

IMPACT

Ekim-Kasım 2021

Etki Yaratan, Sorumlu, İyi ve Sürdürülebilir Şirketler



SOSYAL ETKİ AJANDASI

“Sosyal etki”ye odaklanan, Türkiye’nin alanında ilk dergisi IMPACT, sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik konularında şirketlerin stratejilerine yer veriyor.

Çeşitli sektörlerden çok sayıda lider, “iyi şirket” yolculuklarını anlatırken, yeni dönemde yaratacakları farkı da paylaşıyor.

YORGLASS



HEDEFİMİZ;
DAHA AZI İLE DAHA FAZLASINI BAŞARMAK!

APPLE İÇİN TASARLANDI

logitech®

iMac, Macbook ve iPad'e Özel Tasarlanan Aksesuarlar ile
Dilediğiniz Ortamda Özgürce Çalışın!



IMPACT

YAYINCI

FAST DERGI YAYINCILIK AŞ

PUBLISHER

(SORUMLU, TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ)
M. RAUF ATEŞ
rates@fastcompany.com.tr

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

TALAT YEŞİLOĞLU
tyesil@fastcompany.com.tr

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

MEHTAP DEMİR
mdemir@fastcompany.com.tr

DANIŞMA KURULU

AGAĞ UĞUR, CEM BOYNER, CEM GARİH,
FUAT ERBİL, HAMDİ ULUKAYA,
HÜSNÜ ÖZYEGİN, İHSAN ELGİN, KEREM SABANCI
KAMIŞLI, LEVENT ERDEN, MUSTAFA TAVİLOĞLU,
NEVZAT AYDIN, PELİN AKIN ÖZALP

EDİTÖRLER

İPEK KOŞAN
ikosan@fastcompany.com.tr

HANDE YAVUZ ÇALIK
hyavuz@fastcompany.com.tr

BESTE GÖKSEL
bgoksel@fastcompany.com.tr

FOTOĞRAF

ASLI GİRGİN, HÜSEYİN ALSANCAK

SAYFA TASARIM

HANDE MUMCUOĞLU

MARKA VE PROJE MÜDÜRÜ:

BURCU BİLİS
burcubitlis@fastcompany.com.tr

REKLAM BAŞKANI

ÖZLEM ATEŞ
ozlem@fastcompany.com.tr

REKLAM SORUMLUSU

BURCU TÜRK
burcu@fastcompany.com.tr
TELEFON
0541 783 9560, 0216 332 3032

DAĞITIM

Özgür Gökbulut
ogokbulut@fastcompany.com.tr

ABONE

TELEFON
0553 383 31 50
abone@fastcompany.com.tr

YÖNETİM ADRESİ

ÇENGELKÖY MAHALLESİ,
KALDIRIMLAR CADDESİ
BEYAZKÖŞKLER SOKAK, 2/1
ÜSKÜDAR / İSTANBUL
EMAIL: Info@fastcompany.com.tr

DAĞITIM

TURKUAZ DAĞITIM PAZARLAMA AŞ
YAYIN TÜRÜ: ULUSAL, SÜRELİ, 2 AYDA
BİR YAYINLANIR

BASKI

BİLNET MATBAACILIK VE YAYINCILIK AŞ
Y. DUDULLU ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ, 1. CADDE,
NO:16
ÜMRANİYE, 42716, İSTANBUL
TELEFON: 0216 444 4403

©FAST COMPANY DERGİSİ, TÜRKİYE'DE FAST DERGI
YAYINCILIK AŞ TARAFINDAN TÜRKİYE CUMHURİYETİ
YASALARINA UYGUN ŞEKİLDE YAYINLANMAKTADIR.
FAST COMPANY'NİN İSİM HAKKI ABD'DE MANSUETO
VENTURES'A, TÜRKİYE'DE FAST DERGI YAYINCILIK
AŞ'YE AİTTİR. DERGİDE YAYINLANAN YAZI, TABLO,
FOTOĞRAF VE GÖRSELLERİN HER HAKKI SAKLIDIR.
İZİNSİZ, KAYNAK GÖSTERİLMEYEN YAYINLANAMAZ.

editör

Anlamlı İş Yapmak

McKinsey'nin araştırması, "etki yaratmak" ve "anlam" konusunda önemli bir gerçeği ortaya koyuyor. Buna göre, çalışanlar, etki yaratan bir şirkette, "anamlı" bir iş bulduklarında, performansları yüzde 33 artıyor. Son yıllarda, özellikle Z Kuşağı ile birlikte bu oranın arttığı ve artacağına yönelik işaretler geliyor.

Geçen yıl IMPACT dergisi ve IMPACT Summit'i tam da bu nedenle başlattık. Artık iş dünyasında şirketler "etki" yaratmak, çalışanlarını ve iş ortaklarını, bir "anlam" etrafında toplamak istiyorlar. Biz de bu konuların tartışılacağı, paylaşılacağı mecralar yaratmayı hedefliyoruz. İlerleyen sayfalarda göreceğiniz ve 14 Ekim'de gerçekleşecek IMPACT Summit'te bu başarı öykülerine yer vereceğiz.

Katkı veren, paylaşan bütün dostlara teşekkürler. Etkinliğimize bekleriz.

Bir sonraki sayıda görüşmek üzere...

Saygularımızla...

içindekiler

| | | | |
|----|--------------------------|-----|--------------------------|
| 6 | Bruce Harvey Grant | 76 | Edenred |
| 12 | Migros | 80 | Zer |
| 14 | Vestel | 84 | Metro Türkiye |
| 18 | Alternatifbank | 88 | Banvit |
| 22 | Akenerji | 92 | IC Holding |
| 24 | Doğuş Holding | 96 | Yapı Kredi |
| 28 | Evyap | 99 | Abbott |
| 32 | Signify | 102 | Wilo |
| 34 | P&G | 105 | Cargill |
| 36 | Ekol | 108 | Sanovel |
| 40 | BAT | 110 | Webhelp |
| 44 | Roche Diagnostik Türkiye | 112 | Galata Taşımacılık |
| 48 | Carrefoursa | 114 | Tetrapak |
| 50 | Abdi İbrahim | 116 | Igsaş |
| 54 | Amgen | 118 | Adel |
| 58 | TSKB | 120 | Logitech |
| 60 | Escarus | 122 | Menarini Türkiye |
| 62 | Zorlu Holding | 126 | Sanofi |
| 66 | Astra Zeneca | 128 | Rik Haslam |
| 68 | Mastercard | 130 | Kıvılcım Pınar Kocabıyık |
| 72 | Yorglass | | |



1500 KELİME.COM



1500KELİME.COM'A GELİN,
ÇOCUKLARINIZIN
ZİHİNSEL GELİŞİMLERİNİ
DESTEKLEYEREK ONLARI PARLAK BİR
GELECEĞE HAZIRLAYIN.



“SOSYAL ETKİDE KRİTİK ROL LİDERDE”

Applied Value Group; yatırım, yönetim danışmanlığı ve sosyal etki alanlarında faaliyet gösteren 24 yıllık bir şirket. 1,5 yıldır da Türkiye’de faaliyet gösteriyor. Şirketin kurucularından ve Yönetim Kurulu Başkanı Bruce Harvey Grant, iş insanlarıyla buluşmak için geldiği İstanbul’da sosyal etki konusunda sorularımızı yanıtladı, iş dünyası için önemli içgörüler paylaştı...

YAZI: Mehtap Demir

“Etkili” bir şirketi nasıl tanımlarsınız? Sosyal etkisi yüksek diyebileceğiniz bir kurum hangi açılardan çok iyidir?

Etkili şirketlerden bahsetmek için etkili liderlerden bahsetmek gerektiğini düşünüyorum. Bunun da dünyada en güzel örneği Bill Gates. Yalnızca Microsoft açısından değil. Gates, varlığını kullanarak bu dünya için çok fazla iyilik yaptı. Bir lider olarak ama en önemlisi, varlıklı bir iş insanının alması gereken sorumluluğu alıp dünyayı daha bir yer haline getirmek için çabalayan bir insan olarak...

Bu konu önemli çünkü varlığın dağılımı dünyanın başlıca sorunlarından. Şu anda dünyanın en zengin 25 insanının varlığı, dünya nüfusunun en düşük ekonomik seviyedeki yüzde 50’sinin varlığından daha fazla. Yani, 25 tane insan, 4 milyar insanın sahip olduğundan daha fazlasına sahip. Ve bu insanlar iş insanları...

İş insanları, topluma geri verme sorumluluğuna sahip olmalı ve politikacıların, hükümetin ve STK’ların yapamadığı şeyleri yapmak için 3T’lerini kullanmalı: Time, talent, treasure. Yani zamanlarını, yeteneklerini (iş yapmakta, politikacılardan, hükümetten STK’lardan iyi ve verimliyiz, bu yeteneğimizi kullanmalıyız) ve zenginliklerini (iş insanları toplumun genellikle en zengin insanları) kullanmalı.

Applied Value Group’ta sosyal etki yaratmak için ne tür çalışmalar yapıyorsunuz?

Sosyal etkimizi üç kategoriye ayırıyoruz: Biri

hayatları, ikincisi kurumları, üçüncüsü de STK’ları değiştirmek. Hayatları değiştirmek için dünyadaki açlığı ve yoksulluğu ele alıyoruz; bunu, son 12 yıldır yönetim kurulu başkanlığını yaptığım Hand in Hand International organizasyonu yapıyoruz. Yaklaşık 5 milyon yeni mikro girişim yaratabildik, insanlara mikro krediler verdik. Genelde birkaç çalışandan oluşan, yani gerçekten mikro girişimlerdi. Ama bu, dikiş makinesi veya inek ya da koyun alabilsin diye bir kadına mikro kredi vermek gibiydi.

Bizim yaptığımız, hayatları değiştirmenin bir yolu. Birleşmiş Milletler ve Kızılhaç gibi tüm büyük organizasyonlara yaptığımız her 1 dolarlık bağışın yarısından fazlası, bürokrasilerine gidiyor. Bizim bürokrasimize yüzde 7, kalan yüzde 93 ise topluluklara, ihtiyaç duyan insanlara gidiyor. Bu nedenle, Hand in Hand’i daha yalın ve hızlı hareket eden bir hale getirerek değişime katkıda bulunabildik. Bir STK’da çeviklik çok önemlidir. Nihayetinde işin ucunda insanların hayatlarını kurtarmak var.

İkinci fark yarattığımız alan ise, kurumları kurularak işler yaratmak ve bu yolla hayatları kurtarmak. Türkiye’de iki hafta içinde yoksul bir bölgedeki tekstil şirketini, içindeki 27 çalışan kadını istihdam etmeye devam ederek satın alacağız. Daha fazla çalışan işe almanın maliyetine dayanamayacak bir şirket ve biz de kâr edemeyen şirketleri kârlı hale getirme işinde iyiyiz.

O bölgedeki işsizlik oranı çok yüksek. İstanbul’un yoksul bölgelerindeki kadınların çalışma ha-



yatına katılmasına destek olmak, sosyal etki yaratmanın bir ayağı. Tekstil endüstrisinde şirketler satın almaya devam edeceğiz. Bunu para için yapmıyoruz. Orada para kazanırsak, Etki Birimi'ne aktarılacak ve geri dönüştürülecek. Hissedarlara ödenmeyecek. Umarım tekstil endüstrisinde çok başarılı oluruz ve tüm o para, İstanbul'un daha şanssız bölgelerindeki yoksul kadınlar için yeni işler yaratmak için harcanır; daha sonra bunu Ankara'ya, İzmir'e ve Türkiye'nin diğer büyük şehirlerine taşıyız.

Bunların yanı sıra, STK'ları destekliyoruz. Bu alanda fark yarattığımız bir iş, hapisten çıkanlara yardımcı olmak. Haklı da olsalar haksız da, cezalarını çektikten sonra toplum onlara yardım etmeli ki suç dünyasına geri dönmeler, hapishaneden uzak dursunlar.

Odaklandığımız ve insanlara yardım ettiğimiz alanlar temelde bunlar. Yeni bir uygulamamızla da büyük kurumlara, sosyal etki stratejilerini belirlemede ücretsiz stratejik danışmanlık veriyoruz.

Kurumların gerçek ve sürdürülebilir değer yaratmak için hangi kritik gerçekleri göz önünde bulundurması lazım?

Tüm kurumlar, CO2 azaltımından ve gezegeni kurtarmaktan bahsediyor. Benim için insanları kurtarmak çok önemli. Konuşulması politik açıdan doğru olmadığı için pek bahsedilmeyen bir konu da nüfustaki artış. Bu da, CO2 artışıdaki en büyük etmenlerden. Hayatlarımızın her saniyesi karbon dioksit salgılıyoruz ve nüfus artışıyla ilgili bir şey yapmamız gerek. Bu, zengin ülkelerde yaşanmıyor; Nijerya gibi yoksul ülkelerde oluyor. Hand in Hand'le buralarda da faaliyet gösteriyoruz. Çok basit çözümler var ama Hand in Hand gibi birkaç organizasyon dışında kimse bir şey yapmıyor. Kurumlar sadece CO2 konusuna kafayı takmış durumdadılar.

Bağış yaparak değil ama şirket kurma fikriyle yola çıkarak yardımcı olduğumuz bir alan da, enerji tüketimi. Yani, fosil temelli olmayan yakıtlardan üretilen enerji. Ama daha az enerji tüketirsek o kadar çok enerji üretmemize de gerek kalmaz. Enerji israfının önüne geçmek çok önemli; ihtiyacınız yoksa enerji tüketmeyin. Sürdürülebilirlik danışmanlığı verdiğimiz şirketlere de bunu söylüyoruz: Kendi tüketiminizi sınırlayarak işe başlayın. Fosil temelli yakıtlardan yenilenebilir enerjiye geçin. Sürdürülebilirlik, CO2 emisyonlarını azaltma ile aynı anlamda kullanılıyor. Benim dünyamda bu, ikinci sırada. Dünyanın en büyük sorunu, günde 30 bin çocuğun hiç yere ölmesi.



Liderlere 5 önerim

- 1- Uyanmamız lazım, çok fazla insan yok yere acı çekiyor ve ölüyor.
- 2- Liderler, sosyal etkinin kârlılığı negatif yönde etkileyeceği düşüncesinden vazgeçmelidir.
- 3- Beynimizin yüzde 1'ini kullanıyoruz. Hiç kullanmadığımız bir kısmını kullanalım. İnsanları ve gezegeni kurtarmak için bu çok önemli, sosyal meseleleri ele almak için stratejik açıdan düşünelim.
- 4- Şirketin başındaki kişi, uyanmalı, problemlerin farkına varmalı, düşünmeli; beyin egzersizleri yapmalı ve bu konuda harekete geçmeli. Bu meseleleri ele almak için kasıtlı çaba harcamak şart.
- 5- Lider, bu fitili ateşlemeli. İşte sıradan bir gün geçirmek, şirketi yönetmek, tüketicilerle uğraşmak çok kolay. Eğer toplumsal meseleleri ele almak için kasıtlı çaba harcamıyorsanız, bu sizi tüketir.

Göçmen sorununa İsveç'ten bir örnek

Biz geçen yıl İsveç'te bir inşaat şirketi satın aldık. Şu anda özellikle Suriyeli mültecileri işe alıyoruz. Onlara İsveççe, İngilizce öğretiyoruz ve inşaat yapmayı öğretiyoruz. Tüm büyük şirketler bu konuda daha iyi bir iş çıkarabilir.

Sorun şu ki, insanları alıyoruz, İsveççe veya İngilizce konuşamıyorlar, onları şehirlerimizdeki gettolara gönderiyoruz, yardım çeki veriyor ve "Hadi kendine iyi bak" deyip gidiyoruz. Daha sonra suç oranlarının neden arttığını merak ediyoruz. Biz, Suriyeli veya Afgan mültecileri topluma entegre etmeyi öneriyoruz. Sonuçta, yaşananları tersine çeviremezsiniz. Bu konuda bir şey yapmalıyız. Bunun yolu da, onlara yardım çeki vermek değil; onlar için işler yaratmak. Üstelik hükümet için de, yardım çekleri vermek yerine bu tür programlar yaratmaya destek olmak, çok daha ucuz. Keşke tüm şirketler sorumluluk alsın ve bunu yapsın.



Şirketler, gerçek değer yaratmak için nasıl bir yol izlemeli?

Bir şirket, normal şartlarda bir iş bula-mayacak kişiler için iş yaratmalı. Bu sizin dilinizi konuşmayan bir göçmen de olabilir, hapisneden çıkan bir eski mahkum da, fiziksel veya zihinsel engeli olan biri olabilir. Bu, daha az para elde edeceğinize anlamına gelmiyor. İnşaat sektöründe, göçmenler elde ettikleri iş için o kadar minnettar ki... Sizce bu üretkenliği artırmıyor mu? İyi işler yapmak, iyi bir karma ve kârlılık sağlıyor. Biz bunu, kendi organizasyonumuzda da gözlemliyoruz.

Şirketler için, kârlılık ve sosyal etki arasında denge kurmanın bir yolu var mı? Hem sosyal açıdan çok etkili hem de çok kârlı bir şirket olunabilir mi? Yoksa bu bir seçim meselesi midir?

Bu bir seçim meselesi değildir ve teoride, evet hem etkili hem de karlı olunabilir. Şöyle düşünelim, kendimiz ne kadar kârlıysak, o kadar bağış yapabiliriz. Çünkü bu yola girdiğinizde çok daha



motive çalışanlarınız ve işçileriniz oluyor. Danışmanlık işimizdeki birçok genç insan, sosyal anlamda, bizim insanları işe almaya başladığımız zamandan, 20 yıl öncesinden çok daha bilinçliler. Daha motiveler çünkü kârın tamamının, zaten halihazırda zengin olan hissedarlara gitmediğini, topluma geri verdiğimizizi biliyorlar. Bizim, sekiz sözcük-ten oluşan bir değer beyanımız var: Çok çalış, eğlen, para kazan, topluma geri ver.

Sürdürülebilirlik, çeşitlilik, iklim gibi konular son yıllarda daha çok gündemde. Siz bu konudaki gelişimi, "sosyal etki" vizyonunun evrimini nasıl değerlendiriyorsunuz?

İlk olarak, şirketler de birer insan olan liderler tarafından yönetiliyor. Dünyada Bill Gates gibi, girişimcilerin ve kurum-ların sosyal anlamda oynadığı role dair bilinçli insanlar var. Ben de öyleyim, zaman içinde sosyal açıdan çok daha farkında bir birey oldum. Ancak bu örnekler çok az. Misyonlarımızdan biri de bu. Bu nedenle,

50

1971'den beri Türk tarımı ve sanayisine hizmet veren İGSAS
50. yılını kutluyor.



insanlara yardım etmeyi yaygınlaştırmak için danışmanlık programına başladık. Bu bir misyon ve her şirketin misyonu olmalı.

Pandeminin bu misyona nasıl bir etkisi oldu?

İnsanların hayatlarını kurtarmak, önemli bir konu. Her şirkette pandemiden hayatını kaybeden insanlar oldu, özellikle büyük şirketlerde. O nedenle pandemi, birçok insan için hayatın kısa, tehlikeli olduğuna, insanların; sevdiklerimizin her an hayatlarını kaybedebileceğine dair bir uyarı oldu. Sosyal etki anlamında, pandemi bir uyarı işaretiydi.

Sosyal etkinin çevre, sağlık, tarım, eğitim, iklim ve daha pek çok alt başlığı var. Dünyanın geldiği yeri düşündüğümüzde hangi konuları daha öncelikli buluyorsunuz?

Dünyadaki yoksulluk ve açlık, en öncelikli konu. İkincisi, gelir dağılımı dünyadaki yoksulluğun alt başlığı olarak çok önemli. ABD ve İsveç'te çok benciliz. Her Amerikalının daha eşit hale gelmesi çok konuşuluyor. Ama ortalama bir Amerikalı, dünyanın en zengin yüzde 1'i segmentinde. Biz bu kısımdayız. Korunaklı yerlerimizden tavsiyeler veriyoruz aslında. Gelir eşitsizliği dediğimizde, hayat standartlarımızı eşit hale getirmek isteyen, kendi bencil ve ultra zengin yönümüzü konuşuyoruz. Bu bence de gerekli, ama en büyük problem değil. En büyük problem, o hiç önemsemediğimiz yüzde 99. O kısmı ele almalıyız. Gelir eşitliğinin tüm dünyada sağlanması gerekiyor; yalnızca kendi ülkemizde değil. Kurumlar, bu konuya da yeterince eğilmiyor.

İklim değişikliği bir başka önemli konu, hiç şüphesiz. Gezegendeki çok fazla insan yaşıyor ve ne yazık ki bu sayı artmaya devam ediyor. Ve ne yazık ki, en hızlı arttığı yerler, en fakir ülkeler. Bu da elimizdeki sorunu daha da ciddi hale getiriyor ve zamanımızı gittikçe azaltıyor.

"Sosyal etki" yaratmak isteyen kurumlara vereceğiniz ilk 3 tavsiye ne olur?

İlk olarak, şirketlerde bu konu, yönetim

kurulunda konuşulmalı ve yönetimin gündeminde olmalı. Teşvik programları olmalı ki insanlar, sosyal meseleler üzerinde düşünmek ve bu konularda harekete geçmek için teşvik olabilsin. Bunlar ile işe başlayın. En önemlisi de, uyanın. Sosyal problemlerin kendi kendini çözeceği yanılgısıyla dolu o rüyadan uyanın. Öyle olmayacak. İş dünyası, her türlü probleme çözmede, her zaman olduğu gibi hükümetten daha iyi. İş insanları, dünyayı kurtarmalı. Dünya şu an dek daha iyi bir hale gelmedi; daha kötü oldu. Dünyanın üçte ikisi çok yoksul, bu bir şaka değil. Diğer üçte birinde başka türlü sorunlar var; birbirimizle savaşıyoruz, suçlar artıyor, uyuşturucu kullanımı artıyor... ■



■ REYHAN BAYLAN APPLIED VALUE GROUP
TÜRKİYE KURUCUSU VE GENEL MÜDÜRÜ

Türkiye'de neler yapıyoruz?

■ 1,5 yıldır Türkiye'de faaliyet gösteriyoruz. Şirket satın almaları yapıyor, yönetim ve sosyal etki alanında danışmanlık veriyoruz.

■ Kazandığımız parayı nerede geri verebiliriz zihniyetiyle yola çıktık. Birçok kurumla bir araya geldik. İlk başta iş bağlantıları oluşturarak başladık. Her zaman, bizim gibi düşünen insanları seçmeye çalıştık ve birçok büyük şirket ve holding ile bir araya geldik, sosyal etki alanında neler yapabileceğimizi konuştuk. İş dünyası ve sosyal girişimlerle birlikte bir şeyler kesinlikle yapacağız.

■ Türkiye'de kadına şiddet, kadın özgürlüğü gibi konularda sosyal bir kriz yaşıyoruz. Bu konuda ilgili kurumlarla işbirliği içindeyiz. Türk toplumunda destekleme misyonu ile uyum içinde ilerliyoruz. Bir hayır kurumunu destekliyoruz. Hand in Hand ile, kadınlara mikro finansman sağlıyoruz.

■ İş kurabiliyor, kendi ayaklarının üstünde durabiliyorlar. Türkiye'de de bu modeli uygulamak istiyoruz. Hangi modelle başlayacağımıza dair strateji tasarlıyoruz. Tekstil endüstrisine girmek iyi olacak, çünkü kadınların ağırlıkta olduğu bir iş. İnsanların, çok fazla eğitime ihtiyaç duymadığı bir alan. En yoksul insanlara ulaşmak istiyoruz. Henüz yolun başındayız, işi büyüttükçe, aynı amaca yatırım yapmaya devam edeceğiz.

■ Code for Life adında, çocuklara kodlama eğitimi veren bir organizasyon ile çalışıyoruz. Kodlama, günümüzde çok önemli. Çocuklara, bir meslekte para kazanma şansı verirsek, iş bulmalarını ve hayatlarını devam ettirmelerini kolaylaştırır; kötü alışkanlıklardan uzak durmalarını sağlayabiliriz.

Eğer

gıda ambalajları
karbon nötr olsa
nasıl olurdu?



Doğayı seçin. Kartonu seçin.

Gıda ambalajları, gıdanın dünyanın her yerindeki tüketicilere güvenli bir şekilde ulaştırılmasında kritik bir rol oynar. Ancak gezegen için sorunlara da neden olabilir. Peki tüm gıda ambalajları bitki bazlı malzemelerden elde edilirse ve iklimi etkilemediyse? Tetra Pak olarak iklime olan etkisi azaltılmış kağıt bazlı karton ambalajlara zaten sahibiz. Ama bu noktada durmayacağız. Amacımız, tamamen yenilenebilir, tamamen geri dönüştürülebilir ve karbon nötr olan, yalnızca bitki bazlı malzemelerden yapılmış kartonlar oluşturmaktır. Bunların hepsi dünyanın en sürdürülebilir gıda ambalajını sunma yolculuğumuzun parçası.

gonature.tetrapak.com adresinden daha fazla bilgi edinebilirsiniz.

 **Tetra Pak**[®]
İYİ OLANI KORUR

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİKTE DÜNYAYA REFERANS

'Sürdürülebilirlik' konusunu odağına alan Migros, BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'ne yedi kez üst üste girmeyi başaran tek perakendeci. Kurumun amacı, tüm dünyayı sağlıklı yaşam yolculuğuna çıkarmak...



Türkiye'de perakende sektörüne 67 yıldır yön veren Migros, sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarıyla dünyada örnek teşkil eden projelere imza atıyor. Sürdürülebilirliği, Migros İyi Gelecek Planı çerçevesinde ölçülebilir hedefler doğrultusunda takip eden Migros, şirketin tüm ana fonksiyonlarının temsil edildiği Sürdürülebilirlik Komitesi ile stratejik önem arz eden konular hakkında derinlemesine çalışmalar yürütüyor. Bu çalışmalar doğrultusunda yol haritasını belirleyen ve projeler geliştiren Migros, sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarıyla BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'ne yedi kez üst üste girmeyi başaran tek perakendeci konumunda bulunuyor.

İklim değişikliğiyle mücadele ve su yönetimi alanındaki CDP (Karbon Saydamlık Projesi) raporlamalarıyla 3 kere İklim Liderleri arasında olan, 2020 yılında da Su Liderleri arasında yer alan Migros, iklim değişikliğiyle planları mücadele kapsamında mağazalarını ziyaret eden tüm müşterilerinin ayak izlerini yeşertmek amacıyla çalışmalarını sürdürüyor. Diğer bir yandan yeni nesil teknolojilere yapılan yatırımlar ve mağazalarında bulunan soğutucu dolaplar

için geliştirilen ve patenti Migros'a ait Sulu Soğutma Sistemi ile elektrik tasarrufu sağlarken, gaz kaçaklarının da önüne geçiyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TARIM ÖNEMLİ

Cirosunun yüzde 77'si tarıma dayalı olan Migros, sürdürülebilir tarımın desteklenmesini odağına alarak bu yönde önemli projeleri hayata geçiriyor. İyi Tarım Uygulamaları ile tarım ve hayvancılıkta sürdürülebilir olma ve izlenebilirlik imkanı sunarken, Anadolu Lezzetleri ile yok olmaya yüz tutan yerel ve orijinal tohumların üretiminin desteklenmesini sağlıyor. Migros, 2020 yılında aynı zamanda, destansı coğrafyamızın güzelliklerini, tüm Türkiye'nin tarımsal zenginliğini etkileyici bir şekilde gösteren "Tarım Bizim Geleceğimiz" belgeselini hazırladı. Belgeselde; bilim insanlarından uluslararası tarım otoritelerine kadar birçok değerli ismin görüşlerine yer verildi. Ege Orman Vakfı'nın kendi ürettiği zeytinleri raflarında müşterilerine sunarak ormanlık alanları yenilemeye katkıda bulunuyor. Ege Orman Vakfı aracılığı ile 14 yılda Ege Bölgesi'nde yarım milyon fidan dikildi.

MIGROS



GIDA ATIĞINDA 2030 PLANI

Migros gıda atıklarının azaltılması için Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları doğrultusunda, 2018 yılına kıyasla 2030 yılına kadar, gıda imha tonajının gıda satış tonajına olan oranını yarı yarıya indirmeyi hedefliyor. Öğrenen bir algoritma olan otomatik sipariş sistemini kullanarak STT'si yaklaşan taze ürünler ve olgunlaşan meyve-sebzeyi indirimli olarak müşterilerine sunan Migros, satışa dönüşmeyen ancak besleyiciliğini koruyan, sağlıklı gıda ürünlerini ise dijital bir platform üzerinden gıda bankaları ve sosyal marketlere bağışlıyor. 2020 yılında 2,5 milyon öğünlük gıda bağışını ihtiyaç sahipleri ile buluşturan Migros, insan tüketimi için tercih edilme-

%77

Cirosunun yüzde 77'si tarıma dayalı olan Migros, sürdürülebilir tarımın desteklenmesini odağına alarak bu yönde önemli projeleri hayata geçiriyor.

YARIM MİLYON

Migros, Ege Orman Vakfı aracılığı ile 14 yılda Ege Bölgesi'nde yarım milyon fidanın dikilmesine katkıda bulundu.

yen 1.120 ton gıdayı sokak hayvanlarının beslenmesi için bağışladı. Tüm bu çalışmalarla, iki yılda gıda imha oranlarında yüzde 24'lük bir azaltım gerçekleştirmeyi başardı. WRI (World Resource Initiative) tarafından başlatılan, 10x20x30 girişimine katılan ilk 10 perakendeciden olan Migros, 2030 hedefine 23 gönüllü tedarikçisini de dahil etti. Migros ayrıca, Tarım ve Orman Bakanlığı öncülüğünde tüketicilerin bilinçlendirilmesine yönelik kurulan Gıdanı Korumaya Sahip Çık girişiminin destekçileri arasında yer alıyor.



2.5 milyon kişiye sağlıklı yaşam yolculuğu

AKILLI UYGULAMA Migros Money uygulamasında 'Sağlıklı Yaşam Yolculuğu' başlığı altında oluşturulan alanda, akıllı bir algoritma ile müşterilerinin 3 aylık gıda alışverişlerine göre besin dağılımları ile günlük ideal besin tüketim tablosu yan yana yer alıyor. Global parametreler ve Sağlık Bakanlığı verilerinden yola çıkarak oluşturulan tablo ve mesajlarda, dengeli beslenmek için hangi besin grubunu ihmal edildiği kolaylıkla görülebiliyor.

KİŞİYE ÖZEL Diyetisyenlerle hazırlanan kişiye özel videolarla ihmal edilen besin gruplarının sağlık açısından önemini anlatılırken, dengeli beslenmeye yönelik aradaki farkı kapatılabilmesi için kişiye özel öneriler indirimli olarak sunuyor ve sağlıklı yaşam yolculuğuna teşvik ediyor. Program, müşterilerin grafiğini her alışveriş sonrasında güncelliyor ve iki haftada bir, yeni bir sağlıklı yaşam önerisinde bulunuyor.

