн	> 995
MAXIMUM	1,8 млн	5 млн	> 325

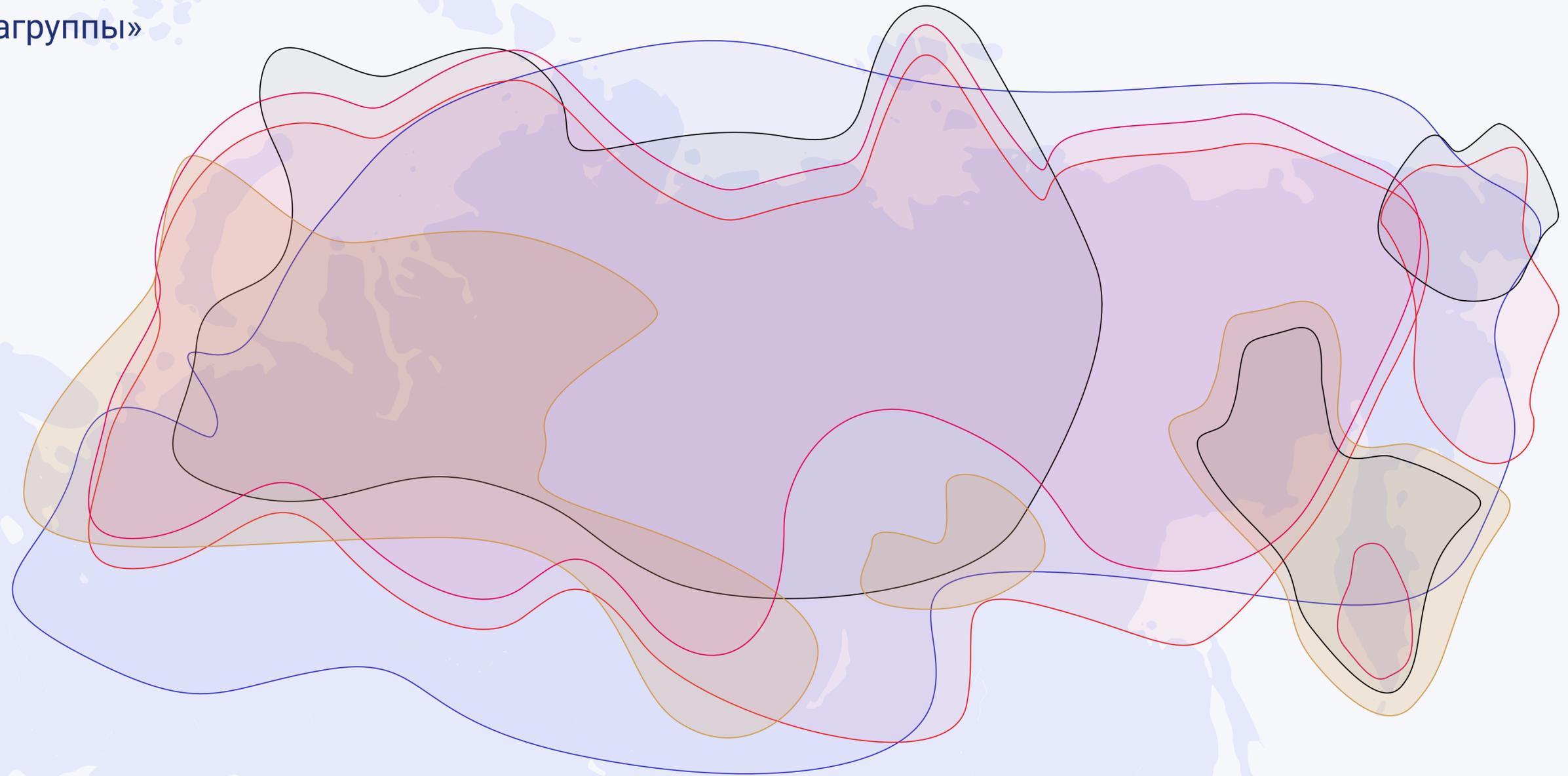
По данным Radio Index – Россия 100+, июль-декабрь 2023 (+ZODIAC)

Станция	Количество зрителей в день	Охват операторов кабельных и спутниковых сетей	Накопленный охват (РФ)
RU.TV	1,6 млн	900 млн	23,5 млн

По данным Radio Index – Россия 100+, январь-июнь 2022

Охват вещания «Русской Медиагруппы»

- Русское Радио
- Хит FM
- Monte Carlo
- DFM
- MAXIMUM



В 2023 году «Русская Медиагруппа» запустила вещание цифрового радио в дружественных странах. Также Компания анализирует рынки для возможного вещания в формате FM.

В июле 2023 года к форуму «Россия-Африка» РМГ запустила два онлайн-потока африканской музыки.

Устойчивое развитие в эфире

«Русская Медиагруппа» широко продвигает повестку устойчивого развития через свое вещание.

Ключевое, чем располагает Компания — эфир, те передачи и музыка, которую получает слушатель. «Русская Медиагруппа» считает очень важным в доступном формате доносить до аудитории ценность устойчивого развития в повседневной жизни. В сетке вещания отведено время для полезных передач, которых со временем становится больше.

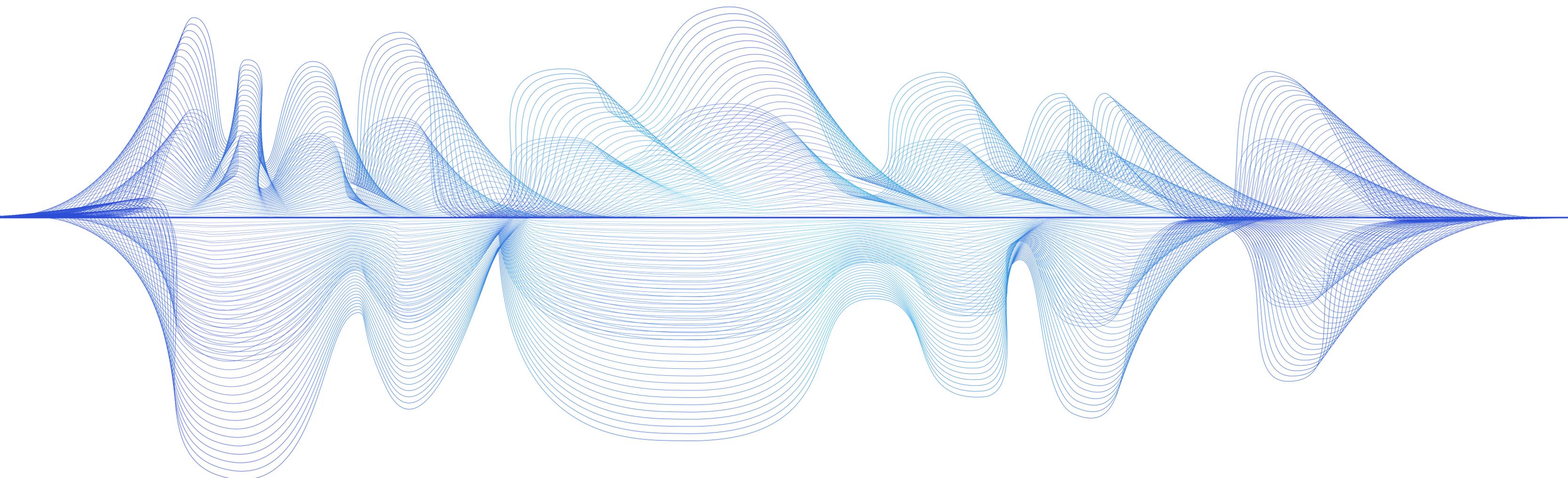
В эфирах станций звучат передачи про сбалансированное питание, спорт и здоровый образ жизни.

Хит FM — единственная радиостанция в стране, которая включила спортивные тренировки в свой эфир.

Станция	Радиопередача или подкаст	Описание	Вклад в достижение целей устойчивого развития
«Русское Радио»	«Экологическая среда»	Радиопередача посвящена проблемам окружающей среды и способам их решения. В программе можно услышать короткие экорубрики, в которых рассказывается о последних новостях в области экологии, какие проблемы существуют в мире и какие меры принимаются для их решения. Также в программе ведущие делятся советами, как быть более бережным к окружающей среде.	
	«Ближе к телу»	Программа о здоровье, новинках в области медицины и народных рецептах.	
	«Деньги на бочку»	В передаче генеральный директор «Русской Медиагруппы» Любовь Маляревская коротко освещает финансовые вопросы. Понятно рассказывает о страховании, инвестиционных инструментах, объясняет разницу между типами вкладов, учит, как не попасться на уловки мошенников.	
Радио Monte Carlo	«Эко-атлас»	Подкаст о самых экологически чистых местах России и последних новостях национального проекта «Экология».	
Радио DFM	«Нужные люди»	Рубрика в утреннем шоу VITAMIN D , где ведущие приглашают специалистов различных профессий, которые делятся своим опытом, уникальными аспектами своей деятельности и отвечают на вопросы слушателей, связанные с их специализацией.	

Станция	Радиопередача или подкаст	Описание	Вклад в достижение целей устойчивого развития
<p>Радио MAXIMUM</p>	<p>«Музыка для бега»</p> <p>«MaxiHealth»</p> <p>«Sportbusters»</p> <p>«МАХИБизнес»</p>	<p>В подкасте подобраны специальные миксы для бега в правильном темпе и в едином ритме. Беги к новым рекордам вместе с музыкой от любимой радиостанции.</p> <p>Серия подкастов, гостями которых становятся самые яркие, интересные и талантливые деятели российской медицины. Практикующие медики и авторы прорывных научных разработок, фармацевты и психологи, представители перспективных стартапов и компаний с долгой и успешной историей.</p> <p>В Утреннего шоу фитнес-менеджер World Class «Метрополис» Игорь Рыжов обсуждает с Чаком и Шуманским здоровый образ жизни и все, что с этим связано.</p> <p>Самые яркие представители бизнеса, перспективные российские предприниматели, представители разных сфер рассказывают в подкасте о своем успешном опыте трансформации бизнеса, делятся полезными советами и прогнозами, как правильно вести дела в новой реальности и использовать новые возможности.</p>	<p>3 ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ</p>  <p>3 ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ</p>  <p>3 ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ</p>  <p>8 ДОСТОЙНАЯ РАБОТА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ</p> 
<p>Радио Хит FM</p>	<p>«Здрав-Хит»</p> <p>«Хит Woman Клуб»</p> <p>«Двигай Лопес»</p>	<p>Серия подкастов, посвященных здоровью. Практикующие врачи и специалисты с опытом отвечают на распространенные вопросы о здоровье, красоте и долголетию.</p> <p>Проект в поддержку женского предпринимательства и бизнес-сообщества России. В программе говорят о женщинах-лидерах, женщинах с яркими жизненными позициями, впечатляющими карьерными достижениями.</p> <p>Каждое утро в эфире утреннего шоу «Будите Айлиш» ведущие в полезной рубрике «Двигай Лопес» рассказывают и, главное, показывают, как прокачать разные группы мышц под самых хитовые треки Хит FM. Записи тренировок можно найти а официальной странице Хит FM «ВКонтакте» и в телеграм-канале.</p>	<p>3 ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ</p>  <p>5 ГЕНДЕРНОЕ РАВЕНСТВО</p>  <p>8 ДОСТОЙНАЯ РАБОТА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ</p>  <p>3 ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ</p> 

Станция	Радиопередача или подкаст	Описание	Вклад в достижение целей устойчивого развития
<p>Телеканал RU.TV</p>	<p>«Деньги в большом городе»</p> <p>Мама SuperStar</p>	<p>Рубрика с финансовым экспертом Любовью Маляревской о финансовой грамотности, управлении семейным бюджетом и разборе экономических терминов. Любовь Маляревская дает советы по сохранению и увеличению личных средств, помогая зрителям разобраться в финансовых вопросах.</p> <p>Звездные супермамы на RU.TV делятся секретами материнства – от воспитания до справления с послеродовой депрессией. Программа поможет узнать, как быть лучшей мамой и находить общий язык с детьми, а также о том, какие особенности имеют звездные дети и как готовиться к материнству.</p>	 



Мероприятия и специальные проекты

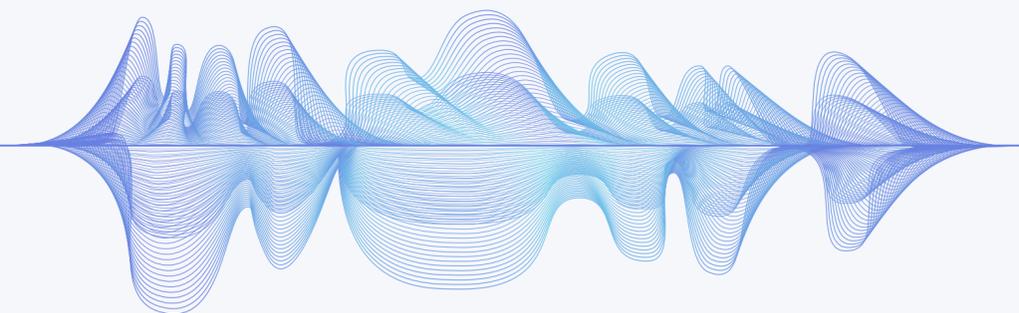
«Русская Медиагруппа» — организатор знаковых событий в музыкальной индустрии страны.

Ежегодно Компания организует масштабные концерты и фестивали в России и за рубежом. Каждое мероприятие становится долгожданным событием для зрителей, слушателей и всей музыкальной индустрии.

В числе шоу-проектов холдинга: Церемония вручения национальной музыкальной Премии «Золотой Граммофон», Русская Музыкальная Премия телеканала RU.TV, Скачки «Гран-При радио Monte Carlo», Регата Radio Monte Carlo, Всероссийский конкурс красоты «Мисс Русское Радио», фестивали «Звезды Русского Радио», «Крымская волна» и другие.

Результаты работы Компании ежегодно отмечаются наградами отраслевых премий.

