

The logo for 1+1 media, featuring the number '1+1' in a stylized red font and the word 'media' in a bold black font.

1+1 media

group of companies

A horizontal bar composed of several colored segments: purple, orange, blue, green, red, orange, purple, blue, green, and red.

ЗВІТ З КОРПОРАТИВНОЇ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

2016 рік

ЗМІСТ

Про нас

Взаємодія зі стейкхолдерами

Суттєві питання

Відповідальний контент

Власне виробництво українського продукту

Розвиток співробітників

Освітні проекти для молоді

Екологічна відповідальність

Покращення здоров'я українців

Захист авторських прав

*(Для переходу на розділ
натисніть на назву)*



ЗВЕРНЕННЯ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

Ми розуміємо, що **НАШУ РОБОТУ БАЧАТЬ УСІ** і щодня наш контент бачать мільйони українців. Це велика відповідальність, адже своїм впливом ми можемо змінювати життя людей. І нам дуже важливо, щоб ці зміни були позитивними та якісними.

Наша команда враховує інтереси суспільства та є ініціатором позитивних змін. Ми вважаємо, що **відповідальність стосується не лише контенту, але й поведінки кожного.**

З **2013 року ми почали впроваджувати соціальні проекти у медіа-групі** і, мені приємно спостерігати, що за 4 роки наш шлях став більш стратегічно сфокусованим і ефективним. Останнім часом, говорять, що корпоративна соціальна відповідальність - це новий модний тренд, але ми розуміємо, що **для нас це вже стало стилем поведінки й способом життя.**

І сьогодні ми вже можемо продемонструвати свій перший КСВ-звіт, в якому розповідаємо про роботу медіа-групи, наші досягнення, відповідальний контент, екологічні ініціативи та головні аспекти діяльності за останні 4 роки, але більше уваги приділяємо 2016 року.

Цього року ми розробили КСВ-стратегію, яка охоплює п'ять напрямків: **щасливі співробітники, здорова нація, якісна освіта, чисте довкілля та захист авторських прав.** Реалізацію проектів здійснює команда, якою я дуже пишаюся, а це – **понад 1 800 творчих людей.**


ЦЕ - ЛЮДИ, З ЯКИМИ МИ СТВОРЮЄМО КОНТЕНТ ДЛЯ ВАС ТА БУДУЄМО МАЙБУТНЄ НАШОЇ КОМПАНІЇ ТА УКРАЇНИ.

З деякими з них ви познайомитесь вже скоро - на сторінках цього звіту.

Приємного читання!

З повагою,
Олександр ТКАЧЕНКО





Ми розуміємо, що створюємо контент,
який не лишає людей байдужими.

Наша місія відображає те,
що ми хочемо бачити кожен день та
задля чого приходимо на роботу:

« Ми створюємо КОНТЕНТ, ЯКИЙ ЗМІНЮЄ
уявлення людей про світ та про себе »

ПОВАГА ВІДКРИТІСТЬ ЛЮБОВ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЧЕСНІСТЬ СМІЛИВІСТЬ

Щоденна діяльність великої команди
1+1 медіа базується на цінностях.

Це наші правила життя,
якими ми керуємось, спілкуючись
з людьми, приймаючи рішення
та реалізуючи робочі проекти.



СМІЛИВІСТЬ

- Ми вітаємо сміливість зростати
- Досягаючи успіху, ми хочемо більшого
- У нас достатньо сміливості,
аби уявити неможливе та знайти можливість це реалізувати
- У своїх діях ми керуємось сміливістю, а не страхом
- Тут працюють найкращі,
які усвідомлюють та розвивають свій потенціал



ЧЕСНІСТЬ

- Ми чесні перед собою та колегами –
кажемо правду щиро та коректно
- Ми прагнемо завжди вести відкриті партнерські стосунки
- Ми розуміємо, що мета не виправдовує засобів її досягнення.
Виграє той, у стосунках з ким виграють усі
- Ми визнаємо власні помилки та вчимося на них

ПОВАГА
ВІДКРИТІСТЬ
ЛЮБОВ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
ЧЕСНІСТЬ
СМІЛИВІСТЬ



ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

- Ми несемо та розуміємо відповідальність перед аудиторією
- Ми розуміємо, що нашу роботу бачать усі
- Ми розуміємо, що співробітники та компанія рівною мірою несуть відповідальність перед партнерами
- Ми несемо відповідальність перед власником за результат своєї роботи
- Ми несемо відповідальність за свої рішення, відповідальність – це сила нашого потенціалу



ВІДКРИТІСТЬ

- Ми готові чути
- Ми говоримо прямо, без натяків
- Ми прагнемо спочатку зрозуміти, а потім дати зрозуміти себе. Коли нам щось неясно, ми ставимо запитання та з'ясовуємо ситуацію, а не стосунки
- Ми відкрито спілкуємося з усіма, незалежно від посади та позиції в компанії, зберігаючи дистанцію поваги
- Ми приймаємо конструктивний зворотній зв'язок як можливість для розвитку
- Ми будуємо довіру на перевірненій інформації і не керуємося чутками
- Відкритість – це наша готовність до контакту та сприйняття нового та інакшого



ПОВАГА ТА ЛЮБОВ

- Ми приймаємо колег такими, як вони є, і не намагаємося їх виправити, ми розуміємо, що всі ми різні
- Ми вирішуємо задачі, а не воюємо з колегами
- На роботі ми поважаємо колег і не керуємося настроєм, навіть якщо сердимось на них
- Ми шукаємо рішення, а не винних
- Ми вчимося сприймати та розуміти особливості та розбіжності
- Ми готові заохочувати

**ПОВАГА
ВІДКРИТІСТЬ
ЛЮБОВ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
ЧЕСНІСТЬ
СМІЛИВІСТЬ**



« НАШІ ДОСЯГНЕННЯ

у 2016 році »



1. ТЕЛЕТРІУМФ

ТЕЛЕТРІУМФ — перша українська премія в галузі телебачення, заснована 14 грудня 2000 року Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення. Щорічно експерти з Української телевізійної академії називають найкращих у сфері телевізійного мовлення. Переможці у наступних номінаціях у 2016 році:

Номінації

«Ведуча інформаційно-аналітичної програми»

«Найкраща інформаційна програма»

«Ведучий розважальної програми»

«Найкраща програма для дітей»

«Форматне талант-шоу»
«Найкраща продюсерська група телевізійної програми»

«Програма журналістських розслідувань»

«Найкращий телевізійний дизайн (ID) каналу»

«Ефірне промо»

«Найкращий документальний фільм»

Переможці

ведуча «ТСН. Тиждень», **Алла Мазур** (7 років перемоги)

«ТСН»

Дмитро Комаров, ведучий програми «Світ навиворіт»

«Це наше і це твоє. Очима дітей», канал ПЛЮСПЛЮС

вокальне шоу **«Голос країни»**, **Вікторія Лезіна**,
Володимир Завадюк, **Ганна Аксютенко**, **Руслан Квінта**

«Гроші» (шоста перемога в цій номінації)

«25 незалежних років» каналу 1+1

промокампанія **«Моя країна. Прекрасна і незалежна»**

стрічка **«Україна. Повернення своєї історії»**, **Акім Галімов**



СВІТ
наживоріт

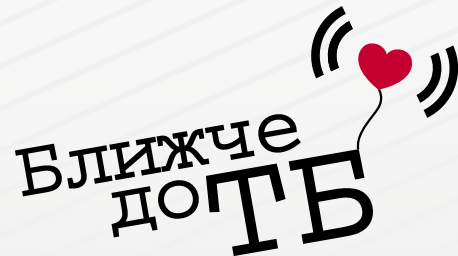
З ДМИТРОМ КОМАРОВИМ

2. NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELER AWARDS

Авторська програма **Дмитра Комарова «СВІТ НАВИВОРІТ»** налічує вже 8 сезонів, а в 2016 році передача здобула нагороду **National Geographic Traveler Awards** як найкраща програма про мандрівки.

3. HR БРЕНД 2016:

2 місце В номінації «Столиця» – за проект зі стажування «**Ближче до ТБ**».
Від «на ТБ по знайомству» до «на ТБ по таланту».



3 місце В номінації «Україна» – за проект Освітній бізнес-проект
«**Вища Школа Media & Production. Смільвість зростати!**»



4. ГОЛОВНА МАРКЕТИНГОВА ПРЕМІЯ **EFFIE AWARDS UKRAINE:**

Телеканал **ПЛЮСПЛЮС** здобув срібло за проект
«ЦЕ НАШЕ І ЦЕ ТВОЄ. ОЧИМА ДІТЕЙ».

ВАЛЕРІЙ ВАРЕНИЦЯ, комерційний директор сейлз-хаузу «ПЛЮСИ»,
відзначений нагородою **«Слід в рекламі»** за внесок
у розвиток та формування рекламного ринку України.





ПЕРЕМОЖЦІ



5. НАЙПРЕСТИЖНІША МІЖНАРОДНА ПРЕМІЯ PR ПРОЕКТІВ «EXCELLENCE AWARDS»:

«ПЕРЕМОЖЦІ» - проект, героями якого є воїни-учасники АТО, покликаний привернути увагу до проблем протезування в Україні, потрапив у шорт-лист.

6. **1+1 Медіа** здобула перше місце у номінації **«ІННОВАЦІЙНІСТЬ ТА ВІДВАГА РОКУ»** як прогресивне ТБ, що вийшло за рамки екранів.
7. Друге місце у номінації **«Генеральний директор, орієнтований на маркетинг»** посів **ОЛЕКСАНДР ТКАЧЕНКО**.



МОЯ КРАЇНА

ПРЕКРАСНА І НЕЗАЛЕЖНА

8. Першість у номінації **«Найкраща подача про Україну»** отримали телеканал **1+1**, **Перша приватна броварня та спецпроект «Моя країна. Прекрасна і незалежна»** за політ думки та погляд згори вниз.

1+1 media

group of companies

2016

ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ БІЗНЕС

1+1

ТЕТ

2+2

ПЛЮС
ПЛЮС

дiзiдi

УНІАН

1+1
international

UT UKRAINE
TODAY

ВИРОБНИЦТВО КОНТЕНТУ

1+1
ПРОДАКШН



ГРУПА АДАПТАЦІЇ
ТЕЛЕПРОДУКТУ



ДЕПАРТАМЕНТ
ЖУРНАЛІСТСЬКИХ
ПРОЕКТІВ



ДЕПАРТАМЕНТ
НОВИН



УПРАВЛІННЯ
СПОРТИВНИХ
ПРОЕКТІВ



ДЕПАРТАМЕНТ
РАНКОВОГО
МОВЛЕННЯ

БІЗНЕС-ПАРТНЕРИ

ТСН.ua

УНІАН
Інформаційне агентство



телекритика

ВИЩА ШКОЛА
MEDIA AND
PRODUCTION

ГЛАВРЕД

•OVVA

ДИСТРИБУЦІЯ КАНАЛІВ

KVARTAL
TV

nickelodeon

nick jr.



ТИ НЕ ОДИН

ТЕЛЕКАНАЛ 1+1

Детальніше:



Це перший україномовний національний канал. 1+1 почав мовлення у вересні 1995 року, фактично започаткувавши сучасне українське телебачення. За результатами 2016 року 1+1 є лідером телеперегляду по основних комерційних аудиторіях, як у середньому за добу, так і в праймі. Частка за комерційною аудиторією каналу (18-54 вся Україна) у 2016 році склала 11.5%, рейтинг - 1.8%. По аудиторії 18-54 50K+ канал також утримує першість із часткою 10.0% і рейтингом 1.4%. 1+1 є беззаперечним лідером прайму з часткою 12.9% і рейтингом 4.1% по аудиторії 18-54 вся Україна та часткою 11.4% і рейтингом 3.4% по аудиторії 18-54 50K+.

Технічне покриття території України - 98%

Телевізійна служба новин «ТСН» є беззаперечним лідером новинного сегменту, програмою, якій довіряють мільйони українців. Так, «ТСН» регулярно дивиться більше половини аудиторії новин, і саме «ТСН» глядачі найчастіше називають улюбленою програмою новин. У 2016 році частка «ТСН» у будні склала 15.1% по аудиторії 18-54 вся Україна та 13.4% по аудиторії 18-54 50К+, що, відповідно, на 31% та 17% вище частки найближчого конкурента. Середня аудиторія випуску тижневої аналітичної програми «ТСН-Тиждень» у 2016 році перевищує 2 мільйони глядачів. А **«Сніданок з 1+1»** - лідер слоту як по аудиторії 18-54 вся Україна (частка 11.7%), так і по аудиторії 18-54 50К+ (частка 10.3%).



Візитною картою 1+1 були та залишаються продукти власного виробництва. 1+1 задає тон не тільки у виробництві оригінального контенту, а й в адаптації закордонних форматів. Наприклад, перше форматне шоу на українському телебаченні - «ТАНЦІ З ЗІРКАМИ» та нідерландський формат «ГОЛОС КРАЇНИ», і досі інші ринки орієнтуються саме на версію 1+1. Телеканал став першим каналом, який зробив пріоритетним власне серіальне виробництво. Файна патріотична комедія «ОСТАННІЙ МОСКАЛЬ» у 2014 році стала найрейтинговішим серіалом на українському телебаченні. З великим успіхом пройшли й інші серіали виробництва 1+1 Продакшн та Студії «Квартал 95».





ТЕЛЕКАНАЛ 2+2

Детальніше:




Загальнонаціональний український телеканал, що пропонує глядачам якісну добірку інформаційних та суспільно-політичних проектів власного виробництва, розважальних програм, фільмів, серіалів, топових футбольних трансляцій, орієнтованих переважно на чоловічу аудиторію. Цільова аудиторія (станом на 2017 рік) - чоловіки віком 18-54 років. Середня частка (shr) перегляду телеканалу у 2016 році досягла 4,2% за добу та 4,5% у прайм-тайм (19:00-23:00) за цільовою аудиторією телеканалу у містах із населенням понад 50 тис. мешканців.

Технічне покриття території України - 81%



ТЕЛЕКАНАЛ ТЕТ

Детальніше: 

Ефірна сітка каналу — це розважальний контент, основу якого складають програми власного виробництва: комедійні телесеріали, реаліті-шоу, а також прем'єри закордонних серіалів. За результатами 2016 року ТЕТ посів 4 місце серед українських каналів, та неодноразово виходив на друге місце за добовою часткою за цільовою аудиторією (віком 8-40 років). Щодня канал ТЕТ дивиться більше ніж 8,2 млн. українських глядачів.

Технічне покриття території України - 92,4%.



ТЕЛЕКАНАЛ ПЛЮСПЛЮС

Детальніше: [www](http://www.plusplus.com.ua)

ПЛЮСПЛЮС – анімаційний, розважально-пізнавальний телеканал для сімей з дітьми дошкільного та шкільного віку. ПЛЮСПЛЮС – це продукти власного виробництва, найкраще зі світової анімації, улюблені Disney, Nickelodeon, а також розвивальні та пізнавальні програми. За показниками телеперегляду з 2015 року ПЛЮСПЛЮС – абсолютний лідер для дітей серед усіх каналів України.

Канал славиться проектами власного виробництва соціального забарвлення, серед яких «Казка з татом», «Це наше і це твоє», «Корисні підказки», «Додай любові» та інші.



ТЕЛЕКАНАЛ 1+1 INTERNATIONAL

Детальніше: 

Україномовний канал, орієнтований на представників українських діаспор, а також наших співвітчизників, які перебувають за кордоном. 1+1 International є міжнародною версією популярного українського телеканалу 1+1.