KRİTİK UYARILAR Uygulamada, dengeli beslenmenin yanı sıra su içmenin önemi ile ilgili mesajlar ve örnek egzersiz tablosu da yer alıyor. Vegan ve vejetaryen Migros müşterilerinin önerileri ise kendi beslenme tercihlerine uygun olarak hazırlanıyor.

ÖDÜLLÜ PROJE Bugüne kadar 2,5 milyon kişiye ulaşan ve uluslararası alanda 7 ödülün sahibi olan 'Sağlıklı Yaşam Yolculuğu' programı, Consumer Goods Forum tarafından dünya perakende sektörüne toplumsal sağlığa yönelik referans dijital uygulama olarak sunuldu. Latin Amerika ülkelerine uyarlanan programın, Japonya'da da kullanıma başlaması için görüşmeler devam ediyor.

“KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÇÖZÜMLER ÜRETİYORUZ”

“Kendi gelişimimizi toplumun gelişimiyle eşdeğer görüyoruz”. Vestel CEO’su Turan Erdoğan etki yaklaşımlarını bu sözlerle özetliyor. Fırsat eşitliğinden sürdürülebilirliğe, her alanda katma değeri yüksek çözümler üretmeye çalıştıklarını ifade ediyor. “Temel iş stratejimizin arkasında toplum için değer yaratmak ve değerleri birlikte yaşatmak anlayışı var” diye konuşuyor.

Vestel global bir teknoloji üreticisi. Ürettiğimiz teknolojiyi dünyanın 157 ülkesine ulaştırıyoruz.

Her ülkenin tüketicisinin beklentisine göre tasarladığımız ürünler, yüksek teknolojimiz, kalitemiz ve üretim hızımız rekabette fark yarattığımız unsurlar. Ürettiğimiz yenilikçi ürünlerin yanı sıra akıllı teknolojiler, otomotiv elektroniği, sağlık teknolojisi gibi katma değeri yüksek alanlardaki çözümlerimizle de fark yaratıyoruz.

Vestel, dijitalleşme vizyonunu çok önceden belirlemiş ve önemli ölçüde yol almış bir şirket. Üretim tesislerimizdeki Endüstri 4.0 dönüşümünü yüzde 90 oranında tamamlamış durumdayız. Vestel City’de robotlar ve insanlar omuz omuza çalışıyor, karanlık fabrikada üretim yapılıyor. Bu da bize çok ciddi maliyet ve hız avantajı sağlıyor. Yalnızca üretim aşamasında değil ürün tarafında da dijitalleşiyoruz. Akıllı ev ve nesnelerin internetinde öncü çalışmalarımız bulunuyor. Vestel televizyonlar artık evin akıllı konumunda. Birbirine ve internete bağlı beyaz eşyalar, sesli komutla çalışan ürünler, kendi deterjanını sipariş



eden çamaşır makineleri, bir telefon uygulaması üzerinden kontrol edilebilen fırınlar gibi birçok akıllı ürünle tüketicilerin hayatını her geçen gün daha da kolaylaştırıyoruz.

“VESTEL’LE OLUR, NEDEN OLMASIN?”

Hizmet tarafında, bizim için esas olan tüketicimizin bize ihtiyaç duyduğu her an onun yanında olmak ve hayatını kolaylaştırmak. Bu anlayışı 2021 yılı başında kamuoyuyla paylaştığımız “Vestel’le olur, neden olmasın?” motomuz ve yeni iletişim stratejimizle de taahhüt ettik. Çalışanlarımızdan paydaşlarımıza dünyanın dört bir yanındaki müşterilerimize kadar bize ulaşan her beklenti ve talebe, tüketimimizin hayallerine “Vestel’le olur, neden olmasın?”

diyerek yanıt veriyoruz. Ülkemizde perakende sektörüne bugüne dek pek çok yenilik getirdik. Ama en çığır açanı pandemi döneminde hayata geçirdiğimiz “24 saatte teslim” uygulaması oldu. Vestel.com.tr’den satın alınan ürünleri, ürün hacmi ayırt etmeksizin 24 saatte teslim ettik. Yaygın bayi ağımız ve 10 yıldır üzerinde çalıştığımız entegre perakende sistemimizin gücü sayesinde bunu başardık. Bunlar ve benzer pek çok uygulamamızla faaliyet

gösterdiğimiz sektörde fark yaratıyoruz.

Vestel olarak kendi gelişimimizi toplumun gelişimiyle eşdeğer görüyoruz. Geliştirdiğimiz ürün ve hizmetlerin yanı sıra ekonomik, sosyal veya fiziksel sebeplerden ötürü toplumsal yaşama katılım sağlayamayan tüm kesimlerin bilgi ve teknolojiye erişimine katkıda bulunmayı kurumsal sosyal sorumluluk bilinci olarak görüyor ve bu konuda oldukça kapsamlı çalışmalar yürütüyoruz.

FARK YARATAN SORUMLULUK

Vestel Şirketler Grubu olarak sosyal sorumluluk alanında birçok projemiz var. Engelli bireylerin sosyal hayata katılımını destekleyen tüm uygulamalarımızı Erişilebilirlik Projesi adı altında bir araya getirdik. Üç ana başlığa sahip çatı proje; engelli erişimine uygun ürünleri, engelli istihdamını ve Vestel'in engelli bireylere yönelik diğer sosyal sorumluluk çalışmalarını içeriyor. Vestel, 2015 yılından beri sürdürdüğü engelli bireylerin işe alım ve adaptasyon sürecinde onlara; kalacak yer organizasyonu, yurt-pansiyon, işaret dili tercümanı, özel eğitimler, aileleri ile iletişim gibi her türlü desteği sağlıyor. Bugün Vestel'de çalışan toplam engelli birey sayısı 464'e ulaştı. Görme engelli, işitme engelli, dahili hastalık nedeniyle engelli, nöropsikiyatrik nedeni ve ortopedik engellilerden oluşan çalışanlarımız şirketimiz bünyesindeki farklı görevlerde yer alıyor.

Bezay eşya ürünlerinin üzerindeki kontrol paneline ve Vestel TV kumandalarına Braille Alfabeti ile kabartma uygulaması gerçekleştirdik. Ayrıca Vestel'in web sitesi www.vestel.com.tr Erişilebilirlik Projesi kapsamında görme engellilerin özel bilgisayarlarında çalışır hale geldi. Görme engelliler, ürünler ve kampanyalar hakkında bilgiyi veya ürün satın alma aşamalarının tümünü sesli olarak dinleyebilirler. Ayrıca Vestel mağazalarını da erişilebilir hale getirdik.

TOPLUMA DOKUNAN PROJELER

Kurumsal sosyal sorumluluk alanında gerçekleştirdiğimiz diğer projelere ise şu şekilde özetleyebiliriz;

WeWALK: Vestel'in organize ettiği Engelsiz Hackaton'da doğan WeWALK, teknoloji desteğiyle görme engellilerin hareket özgürlüğünü artırmak ve hayatını kolaylaştırmak

“REKABETTE FARK YARATTIĞIMIZ UNSURLAR: HER TÜKETİCİNİN BEKLENTİSİNE GÖRE TASARLADIĞIMIZ ÜRÜNLER, YÜKSEK TEKNOLOJİMİZ, KALİTEMİZ VE ÜRETİM HIZIMIZ.”

amacıyla geliştirilen bir akıllı baston. YGA ve Vestel mühendislerinin geliştirdiği teknolojiyle donatılmış bir baston olan WeWALK, engel algılama, telefonla entegrasyon ve açık platform olmak üzere üç özellik sunuyor. Tasarım ve üretim temelleri Vestel City'de atılan WeWalk'un endüstriyel tasarım, yazılım, donanım tasarımları ve prototip hazırlanması çalışmaları yine Vestel'de YGA'nın gönüllü mühendisleriyle birlikte yapıldı. Amazon tarafından yılın girişimi seçilen WeWALK, dünya çapında birçok ödülün sahibi.

Eşit Şans Projesi: Engellilere fırsat eşitliği sunan bu proje ile 140 işitme engelli Vestel'de çalışmaya başladı.

Hayatın İçindeyim: Down sendromlu ve zihinsel engelli gençlere Vestel'de çeşitli iş fırsatları sunarak “Hayatın İçinde” olmalarını destekleyen proje ile down sendromlu ve zihinsel engelli gençlerimize iş imkanı sağladık.

Yeter Ki Şans Ver: “Yeter ki Şans ver” projesinde engelli çocuklara problem çözme, paylaşma, üretken ve yaratıcı olma gibi değerleri öğretmek, onların kişisel gelişimlerine katkıda bulunuluyor. Bu kapsamda Vestel Çamaşır Makinaları için hazırlanan Nakliye Vidası Grubu'nun önemli bir bölümü Manisa ZİÇEV'deki zihinsel engelli çocuklar tarafından yapıldı.

ZEKİ Projesi: İŞKUR Manisa İl Müdürlüğü iş birliğiyle hayata geçirdiğimiz Zihinsel Engelliler Korumalı İşyeri Projesi (ZEKİ) kapsamında engelli istihdamımızı artırıyoruz. Son olarak Haziran ayında imzaladığımız 6. Sözleşme ile 10 engelli bireye iş imkanı yarattık.

Yürüteç ve Kulübe Projesi: Sürdürülebilirlik vizyonumuz doğrultusunda engelli hayvanlara geri dönüşme giden ürünlerin parçalarından yürüteç tasarladık.



Sürdürülebilirlik yaklaşımımız

AKILLI HAYAT 2030 Döngüsel ekonomiye katkımız ve bu yoldaki faaliyetlerimizde Zorlu Grubu'nun sürdürülebilirlik yaklaşımı Akıllı Hayat 2030 bizlere yol gösterici oluyor.

KARBON AYAK İZİMİZ Karbon ayak izini ISO 14064 standartlarına göre hesaplayıp, tarafsız akredite kuruluşlara doğruluyor ve şeffaf bir şekilde CDP raporlamalarını gerçekleştiriyoruz.

YEŞİL MUTABAKAT Avrupa Birliği'nin sürdürülebilir büyüme stratejisi Yeşil Mutabakat'ı destekliyor, regülasyonlara tam uyum sağlıyoruz.



Tüm Türkiye'deki engelli hayvanlara ulaştırdığımız yürüteçler aynı zamanda hayvan dostlarımızın tedavileri sırasında egzersiz yapabilecekleri birer araç olarak da kullanılabilir.

AKILLI HAYAT 2030

Sürdürülebilir üretim, özellikle bizim gibi global sanayi şirketleri için bir zorunluluk haline geldi. Pandemiyle birlikte önemi daha net anlaşılan sürdürülebilirlik alanına uzun zamandır ciddi katkılarımız bulunuyor. Aldığımız sorumlulukların kapsamını daha genişletip, üretim yöntemlerimizi güncellerken, iş ortaklarımız ve tedarikçi ilişkilerimiz açısından da sürdürülebilirlik uygulamalarının benimsenmesini



bir kriter haline getirdik. Diğer taraftan ürettiğimiz çevre dostu ürünlerle bireylerin de yaşamlarını çevreye, ekosisteme saygılı ve doğaya verilen zararı minimuma indireyecek şekilde düzenlemelerine destek oluyoruz. Dünya rekoru seviyesinde elektrik ve su tasarrufu yapan, deterjansız yıkama yapan, gıda ömrünü uzatarak israfı önleyen ürünler üretiyoruz. Döngüsel ekonomiye katkımız ve bu yoldaki faaliyetlerimizde Zorlu Grubu'nun sürdürülebilirlik yaklaşımı Akıllı Hayat 2030 bizlere yol gösterici oluyor.

Tüm yatırımlarını sürdürülebilirlik ekseninde gerçekleştiren bir şirket olarak 2020 yılında gerçekleştirdiğimiz yeşil tahvil ihracımızla bu alanda da öncülük ettik. 2016 yılından beri karbon ayak izini azaltmak için yoğun çalışmalar yürütüyoruz. Karbon ayak izini ISO 14064 standartlarına göre hesaplayıp, tarafsız akredite kuruluşlara doğruluyor ve şeffaf bir şekilde CDP (Carbon Disclosure Project/Karbon Saydamlık Projesi) raporlamalarını gerçekleştiriyoruz. Hem devletler hem de özel sektör temsilcileri nezdinde kabul gören, Avrupa Birliği'nin sürdürülebilir büyüme stratejisi ve 2050 yılına kadar sera gazı emisyonlarının sıfırlanmasını amaçlayan Yeşil Mutabakat'ı destekliyor, regülasyonlara tam uyum sağlıyor, mutabakatın amacına ulaşması için üzerimize düşen sorumlulukları yerine getiriyoruz. Vestel için toplumla paylaşarak büyümek esastır. Temel iş stratejimizin arkasında toplum için değer yaratmak ve değerleri birlikte yaşatmak anlayışı var. Bu kapsamda çevre ve insan ekseninde geleceğe odaklı, mükemmeliyetçiliğini yansıtacak toplumsal projeler geliştirmeyi sürdürüyoruz. ■

TDK:

Emanet

isim

- 1 Birine geçici olarak bırakılan ve teslim alınan kişiye korunması gereken eşya, kimse vb., inam, vedia.

isim

- 2 Bir kimse ile birine gönderilen şey.



Emanetin değerini biliyoruz,
Anadolu'dan öğrendiklerimizi Dünya'ya taşıyoruz
Siz hedefi belirleyin,

Biz her zaman bir yol buluruz.



+90 850 755 0 458

| galpi.com.tr

“ENGELSİZ BANKACILIĞIN MODEL KURUMU OLACAĞIZ”

‘Eşitlik’ ve ‘Engelsiz bankacılık’ Alternatif Bank’ın hizmet yaklaşımının temelini oluşturuyor. “Tüm çalışmalarımızın altında ‘insan odaklı’ yaklaşımımız var” diye konuşan Alternatif Bank Genel Müdürü Kaan Gür, vizyonlarını ise “Hissedarımız Commercial Bank’ın gücünü yanımıza alarak, Türkiye’de ilk tercih edilen banka olmak” diye özetliyor.

Alternatif Bank olarak yürüttüğümüz tüm çalışmaların merkezinde, çalışanlarımız ve müşterilerimiz için “insan odaklı” yaklaşımımız önemli bir yer teşkil ediyor. Müşterilerimizin ihtiyaç ve beklentilerini sadece bankacılık ürünleri açısından karşılamak değil, tüm finansal süreçlerini analiz ederek onlara terzi usulü, hızlı ve rekabetçi çözümler sunmak büyüme stratejimizin en önemli bileşenlerinden birini oluşturuyor. Bu çözümler için dijitalleşme, teknolojiye yatırım şüphesiz ki çok önemli. Özellikle pandemi döneminde dijitalleşmenin önemini ve olumlu etkilerini net şekilde deneyimledik. Pandemiden çok daha önce dijital dönüşüm çalışmalarımız kapsamında, operasyonel verimlilik ve müşteri memnuniyeti sağlayacak adımları atmaya başlamıştık. Mobil ve internet bankacılık kanallarımızın yenilenmesi, e-imza, e-teminat mektubu, hibrit tedarikçi finansman sistemi gibi uygulamalar, şubelerimizde müşteri işlem ekranları gibi pek çok çözümlerle tüzel ve bireysel müşterilerimize değer yaratan hizmetler sunduk. Ancak tüm bu dijitalleşen dünyamız içinde “insan” odağımız asla değişmiyor. Nihai amacımız, tüm hizmetlerimizi herkes için daha erişilebilir, daha güvenli ve kolay ulaşılabilir kılmak. Bu sebeple tasarladığımız her yeni ürün

veya hizmetin nasıl daha fazla erişilebilir olacağı üzerine odaklanıyor, müşterimiz için, insan için faydaya dönüştürmek üzere çalışıyoruz. Bunu yaparken de teknolojinin tüm imkânlarından sonuna kadar yararlanıyoruz. Önümüzdeki dönemde müşteri tabanımızı genişletirken, danışman bankacılık yaklaşımımızı onlara daha fazla deneyimletecek çözümler sunmaya devam edeceğiz.

Yetkin insan kaynağımızla, tüzel, bireysel ve özel bankacılık alanında, katma değeri yüksek ürün, hizmet ve çözümler sunuyoruz. Kurumsal finansman, ticari krediler, nakit yönetimi, fazlasıyla önem verdiğimiz dış ticaret finansmanı, sigorta, mevduat, hazine ve yatırım ürünlerinin yanı sıra iştiraklerimiz Alternatif Lease ve Alternatif Yatırım ile finansman ve yatırım ihtiyaçlarını karşılamak için müşterilerimize özel çözümler geliştiriyoruz.

KADINLARI HER ALANDA DESTEKLİYORUZ

Kadınlarımızın girişimci ruhları, yönetim yetkinlikleri, zorluklar karşısındaki direnç ve çalışkanlıklarıyla ülke ekonomisinin kalkınmasında çok önemli bir yeri olduğuna inanıyor, sağladığımız kaynaklarla onları desteklemeye özen gösteriyoruz. Bu anlayışla IFC’den temin ettiğimiz 100 milyon dolarlık kaynağı, kendi işinin sahibi kadın girişimcilerin veya bir ku-



"Güven ilkesiyle hareket ediyoruz"

Basiretli bankacılık ve güçlü kurumsal yönetim anlayışımızın bir uzantısı olan 5 ayrı çalışma grubumuz güven ilkesi çatısı altında, hem bankamız hem de iş ortaklarımız için daha güçlü kurumlar hedefiyle çalışıyor. Sürdürülebilirlik Komitemizin altındaki "Çevresel ve Sosyal Yönetim" "Sürdürülebilir Ürün ve Hizmetler" "Etik Bankacılık" "Nitelikli Eğitim" ve "Çeşitlilik ve Kapsayıcılık" gruplarımızın yürüttüğü çalışmaların yanı sıra, Bankamızda yürütülen sorumluluk projeleri ile de toplum refahını artırmayı hedefliyoruz.

Alternatif Bank olarak vizyonumuz, hissedarımız Commercial Bank'ın gücünü yanımıza alarak, Türkiye'de ilk tercih edilen banka olmak. Bunu sadece müşterilerimiz için değil, tüm paydaşlarımız için koyduğumuz bir hedef olmasının yanında, topluma değer yaratmayı temel alan anlayışımızın da bir yansıması olarak görüyoruz. Bu bağlamda sosyal etki yaratmak için, eşitlik ve kapsayıcılık ilkeleriyle Sürdürülebilir Kalkınma hedefleri doğrultusunda çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bu çalışmalarını yürütürken çalıştığımız iş ortaklarımızı da bu stratejinin bir parçası haline getirebilmeyi arzu ediyoruz.

rumda yönetici olan kadınların desteklenmesi amacıyla Yöneten Kadına Güç Katan Paket adı altında sunuyoruz. Paket kapsamında, yöneten kadınlarımıza avantajlı şartlarda finansmana erişim ve katma değerli bankacılık ürün ve hizmetlerimizde ücret muafiyetinin yanı sıra, bilanço yönetimi, finansal analiz ve dış ticaret konularında uzman ekiplerimiz tarafından eğitimler veriyoruz.

Ayrıca yöneten kadınlarımızın hayatlarını kolaylaştıracak asistans hizmetleri de sağlıyoruz. Paketimizi hem bankacılık ürünlerindeki avantajlar hem de bankacılık dışı alanlarda sağlanacak ayrıcalıklarla zenginleştirmeye devam ediyoruz.

EKONOMİYE KATKI MİSYONU

Alternatif Bank olarak pandeminin etkilerinin kısmen de olsa devam ettiği son 1 – 1,5 yıllık süreçte odağımız, müşterilerimiz ve çalışanlarımızın sağlığını korumak oldu. Müşterilerimizin iş süreçlerine değer katma ve ekonomiye katkı sağlama misyonuyla çalışmalarımızı kesintisiz sürdürerek bu dönemin gereklerine çok hızlı adapte olduk. Aşılama sürecindeki ilerlemeye rağmen pandeminin ekonomik etkilerinin kısmen devam ettiği bu yılın ikinci çeyreğini de hedeflerimize paralel tamamladık. Başta TL ticari krediler olmak üzere, nakdi ve gayri nakdi kredilerde reel sektöre sağladığımız desteği artırarak müşterilerimizin finansmana erişmelerine ve dolayısıyla ekonomiye katkılarını sürdürdük. Bu dönemde ayrıca, dijital kanallarımız ve teknolojiye yaptığımız yatırımlar sayesinde bireysel bankacılıktaki müşteri bazımızı ve mevduat tabanımızı genişletme hedefimizde başarılı bir ilerleme kaydettik.

Özellikle içinde bulunduğumuz dönemde, sağlıklı büyüme hedeflerimizde odaklanmamızda en büyük dayanağımız hiç şüphesiz ki hissedarımız Commercial Bank'ın bankamıza duyduğu güven ve güçlü sermaye yapımız oluyor. Hissedarımız daha önce planlandığı şekilde, bu yılın başında 175 milyon TL'lik nakit sermaye artırımında bulunarak, böylesi bir dönemde dahi Alternatif Bank ve Türkiye ekonomisine duyduğu güvenini bir kez daha teyit etti.

PAYDAŞLAR İÇİN DEĞER YARATILIYORUZ

Banka olarak amacımız her zaman, sektör veya büyüklüğünü gözetmeksizin, büyüme hedefiyle ilerleyen, istihdamı ve üretimiyle ülke ekonomisine katma değer yaratan tüm işletmelerle çalışmak, onlarla birlikte büyümek, güçlenmek... Paydaşlarımızın büyüme yolculuklarında onlara değer yaratmak, birlikte hep ileri gitmek en önemli misyonlarımızdan biri. Bu amaçla kurulduğumuz günden bu yana devam ettirdiğimiz sorumluluk projelerinin yanında, oluşturduğumuz Sürdürülebilirlik Komitesi ile çalışmalarımızı farklı bir boyuta taşıdık. Bu kapsamda kendimize 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri kapsamında öncelikli çalışma alanları belirledik.

Sosyal etki stratejimizin başında ise eşitlik ilkesi yer alıyor ve yürüttüğümüz tüm çalışmalarda bu ilkenin çatısı altında kendimize hedefler koyuyoruz. Bu kapsamda Etik Bankacılık, Çevresel ve Sosyal Yönetim, Fırsat Eşitliği, Nitelikli Eğitim ve Engelsiz Bankacılık alanlarını önceliklendiriyoruz. Sorumluluk bilinciyle eşitlik ilkemize hizmet edecek şekilde, Parıltı Derneği, Tohum Otizm Vakfı, SMA Derneği, Türkiye Spastik Çocuklar Vakfı, Yeni Bahar Derneği, KAÇUV, TEV, TEMA Vakfı, TEV Korona Kahramanlarına Vefa Fonu, Herkese Kitap Vakfı, İhtiyaç Haritası gibi vakıf, kurum ve platformlarla çalışanlarımızın da katıldığı iş birlikleri yaparak katkı sunmaya özen gösteriyoruz.

"NİHAİ AMACIMIZ, TÜM HİZMETLERİMİZİ HERKES İÇİN DAHA ERİŞİLEBİLİR, DAHA GÜVENLİ VE KOLAY ULAŞILABİLİR KILMAK."

“YARDIM TEMELLİ DEĞİL HAK TEMELLİ”

Alternatif Bank olarak “Danışman ve Basiretli Bankacılık” anlayışımız doğrultusunda odağımıza insanı alıyoruz. Bu yaklaşımımızın devamı niteliğinde gerçekleştirdiğimiz “Engelsiz Bankacılık” çalışmalarımızla ise tüm hizmetlerimizin herkes tarafından eşitlik çerçevesinde kolaylıkla kullanılmasını hedefliyoruz. Türkiye’de yaşayan milyonlarca engelli birey gerek çalışma hayatı gerek günlük yaşamın pek çok doğal gereksinimine ulaşmakta zorluk çekiyor. İşte bu noktada eşitlik yaklaşımımızın bir yansıması olarak bankacılık hizmetlerimizi herkesin erişebileceği şekilde tasarlanmanın ve sunmanın önemine inanıyoruz. Biz buna “yardım temelli değil hak temelli yaklaşım” diyoruz ve bankamızın iş yapış kültürünü bu yönde dönüştürüyoruz.

Bu yolda ilerlerken de her biri kendi alanında uzman akademisyen ve sivil toplum temsilcilerinden oluşan bir danışma kurulu kurduk. Kurulumuzun danışmanlığında, tüm fiziksel ve dijital hizmet kanallarımızda yenilenme çalışmalarını başlattık. Hizmet kanallarımızın erişilebilirliğini sağlarken çalışanlarımızın da farkındalık ve yetkinliğini artırıyoruz. Danışma Kurulumuzun rehberliğinde başta sakatlık, engellilik tanımları, engel gruplarını tanıma ve en doğru iletişim teknikleri konularında çalışanlarımız için dil ve perspektif birliği eğitimleri düzenledik. Bu eğitim içeriklerini, daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayıp toplumda da farkındalığın artmasını sağlamak amacıyla, “Engelsiz Bir Dünya İçin Dil ve Perspektif Birliği” isimli video serisini Alternatif Bank Youtube kanalımızda yayınladık. İstihdam tarafında ise Müşteri İletişim Merkezimizde işaret dili bilen ve tüm hizmet kanallarına merkezi şekilde destek verebilecek “Erişilebilir İletişim Uzmanı” arkadaşımızı aramıza dâhil ettik.

ENGELSİZ BANKACILIK ANA ODAĞIMIZ

Engellilerin daha iyi bir bankacılık hizmeti almasına katkı sunacak projelerin geliştirilmesi amacıyla sürece gençleri de dâhil ettik. Dünyamızın bugün geldiği noktada, gençlerin toplumsal konulara olan bilinci ve geleceğimize gösterdiği hassasiyetinin hepimizden daha güçlü olduğunu biliyoruz. Onların, sahip olduğu enerji, hassasiyet ve yaratıcı bakış açılarıyla, ‘engelsiz bankacılık’

hedefimizde bizlere de yol göstereceklerine inandık ve yenilikçi projelerini tasarlayıp birlikte hayata geçirebileceğimiz bir ortam sunduk.

Bu kapsamda 2020 yılında Özyeğin Üniversitesi öğrencileriyle birlikte erişilebilirlik ve evrensel tasarım yaklaşımıyla, ‘Engelsiz Bankacılık’ temalı ilk hackathon etkinliğimizi düzenledik. Bankamız hizmet kanallarına erişimde engelli gruplarının ihtiyaçlarına cevap verecek projeler geliştirmelerini istedik. Hackathon etkinliğimizi 2021 yılında da daha geniş bir çerçevede, Türkiye’deki tüm üniversitelerin lisans ve lisansüstü öğrencilerinin başvurabileceği “Engelsiz Bankacılık Ideathon”u olarak hayata geçirdik. Yaklaşık 3 haftalık yoğun bir hazırlık ve uygulama süreci boyunca, Alternatif Bank Engelsiz Bankacılık Danışma Kurulu üyeleri tarafından verilen başta sakatlık, engellilik tanımları, engel gruplarını tanıma ve engellilerle nasıl iletişim kurulması gerektiğine dair dil ve perspektif birliği eğitiminin yanı sıra hem teorik hem uygulamalı “Design Thinking” eğitimleri online olarak gerçekleştirildi.

Alternatif Bank yöneticilerinin de öğrencilere rehberlik ederek katkı sunduğu Ideathon’da toplam 29 kişiden oluşan 8 ekip, engelsiz bankacılık alanında geleceğe ışık tutacak yaratıcı proje fikirleriyle yarıştı. Etkinlik kapsamında ilk üçe giren takımlar para ödülünün yanı sıra Alternatif Bank’ta staj, mülakat simülasyonu ve online temel bankacılık eğitimi almaya hak kazandı. Dereceye giren projelerden birkaçını hayata geçirmek üzere planımıza aldık. Amacımız bu projeleri mümkün olduğunca hayata geçirerek kalıcı bir değere dönüştürmek.

Alternatif Bank olarak “Engelsiz Bankacılık” bizim için adanmışlık derecesinde inandığımız, çok değerli bir alan ve engelsiz bir dünya için üzerimize düşen görevleri yerine getirmeye devam edeceğiz. Bu alanda sadece kuralları uygulayan bir kurum olmakla yetinmeyip, sektörümüzde bir zihniyet değişimine öncü olabilmeyi hedefliyoruz. Bu konuda kendimize beş yıllık bir plan hazırladık. Beş yıl içinde tüm çalışmalarımızın etkisini artırmakla beraber arzumuz, engelliler tarafından en çok tercih edilen banka olabilmek. Hedefimiz Alternatif Bank’ı Engelsiz Bankacılığın model bir kurumu haline getirmek ve öğrendiklerimizi isteyen herkesle paylaşmak. ■

100 MİLYON DOLAR

IFC’den temin ettiğimiz 100 milyon dolarlık kaynağı, kendi işinin sahibi kadın girişimcilerin veya bir kurumda yönetici olan kadınların desteklenmesi amacıyla sunuyoruz.

5 YIL

Arzumuz, beş yıl içinde, tüm çalışmalarımızın etkisini artırmakla beraber, engelliler tarafından en çok tercih edilen banka olabilmek.



GELECEĞİ İYİLEŞTİRİYORUZ

109 yıldır iyileştirme tutkusuyla ve toplumsal sorumluluk bilinciyle hareket eden Abdi İbrahim olarak, gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakmanın en önemli görevlerimizden biri olduğuna inanıyoruz. Dünyamız ve toplumumuz için fayda yaratma isteği tüm faaliyetlerimizin merkezinde yer alıyor. Bu kapsamda dünyamız için pek çok iyileştirici adım attık.

Tüm bina ve tesislerimizde yenilenebilir enerji kullanımına geçerek elektrik tüketiminden kaynaklanan karbon ayak izimizi sıfıra indirdik. **Tüm tüketimlerimiz dikkate alındığında ise gerçekleştirdiğimiz çalışmalar sonucu karbon emisyonumuzu sadece bir yılda %53 oranında azalttık.**

CDP'de iklim değişikliği ve su güvenliği kategorilerinde bildirim yaparak not alan, karbon emisyonu azaltma hedeflerinin verildiği ve takip edildiği Bilimsel Temelli Hedefler Girişimi (SBTi) ve CEO Water Mandate'in Türkiye'den imzacısı olan tek Türk ilaç şirketi olduk.

Sürdürülebilirlik alanındaki faaliyetlerimize var gücümüzle devam edeceğiz.



“GELECEĞE YATIRIM YAPIYORUZ”

Akenerji, Türkiye'nin köklü sanayi kuruluşlarından Akkök Holding ve Çek Enerji Grubu Cez'in çatısı altında faaliyet gösteren ve 30 yılı aşkın deneyimiyle ülkenin enerji ihtiyacının yüzde 3'ünü karşılayan bir kurum. Akenerji Genel Müdürü Serhan Gençer, kurumun etki stratejisini “Sürdürülebilir başarı için odak noktamıza çevre ve insanı koyduk” diye özetliyor.