2020	Премия «Радиомания», 2 награды	За музыкальный онлайн-марафон «Всё будет хорошо!», «Русское Радио».
		«Русское Радио» получило за digital-продвижение XXIV Церемонии вручения национальной музыкальной Премии «Золотой Граммофон».
2021	Премия «Радиомания», 5 наград	Региональные радиостанции — номинация «Радио DJ». Победитель — Дима Белых, DFM, Ростов-на-Дону.
		Региональные радиостанции — номинация «Рекламный аудиоролик собственного производства» — «Эко про Бога», DFM, Ростов-на-Дону.
		Сетевые радиостанции — номинация «Радио DJ». Победитель — Дмитрий Оленин, «Русское Радио».
		Специальная номинация «Прогресс года» — Радио Monte Carlo.
		Специальные призы — За XXV Юбилейную церемонию вручения национальной музыкальной премии «Золотой Граммофон», «Русское Радио».
	Конкурс «Деловые женщины» от компании EY	Номинация «Медиа», генеральный директор «Русской Медиагруппы» Любовь Маляревская.
Всероссийская премия «За верность науке»	Номинация «Лучшая программа о науке на радио» — «Научная прокачка» радио MAXIMUM лауреат, III место. Программа также была отмечена дипломом финалиста за популяризацию национального проекта «Наука и университеты».	



С 2022 года «Русская Медиагруппа» запустила ряд патриотических проектов.

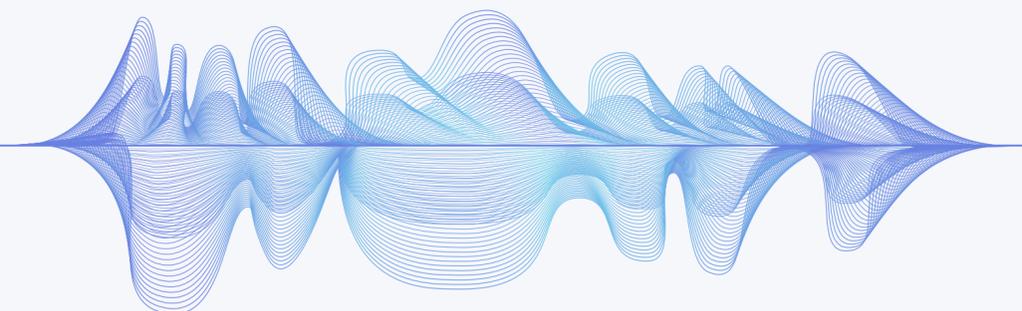
Агитбригады «Русского Радио»: марафон, в рамках которого артисты отправляются в воинские части, на прифронтовые территории поддержать бойцов.

«Музыка в цехах» телеканала RU.TV: марафон концертов на предприятиях, где производится техника для нужд СВО.

«Есть и другие проекты, в рамках которых мы стараемся максимально честно и открыто говорить на околополитические темы».

Результаты работы Компании ежегодно отмечаются наградами отраслевых премий.

2022	Национальная Премия «Медиа-Менеджер России», 3 награды	Генеральный директор РМГ Любовь Маляревская – самый стильный медиа-менеджер России.
		Программный директор радио MAXIMUM Андрей Андреев победил в номинации «За креативный подход и достижение максимальной высоты в честь 30-летия радиостанции».
		Программный директор радио Monte Carlo Анастасия Елисеева – «За эффективную программную политику и вклад в развитие федеральной сети радио Monte Carlo».
	Премия «Радиомания»	Номинация «Радио DJ». Победитель – Макс Орлов «Русское Радио».
	Ежегодная премия «Марка № 1 в России»	Радиостанцией №1 россияне назвали «Русское Радио».
2023	Премия «Радиомания», 3 награды	Номинация «Ведущий музыкального формата» – Максим Привалов, «Русское Радио».
		Номинация «Познавательная программа» – проект «Загородный сезон» радио Monte Carlo.
		Обладателем статуэтки стал и региональный партнер «Русской Медиагруппы» – радио Monte Carlo, Омск.
	Премия ECO BEST AWARD 2023	Номинация «Лучший медийный проект» – «Русское Радио».
	Премия Минобороны РФ в области культуры и искусства	Авторский коллектив музыкантов Агитбригады «Русского Радио» стал лауреатом награды – за проведение всероссийского патриотического марафона.
Национальная Премия «Медиа-Менеджер России», 3 награды	Топ-менеджмент. Номинация «За развитие музыкальной отрасли и укрепление сотрудничества креативных индустрий с большим бизнесом», Медников Дмитрий управляющий директор АО «Русская Медиагруппа».	
	Номинация «За создание уникального радиоформата – премиальное радио для взрослой аудитории», Елисеева Анастасия главный редактор радио Monte Carlo.	
	Генеральный продюсер русского музыкального телеканала RU.TV Михаил Богомолов – самый стильный менеджер медиаиндустрии.	



Практика ответственного ведения бизнеса

«Русская Медиагруппа» осознает свою ответственность перед многомиллионной аудиторией и придерживается строгих этических норм.

Безопасное и доброжелательное психологическое пространство

«Русская Медиагруппа» работает в соответствии с законом о СМИ: на телевидении, радио, в печатных изданиях контент проходит проверку и маркировку по возрасту.

В эфире ведущие не допускают сомнительных шуток, потому что знают — радио слушают всей семьей.

Концепция развлекательного вещания также исключает освещение острых аспектов политической повестки.

На каждой станции тонко чувствуют уместность и адекватность контента, особенно, когда речь идет об информации, которая может нанести потенциальную психологическую травму слушателям и зрителям.

Ответственный подход к выбору рекламы

Реклама на радио — важная часть доверия между радиостанцией и ее аудиторией.

«Русская Медиагруппа» подходит к каждой рекламе ответственно: ни одно рекламное объявление не попадет в эфир без тщательного анализа юридической службой.

Специалисты РМГ требуют предоставления документов, подтверждающих надёжность рекламодателя, безопасность продукции или услуги. Каждое рекламное сообщение проходит строгий контроль и мониторинг, что позволяет Компании гарантировать качество и достоверность информации, достигающей слушателей.

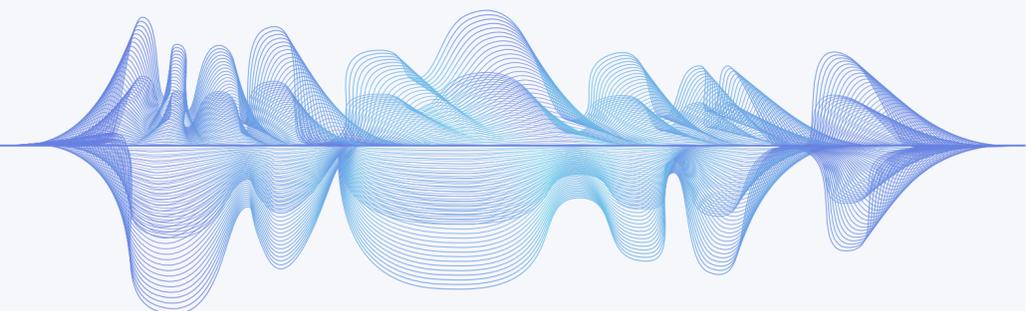
На радио уделяется внимание и социальной рекламе, например, аудитория может услышать рекламу с призывом позаботиться о своем здоровье и вовремя пройти диспансеризацию.

Защита персональных данных

Специалисты «Русской Медиагруппы» провели системную работу по защите персональных данных. Компания посвятила два года изучению каждого этапа обработки данных и определению целей использования.

Компания практически полностью отказалась от обработки персональных данных сторонних лиц и оставила обработку только для сотрудников и контрагентов.

В настоящее время в «Русской Медиагруппе» строго соблюдаются все нормы конфиденциальности и собираются только необходимые данные, которые обрабатываются в соответствии с требованиями. После обработки данные хранятся установленное время или немедленно уничтожаются после достижения цели их сбора.



Обеспечение непрерывного вещания

Основная задача Компании — обеспечить бесперебойность вещания. Для этого специалисты по своим направлениям выделяют возможные риски и реализуют систему мер по защите от возможных инцидентов.

▶ Надежность технических средств и качество вещания

Текущая система обеспечения вещания организована надежно и практически неуязвима для физических атак. В здании холдинга и особенно в помещениях станций доступ посторонних лиц ограничен. Каждая станция имеет резервные механизмы, которые позволяют не прерывать вещание, даже если основной канал вышел из строя.

Техническая служба также отвечает за обеспечение станций надежным оборудованием и его своевременное обслуживание. Специалисты планируют поставки заранее, ищут оптимальные решения, учитывая необходимость замены иностранных устройств и программного обеспечения на отечественные.

Значительную опасность представляют кибератаки — подмена контента, DDoS-атаки с целью блокирования трансляции и перехват сигнала — те риски, с которыми сталкиваются крупные медиа. Техническая служба обеспечивает надежную защиту от атак на IT-инфраструктуру.

«Русская Медиагруппа» постоянно проводит анализ качества вещания. Из-за разницы оборудования региональных партнеров возникают ситуации, когда в Компанию поступают претензии по качеству вещания телеканала RU.TV. Поэтому РМГ просит кабельных операторов вести разъяснительную работу с точки зрения внедрения новых IP-приставок, обновления программного обеспечения, в том числе и в телевизорах.

Иногда изображение получается размытым из-за передачи сигнала со спутника в разрешении SD (standard definition) операторами кабельного телевидения, а затем передачи его абонентам также в SD-формате. Это неудовлетворительное качество, особенно на современных телевизорах. Поэтому в планах Компании инвестировать средства для улучшения качества сигнала до HD (high definition).

Радиослушатели играют важную роль в обратной связи с Компанией. Сотрудникам региональных департаментов дана задача всегда отвечать на обращения и предоставлять обратную связь слушателям.

Все кибератаки фиксируются и ведется их учет

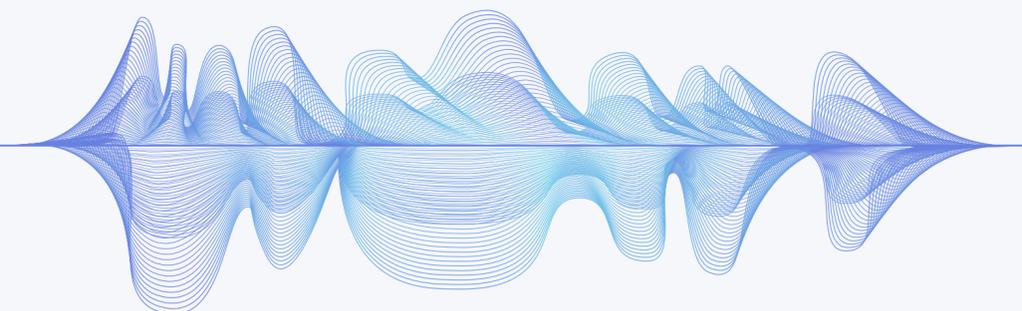
Особенно напряженным периодом была первая половина

2022 года

С февраля по апрель специалисты предотвратили

> 15 инцидентов

DDoS-атаки, захват сотовых данных сотрудников, попытки пройти через периметр Компании.



► Соблюдение норм вещания

«Русская Медиагруппа» в своей деятельности руководствуется Положением о лицензировании телевизионного вещания и радиовещания. Согласно требованиям статьи 31 Закона РФ «О средствах массовой информации» каждая станция Группы имеет свою лицензию.

Сотрудники Компании строго следят за соблюдением условий вещания:

- работа в установленных частотах;
- соблюдение концепции радиостанции;
- следование требованиям Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) в части программного наполнения и сотрудничества с третьими сторонами.

Редакторы станций строго следят за тем, чтобы нормы, закрепленные в законодательстве в части контента соблюдались. Каждое обращение слушателей или надзорных органов разбирается в индивидуальном порядке.

У разных СМИ — разные цели, аудитории и tone of voice. Многие медиа сегодня намеренно уходят от любой политики. И эта позиция тоже имеет право на существование, так как людям — зрителям, читателям — тоже нужен отдых, переключение. Мы, как развлекательное медиа, стараемся найти баланс.

Непрерывность вещания в стратегическом масштабе определяет потребитель. Кроме оперативного управления рисками, Компания смотрит в будущее, следит за трендами для того, чтобы обеспечить устойчивый интерес аудитории.

► Внимание аудитории

Сильной стороной для классических СМИ остается их традиционность и преемственность. Аудитория продолжает доверять им и в силу привязанности. Программные директора тщательно следят за тем, чтобы их станции сохраняли свою уникальность и при этом интерес к ним не угасал.

Любимая радиостанция подобна стакану кофе с утра, который бодрит и заряжает энергией на весь день. Теплый подход к аудитории позволяет радиостанциям увеличивать количество слушателей и точек вещания.

Радиостанция — компаньон, который проходит с тобой через все важные жизненные этапы.

Современный медиарынок существует в плотном переплетении с Интернет-ресурсами. Радио, телеканал или газета уже не могут позволить себе работать в отрыве от digital-пространства. Чтобы обеспечить аудитории доступ к информации, поддерживать мультимедийную, мультиплатформенную коммуникацию и привлекать рекламодателей, «Русская Медиагруппа» создает свои Интернет-площадки. Каждая станция пробует новые форматы и цифровые инструменты.

Важно обеспечивать аудиторию коммуникациями на 360 градусов, объединяя медиа и Big Data. Это взаимодействие в будущем позволит создавать максимально персонализированный контент. Поиск баланса между продуктами нейросетей и контентом, созданным человеком, можно считать одним из ключевых трендов, по которым сегодня развиваются традиционные СМИ.

► Развитие социального капитала Компании

Радио делают люди.

Компании удалось создать комфортную рабочую среду, где у профессионалов есть возможность реализовать свой творческий потенциал, работать в мотивирующем коллективе, чувствовать сопричастность к общему делу — эта атмосфера передается слушателям.

Например, ведущие «Русского Радио» работают на станции в среднем по 20 лет. Для постоянных слушателей они становятся буквально родственниками.

Социальная ответственность Компании

Система управления персоналом

«Русская Медиагруппа» – это не только яркий музыкальный и развлекательный контент, который слушают миллионы людей по всему миру, но и команда профессионалов. Коллектив РМГ состоит из более чем 400 человек, которых объединяет любовь к качественной музыке, умение креативно мыслить и воплощать смелые и амбициозные проекты.