За задумом авторів концепції 1+1 International, оперативні випуски «Телевізійної служби новин» (ТСН), публіцистичні, документальні та культурологічні проекти допоможуть нашим співвітчизникам у всьому світі відчутти пульсацію життя сучасної України.

1+1 International - канал для сімейного перегляду. Тут представлено весь спектр програм для глядачів будь-якого віку: від мультфільмів та розважальних передач до інтелектуальних ток-шоу та документального кіно. Усе найкраще, що є на українському телебаченні, представлено в ефірі каналу 1+1 International.



ТЕЛЕКАНАЛ БІГУДІ

Детальніше:



Канал задовольняє потребу українських жінок у серіалах. Від початку мовлення частка телеканалу за аудиторією жінки 18-54 по всій Україні зросла у 4 рази. Завдяки каналу українки мають змогу відпочивати і водночас переживати разом з героями серіалів справжній вир емоцій.

Технічне покриття території України - 26.5%



УНІАН ТБ

Детальніше: [www](http://www.unian.com.ua)

Телеканал орієнтовано на переважно чоловічу аудиторію. В основі програмного наповнення — новини, аналітичні та публіцистичні програми, документальні фільми, спорт і кіно.



Ukraine Today – англomовний новинний ресурс, покликаний надавати достовірну інформацію про події в Україні та країнах Східної Європи. Проект було представлено у серпні 2014 року під час загострення російської агресії проти України.

СОЦІАЛЬНА РОЛЬ ПРОЕКТУ

- Бути голосом Нової Європи у світі
- Інформувати міжнародну аудиторію про події в Україні та регіоні
- Протистояти російській пропаганді, керуючись принципами Свободи слова та інформації
- Підтримувати інтерес іноземної аудиторії до подій в Україні
- Надавати експертну думку та глибокий аналіз подій у регіоні
- Залучати міжнародних експертів до дискусії по гострим питанням, особливо щодо безпеки у регіоні
- Розповідати іноземній аудиторії про культурну спадщину та туристичну привабливість України

РЕЗУЛЬТАТИ

- Близько 9 млн унікальних відвідувачів із понад 100 країн на сайті за 2016 рік
- Телемовлення (з 2014 по 2016 роки) велось у країнах Європи, Близького Сходу, у США та Канаді
- За період існування проекту реалізовано спільні проекти з МЗС та Міністерством Економіки
- Ukraine Today виступив співорганізатором першого Міжнародного форуму з безпеки, що пройшов улітку 2016 року в Одесі за участю міжнародних експертів та дипломатів, зокрема послів США, Іспанії, Нідерландів
- Понад 200 тис. підписників проекту у соціальних мережах

КАНАЛ ЗАВЕРШИВ СВОЮ ТРАНСЛЯЦІЮ НА ПОЧАТКУ 2017 РОКУ.

ЧАСТКА РИНКУ

Аудиторія 4+, вся Україна					
	2014	2015	2016	Δ 2016 VS 2015	Δ 2016 VS 2014
	shr%	shr%	shr%	%	%
1+1	10,6	11,3	11,0	-3,0	4,0
2+2	2,4	2,6	2,4	-9,0	-2,0
ТЕТ	3,4	3,4	3,6	7,0	7,0
ПЛЮСПЛЮС	1,6	2,3	2,6	13,0	64,0
Бігуді	0,2	0,5	0,7	47,0	214,0
УНІАН	0,1	0,2	0,2	-6,0	7,0
Група «1+1 медіа»	18,4	20,3	20,5	1,0	11,0

■ Дані дослідження ТБ-аудиторії належать ІТК. Оператор панелі – Nielsen; моніторинг – Комунікаційний Альянс. Дані розраховані для цільової аудиторії: 4+ (люди, старші 4х років), вся Україна. Дані розраховані за показником shr%.

■ shr% (Share) – частка аудиторії.

Відсоток глядачів, що подивились TV-канал, від загальної їх кількості у певних проміжках часу.

ЧАСТКА РИНКУ

Аудиторія 4+, вся Україна

	2014	2015	2016	Δ 2016 VS 2015	Δ 2016 VS 2014
	shr%	shr%	shr%	%	%
Група «1+1 медіа»	18,4	20,2	20,5	1,0	11,0
Група «Інтер»	25,1	23,8	21,6	-9,0	-14,0
Група «Старлайт медіа»	22,6	21,9	22,0	0	-2,0
Група «Україна»	9,8	11,3	12,6	12,0	28,0

- Дані дослідження ТБ-аудиторії належать ІТК. Оператор панелі – Nielsen; моніторинг – Комунікаційний Альянс. Дані розраховані для цільової аудиторії: 4+, вся Україна. Дані розраховані за показником shr%.
- Відсоток глядачів, що подивились TV-канал, від загальної їх кількості у певних проміжках часу.

1+1 ПРОДАКШН

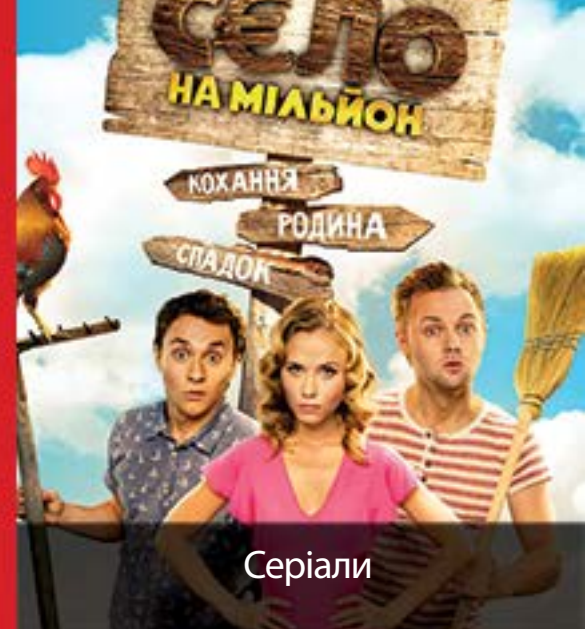
Детальніше:



Лідери з виробництва телевізійного контенту у Східній Європі. Створюємо програми для каналів групи 1+1 медіа і за межами України.



Концерти та студійні шоу



Серіали



Реаліті



Документальні



Скріптед реаліті



Комедії



ГРУПА АДАПТАЦІЇ ТЕЛЕПРОДУКТУ

- Група адаптації телепродукту 1+1 Продакшн відповідає за україномовний дубляж та озвучування фільмів і серіалів. Існує з липня 2008 року.
- Групою озвучено та дубльовано понад 3000 фільмів, близько 500 серіалів та 200 мультфільмів. Адаптовано велику кількість проектів з різних мов світу, таких як англійська, грецька, голландська, датська, індійська, іспанська, італійська, корейська, німецька, норвезька, польська, португальська, румунська, російська, тайська, турецька, фінська, французька, шведська та японська.
- Першим україномовним дубляжем, що вийшов на екрани телеканалу 1+1, був серіал «Некраса по-американськи».

ТСН.ua



ТСН.UA

Детальніше: [www](http://www.tsn.ua)

- Щомісяця близько 3.5 мільйонів унікальних відвідувачів дізнаються новини саме з ТСН.ua. Понад 40% з них роблять це з мобільних пристроїв.
- Основні випуски новин ТСН о 19:30 і ТСН. Тиждень транслюються на сайті жестовою мовою. Здійснюють викладачі жестової мови київської школи-інтернату Тетяна Радченко і перекладач жестової мови в театрі жести і міміки Людмила Руденко.
- В рамках ТСН.ua працюють жіночий портал ЛЕДІ.ТСН, автомобільний портал АВТО.ТСН та спортивний ТСН.ПРОСПОРТ.
- Восени 2016 року відкрився розділ «Книжки», в якому представлено глави популярних прозових та поетичних творів різних жанрів; навкололітературні інтерв'ю, розгорнуті рецензії та блоги відомих літературознавців та авторів бестселерів.

УНІАН

Детальніше: [www](http://www.unian.com.ua)



- Перше недержавне незалежне інформаційне агентство України, засноване 1993-го року, в якому функціонують різноманітні напрямки: служба суспільно-політичних новин, служба економічних новин, моніторинг ЗМІ, прес-центр.
- Щоденно продукує понад 300 новин із політичного та економічного життя України та її сусідів, що поширюються серед передплатників (ЗМІ, дипломатичні представництва, банки та компанії, експертні групи, державні установи, рейтингові агенції та інвестиційні фонди) українською, російською та англійською мовами.
- В 2016 році запустився погодній сервіс, на якому крім прогнозів, читачі можуть прочитати найсвіжіші новини про стихійні явища, погодні катаклізми та зміни клімату з усього світу.
- Має фотосервіс, що забезпечує ілюстраціями найважливіших подій у житті держави вітчизняні та закордонні ЗМІ.

ГЛАВРЕД

Детальніше: www

ГЛАВРЕД



- Інтернет-видання «Главред» в грудні 2016 року відзначило своє 14-річчя. Тематика видання - політика, економіка, культура, спорт, соціальні проблеми, життя Києва, шоу-бізнес і багато іншого.
- «Главред» — це оперативні новини, аналітичні статті, коментарі провідних експертів, яскраві фоторепортажі, свіжий неупереджений погляд на події в Україні та в світі.



телекритика



ТЕЛЕКРИТИКА

Детальніше:



- Це онлайн-ресурс, що виробляє власний контент.
- Критика телепродукту, оцінка якості телепрограм, теленовин і ток-шоу; висвітлення подій медіа-ринку, рейтингів телеперегляду; огляди, аналітика процесів на телеканалах, у друкованих та електронних ЗМІ, а також у навколomedійній сфері, законодавство і право в медіа-галузі України та світу, права журналістів, розвиток регіональних медіа.
- Дуся — перший український медіа-таблоїд.

• OVVA



OVVA.TV

Детальніше:

[www](http://www.ovva.tv)

- Це система дистрибуції відеоконтенту, що складається з веб-платформи, на якій надається безкоштовний доступ до контенту 1+1 медіа та партнерів сервісу, авторизованого відеоплеєра, а також інструмента SUDUM - технологічно-правової системи, яка надає можливість запобігти розповсюдженню піратських копій відеоматеріалів в мережі Інтернет.
- Платформа адаптована під більшість сучасних пристроїв, що використовуються для споживання контенту: смартфони, планшети, ноутбуки, Smart TV. Сервіс доступний для перегляду у будь-якій точці світу, де є доступ до мережі Інтернет. У 2017 році OVVA.TV перезапущено як 1+1 VIDEO.

1+1 video



КВАРТАЛ.TV (ДИСТРИБУЦІЯ)

Детальніше:



Студія «Квартал 95» та 1+1 медіа представляють: КВАРТАЛ TV – телеканал для людей з почуттям гумору! КВАРТАЛ TV – яскравий телеканал, який радує глядачів найкращими гумористичними шоу, концертами, серіалами, фільмами та мультфільмами від Студії «Квартал 95». КВАРТАЛ TV – цілодобовий телеканал, який можна знайти в мережах кабельного телебачення та через супутниковий зв'язок.



NICKELODEON (ДИСТРИБУЦІЯ)

Дитячий розважальний канал, який дивиться на світ очима дитини.

Контент Nickelodeon складається з кількох блоків, призначених для різної аудиторії: у розвивальний блок входять мультфільми для дітей віком 3-7 років («Вспиш і диво-машинки», «Щенячий патруль» тощо). Високоякісна анімація («Губка Боб Квадратні Штани», «Черепашки-ніндзя», «Мій галасливий дім» та ін.) збирає біля екранів дітей віком 7-12 років і їхніх батьків. Захопливі серіали для аудиторії 7-16 років («Сем і Кет», «Привиди будинку Хатевей», «Чаклунська історія», «Класна школа» тощо) розвивають лідерські якості та неординарність, показують, що відрізнятись від інших не страшно і навіть чудово.



NICK JR. (ДИСТРИБУЦІЯ)

Розумний телеканал для наймолодших. Із Nick Jr. діти не тільки розважаються, але й розвиваються!

Інтерактивний телеканал створений спеціально для навчання дошкільнят й розкриття їхніх талантів.

ЯК МИ ВЗАЄМОДІЄМО ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

	Сайт медіагрупи та телеканалів, портали медіа-групи	Прямі комунікації	Соціальні мережі	Телеканали медіа групи	Публікації у ЗМІ, прес-релізи	Форуми, круглі столи, конференції, членство в організаціях	Внутрішній портал, внутрішні комунікації, дайджест	Заходи
Співробітники	+	+	+	+	+		+	+
Телеглядачі		+		+				+
Партнери	+	+	+	+	+	+		+
Державні органи	+	+	+	+	+	+		+
Акціонери	+	+	+	+	+			+
Міжнародні організації	+	+	+	+	+	+		+
Громада (громадські організації, благодійні організації, школи, лікарні, дитячі будинки)	+	+	+	+	+	+		+
ЗМІ	+	+	+	+	+	+		+
Інтернет-аудиторія	+	+	+		+			+
Національна рада з питань телебачення та радіомовлення	+	+	+	+	+	+		

- Медіа-група взаємодіє із широким колом зацікавлених сторін, прагнучи знаходити розумний баланс інтересів як у стратегічному плануванні, так і в вирішенні питань поточної діяльності.

СУТТЄВІ ПИТАННЯ ЗВІТУ

- Відповідальний контент
- Власне виробництво українського продукту
- Розвиток співробітників
- Освітні проекти для молоді
- Екологічна відповідальність
- Покращення здоров'я українців
- Захист авторських прав





ПОВАГА
ВІДКРИТІСТЬ
ЛЮБОВ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
ЧЕСНІСТЬ
СМІЛИВІСТЬ

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ КОНТЕНТ

Ми усвідомлюємо свою відповідальність за контент, який щодня транслюємо для мільйонів українців, які проживають в Україні і за кордоном.

Ми розуміємо, що основними цінностями будь-яких засобів масової інформації є точність, незалежність та об'єктивність. У своїй роботі ми керуємось редакційним статутом, який містить вимоги щодо створення та поширення інформації.

В нашій редакційній політиці ми НЕ ДОПУСКАЄМО:

- Поширення відомостей, що становлять державну таємницю або інформацію, яка охороняється законом
- Необґрунтованого показу насильства
- Пропаганди винятковості, зверхності або неповноцінності осіб за ознаками їхніх релігійних переконань, ідеології, належності до тієї чи іншої нації або раси, фізичного або майнового стану, соціального походження
- Трансляції програм або відеосюжетів, які можуть завдати шкоди фізичному, психічному чи моральному розвитку дітей та підлітків, якщо вони мають змогу їх дивитися
- Поширення і реклами порнографічних матеріалів та предметів
- Пропаганди наркотичних засобів, психотропних речовин
- Використання у програмах прихованих вставок, які впливають на підсвідомість людини та/або чинять шкідливий вплив на стан здоров'я



Під час виборчих кампаній телеканали медіа-групи не віддають переваги жодній політичній силі при висвітленні діяльності партій або кандидатів.

Власники телеканалів не втручаються у виробничий процес. Відповідальність за зміст інформаційного продукту телеканалу покладається на керівників творчих підрозділів.

Журналісти мають повідомляти будь-які факти максимально точно, не спотворюючи їх первинного змісту. Повідомляючи про подію з чужих слів, журналіст має перевірити її щонайменше з двох незалежних джерел. Якщо це неможливо, то про це слід повідомити глядачів.

Якщо телеканал визнає підтверджені фактичні помилки, то, наголошуючи на цьому, виправляє їх у найближчих випусках новин.