Akenerji, Türkiye’de otoprodüktör grubu statüsünde kurulan ilk elektrik üretim şirketi. Enerji üretim ve ticaretinde ülkemizin köklü şirketleri arasındaki konumumuza 30 yılı aşkın tecrübemizle ulaştık. Türkiye’nin enerji ihtiyacının yüzde 3’ünü tek başımıza üretiyoruz. Böylesi büyük bir üretici olarak pandeminin sürdüğü son 1 yıl içinde çalışan sağlığı ve enerjide arz güvenliğine öncelik verdik.

İnsan kaynakları, üretim ve çevresel sürdürülebilirlik gibi başlıklara odaklanarak enerji piyasasındaki lider konumumuzu güçlendirme yolunda ilerledik. İşveren markası hedefimiz doğrultusundaki başarılı politikalarımız bize bu yıl şimdiden 3 uluslararası ödül kazandırdı. “Geleceğe Liderlik Et” isimli gelişim programımız Brandon Hall Excellence Awards’ta birer altın ve bronz ödüle layık bulunurken The International Business Awards Stevie’de ise “Yılın Şirketi” kategorisinin “Enerji” dalında ise bronz ödülün sahibi olduk.

SOSYAL ETKİ ÇERÇEVEMİZ

Sosyal etki yaklaşımımızın sürdürülebilirlik, çevre, toplumsal cinsiyet eşitliği ve işveren



markası gibi kavramlar etrafında belirlendiğini söyleyebilirim. Çatısı altında bulunduğumuz, Türkiye'nin en köklü sanayi şirketlerinden Akkök Holding'in anlayışına paralel olarak hayatına dokunduğumuz paydaşlarımız için değer yaratmayı hedefleyen bir strateji benimsiyoruz.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, şirketler adına etki yaratmada değerli olduğunu düşünüyorum. Akenerji olarak biz de sosyal sorumluluk çalışmalarımızı bu ekseninde kurgulayıp hayata geçiriyoruz. Paydaşların yaşamlarına dokunma stratejisiyle, hidroelektrik santrallerimizin bulunduğu Adana'nın Feke ilçesinde başlattığımız "Akenerji Kadınların Yanında" projemiz 3. Türkiye Enerji ve Doğal Kaynaklar Zirvesi'nde "En İyi Sosyal Sorumluluk Projesi" ödülünü kazandı.

Aynı zamanda, iş hayatında fırsat eşitliği ve cinsiyet dengesini destekleme amacıyla Professional Women's Network'e kurumsal üye olduk. Şirket politikası olarak benimsediğimiz toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda çalışan sivil toplum kuruluşlarına destek vermeyi değerli buluyoruz. Diğer yandan; çocuklar için Çocuk Eğitim Derneği ve Koruncuk Vakfı ile yürüttüğümüz iş birlikleri, salgın döneminde sağlık çalışanları ve hastanelere yönelik desteğimiz, hayvan barınaklarına bağış ve yine santalimizin bulunduğu Erzin'deki Yeşilkent Spor Kulübü'ne destek vermek de sosyal sorumluluk çalışmalarımız arasında.

KARBON AZALTIMINA DEVAM

Sürdürülebilir kalkınma modeli içinde ekonomik sermayemizi doğal ve sosyal sermaye ile birleştirdik. Bu bağlamda, iş ortaklarımızın yenilenebilir enerji kullanarak karbon ayak izlerini azaltmaları konusunda teşvik edici bir rol üstleniyoruz. Geçtiğimiz yıl, sağladığımız temiz enerji sayesinde tam 550 bin ağacın gerçekleştireceği kadar hava temizliği yaparak doğaya katkı sunduk. Böylelikle, 570 bin ton karbon emisyonu

'ETKİ'NİN ÖZETİ

YÜZDE 3
Türkiye'nin enerji ihtiyacının yüzde 3'ünü tek başımıza üretiyoruz.

550 BİN
Geçtiğimiz yıl, sağladığımız temiz enerji sayesinde tam 550 bin ağacın gerçekleştireceği kadar hava temizliği yaparak doğaya katkı sunduk.

YÜZDE 42
2020 sonu itibarıyla genel merkezde kadın yönetici oranı % 42 oldu.

"ÇEVRESEL VE SOSYAL RİSKLERİ EN AZA İNDİRECEK ÇÖZÜMLERE ÖNCELİK VERİYORUZ."

sıfırlanırken aynı sayıda gönüllü karbon azaltım sertifikası da sahibini buldu. Gönüllü karbon borsasında ise toplamda 412 bin 679 ton karbon satışı yaparak karbon ayak izinin nötrlenmesine destek olduk.

Tüm santrallerimizde sıfır atık uygulamasına geçerek "Sıfır Atık Yönetmeliği" kapsamında yürütülen çalışmalar sonucu, T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'ndan Temel Seviye Sıfır Atık Belgesi aldık. CDP (Carbon Disclosure Project) İklim Değişikliği ve CDP Su raporumuz Avrupa ve Global Ortalama olan C'nin üzerinde B- "Management" seviyesinde derecelendirildi.

Sürdürülebilir kalkınmanın bir diğer temel başlıklarından kadın istihdamında önemli çalışmalara imza attık. 2020 sonu itibarıyla genel merkezimizde kadın yönetici oranımız yüzde 42 ile sektör ortalamasının üzerinde gerçekleşti. Bu çalışmalarımızı şeffaf halde paydaşlarımıza sunmak amacıyla bu yıl 9. Sürdürülebilirlik Raporumuzu yayımladık. Global Reporting Initiative standartlarına uygun olarak hazırladığımız raporla toplumsal etki yaratmayı hedefleyen çalışmalarımızdaki yıllık performansımızı kamuoyuyla paylaştık.

ÇEVRE VE İNSANA YATIRIMA DEVAM

Akenerji olarak her zaman çevre olmazsa insan, insan olmazsa kurumların var olmayacağına farkındalığıyla hareket ediyoruz. Dolayısıyla sürdürülebilir başarı için odak noktamıza çevre ve insanı koyduk diyebiliriz.

Üretime yönelik faaliyetlerde çevresel ve sosyal riskleri en aza indirecek çözümlere öncelik veriyoruz. Bu anlamda Türkiye'nin geleceğine yatırım yapıyoruz diyebilirim. Sürdürülebilir kalkınma amaçlarına doğru ilerlerken çevre, istihdam, toplumsal cinsiyet eşitliği gibi temel başlıklardaki performansımızı her geçen yıl iyileştirmeyi hedefliyoruz.

“TOPLUMSAL FAYDA ODAĞIMIZDA OLACAK”

Doğuş Holding Yönetim Kurulu Üyesi Nafiz Karadere, 70’inci yılını kutlayan grubun yeni dönemine “Doğuş 3.0” yaklaşımının damgasını vuracağını söylüyor. Bu dönemde “insan odaklı” sürdürülebilirlik konusuna odaklanacaklarına dikkat çekiyor ve ekliyor: “Gidecek çok yolumuz olduğunu biliyor, toplumsal faydayı merkezine alan çalışmalarımızla bu konuda da örnek olacağımıza yürekten inanıyoruz.”

Grubumuzun otomotiv, inşaat, medya, yeme-içme, turizm ve perakende, gayrimenkul ve enerji gibi farklı dinamikleri olan sektörlerde faaliyetleri var. Bütün sektörlerimiz için felsefemizin temelinde sürdürülebilirlik yer alıyor. Bu vizyonla misafirlerimizi ayrıcalıklı hissettirecek en iyi deneyimi sunmak üzerine faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Bu anlamda da uzun yıllardır yerel ve uluslararası markalarımızla artık sürdürülebilirlik konusunda önemli adımlar atıyor, liderliğimizi bu alana da taşımak üzere çalışıyoruz.

Hep birlikte neredeyse 2 yıldır salgın bir hastalıkla mücadele ediyoruz. Aşıların yaygınlaşmasıyla birlikte eski normale dönüşün sinyallerini alıyoruz. Bu dönemde kültür-sanat kurumlarındaki hareketlilikle birlikte elbette süreçle ilgili umutlarımız giderek artıyor. Biz de bilinmezliklerle dolu bu süreci fırsata çevirmek yönünde somut adımlar attık. Değişimi merkezine alan çevik yapımızla tüm sektörlerimizde daha hızlı ve veri odaklı hareket ediyoruz.

DOĞUŞ 3.0 DÖNEMİ

Bu süreçte “sağlığımız önceliğimiz” ve “birlikte güçlüyüz” mottolarını yaptığımız her işin, attığımız her adımın temelini yerleştirdik. Önceliğimizin insan kaynağımız olduğunu açıkladık. Grup bünyesinde kurduğumuz Sağlık Kurulu, çalışma gruplarımız, çalışanlara ve ailelere destek için oluşturduğumuz ‘Anında destek’ servisi ile kriz yönetimi anlayışımız sayesinde çok verimli bir dönem geçirdik.



Grup olarak pandemi öncesinde adımlarını attığımız dönüşüm sürecimiz devam ediyor. Geldiğimiz noktada organizasyon anlamında ciddi bir gençleşme ve hızlı hareket etme kabiliyeti kazandık. Başkanımız ve CEO’muz Ferit Şahenk’in vizyonuyla doğan bu yeni yaklaşımı “Doğuş 3.0” olarak adlandırdık.

Finansal, organizasyonel, kültürel ve sürdürülebilirliği merkezine alan bu değişim kapsamında sürdürülebilirliği hem iş yapış şekillerimize hem de yaşam felsefemize nüfuz edecek şekilde 2 yıldır şirketlerimizle omuz omuza çalışıyoruz.

DOĞUŞ'TAN İYİ BİR GELECEK

Doğuş markasının imzası artık dünyanın birçok önemli şehrinde karşımıza çıkıyor. 70'inci yılımızı kutladığımız bu yıl başta ülkemizde olmak üzere dünyanın farklı şehirlerinde çok sayıda yatırımın temelini attık.

Küresel ölçekte yatırımları olan bir grup olarak ülkemize karşı sorumluluğumuzun farkındayız. Tam da bu sebeple sosyal sorumluluk anlayışımızın temelinde yer alan "Doğuş'tan İyi Bir Gelecek, Doğuş ile Gelecek" söylemi projelerimizin kalbinde yer alan bir misyona dönüştü.

Doğuş Grubu olarak istihdam, sektörlerimize getirdiğimiz yüksek kalite ve hizmet anlayışı, yerel ekonominin gelişmesine sağladığımız katkı ile sosyal ve ekonomik kalkınmanın öncülüğünü yapan lider şirketlerden biri olmayı taahhüt ediyoruz. Bu doğrultuda da küresel sürdürülebilirlik yaklaşımına uygun yenilikçi iş modelleri geliştiriyoruz.

Global Compact Sözleşmesi, Birleşmiş Milletler'in önemli çalışmalarından biri. Bu sözleşmeyi oluşturan ilkeler, Doğuş Grubu'nun değerleriyle de örtüşen ve taviz vermediğimiz konular. Doğuş Holding ve tüm iştirak şirketleri faaliyetlerini bu prensipler çerçevesinde tasarlıyor ve gerekli kontrol-denetim mekanizmalarını işletiyor.

Bir yandan da yine bir Birleşmiş Milletler inisiyatifi olan UNDP Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarının gerçekleştirilmesi için dünyada ve ülkemizde yapılan çalışmaları yakından takip ediyoruz. Grup şirketlerimiz nezdinde yapılan yatırımların ve sosyal projelerin sürdürülebilir bir gelecek için etki ve katkısını bu kapsam çerçevesinde değerlendiriyoruz.

SOSYAL SORUMLULUK VİZYONU

Tokyo'da düzenlenen olimpiyatlarda ülkemiz adına son derece başarılı performanslar sergileyen ve Türk yelken tarihinde bir ilke imza atarak olimpiyatları ilk onda tamamlayan Fenerbahçe Yelken Kulübümüzdeki sporcularımızı yarışlar öncesinde ve sırasında desteklemenin mutluluğu ve gururunu yaşadığımızı buradan yeniden paylaşmak istiyorum.

Çalışmalarımızı en başından bu yana kurucumuz rahmetli Ayhan Şahenk'in bize nasihati olan

"Toplumdan kazandığımızı, topluma geri verme" ilkesine sadık kalmaya gayret ederek yürütüyoruz.

Göbeklitepe'ye sağladığımız uzun soluklu destek ile Doğuş Çocuk Senfoni Orkestrası bünyesindeki genç müzisyenlere olan katkımızın yanı sıra başka önemli projelerimiz de var. Bodrum Müzik Festivali, Fenerbahçe Yelken Kulübü sponsorluğumuz, Ayhan Şahenk Tarım Bilimleri ve Teknolojileri Fakültesi ve Ayhan Şahenk Vakfı ile Anadolu'da yürüttüğümüz yardım kampanyaları bunlar arasında yer alıyor.

Göbeklitepe'nin kültürel bir ikona ve bir dünya markasına dönüşmesi için Kültür ve Turizm

Bakanlığımız ile imzaladığımız 20 yıllık iş birliği kapsamında 20 milyon dolarlık ana sponsorluk görevini üstlenmiş olmaktan onur duyuyoruz.

Ara Güler'in fotoğraf mirasını sahiplenmek üzere yola çıktığımız Ara Güler Arşiv ve Araştırma Merkezi ile Ara Güler Müzesi Doğuş Grubu'nun sosyal sorumluluk anlayışının yansıdığı en anlamlı iki kurum diyebilirim.

Bodrum Müzik Festivali ile Türkiye'nin dört bir yanından genç konservatuvar öğrencilerine destek vermek amacıyla 2006 yılında kurduğumuz Doğuş Çocuk Senfoni

Orkestrası sahiplenmekten gurur duyduğumuz işlerimiz arasında yer alıyor.

Tarım sektörünün gelişimi yönünde nitelikli insan kaynağı yetiştirmek üzere kurulan Ayhan Şahenk Tarım Bilimleri ve Teknolojileri Fakültesi ile Ayhan Şahenk Öğrenci Yurdu Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi bünyesinde çalışmalarına devam ediyor.

Soma maden faciasında yakınlarını kaybedenlerin acısını bir nebze olsun azaltmak, hayat şartlarını iyileştirmek için toplam 301 konuttan oluşan Soma Doğuş Evleri'nin inşasını 2016 yılında tamamladık.

Doğuş Grubu olarak sosyal sorumluluk konusundaki çalışmalarımızı önümüzdeki yıllarda daha da geliştirerek geniş kitlelere ulaştırmaya devam edeceğiz. Yürüttüğümüz tüm bu projelerle bundan sonra nihai hedefimiz belirleyeceğimiz odak alanlarımıza göre sosyal projelerimizi dönüştürmek, iyileştirmek ve hem grubumuza hem de topluma dünya normlarıyla uyumlu fayda sağlamak.

"GRUBUMUZ BÜNYESİNDE SIFIR ATIK KONUSUNA DİKKAT ÇEKMEK ÜZERE 'DEĞERLENDİR, İYİLEŞTİR, DÖNÜŞTÜR' İSİMLİ BİR PLATFORMU HAYATA GEÇİRDİK. AMACIMIZ TÜKETİM FARKINDALIĞINA VE VERİMLİLİK KONUSUNA ODAKLANMAK VE BU ALANDA YAPILAN ÇALIŞMALARINI TEŞVİK ETMEK. BU DOĞRULTUDA DA GERİ DÖNÜŞÜMÜ HAYAT TARZIMIZA ENTEGRE ETMEK İÇİN TÜM GÜCÜMÜZLE ÇALIŞMAYA DEVAM EDİYORUZ."

Grup şirketlerinden örnek projeler

DOĞUŞ OTOMOTİV: Yakın zamanda 12'nci Sürdürülebilirlik Raporu'nu yayınladı. 2020 yılında ISO 14001:2015 Çevre Yönetim Sistemi kurulum çalışmalarına başlayan ve sertifika sürecini tamamlayarak uluslararası sertifikasını alan Doğuş Otomotiv, Kocaeli Şekerpınar'daki lojistik binasının çatısına yerleştireceği panellerle enerjisinin yüzde 62'sini güneşten sağlayacak. Ayrıca, Doğuş Otomotiv 2021 yılında dünya standartlarında karbon emisyonu raporlamasına geçerek karbon pazarlarını da izlemeye başlayacak.

GALATAPORT: Grubumuzun en gurur verici yatırımlarından Galataport İstanbul, en başından bu yana sürdürülebilirlik konusunu tüm süreçlerine entegre ederek ilerliyor. Bu kapsamda tarihi mirasın korunması, su tasarrufu ile deniz kirliliğini önlemek odaklı projeler başta olmak üzere çok sayıda çalışma profesyonel ekiplerce yürütülüyor.

YAYIN GRUBU Sıfır Atık Kampanyası'nı desteklemek ve toplum genelinde farkındalık yaratmak hedefiyle NTV'de geçtiğimiz 2 yıl boyunca özel yayınlar yapıldı. 'Dünya Su Günü' için çok özel bir yayın akışı hazırladık. Yine Dünya Çevre Günü için geçtiğimiz yıl tüm güne yayılan özel bir yayınlara farkındalık yarattık.

EKOSİSTEMLE BİRLİKTE

Sürdürülebilirlik konusunda yıllardır farklı boyutlarda çok sayıda çalışma yürütüyoruz. Fakat, bu konu, özellikle pandemi sonrası tüm dünyanın olduğu gibi bizim gündemimizin de ilk sıralarına yerleşti. Burada öncelikli amacımız, gelecek nesillere karşı sorumluluğumuzun bilincinde davranmak ve bugünün kaynaklarını kullanırken, sosyal, çevresel ve finansal sürdürülebilirliğimizi güçlendirmek.

Sürdürülebilirliği, çevre ve toplumsal projelere yatırımdan fazlası olarak görüyoruz. Bizim için çalışan, müşteri ve yatırımcı deneyiminin yer aldığı, tedarikçi ve bayilerimizdeki sosyal koşullardan, bilinçli tüketim, risk ve itibar yönetiminden, inovasyon kültürüne kadar tüm konuları kapsayan bütünsel, çağdaş bir yaklaşımla ele alıyoruz.

Sürdürülebilirliğin tüm eko sistemimizle kılcal damarlarımıza yayılmasını sağlamak için ise çalışanlarımız, müşterilerimiz, bayilerimiz, tedarikçilerimiz, kamu ve sivil toplum örgütleri dahil tüm iş ortaklarımızla birlikte "sürdürülebilirlik" vizyonumuzu bütün iş süreçlerimize entegre etmek için çalışıyoruz. Bu kapsamda öğrenirken uygulayabilen, doğru



adımlarla ilerleyen, hedefler koyabilen, şeffaf, hesap verebilir, odak alanları ve öncelikleri doğrultusunda ilerleme kaydeden bir stratejiyle ilerleyerek Doğuş Grubu olarak farkımızı ortaya koymayı yürekten istiyoruz.

SIRADA NELER VAR?

Doğuş Grubu olarak sunduğumuz eşsiz deneyimler kapsamında daima toplumsal ve çevresel sorunlara çözüm geliştirmeye özen gösteriyoruz. Tüm çalışmalarımızda insanı, toplumsal faydayı merkeze koyarak ilerliyoruz.

Doğuş Grubu olarak şirketlerimiz nezdinde BM Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile uyumlu hedeflerimizi belirledik. Grup şirketlerimizin odak alanları ve hedeflerini belirlemeleri ile Grup çatımızda da ana etki alanlarımız doğrultusunda atmamız gereken adımlara dair çalışmalarımızı hızlandırıyoruz. Hedeflerimizi gerçekleştirmek üzere çalışırken daha iyi bir gelecek için bu süreçte tüm paydaşlarımızın katılımı ile ilerlemeyi, inovatif çözümler sunmayı önemsiyoruz. Bu yolculukta büyük hedeflerimiz ve gidecek çok yolumuz olduğunu biliyor, toplumsal faydayı merkezine alan çalışmalarımızla bu konuda da örnek olacağımıza yürekten inanıyoruz. ■

Zer

Daha Büyük Başarılar için Hazır!

Zer çalışanları, her gün 130'dan fazla kategoride satın alma ve tedarik zinciri yönetimini takip ederek ticaretin nabzını tutuyor, iş dünyasındaki değişimleri önceden görerek maliyet ve riskleri yönetmenize destek oluyor.

Türkiye'de satın alma ve tedarik zinciri yönetiminin öncüsü Zer, bugün dünyanın saygın değerlendirme programlarından aldığı ödüllerle birlikte daha büyük başarılar için imza atmayı hedefliyor.

İnsan Kaynakları Yönetimi Alanında Brandon Hall Excellence Awards ve Stevie Awards for Great Employers'tan 5 Ödül



En İyi Çalışan Değer Önermesi



Çalışan Bağlılığında En İyi İlerleme



En İyi İK Stratejisi ve Ölçüm Yaklaşımı



En İyi Çalışan Değer Önermesi



Çalışan Bağlılığında Başarılı Uygulamalar

Stevie International Business Awards'tan 10 Ödül



ZerOnline
İş Teknoloji Çözümleri -
Endüstriyel Ürün ve Hizmet



Zer
Yılın Şirketi -
Profesyonel Hizmetler



Hayalimiz Benzer
Yılın Çevre Programı - Avrupa



 **Zer**

“VICDANLI ŞİRKET OLMA PEŞİNDEYİZ”

Evyap, Türkiye'nin en eski şirketlerinden biri... Şirketin genç kuşak temsilcisi Evyap İnsan Kaynakları ve Kontratlı Üretim Grup Başkanı ve Yönetim Kurulu Üyesi Ayşe Evyap Kadakal, “iyi şirket” olma ve “etki yaratma” stratejilerinin temelini dedeleri Mehmet Rifat Evyap tarafından atıldığını söylüyor. Evyap'ın temelinde kazancını paylaşmanın olduğuna dikkat çekiyor ve ekliyor: “Bu doğrultuda hedefimiz vicdanlı insanlardan oluşan bir şirket yaratmaktır.”

Evyap, Cumhuriyet'le akran bir şirket. 1927 yılında rahmetli dedemiz Mehmet Rifat Evyap tarafından Erzurum'da kuruldu. Türkiye'nin en köklü kurumlarından biri olarak 94 yıldır kişisel temizlik ve bakım ürünleri üretiyoruz ve bugün artık dünyanın 100'den fazla ülkesinde markalarımızla varız.

Türkiye dışında, Mısır ve Malezya'da üretim tesislerimiz var, Oleo Kimya alanının lider üreticilerindeniz... Kuzey Irak, Rusya, Ukrayna, ABD ve Filipinler'de de satış, dağıtım ve ticaret ağlarımız kuvvetli. Bununla birlikte uzak coğrafyalarda yeni pazarlar oluşturmak için özel takımlar kurduk, bu konuda da çalışmalarımız devam ediyor.

Sektörün Türkiye'deki öncülerinden olan Evyap'ın iş yapış felsefesinde Anadolu'nun iş kültürü anlayışı mevcut. Bu kültür; üreten, üretirken kaynakları doğru kullanan, emeğe saygı gösteren, çalışanlarının, müşterilerinin, iş ortaklarının hakkını gözetten, paylaşmaya değer veren, etik rekabetten yana olan bir iş felsefesine dayanıyor. Evyap'ı 94 yıldır ayakta tutan, fark yaratmasını, bugün dünyanın sayılı kişisel temizlik ve bakım üreticilerinden biri olmasını sağlayan bu değerlere bağlı iş yapma kültürü. Bu kültürü dünyanın gittiğimiz her yerine taşıyoruz, bunu önemsiyoruz ve sorumluluğumuz olduğuna inanıyoruz.

Pandemi döneminde, özellikle kişisel temizlik ürünlerine artan talep nedeniyle,

“GIDA BANKACILIĞI'NIN DAİMİ SPONSORLARINDAN BİRİYİZ, ONLARA HER TÜRLÜ DESTEĞİ VERMEYE ÇALIŞIYORUZ. KIZILAY DA DESTEK VERDİĞİMİZ KURUMLARDAN BİRİ. AFETLER VE OLAĞANÜSTÜ HALLER DURUMUNDA DA HEM WWF, GEA, AHBAP GİBİ GÜVENİLİR STK'LAR ARACILIĞI İLE HEM DE KENDİ İMKANLARIMIZLA İHTİYAÇ SAHIPLERİNİN YANINDA OLMAYA ÖZEN GÖSTERİYORUZ.”

seferberlik ruhuyla çalıştık. Önceliğimiz çalışanlarımızın sağlığını korumak, o yüzden olağanüstü önlemleri çok hızlı bir şekilde devreye aldık. Pandemi sürecinde, talep 3 katına çıkmasına rağmen, 120 üretim çalışanımızı evlerine gönderdik. Çünkü, çalışanlarımızın sağlığı öncelikli. Tüm sosyal paydaşlarımıza, ülkemize, müşterilerimize, sektörümüze destek olmak, fayda sağlamak için elimizden geleni yapmaya çalışıyoruz.

NASIL ETKİ YARATIYORUZ?

Evyap'ta en fazla özen gösterdiğimiz kaynakların başında kaynakları verimli kullanmak ve israf etmeden üretmek geliyor. Bizce sürdürülebilirliğin temeli, kaynakları doğru ve etkin kullanmak. Bu, bizim ilk sabunu üretmeye başladığımız 1927 yılından beri uyguladığımız yazılmamış şirket yasalarından biridir. Evyap kültürüne göre, tüm canlıların ve çevrenin değerini bilmek, zamanı, emeği ve kaynakları doğru kullanmak sürdürülebilirliğin özüdür.

Ürettiğimiz ürünler kişisel bakım ve temizlik ürünleri. Bu aslında hastalıklardan korunmanın ilk ve en basit yolu. Yani aslında, sosyal etki daha ilk anda üretimde ve ürünlerde başlıyor bizim için. Ürünlerimizi dünyanın dört bir yanında erişilebilir fiyatlarla sunmayı bu yüzden önemsiyoruz. Ayrıca üretim süreçlerimizde hiçbir israf oluşmaması için maksimum ihtimam gösteriyoruz.

Etkiyi nasıl ölçüyoruz?

Günümüzdeki sürdürülebilirlik kriterleri ve terminolojisi ile söylemek gerekirse; Birleşmiş Milletler'in "Sürdürülebilir Kalkınma İçin Küresel Amaçlar" a yönelik çalışmalarını, "Ekonomik Sürdürülebilirlik", "Sosyal Sürdürülebilirlik" ve "Çevresel Sürdürülebilirlik" başlıkları altındaki projelerimizle takip ediyoruz.

Bu üç başlıktaki projelerimizin takibini yapıyor; sürdürülebilirliğin hem kültür olarak şirket içinde yerleşmesi hem de iş sonuçlarına etkilerini artırmak için çalışıyoruz.

İçinde bulunduğumuz çağda insani değerlerin ve sosyal sorumluluk bilincinin önemi gittikçe artıyor. İnsan, hayvan, doğa ve daha birçok konu başlığının, gündemin üst sıralarında olduğu bu dönemde şirketlerin sürdürülebilirlik faaliyetlerine verdiği desteğin gerekliliği de artık sorgulanamayacak düzeye geldi. Çünkü dünyanın meseleleri (yoksulluk, iklim değişikliği, adaletsizlikler) maalesef devletlerin tek başına çözebileceği boyutları aşmış durumda. Ancak, hep birlikte, çözüme odaklı bir yaşam kültürü oluşturulabilirse bir gelecekte söz edebileceğiz. Hep birlikte derken kastettiğimiz, devletlerin önderliğinde tüm özel kurumlar, sivil toplum, medya, akademi, bireylerin birlikte hareket etmesi.

YENİ NESİL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Sürdürülebilirlik stratejimiz, benimsediğimiz bu felsefeye göre çizildi. İhtiyacı olanlara fayda sağlamak ve farkındalık yaratmak bu stratejinin ana öğeleri. Yardım çalışmalarımızı mümkün olduğunca gönüllülerimizle, doğrudan, elden ve ihtiyacı yerinde tespit ederek yapıyoruz. Doğal afetlerde hızlı ve doğru desteği vermenin yanı sıra dezavantajlı grupları önceliklendiriyoruz. Ayrıca eğitime katkı yapmayı çok önemsiyoruz. İlkokul, ortaokul ve lise öğrencimizin eğitim gördüğü okullarımız var. Aralarında Meslek ve Teknik Lise ile Zihinsel Engelliler Rehabilitasyon Merkezi'nin de yer aldığı ve bazılarını Milli Eğitim Bakanlığı bünyesine kazandırdığımız okullarımızda 5 bine yakın öğrencimiz eğitim görüyor.

Yardımlarımızı yaparken, özellikle geleceğimizin yapı taşları olan çocuklarımıza öncelik veriyoruz. Özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da ihtiyacı olan çocuklarımıza yardım etmek, küçücük dünyalarındaki hayallerinin en azından bir tanesini gerçekleştirebilmek Evyap olarak bizi mutlu ediyor.



Çalışma arkadaşlarımızdan oluşan gönüllü ekiplerimiz, her yıl ihtiyacı olan köy okullarını tespit edip, ihtiyaç malzemelerini bizzat yerinde teslim ediyorlar. Cezaevlerinde anneleriyle beraber kalmak zorunda olan bebekler ve çocukların bizlere çok ihtiyacı var. Oralara hijyen malzemesi ve bebek bezi gönderiyoruz.

KURUCUDAN GELEN SORUMLULUK

Evyap'ın köklerinde çok sağlam bir yardımlaşma ve kazandığını paylaşma kültürü var. Kurucumuz Mehmet Rifat Evyap, kazanmaya devam ederken, yardıma ihtiyacı olanlara da el uzatmak için şirket protokolüne kazancın belli bir miktarının yardım ve desteklere gideceğine dair bir madde koydurmuş. Biz de bu kültürle büyüdük.

Biz Evyap olarak bizi çevreleyen yaşamın (çalışanlarımız, tedarikçilerimiz, toplumumuz, doğamız, ülkemiz, sektörümüz, dünyamız) bir parçası olduğumuza inanıyoruz. Kurumsal değerlerimizden biri olan "Topluma, çevreye, paydaşlara sorumlu şirket olma" anlayışı, aynı zamanda bütün sosyal sorumluluk projelerimizi de şekillendiriyor.

Cezaevlerinde büyümek zorunda olan 0-6 yaş arası çocuklar varsa, köy okulunda teknoloji imkanları olmadığı için eğitimden uzak kalan öğrenciler varsa, ailesi temel gıdayı temin edemediği için büyüyemeyen, üşüyen çocuklar varsa, posta kutularımıza her gün zor durumdaki ailelerden yardım çöğlkları gelmeye devam ediyorsa, gitgide azalan ormanlarımızda hayvanlarımız açlık ve susuzluktan ölüyorsa, bu grupların hayatlarını kaliteli bir şekilde "sürdürmesi" Evyap'ın da meselesidir.

Çünkü biz bugünün, bu dünyanın ve her canlının bir parçası olarak varız. Şirketlerin, holdinglerin var oluş amaçları paydaşlarına değer katmak ise, bu saydıklarımızın hepsi Evyap olarak bizim paydaşımızdır ve biz uzun yıllardır hepsine dokunmaya devam ediyoruz.

Bununla beraber, son zamanlarda yaşadığımız orman yangınlarından ve sellerden zarar gören vatandaşlarımıza Evyap olarak elimizi uzatmaya çalıştık. Kızılay iş birliği ile çocuk bezi, sabun, hijyen kitleri vb. ürünlerimizi kamyonlarla bölgelerdeki ihtiyaç sahiplerine gönderdik.