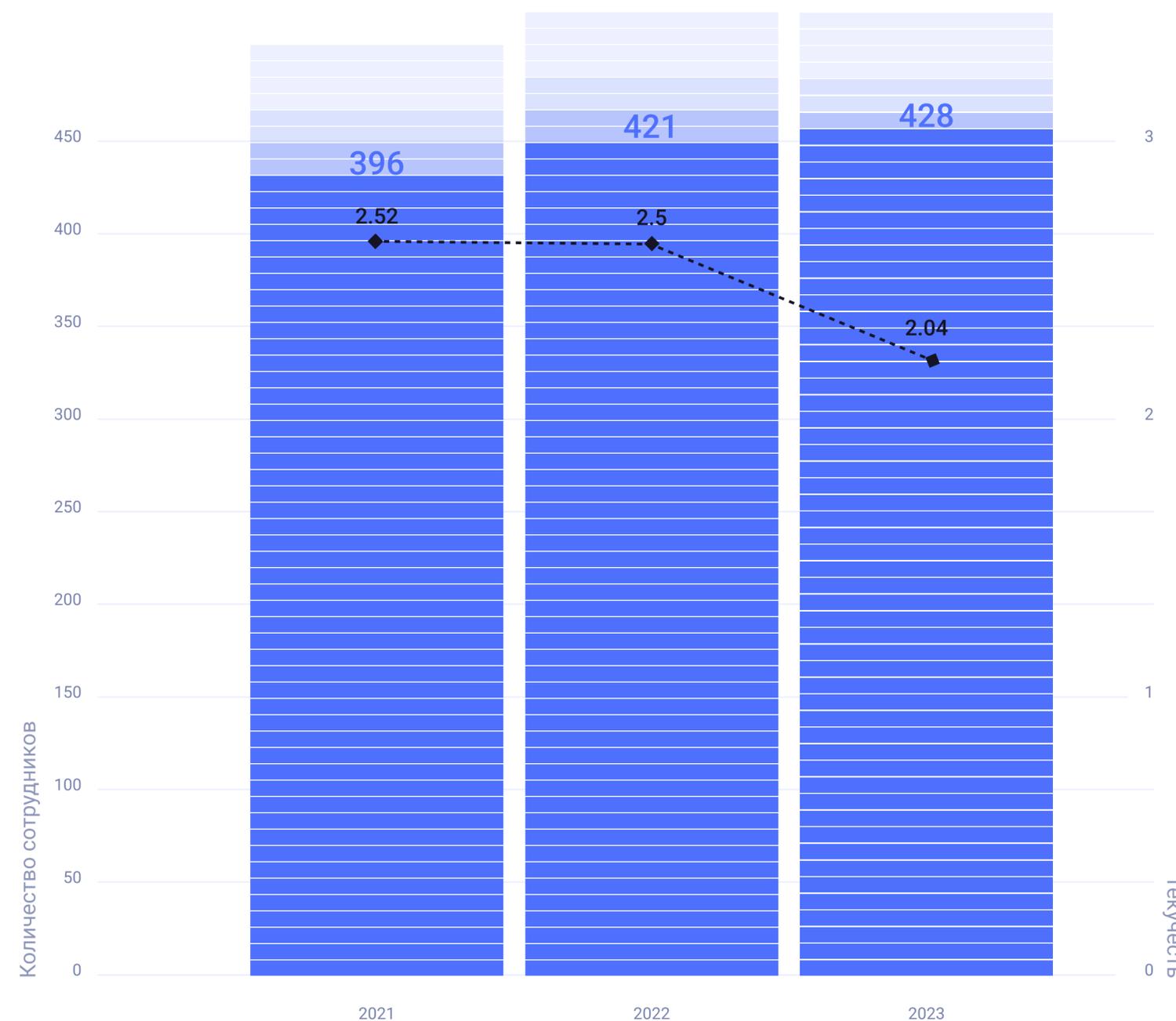
>400 сотрудников

«Русской Медиагруппы» создают контент для миллионов слушателей и зрителей

Статистика по численности

- Количество сотрудников
- ◆ Текучесть

Численность сотрудников Компании ежегодно растет. Коэффициент текучести Компании в 2023 более, чем в 10 раз ниже, чем в среднем по РФ.



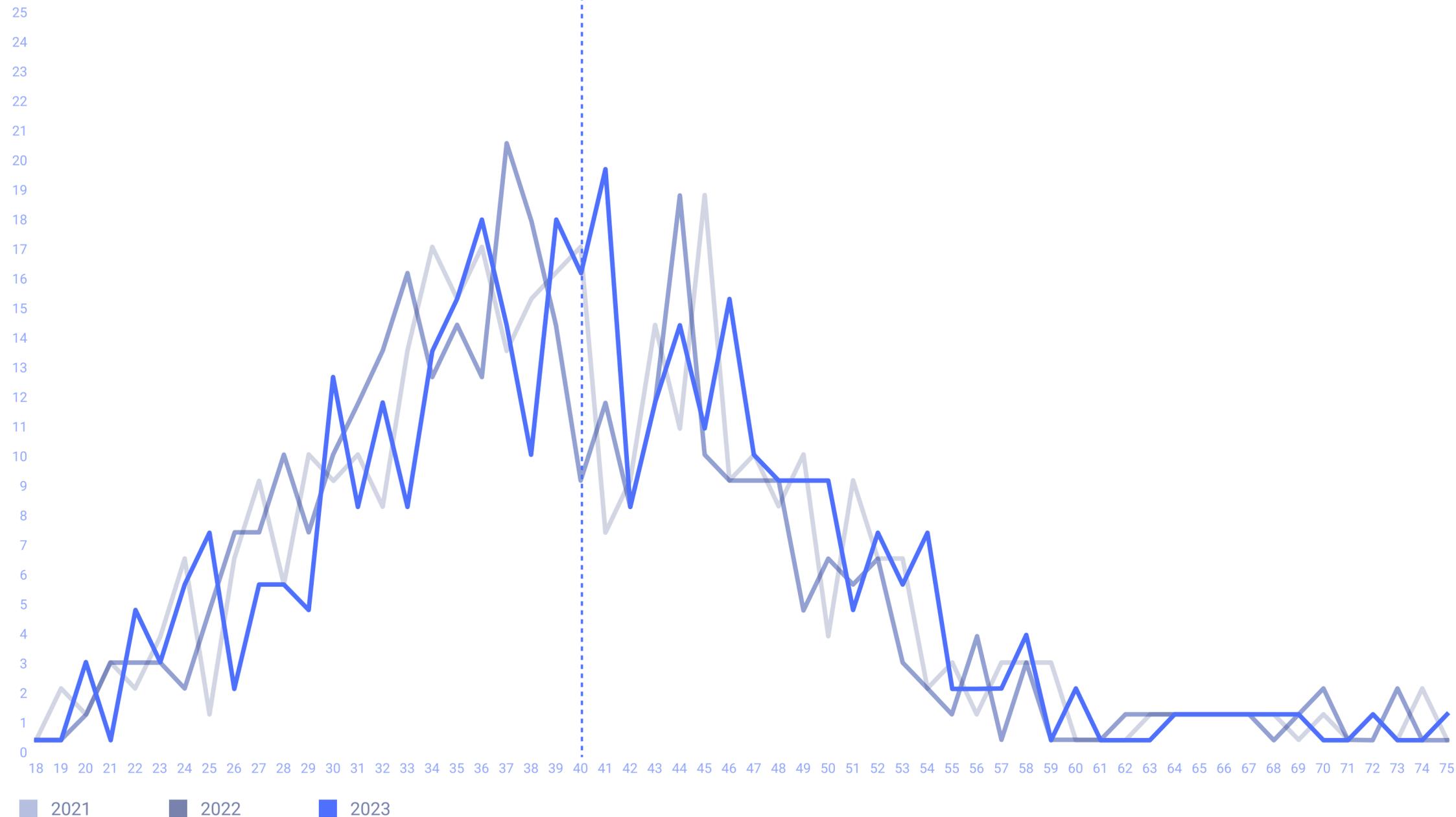
Статистика по возрасту

Компания настроена на долгосрочное сотрудничество, чтобы каждый работник мог реализоваться и проявить себя. «Русская Медиагруппа» приветствует инициативы и предложения, выслушивает их и дает право на реализацию. Программные директора станций обеспечивают своим работникам свободу творчества. Сотрудники бэк-офиса могут обращаться к непосредственному руководителю или подавать предложения через специальные почтовые ящики, расположенные в офисах.

В Компании работают сотрудники всех возрастов. При этом средний показатель постепенно увеличивается: с 39,1 лет в 2021 году до 40,2 лет в 2023 году.

40,2 лет

средний возраст сотрудников «Русской Медиагруппы» в 2023 году



Управление карьерным развитием

В «Русской Медиагруппе» реализуется подход, основанный на саморазвитии — Компания предоставляет сотрудникам возможности для исследования новых областей и направлений работы.

Специалисты по управлению персоналом начинают поддержку еще до вступления сотрудника в должность. В Компании разработаны и внедрены два важных процесса: пребординг и онбординг.

► Пребординг

Этот этап начинается с пригласительного письма, где подробно описывается структура холдинга и входящих в него компаний. Это помогает новичкам лучше понять общую картину бизнеса и контекст, в котором они будут работать.

► Онбординг

Не менее важный этап, который начинается с первого рабочего дня нового сотрудника. Каждому новичку направляется персональный гид в формате корпоративной книги, содержащей информацию о Компании, радиостанциях, их особенностях, направлениях и уникальных возможностях. Отдельное внимание в гиде уделяется направлению, к которому стремится «Русская Медиагруппа», основываясь на своей миссии, но представленное в доступной форме, чтобы привлечь сотрудников к общим целям и ценностям Компании.

Значимый элемент онбординга — две адаптационные встречи, где важно получить обратную связь от новичков, узнать их пожелания и предложения по улучшению процесса включения в коллектив. Это позволяет сразу вовлечь новых сотрудников в жизнь Компании и создать основу для их успешного старта. На адаптационных встречах новичкам рассказывают о структуре РМГ и каждого подразделения.

В офисе есть общее пространство с плакатами, которые постоянно обновляются. Это позволяет новичкам ознакомиться с деятельностью каждого сотрудника и понять, какие области им могут быть интересны для дальнейшего развития.

Новым работникам также направляется презентация с информацией о структуре Компании и ключевых сотрудниках, что помогает им быстрее войти в курс дела и определить свои профессиональные цели в новой среде работы.

► Что мы ценим друг в друге

Персональный гид РМГ

- Мы решаем поставленные задачи без промедления
- Мы демонстрируем высочайший профессионализм в своей работе
- Мы работаем на результат и сотрудничаем с другими членами команды для его достижения
- Мы готовы делать больше, чем написано в должностной инструкции
- Мы не тратим рабочее время на посторонние дела и беседы
- Мы помогаем друг другу
- Мы чётко знаем поставленные цели и умеем их достигать
- Мы открыты новым идеям
- Мы превосходим свои предыдущие успехи
- Мы знаем своих конкурентов и умеем доказать, что МЫ — ЛУЧШИЕ!





► Обучение и развитие

На основе запросов от руководителей и самих сотрудников формируются программы обучения, включающие тренинги и семинары. Длительные обучающие мероприятия сопровождаются составлением учебных договоров, где участники обязаны делиться полученными знаниями с коллегами.

Чтобы «Русская Медиагруппа» могла успешно развиваться в будущем и сотрудники чувствовали себя счастливыми на рабочем месте, крайне важно, чтобы каждый приложил максимум усилий, следовал плану развития, постоянно учился и стремился к личностному и профессиональному росту.

Профессионализм команды РМГ растет с каждым годом и не остается без внешнего внимания, что подтверждают [многочисленные награды](#).

Персонализированный шоколад — добрая инициатива, которая объединяет.

Вместо визиток сотрудники используют шоколад со своим изображением на обертке. На оборотной стороне упаковки напечатан QR-код, по которому можно узнать об увлечениях работника. Сладкие визитки есть не только у опытных сотрудников, их делают и каждому новичку.

Все это делается для того, чтобы они дальше могли целенаправленно выстраивать свой карьерный путь.

По мере адаптации в Компании и продвижению по карьерному пути у сотрудников есть возможность добирать функционал и расти в доходе, а также выбирать траекторию роста — вертикальную или горизонтальную.

Женщины на работе

Сотрудницам Компании не нужно выбирать между работой и семьей.