Інформація має бути доступною. Саме тому журналісти висловлюються літературною українською мовою та простими реченнями, уникають стилістичних і логічних нагромаджень, уникають слів іншомовного походження, жаргонізмів та слів-паразитів.

**В редакційному статуті прописано етичні принципи роботи журналістів,
якими наші колеги керуються в роботі. Ось деякі з них:**

- Журналіст має право оприлюднити тільки таку інформацію, в достовірності якої він не сумнівається
- Будь-які подробиці приватного життя конкретних осіб можуть бути оприлюднені тільки з їхньої згоди. Виняток становлять лише суспільно значимі деталі приватного життя політиків та інших публічних осіб, чий добровільно обраний вид діяльності та суспільне становище виправдовує інтерес громадськості до їхнього приватного життя. Таке рішення має бути схвалене на рівні топ-менеджменту телеканалу
- Делікатне ставлення до оприлюднення інтерв'ю людей, які перебувають у шоковому стані
- Під час виконання службових обов'язків не має права висловлювати свої політичні погляди як в ефірі, так і поза ефіром

**В редакційному статуті прописано етичні принципи роботи журналістів,
якими наші колеги керуються в роботі. Ось деякі з них:**

- Журналіст не має права назвати людину злочинцем, поки щодо неї не набрав чинності звинувачувальний вирок суду
- Не має права отримувати винагороду (хабар) за оприлюднення або замовчування певної інформації
- Журналіст має право відмовитись від виконання редакційного завдання, якщо воно суперечить засадам редакційного статуту чи журналістської етики
- Журналісти мають право не розкривати своїх джерел інформації, якщо інформатору загрожуватиме небезпека
- Повідомляє опитуваних осіб, що збирає інформацію з метою її оприлюднення

ВЛАСНЕ ВИРОБНИЦТВО УКРАЇНСЬКОГО ПРОДУКТУ

Ми розуміємо, що несемо велику відповідальність за всю інформацію, яку українці отримують, переглядаючи телеканали або читаючи інтернет-ресурси нашої медіа-групи. Саме тому намагаємось створювати контент, який буде освітнім, цікавим та корисним

1+1 media
group of companies



СНІДАНОК З 1+1

Детальніше:



Це ранкова інформаційно-розважальна програма телеканалу 1+1. Програма починається о 6:45 і є найдовшим в Україні ранковим шоу в прямому ефірі, адже триває майже 3 години. «Сніданок з 1+1» подає новини, розважальну інформацію, корисні поради та інтерв'ю у прямому ефірі.



СНІДАНОК *з* **1+1**



Соціальний проект «**Зміни свою школу**». Мета проекту - продемонструвати вчителям, батькам та учням із різних шкіл України, що похмурі коридори, сумні стінгазети та дірки у стінах школи можна змінити самостійно, малим коштом, використовуючи підручні матеріали, та перетворити старі коридори і кабінети навчального закладу на яскравий, «розумний» простір для школярів.



З 2015 року в ефірі «Сніданку з 1+1» проходять **благодійні телевізійні марафони**. За цей час зібрано більше півмільйона гривень на потреби дітей в лікарні ОХМАТДИТ, людей похилого віку, а також безпритульних тварин.



Щоденно в ефірі «Сніданку» виходить постійна рубрика «**Експрес-урок**», соціальна роль якої полягає у поглибленні знань української мови, підвищенні рівня грамотності та освіченості телеглядачів. Рубрика в ефірі з 2015 року. За цей час вийшло понад 200 експрес-уроків з української мови.



Експертна лінійка «Сніданку» - щоденні поради експертів у галузі здоров'я, моди, краси, кулінарії, психології, освіти, виховання та багато іншого, що може бути корисним для глядачів.

«Поради дієтолога» - постійний експерт «Сніданку» Галина Незговорова, лікар вищої категорії, гастроентеролог-дієтолог, дає кваліфіковані поради щодо збалансованого, здорового харчування. Зокрема, як правильно поєднувати продукти, як скорегувати режим харчування та інше. В ефірі з 2015 року. Виходить 2 рази на тиждень.

«Правила сніданку» - кулінарна рубрика, в якій автор і ведучий Руслан Сенічкін відкриває секрети приготування швидких, корисних, а головне, недорогих домашніх страв. Руслан є автором трьох кулінарних книг: «Сніданки», «Сніданки в саду», «Сніданки для дітей». В ефірі з 2014 року. Виходить 5 разів на тиждень.

«Мій путівник». За 4 роки існування рубрики телеглядачі віртуально побували у більш ніж 80-ти містах України та Європи. Рубрика була створена для популяризації туризму в Україні, щоб показати невідомі цікаві міста та селища. На той момент українці надавали перевагу подорожам за кордон, вважаючи, що на Батьківщині немає цікавих місць.

ОЛЕКСІЙ ДУШКА
"ЖИТТЯ БЕЗ ОБМАНУ"

ЖИТТЯ БЕЗ ОБМАНУ

Детальніше: [www](http://www.1+1.ua)

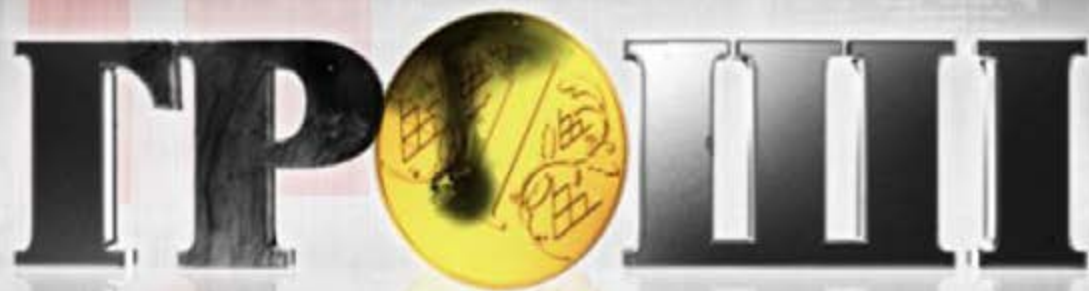
Це авторський проект ведучого та експерта Олексія Душки у форматі розслідувального реаліті на телеканалі 1+1. Програма «Життя без обману» була переформатована з програми «Територія обману», яка виходила на телеканалі 1+1 з 2012 року.



.....

Восени 2016 року в ефір вийшов оновлений проект. У кожному випуску автори проекту допомагають двом сім'ям у виборі якісних, корисних та доступних продуктів харчування, навчають розбиратися у складі, читати етикетку та правильно скласти продуктовий кошик.

Для більшої обізнаності українців найпоширеніші торговельні марки, за які голосують глядачі, команда проекту віддає на дослідження, результати якого оголошуються під час ефіру. Також експерт і автор програми Олексій Душка дає практичні поради щодо того, як заощадити, захистити родину від споживання відверто небезпечних продуктів, а також як в домашніх умовах перевірити якість товарів, які українці купують найчастіше.



ГРОШІ

ГРОШІ.

Детальніше: www

ГРОМАДСЬКА ПРИЙМАЛЬНЯ

Спецпроект програми «Гроші», який розслідує найактуальніші економічні та фінансові проблеми країни.



.....

Ця імprovізована приймальня створена для звичайних громадян і дає кожному можливість висловитись, розповісти про несправедливість чи корупцію, з якою довелося зіткнутись у житті. Проходить у Києві, Львові, Одесі, Чорткові.

Найбільш резонансні історії, з якими звертаються громадяни під час проведення Громадської приймальні, стають темами наступних журналістських розслідувань. Журналісти допомагають відшукати правду та відновити справедливість тим, хто найбільше потерпає від свавілля можновладців, нахабства чиновників, неправомірних рішень суду тощо.

Транслюється з 2015 року на телеканалі 1+1. Ведучий: Олександр Дубінський.



ЛЮСТРАТОР 7.62

Детальніше: [www](#)

Програма, журналісти якої не тільки роблять сенсаційні розслідування на суспільно значущі теми, а й домагаються люстрації учасників корупційних схем.



.....

Привернення уваги чиновників, соціальних працівників і громадськості до проблеми реабілітації та адаптації колишніх в'язнів у суспільстві. Журналісти програми неодноразово допомагали отримати кваліфіковану психологічну допомогу, відновити необхідні документи, подолати перепони бюрократичної системи, аби колишній в'язень зміг якнайшвидше соціалізуватися у житті на волі.

Транслювалася з 2015 по 2016 рр. на телеканалі 2+2. Ведучий: Костянтин Лохвицький.



НОВИЙ ІНСПЕКТОР ФРЕЙМУТ. МІСТА

Проект, в якому ведуча Ольга Фреймут з командою експертів і таємних агентів перевірила 8 міст України за п'ятьма критеріями (їжа, медицина, освіта, безпека та еліта) і визначила, наскільки там комфортно жити мешканцям.



.....

Збираючи інформацію про кожне місто, команда проекту співпрацювала з міжнародними організаціями, незалежними аналітичними центрами, експертами з архітектури, містобудування, екологами та іншими професіоналами, а таємні агенти перевіряли численні громадські заклади. У проекті Ольга Фреймут викликала на діалог мерів міст і ставила їм прямі запитання, що турбують жителів кожного населеного пункту, тим самим закликаючи до відповідальності міських чиновників перед населенням.

Транслявалася у 2016 році на телеканалі 1+1.

ПІСЛЯ ЗЙОМОК У МІСТАХ СТАЛИСЯ ЗМІНИ:



Першим перевіреним містом став **Хуст**, в якому після інспекції обласна влада звернула увагу на поганий стан місцевого пологового будинку і виділила 150 тис. грн. на ремонт, а також 22 млн. грн. на відновлення додаткового корпусу.



Другим містом, в якому відбулися зміни після інспекції, став **Бердянськ**, де коштом міського бюджету зробили ремонт у школі №9 і поліпшили санітарні умови на кухні навчального закладу.



У **Полтаві** міська влада відремонтувала аварійний будинок, на стан якого багаторазово скаржилися жителі, проте до перевірки Ольги Фреймут та її команди звернення до комунальних служб залишалися без уваги.



У **Херсоні** телеведуча показала меру масштаби проблеми наркоманії. Крім того, після інспекції міський голова заявив, що розглядатиме питання збільшення бюджету на освітлення вулиць та встановлення веб-камер для підвищення безпеки в місті.



Після перевірки **Чернівців** служба охорони ринку «Калинівський» почала тісно співпрацювати з поліцією, щоб підвищити рівень безпеки. Кондитерський дім «Ваніль» переїхав в нове, поліпшене виробниче приміщення, що відповідає санітарним нормам.



На численні прохання молодих мам Ольга Фреймут та її команда присвятили сюжет проблемі смертності новонароджених в сумнозвісному пологовому будинку №2 міста **Черкаси**. Після перевірки мер міста оголосив міжнародний тендер на майже 6 млн. грн. на придбання обладнання для надання невідкладної допомоги новонародженим.



Фінальний випуск програми був присвячений прифронтовому **Маріуполю**, жителі якого вразили телеведучу силою духу і життєрадісністю. Після інспекції місцевого хлібозаводу його керівництво замінило старе запліснявіле обладнання сучасним європейським.



СВІТ навиворіт

СВІТ НАВИВОРИТ

Детальніше: [www](#)

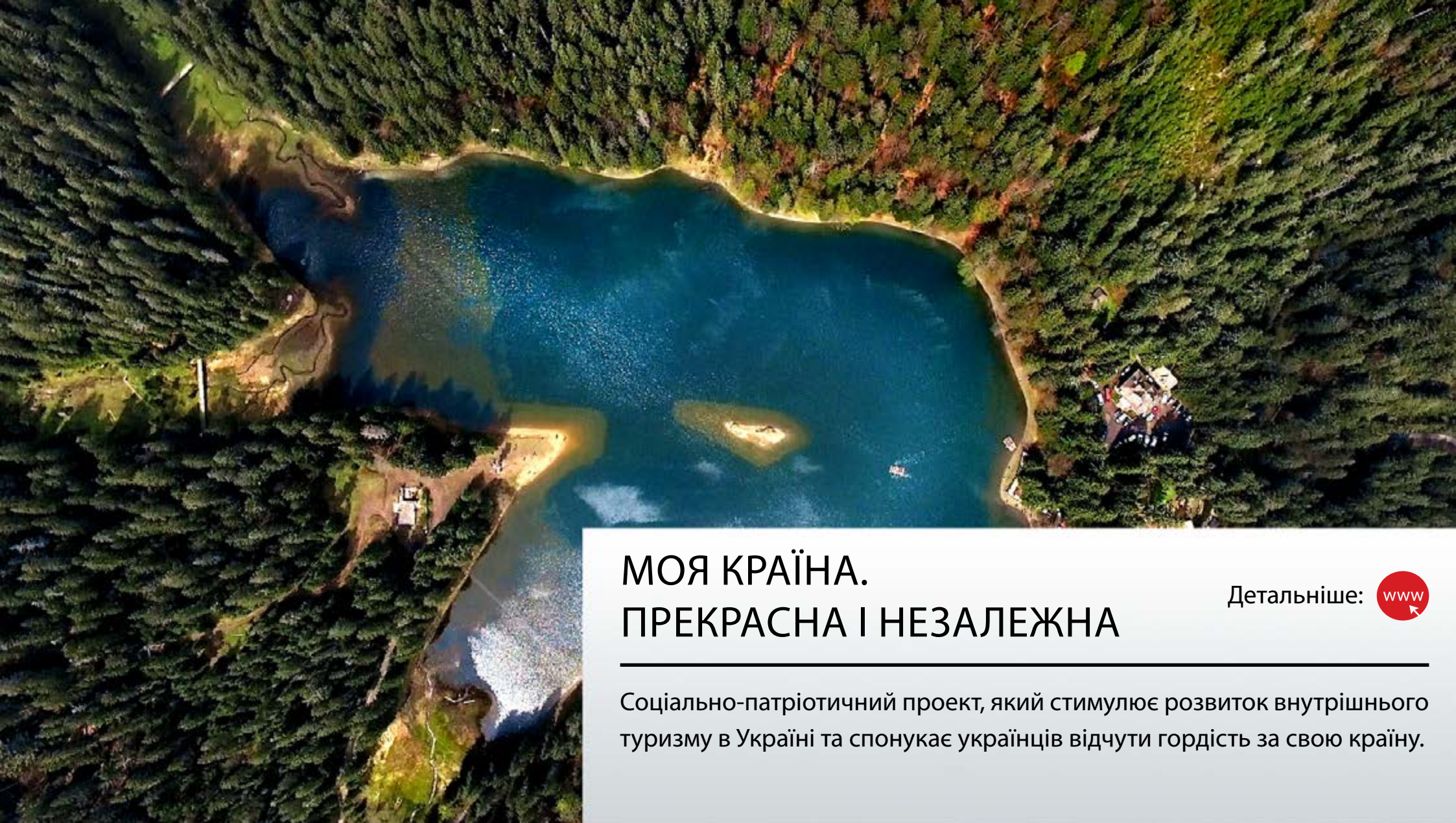
Це екстремальне тревел-шоу на каналі 1+1, в якому ведучий Дмитро Комаров та оператор Олександр Дмитрієв відкривають для телеглядачів нетуристичні маршрути в екзотичних країнах світу і показують справжнє життя місцевого населення.



.....

Під час зйомок команда проекту часто ризикує життям і своїм здоров'ям заради унікальних кадрів, здатних здивувати навіть найвибагливішого мандрівника. Програма сприяє розширенню кругозору, показує справжнє життя в екзотичних країнах. Завдяки їй жителі України, багато з яких ніколи не виїжджали навіть за межі України, не кажучи вже про державний кордон, можуть побувати в найбільш віддалених куточках планети.