Çalışanlarımızdan oluşan gönüllü ekibimizi Muğla'daki yangından etkilenen ihtiyaç sahibi vatandaşlarımızı tespit etmek amacıyla bölgeye gönderdik. Kastamonu'ndaki sel felaketi hepimizi çok üzdü, elimizden geleni yapmak üzere bir ekibimiz de oraya gitti.

İYİ ŞİRKET VİZYONUMUZ

Dünyamızın iyiliğine yönelik atılacak en doğru adımın sürdürülebilir kaynak kullanımına yönelik çalışmalar olduğuna inanıyoruz. Bu nedenle, ürün geliştirme çalışmalarımızın çok ciddi bir kısmı, "Ekonomik" ve "Çevresel" sürdürülebilirlik başlıklarının kesişimindeki projelerden oluşuyor.

Evyap olarak 2018 – 2020 yılını kapsayan 2 yıllık süreçte plastik ambalajlarımızı; sıvı sabun grubunda yüzde 9 - 15, krem grubunda yüzde 15, kolonya grubunda yüzde 8 - 15 oranlarında azalttık. Böylece yaklaşık 2 yılda 220 ton daha az plastik, 100 ton daha az kağıt kullandık. Hedeflerimiz arasında sadece ambalaj değil, kimyasal olarak da "daha az hammadde kullanımı" ile "en yüksek kalite"de ürün elde etmek var.

“Evyap İyi Kart’ projesini başlattık”

Pandemi sürecinde ülkemizde de yardıma ihtiyacı olan ailelerin sayısı arttı. Biz de belirlediğimiz kriterlere göre, seçilen ihtiyaç sahiplerine daha kalıcı ve uzun süreli bir destek sağlamanın yerinde olacağını düşündük ve ‘Evyap İyi Kart’ projesini başlattık. Titizlikle araştırdığımız ihtiyaç sahiplerine dağıttığımız bu kartlara her ay belli miktarda para yükleniyor. Ailenin annesine teslim ettiğimiz kartlarla sadece temel ihtiyaç maddeleri alınabiliyor. Kart bunun dışındaki harcamalara ve nakit para çekimine kapalı. Kart sahiplerinin ihtiyacının devam edip etmediği, belirlenen kriterler çerçevesinde belli aralıklarla kontrol ediliyor, devam etmesi halinde verilen desteği sürdürüyoruz. Proje için oluşturduğumuz fona ilk yıl için 8,5 milyon lira ayırdık. Bugüne kadar toplam 576 ailemize kartlarını teslim ettik.

Çevresel sürdürülebilirlik başlığı altında başlattığımız “Yeşil Evyap” projesi kapsamında oluşturduğumuz gönüllü ekibimiz, hem Evyap bünyesindeki çevre projelerine destek veriyor hem de sivil toplum kuruluşları, belediyeler ve diğer doğa kuruluşları ile ortak çevre faaliyetleri üzerinde çalışıyor.

ETKİ YARATMA HEDEFİMİZ

Başta da ifade ettiğim gibi bize miras kalan sorumluluk anlayışını öncelikle şirket içinde yaşatmaya devam etmemiz gerekiyor. Bizim önceliğimiz, tabii ki işimizi iyi yapmak, insanların sağlığı için temel bir ihtiyaç olan kişisel bakım ve hijyen ürünlerini üretmek ve erişilebilir kılmak, ama bununla birlikte vicdanlı insanlardan oluşan bir şirket de olabilmek. Bunların doğrultusunda da; her zaman toplumumuzda ortaya çıkan farklı ihtiyaçlara, en hızlı şekilde cevap vermek adına çalışıyoruz.

Kişisel hijyen ürünlerini gittiğimiz her yere en uygun şartlarda götürmek, toplumun tüm kesimleri için erişilebilir kalmak, bunu yaparken de israf yaratmamak, bizim için her zaman öncelikli hedef olacak. Pandemi süreci de bu hedefimizin ne kadar hayati olduğunu gösterdi. Kişisel hijyen ürünlerine, özellikle sabun ve kolonyaya olan ihtiyacı en hızlı, en doğru ve en uygun şekilde karşılamak, ilk ve en temel sorumluluğumuz oldu ve olacak. Bununla birlikte, çalışanlarımız ve aileleri bizim için hep birinci sırada olmaya devam edecek. Koşullar ne olursa olsun, önce çalışanlarımızın iyiliği ve sağlığı her şeyden önce gelir.

Evyap olarak eğitim alanında destek vermeye, katkı sağlamaya devam edeceğiz. Ülkemizin, dünyanın geleceği için, bize göre, bu her tür sosyal sorumluluk çalışmasının başında geliyor.

Ne mutlu ki, Evyap çalışanları bu felsefenin bir parçası olmak ve bu projelerimizde bizzat çalışmak için gönüllü, bunu çok net gözlemliyoruz. Aynı zamanda, asli işi sosyal yardım olan ayrı bir ekibimiz de bulunuyor. Toplum olarak yardıma ihtiyaç duyduğumuz anlarda, ihtiyaç alanlarına ilk ulaşan ekiplerden biriyiz. Gerektiğinde devletimiz, STK'lar ve başka şirketlerle de güçlerimizi birleştirip ilk hareke geçen ve geçiren şirketlerden biri olmayı sürdüreceğiz. ■

Hedefimiz

SIFIR KARBON

Amacımız SÜRDÜRÜLEBİLİR YARINLAR

Eskişehir

30.000 fidan

Gaziantep

20.000 fidan

İzmir

10.000 fidan

Hatay

10.000 fidan

Kocaeli

10.000 fidan

Bu fidanlar yarının büyükleri...

AstraZeneca olarak yarının büyükleri olan fidanlarla daha da yeşil bir dünya oluşturmak istiyoruz.

Bu hedef doğrultusunda 2020'de Eskişehir, Gaziantep, Hatay, İzmir ve Kocaeli illerine **80.000 fidan** bağışı yaptık.

Böylece AstraZeneca Türkiye olarak geçmiş yıllarda yaptığımız tüm fidan bağışlarıyla ülkemizin ormanlarına toplamda **100.000 fidan** katkıda bulunmuş olduk.

Hedefimiz sıfır karbon!



AstraZeneca 

“2031 HEDEFLERİNE 2025’TE ULAŞMIŞ OLACAĞIZ”

Aydınlatmada dünya lideri Signify, sürdürülebilirliğe verdiği önemle de örnek çalışmalara imza atıyor. Signify, enerji tasarruflu ürünler, geri dönüşüm, teknolojik kentsel tarım, karbon emisyonunu azaltma gibi değer katan çalışmalarıyla, Paris Anlaşması’nda şirketler için belirlenen 2031 hedeflerine 2025’te ulaşmayı hedefliyor. Signify Türkiye Genel Müdürü Saner Kırık “Katı atık sahalarına gönderdiğimiz atıkları da sıfıra indireceğiz” diyor.

130 yıldır dünyada, 90 yılı aşkın süredir de Türkiye’de insanın bireysel olarak iyi olmasının yanı sıra, toplumsal olarak da iyi olmasını sağlamak hedefiyle çalışıyoruz. Geçtiğimiz iki yıl -küresel salgının etkisiyle- bu hedef doğrultusunda her zamankinden daha fazla çaba göstermemiz gereken zamanlardan geçtik. “Aydınlık Yaşamlar” misyonumuzdan yola çıkarak insanların hayatlarını iyileştirmek amacıyla UV-C’lerimizin üretim süreçlerine ağırlık verdik. Aydınlatmadaki tecrübemizi hava, yüzey ve eşyada bulunan Covid-19 virüsü ve zararlı bakterilerin etkisiz hale getirilmesi için özel olarak geliştirdiğimiz UV-C aydınlatma armatürlerine yoğunlaştırdık. Covid-19’a neden olan virüslere karşı etkisi Boston Üniversitesi tarafından onaylanan UV-C’ler; ofisler, okullar, spor salonları, mağaza, depo ve toplu taşıma gibi pek çok farklı alanda kullanılabilir. Türkiye’nin pandemi ile mücadele ettiği en yoğun zamanlarda, üniversite hastanelerine bu ürünlerimizi göndererek fayda sağlamaya çalıştık.

DOĞAYI KORUMAYA YÖNLENDİRİYORUZ

Sosyal etkimiz öncelikle ürünlerimizin çevreci ve sürdürülebilir algısıyla ön plana çıkıyor. Kullanıcıları doğayı korumaya, enerji tasarrufuna ve dolayısıyla sürdürülebilirliğe yönlendiriyoruz. Signify çatısı altında son kullanıcıya ulaştığımız tüm ürünlerimizde bu kriterleri baz alarak üretim gerçekleştiriyoruz. Kullanıcılarımızın bugünkü yaşam dinamikleri ve geleceğe ilişkin beklentilerini, ihtiyaçlarını anlayarak; tasarım ilkeleri, stratejiler ve yeni araçları sürdürülebilirlik vizyonumuz ile değerlendirip ürünler geliştiriyoruz.



Dünyamız her zamankinden daha fazla küresel zorlukların etkilerini yaşıyor. Son 40 yılda ekilebilir arazilerin üçte biri kaybedildi. Küresel nüfusun 2050 yılına kadar 10 milyar kişiye ulaşması ve bunların üçte ikisinin kentleşmiş bölgelerde yaşaması bekleniyor. Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerimiz doğrultusunda, gıda mevcudiyetini, güvenliği, sağlık ve esenliği artıran aydınlatma çözümlerimiz ile 2025 yılı sonuna kadar Aydınlık Yaşamlar /Brighter Lives gelirlerimizi ikiye katlayarak yüzde 32’ye çıkarmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

İŞİĞİN ETKİSİYLE EN SADE YAPI SANAT ESERİNE DÖNÜŞEBİLİR

Sosyal etki, Signify’ın global olarak en çok önem verdiği konular arasında yer alıyor. “Signify Social

“Liderlikteki kadın oranını yükselteceğiz”

“Daha Aydınlik Yaşamlar, Daha İyi Bir Dünya” sürdürülebilirlik programımız kapsamında hedefimiz, 2025 yılına kadar çevre ve toplum üzerindeki olumlu etkimizi ikiye katlamak. Bu hedef doğrultusunda hayata geçirdiğimiz sürdürülebilirlik adımlarının yanı sıra toplumumuzda iyi bir dönüşüm yaratacağına inandığımız kararlar da aldık. Örneğin 2025’e kadar liderlikteki kadın oranımızı ikiye katlayarak yüzde 34’e çıkartacağız. Bu oran METAP bölgesinde bugün yüzde 19, Türkiye’de ise yüzde 45-50 aralığında. Signify Türkiye olarak kadınlarla güçlendirilmiş bir yönetim kurulumuz var. Türkiye’de yönetim kurulunda kadın oranımız yüzde 60. Geçtiğimiz yıl üst yönetim ekibimizden dört kadın yöneticimizi Hollanda’daki genel merkezimizde önemli rollere transfer ettik. Cinsiyet eşitliği konusunda yalnızca kendi bölgemizde değil, global organizasyonda da rol model olarak gösterilen güçlü ülkeler arasında yer alıyoruz.



Impact Analytics” adlı bir sosyal etki uygulamasımız mevcut. Bu uygulama ile kamusal aydınlatma projelerinin, sosyal etkisi ve medya üzerindeki etkisi hakkında doğru geri bildirim toplanması ve yetkililere iletilmesi mümkün oluyor. Signify’ın Social Impact Analytics uygulamasından alınan bilgiler, yetkililerin vatandaşlarla daha iyi etkileşim kurmasını kolaylaştırıyor, turizmi canlandıracak stratejileri geliştirmelerine ve yerel ekonomi için değeri artırmalarına yardımcı oluyor.

Signify tarafından yurt dışında kamu aydınlatmasının etkisi hakkında yürütülen bir araştırma, dinamik olarak aydınlatılan yer işaretlerinin işlevsel bir amaçtan çok daha fazlasına hizmet ettiğini ortaya çıkardı. Şehirler, kamu ve özel kuruluşlar; binaları, köprüleri ve anıtları sanata dönüştürerek turizmi canlandırmak, sağlık ve esenliği teşvik etmek, düşüşte olan alanları canlandırmak için, şehirleri güzelleştirmek veya markalaştırmak için ışığı kullanıyor. Signify olarak biliyoruz ki; ışık, dinamik ve yaratıcı bir şekilde kullanıldığında, en sade yapıyı bile bir sanat eserine dönüştürebilir.

SOSYAL SORUMLULUKLA HAYATLARI AYDINLATIYORUZ

“Daha Aydınlik Yaşamlar, Daha İyi Bir Dünya” sürdürülebilirlik programımız kapsamında ‘Hem Dünyayı İyileştirme Hem de İnsanların Hayatını İyileştirme’ misyonu edindik. Bu doğrultuda sosyal sorumluluk alanında, sürdürülebilir aydınlatma çözümlerimizle yetersiz hizmet alan topluluklara erişim sağlama misyonumuzu yerine getirmek için çalışıyoruz. Dünyamızda bugün 7 kişiden 1’inin ışığa erişimi bulunmuyor ve bu kişilerin yüzde 60’ı Afri-

ka’da yaşıyor. Afrika’da elektrik ışığına erişimi olmayan aileler için verimli gün, günbatımında sona eriyor. Afrika bölgesinde çocukların maden işçileri olması amacıyla başlatılan projede onların eğitimlerine odaklanmaları için buldukları yerleri ve okulları aydınlattık. Lübnan’daki Suriyeli mülteci evlerine ve okullarına ışık tutarak 6 bin kişinin hayatını iyileştirdik. Işığın olmadığı alanlarda hayatları aydınlatmaya yeni projelerle devam edeceğiz.

“SIGNIFY OLARAK,
2017-2019 SENELERİ ARASINDA
ÜÇ YIL ÜST ÜSTE DOW JONES
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ENDEKSİ’NDE
(DJSI) ELEKTRİK BİLEŞEN VE
EKİPMANLARI KATEGORİSİNDE
ENDÜSTRİ LİDERİ SEÇİLDİK. 2020
YILINDA DÜNYANIN EN GÜVENİLİR
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SOSYAL
SORUMLULUK PERFORMANSLARINI
DERECELENDİRMESİYLE
TANINAN ECOVADIS, SIGNIFY’I
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ALANINDAKİ
ÇALIŞMALARINDAN DOLAYI PLATİN
MADALYA İLE ÖDÜLENDİRDİ.”

TÜM OPERASYONLARIMIZ KARBON NÖTR OLDU

Sürdürülebilirlik programımız kapsamında 2025 planlarımızı belirledik. Paris Anlaşması’nın etkileşim hızını ikiye katlayarak, iklim eylemi taahhüdümüz (SKA13) kapsamında, karbon nötr olmanın ötesine geçecek ve değer zincirimiz genelinde karbon emisyonunu azaltacağız. Paris Anlaşması’nda

sıcaklık artışlarını sanayi öncesi dönemdeki ortalamasının en fazla 1,5°C üzerinde olacak şekilde sınırlamak üzere şirketler için belirlenen 2031 hedefine biz yaptığımız çalışmalarla 2025 yılında ulaşmış olacağız. 2020’de tüm operasyonlarımızı karbon nötr hale getirdik. 2010’dan bu yana operasyonel emisyonlarımızı yüzde 70’in üzerinde azaltmayı başardık. Tarıma yönelik özel aydınlatma sistemlerini içeren Teknolojik Kentsel Tarım ‘Horticulture’ iş alanı çözümlerini geliştirdik. Geri dönüştürülebilir malzemeler kullanarak 3D Yazıcı ile armatür üretmeye başladık. Döngüsel ekonomi taahhüdümüz kapsamında ise sürdürülebilir ambalaj konusundaki çalışmalarımızı başlattık; 2021 yılı sonuna kadar tüm tüketici ürünü ambalajlarımızdaki plastik kullanımını sonlandırıp, katı atık sahalarını gönderdiğimiz atıkları sığara indireceğiz.

“İYİLİKLE GÜÇLENİYORUZ”

P&G Türkiye, Kafkasya ve Orta Asya Yönetim Kurulu Başkanı Tankut Turnaoğlu, “sosyal şirket” olma yaklaşımlarını, özellikle zor dönemlerde hayata geçirdiklerini söylüyor. Covid-19 başta olmak üzere deprem ve sel gibi felaketlerde topluma katkı için koştuklarına dikkat çekiyor. Turnaoğlu, “Şimdi ise bu zorlu günlerin geride kaldığına inanarak ‘İyilikle Güçleniyoruz’ diyoruz. Bu nedenle önümüzdeki süreçte iyilikle güçlenebilecek yarınlar için çalışmaya devam edeceğiz” diye konuşuyor.

Günümüzde şirketlerin temel varlık sebepleri artık sadece mal ve hizmet üretmekle sınırlı değil. Aynı zamanda şirketlerin kendileri, paydaşları ve toplum için değer yaratma amacı ön plana çıkıyor. Dünyanın en büyük kişisel bakım ve temizlik ürünleri şirketlerinden biri olarak P&G’de de bizim amacımız bu; iyilikle büyümek. Biz insanı veya çevreyi olumsuz etkileyebilen sorunlara şirketlerin artık tepkisiz kalamayacağına, markaların da kurumsal vatandaş olarak sorumlulukları olduğuna inanıyoruz. Bu bakış açısıyla ve dünyada olumlu anlamda fark yaratma amacıyla, markalarımızın da gücüyle kendimizi dünyada iyiliğin ve gelişimin gücü olarak konumlandırıyoruz.

Bunu sadece tüketicilerimizin taleplerine yönelik çeşitli inovasyonlarla geliştirdiğimiz ürünlerimizle değil, topluma katkı projelerimizle de gerçekleştiriyoruz. Pandemi sürecinde bir kez daha gördüğümüz üzere vatandaşların markalardan “topluma, çevreye, faaliyet gösterdiği ülkeye, dünyaya veya geleceğe katkı” beklentisi arttı. Başka bir deyişle tüketiciler markaların sadece ürünleriyle var olan ticari bir kurum olmasından ziyade, değerlerinin olmasını istediler.

AMAÇ ÇOK ÖNEMLİ

Bugün markalarımızla yaşamlarına dokunduğumuz 5 milyar insan da dünyayı daha yaşanabilir hale getirmek istiyor, dolayısıyla tüketicilerimizin bizden de bu yönde bir beklentisi bulunuyor. Bu nedenle biz de markalarımızla ve kurumsal olarak bu kapsamda inovasyonlar yapıyor, aynı zamanda bu bakış açımızı iş modellerimizin

bir parçası haline getiriyoruz. Fakat bunu asla bir söylem olarak bırakmıyoruz.

Gücümüzü iyilik için kullanmak istiyoruz ve bu gücü kullanacağımız alanları belirlemek “amacımız” için çok önemli. P&G olarak Kurumsal Vatandaşlık Başlıklarımız çerçevesinde inşa ettiğimiz amaçlarımızla büyümeyi hedefliyoruz çünkü iyilik için bir güç olduğumuzu iddia ediyoruz. Bu kapsamda içerisinde bulunduğumuz ülkeye ve vatandaşlarına projelerimizle değer katmayı hedefliyoruz. Toplumun her kesiminden vatandaşı önemli bir şekilde etkileyen pandemi sürecinde biz ilk olarak “Umutla Yarına” dedik. Çünkü yaptığımız araştırmalar bize gösterdi ki; insanların umutlu ve iyilik odaklı adımlara ve buna uygun bir dile ihtiyacı vardı.

UMUT 2020 PROJESİ

Bu kapsamda salgının ilk günlerinden itibaren vatandaşların karşılaştığı ve karşılaşılabileceği güçlüklerle karşı, onlara destek olmak için katkı programlarımızı hayata geçirdik. Kızılay iş birliğiyle temel hijyen, sağlık ve kişisel bakım ürünlerinden oluşan Umut 2020 Hijyen Paketlerini on binlerce aileye ulaştırdık. Marka elçilerimizle umudu güçlü tutan mesajları yaygınlaştırdık, karantina nedeniyle yurtlarda kalan on binlerce vatandaşa “ev konferunu” amacıyla ürünlerimizden ulaştırdık. Devamında Türkiye’deki 10’uncu yılını kutlayan markamız Fairy ile Boşa Harcama adını verdiğimiz bir proje başlattık. İlk etapta projedeki partnerimiz Gıda Kurtarma Derneği’ni finanse ettik ve derneğin yardım sağladığı kişi sayısını ikiye katlanmasını sağlayarak 660 bin kişiye ulaştık.

İkinci ayakta ise 50 yeniş başış noktasının aktifleştirilmesini ve 300 personele eğitim verilmesini sağladık. Bunlara ek olarak yine GKTD ile Ramazan ayında geçtiğimiz yıl binlerce aileye erzak desteğinde bulunmuştuk, bu yıl ise 10 bin ihtiyaç sahibinin sofrasına sıcak iftar yemeği ulaştırdık.

2021 yılına girerken de dünya çapında "Lead With Love" adını verdiğimiz bir yıllık hareketi başlattık. Bu global harekete Türkiye'de ise "Umutla Yarına" diyerek katıldık. Kampanyamız ile topluluklarda ve toplumun tümünde kalıcı ve olumlu etkiler bırakacak 2.021 İyilik Hareketi gerçekleştirme taahhüdü verdik. Bunu yaparken de hızlı aksiyon alıp, gücümüzü ihtiyaç sahiplerine en iyi destek olacak şekilde değerlendirdik.

OLİMPİYATTA GENÇLERE DESTEK

Yaptığımız bütün çalışmaların yanında 2021 yılının bizim için önemli bir yanı daha bulunuyordu, o da Olimpiyat Oyunları.

Spor, P&G'nin geleceği iyileştirmek için faaliyette bulunduğu alanların başında geliyor ve bu doğrultuda popüler ve alternatif birçok spor branşına ve sporculara çeşitli desteklerimiz bulunuyor. Olimpiyat Oyunları ise P&G'nin globalde sponsor olduğu, dünyanın en büyük organizasyonlarının başında geliyor. P&G Türkiye olarak biz de Türkiye Millî Olimpiyat Komitesi ile 2014 yılında başlattığımız Olimpik Anneler projemizle Türkiye'de spor kültürünü geliştirmeyi hedefliyor. Hatta bunu bir anlamda gerçekleştirdiğimize de inanıyoruz çünkü projemize başlarken Türkiye'nin ilk Spor Kültürü Araştırmasını gerçekleştirmiştik.

Bu araştırmamızı 2019 yılında tekrarladığımızda şu çarpıcı sonuçlarla karşılaştık:

■ Öncelikle düzenli spor yapma oranı 10 çocukta 2'den 3'e çıktı. 2014 yılında kız çocuklarımız sırasıyla yüzde 6 yüzme, yüzde 4 bisiklet, yüzde 3 voleybol ve yüzde 3 koşuyla ilgilendiğini söylemiş.

■ 2019 yılında ise çocuklarımızın yüzde 14 yürüyüş, yüzde 11 su sporları, yüzde 7 bisiklet, yüzde 6 basketbol, yüzde 5 koşu, voleybol ve jimnastik yaptığını belirtmiş.

Dolayısıyla, sonuçlara baktığımızda sadece spor yapan çocukların oranının arttığını değil, aynı zamanda yapılan branşlarda da çeşitlenme görüyoruz. Artan bu branşlar ise Olimpik branşlar. Biz Olimpik branşlarda hem annelerin hem de çocukların bilinçlendirilmesini ve bu yolla daha fazla ailenin çocuğunu spora yönlendirmesini hedefliyoruz.

Tabii tüm bunlarla birlikte Türkiye'deki 30'uncu yılımıza tekabül eden 2017 yılında 30 Olimpik sporcuya ve annesine desteğimizi açıklamıştık. 2021 yılında ise



34'üncü yılımızdan hareketle bu desteğimizi 34 sporcu ve annesi olarak genişlettik.

Bu sporcularımızdan 29'u Tokyo 2020'de ülkemizi temsil etme hakkı kazandı ve bu sporculardan 8'i ülkemize madalya ile döndü. Yıllar önce başlattığımız bu projemizin bu denli büyük başarılar elde etmesi ise bu süreçte bize ayrı bir mutluluk verdi.

UMUTLA YARINA YOLCULUK

P&G olarak son zamanlarda toplumun umuda olan ihtiyacından hareketle "Umutla Yarına" dedik ve spordan eğitime, çevresel sürdürülebilirlikten eşitliğe kadar her alanda yaptığımız çalışmalarla vatandaşların yarınlarına "umut" olmak için çalıştık. Şimdi ise bu zorlu günlerin geride kaldığına inanarak "İyilikle Güçleniyoruz" diyoruz. Bu nedenle önümüzdeki süreçte iyilikle güçlenebilecek yarınlar için çalışmaya devam edeceğiz.



"Giresun'daki sel, İzmir'deki depremde vatandaşlarımızın yanındaydık"

- Ariel, Migros iş birliğiyle kıyafet, Gebze Fabrikamız ise dezenfektan başışı gerçekleştirdi.
- Prima prematüre bebek bezi başışı düzenledi, İBB ile binlerce aileye paket bebek bezi başışı yaptı. Ayrıca İhtiyaç Haritası ile iş birliği yaparak on binlerce çocuğun bez ihtiyacını karşılayacak.
- Head & Shoulders ise AHBAP aracılığıyla binlerce kuaför ve berbere market çeki desteğinde bulundu. Fairy Sürdürülebilirlik Komitesi kurdu.
- İpana Türkiye Online Liselerarası Müzik Yarışması'nı kazanan okula müzik odası başışladı.
- Pantene, Pi Kadın Kanseri Derneği ile kemoterapi sürecinde saçını kaybeden kadınlara "Uzun ve Güçlü Bir Hayat" desteği sunarak peruk başışladı.
- Gillette ve Milliyet öğrencilere uzaktan eğitim süreçlerinde destek olmak için tablet başışladı.
- Oral-B, Bir Dilek Tut Derneğiyle çocukların dileklerini hayata geçirdi. Bunların yanı sıra kurumsal olarak da Darüşşafaka gibi kurumlara desteğimizi sunduk, Arçelik ile hastanelere ürün başışladık, öğrencilere burs desteğinde bulunduk.
- İyilik için Sporcular Fonu kapsamında TEGV'e başış yaptık. Binlerce aileye günlük harcamalarına destek olmak için market çeki dağıttık.
- Geçtiğimiz sene Kızılay aracılığıyla toplam 2.5 Milyon TL değerinde ürün başışında bulunduk.
- ÇEVKO ile de Olimpik Anneler Ormanı'nı hayata geçiriyoruz. Kısacası çok çeşitli topluma katkı projeleri gerçekleştirdik ve gerçekleştirmeye de devam edeceğiz.

“SÜRDÜRÜLEBİLİR DEĞER YARATIYORUZ”

31 yıldır faaliyetlerine büyüyerek devam eden Ekol’ün Türkiye Genel Müdürü Arzu Akyol Ekiz, büyümeye giden yolun teknoloji ve inovasyondan geçtiğine inanıyor. Sürdürülebilirlik, cinsiyet eşitliği, eğitime ve ekosisteme katkı konularını odak alanlarının başına koyuyor.

Ekol’ü büyütüp birçok yeniliğe imza atarken, 31 yılda sektörümüze yeni bakış açıları kazandıracak birçok ilki başlattık. Müşterilerimizle birlikte ilham veren ve sürdürülebilir değer yaratma misyonuyla hareket ediyoruz. Ekol olarak yola çıktığımız ilk günden bu yana yenilikçiliğe hep inandık. Yüksek teknolojiye yatırım yapmakla kalmıyor, büyümeye giden yolun teknolojiyi ileri taşımaktan geçtiğine inanıyoruz.

2012 yılında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı onayı ile Teknoloji Grubu çatısı altında kurulan Ekol AR-GE merkezimiz ile lojistik sektöründe bir ilki başlattık. Ekol, sektörümüzün inovasyon liderliğini yapıyor. Boğaziçi Üniversitesi Teknopark’ta (BUDOTEK) ikinci Ar-Ge merkezimizi kurarak inovasyon ve teknoloji kapasitemizi bir üst seviyeye çıkardık. Bugün Ar-Ge merkezimizde 200 çalışanımız var. 2017 yılında kamuoyuyla paylaştığımız Lojistik 4.0 stratejimiz ile sektörümüzde yine öncü bir rol üstlendik.

2008 yılında hayata geçirdiğimiz ve öncülüğünü yaptığımız Intermodal Taşımacılık ile bugün farklı sektörlerde hizmet veren birçok global markaya lojistik çözüm ortaklığı yapıyoruz.

SEKTÖRÜN EN İTİBARLI ŞİRKETİ SEÇİLDİK

2014 yılında, Doğal Hayatı Koruma Vakfı (WWF) tarafından yapılan değerlendirme sonucunda,

“**TOPLUMUN GELECEĞİNE EN BÜYÜK KATKININ EĞİTİMLE SAĞLANABİLECEĞİNDEN YOLA ÇIKARAK BİZ DE EN ÖNEMLİ SOSYAL ETKİMİZİ BU ALANDA YARATMAYA KARAR VERDİK. İSTİKRARLI BÜYÜMEMİZİ SÜRDÜRÜRKEN BİR TARAFTAN DA YEPYENİ BİR YÖNETİM MODELİ ÜZERİNDE KAPSAMLI BİR ÇALIŞMA YÜRÜTÜYÜRÜZ. BU PROJENİN 2021 YILINDA HAYATA GEÇİRİLMESİ İLE TÜM ŞİRKETLERE ROL MODEL OLACAK BİR EKOL’Ü DE HAYATA GEÇİRMİŞ OLACAĞIZ.**”

Türkiye’de Yeşil Ofis Diploması alan ilk lojistik firması olmayı başardık. Bu kapsamda çalışma alanlarımızı çevreye duyarlı yeşil ofis programına uygun şekilde kuruyoruz.

Uluslararası Taşıma İşleri Organizatörleri Dernekleri Federasyonu 2014 Dünya Kongresi’nde dünyada “Sürdürülebilir Lojistik Tescili”ni alan ilk şirket olan Ekol, 2021’in ilk çeyreğinde gerçekleşen denetimle sürdürülebilir hizmet anlayışı ile yürüttüğü faaliyetlerinin başarısını tekrar tescil ettirdi. Böylece Ekol 8 yıldır üst üste artırdığı, en üst kategori olan ALTIN seviyesindeki puanını bu sene daha da yükseltmiş oldu.

Ayrıca Marketing Türkiye ve Akademetre iş birliğiyle düzenlenen “The ONE Awards Bütünleşik Pazarlama Ödülleri”nde lojistik sektörü kategorisinde ikinci kez “En itibarlı şirket” seçildik.

Pandeminin etkilerinin devam ettiği 2021 yılında Ekol’ü her zaman ileriye taşıyan yenilikçi vizyon ile tesislerimize, filomuza ve iş gücümüze yatırım yapmaya devam ederken, bu gayretimizin ulusal ve uluslararası kuruluşlar tarafından takdir edilmesi bizi gelecek hedeflerimiz için motive ediyor.