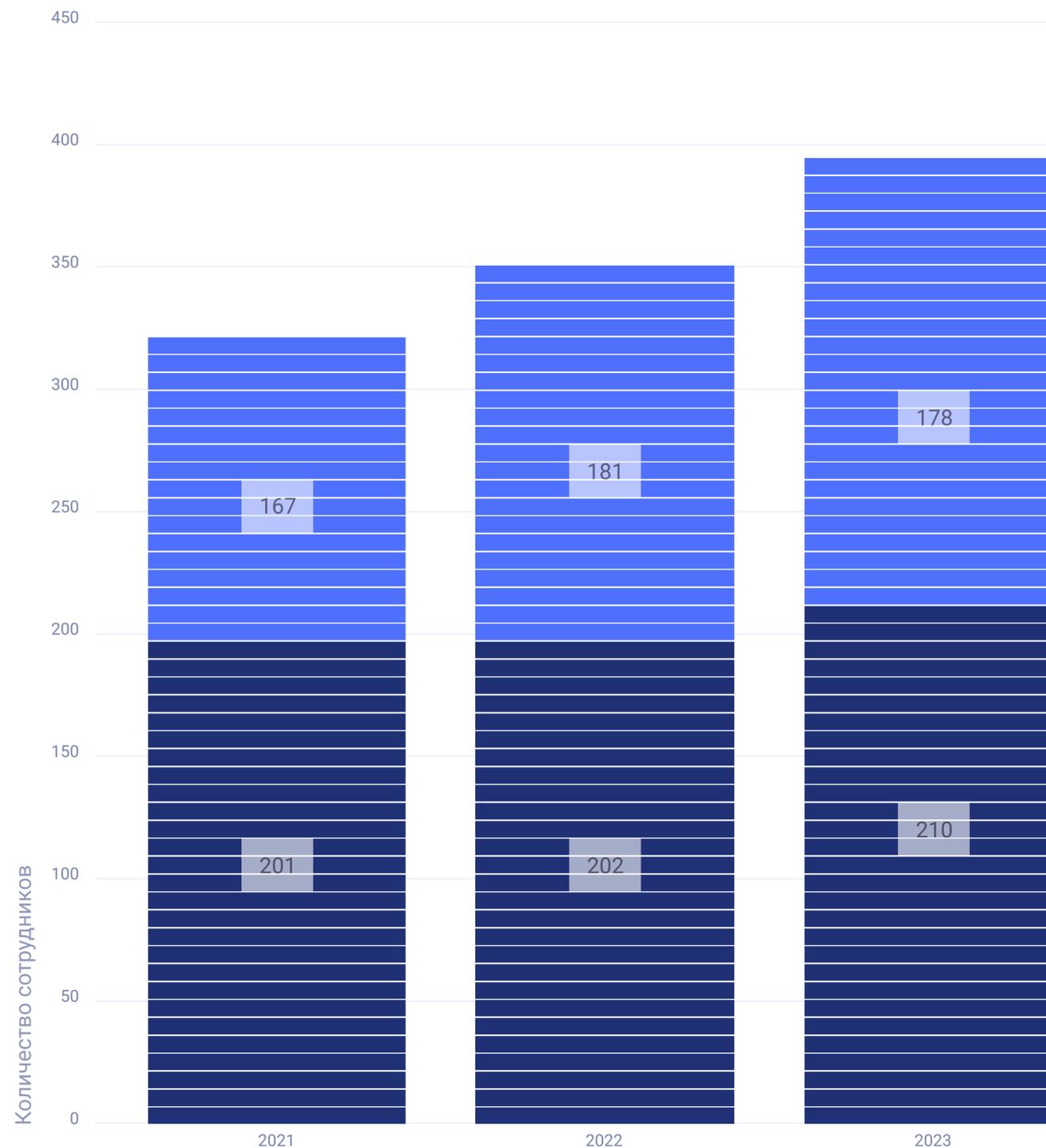
В «Русской Медиагруппе» распространена практика гибридного или удаленного формата работы на неполный рабочий день для сотрудников и сотрудниц, заботящихся о маленьких детях.

Часто бывает, что женщины невольно на несколько лет выпадают из профессии и активной социальной жизни на время отпуска по беременности и родам, а затем по уходу за ребенком.

Компания подходит к каждому случаю индивидуально и вместе с сотрудницей определяет комфортный режим работы. Работницы холдинга получают возможность реализовать в важных для себя областях жизни — и в материнстве, и в работе.



Соотношение женщин и мужчин в коллективе в 2023 году



Гендерный состав сотрудников «Русской Медиагруппы» сбалансирован — 54% женщин, 46% мужчин — и сохраняется со временем.

10

сотрудниц

«Русской Медиагруппы» находятся в отпуске по уходу за ребенком в 2023 году.

Корпоративная культура

Бизнес-результаты «Русской Медиагруппы» зависят от способности совершенствоваться и приспосабливаться к изменяющимся условиям рынка, что в конечном итоге создает благоприятную атмосферу для процветания Компании и для достижения радости и удовлетворения сотрудников. В ситуации постоянных изменений на первый план выходят вопросы ценностей и корпоративной культуры.

► Определение ценностей

В «Русской Медиагруппе» был реализован масштабный проект по определению ценностей. На протяжении года проводилось глубокое исследование всех аспектов рабочей жизни: комфорт условий труда, баланс нагрузки и отдыха, материальная удовлетворенность, психологический климат и др. Результаты проекта стали отправной точкой для создания корпоративной модели компетенций и определения миссии Компании.

Команда HR провела глубинные интервью с руководителями и лучшими сотрудниками, чтобы выяснить:

- Что нам помогает достигать целей?
- Что помогает быть эффективными?
- Какой результат работы мы хотели бы видеть?

Ответы легли в основу модели из 6 корпоративных компетенций и 29 индикаторов.

Корпоративная модель компетенций — мы знаем, что нас приводит к успеху

 <p>Работа в команде</p>	<p>(A) Проявляет интерес и внимание к людям (B) Адаптируется к команде и проявляет командный дух (C) Распознает и поощряет вклад других (D) Слушает и консультируется с другими, проактивно общается (E) Открыт и готов оказать помощь коллегам (F) Осознаёт свои сильные и слабые стороны для достижения командного результата</p>
 <p>Отношения и контакты</p>	<p>(A) Строит хорошие отношения с клиентами и коллегами (B) Поддерживает эффективную сеть контактов вне организации (C) Успешно взаимодействует с коллегами на всех уровнях организации (D) Управляет конфликтами (E) Уместно использует юмор для улучшения взаимоотношений с другими людьми</p>
 <p>Планирование и организация работы</p>	<p>(A) Ставит четкие цели (B) Заранее планирует деятельность и проекты, учитывая возможные изменения обстоятельств (C) Эффективно управляет временем (D) Определяет и распределяет ресурсы, необходимые для выполнения задач (E) Отслеживает выполнение работы в соответствии с установленными сроками и контрольными точками</p>
 <p>Принятие решений и инициирование действий</p>	<p>(A) Принимает быстрые разумные решения, в том числе содержащие жесткий выбор или обдуманный риск (B) Берет на себя ответственность за результат своей деятельности (C) Проявляет инициативу и работает самостоятельно (D) Выступает инициатором деятельности, начинает её осуществление и вносит изменения в процесс работы для достижения наилучшего результата</p>
 <p>Ориентация на результат и ожидания клиентов</p>	<p>(A) Учитывает потребности клиента (B) Устанавливает высокие стандарты качества (C) Следит за качеством и производительностью, поддерживает их на высоком уровне (D) Работает последовательно, методично и организованно (E) Последовательно добивается целей проекта</p>
 <p>Сохранение эффективности в ситуациях повышенных нагрузок и стресса</p>	<p>(A) Эффективно работает в напряженных условиях, адаптируется к ним (B) Сохраняет контроль над своими эмоциями в сложных стрессовых ситуациях (C) Сохраняет позитивное отношение к работе (D) Воспринимает критику и делает из нее выводы для себя</p>

► Марафон продвижения ценностей

Далее стартовала кампания по продвижению культуры – Марафон корпоративных ценностей РМГ, который длился 1,5 года. Команда HR определила маскот проекта – «Матрешку» ценностей. Матрешка каждую неделю писала письма сотрудникам и задавала вопросы о каждом из индикаторов и просила рассказать, как человек их понимает, чем ему дорога та или иная компетенция. Авторы лучших идей получили призы и статуэтки с изображением маскота проекта.

В рамках коммуникационной кампании работники могли задавать Матрешке вопросы или делиться сложностями, с которыми пришлось столкнуться.



► The Team Canvas

Важным инструментом для отстройки кросс-функционального взаимодействия стала инициатива по визуализации работы каждого отдела и сотрудника. Схемы работники создавали сами – на основе модели Остервальдера выделили свои ключевые бизнес-задачи и связи с другими сотрудниками и подразделениями. Плакаты с моделями размещены в открытом доступе. Это помогает целостно воспринимать свою работу во взаимосвязи с коллегами – все работают на общий результат.

В «Русской Медиагруппе» уважение и взаимопонимание между коллегами играют ключевую роль и поддерживаются на всех этапах взаимодействия.

Самое важное, что нужно обсудить в команде, чтобы сделать работу в группе продуктивной и слаженной		Наименование: отдел по работе с персоналом	
<p>Люди и роли <i>Как каждого из нас зовут и какие у него роли? Как называется наша команда?</i></p> <p>Руководитель отдела. Реализация всех кадровых процессов, развитие и совершенствование корпоративной культуры, совершенствование мотивации и развития персонала. Руководство отделом, генерация идей, постановка задач, осуществление контроля их исполнения.</p> <p>Заместитель руководителя отдела. Решение вопросов по кадровому делопроизводству и автоматизации кадровых процессов, переходу на КЭДО.</p> <p>Руководитель направления рекрутмента и корпоративной культуры. Осуществление подбора персонала на вакансии Компании. Участие в разработке методологии по совершенствованию корпоративной культуры. Проведение корпоративных мероприятий и коллабораций.</p>	<p>Цели <i>Чего мы хотим достичь как группа? Каковы наши достижимые, измеримые и ограниченные по времени цели?</i></p> <p>Сделать работу сотрудников компании максимально комфортной, оперативно отвечать на запросы, повышать вовлеченность и заинтересовать в результатах деятельности и достижении целей Компании.</p>	<p>Ценности <i>На чем мы стоим? Каковы наши принципы? В чем заключаются наши общие ценности, которые мы хотели бы видеть в основе нашей команды?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Приверженность компании. • Доверие друг к другу. • Партнерство. • Открытость всему новому. • Клиентоориентированность. • Уважение к людям. • Умение слушать и слышать. • Соблюдение трудового законодательства. 	<p>Личные цели <i>Каковы наши личные персональные цели (на год)? Есть ли у нас личные повестки, которые мы хотели бы раскрыть перед командой?</i></p> <p>Сделать прозрачной работу всех подразделений компании (внедрить canvas команды):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Разработать и внедрить skillbook для отработки корпоративных навыков. Внедрить систему нематериальной мотивации. • Программа Well-being для сотрудников. Способствовать популяризации корпоративных мероприятий Компании, расширять, дорабатывать и совершенствовать ее. • Применять новые трендовые подходы и инструменты для совершенствования корпоративной культуры. • Поддерживать вовлеченность персонала в корпоративную жизнь: поддерживать мотивацию и желание сотрудников участвовать в корпоративных конкурсах и мероприятиях компании. • Осуществить переход на КЭДО, реализовать его в Компании, полностью или частично.
<p>Назначение <i>Зачем мы делаем то, что мы делаем?</i></p> <p>Мы работаем, чтобы радовать, вовлекать и объединять, соблюдая букву Закона.</p>			
	<p>Правила и практики <i>Какие правила мы хотим ввести после этой сессии? Как мы собираемся общаться, чтобы все были в курсе происходящего? Как мы собираемся принимать решения? Как мы собираемся выполнять решения и оценивать то, что мы сделали?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Мы знаем задачи каждого. • Мы готовы прийти на помощь друг другу. • Мы используем правило обратной связи (контрактинг): что тебе нужно от меня для эффективной работы? И что мне нужно от тебя для эффективной работы? • Ретроспектива: какие наши действия помогли эффективно решать задачи? Какие мешали? 	<p>Потребности и ожидания <i>Что нужно каждому из нас, чтобы быть успешным? Каковы ваши личные потребности по отношению к команде?</i></p> <p>Каждый член команды – дженералист. Высокая заинтересованность всех членов команды в общих рабочих целях: креативность, активность, участие, предложения. Активно участвовать в корпоративных мероприятиях Компании. Вносить предложения на рассмотрение руководителю отдела.</p>	
<p>Сильные стороны и активы <i>Какие в нашей команде есть навыки, которые помогут нам достичь цели? Какими межличностными навыками (soft skills) мы обладаем? В чем мы хороши в отдельности и вместе как группа?</i></p> <p>Высокий профессионализм. Ориентация на потребности персонала Компании, в том числе нематериальные. Работа на грани возможного, демонстрация личным примером. Постановка амбициозных целей. Постоянное самосовершенствование. Желание качественно наполнить корпоративную жизнь сотрудников и внести зазор и интерес, укрепить корпоративный дух, мотивировать на достижение целей и запланированных результатов. Высокая работоспособность. Любовь к своей работе и гордость за результат.</p>	<p>Слабые стороны и риски <i>Какие у нас есть слабые стороны в отдельности и вместе как у группы? Что участники группы должны знать о нас и том, как мы работаем? Какие наиболее вероятные сложности мы видим перед группой?</i></p> <p>Из-за высокой загруженности сотрудники отдела не могут полностью заменять друг друга. Существуют риски не выполнить запланированные корпоративные проекты в связи с политикой государства в борьбе против коронавирусной инфекции.</p>		

▶ Экскурсии на радиостанции

Компания организовала дни открытых дверей, чтобы улучшить взаимодействие между сотрудниками бэк-офиса и работниками станций. В эти дни любой сотрудник может прийти на экскурсию и ближе познакомиться с коллегами и их работой. Это позволяет офисным сотрудникам увидеть радиостанцию глазами ведущих и руководителя станции.

Ты узнаешь ведущих, их опыт, экспертность и начинаешь смотреть на все это совершенно другими глазами.

В каждой радиостанции есть что-то свое интересное, рисуется характер руководителя, ты начинаешь чувствовать атмосферу.

Станции могут посетить и дети сотрудников. Экскурсанты участвуют в конкурсах и получают подарки.



Забота о сотрудниках

Благополучие

Компания реализует программы поддержки сотрудников, направленные на повышение физического и психологического благополучия.

► Физическое благополучие

1. Организация регулярных зарядок для сотрудников. У сотрудников РМГ есть возможность начать рабочий день со спорта. На первом этаже офиса расположен зал, где каждый желающий может заняться спортом. Активные сотрудники проводят регулярные групповые занятия.
2. Компенсация фитнеса. С 2023 года «Русская Медиагруппа» оказывает финансовую поддержку сотрудникам, которые приобретают абонементы в фитнес-клубы, и возмещает часть стоимости. Поддержка фитнес-занятий становится для многих спортивным стимулом и заботой о своем физическом и эмоциональном благополучии. Также это позволяет сотрудникам ощутить заботу со стороны Компании.
3. Питание сотрудников. В офисе «Русской Медиагруппы» есть несколько точек питания и комнат приема пищи, оборудованных всем необходимым: холодильниками, микроволновыми печами, чайниками и кофе-машинами.

Приятная традиция Компании — угощения для сотрудников. Для команды РМГ заказывают кейтеринг со вкусной едой в офис раз в два месяца вне зависимости от наличия особых дат в календаре.

Одна из особенностей — это использование свежих и сезонных продуктов, что подчеркивает стремление Компании к заботе о качестве продуктов для сотрудников.

► Ментальное благополучие, поддержка сотрудников

2022 год выдался напряженным, в частности, нелегко пришлось сотрудникам, которые, по долгу своей профессиональной деятельности, первыми сталкивались с новостной повесткой. Специалисты по управлению персоналом «Русской Медиагруппы» сделали акцент на заботе об эмоциональном и физическом здоровье коллектива, поэтому внедрили специальную программу поддержки.