Проект «Світ навиворіт» потрапив до Національного реєстру рекордів за найбільшу кількість туристичних програм, знятих мінімальною знімальною групою у складі лише двох осіб, а одиночна подорож Дмитра Комарова Індією значиться в Книзі рекордів України. З 2011 по 2016 рр. в рамках проекту Дмитро Комаров побував в 11 країнах. В ефірі телеканалу 1+1 показано вже 8 сезонів програми.



МОЯ КРАЇНА. ПРЕКРАСНА І НЕЗАЛЕЖНА

Детальніше: [www](#)

Соціально-патріотичний проект, який стимулює розвиток внутрішнього туризму в Україні та спонукає українців відчути гордість за свою країну.



.....

Проект сприяє розширенню обізнаності про рідний край, оскільки у ньому показані не тільки популярні туристичні локації, а й маловідомі унікальні місця України. Знімальна група каналу другий рік поспіль подорожує країною, відкриваючи глядачеві недоступні раніше ракурси захопливих природних ландшафтів, архітектурних і історичних пам'яток та індустріальних об'єктів з висоти 500 метрів у різні пори року.

У другому сезоні автори проекту звернулися до digital-тренду – зйомки 360°, що дозволило інтернет-аудиторії самостійно обирати ракурс для перегляду локації. Таким чином, команда «Моєї країни» закликала глядачів подивитися навколо – адже для того, щоб побачити щось дивовижне і неймовірне, іноді досить просто обернутися. Перший сезон стартував у листопаді 2015 року.

ДЖЕДАІ

ДЖЕДАІ

Детальніше: [www](#)

Інформаційно-розважальний проект телеканалу 2+2 дорожньо-транспортної тематики.

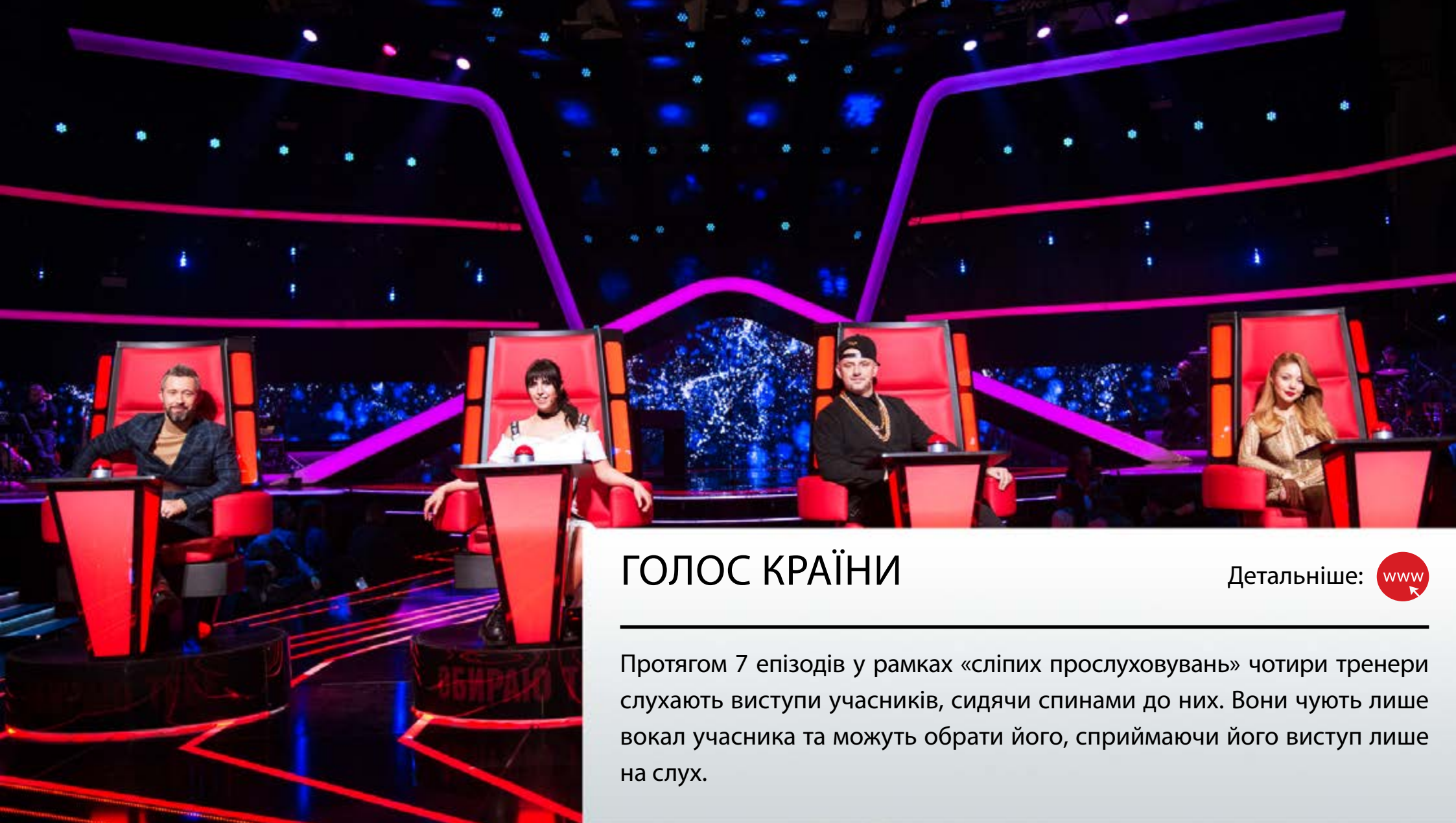


.....

Оперативна інформація про дорожні пригоди в Україні та світі, професійний аналіз законодавчих нововведень, консультації юристів зі спірних питань ДТП, практичні поради з утримання автомобіля, курйози автомобільного життя - все, що допомагає пішоходам і автомобілістам почувати себе більш захищено та впевнено на дорогах.

Журналісти проекту щоденно готують оперативну інформацію щодо стану доріг та їх завантаження, допомагають розібратися у всіх постійно змінюваних правилах дорожнього руху та автомобільного законодавства, надають поради щодо економії: де ремонтувати автомобіль, не потрапивши до рук шахраїв, та багато іншого. Велику увагу автори проекту приділяють безпеці на дорозі, тому, як убезпечити себе й своїх рідних від ДТП, правилам поведінки пішоходів тощо.

Перший випуск вийшов у 2012 року, а оновлений формат програми – з 2014 року.



ГОЛОС КРАЇНИ

Детальніше: [www](#)

Протягом 7 епізодів у рамках «сліпих прослуховувань» чотири тренери слухають виступи учасників, сидячи спинами до них. Вони чують лише вокал учасника та можуть обрати його, сприймаючи його виступ лише на слух.



.....

Тренер, натискаючи червону кнопку, показує учаснику, що готовий взяти його до своєї команди. На наступних етапах, «вокальних боях» та «нокаутах», оцінюючи виступи учасників, тренери залишають у прямих ефірах лише 4 фіналістів. Переможця визначають глядачі у прямому ефірі шляхом телефонного та смс-голосування.

Тренерами проекту стали переможниця «Євробачення-2016» та Народна артистка України Джамала, Народна артистка України Тіна Кароль, продюсер та співак Потап та відомий музикант та учасник популярного гурту 5'nizza Сергій Бабкін. Таким чином, «Голос країни» популяризує українську пісню та пропагує заняття вокалом.

З 2011 по 2016 рр. глядачі побачили 6 сезонів дорослої версії «Голосу країни», а також 3 сезони дитячої – «Голос. Діти».

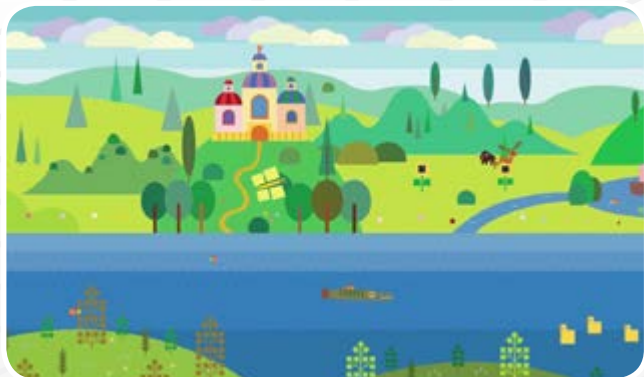


Це. Наше І ЦЕ ТВОЄ

ЦЕ НАШЕ І ЦЕ ТВОЄ

Детальніше: [www](http://www.plyusplyus.com)

Це соціально-патріотичний проект дитячого анімаційного телеканалу ПЛЮСПЛЮС. Мета - розповісти маленьким глядачам, в якій прекрасній країні вони живуть.



.....

Проект стартував у травні 2014 року з коротких мультфільмів, у яких брендові персонажі телеканалу в ігровій формі розповідають цікаві факти про Україну – ті, якими може пишатись кожен українець. Оскільки цінності у регіонах країни дуже різняться, потрібен був об'єднуючий фактор. Тому було вибрано тільки незаперечні факти досягнень українців. Наприклад, наша «Мрія» - найбільший літак, а наша трембіта – найдовший музичний інструмент в світі.

У 2015 році до проекту долучилось Міністерство освіти і науки України. Партнери спільно проводили конкурс історій і малюнків, у яких діти зі всієї України розповідали про факти, якими вони пишаються. Проект зібрав понад 5 тисяч малюнків. За ідеями переможців ПЛЮСПЛЮС створив новий сезон проекту – 25 серій, котрі транслювалися в ефірі з усіма малюнками переможців у титрах.



Крім того, мультфільми «Це наше і це твоє» були рекомендовані МОН до показу в молодшій школі, а з 2016 року мультфільми використовуються у школах як методичні матеріали. Окрім того, у рамках проекту видано книгу-гру у 3D форматі та серію зошитів. Серія іграшок, а саме дерев'яних конструкторів з магнітними кріпленнями «ПЛЮСОТРАСА СВІТУ ПЛЮСПЛЮС», створено у стилі персонажів телеканалу та присвячено пригодам героїв у світі ПЛЮСПЛЮС.

«Проект «Це наше і це твоє» став ще однією сходинкою у вихованні великої любові до України, він надав можливість дітям розкрити свій талант та виявити почуття гордості за свою країну, рідний край. А зараз ми, переглядаючи мультфільми серії «Це наше і це твоє», маємо можливість пишатися нашими маленькими українцями: творчими, талановитими, натхненними», - зазначила Олена Артеменко, завідувач сектору Інституту модернізації змісту освіти.



КАЗКА З ТАТОМ

Проект створювався за рекомендаціями психолога Світлани Ройз. Окрім пригод героїв зі світу ПЛЮСПЛЮС, у серіях у мультиплікаційній формі відтворюються ситуації, що можуть створювати психологічні блоки у дитини. У рамках проекту видаються книжки «Казка на ніч».

The background features a film strip with sprocket holes and various markings such as 'B8', 'C9', 'ME100', and '8B'. The film strip is overlaid on a scene showing several people in historical or period clothing, including women wearing headscarves, in what appears to be an indoor setting.

ПРОЕКТИ, ПРИСВЯЧЕНІ ЕКРАНІЗАЦІЯМ ЗНАКОВИХ УКРАЇНСЬКИХ ТВОРІВ

Наприкінці 2015 року телеканал 1+1 запустив лінійку спеціальних
телевізійних проектів, присвячених художньому переосмисленню
вирішальних історичних подій новітньої історії України.



СТОЛІТТЯ ЯКОВА

СТОЛІТТЯ ЯКОВА

Детальніше: [www](#)

Восени 2016 року в ефірі 1+1 відбулася прем'єра 4-серійного проекту «Століття Якова» за мотивами роману Володимира Лиса. Драма стала першим історичним міні-серіалом, який був показаний в прайм-тайм на українському телебаченні.



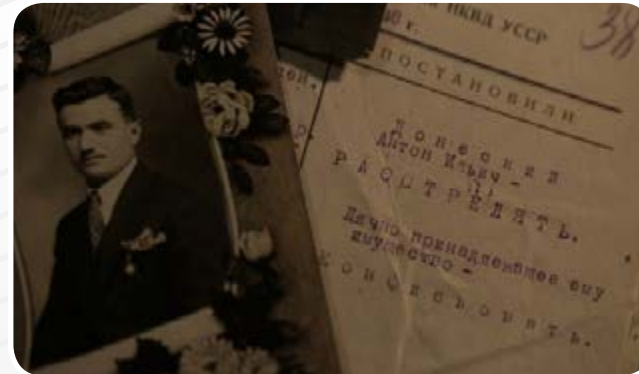
УКРАЇНА . ПОВЕРНЕННЯ . СВОЄЇ ІСТОРІЇ

УКРАЇНА. ПОВЕРНЕННЯ СВОЄЇ ІСТОРІЇ

Детальніше:



Документальний історичний фільм, покликаний розвінчати найбільш поширені міфи та повернути українцям їхню справжню, правдиву історію.



.....

Фільм підвищує зацікавленість та дає імпульс на поглиблене вивчення власної історії українцями. У документальному фільмі вперше відтворено зовнішність дружини Ярослава Мудрого, шведської принцеси Інгігерди, яка мала надзвичайний вплив на розвиток Київської Русі. Також глядачі вперше побачили відтворене криміналістами історично достовірне зображення зовнішності гетьмана Івана Мазепи, портрети якого були заборонені та знищені у царській Росії, а сам гетьман затаврований зрадником. Фільм здобув премію «Телетріумф» у номінації «Найкращий телевізійний документальний фільм/цикл».

Прем'єра документального історичного фільму «Україна. Повернення своєї історії» відбулася в ефірі 1+1 25 серпня 2016 року до 25-ї річниці Незалежності України.



РОЗЩЕПЛЕНІ НА АТОМИ

Детальніше: www

Документальний фільм «Розщеплені на атоми» Світлани Усенко присвячений 30-й річниці від дня вибуху на Чорнобильській АЕС. Це не тільки телевізійне розслідування аварії.





У багатьох фільмах, присвячених Чорнобильській трагедії, центральне місце відводиться самому вибуху, спробам з'ясувати причину і знайти винних. У цій стрічці показано тих, чиї життя зруйновано Чорнобилем. Ці люди стали жертвами катастрофи, втратили домівки і близьких, а багато хто з них пожертвували власним здоров'ям заради порятунку українців. В документальній стрічці Чорнобильська катастрофа показана очима її жертв. Вони вперше, після довгих років мовчання, розповідають свої історії, діляться спогадами про пережитий жах і розповідають про те, що не дало їм втратити волю і бажання жити.

Метою створення фільму є вшанування пам'яті загиблих внаслідок Чорнобильської трагедії, привернення уваги до соціальної проблеми, яка й досі є актуальною, а також викриття маловідомих фактів причин Чорнобильської катастрофи.

Дата виходу: 26 квітня 2016 року, телеканал 1+1.



ТРАНСЛЮВАННЯ АНГЛІЙСЬКИХ СЕРІАЛІВ З УКРАЇНСЬКИМИ ТИТРАМИ

З 2015 року в ефірі каналу 1+1
трансляються англійські серіали
з українськими субтитрами



Першим в ефір вийшов американський комедійний серіал *The last man on Earth* («Остання людина на Землі»), створений продюсером Уіллом Форте.

Такий спосіб перегляду серіалів є звичайною та ефективною практикою у багатьох європейських країнах. Це сприяє не лише розширенню словникового запасу, але й розумінню гумору носіїв мови, а також особливостей іншої культури.