Son olarak Bloomberg International’ın özel projesi “50 Küresel Lider” belgesel serisinin

çekimleri kapsamında birçok öncü şirket arasından Türkiye’den seçilen şirket olduk.

“SOSYAL ETKİ” STRATEJİMİZ

Ekol, kurulduğu 1990 yılından bu yana topluma, çevreye ve çalışanlarına karşı görevlerini eksiksiz yerine getirmeye çalışıyor. Sosyal sorumluluk politikamız doğrultusunda bu gayretimizi “Toplumun Geleceğine Olumlu Katkı Sağlamak” bakış açısıyla destekliyoruz. Yıllar içerisinde gerçekleştirdiğimiz ve gerçekleştirmeye devam ettiği sayısız projemizde bu prensip doğrultusunda hareket ediyoruz.

Özellikle eğitim ve çevre sosyal sorumluluk politikamızın öncelikli öne çıkan konuları arasında yer alıyor. Toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda farkındalık yaratmak öncelikli gündem maddelerimiz arasında yer alıyor.

SOSYAL SORUMLULUK BİLİNCİYLE

Lojistik sektöründe dünya ortalamasının iki katı kadın çalışana sahip bir şirket olarak cinsiyet eşitliğine duyarlı işyeri modeli projemiz EKOLITY’yi 2018’de başlattık. EKOLITY, toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin farkındalık kazandırmayı ve toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı bir iş yeri modelinin geliştirilmesini hedefliyor. Kadının çalışma hayatında daha fazla yer almasının ülkemizin kalkınmasında en önemli itici güçlerden biri olacağını düşünüyoruz. Bu doğrultuda; “Kadın, işgücü üretimine ne kadar girerse, ekonomi o kadar daha güçlü olur” anlayışıyla hareket ediyoruz.

Yetişmiş insan kaynağı için eğitimi önemsiyoruz. Uygulama deposu, lojistik atölyesi ve bilgisayar laboratuvarı kurduğumuz İstanbul Harmandere (Hezarfen) Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Ekol sınıfında sektörümüzün geleceği öğrencilerimizi yetiştiriyoruz.

İhtiyaç sahibi çalışanlarımızın çocuklarına Mavi Kumbara yardım derneğimiz



aracılığıyla eğitim bursu veriyoruz. 2020 yılında salgın önlemleri kapsamında uzaktan eğitime geçilmesi özellikle Doğu’daki çocuklarımızın imkansızlar ile mücadele etmesine sebep oldu. Bu imkânsızlıkların online eğitimin önüne geçmemesi için müşterilerimize yeni yıl hediyesi almak yerine TEGV ile işbirliği yaparak Doğu’daki çocuklarımız için tablet bağışında bulunduk.

Diğer taraftan yeryüzünde var olan tüm canlıların yaşam hakkına sahip olduğuna inanıyoruz. Pandemi döneminde “Her şey sevgiyle başlar” diyerek aç kalma olasılığı artan sokak hayvanları için bir aşevi projesi başlattık. Koronavirüs salgınında insanların sokağa çıkamadığı günlerde tesislerimizdeki mutfaklarımızı mama yapımına açtık. Mart ayında ilk aşamada haftada üç ton mama üretimi ile başlayan süreç daha sonra

“KADIN, İŞGÜCÜ ÜRETİMİNE NE KADAR GİRERSE, EKONOMİ O KADAR DAHA GÜÇLÜ OLUR’ ANLAYIŞIYLA, CİNSİYET EŞİTLİĞİNE DUYARLI İŞYERİ MODELİ PROJEMİZ EKOLITY’Yİ 2018’DE BAŞLATTIK.”

bir tesisimizin kullanılmayan mutfağının sokak hayvanları için "Bir Aş Bin Aşk" adıyla aşevine dönüştürülmesi ile kalıcı hale geldi. Ayda 70-90 ton üreten bir yapıya kavuştuk. Bugüne kadar 985 ton mama dağıtımıyla haftada yaklaşık 12 bin sahipsiz can dostumuzu gönüllü kahramanlarımız ile birlikte besledik.

EKOSİSTEME KATKI YAPIYORUZ

Toplumun, kaynaklardan daha hızlı büyüdüğü günümüzde; ortak değer yaratmanın, sektörler ve endüstriler arası iş birliğinin ve değişimin öneminin farkındayız. "Ekosisteme" katkı için iş yapışımızı dönüştürmeye devam ediyoruz.

Sürdürülebilir iş modelimiz intermodal taşımacılık ile son 10 yılda, 438 bin m3 dizel yakıt kullanımının azalması sayesinde, 658 bin ton karbondioksitin atmosfere salımına engel oluyoruz. Bir başka deyişle 74.753 hektar yani İstanbul Belgrad Ormanı'nın 14 katı büyüklüğüne eşdeğer ormanı kuracak ve Ay ile Dünya arasında 1700 kez gidiş- dönüşte kullanılabilir fosil yakıt tüketimini önlemiş olduk. Ekol olarak her ay yaklaşık 700 futbol sahası büyüklüğünde ormanı gezegenimize hediye ederken, Dünya'nın etrafında 350 tur atılmasında kullanılabilir kadar, fosil yakıtın tüketilmesini önliyoruz.

Enerji ve Çevre tasarımında liderlik yaklaşımı ile geliştirerek devreye aldığımız LEED Sertifikalı (Leadership in Energy and Environmental Design) tesislerimize, yeşil liman ve ofislerimize yaptığımız yatırımlarımıza devam ediyoruz. 215 bin m2'lik kapalı alanı ile Avrupa'nın en büyük depolama alanlı yeşil tesisimiz Lotus'ta çatı Güneş Enerji Santrali (GES) projemize tüm hızıyla devam ediyoruz. 35 bin m2'lik çatı alanına kurulum tamamlandığında, tesisin enerji ihtiyacının yüzde 65'ini yenilenebilir enerji kaynağı olan güneşten sağlamış olacağız.

2007'den bu yana; BM Küresel İlkeler Sözleşmesi imzacıları arasında yer alıyoruz. Gönüllülük esası ile yer aldığımız bu



350 TUR

"Dünya'nın etrafında 350 tur atılmasında kullanılabilir kadar fosil yakıtın tüketilmesini önliyoruz."

2 KAT

"Lojistik sektöründe dünya ortalamasının iki katı kadın çalışana sahip bir şirketiz."

inisiyatifle birlikte; her yıl İlerleme Raporu yayınlıyor, insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzluğa karşı mücadele konularında ortak hareket katkımızı dünya çapında görünür kılıyoruz. 2020'de Yenilenen Küresel İşbirliği için CEO Bildirgesi'ni de imzalayarak, kapsayıcılığa çok taraflılığa desteğimizi sürdürmeye devam ediyoruz.

YEŞİL MUTABAKAT ÖNEMLİ

Avrupa Yeşil Mutabakatı sonrası ivme kazanan iklim krizi ile etkin mücadelede; hizmet sunduğumuz küresel üretici firmaların karbon emisyonları ve iklim krizine karşı verdikleri taahhüde paralel olarak sera gazı envanterimizi hesaplayarak, 2020 Kurumsal Karbon Ayak İzimizi ISO 14064-1:2018 uluslararası standardına göre güncelleyerek, uluslararası bağımsız denetim şirketi Bureau Veritas'ın denetimleriyle doğruluğunu tescil ettirdik. Doğrulama Beyanı; ulusal ve uluslararası Ekol iştiraklerinin tamamı olan 84 lokasyonumuzla tüm taşıma modlarımızı içermesi ve kapsam 3 seviyesinde (tedarik zincirini de içeren) derinliği ve yaygınlığı açısından da alanında bir ilk oldu. Kendi ürettiğimiz hizmet (Kapsam 1) ve bunu üretirken kullandığımız enerjiden kaynaklı emisyonlarımızın (Kapsam 2) yanı sıra tedarikçilerimizden aldığımız hizmetlere ilişkin emisyon hesaplarını (Kapsam 3) içerecek şekilde detaylandırmamız da bu çalışmayı farklı kılıyor.

Bu doğrulama tescili ile birlikte; 2021 yılında inisiyatif olarak ilk kez yer aldığımız Karbon Saydamlık Projesi (CDP Climate Change) İklim Değişikliği kategorisinde; iklim değişikliği ile mücadeleyi sürdürülebilirlik stratejimizin bir unsuru olarak nasıl ele aldığımızı da şeffaf bir şekilde raporladık. Lojistik sektörü henüz emisyon yoğun üretim yapan sektörler gibi doğrudan bir regülasyona dahil olmamasına rağmen, zorunlu uygulamalar gelmeden proaktif olarak yola çıkan şirketimizin yeni dönem sürdürülebilirlik stratejisi için bir mottosu var;

'Yaşam İçin, Şimdi' ■



Yatırımlarımız hayallerinize!

TSKB olarak 71 yıldır müşterilerimize finansman desteğinden fazlasını sunuyoruz; onların gelecek hayallerine ortak oluyoruz.

Geniş yelpazede kurumsal kredi, yatırım bankacılığı ve danışmanlık hizmetlerimizle, Türkiye'nin sürdürülebilir ve kapsayıcı büyümesine destek oluyor, derin bilgi birikimi ve uzmanlığımızla geleceği koruyarak üretkenlerin yatırımlarına değer katıyoruz.

KURUMSAL BANKACILIK

YATIRIM BANKACILIĞI

DANIŞMANLIK HİZMETLERİ

Türkiye Sınai Kalkınma Bankası
1950'den bugüne...

www.tskb.com.tr

TSKB

“STRATEJİNİN TEMELİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VAR”

BAT Türkiye, Kafkaslar ve Kuzey Afrika Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Murat Güven, 180’den fazla ülkedeki faaliyetlerini, “Daha İyi Bir Gelecek” sloganıyla sürdürdüklerini belirtiyor. Bu yaklaşımla sosyal etki yarattıklarına dikkat çekiyor. Stratejinin temelinde ise “sürdürülebilirliğin” yer aldığını söylüyor ve ekliyor: “Değer zincirimizde bulunan herkes için standartları yükseltmeyi, çalışanlarımız için dinamik bir çalışma ortamı yaratmayı, hissedarlarımız için sürdürülebilir getiri sağlamayı amaçlıyoruz.”

BAT olarak, dünya çapında 180’den fazla ülkede 100 yılı aşkın süredir faaliyet gösteren, dünyanın en önde gelen uluslararası ve köklü şirketleri arasında yer alıyoruz. 45 ayrı ülkede üretimlerimizi gerçekleştiriyoruz. Bugün, 139 farklı milletten 55 bin çalışanımız var. 84 bin çiftçi ise dolaylı olarak BAT için tarım faaliyetlerini sürdürüyor. Bu yolculukta yarattığımız fark ise sadece tüm dünyaya yayılan üretim gücü, yarattığımız istihdam ve kapasitemizden, diğer bir ifadeyle rakamlardan ibaret değil.

2020 yılında stratejimizi “Daha İyi Bir Gelecek” olarak yeniden şekillendirdik. Bu hedefimiz doğrultusunda, tüm paydaşlarımız için sürdürülebilir değer yaratmayı hedefliyoruz. BAT olarak, dünyadaki yetişkin tüketicilerin değişen beklentilerini karşılamak amacıyla, yanmayan ürünlere ait çoklu kategori portföyü geliştirdik. Çoklu kategori portföyümüz ile birlikte ürün portföyünü nikotin ve ötesine taşıyarak, bilimsel verilere dayanan ve daha az risk içeren farklı alternatiflere sahip ürünleri sorumluluk sahibi pazarlama prensibiyle yetişkin tüketicilere sunmayı hedefliyoruz.



“Daha İyi Bir Gelecek” stratejimizin merkezinde ise sürdürülebilirlik yer alıyor. Sürdürülebilirlik hedeflerimize hem üretim faaliyetlerimizdeki yatırımlarımızla hem de yeni nesil ürünlerle ulaşmayı hedefliyoruz. Tedarikçilerimiz ve müşterilerimiz için; değer zincirimizde bulunan herkes için standartları yükseltmeyi, çalışanlarımız için dinamik, ilham verici ve hedef odaklı bir çalışma ortamı yaratmayı, hissedarlarımız için sürdürülebilir getiri sağlamayı amaçlıyoruz.

TÜRKİYE’YE YATIRIMA DEVAM

2002 yılından bu yana faaliyetlerimizi ve üretimimizi sürdürdüğümüz Türkiye, aynı zamanda global stratejik olarak stratejik açıdan önem verdiğimiz ülkelerden biri konumunda. BAT Türkiye’de doğrudan ve dolaylı olarak 4 bin 700 kişiye istihdam sağlıyoruz. BAT Türkiye olarak 2017 yılında Kuzey Afrika Bölgesi’ne, 2020 yılında ise Kafkaslar Bölgesi’ne liderlik etmeye başladık.

Bugün geldiğimiz noktada Türkiye’den Cezayir, Azerbaycan, Mısır, Gürcistan, Libya, Fas, Kuzey Kıbrıs, Sudan, Tunus olmak üzere toplam 10 ülkeyi yönetiyoruz. 3 fabrikaya, yaklaşık 5 bin 500 çalışana ve 344 milyonluk nüfusa sahip geniş bir coğrafyaya liderlik ediyoruz.

“DAHA İYİ BİR GELECEK”

Gücünü üretimden, inovasyondan, çalışanlardan ve çiftçilerden alan uluslararası bir şirket olarak, ekonomiye, çalışanlarımıza ve tarıma sağladığımız katkının yanı sıra faaliyette bulunduğumuz tüm ülkelerde aynı zamanda sosyal etki yaratma hedefiyle çalışmalarımızı sürdürüyoruz. “Daha İyi Bir Gelecek” yolculuğumuzun merkezinde de sadece kendimiz için değil tüm paydaşlarımız için değer yaratma vizyonumuzla hareket ediyoruz.

Büyük bir aileyiz; bu kapsamda “sosyal şirket” olma felsefemizin odağında da kendi çalışanlarımız ve iş ortaklarımız bulunuyor. BAT Türkiye olarak 2002 yılından bu yana 2 milyar doları aşan yatırımımızla “en çok çalışılmak istenen şirketler listesinde” olmanın gururunu yaşıyoruz.

Öte yandan ekonomiye ve ihracata değer katarken, istihdam yaratmaya ve çalışanlarımız için ilham veren bir çalışma ortamı oluşturmaya gayret ediyoruz. İstihdamdaki gücümüz ve çalışanlarımıza sunduğumuz eşsiz olanaklar birçok kez ödüle layık görüldü. Top Employers Institute tarafından her yıl uluslararası düzeyde gerçekleştirilen, işverenlerin çalışanlarına sunduğu koşulları değerlendiren bağımsız araştırma sonucu, 2018, 2019, 2020 ve 2021 yıllarında üst üste 4 kez Türkiye ve Avrupa'nın En İyi İşvereni (Top Employer) Sertifikaları'nı kazandık. Bunun yanı sıra Top Employer Institute “Türkiye'nin En İyi 3 İşvereni” arasında yer aldık.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMIZ

10 yılı aşkın süredir bağımsız raporlarla yarattığımız etkiyi ölçüyor, tüm paydaşlarımız ve toplumla paylaşıyoruz. Bu şekilde hareket etmenin şeffaflık, kurumsal sorumluluk ve sürdürülebilirliğe bağlılığın önemli göstergesi olduğuna inanıyoruz.

Her yıl Çevresel, Sosyal ve Kurumsal Yönetişim (ESG) Raporu yayınlıyoruz. 2019 yılında yayımlanan ESG raporumuz, dünya çapında sürdürülebilirlik alanında en seçkin kuruluşlardan biri olan Corporate Register (CR) tarafından en iyi 2. ESG

“Artan ihracatımızla ekonomiye katkı yapıyoruz”

Gücümüzü aldığımız bir diğer konu da ihracat. İhracattaki gücümüz, ülke ekonomisine ve en önemlisi cari açığın azalmasına olumlu katkı sağlamaya devam ediyor. Uzun yıllardır sektörümüzde ihracat lideriyiz. BAT Türkiye olarak 2019 yılında 192,9 milyon dolar, 2020 yılında 30'un üzerinde ülkeye toplam 195.8 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Bu kapsamda; Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Ege İhracatçı Birlikleri tarafından birçok kez ihracat lideri ödülüne layık görüldük. Bu kapsamda çok daha büyük hedeflerimiz olduğunu da eklemek isterim. Özellikle yeni nesil ürünlerimizin ihracatını Türkiye'den gerçekleştirmek ve istihdamın yanı sıra ekonomiye daha fazla girdi sağlamak amacıyla çalışmalarımız devam ediyor.

raporu seçildi. Sürdürülebilirlik konusuna bütünsel olarak yaklaşıyoruz. Bu kapsamda yalnızca ESG raporu değil bunun yanı sıra cinsiyet ücret raporu, insan hakları raporu gibi özel raporlar da yayınlıyoruz. Çalışanlarımız arasında eşitliğe ve çeşitliliğe verdiğimiz önem kapsamında, 2025 yılına kadar tüm dünyadaki üst düzey liderlik ekibinde yer alan kadın çalışan oranını yüzde 40'a çıkarma hedefimiz var. Dünyada faaliyet gösterdiğimiz tüm ülkelerde eşit işe eşit ücret politikasını takip ediyoruz.

Dünyada ırkçılık ve eşitsizlikle mücadelede destek olan bir şirket olarak, bu kapsamda ABD'de bu alanda mücadele eden STK'lara 3 milyon dolar destek sağlamayı taahhüt ettik ve İngiltere'de işyerinde eşitlik taahhüdü olarak bilinen İngiltere Eşitlik Taahhüdü'nü imzaladık.

KARBON NÖTR ENERJİ KULLANIMI

Türkiye ve sorumlu olduğum bölgeye baktığımızda Türkiye'de bu yıl elektriğimizi karbon nötr hale getirdik... Dünyanın en saygın yenilenebilir enerji kuruluşlarından IRECS International tarafından verilen “I-REC Uluslararası Yenilenebilir Enerji Sertifikası”nı Samsun Fabrikası'nın ardından genel merkez ve bölge müdürlükleri için de almaya hak kazandık. Atıklarımızın yüzde 90'ı dönüştürülebilir hale geldi. 2030 yılında sıfırlama planımız var.

Sürdürülebilirlik konusunda global olarak ortaya koyduğumuz performansla sadece 2020 yılında 200'ün üzerinde ödül aldık. Örneğin, şirketlerin ekonomik, çev-

“DAHA İYİ BİR GELECEK' STRATEJİMİZİ HAYATA GEÇİRMEMİZE OLANAK SAĞLAYACAK HEDEFLERLE İLERLERKEN, BU HEDEFLERİ HIZLA GERÇEKLEŞTİRİYORUZ. ÖRNEĞİN, 2017'DEN 2020 YILINA KADAR DOĞRUDAN KARBON EMİSYONUMUZU YÜZDE 37,4, SU TÜKETİMİMİZİ YÜZDE 22,5, AZALTTIK.”

reye uyum ve sosyal kriterleri bakımından ne kadar başarılı olduğunu ortaya koyan ve 61 farklı sektörden yaklaşık 3 bin 500 şirketin sürdürülebilirlik uygulamalarını değerlendiren Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'ne (DJSI) en yüksek puanlı giren tek tütün şirketi olduk. Bu endekste şirketler, etik hususlar konusundaki yönetim anlayışı, ürün sorumluluğu, finansman faaliyetleri, çevresel ve sosyal performansları, iklim değişikliği ile ilgili aldığı önlemler ve çalışanlara, insan haklarına gösterilen saygı gibi kriterlerin değerlendirilmesi ile yer alıyor.

Financial Times'ın bu yıl ilk defa açıkladığı "Avrupa İklim Liderleri" listesine sera gazı emisyonlarındaki düşüş oranları, emisyon yoğunluğunun azaltılması için yapılan çalışmalar ve Karbon Saydamlık puanı ile girmeye hak kazandık, listede kendi kategorimizde Karbon Saydamlık Skoru ile 3. sırada yer aldık. Londra Borsası'na kote olan piyasa değeri en büyük 100 şirketin dahil olduğu Financial Times Stock Exchange- FTSE 100 endeksinde, ESG notu en yüksek üçüncü şirket konumundayız.

İHRACATLA DEĞER YARATIYORUZ

2020 yılında 30'un üzerinde ülkeye toplam 195,8 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirerek sektörümüzün ihracat lideri olmaya hak kazandık. Bununla birlikte Samsun'da ihracat üssü olarak konumlandığımız fabrikamız üretim hacmiyle, 180'nin üzerin-

de pazarda faaliyet gösteren British American Tobacco'nun 45 fabrikası arasında 4. sırada, ENA bölgesinde (Avrupa ve Kuzey Afrika) ise 2. sırada yer alıyor.

Türkiye'nin en prestijli kurumları arasında yer alan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Ege İhracatçı Birlikleri tarafından birçok kez ihracat lideri ödülüne layık görülmüş olmayı, hem ülke ekonomisine sağladığımız katma değer hem de istihdama yönelik çok önemli bir başarı olarak görüyoruz. Geçtiğimiz günlerde, Türkiye, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen Türkiye'nin ilk 1000 İhracatçısı Araştırması'nda sektör lideri olarak ödül aldık. Yine bu yılın ocak ayında Ege İhracatçı Birlikleri tarafından verilen "İhracatın Yıldızları Ödülleri"nde sektörümüzde bir kez daha birinciliğe layık görülerek ödüllendirildik.

Türkiye ekonomisine ihracatla yaptığımız katkıyı önümüzdeki süreçte daha da artırmaya odaklandık. "Daha İyi Bir Gelecek" stratejimiz kapsamında Samsun fabrikamızda Yeni Kategorileri ihracat amaçlı olarak Türkiye'de üretmemiz durumunda önümüzdeki 12 ay içerisinde; yaklaşık 50 milyon dolarlık yatırım yapacak istihdamımızı artıracak ve en önemlisi ülkemize 200 milyon dolarlık ihracat potansiyeli yaratacağız. ■

"Tarımda 'etki yaratan' projeler yapıyoruz"

SOSYAL ETKİ PEŞİNDE Tarım alanında kendimize çok önemli hedefler koyduk. Hem çalışanlarımız hem tedarik zincirimizdeki tüm paydaşlarımız için olumlu sosyal etki yaratmayı amaçlıyoruz. Çiftçilerin geçim kaynaklarını geliştirmekten insan haklarını desteklemeye kadar çeşitli ve kapsayıcı bir kültür yaratıyoruz.

Örneğin, kadın tütün çiftçilerinin güçlenmesini gündemimize alarak geçtiğimiz yıl "Kadınları Güçlendirme" temalı 298 eğitim düzenleyerek 24 bin 368 kadın çiftçiye dokunduk.

ÇİFTÇİYE TEKNOLOJİ DESTEĞİ Dünyanın dezavantajlı bölgelerindeki tütün çiftçileriyle görüşmeler yapılarak sağlık ve refahlarını artırıcı önlemler belirledik. Bu doğrultuda, Bangladeş, Brezilya ve Kenya'da çok sayıda tütün çiftçisi ile görüşmeler yaptık. Tarım teknolojileri konusunda verilen eğitimlerle ürün verimliliğinde artış yaşanmasını sağladık. Sadece Brezilya'da son 10 yılda verilen destek ve eğitimlerle BAT çiftçilerinin hasatlarında yüzde 40'a kadar artış olduğunu görebilirsiniz.

PAKİSTAN'DA ÖRNEK PROJE İklim değişikliğinin etkilerinin en çok hissedileceği tarıma destek kapsamında sürdürülebilir kaynak kullanımı ve tarım teknikleri tütün çiftçilerine aktarıldı. Örneğin, Pakistan'da damla sulama teknolojisine geçiş yapması sağlanan çiftçilerin su kullanımında yüzde 40 oranında azaldığı görüldü. BM İş Dünyası ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri doğrultusunda yapılan insan hakları etki değerlendirmesi kapsamında Hindistan, Endonezya ve Mozambik'te 900'ün üzerinde ilgililiyle çalışmalar tamamladık.

İşin Uzmanları Webhelp'te!



Bizim için her zaman en değerli olan çalışanlarımız ve iş ortaklarımız... Yaptığımız her şey en değer verdiklerimiz için.

İşte bu sebeple gelişen dünya koşullarına ayak uydurarak dijital dönüşümü en önde karşılıyor, yenilikçi adımlarımızı onlar için atıyoruz.



 Webhelp Türkiye

 webhelptr

 webhelp

 webhelptr

www.webhelp.com.tr

“SAĞLIKTA BİLİNÇLİ NESİLLER YETİŞTİRECEĞİZ”

44

Birleşmiş Milletler’in Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları’nın 17 maddesinden birini sağlık oluşturuyor. Sağlık eko sisteminde en çok odaklanılan konular arasında hastalıkların 3’te 2’sinin yeterince tedavi edilememesi ve dünyanın yaklaşık yarısının temel sağlık hizmetlerine erişememesine dikkat çekiliyor. Giderek artan bu oran, dünyanın ve insanların geleceği için ciddi risk oluşturuyor.

Roche Diagnostik Türkiye, tam bu amaçla Eğitimle Sağlıklı Gelecek Projesi’ni hayata geçirdi. “Sağlıkta toplumsal bilincin artırılmasını” hedefleyen bu önemli projeyi Roche Diagnostik Türkiye, Orta Asya ve Kafkas Ülkeleri Yönetim Merkezi Başkanı Burçak Çelik anlattı:

Sağlıklı bir gelecek için eğitim yerel bir ihtiyaç mı? Küresel açıdan Türkiye hangi konumda?

Hastalık ve sağlık, küresel çapta etki yaratan unsurlardır. Bunun belki de en somut göstergesi son bir buçuk yıldır etkisini yaşadığımız COVID-19 salgını. Dünyada hangi coğrafyada olursak olalım bir virüs ve varyantlarının en başta sağlığımız olmak üzere tüm yaşamımızı nasıl etkilediğine hep birlikte tanık olduk.

Günümüzde yaşlı ilerleyen nüfus, bulaşıcı olmayan hastalıkların insidansındaki artış, sağlık sistemlerinin artan yükü ve sağlığa erişimde yaşanan sıkıntılar gibi sorunlarla karşı karşıyayız. 2030 yılında gerçekleşmesi hedeflenen 17 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları çer-

Türkiye’nin En Sağlıklı Ülkeler Endeksi’nde 51’inci sırada yer aldığına dikkat çeken Roche Diagnostik Türkiye Genel Müdürü, Türkiye & Orta Asya ve Kafkas Ülkeleri Yönetim Merkezi Başkanı Burçak Çelik, hayata geçirdikleri Eğitimle Sağlıklı Gelecek projesi ile daha sağlıklı bir geleceğe katkı sağlamayı hedeflediklerini vurguluyor.

çevesinde, sağlık ekosisteminde en çok odaklanılan konular arasında hastalıkların üçte ikisinin yeterince tedavi edilememesi ve dünyanın yaklaşık yarısının temel sağlık hizmetlerine erişememesi yer alıyor.

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü OECD’ye göre, Avrupa ülkeleri gayri safi yurtiçi hasıllarının ortalama yüzde 8,5’ini sağlık hizmetlerine harcıyor ve bu harcamaların yüzde 20’si verimsiz olmanın yanında hastaların olumlu sonuçlara ulaşmasına da çok az katkıda bulunabiliyor. Tüm bu veriler bize

geleceğin sağlık hizmetlerini şekillendirirken odaklanacağımız alanlar konusunda rehberlik ediyor. Ülkemiz, 2019 En Sağlıklı Ülkeler Endeksi’nde 51. sırada. Endekste, yaşam beklentisi, çevresel faktörler, tütün ürünü kullanım yaygınlığı ve obeziteyle mücadele gibi kriterler yer alıyor. Gelecekte bu tablonun değişmesi, sağlık konusunda bilinçli nesillerin yetişmesine bağlı. Dolayısıyla bugünden harekete geçmemiz gerekiyor.

Sağlık alanında toplumsal bilincin artırılmasına odaklanmanızın sebebi nedir?

Sağlık, aynı hedef için bir araya gelen insanların ve kurumların başarabileceklerini en iyi görebildiğimiz alanlardan biri. Roche olarak küresel çapta benimsediğimiz bir amacımız var; yarının ihtiyaçları için bugünden çözüm üretmek. Roche Diagnostik Türkiye olarak bu amaç doğrultusunda, sağlık alanında toplumsal bilincin artırılması adına kurumsal becerileri-

Anketten çıkan kritik mesajlar

Proje başında yapılan ihtiyaç anketi ile karşılaştırabilmemiz için bir proje sonuç anketi de gerçekleştirdik. Anket sonuçlarına göre öğrencilerin yüzde 98'inin eğitimler sayesinde sağlık konusunda daha bilinçli olduğu, yüzde 90'ının ise bir hastaneye gittiğinde sahip olduğu sağlık hakkı konusunda bilinçlendiği sonucuna ulaştık.

Final anketini yanıtlayan velilerin çoğunluğu ise eğitimlerin genel olarak kendilerine ve çocuklarına katkı sağladığını, eğitim içeriklerini faydalı bulduklarını belirtti. Velilerin yüzde 85'i, çocuklarını uyuşturucu ve diğer maddelerden koruma konusunda aldıkları eğitimler sayesinde daha bilinçli olduklarını paylaşırken, "Servikal Kanseri ve HPV Farkındalığı" eğitimi en faydalı bulunan eğitimlerden biri oldu.

mizi toplumsal faydaya dönüştürecek farklı çalışmalar ve projeler hayata geçirmek için çalışıyoruz. Roche olarak 125 yıllık deneyimimizle sağlığa giden yolun doğru bilgiyi gelecek nesillere aktarmaktan geçtiğini çok iyi biliyoruz. Bu doğrultuda gençlerimizin sağlık alanında nitelikli bilgilerle bilinçlenmesini sağlamak amacıyla Eğitimle Sağlıklı Gelecek projesini hayata geçirdik.

Proje aşamalarını ve sonuçlarını anlatabilir misiniz?

Gerçek bir toplumsal fayda yaratmanın yolu sorunların çözümündeki kilit paydaşların birlikte çalışmasından geçiyor. Biz de Türk Eğitim Derneği ve çok değerli akademisyenlerle bir araya gelerek yola çıktık.

İlk aşamada projemizin katılımcı kitlesini belirlemeye odaklandık. Ankara, İstanbul, İzmir, Diyarbakır, Malatya ve Kayseri'den devlet okullarının 9, 10 ve 11. sınıflarına devam eden ve TED'in Tam Destek Bursu programından yararlanan öğrenciler ve velilerini proje kapsamına dahil ettik.

Katılımcılarımızın ihtiyaçlarını belirlemek üzere bir ihtiyaç analizi gerçekleştirdik. Sonuçlara göre en çok talep edilen konular olan Temel İnsan Hak-

kı Olarak Sağlık, Psikososyal Gelişim, İlk Yardım Farkındalığı, Sporun Sağlıklı Birey Gelişimindeki Önemi, Hijyen ve Kişisel Bakım ve Sınav Kaygısı ile Başa Çıkma eğitimlerinin de aralarında bulunduğu toplamda 18 eğitim planladık.