В 2023 году запущена программа поддержки сотрудников с использованием платформы корпоративного благополучия «Понимаю».

365

сотрудников

имеют доступ к ИТ-платформе корпоративного благополучия

Сотрудники РМГ получили доступ к различным видам консультаций от психологов, юристов, финансовых специалистов, коучей, а также поддержку в области здорового образа жизни, фитнеса и психологической помощи. Программа поддержки сотрудников оказывает положительное влияние на ментальное здоровье, а это в свою очередь повышает продуктивность и вовлеченность в рабочий процесс.



Безопасность рабочих процессов

«Русская Медиагруппа» – Компания, для которой обязательным условием работы является соблюдение всех законодательных норм, которые касаются не только правил вещания и ведения коммерческой деятельности, но и обеспечения безопасности производственных процессов.

Охрана труда

В 2019 году была проведена специальная оценка условий труда (СОУТ) для сотрудников всех радиостанций и работников бэк-офиса. Исследование не выявило потенциально вредных или опасных производственных факторов на рабочих местах.

▶ Оптимальные условия труда на всех рабочих местах

По результатам специальной оценки условий труда «Русской Медиагруппы» все рабочие места относятся к оптимальным и/или допустимым условия труда.

В соответствии с требованиями пункта 6 статьи 15 Федерального закона № 426 от 28 декабря 2013 года «О специальной оценке условий труда» результаты СОУТ размещены в открытом доступе на интернет-ресурсах компаний:

[АО «Русская Медиагруппа»](#)

[АО «Русское Радио-Евразия»](#)

[ООО «Максимум Радио»](#)

[ЗАО «Корпорация Радио-Арт»](#) (ХИТ FM)

[ООО «101 и К»](#) (DFM)

[АО «Радиостанция «Евразия-Классика»](#) (Радио Monte Carlo)

[ЗАО «Мьюзик Один»](#) (Телеканал RU.TV)

В РМГ функционирует система управления охраной труда: разработаны все необходимые распорядительные документы; проводятся инструктажи и обучение по безопасности; сотрудники технической службы обеспечены средствами индивидуальной защиты для безопасного производства работ; в установленном порядке Компания отчитывается о результатах.

0 случаев

производственного травматизма зарегистрировано в Компании в 2023 году

▶ Пожарная и электробезопасность

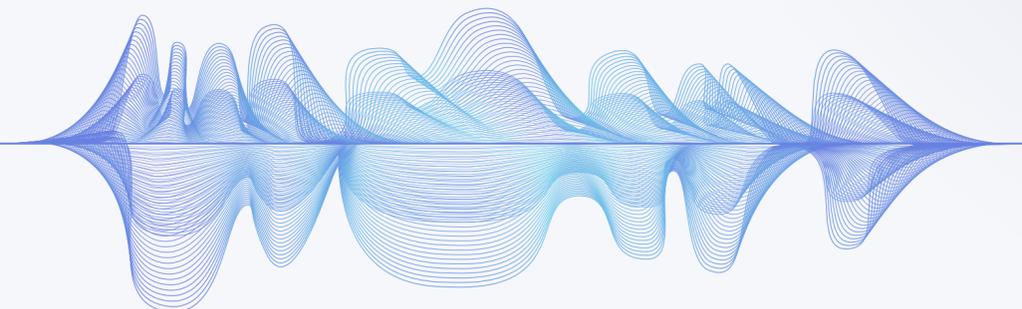
В Компании проводят периодические тренировки сотрудников по пожарной безопасности.

Сотрудники, работающие с электричеством проходят обязательный инструктаж по электробезопасности.

Все помещения Компании оснащены огнетушителями и находятся под контролем автоматической системы пожарного оповещения. Комната с серверным оборудованием оснащена автоматической системой тушения пожаров. Данные системы обслуживаются специализированной организацией, имеющей необходимые разрешения.

0 случаев

возгораний зафиксировано в производственных помещениях Компании в 2023 году



Благотворительность и поддержка социальных инициатив

Один из знаковых социальных проектов «Русской Медиагруппы» — участие в программе по реабилитации детей с нарушением слуха.

При поддержке «Русской Медиагруппы» реализуется программа по развитию инновационных технологий реабилитации и социокультурной адаптации детей — пользователей системой кохлеарной имплантации, слуховыми аппаратами и аппаратами костного проведения.

Холдинг активно сотрудничает с медицинскими учреждениями, и новая инициатива — еще одно важное начинание в череде ESG-проектов особой социальной значимости, над которыми работает «Русская Медиагруппа».

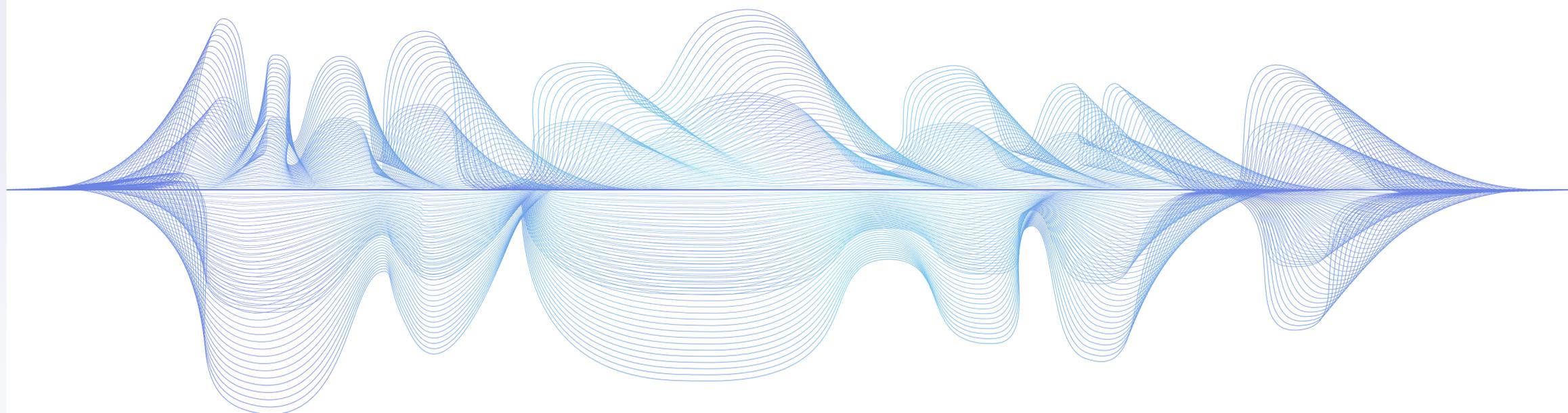
«Русская Медиагруппа» стремится объединить музыкальную индустрию, медицинское сообщество и большой бизнес, а также государственные институты для создания ESG-проектов международного уровня по разработке программ реабилитации слабослышащих, в том числе детей.

Управляющий директор «Русской Медиагруппы»
Дмитрий Медников

Программа по социокультурной интеграции детей с нарушением слуха реализуется в Национальном медицинском исследовательском центре оториноларингологии ФМБА России при поддержке директора, член-корр. РАН, проф. Николая Дайхеса с участием специалистов научно-клинического отдела аудиологии, слухопротезирования и слухоречевой реабилитации под руководством д.м.н. Антона Мачалова.

В рамках программы для детей, имеющих нарушения слуха, проводятся занятия классической музыкой. Уроки проходят под руководством пианиста, Заслуженного артиста России, Виктора Ямпольского с участием коллектива выдающихся музыкантов, солистов Большого театра России и Московской Государственной консерватории им. П.И. Чайковского.

При содействии Национального медицинского исследовательского центра оториноларингологии ФМБА России дети с нарушениями слуха, использующие современные технические средства реабилитации — системы кохлеарной имплантации и слуховых аппаратов посещают концерты классической музыки в рамках уникального музыкального проекта «Чистая Классика». Посещение концертов и занятия музыкой в студии на базе Национального центра оториноларингологии ФМБА России «#СлышуКлассику» являются важными направлениями для развития творческого потенциала и формирования произносительной стороны речи, двигательной и эмоциональной сфер детей с различными нарушениями слуха.



Экологическая ответственность Компании

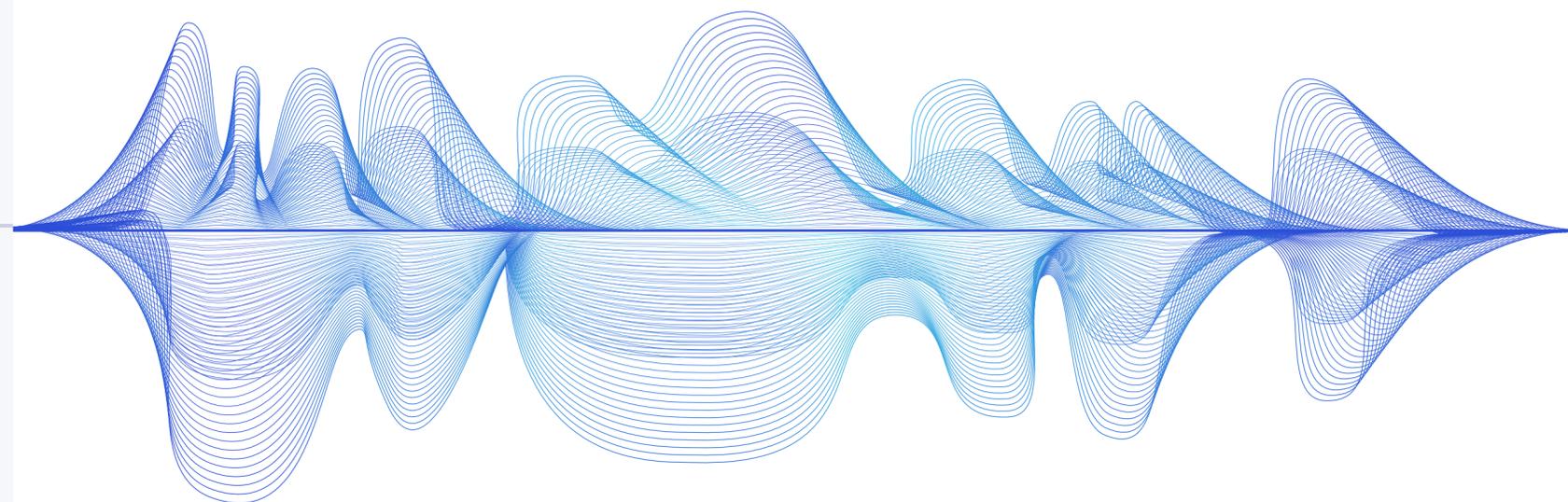
Ключевые направления экологизации Компании

Экологическая ответственность «Русской Медиагруппы» проявляется в рабочих процессах: технические специалисты обеспечивают вещание надежным и энергоэффективным оборудованием; в офисах РМГ реализуется ряд инициатив, вовлекающих сотрудников в эकोвестку и помогающих снизить негативное воздействие на окружающую среду.

«Зеленый офис» работает так, чтобы как можно меньше вреда наносить окружающей среде.

Компания активно популяризирует информацию об экологических проектах среди своей многомиллионной аудитории. «Русская Медиагруппа» стремится воспитать в слушателях ответственное отношение к природе, а также рассказать как можно большему числу людей о значимых инициативах, цель которых — сохранить и защитить окружающую среду.

Мы убеждены, что музыка способна не только вдохновлять, но и служить важным аргументом, призывающим к сохранению окружающей среды.



Экологизация рабочих процессов. Эффективность работы оборудования

Техническая служба обеспечивает работу «Русской Медиагруппы» надежными и энергоэффективными устройствами.

Экологичность эксплуатации технических средств комплексная:

- специалисты учитывают характеристики надежности и энергоэффективности на этапе выбора и закупки оборудования;
- пользователей информируют о правилах работы с техникой — это продлевает срок службы оборудования;
- налажено регулярное техническое обслуживание устройств и устранение неисправностей;
- после замены отработанные устройства передаются на переработку.

«Русская Медиагруппа» постепенно переходит с персональных компьютеров на ноутбуки и таким образом снижает потребление энергии. Компания делает выбор в пользу современного энергоэффективного оборудования.

Потребление электроэнергии РМГ за последний год снизилось

>10%



С 2021 года техническая служба «Русской Медиагруппы» организовала процесс ремонта оборудования и ежегодно увеличивает объемы данных работ. Это позволяет продлить срок службы устройств.

После выхода из строя или замены на новое, отработанная техника передается в специализированные организации для повторного использования или переработки.

Мы следим за судьбой нашего оборудования: ничего не должно оказаться на свалке. Наша Компания стремится к тому, чтобы наши устройства получили вторую жизнь через ремонт и переработку.

Экологичность в офисе

Сотрудники «Русской Медиагруппы» вовлечены в эकोвестку и заботятся об окружающей среде, не покидая рабочего места.

► Озеленение рабочей среды

Растения в офисе создают комфортную атмосферу, а это влияет на самочувствие, работоспособность и эмоциональное состояние сотрудников. Специальные сотрудники занимаются обустройством аквариумов и поддержанием здоровья и красоты растений.

► Ответственное обращение с отходами

В офисах «Русской Медиагруппы» созданы условия для снижения образования отходов: например, в комнатах приема пищи и общей столовой используется многоразовая посуда. На этажах установлены контейнеры для сбора отработанных батареек и пластиковых крышек. Сбор твердых коммунальных отходов организован в соответствии с действующей в Москве двухпоточной системой.

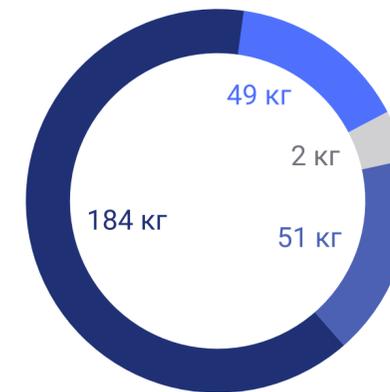
► Сбор одежды

В здании Компании установлен контейнер фонда «Второе дыхание». Крупнейшая в России некоммерческая организация принимает ненужные вещи, передает их людям из социально незащищенных групп или перерабатывает. Сотрудники «Русской Медиагруппы» продлевают жизнь вещам, когда приносят их на работу и оставляют в контейнере.