«Спільна мова» - соціальний проект телеканалу 1+1. Це 9 персональних історій людей різних професій, які діляться особистим досвідом вивчення іноземної мови, подоланням труднощів під час вивчення та вживання. Проблема розглядається з двох позицій: глибокої та серйозної з боку дорослого та легкої і безпосередньої з боку дитини. У проекті взяли участь як відомі українці, лідери думок, так і невідомі широкому загалу люди, які руйнують стереотипи в питанні вивчення іноземної мови. Так, у проекті можна буде побачити 78-річну жінку, яка зі словником вивчила англійську мову, щоб побачити сім'ю своєї дочки в Америці; дівчинку, яка написала листа королеві Великобританії; поліглота, який вивчив англійську мову за допомогою аудіокниг Агати Крісті та багато іншого.



Наступними серіалами, які транслювались англійською мовою з українськими субтитрами, стали:

- «Імперія» - музична драма режисера Лі Деніелса;
- «Вікінги» - американський пригодницький фантастичний бойовик режисера Говарда Мак-Кейн;
- «Шерлок» - четвертий сезон культового британського серіалу.

«Сподіваємося, ініціатива каналу 1+1 стане першим кроком до трансляції більшої кількості фільмів і серіалів мовою оригіналу з українським субтитрами, на противагу дубляжу. Дослідження показують, що в країнах, де перевага віддається субтитруванню англійських фільмів, населення має порівняно більш високий рівень володіння мовою, ніж у країнах, де релізи фільмів дублюються», -
зазначає Пол Кімм, директор навчального центру та екзаменаційних служб Британської ради в Україні.




ПЛАНИ НА 2017 РІК

Зняти другу частину фільму: «Україна. Повернення своєї історії»



До 20-річчя ТСН видати книжку, у якій розповісти про головні події в історії незалежної України.



Випустити нову програму «Помста природи» на телеканалі 2+2





КСВ ДЛЯ НАС

Ми компанія, що змінює уявлення людей про себе та світ навколо, тому ми особливо розуміємо, що бізнес має бути відповідальним, а це означає думати не тільки про бізнес-інтереси, а й враховувати інтереси суспільства та бути ініціатором позитивних змін.

Корпоративна соціальна відповідальність в 1+1 медіа – це філософія бізнесу, наш світогляд, що визначає нашу позицію щодо країни, співробітників та довкілля.

У 2013 році ми почали реалізовувати проекти КСВ, а у 2016 році створили стратегію сталого розвитку, яка включає в себе такі напрями діяльності: щасливі співробітники, чисте довкілля, здорова нація, якісна освіта, захист авторських прав. Вже 4 роки медіа-група є членом Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності».

5 НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ



Щасливі
співробітники



Якісна
освіта



Чисте
довкілля



Здорова
нація



Повага до
авторських прав



МИ ПІКЛУЄМОСЯ ПРО УКРАЇНУ

400 кг елементів
живлення передано
на утилізацію

10 000 кг сміття
зібрано в парках Києва

1 411 кг люмінесцентних
ламп утилізовано

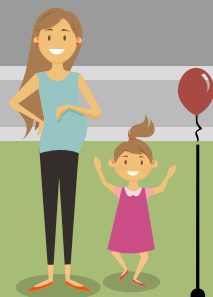
28 м³ відсортованого
сміття відправлено
на переробку

7 018 кг
макулатури зібрано



77 співробітників
стали учасниками
благодійних заходів

30 healthy-експертів
провели 40 лекцій
для співробітників



2 млн грн. зібрано
на лікування та здійснення
мрій дітей



137,5 л крові
зібрано завдяки
співробітникам —
врятовано більше
500 людей

10 профільних
лікарів щорічно
оглядають
3000
співробітників



4000 дітей
з 15-ти міст України відві-
дали профорієнтаційні
екскурсії офісом 1+1 медіа

Результати за 2013-2016 рр.



ЩАСЛИВІ СПІВРОБІТНИКИ

Ми піклуємось про те, щоб створити всім співробітникам комфортні умови для роботи та розвитку. Ми прагнемо, щоб кожен відчував свою важливість для команди. Адже всі наші співробітники - це люди, з якими ми будемо майбутнє. Ми розуміємо, що щасливі люди працюють краще.



КОРОТКО ПРО НАШИХ СПІВРОБІТНИКІВ

Ми піклуємось про те, щоб створити всім співробітникам комфортні умови для роботи та розвитку. Нам важливо, щоб кожен відчував свою важливість для команди. Адже всі наші співробітники це - люди, з якими ми будемо майбутнє. Ми розуміємо, що щасливі люди працюють краще.

	2015	2016
Загальна кількість	1953	2005
Співробітники із повною зайнятістю	1887 (97%)	1946 (97%)
Співробітники із частковою зайнятістю	66 (3%)	59 (3%)
Коефіцієнт плинності кадрів	14,5%	14,07%
До 30 років	611 (31%)	588 (29%)
30-50 років	1116 (57%)	1187 (59%)
51 рік і старші	226 (12%)	230 (12%)
Кількість жінок-співробітниць у медіа-групі	860 (44%)	902 (45%)
Кількість чоловіків-співробітників у медіа-групі	1093 (56%)	1103 (55%)
Кількість працевлаштованих людей з інвалідністю	59	60



	2015	2016
Загальна кількість ТОП-менеджерів	24	25
До 30 років	0	0
31-50 років	23 (96%)	23 (92%)
51 рік і старші	1 (4%)	2 (8%)
Кількість жінок ТОП-менеджерів	10 (42%)	11 (44%)
Кількість чоловіків ТОП-менеджерів	14 (58%)	14 (56%)



РОЗВИТОК СПІВРОБІТНИКІВ

91%

підрозділів
долучились
до освітніх
корпоративних
програм



↑79,8%

успішність
учасників
освітніх
корпоративних
програми



4,59*

середня оцінка рівня
задоволеності працівників
освітніми заходами



(оцінювання за 5-бальною шкалою;
зведена інформація на основі анкет
зворотнього зв'язку від працівників
медіа-групи за 2016 рік)

984



електронні
книги
прочитали

34



паперові
книги
прочитали

У компанії проводяться семінари, тренінги та майстер-класи, спрямовані на досягнення стратегічних цілей компанії як із залученням власних фахівців, так і національних і міжнародних експертів у галузі кіно й телебачення, менеджменту, продюсування, створення власного контенту тощо. Створюємо додаткові можливості для розвитку співробітників (англійська мова в офісі, розмовні клуби, майстерні знань тощо).

Короткий огляд за 2016 рік



АЛЛА ПОЛІТАЄВА-НЕСТЕРЕНКО

Менеджер і редактор сайту
телеканалу ПЛЮСПЛЮС

« Відвідувати уроки в офісі, до початку робочого дня, дуже зручно. По-перше, ти з самого ранку налаштовуєшся на робочий лад і весь день потім проходить дуже продуктивно. А по-друге, не витрачаєш час на дорогу туди-звідти. Вивчати англійську з колегами комфортно. Ви добре знаєте одне одного, і це послаблює мовний бар'єр і незручність.





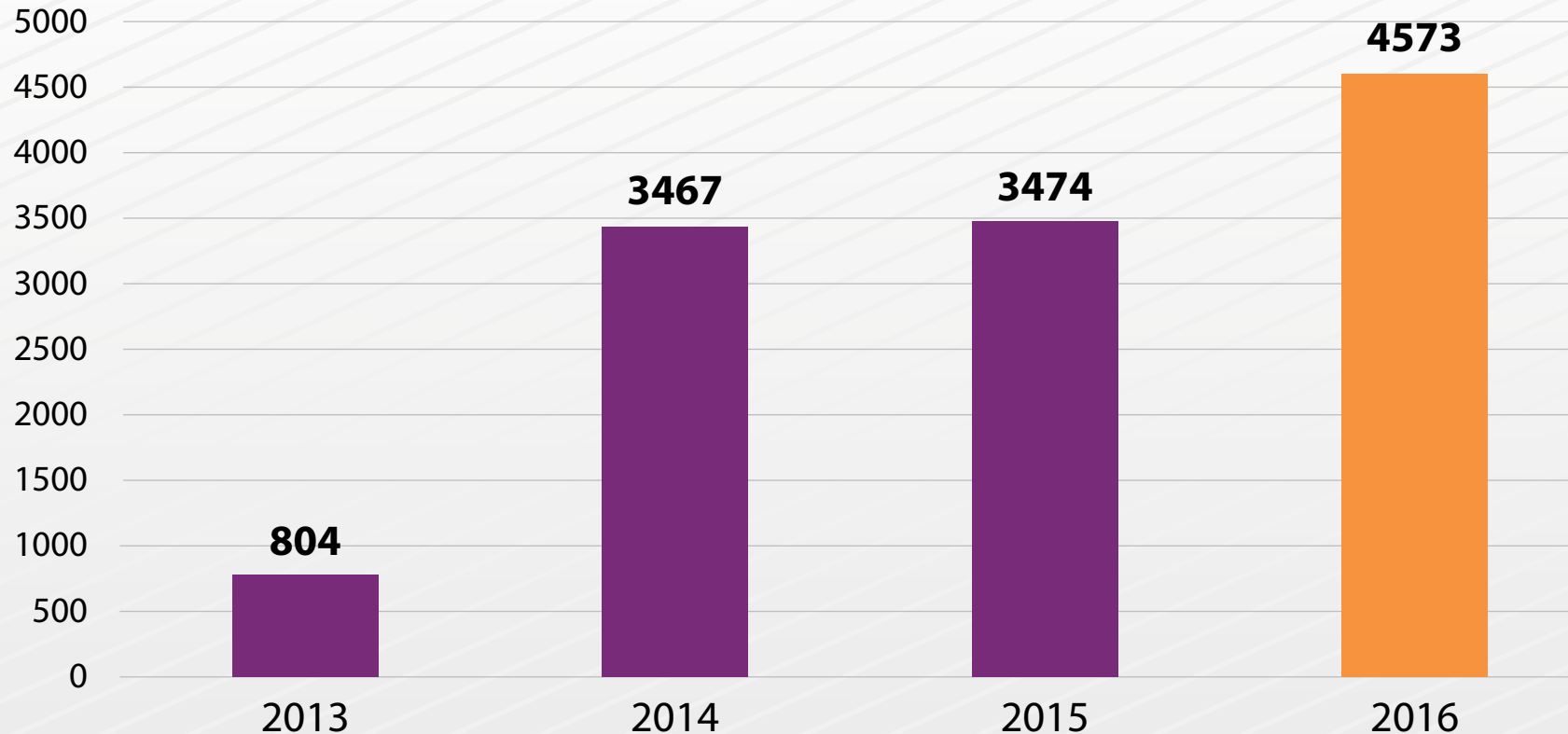
ПРОГРАМИ НАВЧАННЯ СПІВРОБІТНИКІВ

Програма
адаптації
нових
працівників

Програма
підвищення
кваліфікації
керівників

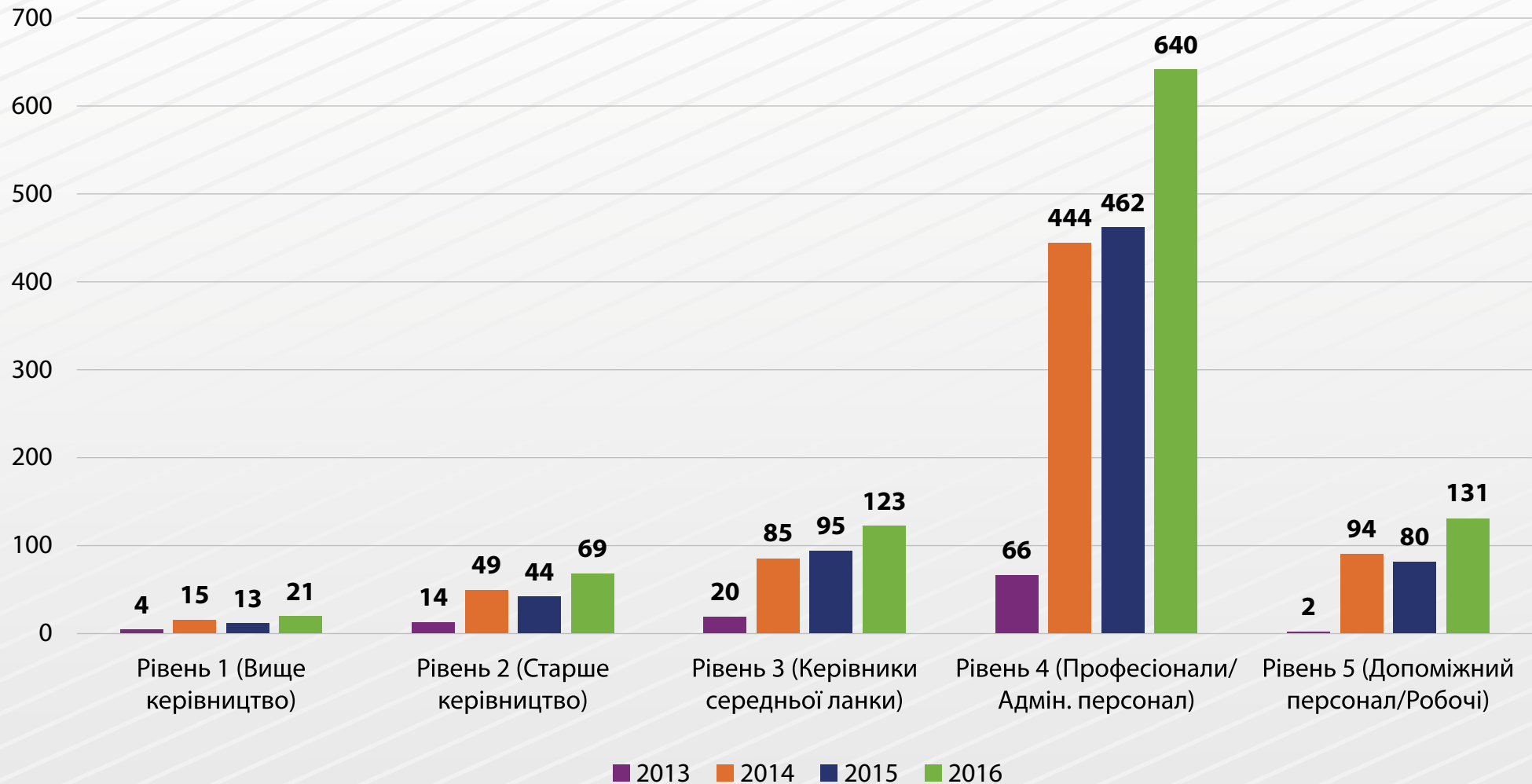
Програма
розвитку
стажерів

Порівняльний аналіз кількості учасників освітніх заходів, 2013-2016 рр

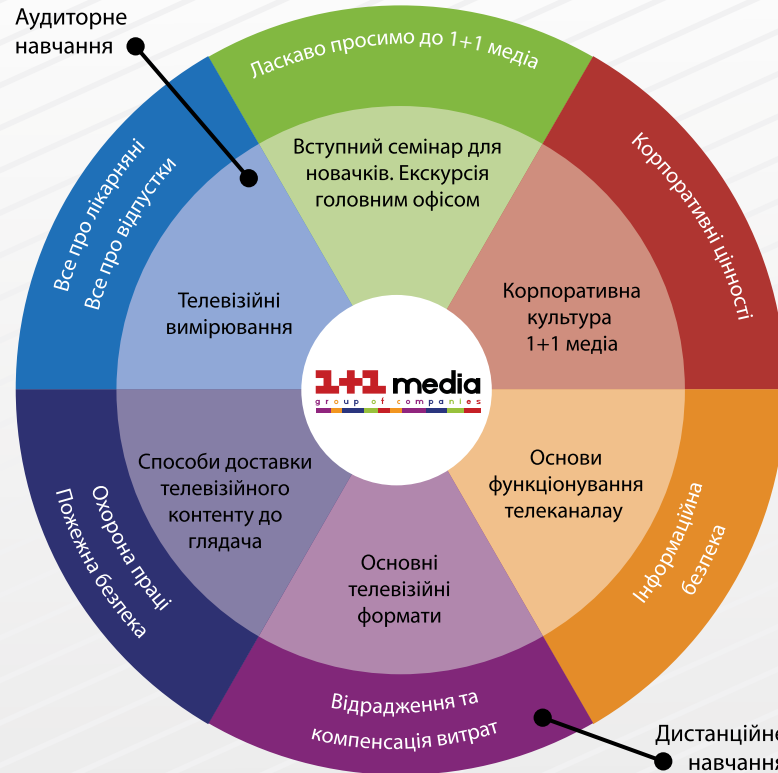


*Учасник - працівник 1+1 медіа, який взяв участь у освітніх заходах (тренінгах, семінарах, електронних курсах, корпоративних програмах розвитку та інше) один або більше разів

Кількість працівників, що пройшли навчання



ПРОГРАМА АДАПТАЦІЇ НОВИХ СПІВРОБІТНИКІВ



Протягом 2016 року учасниками програми стали 237 нових працівників.