Pandemi sürecinin gereklilikleri doğrultusunda eğitimlerimizi çevrimiçi ortama taşıdık ve tüm öğrencilerimizin fırsat eşitliğine sahip olması için gerekli donanım ve materyalleri temin ettik. Kasım 2020'de, 20 değerli öğretmenin katkılarıyla 2020-2021 dönemini kapsayan eğitimlerimiz başladı. Yaklaşık 600 öğrenci ve 180'den fazla veli eğitimlerimize katıldı. Bu uzun soluklu yolculuğun ilk dönemini başarıyla tamamladık.

Özel sektör ve sivil toplum kuruluşu işbirliği alanında önemli bir örnek teşkil ettiğini düşündüğümüz Eğitimle Sağlıklı Gelecek projemize kararlılıkla devam edeceğiz. Projenin yeni döneminde daha fazla akademisyen ile işbirliği yapmayı planlıyoruz. Ayrıca sağlık konusunda bilinçlendirici eğitimlerin yanı sıra son günlerde ülkemizi ve dünyanın farklı bölgelerini etkileyen iklim değişikliği ve toplumsal gönüllülük kavramına da odaklanmayı hedefliyoruz.

■ SELÇUK PEHLİVANOĞLU Türk Eğitim Derneği Başkanı

"PROJE, EĞİTİM İÇİN BÜYÜK ÖNEM TAŞIYOR"

PROJENİN ANLAMI Türkiye'nin eğitim alanındaki ilk ve en aktif sivil toplum kuruluşuyuz. 'Önce eğitim önce gençlik' ilkesiyle yol alıyoruz. Bugüne kadar burslarımızla yaklaşık 50 bin çocuğumuza ulaştık. Neredeyse iki yıla yaklaşacak COVID-19 salgını sürecinde de burslu öğrencilerimizin hep yanında olduk. Tam da bu süreçte bizim gibi düşünen, çocuğa, gençliğe dair hassasiyetleri olan kuruluşlarla işbirliği yapmaktan mutluluk duyuyoruz.

TED AÇISINDAN SONUÇLARI Bu ortak çalışmada da bir kez daha gördük ki, el ele verdiğimizde daha güçlüyüz. Pandemi sürecinde daha disiplinli, daha dayanıklı olmayı seçmek

Türk Eğitim Derneği'ne bağlı öğrencilerimizin, öğretmenlerimizin, çalışma arkadaşlarımızın ve benim tercihim oldu. O nedenle Roche Diagnostik Türkiye'nin günlük yaşama odaklanırken, sağlık başlığı altında temel hakları, psikolojiyi, çevreyi ve doğayı kapsayan projesi bizim için çok kıymetli. Çocuklarımız ve onların yanında ailelerinin temel insan hakkı olan sağlığa yönelik dikkat edilmesi gereken noktaları irdelemesi için de bu proje çok önemliydi. Öyle ki, temel hijyen ve farkındalık eğitimlerinin yanı sıra bizim, öğrencilerimize iletmek istediğimiz psikolojik sağlamlık, madde kullanım riski ve duygusal zekâ gibi ana farkındalıkların uzmanlarca öğrencilere ve ailelere aktarılmasının kritik öneme sahip olduğu kanısındayım. Özellikle çocuklarımızın zor koşullarla nasıl başa çıkabileceğinin, ruh ve

bedenen nasıl dayanıklı olunacağına dair aldıkları eğitimin çok yararlı olacağını düşünüyorum.

AİLELERİN BİLİNÇLENMESİ ÖNEMLİ Eğitim bizim için yaşam boyu süren bir yolculuk. Yalnızca okulda değil, ailede de sağlık bilincinin ve eğitiminin desteklenmesi büyük önem taşıyor. Projemizin amaçlarından biri, bir aileyi bu bilinç etrafında toplayacak farkındalığı yaratmaktır. Bu doğrultuda sonuç anketlerinden elde ettiğimiz veriler bizi çok memnun etti. Eğitimlerin öğrencilerin genel beklenti düzeyini karşılama oranı yüzde 86 olarak tespit edildi. Proje süresince düzenli spor yapan öğrencilerin oranı yüzde 48'den yüzde 55'e

yükselirken; beslenme ve sağlıklı gıdalar konusunda öğrencilerin bilgi düzeyi yüzde 8 oranında artarak yüzde 67'den yüzde 75'e çıktı.

ÖĞRENCİLER MEMNUN

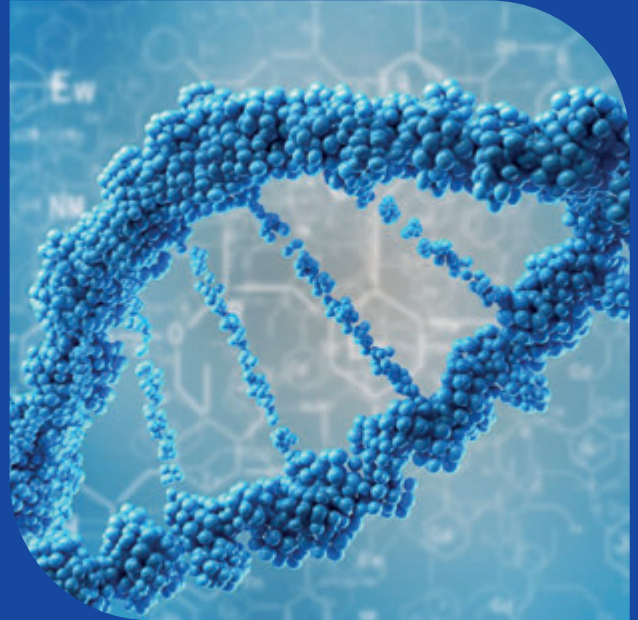
Eğitime katılan öğrenciler sosyal anlamda ve düşünsel olarak gelişme sağladıklarını, sağlık konusunda yeni şeyler öğrendiklerini belirtirken, öğrencilerin yüzde 91'i öğrendikleri bilgileri çevrelerine aktardıklarını ifade etti. Öğrencilerin anket kapsamında verdiği yanıtlar, bilgi düzeylerinin gelişiminde proje eğitimlerinin katkısının yüksek olduğunu ve eğitim konularının öğrencilerin ilgisini çektiğini gösterdi. Anket sonuçları ayrıca, kişisel gelişim eğitimlerinin öğrencilerin projeye olan ilgisini artırdığını ortaya koyarken, öğrencilerin yüzde 93'ünün eğitimlerden öğrendiklerini günlük hayatlarına da uyguladıkları tespit edildi.



Amgen® ve Gensenta ile Köklü Bir Geçmişten, Bilimin Geleceğine...

Amgen® olarak, dünya çapında 100'den fazla ülkede, 20 binin üzerinde çalışanımızla, 1980 yılından beri sürdürdüğümüz biyoteknoloji liderliğimiz doğrultusunda hastalara hizmet etmek için çalışıyoruz. Onkoloji, hematoloji, nefroloji, kemik sağlığı, enflamasyon ve kardiyoloji alanlarında ciddi hastalıklara yönelik keşfettiğimiz, geliştirdiğimiz ve üretimini gerçekleştirdiğimiz yenilikçi ilaçlarımızı hastaların erişimine sunuyoruz.

Aynı çatı altında yer aldığımız Gensenta ile birlikte daha geniş bir coğrafyada daha fazla hastaya yeni ve kapsamlı çözümler ulaştırıyor, küresel ilaç pazarının %70'ine Türkiye üzerinden ihracat yapıyoruz. Türkiye'de toplamda 1.000'den fazla çalışanımızla birlikte yarattığımız güç, bilgi birikimi ve tecrübemizi birleştirerek; ülkemizin yerli üretim, araştırma - geliştirme ve ihracat önceliklerine önemli katkılar sağlıyoruz.



<https://www.amgen.com.tr/>
www.gensenta.com.tr



“SOSYAL ETKİYİ HER ALANA YAYIYORUZ”

CarrefourSA, sektöründe sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluğa önem veren şirketlerden... Bu amaçla üreticilerden iş ortaklarına, bayilerden müşterilerine kadar geniş bir çevrede etki yaratacak projeler yürütüyor. Bir yandan büyürken, bir yandan da “değer” yaratmayı hedefliyor. CarrefourSA CEO’su Kutay Kartallıoğlu, “Oluşan katma değeri yalnızca müşterilerimizle değil, aynı zamanda tedarikçilerimiz ile de paylaşıyoruz. Tedarikçilerimizi çevreye duyarlı ve sürdürülebilir projelerimize dahil ediyor, dokunduğumuz her alanda bu sosyal etkiyi yaymayı hedefliyoruz” diyor.

Sabancı Holding ve Carrefour Grup iştiraki CarrefourSA olarak son bir yılı hemen her şirket gibi pandemi gölgesinde yatırım yapmaya, dijital dönüşüme ve sürdürülebilirliğe odaklanarak geçirdik.

Müşteri deneyimlerimiz çerçevesinde mevcut marketlerimizi yenilemeye ve yeni marketler açmaya devam ediyoruz. Bunun yanı sıra küçük esnafı desteklemek amacıyla Bayilik sistemi başlattık. Sene sonuna kadar süper ve mini format ağırlıklı olarak 100’ü bayi olmak üzere 200’ün üzerinde yeni market açmayı hedefliyoruz.

Dijital dönüşüme uzun yıllardır emek veren bir marka olarak müşterilerimize CarrefourSA Online Market üzerinden hipermarket alışveriş deneyimi sunuyoruz. Hizmet kalitesinin sürdürülebilirliği için e-ticaret organizasyonumuzu yeniledik, yeni birçok özelliği hayata geçirdik. Dijital yatırımlarla birlikte CarrefourSA Online Market üzerinden 50 bin çeşidi aşkın ürünü müşterilerimize ulaştırıyoruz. Pandemiyle birlikte başlattığımız Öncelikli Teslimat, Alo Sipariş ve Markette Hazır hizmetlerimizi sürdürüyoruz. Aylık 7 milyonun üzerinde ziyaretçi trafiğimiz var, mobil uygulama indirilme sayımız aylık 200 bine yakın. Ayda 300 bine yakın sipariş alıp teslimat gerçekleştiriyoruz.

SOSYAL ETKİ YAKLAŞIMIMIZ

CarrefourSA olarak doğru üreticilerle çalışarak müşterilerimize doğru ürünü, doğru bir hizmet ve

fiyat politikasıyla ulaştırıyoruz. Bunun için de yerli üretimi destekliyor, bu ürünlere Carrefour öz markamızla reyonlarımızda yer veriyoruz. Bugün için 500’den fazla Carrefour öz markalı ürünü müşterilerimizle buluşturuyoruz.

Tarım, hayvancılık ve balıkçılıkla yerli üreticilerle çalışıyor, müşterilerimizin doğru ürüne ulaşmasına imkan tanıyoruz. Küçük esnafa destek olmak amacıyla bayilik sistemi başlattık, böylelikle hem ekonomiye hem de istihdama katkıda bulunuyoruz. Tüm bu adımlarla hem finansal hem de istihdam açısından bir eko sistemin oluşmasını sağlıyoruz.

ETKİYİ NASIL ÖLÇÜYORUZ?

CarrefourSA olarak 5,7 milyon adet kartlı müşteriye sahibiz, alışverişlerimizin yüzde 70’i kartlı müşterilerimizden geliyor. Tüm müşterilerimiz geniş bir yelpazede doğru ürün çeşidi, doğru fiyat ve rahat bir alışveriş ortamının yanı sıra doğru bir hizmet aldığı deneyim yaşamak ister. Bu alışveriş deneyiminin sonrasında ise kendisinin seçimi olan iletişim kanalı ile fikir ve önerilerini rahatlıkla paylaşıp karşılık bulduğu iletişim akışı ile beklentileri tamamlanabilir. Tam da bu noktada CarrefourSA olarak müşterilerimizle özel bir iletişime sahibiz.

Doğru ürünü doğru hizmet ve fiyat politikasıyla müşterilerimize ulaştırabilmek amacıyla müşteri



deneyimini NPS, CSAT ve CES metodlarının yanı sıra, operasyonel temel performans göstergeleri (KPI) ile ölçümlüyoruz. NPS Deneyim notumuz son 1 yılda yüzde 22 seviyesinde gelişim gösterirken, müşterilerimizin destek birimlerimize temas etme oranı yüzde 54 azaldı. Bu metrik de alışveriş esnasında daha pürüzsüz deneyime, istenilen bilgi ve desteği alışveriş kanalının kendisinde, alışveriş anında bulunabildiğine işaret ediyor.

HEDEF “SIFIR” ATIK

Tüm marketlerimiz için “Temel Seviye Sıfır Atık Belgesi” başvurusu yaptık ve ilk etapta 90 marketimize sıfır atık belgesi aldık. Hedefimiz tüm marketlerimize bu belgeden almak. Marketlerimizde atık değeri taşıyan kâğıt, metal, plastik, bitkisel yağ, pil vb. ürünleri ayrıştırarak toplayıp lisanslı geri dönüşüm firmalarına iletiyoruz. Geçen sene yaklaşık 14 ton atık yağ gönüllü olarak toplayıp biodizele dönüştürülmesini sağladık.

Taze sebze-meyve reyonlarında geri dönüştürülmüş kâğıtlardan üretilen, meyve ve sebze ile temasa uygun, doğa dostu ve yerli üretim viyol tabaklar kullanarak 7,6 ton plastiğin atık olmasını engelledik. “Kendi Kabınla Alışveriş” uygulaması başlattık, böylelikle belirlediğimiz marketlerde müşterilerimize kasap, balık, pasta, ekmek, şarküteri, bakliyat ve



kuruyemiş reyonlarında kendi kaplarıyla alışveriş imkânı sunuyoruz.

Geçen sene ilk kez Carbon Disclosure Project (CDP) bünyesinde iklim değişikliği ve su konularında raporlama yaparak bu konudaki farkındalığını ve taahhütlerini ispatladık. Tedarik zincirimizde tek kullanımlık karton koli kullanımını azaltarak yeniden kullanılabilir plastik kasalara yöneldik, bu sayede operasyonel süreçteki gıda kayıplarını azalttık, karton atık miktarımızı ve karbon ayak izimizi düşürdük. Tüm bu çalışmalarla

geçen sene 1046 ton sera gazı salımını, 534 ton atık oluşumunu ve 19 bin metreküp su tüketimini engellemiş olduk.

DOĞRUSU İÇİN PLANLAR

CarrefourSA olarak uzun yıllardır emek verdiğimiz projelerimizi yeni dönemde geliştirerek devam ettireceğiz. Market yatırımlarına devam edeceğiz. Bu konuda müşterilerimizin doğru ürün ve doğru hizmete erişebilmeleri adına belirlediğimiz konumlarda yeni marketlerimizin açılışını gerçekleştireceğiz.

Dijital dönüşümü sürdüreceğiz. Bu süreçte Ar-Ge faaliyetlerimize devam ederek Temassız Ödeme sistemlerini geliştirip müşterilerimizi Self Shopping vb. uygulamalarla buluşturacağız.

Esnafımızı desteklemek adına Bayilik sistemini sürdüreceğiz, döngüsel ekonomiye katma değer sağlamak amacıyla yerli üreticilerimizin ürünlerini reyonlarımıza getireceğiz. Oluşan katma değeri yalnızca müşterilerimizle değil, aynı zamanda tedarikçilerimiz ile de paylaşıyoruz. Tedarikçilerimizi çevreye duyarlı ve sürdürülebilir projelerimize dahil ederek bu bilinci paylaşmaya, dokunduğumuz her alanda bu sosyal etkiyi yaymaya devam edeceğiz.

Sorumlu şirket politikası

Temel İhtiyaç Derneği (TİDER) ile 8 yıldır süren iş birliğimiz çerçevesinde Destek Market'e 550 ton ürün tedarik ettik, 22 bin ihtiyaç sahibi kişiye ulaştık. HayKonFed iş birliğiyle devam eden “Dost Hareketi” projesi çerçevesinde de marketlerimizdeki yenilebilir tüketim fazlası ürünleri, HayKonFed gönüllüleri aracılığıyla sokak hayvanları ile paylaşmayı sürdürüyoruz. Eğitime verdiğimiz desteği UNICEF, TOG, Darüşşafaka kurumları ile yönettiğimiz projeler kapsamında her geçen sene artırarak çocuklarımızın geleceği için doğrusunu yapmaya çalışıyoruz.

“O KARBONLU ŞİRKET OLACAĞIZ”

İlaç sektöründe 109 yıldır faaliyet gösteren Abdi İbrahim, Türkiye'nin yanı sıra Cezayir, Kazakistan ve İsviçre'deki üretim tesisleriyle büyürken, 'sürdürülebilirlik', 'kurumsal sosyal sorumluluk', 'karbon nötr şirket' kavramlarını sıkı bir şekilde sahipleniyor. Şirketin Kamu İlişkileri ve Kurumsal İletişim Direktörü Dr. M. Oğuzcan Bülbül, sürdürülebilirlik konusunda sektörün en iyisi ve akla gelen ilk şirket olduklarını söylüyor.

Pandeminin ülkemizi de etkilemesiyle birlikte COVID-19'un tedavi protokolünde birincil tedavi olarak yer alan ilacın hammaddesini Hindistan ve Çin'den olağanüstü koşullarda temin ederek ilacın üretimini gerçekleştirdik ve Sağlık Bakanlığımıza, fabrikalarımızın bulunduğu Cezayir ve Kazakistan'a başladık. Peşi sıra, sektörümüzün oyuncularından TOBIO Novelfarma'nın geliştirdiği, COVID-19 tedavi protokolüne giren Favipiravir etken maddeli ilacın teknoloji transferini 1 hafta gibi bir sürede tamamlayarak hızla ürettik, üretmeye devam ediyoruz.

Dönemin getirdiği zorlu koşullara rağmen, uluslararası oyuncu kimliğimizi kuvvetlendirecek fırsatları değerlendirerek bir ilki gerçekleştirdik. İsviçre'nin önde gelen biyoteknolojik ilaç şirketlerinden OM Pharma'yı İsviçreli bir ortak girişim grubu ile satın aldık. Böylece Batılı bir ilaç şirketine stratejik ortak olan ilk Türk ilaç şirketi unvanını elde ettik.

COVID-19 pandemisiyle beraber, en çok ihtiyaç duyulan konulardan biri güncel medikal bilgilerdi. Bu noktada harekete geçen Abdi İbrahim Medikal Direktörlük, Nisan 2020'de Viral Gündem projesini hazırladı. Güncel ve kanıta dayalı medikal bilgilere yer verilen Viral Gündem bülteni yüksek okunma



oranlarına ulaştı.

Pandemi döneminde çok daha fazla önem kazanan dijitalleşme, iç iletişim gibi alanlarda da çeşitli projeler hayata geçirdik. Uzaktan sağlık teknolojilerinin önemine dikkat çekerek tele tıp sistemini kullandık ve hasta ile hekim arasındaki sürekliliği koruduk. Çalışanlarımızın iyi olma hallerini destekleyecek iç iletişim projeleri gerçekleştirdik. Bu çalışmalarımızdan biri "Evine Sağlık" uygulaması oldu. Evine Sağlık uygulamasını kullanarak pandemi döneminde 109 canlı yayın yaptık. Canlı yayınlarda çalışma arkadaşlarımız ile kişisel gelişimden mutfakta

beraber zaman geçirmeye kadar farklı konularda bir araya geldik.

ENDÜSTRİDEKİ İLK ETKİ RAPORUNU AÇIKLIYORUZ

Sosyo-ekonomik etki konusunda henüz çok yeni bir analiz yaptık. Çalışmalarını uluslararası araştırma şirketi Deloitte ile birlikte yürüttüğümüz "Abdi İbrahim'in Türkiye'deki Sosyo-Ekonomik Etkisi" başlıklı rapor şirketimizin yarattığı etkiyi birçok alanda ortaya çıkardı. Bu detaylı çalışma şirketimizin Vizyon 2025 hedeflerini gerçekleştirme yolunda çok daha sağlam adımlarla ilerleyebilmemiz adına büyük önem taşıyor.

“CDP’den A notu almak istiyoruz”

Önümüzdeki dönemde en büyük hedefler arasında, 2030 yılında karbon ayak izimizi sıfıra indirmek yer alıyor. Dünyanın en güçlü yeşil sivil toplum kuruluşu olarak tanınan, iklim değişikliğiyle mücadele ve doğal kaynakların korunması alanlarında faaliyet gösteren Karbon Saydamlık Projesi’nde (Carbon Disclosure Project-CDP), Biyoteknoloji & İlaç sektöründe küresel ortalamanın üzerinde bir performansla B- listesine girmeye hak kazandık. CDP’den A notu olan şirketler listesinde yer almak, Science Based Target Initiative platformuna hedef belirleyen ilk Türk ilaç şirketi olmak ve önümüzdeki yıllarda şirketimize “B Corp Sertifikası” kazandırmak diğer önemli hedeflerimiz. Bu platformlarda şirketimizi temsil etmeyi önemli bir sorumluluğumuz olarak görüyoruz. Organizasyonel Yaşam Döngüsü Analizi (O-LCA) çalışmamız kapsamında çıktılar değerlendiriyor ve iyileştirme yapabileceğimiz alanları belirliyoruz. Çevresel faaliyetlerimizin yanında toplumsal tarafa da yoğunlaşacağız. Abdi İbrahim Vakfı; spor, eğitim, sağlık ve bakım hizmetleri alanlarında faaliyet gösterecek. Toplumsal Yatırım Programlarımız “Sağlık ve Spor”, “Sağlıkta Sosyal İnovasyon”, “Gençlerde Bilim Farkındalığı Yaratma ve Eğitim” ile “Toplumsal İhtiyaçlar İçin Gönüllülük Projeleri” olmak üzere dört ana konuya odaklanacak.

51

Deloitte’un 2025 yılına kadar küresel sağlık ve bilim alanındaki gelişmeler öngörüsüyle temellendirdiği bu çalışma, Abdi İbrahim’in gelecek hedeflerinin altını çizen veriler içeriyor. İlaç endüstrisinde yapılan ilk sosyo-ekonomik etki raporunun detaylarını çok yakında açıklamayı planlıyoruz.

2 yılda bir kurumsal algı ve itibar araştırması gerçekleştiriyoruz. Bu şekilde yıl bazlı olarak bulunduğumuz konumu net bir şekilde görebiliyor ve yol haritamızı bu çıktılara göre şekillendiriyoruz.

Ayrıca yine çok yakın bir zamanda sürdürülebilirlik alanında bir araştırma yaptık. 5 paydaş grubunu içeren 2 bin 500 örneklemlili araştırmada sürdürülebilirlik stratejimize ve gelecek adımlarımıza yön verecek çok önemli veriler elde ettik. Araştırmamızın sonuçlarına göre Abdi İbrahim olarak sağlık çalışanları gözünde sürdürülebilirlik konusunda en iyi ilaç şirketi ve akıllara ilk gelen şirket olmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. 109 yıldır devam eden ve giderek büyüyen yolculuğumuzda her alanda sürdürülebilirliği ön planda tutarak geleceği iyileştirmeye devam edeceğiz.

SOSYAL SORUMLULUK ÇALIŞMALARIMIZ

Abdi İbrahim olarak toplumsal fayda sağlamayı amaçlayan uzun vadeli ve sonuç odaklı çalışmalarını, asli görevlerimizin ayrılmaz bir parçası olarak kabul ediyoruz. Gerçekleştirdiğimiz kurumsal itibar ve algı araştırmaları ve analizler doğrultusunda 2021 yılında yeni bir toplumsal yatırım programını hayata

geçirdik. Şirketimizin sürdürülebilirlik stratejisinin en önemli parçalarından biri olan ve uzun vadeli bir bakış açısı ile gerçekleştireceğimiz bu program çerçevesinde; “Sağlık ve Spor”, “Sosyal İnovasyon”, “Gençlerde Bilim Farkındalığı Yaratma” ve “Toplumsal İhtiyaçlar İçin Gönüllülük Projeleri” olmak üzere dört ana başlığa odaklanıyoruz. Sağlık ve spor alanında hızlı bir adım atarak milli yüzücümüz Emre Sakcı’nın ana sponsoru olduk. Sosyal inovasyon tarafında ise “Sağlıkta Sosyal İnovasyon: Geleceği Birlikte İyileştiriyoruz” programımızı hayata geçirdik ve İyileştiren Fikirler adında bir yarışma düzenledik. İleri ve erken aşama girişimlerin yer aldığı toplam 80

başvuru aldık. Şu anda programımızda başvuruların değerlendirilmesi aşamasındayız. Sonrasında kuluçka aşaması ve çeşitli eğitimlerle sürecimiz devam edecek, finalistlerin açıklanmasıyla da sona erecek. Gönüllülük tarafında ise; kurum içi lansmanımızı yaptık. Gönüllülük eğitimlerine başlıyoruz. Eğitimler sonrası ise gönüllülük ekiplerinin oluşmasıyla toplumsal ihtiyaçları karşılayacak projeler ortaya koyacağız.

Tüm bunların yanında ülkemizin geleceği olan gençlerimizin bilim, spor ve eğitime olan ilgisini artırmak, çağdaş ve evrensel değerler ile Cumhuriyet’in temel ilkelerine sahip, donanımlı ve nitelikli bireyler olarak yetişmesine destek vermek amacıyla 2021 yılında Abdi İbrahim Vakfı’nı kurduğumuzu da paylaşmak isterim.

Sosyal sorumluluk alanında yine önem verdiğimiz projelerimizden olan “İyileştirme Sanatının Tarihi” adlı sergimiz tamamlanmak üzere. Eczacılık ve tıp tarihinin yanı sıra Abdi İbrahim’in de iyileştirme



ABDİİBRAHİM

4 başlıkta 'sosyal etki' stratejisi

Abdi İbrahim olarak “bizim işimiz sadece ilaç üretmek değil, bizim işimiz iyileştirmek” diyoruz. Biz toplumumuzu, geleceği, dünyayı iyileştirecek adımlar atan bir şirketiz. Henüz çok yeni bir sosyal etki analizi gerçekleştirdik. Burada çıkan veriler Abdi İbrahim’in her alandaki etkisini gözler önüne seriyor. Çok yakında kamuoyu ile paylaşacağız fakat kısaca bilgi vermem gerekirse sosyal etkimizi 4 başlık altında özetlemek mümkün: Ekonomik kalkınma, bütünsel sağlık, inovasyon ve yerel bağlılık yani toplum ve çevre ile ilgili etkiler. Bu başlıklar altında Abdi İbrahim’in yarattığı ekonomik katma değer, oluşturduğu istihdam, ülkemize çektiği doğrudan yabancı yatırım miktarı, lansmanını yaptığı ilaçlarla ihtiyaç sahiplerinin kritik tedavi alternatiflerine erişimi, hayata geçirdiği toplumsal yatırım programları ve farkındalık çalışmaları, biyoteknoloji alanına kazandırdıkları gibi pek çok alt bilgi yer alıyor.

Sosyal etki stratejimiz kapsamında hedeflerimizi özetle; yatırımlarla güçlenerek Türkiye sanayisine üretimde değer katan çok daha güçlü bir şirket olmak, kişiselleştirilmiş tedaviler ve dijital sistemlerle desteklenen bakım hizmetleriyle halkımızın sağlıklı yaşam süresini ve kalitesini artırmak, inovasyon ve biyoteknolojide uzmanlaşarak dijital dönüşüm lideri olmak, sanayideki paydaşlar, STK’lar, kamu otoriteleri ve halk arasında köprü kurarak sağlık alanında eşitlik sağlayan elçi konumuna gelmek ve 2030 yılına kadar karbon nötr bir şirket olmak şeklinde sıralayabilirim.

yolculuğunun hikayesini gelecek nesillere aktarmayı amaçladığımız sergimizde tarihi eczanelerden üretim malzemeleri, eski ecza şişeleri ve fotoğraflar gibi sektörümüzün tarihine ışık tutan yaklaşık 20 bin parça obje, malzeme ve eseri Abdi İbrahim Teknolojistik Merkezi’nde sergileyeceğiz.

İŞ SÜREÇLERİNİ İYİLEŞTİRİYORUZ

Sürdürülebilirliği değer zincirimizin her halkasına entegre etmeye odaklanıyor; tüm aksiyonlarımızı, ESG (Environmental, Social, Governance / Çevresel, Sosyal ve Yönetmel) bakış açısıyla şekillendiriyoruz. Bu sayede, şirketimizin performansını sadece pozitif finansal sonuçlarla değil, bunun yanında toplum ve çevre için yarattığımız pozitif etkileri de dikkate alarak ölçme şansına sahip oluyoruz.

Günümüzün en büyük küresel risklerinden biri olan iklim değişikliği nedeniyle; doğal afetlerde artış, aşırı hava olaylarının sayı ve sıklığının artması, buzulların erimesi, su kıtlığı, gıda kaynaklarının zarar görmesi, bulaşıcı hastalıklar gibi sonuçlarla karşı karşıyayız. İşte bu nedenle tüm dünyada başlayan “yeşil dönüşüm” geleceğimiz için önemli bir adımdır. Dünyanın ve insanlığın geleceği için sorumluluk üstlenen Abdi İbrahim olarak, sürdürülebilirlik adımlarımız ve çalışmalarımızla bu dönüşümün bir parçası olmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Avrupa Yeşil Mutabakatı (The European Green Deal) ve BM’nin 17 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları’nı (SKA) dikkate almanın yanında gerçekleştirdiğimiz

önceliklendirme analizi ve Organizasyonel Yaşam Döngüsü Analizi (O-LCA) gibi pek çok sürdürülebilirlik çalışması ışığında daha iyi bir gelecek için tüm iş süreçlerimizde iyileştirmeler yapmaya devam ediyoruz. Bu kapsamda şirketimizin karbon ayak izini azaltacak döngüsel ekonomi projelerinin yanı sıra prospektüsusüz ilaç, daha az malzeme ve özellikle daha az plastik kullanmak için ilaç kutu ve blister optimizasyon süreci, biyobozunur veya 3D printer ile kişiselleştirilmiş vitamin ve ilaç üretimi gibi birçok projeyi gerçekleştirmek üzere üniversite-sanayi iş birlikleri yapıyoruz.

Su verimliliği konusundaki farkındalığımız çerçevesinde, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi girişimi olan CEO Water Mandate’nin imzacıları arasında yer alan ilk Türk ilaç şirketi olmaktan gururluyuz. Sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarımıza bir yenisini daha ekleyerek, Bilim Temelli Hedefler Girişimi’nin (Science Based Targets initiative-SBTi) Türk ilaç sektöründeki ilk imzacısı olduk.

2019 yılında üye olduğumuz Karbon Saydamlık Projesi’ne (CDP), İklim Değişikliği ve Su Güvenliği Programları kapsamında ilk raporlamamızı 2020 yılında yaptık ve küresel seviyede genel ortalamanın üzerinde yer alarak B- listesine girmeye hak kazandık. Bu oluşumların yanı sıra 2020 yılında İş Dünyası Plastik Girişimi’ni (İPG) imzaladık; Türkiye Döngüsel Ekonomi Platformu’na ve Türkiye Materials Marketplace (TMM) girişimine üye olduk. ■

Allianz 



Allianz Motto Hareket Tüm Çocuklarla Buluşuyor

Çocukların hareketle ve sporla sağlıklı büyümelerine katkı sağlamayı hedefleyen sosyal sorumluluk programımız Allianz Motto Hareket, Allianz Türkiye YouTube kanalındaki eğitim videolarıyla tüm çocuklarla buluşmaya hazır.