288 кг

вещей собрали сотрудники для фонда «Второе дыхание» в 2023 году

- собранные вещи, которые отправили на благотворительность
- отправили на переработку
- на продажу в благотворительные магазины
- отправили на утилизацию



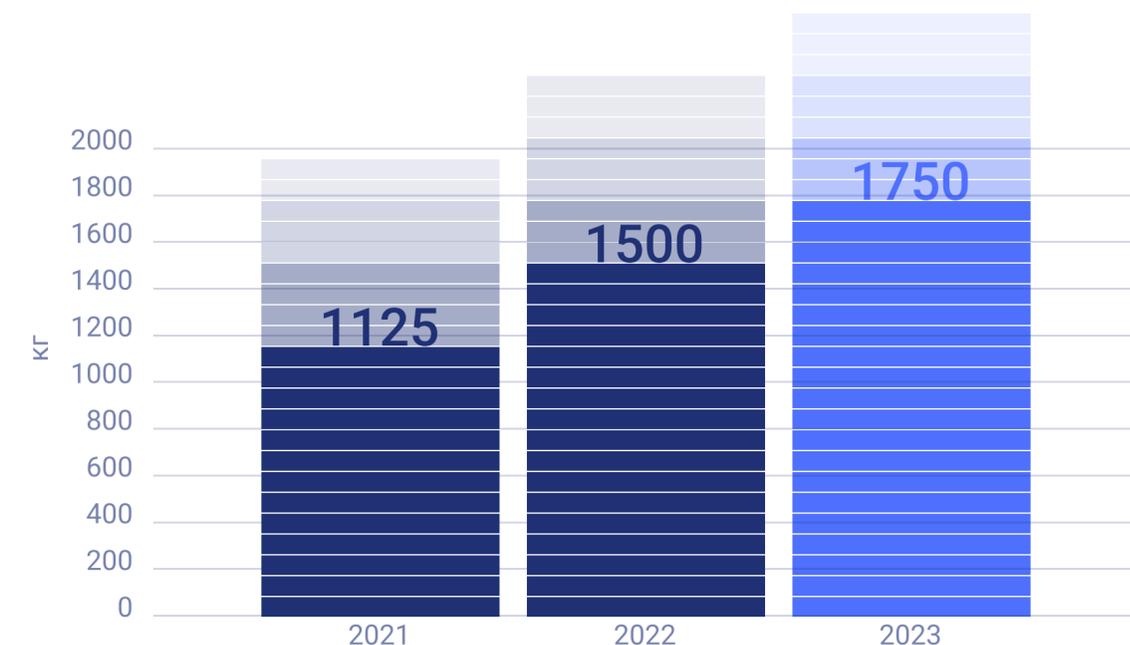
► Рациональное использование бумаги

Работа управляющей компании холдинга связана с большим объемом документации.

Сотрудники «Русской Медиагруппы» максимально используют возможности электронного документооборота. Вместо принтеров в каждом кабинете, на этажах оборудованы точки для печати с лотками для «черновики». По инициативе сотрудников в Компании установлены специальные места для сбора макулатуры.

Отказ от принтеров в каждом кабинете в пользу общих принтеров и переработка использованной бумаги — это дополнительные шаги к сокращению отходов и оптимизации использования ресурсов в Компании.

Закупки бумаги РМГ увеличиваются с каждым годом, что требует от Компании комплексных мер по сокращению ее использования



► Буккроссинг

В «Русской Медиагруппе» действует проект по книгообмену. Каждый сотрудник может поделиться своей книгой или выбрать что-то интересное из предложенного разнообразия литературы на самые разные темы.

На печать книги в среднем требуется 5 килограммов древесного сырья. Буккроссинг делает книги общими — использование ресурсов становится более рациональным. Инициативы «зеленого офиса» делают заботу о сохранении природы нормой для каждого сотрудника, так экологичность распространяется шире.

Компенсация углеродного следа

В 2023 году «Русская Медиагруппа» закупила зеленые сертификаты электроэнергии, которые компенсируют углеродный след мероприятий на несколько лет вперед.

Наиболее значимый экологический аспект деятельности Компании, который требует компенсационных действий – организация мероприятий.

«Русская Медиагруппа» – одна из первых среди российских компаний провела сделку по покупке зелёных сертификатов, зарегистрированных в российском реестре компании «Карбон Зиро», с использованием платформы RTS Board*.

Зеленые сертификаты подтверждают производство электроэнергии на генерирующих объектах, функционирующих на основе возобновляемых источников – энергии ветра, солнца, воды и других.

Один сертификат эквивалентен 1 кВт*ч электроэнергии. Подобные сертификаты – один из инструментов климатического регулирования, их приобретение позволило Компании частично компенсировать косвенные энергетические выбросы парниковых газов от потребления электричества.

Экология очень важна в системе ценностей многих миллионов людей, представляющих аудиторию брендов РМГ. На музыкальных мероприятиях холдинга в сотрудничестве со многими звездами музыкальной индустрии мы развиваем стратегию продвижения экологической повестки. Поэтому закономерно, что мы начинаем использовать самые современные инструменты и платформа Климатических финансовых инструментов RTS Board* среди них.

Объем купленных «Русской Медиагруппой» сертификатов компенсирует углеродный след от потребления электричества на несколько лет вперед. Это значит, что «Золотой Граммофон», являющийся одним из главных событий медиахолдинга, проводится не только как мероприятие, где говорят о важности сохранения окружающей среды, но и становится событием, технически экологичным и минимизирующим вред природе.

200 МВт*ч

зеленой электроэнергии приобрела Компания для компенсации своего влияния

* RTS Board – многофункциональная информационная система для индикативного котирования ценных бумаг, не обращающихся на организованном (биржевом) рынке, и других финансовых инструментов. Среди инструментов платформы представлены акции, облигации, инструменты денежного рынка.

Ассоциация «НП РТС», объединяющая профессиональных участников фондового рынка России, является главным оператором информационной системы RTS Board.

ООО «Карбон Зиро» – разработчик первого российского добровольного стандарта сертификатов зеленой электроэнергии, в соответствии с международными рекомендациями и стандартами (GHG Protocol, RE 100), и ведет реестр сертификатов. Компания предлагает решения в области устойчивого развития для достижения целей по снижению углеродного следа товаров и/или деятельности клиентов.



CARBON ZERO

Свидетельство выдано в отношении:

АО «Русская Медиагруппа»
123100, Россия, г. Москва,
Краснопресненская наб. д. 8, этаж - 1,
помещение I, комната 1

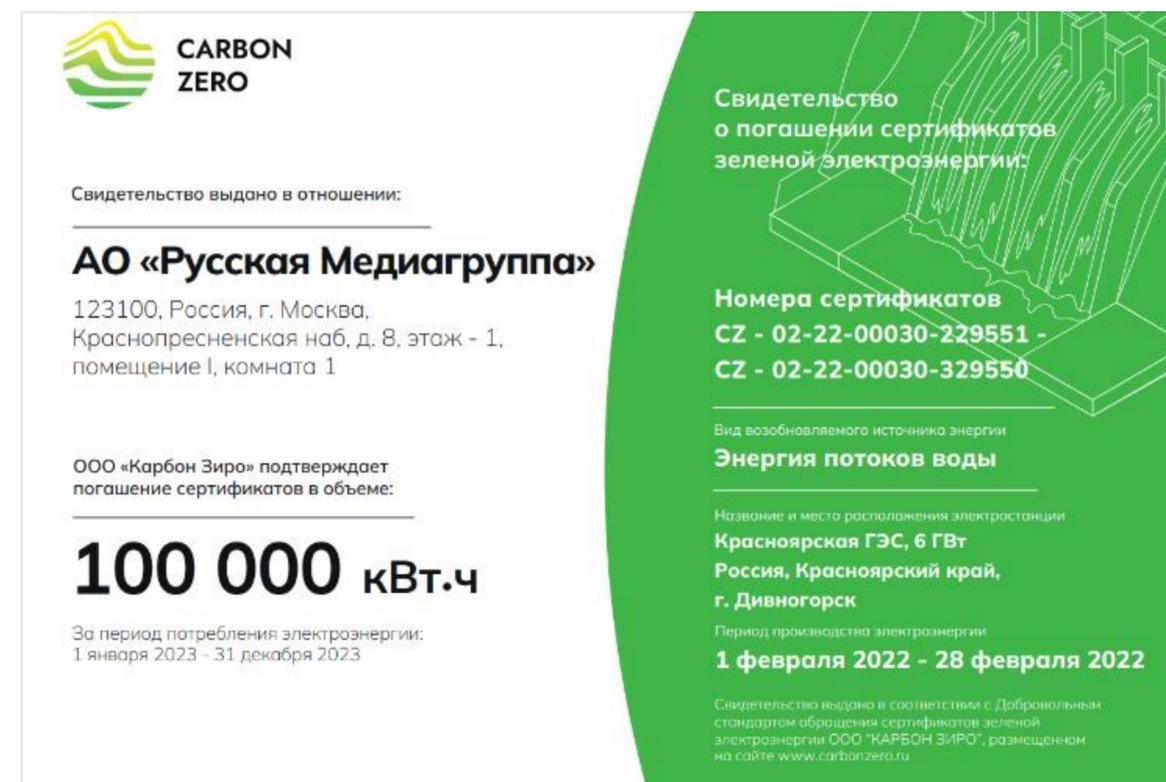
Номера сертификатов:
CZ - 07-22-00000-000001 -
CZ - 07-22-00000-100000

Вид возобновляемого источника энергии:
Энергия ветра

Название и место расположения электростанции:
Медвеженская ВЭС
(ВЭУ 9-24), 40 МВт
Россия, Ставропольский край,
Туруновский муниципальный округ,
с. Безопасное

Период производства электроэнергии:
1 января 2022 - 28 февраля 2023

Свидетельство выдано в соответствии с Добровольным стандартом обращения сертификатов зеленой электроэнергии ООО «КАРБОН ЗИРО», размещенном на сайте www.carbonzero.ru



CARBON ZERO

Свидетельство выдано в отношении:

АО «Русская Медиагруппа»
123100, Россия, г. Москва,
Краснопресненская наб. д. 8, этаж - 1,
помещение I, комната 1

Номера сертификатов:
CZ - 02-22-00030-229551 -
CZ - 02-22-00030-329550

Вид возобновляемого источника энергии:
Энергия потоков воды

Название и место расположения электростанции:
Красноярская ГЭС, 6 ГВт
Россия, Красноярский край,
г. Дивногорск

Период производства электроэнергии:
1 февраля 2022 - 28 февраля 2022

Свидетельство выдано в соответствии с Добровольным стандартом обращения сертификатов зеленой электроэнергии ООО «КАРБОН ЗИРО», размещенном на сайте www.carbonzero.ru

«Русская Медиагруппа» не только компенсирует углеродный след своих мероприятий, но и вырабатывает рекомендации по управлению экологическим воздействием событий для медиаиндустрии России в целом.

Медиамероприятие — это широкий спектр активностей: от информационного сопровождения до демонтажа конструкций и оборудования после масштабного фестиваля. Для оценки экологического воздействия важно учитывать продолжительность события, его формат и предполагаемое количество участников, так как все эти факторы напрямую влияют на объем выбросов.

▶ **Энергоснабжение (косвенные энергетические выбросы)**

Крупные форумы требуют значительных энергозатрат для освещения, звукоусиления, а также работы различных электронных систем.

При управлении углеродным следом события критически важен тип площадки: открытое пространство может требовать меньше энергии на освещение и кондиционирование, но больше на возведение временных конструкций.

▶ **Логистические процессы (прямые и косвенные выбросы)**

Любое события требует доставки оборудования и людей до площадки и обратно. Для управления транспортным следом необходимо детализировано оценить воздействие грузовых автомобилей, автобусов, самолетов или железнодорожных перевозок для групп участников и использование индивидуального транспорта посетителей.

Логистические процессы часто являются самым большим источником выбросов медиамероприятий.

▶ **Кейтеринг и отходы (косвенные выбросы)**

Комфорт участников события также требует внимания и усилий для снижения углеродного следа. Организация питания на больших мероприятиях требует дополнительной логистики (доставка продуктов), использования холодильного оборудования и приготовления еды на месте, что увеличивает количество выбросов. Сами продукты также имеют свой углеродный след, поэтому меню может быть составлено не только сбалансировано, но и экологично.

В ходе любого мероприятия образуются разные виды отходов — от остатков пищи и билетов до баннерной ткани и демонтированных одноразовых конструкций. Управлять отходами событий важно в общепринятой логике: снижать их образование, заранее продумывая многоразовые альтернативы; обеспечивать передачу на переработку и в самом крайнем случае организовывать вывоз на захоронение.