У березні 2016 року стартувала комплексна програма адаптації нових працівників. Навчання проходить у змішаному форматі: електронні курси та семінари в аудиторії.

ПРОГРАМА СТАЖУВАННЯ

2014

**13 вакансій
на стажування**

**1 000
кандидатів**

**39 стажерів
на 1 етапі**

**26 стажерів
на 2 етапі**

**18
співробітників**
(2 кандидата у зовнішньому
кадровому резерві)

2015

2015

**25 вакансій
на стажування**

**2 000
кандидатів**

**75 стажерів
на 1 етапі**

**50 стажерів
на 2 етапі**

**25
співробітників**
(12 кандидатів у зовнішньому
кадровому резерві)

2016



ІРИНА УРІНЬОВА

Менеджер HR проектів

« Я працюю над проектом стажування від моменту його започаткування, тобто вже 3 роки. Найбільшим натхненням для мене є можливість знайти та розпізнати талант, коли він ще не розвинутий та неочевидний, і часто сам стажер його не усвідомлює. Цей проект є важливим як для бізнесу, адже дозволяє вирощувати власні таланти, а не купувати їх на зовнішньому ринку, так і для студентів/молодих фахівців, які отримують можливість, не маючи попереднього досвіду, навчатися у найкращих фахівців однієї з найбільших медіа-компаній країни.





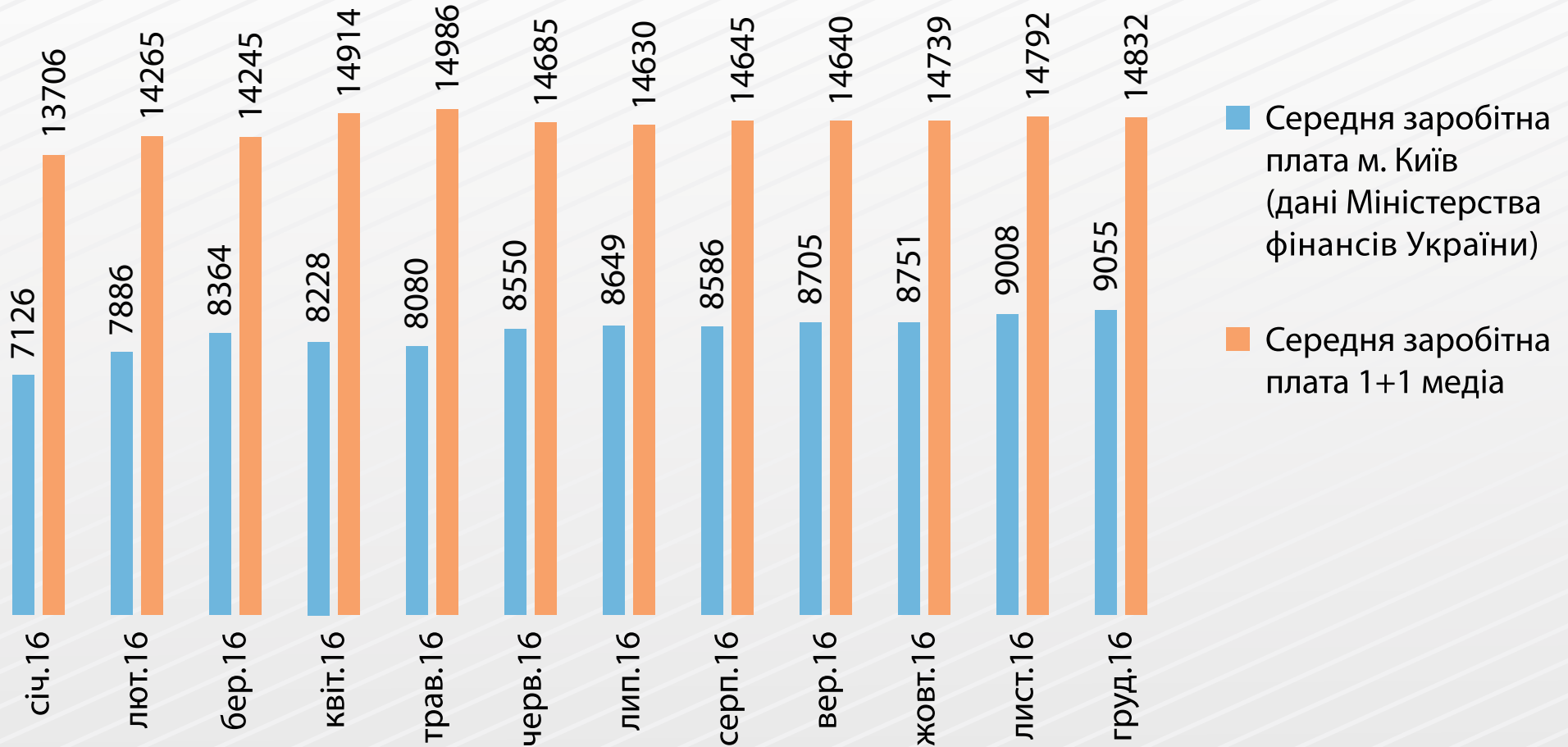
АНТОН СТРАШКО

Кореспондент ТСН

«*Враження від стажування – якнайкращі. Більшість досвідчених журналістів, операторів та редакторів протягом стажування радили, пояснювали та вчили. До того ж, це безкоштовна практика від професіоналів, за яку на курсах віддають десятки тисяч гривень. Стажування – це випробування. І психологічне, і фізичне. Потрібно дуже багато засвоювати нової інформації. Також треба вміти поєднати навчання, іншу роботу та стажування. Але це реальний шанс отримати роботу твоєї мрії ще під час навчання в університеті.*



Середня заробітна платня, 2016 рік, грн.



ПІДТРИМКА ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ



Колеги беруть участь у півмарафонах/марафонах та готуються до них, відвідуючи корпоративні тренування.



Співробітники забезпечені комплексним медичним страхуванням та мають пільги на страхування родичів. Мають можливість прямо в офісі пройти медичні обстеження кардіолога, мамолога, дерматолога, офтальмолога, зробити флюорографію, обстеження щитовидної залози та здати аналіз на цукор.

ПІДТРИМКА ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ



Співробітники мають змогу відвідувати заняття йогою в офісі.



Корпоративна футбольна команда бере участь у тренуваннях та турнірах.



Здорове харчування (запрошені дієтологи, збалансоване харчування у кафе з корпоративними знижками).



МАРІЧКА ПАДАЛКО

Ведуча ТСН

« Я працюю на ранкових випусках ТСН і раніше не уявляла, як можна поєднувати ранковий біг і роботу. Склалося так, що бігати я почала саме завдяки компанії, в якій працюю, коли мене запросили долучитися до благодійного марафону. Активно бігаю вже 2 роки. І тепер розумію: тільки заняття спортом, тільки пошук якогось іншого джерела енергії допомагає тримати себе в формі.

Оскільки ми завжди завантажені роботою і справами в родині, немає іншого товариства, де ти можеш обговорювати забіги, підготовку до марафонів, але коли ти бігаєш в команді на роботі, в тебе ніби з'являється майданчик, де тебе розуміють. Наш офіс - це якраз те місце, де ти знаходиш підтримку, розуміння, натхнення серед колег.





КАТЕРИНА САРМАДЕЙКІНА

Бухгалтер

« Я чудово пам'ятаю день, коли отримала лист на пошту з запрошенням приєднатись до корпоративних пробіжок. І здолавши перші кілометри, більше зупинитися я не змогла. Саме участь у спільних тренуваннях та забігах із командою вчить один-одного нового.



АНДРІЙ БОРИСЕВИЧ

Оперативний черговий

« Я беру участь в естафетах. Мені подобається це робити саме з корпоративною командою та відчувати за спиною дружню підтримку. Приємно, що з кожною новою підготовкою до змагань все більше наших колег приєднується до здорового стилю життя.



НОВІ ВЕРШИНИ

Дані за
2016 рік

.....

Програма направлена на розвиток наших корпоративних цінностей: відповідальність, відкритість, сміливість, любов та повага, а також розвиток таких рис характеру, як цілеспрямованість та витривалість, підкорення власних страхів та загартування духу.

Колеги, разом піднімаються на високі гори України і інших країн.

Це чудовий тим-білдінг, який допомагає досягати спільних цілей.

Першими, хто підкорили гори була команда ТОП-менеджерів. За 4 роки у програмі взяли участь 222 співробітника.

146
АНЕКДОТІВ
ПРОСЛУХАЛИ

5
ВЕРШИН
ПІДКОРИЛИ

51
ГОДИНУ ПРОВЕЛА В
ПОХОДІ КОЖНА ГРУПА

8
КІЛОГРАМ
САЛА ТА
КОВБАСИ З'ЇЛИ

19
ДЕПАРТАМЕНТІВ
БУЛИ ЗАЛУЧЕНІ
ДО ПРОГРАМИ
РОЗВИТКУ

5
КІЛОГРАМ
ЦУКЕРОК
З'ЇЛИ

77
ЛІТРІВ ЧАЮ
ВИПИЛИ

2
ДНІ НАРОДЖЕННЯ
ВІДСВЯТКУВАЛИ

1
ПРОПОЗИЦІЮ
РУКИ І СЕРЦЯ
ОТРИМАНО

424
КАРТОПЛИНИ
ПОЧИСТИЛИ

224
ЛІТРИ ВОДИ
ВИПИЛИ

4
ВІДРА БОРЩУ
ПРИГОТУВАЛИ

22ч **40ж**
62 УЧАСНИКИ

134
КІЛОМЕТРИ
ПРОЙШЛИ

ЧУЄМО ПРОПОЗИЦІЇ СПІВРОБІТНИКІВ

ВООБРАЖАРІУМ

Майданчик, де кожен може запропонувати свою ідею щодо різних аспектів нашої роботи. Перевага надається креативним ідеям, які стосуються TV-контенту каналів та облаштування офісу. За час існування проекту (2013-2016 рр.) вдалось реалізувати 40 ідей.



BIG IDEA

Конкурс стартапів, де кожен може запропонувати ідею нового бізнесу чи проекту, який можна монетизувати для компанії. Все має бути пов'язано з контентом та медіа. Переможець отримає спеціальний приз та відсоток від прибутку. За 2 сезони було відзначено 8 переможців.





ХОРОЩАК ГАЛИНА


Керівник групи внутрішніх комунікацій

«Для людей важливо, щоб їх слухали і чули. Це робить їх щасливими. А щаслива людина пристрасна до роботи та працює ефективно. Тому так важливо створити всі умови, щоб співробітники відчували себе щасливими на роботі. Наш внутрішній проект «Воображаріум» - якраз одна з таких ініціатив, яка дозволяє колегам відчувати, що їх чують, що вони, як і власники бізнесу, можуть пропонувати ідеї і разом вирішувати, як їх краще реалізувати, що вони самостійно, використовуючи потужні ресурси компанії, створюють для себе ідеальні умови для роботи.»




ПЛАНИ НА 2017 РІК


Збільшити кількість стажерів у медіа-групі у порівнянні з 2016 роком



Створити освітні рубрики в електронному дайджесті новин компанії для співробітників



Створити проект, який розповідатиме про співробітників, які роблять більше у своїй роботі, ніж від них очікують.





ЯКІСНА ОСВІТА

Ми створюємо різноманітні проекти, які сприяють навчанню та розвитку українців, особливо у напрямку профорієнтації.





ВИЩА ШКОЛА MEDIA & PRODUCTION

Детальніше:



Освітній проект, метою якого є забезпечити в Україні якісну медіа-освіту світового рівня. Вже 3 роки поспіль ми ділимося унікальними знаннями наших практиків. Ми випустили понад 400 студентів. Більшість увійшла до складу команди 1+1 медіа, а решта поповнила кадровий резерв.



Тренери – це експерти 1+1 медіа, які діляться своїм досвідом у сфері телевиробництва, сучасної журналістики та медіа-менеджменту.

На сьогоднішній день є 6 напрямків навчання: Телевиробництво, Медіа-менеджмент, Журналістика та новини, Ведучі програм та розважальних шоу, Нові медіа, Дитяча медіа-школа.

Вища Школа Media & Production пропонує курси та тренінги як для новачків, які лише мріють про кар'єру на ТБ, так і для кваліфікованих практиків, які прагнуть вдосконалювати свої навички. Також проводить профільні майстер-класи та семінари для професіоналів телеіндустрії та нових медіа від визнаних іноземних спеціалістів.



ЛЮДМИЛА КОТЕНКО

Випускниця Вищої Школи Media & Production, курс режисера монтажу

« Під час навчання легко мені точно не було: все нове, нові люди, високі вимоги. Жила від вихідних до вихідних, муштруючи рекомендовану літературу в будні дні.

Одразу після завершення навчання розпочалося стажування. Першим завданням було змонтувати візитівку учасника проекту «Голос діти – 3». Під час роботи я настільки перейнялася історією, що за долю саме цього учасника вболівала найбільше, а коли він не пройшов до прямих ефірів, була дуже засмучена. Після цього завдання ми монтували сюжет програми «На ножах». І потім мене запросили до команди 1+1 Продакшн. Це були неймовірні емоції, і я довго не могла повірити, що все це відбувається саме зі мною.





«ПОДОРОЖ ДО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ЗАДЗЕРКАЛЛЯ»

Детальніше:



Профорієнтаційні екскурсії для школярів під час яких вони відвідують ньюз-руми журналістів, студії програм «Сніданок з 1+1», ТСН та монтажні кімнати.



Питання вибору професії актуальне для кожного школяра. І чим швидше учень зробить свій вибір, тим швидше він почне набувати знання у цьому напрямку.

Щоб познайомити підлітків з професіями у сфері медіа, ми започаткували проект «Подорож до телевізійного задзеркалля». Під час екскурсій школярі знайомляться з професіями у сфері медіа.

З 2013 по 2016 рр. **4 000** дітей з **15-ти міст України** відвідали профорієнтаційні екскурсії.