Allianz seninle, iyiliğin yanında.

    [youtube.com/AllianzTurkiye](https://www.youtube.com/AllianzTurkiye)

Allianz'ım Mobil Uygulama



“İYİ ŞİRKET BİLİNCİYLE HAREKET EDİYORUZ”

54

Dünyanın önde gelen bağımsız biyoteknoloji şirketlerinden Amgen’de temel amaç, “Hastaların tedaviye erişimi, uyumu ve devamlılığının azami derecede sağlanması”. Sürdürülebilirlik ve çeşitliliğin ana gündem olduğu kurumun liderleri, “Her geçen gün, içinde bulunduğumuz topluma sağladığımız katkıyı büyütüyoruz” diyor.

Amgen olarak karşılanmamış tıbbi ihtiyacın yüksek olduğu alanlara odaklanan bir şirketiz. Sağlık kriterlerinde iyileşme sağlayan ve insanların yaşamını gözle görülür şekilde iyileştiren çözümler üretmek için sahip olduğumuz uzmanlığımızdan yararlanıyoruz. 1980 yılından bu yana biyoteknoloji alanının öncüleri arasında yer alıyoruz ve bugün dünyanın önde gelen bağımsız biyoteknoloji şirketlerinden biriyiz. Dünyanın her yerinde milyonlarca hastaya ulaşıyor ve çığır açma potansiyeli taşıyan ilaçlardan oluşan bir araştırma portföyü üzerinde çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

En zor hastalıklarla savaşmak ve hastalara daha iyi hizmet vermek için, biyolojinin potansiyelini ortaya çıkarma amacıyla çalışıyoruz. En yaygın şekilde kullanılan, yüksek kaliteli biyolojik ilaçlardan bazılarını biz geliştirdik ve portföyümüz; onkoloji ve hematoloji, kalp ve damar hastalıkları, nefroloji, enflamasyon, kemik sağlığı ve nöroloji dahil olmak üzere altı

tedavi alanında bir düzineden fazla ilaçtan oluşuyor. Amgen, 2010 yılında Türkiye pazarına girdikten iki yıl sonra, Türkiye’nin ilk biyobenzer üreticilerinden 96 yıllık köklü

bir geçmişi olan; yenilenen kimliği ile Gensenta’yı, 700 milyon dolar karşılığında bünyesine katmasıyla, son 5 yılda tüm sektörler arasında Türkiye’ye doğrudan yatırım yapan ilk 10 küresel firmadan biri oldu.

Gensenta’nın 300 ruhsatlı ürünü bulunuyor.

Amgen olarak Türkiye’yi önemli bir üretim ve ihracat üssü olarak konumluyoruz. Ülkemizdeki ihtiyaç sahibi hastaların en etkin şekilde bu tedavilerden faydalanabilmesine odaklanıyoruz. Ekibimiz, kaliteye bağlılığımız ve insan biyolojisi alanındaki derin bilgi birikimimiz; en güçlü kaslarımız. Bu alanlardaki yatırımlarımızı artırarak sürdürmeyi

hedefliyoruz. Finans yatırımlarımızın yanı sıra bilimsel iş birliği projelerine de öncülük ediyoruz. Sağlık Bakanlığı ile ortak projelere imza attığımız yatırım çalışmalarımızla ise



**Burak Demir /
Amgen Türkiye
ve Gensenta,
Uyum ve Veri
Gizliliği Lideri**

üniversite ilişkilerimizi güçlendirmeye önem veriyoruz. Kaliteyi sürekli artırma anlayışımız çerçevesinde şirketimizdeki sistem ve süreçleri yeniden gözden geçirip daha verimli olacak şekilde düzenliyoruz. Çalışan memnuniyeti ve bağlılığında da “sınıfının en iyisi” bir şirket olmak hedeflerimiz arasında. Onkoloji portföyümüzü geliştirecek çalışmalar ve yeni ürünler pazara sunma amacıyla çalışmalarımıza devam ediyoruz. Aynı zamanda, geliştirdiğimiz kurumsal vatandaşlık projelerimiz ile hem çalışanlarımızda fayda yaratma bilinci uyandırıyoruz hem de içinde bulunduğumuz topluma sağladığımız katkıyı büyütüyoruz.

ETKİDE TEMEL AMACIMIZ

Kurumsal vatandaşlık, Amgen Türkiye ve Gensenta olarak sahip olduğumuz sorumluluk hissini ayrılmaz bir parçası ve geleneğimiz. Hem çalışma arkadaşlarımız hem de iş arkadaşlarımız ile beraber; Türkiye genelindeki sürdürülebilir çevre, toplum, iş etiği, ilaca erişim, çeşitlilik ve bağlılık alanlarındaki çalışmaları ve projeleri desteklemekten gurur duyuyoruz. Temel amacımız; hastaların tedaviye erişimi, uyumu ve devamlılığının azami derecede sağlanması. Farklı pek çok alana katkı sağlamayı sürdürürken, özellikle de ilaca erişimde karşılaşılan zorlukları minimize etmek için çalışıyor, hastaların doğru tedaviyi aldıkları konusunda güvenli hissetmelerini hedefliyoruz.

YARATTIĞIMIZ ETKİNİN BOYUTU

Amgen, faaliyet gösterdiği tüm ülkelerdeki çalışanlarına nabız ölçen düzenli anketler yapıyor. Bu anketler Kurumsal Vatandaşlık, Şirket Değerleri, İş Etiği, Çevresel, Sosyal ve Kurumsal Yönetişim ve benzeri birçok konuda çalışanların kurum kültürü algısını ölçüyor. Kurumsal vatan-

daşlık çalışmalarımızın da bir parçası olan İş Etiği başlığı altında, kurumun ne kadar kuvvetli bir etik kültüre sahip olduğuna dair ülke sonuçları, global şirket ortalamasına ve sektör ortalamasına göre düzenli olarak ölçülüp izlenebiliyor. Örneğin, son anketlerde Türkiye'nin hasta merkezlik, etik yönlendirme, çevre, sağlık ve kurumsal yönetişim alanlarındaki puanları sektör ve global ortalamaların üzerinde ve artan eğilimde.

SOSYAL SORUMLULUK STRATEJİMİZ

Kurumsal vatandaşlık “toplum” projelerimizi, çalışanlarımızdan oluşan “Gönlü Sorumlular” ekibimiz ile birlikte yürütmeye özen gösteriyoruz. Amgen Vakfı ile bilim eğitim programları, toplumsal cinsiyet eşitliği, hastalık ve engellilik farkındalığı, hayvanları ve çevreyi koruma, yardımlaşma ve afet alanlarında geliştirdiğimiz tüm projelerde ekibimiz ile, toplumda fayda ve farkındalık yaratıyoruz. Yeni nesil biyo-üretim odağıyla bir yandan hastaların hayatına değer katacak ilaçlar geliştirirken diğer yandan Amgen Vakfı ile gelecek nesilde bilim tutkusu yaratma yolunda yenilikçi projelere imza atıyoruz. Yeni

nesil yenilikçilere ilham vermek için fen eğitimindeki mükemmelliği iletmemeyi amaçlayan Amgen Vakfı'nın, 30 yıl önce başlattığı Amgen Biyoteknoloji Deneyimi (Amgen Biotech Experience-ABE) programı bu yolda hayata geçirdiğimiz projelerden biri. Yaklaşık 850 bin öğrenciye ulaşılan program ile her yıl yaklaşık 90 bin öğrenci ve 1.500 öğretmene ulaşıyor.



**Dr. Bilgen Dölek /
Amgen Türkiye ve
Gensenta, Pazar Erişim,
Sağlık Politikaları
ve Kurumsal İlişkiler
Direktörü**

Avustralya, Kanada, Fransa, Almanya, Hong Kong, İrlanda, İtalya, Japonya, Hollanda, Singapur, Türkiye, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri'nde sürdürülen program kapsamında biyoteknoloji müfredatı, mesleki gelişim olanakları ve ihtiyaç duyulan tüm materyaller ücretsiz olarak sağlanıyor. Öte yandan online bilim eğitimi platformu LabXchange ile geleceğin bilim insanlarına bilimsel süreci doğrudan keşfetme fırsatı sunuyoruz. Eşitliğe, çeşitliliğe ve kapsayıcılığa verdığımız önem doğrultusunda yürüttüğümüz Amgen WE2 (Women Empowered to be Exceptional - Amgen Sıradışı Kadınlar Liderlik Programı) projesi ile kadın profesyonellerin önündeki liderlik engellerinin kaldırılmasını amaçlıyoruz. Türkiye'de de devam eden program kapsamında Amgen'in geleceğini şekillendiren güçlü kadın liderlerimizin beceri ve yetkinliklerini güçlendirmeyi amaçlıyoruz. Bu projelerimiz dışında, gönüllü mentorluk ve hastalık farkındalığına yönelik geliştirdiğimiz diğer çalışmalarımız da mevcut.

YENİ BAŞARI KRİTERİMİZ

Sürdürülebilirlik çalışmalarımızı "Çevre Sürdürülebilir", "Toplum Sürdürülebilir", "Bağlılık Sürdürülebilir", "İş Etiği Sürdürülebilir", "İlaça Erişim Sürdürülebilir" başlıkları altında yürütüyoruz. İçinde yaşadığımız dünyayı, ekosistemi ve sağlığı

1 milyon

Amgen Vakfı çatısı altındaki projelerden Amgen Biyoteknoloji Deneyimi ile 2023 yılına kadar dünya çapında 1 milyondan fazla öğrenciyi; Türkiye'de ise bu yıl en az 50 öğretmeni ve dolaylı olarak 500'den fazla öğrenciyi bilimle buluşturmayı hedefliyoruz.

× × ×

%40 ve %75

Gelecek nesillere yaşanılabilir bir dünya bırakmak için tüm operasyonlarımızı karbon nötr hale getirme gayesiyle yola çıktık. 2027 yılına kadar, su kullanımımızı yüzde 40; atıklarımızı ise yüzde 75 azaltmak üzere çalışıyoruz.

korumak bizim için çok öncelikli başarı kriterlerinden. Şirketimizde çalışanların memnuniyeti çok kritik bir faktör ve başarıya direkt büyük bir etkisi var. Çalışan memnuniyeti ve bağlılığı araştırmaları ile genel olarak çalışanlarımızın şirkette çalışmaya ilişkin memnuniyet düzeylerini, şirkete ve birlikte çalıştıkları kişilere olan bağlılıklarını ölçmeyi ve sonuçta çalışanların memnuniyet ve bağlılıklarını artıracak aksiyonların planlanmasını amaçlıyoruz. Kurumsal vatandaşlık bizim için çok değerli ve hem topluma hem de çevreye yarattığımız faydaları artırmak üzere sadece bu alanda özel proje gruplarımız çalışıyor.

Amgen Vakfı çatısı altında bilim eğitimi yatırımlarımız ile fen bilimi sevgisinin tüm dünyada ve ülkemizde daha çok öğretmen ve öğrenciyeye ulaştırılması için çalışıyoruz. Amgen'de birbirimizin yeteneklerinden ve geçmişlerinden yararlandığı kapsayıcı, yüksek performanslı bir kültürü teşvik etmeye kararlıyız.

Kadın liderliğinde yürütülen kuruluşlarla ortaklık yapıyor; kadın istihdamına katkıda bulunacak politikalarla kadınların iş gücüne katılımını her zaman teşvik ediyoruz. Kadınların her alanda yarattığı katma değeri artırmaya önem veriyoruz. Yönetim ekibimizin yüzde 60'ı kadın liderlerimizden oluşuyor. Yeni nesil girişimcilerle birlikte çalışmaya da özen gösteriyoruz. ■

Gelecek hedeflerimiz

Çalışma arkadaşlarımız ve iş paydaşlarımızla beraber yürüttüğümüz "iyi şirket" olma bilinciyle gelen sorumluluk hissini tüm topluma ve çevreye yaymak istiyoruz. Amgen olarak, gelecek nesillere yaşanılabilir bir dünya bırakmak için tüm operasyonlarımızı karbon nötr hale getirme gayesiyle yola çıktık. 2027 yılına kadar, su kullanımımızı yüzde 40; atıklarımızı ise yüzde 75 azaltmak üzere çalışıyoruz. Buna ek olarak, Amgen Vakfı çatısı altında yürüttüğümüz projelerden Amgen Biyoteknoloji Deneyimi (Amgen Biotech Experience-ABE) ile 2023 yılına kadar dünya çapında 1 milyondan fazla öğrenciyi; Türkiye'de ise bu yıl en az 50 öğretmeni ve dolaylı olarak 500'den fazla öğrenciyi bilimle buluşturmayı hedefliyoruz. LabXchange ile daha fazla öğrenciyeye, keşfetmenin ne kadar keyifli olduğunu deneyimleme olanağı sunmakta kararlıyız. Türkiye'de de devam eden Amgen Sıradışı Kadınlar Liderlik Programı kapsamında Amgen'in geleceğini şekillendiren güçlü kadın lider sayısını artırmayı planlıyoruz.



fuzul

EV DE ALDIRIR. OTO DA.



444 63 13

fuzulev.com



“TSKB, POZİTİF ÇEVRESEL VE SOSYAL ETKİ YARATMAYI SÜRDÜRÜYOR”

58

İklim, çevre ve kadın dostu bankacılık vizyonu doğrultusunda, pozitif çevresel ve sosyal etki yaratan projeleri desteklemeyi sürdüren TSKB, sosyal sorumluluk faaliyetleriyle de fark yaratıyor. İklim değişikliğiyle mücadele ile kadının ekonomik ve sosyal açıdan güçlendirilmesiyle ilgili somut adımlar atan banka, ülke ekonomisine sağladığı finansal faydanın yanı sıra sosyal katkılarıyla da adından söz ettiriyor.

Türkiye'nin 71 yıllık kalkınma ve yatırım bankası olarak son 30 yıldır sürdürülebilirlik alanındaki kararlı strateji-mizle ayrışıyoruz. 2000'li yılların başından bu yana tüm bankacılık faaliyetlerimizi global kabul görmüş sürdürülebilirlik prensiplerine göre yürütüyoruz. İçinden geçmekte olduğumuz pandemi dönemi bizlere iklim, çevre ve sosyal kalkınma odağımızla ne kadar doğru bir yönde ilerlediğimizi bir kez daha gösterdi.

2020 yılında başta yenilenebilir enerji ile kadın istihdamı projeleri olmak üzere çeşitli sektörler sağladığımız yeni finansman tutarı 1.3 milyar doları aşarken, BM Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'nı (SKA) merkeze alarak, pozitif çevresel ve sosyal etki yaratan projeleri finanse etmeyi sürdürdük. Bu sayede, haziran sonu itibarıyla SKA bağlantılı kredilerin portföyümüzdeki oranı yüzde 90 seviyesinde gerçekleşti. Öncelikli hedefimiz arasında, önümüzdeki 5 yılda bu oranı en az bu seviyede tutmak ve yeni kullanılabilecek kredilerin SKA odaklı olmasını sağlamak bulunuyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR FİNANS

Geçen yıl geliştirdiğimiz SKA Kredi Modeli ile firmaların sosyal, ekonomik, çevresel konularda öz değerlendirmesini yapıyor, aksiyon planları geliştiriyoruz. Yaratılan olumlu etkiye bağlı olarak finansman maliyetlerinde iyileştirme olanağı getiren bu model sayesinde pek çok müşterimize sürdürülebilirlik alanında dönüşüm fırsatı yaratıyoruz.

2020 yılı Mayıs ayında Çevresel, Sosyal ve Yönetişim (ESG) risk rating skorumuzla global ölçekte en iyi bankalar arasında yer aldık, Türkiye'de ise en iyi notu alan banka olduk. Sonrasında ESG rating notumuza endeksli kulüp kredi anlaşmamız ile sürdürülebilirlik alanında öncü uluslararası bankalardan kaynak sağlayan ilk Türk bankası olmanın gururunu yaşadık.

2021 yılına Sürdürülebilir Eurobond ihracımızla başladık. Sürdürülebilirlik temasıyla gerçekleştirdiğimiz üçüncü tahvildi ve yeşil yatırım fonlarının yoğun ilgisiyle karşılaştık. Temmuz ayında sendikasyon kredimizi de yine sürdürülebilirlik kriterlerine endeksli olarak yinedik.

Bu dönemde sürdürülebilirlik kriterlerini yatırım bankacılığı ile buluşturan yenilikçi işlemlere de aracılık ettik. Türkiye'nin ilk sürdürülebilir kira sertifikasından sonra aracılık ettiğimiz SKA odaklı kira sertifikası ihracı sermaye piyasalarında büyük ilgi gördü.

ETKİ YARATMA STRATEJİMİZ

Kalkınmada tüm sermaye öğelerinin önemine inanıyoruz ve BM Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarını (SKA) merkeze alıyoruz. Geleceğin kredi ve danışmanlık temalarını da sosyal sorumluluk projelerimizi de bu bakış açısıyla şekillendiriyoruz.

Bu kapsamda önceliğimizi “çevre, cinsiyet eşitliği, eğitim ve sanat” gibi alanlara veriyoruz.

Türk Eğitim Vakfı (TEV) iş birliği ile üniversite öğrencisi kızlara yönelik “Eğitimden Üretime Burs Fonu” ve İstanbul Kültür Sanat Vakfı (IKSV) ile yürüttüğümüz Yarının Kadın Yıldızları Eğitim Destek Fonu gibi projelerle eğitimde fırsat eşitliğine somut katkı yapmaya devam ediyoruz. SKD Türkiye (Sürdürülebilir Kalkınma Derneği) ve Fransız Kalkınma Bankası (AFD) ile hayata geçirdiğimiz #EşitAdımlar dijital platformuyla da iş yaşamında fırsat eşitliği yaklaşımının geliştirilmesi için adım atmak isteyen tüm firmalara kapsamlı bir rehber sunuyoruz.

2007'den bu yana www.cevreciyiz.com kanalında iş dünyası ve bireylere dünyadan ve Türkiye'den sürdürülebilirlik alanında iyi uygulamalar ve araştırmalarla ilham vermeye devam ediyoruz.

Kredi verdiğimiz firmalar adına, 1 yıl içinde ecoDrone'lar aracılığıyla 150 bin adet tohum topu atışı yapmayı hedefliyoruz.

2021 yılında da finansal, entelektüel ve sosyal katkımızın devam ettirilmesi en önemli önceliklerimiz arasında yer alıyor.



DOĞUŞTAN İYİ BİR GELECEK, DOĞUŞ İLE GELECEK

Memleketimizin binlerce yıllık mirasını gelecek kuşaklara en iyi şekilde aktarmayı sorumluluğumuz olarak görüyoruz.

Daha yaşanabilir bir dünya için faaliyet gösterdiğimiz her alanda yarattığımız değerle dokunduğumuz milyonlarca insanın hayat kalitesini artırmak için çalışıyoruz.

İnanıyor ve biliyoruz ki **Doğuştan iyi bir gelecek, Doğuş ile gelecek.**

ŞİRKETLERE ÖZEL DANIŞMANLIK

60



Escarus, TSKB'nin sürdürülebilirlik konusuna odaklı şirketi... Sürdürülebilir dönüşüme katkı için çalışıyor. Şirketin genel müdürü Dr. Kubilay Kavak, "Standart şablonlarla ilerlemek yerine her kurumun kendi faaliyet alanını, kurumsal kültürünü ve pazar konumunu dikkate alarak çalışmalar yürütüyoruz" diyor.

Escarus (TSKB Sürdürülebilirlik Danışmanlığı A.Ş.) faaliyette bulunduğu danışmanlık sektöründe Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınmasının desteklenmesi misyonu doğrultusunda hareket eden ve kamu kurumlarına, finans kuruluşlarına ve reel sektöre danışmanlık hizmetleri sunan bir şirket. Bu anlamda Escarus'un temel oryantasyonunun, Türkiye'nin sürdürülebilir dönüşümüne katkı sağlamak ve iklim değişikliğiyle mücadelesi kapsamında aktif bir rol oynamak olduğunu söyleyebiliriz.

Belirlenen bu temel hedef doğrultusunda Escarus olarak uluslararası kuruluşların ve kamu kurumlarının çeşitli projelerinde yer alıyor ve birikimlerimizi ortaya koyuyoruz.

Diğer yandan, sürdürülebilirliği uçtan uca çözümler aracılığıyla özel sektördeki müşterilerimizle buluşturuyoruz. Müşterilerimizin yönetim kurulu seviyesinden başlayarak her kademedeki sürdürülebilirliği kapsayıcı bir şekilde ele almasını ve yönetmesini önemsiyor, hizmetlerimizin rotasını bu eksen etrafında şekillendiriyoruz. Böyle bir yaklaşımla hizmet sununca değer ve fark yaratan işler ortaya koyma imkânımız oluyor. Standart şablonlarla ilerlemek yerine her kurumun kendi faaliyet alanını, kurumsal kültürünü ve pazar konumunu dikkate alarak çalışmalar yürütüyoruz.

UÇTAN UCA DANIŞMANLIK

Escarus'u pek çok danışmanlık yapısından ayıran en önemli etmenlerden birisi bu. Sürdürülebilirliği kurumların en uç hücrelerine kadar yayacak yöntem ve birikime sahip olmamız da fark yaratmamızda rol oynayan bir diğer etmen.

Geçtiğimiz yıl COVID-19 pandemisinin getirdiği zorluklar ve kısıtlamalar her sektörü olduğu gibi danışmanlık sektörünü de etkiledi. Ancak bir yandan da bu süreç insanların diğer insanlarla, toplumla ve doğayla ilişkilerini sorguladıkları, tüketim alışkanlıklarını gözden geçirdikleri bir başlangıç vesilesi oldu. Keza son bir yılda hem Türkiye'de hem

de dünyanın çok çeşitli coğrafyalarında ekstrem hava olaylarının artışına bağlı olarak gerçekleşen doğal afetler, sürdürülebilirliğe olan ilgiyi artırdı. Dünya genelinde iklim finansmanı ve etki yatırımcılığı alanında artan güçlü yönelim, gecikmeli olsa da Türkiye'de etkilerini hissettirmeye başladı. Bütün bunlar Escarus'un temel faaliyet sahası olan sürdürülebilirlik odaklı çözümlerin çok daha fazla tercih edildiği bir süreci başlattı. 2020 sonbaharından itibaren Türkiye'de ve yakın coğrafyamızda sürdürülebilirliğin gittikçe daha çok oranda önemsendiğini, hem devletlerin hem de şirketlerin konuya çok daha eğildiğini memnuniyetle izliyoruz.

İYİ ŞİRKET YOLCULUĞU

Escarus sürdürülebilirliği faaliyetlerinin odağına alarak çözüm ürettiği ve hizmet sunduğu için, "iyi şirket" olmanın ipuçlarını da bu başlıktaki faaliyetlerin zenginliği üzerinden değerlendiriyor. Günümüzde iyi şirket olmak sadece kâr etmekle ve varsa hissedarlarına anlamlı paylar dağıtmakla sınırlandırılacak bir konu olmaktan çıktı; artık iyi şirket olmak için bütün paydaşları dikkate alan, toplumsal sorumluluklarının farkına varan, faaliyetlerini buna göre uyarlayan bir yapılanmaya sahip olmak gerekiyor. Bütün bu özellikler şirketlerin kalıcı olabilmelerinin asgari şartı haline dönüşüyor.

Escarus olarak çalıştığımız tüm şirketlerde bu ilkeyi gözetiyor, şirketleri gelecek on yıllara hazırlayacak kurumsal kapasite gelişimine odaklanıyor, risklerin yönetimi ve fırsatların değerlendirilmesi için çözümler öneriyoruz. Bu kapsamda yol arkadaşlığı yaptığımız şirketlerin, uzun vadede tüm paydaşlarına yönelik değer yaratabilmeleri için hem mevcut potansiyelin açığa çıkarılması odaklı hem de konunun şirket genelinde içselleştirilmesi odaklı hizmetler sunuyoruz.



LED teknolojimiz dikey tarımda!

Signify, gezegenimizin geleceği ve daha çok insanın gıdaya erişimi için LED teknolojisini dikey tarımda kullanıyor. Sebze ve meyvelerin büyüme döngüleriyle uyum içinde alışan LED sistemi, %90'a kadar daha az su kullanıyor, tarım ilaçlarına gerek duymuyor ve üreticinin pazara, tüketicinin ise gıdaya daha kolay ulaşmasını sağlıyor. Tam kontrollü, verimli ve sürdürülebilir bir tarım ile daima mavi bir dünya...



 signify

“2030 HEDEFİMİZ SIFIR KARBON”

Zorlu Holding, “sosyal etki” yaratmaya odaklanan önde gelen gruplardan... Holding’in Kurumsal İletişim ve Sürdürülebilirlik Genel Müdürü Aslı Alemdaroğlu, bu konuda “paydaş temelli” stratejiyle yollarına devam ettiklerini, “sorumlu yatırım holding” olarak konumlandıklarını belirtiyor. Alemdaroğlu, “2030 yılı stratejimiz dahilinde şirketlerimizin karbonsuz ve daha sorumlu bir ekonomiye geçişini hızlandıracağız” diye konuşuyor.

Küresel meseleler her geçen gün daha karmaşık ve çok boyutlu hale geliyor. Çözüm için ise daha fazla kolektif akılla şekillenen somut aksiyona, çabaya ve sürdürülebilir yaklaşımlara ihtiyaç var. Geçici çözümler aramak için değil, sistem temelli bir dönüşümü yaratmak için çalışmak gerekiyor. Bunun için ekonomideki en büyük güç olan özel sektöre büyük sorumluluk düşüyor. Kar temelli bir ekonomiden paydaş temelli bir yapıya geçiş bu dönüşümde kilit rolü oynuyor. Özellikle pandemi dünyada yaşanan paydaş temelli dönüşümü hızlandıran bir rol üstlendi. Yazar ve siyasi aktivist Arundhati Roy’un ifade ettiği gibi, “pandemi, bir dünya ile diğeri arasında bir kapı, bir geçit” açtı.

Dünya alarm verirken; yeni bir üretim ve tüketim modeline ihtiyaç duyulduğu da konuşuluyor; yerküre ile birlikte günlük hayatın, sistemin de ritmi değişmek zorunda; bizler bireyler ve kurumlar olarak işlemeyen, ters giden başlıkları değiştirmek, dönüşmek zorundayız. Aslında pandemi hepimizde farklı duyarlılıkları artırdı; kendimize, ailemize, çevremize, komşumuza, çalışma arkadaşımıza bakış açımızı güncelledi ve hepimizi kendimize, bireysel paydaşlarımıza daha itinalı olmaya teşvik etti. Özel sektörde de

bunun yansımalarını gördük; pandeminin bu dönüşümü tetiklediğini; aslında kurumsal vatandaşlık algısının geliştiğini söyleyebiliriz.

AKILLI HAYAT 2030 STRATEJİMİZ

Bu dönüşümü şirketlerin birbiri ardına açıkladıkları sürdürülebilirlik taahhütlerinde çok net görüyoruz. Biz Zorlu Holding olarak dünyadaki paydaş temelli dönüşüme cevap verdiğimiz Akıllı Hayat 2030 sürdürülebilirlik vizyonumuz doğrultusunda yaklaşık beş yıldır, tüm süreçlerimizi toplum, çevre ve paydaşlarımız için değer yaratacak şekilde yönetiyoruz. Sürdürülebilirliği bir iş yapış biçimi haline getirerek bu yolda şirketlerimiz ile birlikte hareket ediyoruz.

Sorumlu büyüme yaklaşımımızla; çevresel, sosyal ve yönetim alanlarındaki performansımızı her geçen gün daha da iyileştirerek, sorumlu yatırım holdingi olma yolunda ilerliyoruz. İnsan kaynağı, inovasyon ve çevresel sermaye gibi finansal olmayan varlıklarımızı, “insan odaklı ekosistemler” ve “yenileyici iş modelleri” olmak üzere iki alana yatırım yaparak yönetiyoruz.

Bu alandaki hedeflerimize, tüm sektörlerimizle güç birliği içinde hızla ulaşmak adına radikal iş birlikleri



gerçekleştirerek, çok katmanlı küresel sorunlara çok paydaşlı yapılarla yanıt vermek için çaba sarf ediyoruz. Şirketlerimiz, Küresel Etki Yatırım Ağı (GIIN) raporuna göre 715 milyarlık hacme ulaşan etki yatırımlarının odaklandığı birçok alana yatırım yapıyor.

Yenileyici iş modellerini benimseyerek uzun dönemde iklim krizi başta olmak üzere birçok küresel meselelerin çözümüne katkı sağlayacak; yenilenebilir enerji, elektrikli araç ekosistemi, akıllı evler, şehirler ve tekstiller gibi alanlara yatırım yapmayı sürdürüyoruz. Grup olarak sürdürülebilir büyümenin koşulunun, tüm paydaşlar için değer yaratmak olduğuna inanarak çevreyi, tüm canlıları ve gezegeni de gözetken insan odaklı ekosistemler oluşturulması için çalışıyoruz. Bunu yaparken de kimsenin tek başına gücünün yeterli olmayacağını bilinciyle radikal iş birliklerinin zeminini açmaya gayret ediyoruz.

SOSYAL ETKİ

İnsanlık olarak, iklim krizi, şehirleşme, yaşlanan nüfus, göçler, tükenen kaynaklar, ekonomik dalgalanmalar, nitelikli eğitim, toplumsal cinsiyet eşitsizliği, dijitalleşme, her geçen gün derinleşen eşitsizlikler gibi çok boyutlu küresel meseleyle karşı karşıyayız. Bir süre önce yayımlanan Birleşmiş Milletler Hükümetler arası İklim Değişikliği Paneli Raporu (IPCC) insanlık için kırmızı alarm veriyor; iklim krizi artık hiç görülmemiş bir düzeyde.

Bugün şirketlerin, konvansiyonel bakış açısıyla hareket ederek bu konulara çözüm getirmesi mümkün değil. Bu anlayışla Zorlu Grubu ve şirketleri olarak, kaynaklarımızı zı etki yaratabilecek alanlara

Akıllı Hayat 2030

(Z) ZORLU

yönlendiriyoruz.

Buradan hareketle, beş yıl önce Zorlu Holding olarak sosyal inovasyon platformu imece'nin kurucu ortaklarından biri ve aynı zamanda ilk üç destek programının da

partneri olduk.