Интересанты (стейкхолдеры)	Мероприятие	Логистика	Площадка	Оборудование	Питание	Отходы и утилизация
Организатор	Играют определяющую роль в процессе планирования и реализации стратегий по уменьшению углеродных выбросов. Именно они принимают стратегические решения: от выбора места проведения и поставщиков до логистики и управления отходами. Организатор заинтересован в создании зеленого имиджа события, что может положительно сказаться на его репутации и привлечь экологически ответственную аудиторию.	Оптимизация логистических процессов может значительно уменьшить углеродный след. Это может касаться выбора поставщиков с короткими цепочками поставок или использования электротранспорта для доставки материалов.	Для минимизации углеродного следа площадки необходим подход, основанный на выборе локаций с уже имеющейся инфраструктурой, которая соответствует экологическим стандартам. Организатор должен также рассмотреть возможности для оптимизации логистики и размещения участников, чтобы минимизировать транспортный след.	Организаторы медиамероприятий играют ключевую роль в минимизации углеродного следа. Им необходимо выбирать оборудование с низким энергопотреблением и высокой энергоэффективностью. Кроме того, следует предусмотреть возможность повторного использования или рециркуляции оборудования после завершения события.	Организатор медиамероприятия играет ключевую роль в формировании и реализации экологически ориентированной стратегии питания. Ответственность организатора заключается в выборе поставщиков, предлагающих локальные и сезонные продукты, что позволяет уменьшить транспортные эмиссии. Также возлагается задача определения количества питания, чтобы минимизировать пищевые отходы.	Организатор медиамероприятия несет ответственность за разработку стратегии по обращению с отходами, которая может включать меры по отдельному сбору, переработке и утилизации отходов. Организация систем для правильного разделения отходов – ключ к эффективности этого процесса.
Инвестор	Инвесторы оказывают значительное финансовое влияние на медиамероприятия и имеют заинтересованность в повышении их эффективности и прибыльности. Инвестиции в зеленые технологии и практики предоставляют конкурентное преимущество. Также инвестор может выступать как надежный партнер для организаторов в разработке стратегий минимизации углеродного следа.	Инвестирование в логистические инновации может быть долгосрочной стратегией для снижения операционных расходов на транспортировку. Эффективная логистика может привести к значительной экономии ресурсов.	Инвестирование в строительство или модернизацию площадок для проведения медиасобытий должно быть направлено на создание экологически чистых объектов, например, использование возобновляемых источников энергии и систем очистки отходов.	Инвесторы могут влиять на экологичность оборудования через инвестиционную политику и требования к экологической ответственности проектов.	Инвесторы могут выступать не только как финансовые партнеры, но и как заинтересованные стороны в устойчивом развитии мероприятий. Именно инвесторы зачастую поддерживают или даже требуют применения экологически ответственных подходов, предусматривая инвестиции в зеленые технологии и материалы для обеспечения питания.	Инвестирование в инновационные подходы к обращению с отходами может значительно повлиять на экологическую составляющую медиамероприятий. Инвестор может поддерживать проекты по созданию инфраструктуры для управления отходами или же финансировать инициативы по перепрофилированию отходов в новые продукты.



Интересанты (стейкхолдеры)	Мероприятие	Логистика	Площадка	Оборудование	Питание	Отходы и утилизация
Спонсор	Спонсорство – это не только финансирование, но и передача части корпоративной ответственности спонсору. Включение экологических требований в спонсорские пакеты позволяет брендам продемонстрировать свою социальную ответственность, что может повысить лояльность клиентов и положительно отразиться на образе компании.	Спонсорский бюджет можно направить на поддержку экологических логистических практик или технологий, например, на использование расчетных программ для оптимизации путей доставки.	Спонсоры могут стимулировать выбор площадок с низким уровнем выбросов углекислого газа. Это может быть частью корпоративной политики спонсирования, направленной на достижение определенных экопоказателей.	Спонсоры, стремящиеся повысить свой имидж как социально ответственных бизнес-структур, заинтересованы в ассоциациях с экологически чистыми медиапроектами. Они могут выступать за использование экологичного оборудования и материалов.	Спонсоры также имеют влияние на структуру и качество предоставления питания на мероприятиях. Они заинтересованы в ассоциировании своего бренда с экологически чистыми мероприятиями, что может проявляться в поддержке использования экологичной посуды или продукции из биodeградируемых материалов.	Экоспонсирование может выступать как драйвер для решений по минимизации отходов на медиасобытиях. Спонсор может предоставить дополнительные ресурсы для разработки брендированных контейнеров для раздельного сбора или же поддерживать использование рекламных материалов из перерабатываемых материалов.
Подрядчик	Подрядчики – это компании, предоставляющие услуги для проведения мероприятий: строительство павильонов, кейтеринг, транспортные услуги. Их интерес заключается в предоставлении качественных услуг при одновременном снижении экологического ущерба от своей деятельности. Рациональный и ответственный подход к использованию материалов и ресурсов – ключевой фактор успешного партнерства с организаторами.	Логистические подрядчики должны предоставлять данные о своих методиках минимизации углеродного следа. Это может быть достигнуто за счет использования более экономичных транспортных средств или через систематическое планирование загрузок транспорта для предотвращения ненужных перевозок.	Подрядчикам нужно стремиться к использованию материалов и техник строительства, которые минимизируют отходы и загрязнение окружающей среды при подготовке площадок для мероприятий.	Подрядчики-поставщики оборудования должны быть готовы предложить организаторам эффективные по энергопотреблению решения.	Поставщик услуг питания (порядчик) должен стараться использовать эффективные методы работы для уменьшения отходов продуктов и материалов. Это может быть достигнуто через инновационное оборудование для хранения и сохранности продуктов или же через программы компостирования органических отходов.	Компании-поставщики услуг должны стремиться к минимальной генерации отходов за счет использования перерабатываемых или биodeградируемых материалов при организации медийных эвентов. Также они ответственны за правильную транспортировку и утилизацию созданных отходов.
Аудитория	Аудитория мероприятий – конечные потребители контента. Учитывая возрастающую осведомленность аудитории об экологических проблемах, заботу о сохранении окружающей среды можно рассматривать как один из элементов привлечения зрителей. Экологичность может быть выражена через выбор транспорта до мест проведения событий или через активное участие аудитории в программе по переработке отходов.	Предоставление инструкций по эко-эффективной логистике до начала мероприятий поможет аудитории принять осознанный выбор транспорта.	Аудитория может выражать свое предпочтение к проведению медийных мероприятий в «зелёных» зонах через социальные сети или отказываться посещать места, не соответствующие экологическим стандартам, тем самым формируя тренд на организацию экологических событий.	Может оказывать давление на организаторов и спонсоров с целью проведения более экологических мероприятий.	Участники медиасобытий ответственны за свое потребление. Аудиторию важно информировать об экологических аспектах предложенного питания и стимулировать к выбору более зеленых опций.	Ответственное поведение каждого гостя медийного события при обращении с отходами играет большую роль. Информирование аудитории о системах разделения отходов на территории проведения может значительно повысить эффективность программ переработки.

Важно, чтобы рекомендации по управлению углеродным следом мероприятий, которые продвигает «Русская Медиагруппа», постепенно становились общепринятой отраслевой практикой.

Популяризация экоповестки

Год экологии в русской музыке.

В 2021 году «Русская Медиагруппа» запустила Год экологии в русской музыке и сделала «зеленую инициативу» одной из ключевых тем своих мероприятий и эфиров.

Совокупная аудитория экологических проектов «Русской Медиагруппы» – миллионы слушателей и зрителей по всей стране. Холдинг ставит перед собой задачу сформировать у аудитории правильные экологичные привычки, рассказать о важности заботы об окружающей среде и о том, насколько значим в этом деле вклад каждого.

В сентябре 2021 года на Восточном экономическом форуме «Русская Медиагруппа» выступила с «зеленой инициативой» и заявила о старте Года экологии в русской музыке. Медиахолдинг отметил важность социальной ответственности медиа и всей креативной индустрии в свете необходимости защиты окружающей среды.

Зеленая повестка становится все более значимой, поэтому мы посчитали своевременной инициативой объявить Год экологии в русской музыке в интересах устойчивого развития. Мы предлагаем всем участникам музыкальной индустрии продемонстрировать ту самую ответственность влияния. Каждый популярный артист действительно может на несколько процентов повлиять на общественное восприятие.

Ключевым документом инициативы стало «Зеленое соглашение», подписанное «Русской Медиагруппой» и «Российским экологическим оператором». В основе соглашения – популяризация идей и принципов рационального использования природных ресурсов, участие в природоохранных и волонтерских акциях и мероприятиях, продвижение идеологии бережного отношения к природе и формирование экологической культуры. Соглашение объединяет усилия регионов, крупных промышленных предприятий и креативной индустрии в деле формирования в обществе новой экологической нормы.

Первыми к «зеленой инициативе» присоединились российский рок-музыкант, писатель, архитектор, общественный деятель, заслуженный артист Российской Федерации Вячеслав Бутусов и российский певец, киноактер, заслуженный артист Российской Федерации Дима Билан.

В 2021 году Меморандум экологической ответственности [подписал](#) председатель Российского экологического общества Рашид Исмаилов.

В нашей стране проходит много мероприятий, направленных на экологизацию общества, но формирование новой культуры, развитие экопривычек – базовое условие, чтобы сделать нашу жизнь более экологичной. Через лидеров общественного мнения происходит формирование экологической культуры, ведь за каждым музыкантом, артистом стоит аудитория.

Председатель Российского экологического общества
Рашид Исмаилов

30 августа 2023 года в большой мультимедийной студии «Русского Радио» состоялась церемония подписания соглашения о партнерстве между «Русской Медиагруппой» и Росприроднадзором.

Освещать важнейшие экологические темы и просвещать аудиторию в вопросах охраны окружающей среды – это лучшее, что могут сделать современные средства массовой информации. Забота об окружающей среде должна стать нормой жизни для каждого человека. Для этого мы объединяем усилия.

Руководитель Росприроднадзора
Светлана Радионова



«Зеленую инициативу» поддерживают коммерческие компании, общественные организации, фонды и премии экологических инициатив и информационные партнеры, участники национального проекта «Экология».

Зеленый «Золотой Граммофон»

Год экологии для «Русской Медиагруппы» не заканчивается: специальные экологические проекты получают свое продолжение.

В 2022 году у ежегодной национальной музыкальной премии «Золотой Граммофон» появилась специальная номинация: артисты награждаются зеленым «Золотым Граммофоном». «Русское Радио» особенно выделяет исполнителя, который с особой ответственностью подходит к заботе об окружающем мире и прививает своим поклонникам правильные экологичные привычки.

Специальная зеленая номинация — это уникальная возможность поддержать тех артистов, которые активно привлекают внимание к проблемам окружающей среды. Эти представители эстрады не только создают качественную музыку, но и вносят свой вклад в борьбу за чистоту и сохранение природы.

«Зеленый Граммофон» вдохновляет и артистов, и художников. В 2024 году Всероссийский музей декоративного искусства и «Русское Радио» запустили специальную номинацию «Зеленый Граммофон» в рамках [IV конкурса-биеннале предметного дизайна «Придумано и сделано в России»](#).

Дизайнерам, скульпторам, керамистам и другим креаторам предлагается разработать статуэтку «Зеленый Граммофон» из экологичных, переработанных и биоразлагаемых материалов. Лучшая статуэтка станет наградой победителю «Зеленой номинации» 29-й музыкальной премии «Золотой Граммофон».

2022 Дима Билан

Первым в 2022 году награду получил Дима Билан, артист — экологический посол «Русского Радио». Награду певцу вручила олимпийская чемпионка по художественной гимнастике Маргарита Мамун, которая является активным участником экологических акций и проектов.

Это что-то абсолютно новое. Мы действительно с Минприроды России популяризируем вещи, которые важно донести до слушателей, любящих музыку. Большое счастье, если наши действия, наше внимание позволят нам оглянуться вокруг себя и понять, что если хорошо вокруг, то хорошо и тебе», — отметил со сцены, получая «Зеленый Граммофон».

Дима Билан

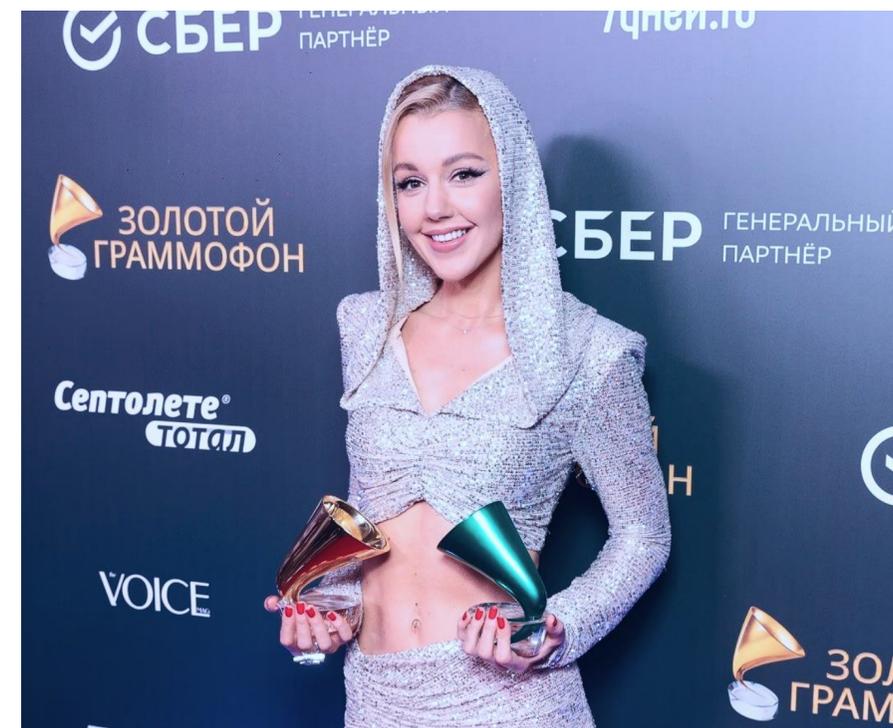


2023 Юлианна Караулова

В 2023 году зеленую статуэтку на сцене «Крокус Сити Холла» вручили Юлианне Карауловой. Юлианна Караулова не раз принимала участие в мероприятиях, ориентированных на защиту окружающей среды и просвещение молодежи. Для награждения пригласили руководителя Росприроднадзора Светлану Радионову, которая и вручила эстрадной исполнительнице зеленую статуэтку.

Мне невероятно приятно получить «Зеленый Граммофон» и быть причастной к популяризации экологического образа жизни. Это большая честь и ответственность для меня, поскольку забота об окружающей среде — это не разовая акция, а ежедневное участие, я бы даже сказала ежеминутное экологическое мышление. И если я могу быть примером для других, то это может и каждый из вас. Я верю, что защита природы — наше общее дело и вместе мы преуспеем.

Юлианна Караулова



Поддержка экопроектов

«Русская Медиагруппа» выступает информационным партнером знаковых экологических проектов страны.

▶ Детская премия «[Экология – дело каждого](#)»

«Русская Медиагруппа» сотрудничает с Росприроднадзором и выступает информационным партнером Международной детско-юношеской премии «Экология – дело каждого».

Конкурс учрежден в 2021 году. Ежегодно участникам присуждается победа за интересные, нестандартные идеи, инициативы и проекты, посвященные сохранению окружающей среды, бережному отношению к природе и популяризации экологической культуры.

Акция вовлекает детей, молодежь и взрослых в экологическую повестку, поощряет их активность в борьбе за чистую планету.