АНАСТАСІЯ СІКАЧИНСЬКА

Реквізитор новинного департаменту

« Я провожу екскурсії для наших юних гостей з різних навчальних закладів та організацій України з самого початку проекту. Діти заряджають енергією краще, ніж ранкова кава. Цікавих історій є багато. Пам'ятаю, одного разу до нас у гості завітав хлопчачий хор. Коли ми зайшли в студію ТСН, хлопці були настільки переповнені емоціями, що вирішили в подарунок виконати щедрівку (це було напередодні новорічних свят). Студія резонувала, освітлювач увімкнув усі прилади, і це був справжній концерт!

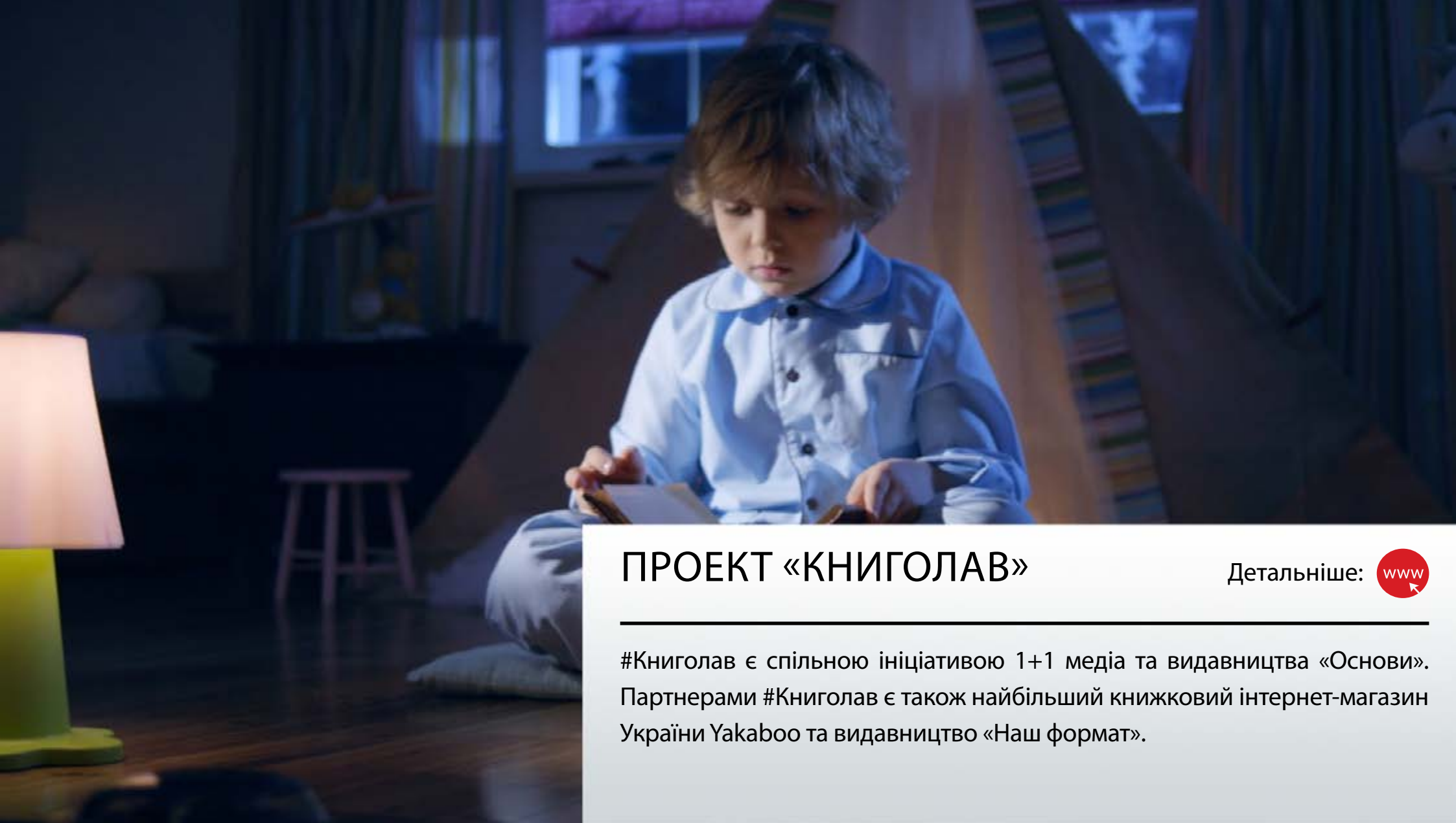


ЩО НЕ ВИЙШЛО? ЩО ЗМІНИМО?

З 2013 року екскурсії проводились для школярів 1-11 класів. Аналізуючи результати, ми дійшли висновку, що діти 1-6 класів налаштовані більше на розважальну частину, а не освітню. Ми маємо думати не лише про емоції та враження дітей, але й про якісний внесок, який ми робимо для їхньої освіти сьогодні, щоб це було корисним для них завтра. Тому, для більш продуктивних та ефективних зустрічей, ми підвищили віковий поріг.

З 2017 року на екскурсії зможуть записатись школярі від 7 до 11 класів, для яких буде поглиблена програма знайомства з професіями у медіа-сфері. Якщо є діти, які серйозно цікавляться телебаченням у більш ранньому віці, мають змогу поглибити свої знання на курсі у Вищій Школі Media & Production.





ПРОЕКТ «КНИГОЛАВ»

Детальніше: www.knygolav.com

#Книголав є спільною ініціативою 1+1 медіа та видавництва «Основи». Партнерами #Книголав є також найбільший книжковий інтернет-магазин України Yakaboo та видавництво «Наш формат».

МЕТА ПРОЕКТУ:

- Привернути увагу громадськості до низького рівня читання в Україні
- Популяризація читання книжок українською мовою
- Прикладом успішних українців надихнути людей читати більше
- Розповісти, як привчити дітей любити книжки

РЕЗУЛЬТАТИ ЗА 2016 РІК:

- Опубліковано 125 must-reads від українців та створено мотиваційні проморолики ([Сюжет про мастріди](#))
- Майже 112 тис. відвідувачів сайту
- Видано 9 книжок українською мовою
- Проведено перший в Україні пітчінг із пошуку ідей для дитячої книжки ([Сайт пітчінгу](#))



Фестиваль короткого метра

ФЕСТИВАЛЬ «ДЕ КІНО»

Детальніше:



Це фестиваль короткого метра, який тримає на прицілі молоді таланти, руки і голови яких не бояться камер, влучних кадрів і безсонних ночей у монтажних кімнатах. У фокусі фестивалю – короткі метри та сучасні технологічні тренди.



Місія – створити відкритий майданчик для розвитку українського кіно, котрий буде доступний кожному. Сформувати нове покоління людей, яке любить якісне кіно та розуміється на ньому.

2016 року «Де кіно. Епізод 1» зібрав на схилах українського Троєвуду – кіностудії FILM.UA – понад 7 тисяч гостей. Учасники подавали відеороботи у категоріях: трейлер до власного серіалу, вебзод та фільм на мобільний телефон. Призовий фонд - 50 000 грн., Гран-прі фестивалю - 15 000 грн.

Усі заходи в рамках фестивалю безкоштовні. Організатори фестивалю - 1+1 медіа та FILM.UA Group. Планується реалізація фестивалю «Де кіно. Епізод 2» у 2017 році.



ГАЛИНА ГРУБЛЯК

Керівник відділу
корпоративних комунікацій

« В одному місці ми даємо змогу багатьом молодим талантам вільно розкрити себе, показати свої можливості досвідченим колегам по цеху. А ще – отримати безкоштовний доступ до якісних знань. Саме з метою закрити прогалину в українській освіті окремим напрямком фестивалю ми вивели освітню частину - і не помилились, на кожному майстер-класі зала була переповнена. Вірю, що лише такими заходами ми по-справжньому розвиватимемо українське кіно, знаходитимемо нові світлі голови і золоті руки, які формуватимуть смак майбутніх поколінь.



#ТІ ЩО ВРАЖАЮТЬ

ТСН
ВРАЖАЄ

ТІ, ЩО ВРАЖАЮТЬ

Це соціально-освітній проект, серія мотивуючих виступів публічних осіб. Телеведучі, журналісти, актори, спортсмени, музиканти та представники модної індустрії виступали в українських університетах з надихаючими промовами.

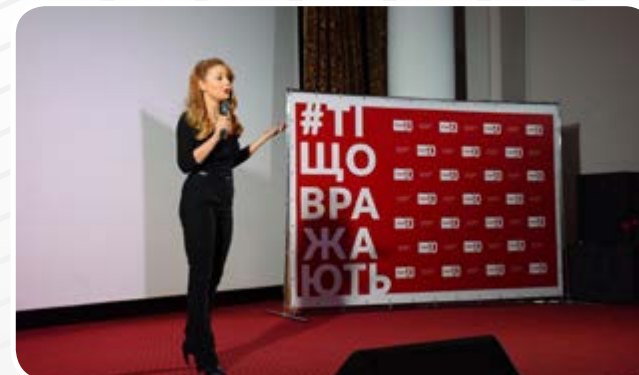


У жовтні-грудні 2016 року зустрічі відбулися в 7 містах України: Маріуполі, Житомирі, Сумах, Херсоні, Івано-Франківську, Полтаві та Києві.

Головна мета проекту – підтримати українську молодь, розповісти, що за кожною історією успіху стоїть довгий тернистий шлях, дати настанови та поради, як прийти до своєї мрії.

Поштовхом для проекту стало дослідження TNS, згідно з яким у 2016 році 65% українців хочуть виїхати з країни. Це на 23% більше, ніж у 2014 році. Такий показник є рекордним за часи незалежної України.

Команда проекту загалом проїхала понад 5,5 тисяч кілометрів. Майже 4 тисячі студентів з усієї України відвідали зустрічі.



Щоб підняти рівень натхнення українців, викликати бажання залишитися на батьківщині та розбудувати її, команда «Телевізійної служби новин» ініціювала флешмоб **#тіщовражають**. У рамках акції усім охочим запропонували поділитися історіями про людей, які живуть в Україні, які творять її історію щодня та своїми вчинками надихають інших.

На всіх заходах туру проводилося опитування студентів. Відвідувачі мали відповісти на два запитання: “Як ви оцінюєте майбутнє України?” та “Як ви оцінюєте своє майбутнє в Україні?”. Опитування проводилося до і після виступів спікерів. Найменша віра у себе та країну перед подією була в Сумах. І саме цей показник вдалося найбільше змінити: сумські студенти майже на 20% більше почали вірити у майбутнє України і на 16% у своє майбутнє на Батьківщині.



АЛЛА МАЗУР

Ведуча ТСН.Тиждень

« Я поїхала до хлопців і дівчат у регіональних університетах, дуже схожих на мене нещодавню. Хочеться, щоб вони так само повірили в себе. Щоб не озиралися на місце народження і навчання, а знали: добрі знання і власні ідеї можуть відкрити для них цілий світ. А помилки і тимчасові невдачі варто сприймати лише як урок. І ми відверто розповідали їм про свої страхи і провали, а це - штука непроста. Але це справді працює. І наші неідеальні історії і непричесані виступи переконують більше, ніж розповіді про успіхи і перемоги. Я це відчула сама, коли послухала чудових своїх компаньйонів.




ПЛАНИ НА 2017 РІК


Провести профорієнтаційні екскурсії для 2 000 школярів



Побачивши зацікавленість українців у фестивалі «Де кіно», було вирішено організувати ще масштабніший фестиваль «Де кіно. Епізод 2»



Створити освітній проект, який розповідатиме як створюються новини, як вони змінюють життя своїх героїв, розкриватиме таємниці рейтингів та представитиме головні новини України за 20 років





ЧИСТЕ ДОВКІЛЛЯ

Ми прагнемо мінімізувати негативний вплив на довкілля, тому запровадили низку заходів, які сприяють раціональному використанню природних ресурсів. Весь комплекс діяльності компанії відповідає державним екологічним стандартам.



ЗМЕНШУЙ

ПОВТОРНО
ВИКОРИСТОВУЙ

ПЕРЕРОБЛЮЙ

МИ КЕРУЄМОСЬ
ТАКИМИ ПРИНЦИПАМИ

МИ ЖИВЕМО ЗА ПРИНЦИПАМИ «ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ»

- Збір макулатури для її вторинної переробки
- Використання двостороннього друку
- Використання енергозберігаючих ламп
- Використання відповідної сантехніки для зменшення витрат води
- Встановлено «режим очікування» для техніки
- Проведення відеоконференцій, які замінюють необхідність багатьох відряджень
- Збір використаних батарейок та пластмасових кришечок
- Роздільний збір відходів для подальшої екологічної утилізації

	2014	2015	2016
Лампа люмінесцентна до заміни, шт	548	544	356
Лампа LED після заміни, шт	307	210	191
Потужність до заміни, кВт	9,86	9,8	6,4
Потужність після заміни, кВт	2,77	1,9	1,7

В офісах поступово замінювались лампи розжарювання на LED. Одна LED лампа споживає електроенергії у 2 рази менше люмінесцентної.

Середній термін експлуатації LED лампи становить 3 роки, а люмінесцентної - лише пів року. Більша частина LED ламп була замінена у 2014 році.





ЛЕОНІД ОЛЕКСЮК

Завідувач господарства

« Сортивати сміття в офісі ми почали в грудні 2015 року. Не буду приховувати, етап впровадження був довготривалим та непростим. Домовленості з клінінговою службою, робота із співробітниками, щоб донести інформацію про важливість сортування, не зупиняється і зараз. Але варто зауважити, що за рік ми зібрали близько 30 м³ цінних ресурсів. Батарейки та макулатуру ми збираємо з 2013 року. За цей час на утилізацію було передано 400 кг, а макулатури – 6500 кг. Найкращий показник наших екологічних ініціатив - це те, що наші колеги приносять з дому на утилізацію пластик. Деякі навіть розповідають, що розпочали сортувати сміття вдома. Тому я впевнений: все, що ми робимо - не даремно.



ЗБІР ВИКОРИСТАНИХ ЛЮМІНЕСЦЕНТНИХ ЛАМП ТА ТЕРМОМЕТРІВ

- Акція була проведена у місті Києві у рамках проекту «Не викидай. Утилізуй» у партнерстві з компанією «Екологічні інвестиції» та громадською організацією «Україна без сміття».





МАКСИМ БОБРУЄНКО

ТОВ «Екологічні інвестиції»

« Сьогодні в Україні не приділяється велика увага утилізації ламп. А це дуже важливо, тому що від цього залежить наше здоров'я, адже всі отруйні речовини попадають у землю чи в повітря. Ртуть з ламп має властивість накопичуватись в організмі. Це не помітно одразу, але в довгостроковій перспективі впливає на здоров'я. Недостатньо самому правильно ставитись до відходів. Цю ідею необхідно нести в маси. Щоб більше людей буде розуміти шкоду від лампи у смітниковому контейнері, то менше шкоди отримає кожен з нас.



ПЕРЕДАЄМО ВЖИВАНІ РЕЧІ

- Працівники компанії передають речі тим людям, які мають у цьому потребу



ОЗЕЛЕНЯЄМО ДОВКІЛЛЯ

- Співробітники компанії прибирають парки, садять дерева





БУТУНЕЦЬ ЄВГЕН

Інженер з комп'ютерної підтримки

« Після участі в наших «суботниках» замислився над тим, що частину парку, на моєму щоденному шляху «дім-робота-дім», можна теж привести до ладу. Одного дня не витримав, підняв трохи непотребу і відніс до централізованого бака зі сміттям. Наступного дня трохи більше підібрав, а потім вже просто збирав цілі пакети. Було трохи незручно, але я розумів, що так все лишати не можна! Дехто з місцевих помічав мене за цим процесом. Приємно здивувало, що скоро в парку з'явилися таблички «НЕ СМІТИ!» , почав помічати людей, які збирають сміття, інколи навіть парами! Стало доволі чисто. Потрібно починати з себе, щоб кожному з нас стало жити краще.