С начала реализации проекта поступили заявки из всех 89 регионов России и 70 стран, а количество работ превысило 130 тысяч. Авторы лучших идей получили смартфоны, планшеты, путевки на Черное море и денежные сертификаты.

[Более 80 вузов России поддерживают премию](#) и начисляют лауреатам, победителям, призерам дополнительные баллы к ЕГЭ. Это дает дополнительные возможности абитуриентам при поступлении на бюджетные места, целевое обучение и получение гранта от вуза на бесплатное обучение.

Существует много конкурсов, ориентированных на талантливую молодежь. Мы же не просто находим этих ребят, но и помогаем им получить максимум пользы от своей проактивной экологической позиции. Премия дает возможность социального лифта участникам со всей страны, поскольку нас поддержали лучшие вузы во многих российских регионах. И мы благодарим ректоров за сотрудничество и содействие. Вместе мы сможем вырастить лучших специалистов в сфере устойчивого развития.

Руководитель Росприроднадзора
Светлана Радионова

▶ Фестиваль дикой природы «[Золотая черепаха](#)»

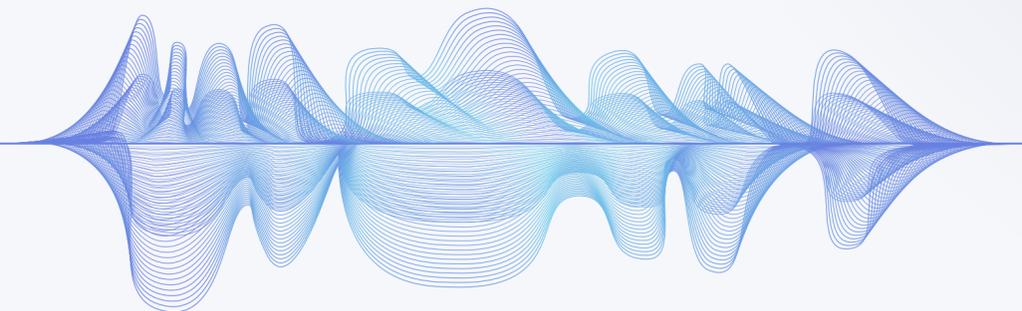
«Русская Медиагруппа» выступает генеральным информационным партнером фестиваля дикой природы «Золотая черепаха».

Международный конкурс фотографий дикой природы объединяет множество тематических мероприятий. Свои работы на фестиваль ежегодно подают тысячи участников, а членами жюри являются известные фотографы со всего света.

«Золотая Черепаха» входит в тройку крупнейших фестивалей природной фотографии в мире. Важная часть фестиваля – просветительская программа: лекции и мастер-классы с ведущими экологами и фотографами, кинопоказы и другие тематические мероприятия проводятся в течении нескольких дней.

«Золотая черепаха» уже стала великим проектом, и очень приятно наблюдать, как начинания талантливых людей развиваются. Для нас речь давно не идет о формальном партнерстве – это дружба в интересах важной и интересной сферы: людей, которые фантастически фотографируют дикую природу, создают настоящие образцы искусства.

Управляющий директор «Русской Медиагруппы»
Дмитрий Медников



▶ Акции проекта «Вода России»

«Русская Медиагруппа» рассказывает об инициативах по сохранению водных ресурсов многомиллионной аудитории слушателей. Ежегодно акция «Вода России» («Берег добрых дел») собирает жителей страны для участия в субботниках.

12 ноября 2022 года в четырех локациях республики Ингушетия прошел субботник. Ключевой точкой стал берег реки Асса. Мероприятие было организовано в рамках Всероссийской акции по уборке береговых линий водных объектов «Вода России» и прошло при информационной поддержке «Русской Медиагруппы».

16 сентября 2023 года в рамках совместного мероприятия Минприроды России и «Москвариума» при поддержке «Русской Медиагруппы» в селе Турка сотни волонтеров очистили от мусора 10 км береговой линии озера Байкал.

▶ Фонд «Дальневосточные леопарды»

В 2022 году на площадке Восточного экономического форума Фонд «Дальневосточные леопарды» и «Русская Медиагруппа» заключили соглашение о сотрудничестве, предполагающее поддержку в области продвижения в публичном информационном поле природоохранных проектов.

Главная задача данного соглашения, которую видит перед собой «Русская Медиагруппа», – рассказать более чем 30-миллионной аудитории слушателей о возрождении дикой популяции дальневосточного леопарда – самой редкой в мире крупной кошки, обитающей в Приморском крае и на небольшом участке Китая. В начале 2000-х годов в мире насчитывалось всего около 35 особей. А по данным последних исследований, только в России отмечен 121 дальневосточный леопард. Помимо этого, соглашение предполагает организацию и поддержку природоохранных мероприятий и акций, консультативную помощь, обмен информацией и в целом продвижение идеологии бережного отношения к природе.

▶ Российский экологический форум

«Русская Медиагруппа» – информационный партнер Российского экологического форума (РЭФ), крупнейшего отраслевого события, которое объединяет главных игроков сферы обращения с твердыми коммунальными отходами.

Впервые РЭФ прошел в 2021 году и с тех пор проводится ежегодно.

В рамках спортивной программы рамках РЭФ-2023 состоялся велоаезд по трассе в живописном Можайском районе в окрестностях деревни Бородино. В гонке приняла участие команда радио MAXIMUM.

▶ Участие в конференциях и форумах

Директор по устойчивому развитию «Русской Медиагруппы» Маргарита Буторина делится опытом в рамках мероприятий, посвященных ESG-тематике.

На площадке Восточного экономического форума-2023 «Русская Медиагруппа» приняла участие в сессии «Люди, которые меняют мир».

В сентябре 2023 года состоялся Глобальный Финансовый Форум [ECUMENE 2023](#). Маргарита Буторина рассказала о роли медиа в «синей экономике» и экономике воды.

5 октября 2023 года на III ежегодной конференции [«ESG-day «Эксперт РА»: от прозрачности к выгоде»](#) директор по устойчивому развитию «Русской Медиагруппы» приняла участие в сессии «ESG-прогресс 2023: как меняется повестка?».

10 октября 2023 года в рамках [Российского экологического форума](#) прошла сессия «Пиар в экологии: гринвошинг vs. зеленые тренды»

Медиа играют огромную роль в ESG-тематике. От них, в первую очередь, зависит информированность аудитории о ESG-ответственности компаний, а также сам образ ESG-повестки, понимание ее актуальности и важности. Мы, как охватное и ответственное медиа, стремимся популяризировать знания о «зеленой повестке», а также поддерживать важные инициативы российских компаний в сфере ESG.

Директор по устойчивому развитию «Русской Медиагруппы»
Маргарита Буторина

Об Отчете

Данный документ является первым нефинансовым Отчетом «Русской Медиагруппы», в котором содержится информация о ключевых инициативах в области устойчивого развития Компании. Отчет адресован широкому кругу заинтересованных лиц.

«Русская Медиагруппа» не является публичной компанией, в связи с чем количественные данные, касающиеся экологических, социальных и экономических аспектов деятельности Компании раскрыты частично.

Выбор показателей для раскрытия основан на рекомендациях The Global Reporting Initiative (GRI), Sustainability Accounting Standards Board (SASB), Приказа Минэкономразвития России от 1 ноября 2023 г. № 764 «Об утверждении методических рекомендаций по подготовке отчетности об устойчивом развитии».

Выбор существенных тем для раскрытия определялся методом экспертной оценки на основании рекомендаций карты материальности SASB «Управление контентом в индустрии интернет-медиа и услуг» (сектор «Технологии и коммуникации»).

В Отчете раскрывается подход к реализации ESG-практик деятельности «Русской Медиагруппы», ее управляющей компании и юридических лиц, входящих в состав Группы.

Основной фокус документа — раскрытие информации с 1 января 2023 года по 31 декабря 2023 года, также Отчет содержит качественные и количественные данные за другие периоды: инициативы предыдущих лет включены в Отчет для предоставления заинтересованным сторонам ретроспективной информации о результатах в области устойчивого развития.

В настоящем Отчете термины «Компания», «Группа», «холдинг» относятся к «Русской Медиагруппе» (РМГ). Если контекст не указывает на иное или не требует иного, все используемые названия продуктов, торговые наименования, товарные знаки, знаки обслуживания или логотипы являются интеллектуальной собственностью Компании. Все права на нее защищены.

Отчет также может содержать торговые названия других коммерческих и некоммерческих организаций и не предполагает, что использование или отображение этих торговых наименований подразумевает какую-либо поддержку или спонсорство.

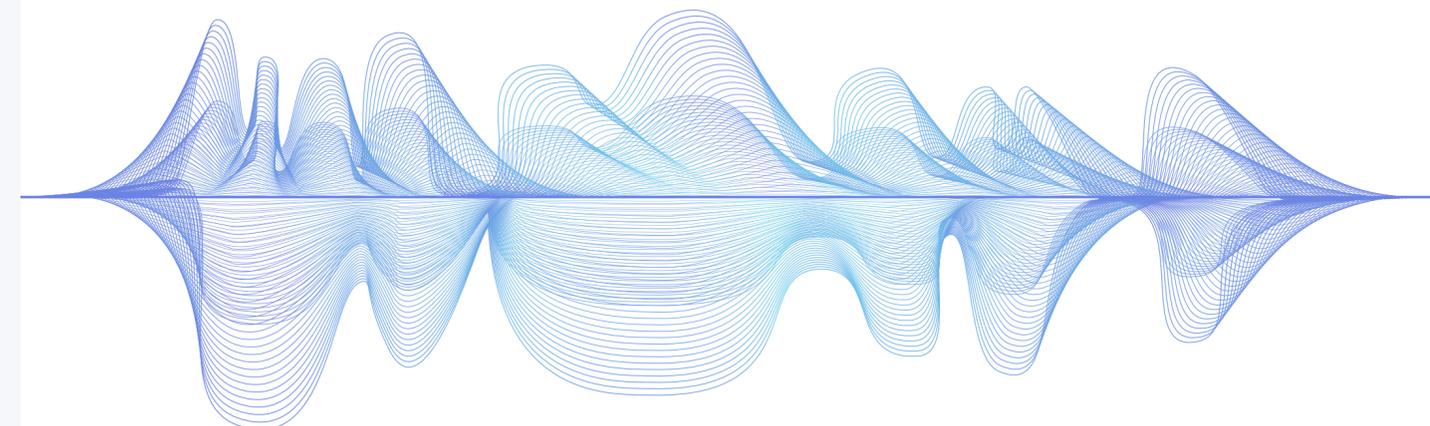
Информация в Отчете, включая данные о продукте, конкурентных позициях и тенденциях рынка, подготовлена Компанией в рамках корпоративной системы отчетности. Собранные данные прошли внутреннее согласование, проверку полноты и корректности. Информация не была проверена какой-либо третьей стороной.

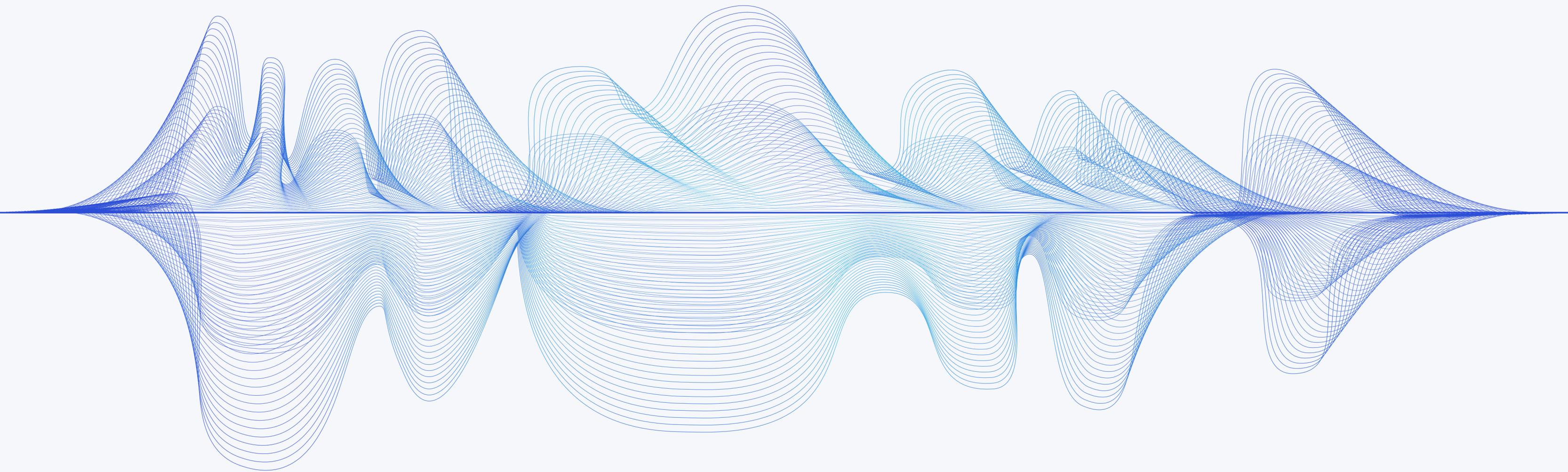
Отчет также может содержать некоторые отраслевые и рыночные данные, полученные из открытых источников, а также результаты исследований и опросов, проведенных третьими сторонами.

Запросить дополнительную информацию по тематике Отчета, а также высказать свои мнения о данной публикации и внести предложения по совершенствованию нефинансовой отчетности «Русской Медиагруппы» можно, обратившись к директору по устойчивому развитию Маргарите Буториной, email: m.butorina@rr.ru.

Существенные темы и заинтересованные стороны

Информационная безопасность и кибербезопасность	Корпоративное управление	Надежность и эффективность работы оборудования
Аудитория Государство Сотрудники Партнеры	Аудитория Сотрудники Партнеры	Аудитория Сотрудники Партнеры
Деловое поведение и этика	Здоровье и благополучие	Доступность
Аудитория Государство Сотрудники Партнеры	Сотрудники Аудитория	Аудитория Партнеры
Повышение уровня экологической и социальной ответственности	Создание партнерских отношений	Инновации
Аудитория Государство Сотрудники Партнеры	Бизнес Аудитория Государство	Аудитория Сотрудники Партнеры





Все будет хорошо