ЩО НЕ ВИЙШЛО? ЩО ЗМІНИМО?


- У 2013-2015 рр. існував Green team – команда ініціативних людей, представників різних департаментів, які мали бажання втілювати в життя екологічні ініціативи. Було впроваджено «Зелений офіс», створено еко-ролики та встановлено велопарковки.

Клуб припинив своє існування, але питання екології для нас продовжує бути важливим. Ми шукаємо нові формати, які допоможуть нашим колегам робити свій внесок у збереження довкілля.




ПЛАНИ НА 2017 РІК


Організувати прибирання історичної гори у м. Києві у форматі: збір сміття, його сортування на місці та відправка на переробку



Зменшити використання паперових стаканчиків в офісі.
Мотивувати співробітників споживати напої зі свого горнятка



Привернути увагу до важливості збору та утилізації люмінесцентних ламп серед населення України





ЗДОРОВА НАЦІЯ

Ми реалізуємо проекти, які сприяють покращенню здоров'я українців та допомагають виліковувати важко хворих людей.





Здійсни Мрію

СТАВАЙТЕ ЧАРІВНИКАМИ
ТА ЗДІЙСНЮЙТЕ ДИТЯЧІ МРІЇ!

ПРОЕКТ «ЗДІЙСНИ МРІЮ»

Детальніше: www

Реалізуємо мрії хворих дітей в рамках проекту «Здійсни мрію» разом із Благодійним фондом «Крона».



ЛІДІЯ ТАРАН

Куратор проекту, ведуча ТСН

« На жаль, іноді ми не в силах подарувати одужання, але ми віримо, що справжнє щире бажання дитини, яке магічним чином реалізується гарними людьми, може змінити її життя. Наш проект - це шанс для хворих дітей та їх родин відчутти, що вони не самі. Радісні емоції позитивно впливають на лікування і надають сил у боротьбі із хворобою. Наше завдання – мотивувати дітей не обмежувати себе у бажаннях і мріях, не боятись говорити про них і вірити, що вони обов'язково здійсняться.



ЩО НЕ ВИЙШЛО? ЩО ЗМІНИМО?

Одного разу реалізували мрію дитини, у якої це не викликало зовсім ніяких емоцій. Почали з'ясовувати причини, і виявилось, що сформулювати мрію їй допомогли батьки. Насправді це не було її щирим бажанням. Ми зробили для себе висновок, що перед реалізацією мрії потрібно впевнитись, що це справді бажання дитини, а не ідея її оточення. Тому, у цьому процесі мають допомагати психологи.





ПРОЕКТИ «ТСН ДОПОМОГА», «2+2 ДОПОМОГА»

Ці проекти збирають інформацію від людей, які потребують коштів на лікування. Дані перевіряються та публікуються на сайтах.

«ТСН Допомога»: [www](http://www.tsn.org.ua)

«2+2 Допомога»: [www](http://www.2+2.org.ua)



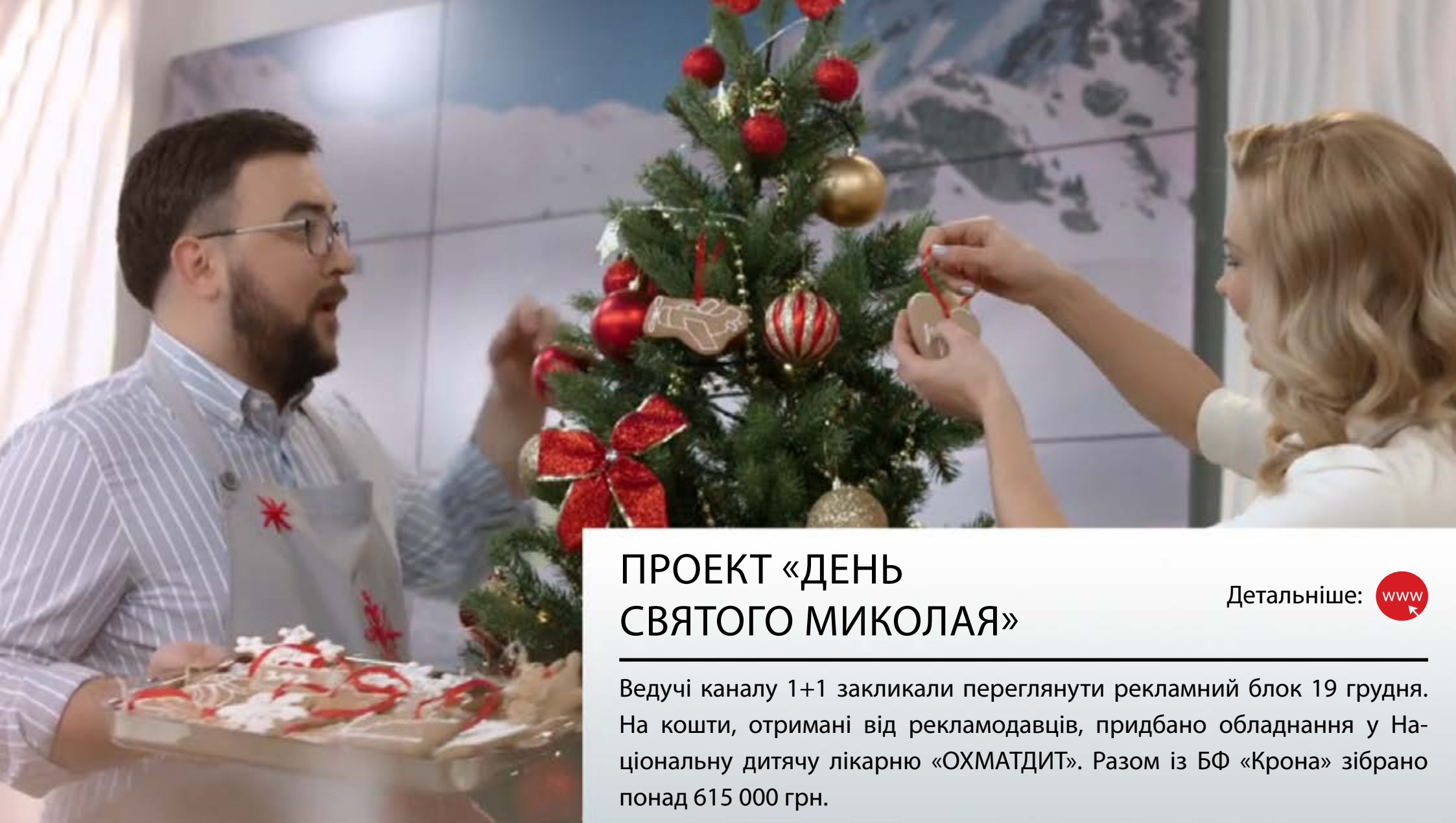
НАДІЯ РОМАН

редактор сайту ТСН.ua, координатор проекту «ТСН Допомога»

« Розділ «Допомога» з'явився на сайті у грудні 2011 року. Зараз він оновлюється 4-5 публікаціями на добу, а черга, в яку потрапляють всі листи-звернення перед розміщенням, інколи перевищує 4 тижні.

Найважче в цій роботі – це не піддаватися емоціям, не брати кожну історію близько до серця і зберігати об'єктивність. За 5 років роботи над розділом я й досі не навчилася робити це на 100%. Особливо коли отримуєш листи з подяками, вони завжди доводять до сліз. Сотні зроблених операцій, врятованих життів, пройдених реабілітацій, зібраних коштів – це позитивний бік роботи.





ПРОЕКТ «ДЕНЬ СВЯТОГО МИКОЛАЯ»

Детальніше: [www](http://www.1+1.ua)

Ведучі каналу 1+1 закликали переглянути рекламний блок 19 грудня. На кошти, отримані від рекламодавців, придбано обладнання у Національну дитячу лікарню «ОХМАТДИТ». Разом із БФ «Крона» зібрано понад 615 000 грн.



ВОЛОДИМИР ЖЕЖЕРА

Завідувач відділення дитячої патологічної анатомії Національної дитячої лікарні «ОХМАДИТ»

«Щомісяця у стінах нашого відділення є необхідність проведення більше 3 тисяч онкологічних досліджень тканин пацієнтів. Старі апарати давали товстий зріз тканини, і діагноз був неточний. Тому батьки маленьких пацієнтів вимушені були відправляти аналізи для дослідження у приватні лабораторії в Україні або за кордон. Але не кожна сім'я має можливість це оплатити. Тепер це буде безкоштовно для пацієнта, але найголовніше – швидко. І не буде втрачено дорогоцінний час, коли від цього залежить життя дитини. Новий ротаційний мікротом, який нам подарували, дає можливість якісно провести діагностику безпосередньо у нашій лікарні.»





ПРОЕКТ «МІЖНАРОДНИЙ ДЕНЬ ЛЮДИНИ З СИНДРОМОМ ДАУНА»

З 2014 року 21 березня офіс медіа-групи перетворюється на крамничку, в якій продаються кольорові шкарпетки, а виторг передається на розвиток дітей, які народились з синдромом Дауна.



В'ЯЧЕСЛАВ ЗИР'ЯНОВ

Директор з розвитку БФ «Даун Синдром»

« Частина зібраних коштів йде на організацію і проведення акції, а інші – на програми Центру раннього розвитку для дітей з синдромом Дауна. Такий флешмоб проводиться у всьому світі, закликаючи людей до толерантного ставлення до сонячних дітей.





ПРОЕКТ «ДОНОРСТВО»

2 рази на рік офіс перетворюється на лабораторію здачі крові, щоб створити комфортні умови для співробітників, які хотіли виступити донорами, але не могли знайти на це вільний час. За 3 роки у стінах офісу зібрано та передано до лікарень 137,5 л крові.



ТЕТЯНА МИРОНЕНКО

Інспектор з кадрів

« Я завжди пишалася людьми, які здають кров, але сама не наважувалась. У 2014 році в нашому офісі почали організувати День Донора. Я записалася, відчула підтримку колег і з того часу здавала кров вже 8 разів! Мені навіть видали паспорт донора. А згодом я стала волонтером корпоративного проекту.



СЕРГІЙ КОРОТКОРУЧКО

Завідуючий відділення КМЦК

« Питання наповнення лікарняних банків компонентами крові залишається актуальним, тому що замінників крові досі не створили. За час нашої плідної співпраці, спивробитніки 1+1 медіа подарували свою кров приблизно 700-м людям!



ТИ МОЖЕШ ВРЯТУВАТИ
ЧИЄСЬ ЖИТТЯ



СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА

Детальніше: www.donorua.org

Ми створили соціальну рекламу, яка закликала людей стати донорами крові. За даними партнерів проекту «Асоціації молодих донорів України», після трансляції реклами, збільшилась кількість реєстрацій на сайті ДонорUA, тобто більше людей виявили готовність стати донорами крові.



ІРИНА СЛАВІНСЬКА

Президент ВМГО «Асоціація молодих донорів України», засновниця проекту ДонорUA

«Сьогодні в Україні відсутній єдиний національний реєстр донорів крові. Люди, які потребують допомоги, не знають, де шукати донорів, а багато людей не здають кров, тому що якісно не проінформовані про всі нюанси цього процесу. Відсутність знань провокує страх, який перешкоджає здати кров. Я вірю в те, що соціальна реклама, яку створила 1+1 медіа, буде мотивувати людей стати донорами крові. І це, безумовно, врятує тисячі життів українців.





ПРОЕКТ «ПЕРЕМОЖЦІ»

Детальніше: [www](#)

Спільний проект ТСН і журналу VIVA присвячений ветеранам антитерористичної операції (АТО), які втратили частини тіла у військових діях на сході України, але не втратили силу духу.



Мета проекту - показати, що українські герої після складних поранень залишаються повноцінними членами суспільства на рівні з іншими громадянами, адже вони сповнені сил, щасливі та надихають інших. Сучасні технології дозволяють таким людям жити повним життям, працювати, займатися спортом і відчувати себе рівними.

Хлопці взяли участь у фотосесії. Фотовиставка відвідала 15 країн та 18 міст. Також було створено спеціальний випуск журналу VIVA! «Переможці» з благодійною метою - усі гроші від продажу якого передали на розвиток сучасного протезування.



СОЛОМІЯ ВІТВИЦЬКА


Ведуча ТСН, куратор проекту

« Ми хочемо змінити громадську думку по ставленню до людей з інвалідністю. Щоб українці навчилися сприймати людей з протезами або на інвалідних візках як рівних. У проекті ми показуємо необмежені можливості таких людей. Доводимо, що вони сильні та красиві і своїм прикладом надихають інших не здаватися.




ПЛАНИ НА 2017 РІК


Організувати Дні Донора в офісі. Зібрати більше 30 л донорської крові серед співробітників



Організувати навчання безпечного пересування вулицями на велосипеді для співробітників біля офісів медіа-групи разом із Асоціацією велосипедистів Києва



Збільшити об'єм залучених коштів для розвитку дітей із синдромом Дауна завдяки активному залученню ТОП-менеджерів





ПОВАГА ДО АВТОРСЬКИХ ПРАВ

Ми є одним з найбільших в Україні виробників і правовласників контенту. Ми вирішуємо проблему порушення авторських прав, залучаючи національних та зарубіжних експертів, розробляємо внутрішні процедури використання контенту.





USAID
ПРОЕКТ
З ТОРГОВЕЛЬНОЇ
ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ

ІНІЦІАТИВА «ЧИСТЕ НЕБО»

Детальніше: www

У 2013 році спільно з іншими українськими медіа-групами ми створили ініціативу «Чисте небо», спрямовану на захист прав інтелектуальної власності в мережі Інтернет.

ВЕБ-САЙТИ І КОМП'ЮТЕРНІ ІГРИ	<ul style="list-style-type: none"> • Названня • Дизайн • Контент, в т.ч. зображення веб-сторінок
ТОРГОВІ МАРКИ	<ul style="list-style-type: none"> • Принти на футболках, одязі • Етикетки на наліпках і онках • Бюлетені, рекламні листи і т.д. • ІТІ д.
ІНТРУЗИВНІ КОНЦЕРТНИЙ	<ul style="list-style-type: none"> • Трансформери, супер-герої, бет-мена • Чебурашка (МТ) • Пупкін, Барбі • ІТІ д.
ІНТЕРВ'Ю	<ul style="list-style-type: none"> • Тексти на веб-сторінках Ланні Адамсон • Статті на веб-сайтах Едвардс • ІТІ д.
ФОТО І КАРТИНИ	<ul style="list-style-type: none"> • Картини художників • ІТІ д.



КУРС СЕМІНАРІВ З АВТОРСЬКОГО ПРАВА

Спрямований на підвищення рівня правової свідомості співробітників, а також на висвітлення шляхів захисту власних творів. Розроблений і читався головою юридичного департаменту Тетяною Смирноюю.

ПЛАНИ НА 2017 РІК

Оновити освітній курс лекцій для співробітників
на тему «Захист авторських прав»

У рамках діяльності Ініціативи «Чисте небо», організувати майданчики
для обговорення проблеми нелегального використання контенту,
залучивши більше правовласників

Взяти участь у формуванні «чорних списків» онлайн-ресурсів,
до яких правовласники мають претензії





Нам дуже важливо і цінно почути **Вашу думку про наш звіт та про ті ініціативи**, які ми реалізуємо в рамках нашої КСВ-стратегії.

Просимо Вас звертатися до керівника групи з корпоративної соціальної відповідальності Марини Гриценко: m.grytsenko@1plus1.tv

<http://media.1plus1.ua/>