İlk üç mesele sürecini de Birleşmiş Milletler'in sürdürülebilir kalkınma için belirlediği 17 amaç arasında yer alan "Nitelikli Eğitim" "Toplumsal Cinsiyet Eşitliği" ve "Eşitsizliklerin Azaltılması" konuları etrafında gerçekleştirdik. imece ile birlikte o süreçte, 50 sosyal girişimciyle yolumuz kesişti, bunların 10'u ile yakından çalışma fırsatı yakaladık. 50 girişime toplam 232 mentor ile 2000 saatten fazla eğitim desteği sunarak, 10 girişime 1 milyon TL hibe sağladık. Girişimler için çok iyi bir olgunlaşma süreci yaşandı, son zamanlarda isimlerini duyduğumuz birçok sosyal girişim ilk adımlarını imece ile atmış oldu. Ancak, sistem dönüşümünü sağlamak için girişimcilere tek başına eğitim ve sermaye desteği sağlamak yeterli olmuyor, bu düşünceden hareketle Kasım 2020'de imece bu destek programını, geliştirmiş oldukları ürünler ve hizmetler ile toplumsal ve çevresel sorunların çözümünde rol oynayan girişimleri hızlandırmayı ve üretmiş oldukları etkiyi görünür kılmayı hedefleyen bir etki hızlandırma programına dönüştürdük. Zorlu Holding olarak bu programın da ana partneri olduk. imece impact Etki Hızlandırma Programı kapsamında; 3'ü

Döngüsel Ekonomi, 4'ü Nitelikli Eğitim alanlarına odaklanan 7 girişim ile birlikte çalıştık, girişimlere etki modellemeleri ve raporlamalarının yanı sıra, mentorluk, iletişim, hukuk, gibi alanlarda da destekler sunduk.



Zorlu Holding'in değer yaratan projelerinden örnekler

PARLAK Bİ'FİKİR Etki stratejimizin önemli projelerinden birini kurum içi girişimcilik programımız Parlak Bi'Fikir oluşturuyor. İkinci döngüyü pandemi koşullarına paralel dijital imkanları kullanarak gerçekleştirdik. 700'ü aşkın fikir başvurusunun olduğu ikinci döngü sonucunda Zorlu Grubu içerisinden üç yeni start-up çıkardık. Bundan daha da önemlisi girişimcilik ve inovasyonu kurum kültürümüzde daha da pekiştirirken start-up yapılarının temel özelliği olan hız, çeviklik ve esneklik gibi alanlarda da kendimizi geliştirmeyi sürdürdük.

EŞİT Bİ'HAYAT Toplumsal Cinsiyet Eşitliği konusunu yönetim seviyesinde sahiplenerek, tüm sektörlerden gelen 100'ü aşkın çalışma arkadaşımızın gönüllülüğüyle bir toplumsal cinsiyet eşitliği çalışma grubu ile birlikte yönetiyoruz. Son 1 yılda pandemiye rağmen etkili aksiyonlar aldık. Eşit Bi'Hayat Manifestomuzu yayınladık. Bu kapsamda, söylem, iş ortamı, paydaşlarla iş birliği alanlarında fırsat eşitliğini gözeterek hareket etmeyi hedefleyen bir iş kültürünü geliştirmeyi sürdürdük. Dilimize yerleşmiş cinsiyetçi söylem kalıplarından ve deyimlerden kaçınmamız için yol gösterici bir sözlük olarak Eşit Bi'Hayat Sözlüğü'nü tasarladık ve tüm paydaşlarımızın erişimine açtık.

HEDEF, ETKİSİ YÜKSEK ALANLAR

Akıllı Hayat 2030 vizyonumuz doğrultusunda kaynaklarımızı toplumsal etkisi yüksek alanlara yönlendiriyoruz. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'nı rehber alan bu stratejimiz doğrultusunda "Nitelikli Eğitim" odaklandığımız önemli alanlardan birini oluşturuyor. Çünkü, mega trendlerin etkisiyle şirketler ve kurumlar hızla dönüşürken, şirket ve kurumların ihtiyaç duydukları yetenekler de hızla değişiyor.

Yapılan farklı araştırmalar; bu sebeple ortaya çıkan "yetenek açığı" nedeniyle, şirketlerin ihtiyaç duydukları yetenekli işgücünü bulmakta zorlandığını ortaya koyuyor. Bu anlayışla Mehmet Zorlu Vakfı (MZV) aracılığıyla sunduğumuz burslar ve inşa ettirdiğimiz eğitim kurumlarının yanı sıra 2016 yılından bu yana paydaşı olduğumuz MZV-MEF YetGen 21. Yüzyıl Yetkinlikleri Eğitim Programı aracılığıyla gençlerin 21. yüzyılın gerektirdiği beceri ve yetkinliklerle donanmalarına destek veriyoruz. MEF Üniversitesi Rektör Yardımcısı ve YetGen Kurucusu Prof. Dr. Erhan Erkut'un öncülüğünde yürütülen programdan 2020 yılı sonuna kadar mezun öğrencilerin sayısı 1.875'e ulaştı. Bununla birlikte, mzv.org.tr üzerinden yapılan canlı yayınlar ile sunulan eğitimler çok daha geniş kitlelere ulaştı.

Yine Mehmet Zorlu Vakfı'nın nitelikli eğitime destek olma misyonu çerçevesinde "Herkes için kaliteli eğitim" hedefiyle çalışan Eğitim Reformu Girişimi'ni 2011 yılından beri destekliyoruz. Öğretmenlerin eğitimin niteliği ve öğrencilerin başarısı ile mutluluğu üzerinde çok önemli bir rolü olduğu inancıyla, Eğitim Reformu Girişimi'nin yürütücülüğünü üstlendiği Öğretmen Ağı'nı destekliyoruz.

Bununla birlikte yine Mehmet Zorlu Vakfı çatısı altında Zorlu Çocuk Tiyatrosu ile Türkiye'nin dört bir yanındaki çocukların hayal gücünü beslemek adına onları kültür-sanatla buluşturuyoruz. 2003 yılından beri faaliyet gösteren Zorlu Çocuk Tiyatrosu ile 18 yılda 14 farklı oyun ve 2 bine yakın sahneleme ile 900 bini aşkın izleyiciye ulaştık. 8-12 yaş arasındaki çocukların hayallerini Zorlu Çocuk Tiyatrosu sahnelerine taşımalarına imkân veren öykü yarışması "Bir Hayal Bir Oyun" projesiyle, 2021 yılında 15 çocuğun hikayesini kitaplaştırdık. Bu hikayeleri sesli kitap haline getirerek daha fazla çocuğa ulaşmasını sağladık.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMIMIZ

Bizim sürdürülebilirlik yaklaşımımızın temelinde değer odaklı yaklaşım var. Az önce de değindiğim gibi kurumsal vatandaş olma zihniyetiyle stratejilerimizi ve faaliyetlerimizi şekillendirmek özel sektör olarak sorumlu-

luğumuz. Bu yaklaşımla da Akıllı Hayat 2030 vizyonu, yani sürdürülebilirlik kavramı, bizim için işimizin bir parçası değil, bütünü. Her ne iş yaparsak yapalım etki alanını gözetmek, kaynakları faydayı gözeterek yönetmek ve sürdürülebilir olması bizim için temel referans haline gelmiş durumda...

Bu yolculukta en büyük gücümüz, çalışma arkadaşlarımız. Her gün işimizi yaparken sürdürülebilirlik prensiplerine sahip çıkma, buna göre üretim yapma ve buna göre değer üretme konusunda, 33 bine yakın çalışma arkadaşımız gerçekten çok tutkulular. Bu stratejimiz doğrultusunda çalışma arkadaşlarımızın yetenek ve yetkinliklerine alan açacak, inovasyon temelli, kapsayıcı bir kurum kültürünü geliştirmeye odaklanıyoruz.

Bu konuda grubumuzda öncülük eden, Akıllı Hayat Mimarları adını verdiğimiz çalışma arkadaşlarımızla birlikte ilerliyoruz. Akıllı Hayat Akademisi çatısı altında Boğaziçi Üniversitesi Yaşamboyu Eğitim Merkezi ile içerik geliştirerek, sürdürülebilirlik alanında çalışanlarına yönelik eğitim programı açan ilk grubuz. Bu eğitim programı 3 yıldır sürüyor.

YENİ DÖNEM PLANLARIMIZ

Akıllı Hayat 2030 stratejimizi bu yıl yenileyerek "sorumlu yatırım holdingi" anlayışıyla; çevresel, sosyal ve yönetim (ÇSY) alanlarında belirlediği değer yaratacak hedeflerini; grup şirketlerinin de sahiplendiği ve ihtiyaçları özelinde yönettiği bir dönemi başlattık. Şirketlerimizin bu 3 temel alanı gözeterek işler üretmesini sağlayarak karbonsuz ve daha sorumlu bir ekonomiye geçişi hızlandıracamız. Yenileyici iş modellerimizle, 2030 yılına kadar net sıfır emisyonla ulaşmayı hedefliyoruz. 2050 yılına kadar bu hedefi tüm değer zincirini kapsayacak hale getireceğiz. Atıklarımızı ise 2030'a kadar yüzde 50 azaltılmayı, 2050'ye kadar sıfır atık noktasına ulaşmayı hedefliyoruz.

2030'a kadar kullanılan suyun yüzde 50'sini, 2050'ye kadar yüzde 100'ünü geri kazanmayı amaçlıyoruz. Kuracağımız insan odaklı ekosistemlerle 2030'a kadar Zorlu Holding olarak FAVÖK'ümüzün yüzde 1'ini Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'na katkı veren çalışmalara ayırmayı planlıyoruz. Sistem düşüncesi temelli, eşitsizliklerin azaltılmasına odaklanan, iş birliği ve ortaklıklardan güç alan, ortak değer yaklaşımına sahip, sosyal etki odaklı, sürdürülebilir üretim ve tüketimi destekleyen toplumsal yatırımlara odaklanmaya devam edeceğiz. ■

PRO21JE

yaşam için **şimdi**

Gönüllülük esasıyla karbon ayak izimizi hesaplayarak,
kapsam 3 seviyesinde doğrulatan
lojistik sektöründeki
ilk şirket olduk.

ekol | LOGISTICS 4.0

Detaylar için;
www.ekol.com

“SÜRDÜRÜLEBİLİRLİKTE 3 ÖNEMLİ ODAĞIMIZ VAR”

AstraZeneca Türkiye Ülke Başkanı Eczacı Serkan Barış, şirket olarak “kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik” çalışmalarına önem verdiklerini söylüyor. Küresel çapta bu konulara odaklandıklarını, stratejilerini “Sağlık hizmetlerine erişim, çevre koruma ile etik ve şeffaflık” olarak 3 öncelik alanı üzerine kurduklarını paylaşıyor.

AstraZeneca olarak, yaşama değer katan ilaçları keşfetmek için bilimin sınırlarını zorlarken, faaliyette olduğumuz tüm coğrafyalarda gelecek nesillere aktaracağımız dünyayı daha iyi hale getirmek için çalışıyoruz. Toplum sağlığının geliştirilmesine destek vermeyi kurumsal sorumluluklarımız ve önceliklerimiz arasında görüyoruz. Sürdürülebilirlik stratejimiz kapsamında belirlediğimiz üç öncelik alanımız şunlar: “Sağlık Hizmetlerine Erişim, Çevre Koruma ve Etik ve Şeffaflık.”

Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarımızı bu önceliklere uygun şekilde katkı sunabileceğimiz alanlarda yürütmek en önemli hedeflerimiz arasında yer alıyor.

Sağlık hizmetlerine erişim: Tüm insanların yaşam değiştiren önleyici hizmetler ve tedaviler için sürdürülebilir sağlık hizmeti çözümlerine erişiminin olduğu bir gelecek için çalışıyoruz. Yenilikçi sağlık hizmetleri çözümlerinin küresel alanda olumlu sağlık sonuçları elde etmek için önemli olduğuna inanıyoruz.

Çevre koruma: Gezegenimizin sağlığı tüm hayatımızı etkiliyor. Hepimizin bağımlı olduğu doğal kaynaklardan taviz vermeyen, toplumun ve gezegenimizin sağlığını destekleyen sürdürülebilir büyümeyi sağlamak için yenilikçi yaklaşımlar geliştirmenin önemine inanıyoruz. Tüm faaliyetlerimizde ve ürünlerimizde çevresel etkimizi proaktif olarak yönetiyoruz.

Etik ve şeffaflık: Olumlu bir toplumsal etki yaratmayı ve faaliyet gösterdiğimiz tüm coğrafya-

larda etik yaklaşımları teşvik ediyoruz. Yalnızca tedavilerimizle değil, aynı zamanda çalışma şeklimizle ve toplumlara verdiğimiz desteklerle de değer yaratmak istiyoruz. İşimizin her aşamasında dürüstlük, şeffaflık ve adil muamele sergilemeyi önceliklendiriyoruz.

KARBON AYAK İZİ STRATEJİMİZ

AstraZeneca olarak amacımız, hedeflerimizi karbon ayak izi yönetimiyle geçip, değişen zamanı yakalamak için uygulamalarımızı geliştirerek sürdürülebilirliği kurumumuzun her yönüne entegre etmek.



Bu kapsamda, 2020'de İsviçre'nin Davos kentinde gerçekleşen Dünya Ekonomik Forumu (WEF) Yıllık Toplantısı'nda açıkladığımız 'Sıfır Karbon Taahhüdü (Ambition Zero Carbon)' stratejimizle, 2025'e kadar karbon salınımımızı sıfıra indirmek için enerji tüketimimizin tamamını hem güç hem de ısı için yenilenebilir enerji kaynaklarıyla gerçekleştireceğimize dair taahhütte bulunduk. Tedarikçilerimizi de 2030'a kadar doğrudan emisyonun azaltılması ve atmosfere gönderilenden daha fazla karbondioksitin (CO2) ortadan kaldırılması amacıyla karbon temizleme seçeneklerini belirlemeleri için harekete geçireceğimizi belirttik. Böylece, tüm tedarik zincirimizde 2030'a kadar karbon negatif olabileceğiz.

Global "Sıfır Karbon Taahhüdü" stratejimize katkıda bulunmak, doğayı korumak ve gelecek nesillere sağlıklı bir yaşam sunabilmek için 2020 yılında gönüllülük esasına dayanan 'AstraZeneca Türkiye Sıfır Karbon Çalışma Grubu'nu kurduk.

DAHA İYİ BİR İŞ YERİ

Sürdürülebilir bir yaşam bizim için toplumun ihtiyaçları doğrultusunda, sağlık alanında, en anlamlı etkiyi yaratmak için sahip olduğumuz yetkinlikleri kullanmak anlamına geliyor. İnsanların, dünyanın ve yaptığımız işin sağlığının birbiriyle bağlantılı olduğunu ve her birinin diğerlerini etkilediğinin farkındayız.

Sürdürülebilirlik stratejimizin üç ayağı olan sağlık hizmetlerine erişim, çevre koruma, etik ve şeffaflık; hem toplumumuzun hem çalışanlarımızın sağlığına, aynı zamanda da gelecek nesiller için temiz ve yaşanabilir bir çevre bırakmaya olan bağlılığımızı yansıtır.

Sürdürülebilirlik, faaliyetlerimizin merkezindeki en önemli bileşenlerden. Ürünlerimizin ve çözümlerimizin çevresel etkisini kontrol etmek de bu doğrultuda kilit önceliklerimiz arasında yer alıyor. Bilimi erişilebilir hale getirerek, doğal kaynakları korumak ve çalışmalarımızın çevre üzerindeki etkilerini en aza

indirmek için yeni yaklaşımlar geliştiriyoruz. Türkiye'de faaliyet göstermeye başladığımız ilk günden bu yana toplum sağlığının geliştirilmesine destek vermeyi kurumsal sorumluluklarımız ve önceliklerimiz arasında görüyoruz. Global stratejimize paralel şekilde; hizmet verdiğimiz coğrafyalarda toplum sağlığını iyileştirmek, bilimi açık ve erişilebilir hale getirerek doğal kaynaklara bağlılığımızı azaltmak ve etik iş uygulamalarını dürüstlikle sergilemek için sağlık ve refahı teşvik eden ortamlar yaratmaya çalışıyoruz.

AstraZeneca Türkiye olarak global vizyonumuz doğrultusunda çıktığımız sürdürülebilirlik yolculuğumuzda toplum, çevre ve işimiz için daha da iyisini yapma hedefimizle çalışmalarımıza devam edeceğiz.

SOSYAL SORUMLULUK VİZYONU

AstraZeneca olarak, yaşama değer katan ilaçları keşfetmek için bilimin sınırlarını zorlarken faaliyette olduğumuz tüm coğrafyalarda olduğu gibi Türkiye'de de topluma değer katma arzusuyla çalışıyoruz. Sosyal sorumluluk alanındaki tüm projelerimizi, yaratacakları faydaya gönülden inanarak gerçekleştiriyoruz.

Türk Kardiyoloji Derneği ile başlattığımız, ani kalp krizine karşı toplum bilincini artırmayı hedefleyen "Artık Kalpler Susmasın", Türk Tıbbi Onkoloji Derneği ile birlikte hayata geçirdiğimiz kanserle mücadelede doğru bilgilendirmenin önemine dikkat çekmeyi amaçlayan "Cesur Yüzüm", diyabet ve diyabete bağlı olarak gelişen komplikasyonlar konusunda farkındalığı artırmak amacıyla 2019 yılında başlattığımız "Şeker Deyip Geçme Bugün, Yarımını Düşün" kampanyamız, Türk Kardiyoloji Derneği'nin TURK-MI kayıt çalışmasının verilerinden yola çıkarak Yandex navigasyon uygulaması üzerinden koşulsuz desteğimiz ile hayata geçirilen ve kalp krizinde ambulans çağırmanın ve hızlı müdahale ile doğru hastaneye, en kısa zamanda ulaşılmasındaki önemine yönelik farkındalık yaratmayı hedefleyen "Kalp Krizi Duraksatmasın" önemli bilinçlendirme projelerimizden.



AstraZeneca'dan gençlere özel program

Toplum sağlığının en önemli yapı taşlarından biri olan genç nüfus, "önce insan" yaklaşımımızla bugüne kadar hayata geçirdiğimiz pek çok projenin hedef kitlesi oldu. AstraZeneca tarafından dünya genelinde gençlere yönelik bir çatı program olarak hayata geçirilen Genç Sağlığı Programı kapsamında, 2013 - 2016 yılları arasında gerçekleştirdiğimiz "Ben Ergenim" projesi de bunlardan biri...

Genç Sağlığı Programı kapsamında T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, Tüvana Okuma İstekli Çocuk Eğitim Vakfı (TOÇEV) ve Türkiye Diyabet Vakfı iş birliğiyle hayata geçirdiğimiz bir diğer projemiz de "Hey Genç! Harekete Geç!".

2017 yılında başlayıp 2021'de sona eren projemiz ile, Millî Eğitim Bakanlığı tarafından belirlenen 13 ildeki farklı okullarda eğitim gören 12 bin 185 öğrenciye sağlıklı beslenme, fiziksel aktivite ve egzersizin önemini vurgulayan eğitimler verildi.

“KAR TOPU ETKİSİ” YARATMAK

68

Mastercard, faaliyet gösterdiği 210 ülkede, topluluklar üzerinde sürdürülebilir ve her geçen gün büyüyen bir etki yaratmayı amaçlıyor. Başlatılan projelerin kar topu etkisiyle hacimlerinin büyümesi de çalışmaların karşılığını aldıklarını gösteriyor.

Pandemi, dijital ödemelerin yükselişini hızlandırdı. Maliyeti yüksek, güvenlik ve hijyen açısından zayıf olan nakdin kullanımı gün geçtikçe azalıyor. Bu çerçevede finansal sistemler de hızlı bir dönüşüm sürecine girdi. Finansal işlemlerin dijital dönüşümünü tetikleyen tedbirler, hem kullanıcıların hem de işletmelerin ödeme faaliyetlerini değiştirdi, geliştirdi. İnternete bağlanabilir her cihaz (IoT cihazlar) ödeme aracına dönüştü diyebiliriz. Önceleri, alışverişlerin sadece yüzde 5 ila 10'u dijital yöntemlerle gerçekleştirilirken, pandemide bu rakamın neredeyse yüzde 40'a çıktığını gördük.

Son raporlarda temassız ödemelerin geçen yılın 3 katı olduğu açıklandı. Mastercard olarak, nakdin çok kullanıldığı alanlardaki çalışmalarımızı pandemiden çok önce başlatmıştık. Nakdin yoğun olduğu alanlarda hem vatandaşların hem de kamu kurumlarının hayatını kolaylaştıracak mobil ve temassız işlemlere odaklandık. Tüm sektördeki işlemlere, vatandaşlara, belediyelere ve finansal kuruluşlara yönelik projelerimiz paralel şekilde hızla devam ediyor.

Yeni teknolojilere rahatça adapte olabilen genç nüfusun yüksek oranda olması, Türkiye'nin nakitsiz topluma adapte olmasını kolaylaştırıyor. Bu anlamda tüm ödemeleri dijital ortama taşırsak, ciddi bir tasarruf elde etmek mümkün. Daha önce yaptığımız bir araştırma da bunu kanıtlar nitelikteydi... Türkiye'de 3 yıl boyunca tüm ödemeleri dijital ortama taşırsak,

ülkemin edeceği tasarrufla 10 adet 3. köprü, 11 adet hızlı tren hattı ya da 540 adet 400 yataklı hastane yapılabileceğinin altını çizmiştik.

TEKNOLOJİ İLE YARATILAN FARK

Son bir yılda gerçekleştirdiğimiz çalışmalar üzerine de mikro işletmeler ve kapiya hizmetler ulaştıran firmalar için cep telefonunu POS'a dönüştüren Tap on Phone teknolojisini yaygınlaştırmaya devam ediyoruz. Bu çözümü kullanan işletmelerin sayısı 20 bine ulaştı. 7 banka ile ilerliyoruz ve bu sayı artmaya devam edecek. Yine çok yakın zamanda Mastercard Ticari Ödemeler Platformu'nu ticari işletmelerin kullanımına sunduk. Ocet iş ortaklığında geliştirilen platform ticari kart sahiplerinin, satın alma yapacakları işletmelerde POS cihazı olmasa da platform üzerinden kartlarıyla ödeme yapıp, taksit imkanlarından faydalanabilmesini sağlıyor. Bir diğer önemli alan ise yine nakit paranın ağırlıkta olduğu toplu taşıma hizmetleri. Transit hizmetlerinin tüm temassız banka ve kredi kartlarına açılması ve belediyelere ait toplu taşıma işbirliklerinin mobil uygulamalarına kolay ve güvenli dijital ödemelerin entegrasyonu bizim için büyük önem taşıyor. Şehir içi mobilitenin dijital dönüşümü kapsamında otopark çözümlerine dijital kart saklama çözümümüz Masterpass entegrasyonu, önemli projelerimizden oldu. Bir başka çalışmamız da açık bankacılık ekosisteminin gelişimine ön ayak olacak Anında Dijital Kredi servismiz. Masterpass teknik

%40

ÖNCELERİ, ALIŞVERİŞLERİN SADECE YÜZDE 5 İLA 10'U DİJİTAL YÖNTEMLERLE GERÇEKLEŞTİRİLİYORDU. PANDEMİDE BU RAKAM NEREDEYSE YÜZDE 40'A ÇIKTI.

servis sağlayıcılığında bankalar aracılığı ile sunduğumuz Anında Dijital Kredi çözümü, tüketici limitlerinin yetersiz kaldığı anlarda devreye girerek, alışverişlerin kesintisiz tamamlanmasını sağlıyor.

AMAÇ KALICI ETKİ YARATMAK

Yerel projelerden, küresel girişimlere kadar, yaşadığımız ve iş yaptığımız topluluklar üzerinde kalıcı bir etki yaratmayı amaçlıyoruz. Dolayısıyla içinde bulunduğumuz ekosistem başta olmak üzere fayda sağlayabileceğimiz her alanda öncü kurum olarak desteklerimizi sürdürüyoruz. Gerçekleştirdiğimiz her çalışma ya da projenin toplumun farklı kesimlerine farklı faydalar sağladığını görüyoruz, aynı şekilde başlattığımız projelerin kar topu etkisiyle hacimlerinin büyümesi de çalışmalarımızın karşılığını aldığımızı gösteriyor.

Gerçekleştirdiğimiz projeler için çalışmaya başladığımızda detaylı raporlar hazırlayıp belli bir yol haritası çıkarıyoruz. Bu noktada projelerin süreci içinde durumumuzu düzenli olarak kontrol edip varsa düzeltilmesi gereken noktaları çözüyoruz. Gerçekleştirdiğimiz her çalışma bir öncekilerde elde ettiğimiz deneyimlerle gelişerek ve sürdürülebilir bir şekilde devam ediyor. Özellikle içinde bulunduğumuz zorlu pandemi döneminde bunun karşılığını en çok İhtiyaç Haritası ile gerçekleştirdiğimiz proje ile aldık. ‘El Ele Destek Hareketi’ ismini verdiğimiz proje ile kurduğumuz sanal pazaryeri üzerinden yerel esnafa ve ihtiyaç sahiplerine yardımda bulunduk. Profesyonel ekiplerle çalışarak projelerin de olabilecek en doğru şekilde yürütülmesi bizim için çok önemli. Ulaştığımız rakamsal veriler de bu işi doğru yaptığımızın en büyük kanıtı ve daha sonraki projelerimiz için en büyük motivasyon kaynağımız.

KAPSAYICI BÜYÜME İÇİN FON

210 ülkede, ticaretin ve alışverişin tam da ortasında yer alan, ödeme sistemleri teknolojilerinin lider şirketi Mastercard olarak öncelikli amacımız; ölçekten

“El Ele Destek Hareketi” platformu

PAZARYERİ SİSTEMİ

Proje COVID-19’dan olumsuz etkilenenlerin gıda ve diğer temel ihtiyaç malzemelerinin, İhtiyaç Haritası tarafından kurulan “El Ele Destek Hareketi” platformu aracılığıyla yerel işletmelerden karşılanabildiği bir pazaryeri sistemine dayanıyor.

KAZAN-KAZAN

Kalkınmanın yerel üretici ve küçük işletmelerin de aktif katkısıyla gerçekleşebileceği bilincinden hareketle, pandemi nedeniyle temel ihtiyaçlarını karşılayamayan ailelere ve işini hayatta tutmakta desteğe ihtiyaç duyan esnafa, işletmelere yardımda bulunmayı amaçlıyor.

HEDEF 81 İL Projeyi gerçekleştirdiğimiz şehirlerimiz İstanbul, Ankara, Denizli, Mersin, Adana, Elazığ, Samsun, Bursa, İzmir, Eskişehir, Edirne, Sakarya, Balıkesir, Antalya, Konya, Hatay, Şanlıurfa, Malatya, Erzurum, Ordu. Bundan sonraki en büyük amacımız sosyal pazar yerine kayıtlı yerel esnafın sayısını artırarak projeyi 81 ilde gerçekleştirmek.

bağımsız olarak her sektördeki tüm işletmelerin faaliyetlerini kesintisiz olarak sürdürmesini sağlamak. Şirket olarak her zaman, dijital ekonominin her yerde, herkes için işlemlerini sağlama misyonunu yerine getirmeye yönelik çalışmalar yürütüyoruz.

Kapsayıcı büyüme çalışmalarına kaynak aktarmak amacıyla 2018 yılında kurduğumuz Mastercard Kapsayıcı Büyüme Merkezi (The Mastercard Center for Inclusive Growth), COVID-19 destek program kapsamında, ihtiyaç sahibi bireylerin ve yerel işletmelerin desteklenmesi amacıyla 1,5 milyon TL tutarında bir hibe fonu ilk kez Türkiye’de bir sosyal kooperatife ayırdık.

Bu fonu hızlı ve etkin bir şekilde kullanıma almak, bunu yaparken de yerel işletmelerin dijitalleşmesine fayda sağlamak amacıyla, İhtiyaç Haritası ile yola çıktık. Bu fonun bir kısmını platformun hizmet verebilmesi için teknik geliştirmelere, geri kalan kısmını da projeye ivme kazandırmak için 300 esnaf ile 8 bin 100 aile yardım paketinin finansmanında kullandık. Projenin bizim için önemi aynı anda hem ihtiyaç sahiplerine hem de yerel esnafa dokunabiliyor olmasından geliyor.

Proje COVID-19’dan olumsuz etkilenenlerin gıda ve diğer temel ihtiyaç malzemelerinin, İhtiyaç Haritası tarafından kurulan “El Ele Destek Hareketi” platformu aracılığıyla yerel işletmelerden karşılanması esasına dayanıyor. Özetle Mastercard ve İhtiyaç Haritası; ihtiyaç sahiplerinin ihtiyaçlarını yerel üreticiler ve esnaflardan sağlayabileceği bir sanal pazaryeri sistemi oluşturdu. Bunun altını çizmek istiyorum; bu projeye hem pandemi nedeniyle temel ihtiyaçlarını karşılayamayan ailelere hem de işini hayatta tutmakta desteğe ihtiyaç duyan esnafa, işletmelere yardımda bulunmayı amaçlıyoruz. “El Ele Destek Hareketi” projesi aslında kalkınmanın sadece bölgesel ya da kentsel ekonomik kaynaklara bağlı olmadan yerel üretici ve küçük işletmelerin de aktif katkısıyla gerçekleşebileceği bi-

linciyle hareket ediyor. Projeyi gerçekleştirdiğimiz şehirlerimiz İstanbul, Ankara, Denizli, Mersin, Adana, Elazığ, Samsun, Bursa, İzmir, Eskişehir, Edirne, Sakarya, Balıkesir, Antalya, Konya, Hatay, Şanlıurfa, Malatya, Erzurum, Ordu. Projenin bundan sonraki en büyük amacı pandemiden zarar görmüş ve destek almak isteyen bireyleri yardımseverlerle buluşturmak ve sosyal pazar yerine kayıtlı yerel esnafın sayısını artırarak projeyi 81 ilde gerçekleştirmek. “El Ele Destek Hareketi” sürdürülebilirlik alanında en önemli projelerimizden. Bu sayede 20 ilde 300 esnaf aracılığıyla 28 bin bireyin ihtiyacını karşıladık.

Bunların dışında hepimizi derinden etkileyen ülkemizin farklı noktalarında çıkan yangınlar için Mastercard Türkiye olarak İhtiyaç Haritası’na ve WWF-Türkiye’ye (Doğal Hayatı Koruma Vakfı) katkıda bulunarak her canlının yeniden hayata tutunmasına destek olduk. İhtiyaç Haritası desteği ile, mahallelerde/köylerde geçim kaynağını, evini ve tüm eşyalarını kaybeden bireylere destek olmak ve yangın bölgelerindeki yerel esnafın ekonomik olarak desteklenmesine katkı sağlamak için Ahbap platformu iş birliğinde Sosyal Pazaryeri üzerinden bir çalışma yürüttük. Bu çalışma ile yangından etkilenmiş bireylerin temel ev eşyaları ve ihtiyaçları İhtiyaç Haritası Sosyal Pazaryeri sistemi üzerinden yerel esnaf aracılığı ile alınabiliyor ve yangından etkilenen afetzedelere ulaştırılıyor. WWF-Türkiye’nin “Türkiye’nin Canlarını Yaşatalım” kampanyasına yaptığımız katkı ile de yangınlardan etkilenen bölgelerdeki yaban hayatının korunmasını ve rehabilitasyonunu hedefliyoruz.

Global olarak da uzun zamandır devam eden, WFP (Dünya Gıda Programı) ile gerçekleştirdiğimiz benzersiz ortaklığımızla dünyanın dört bir yanındaki toplulukların açlık ve yoksulluk döngüsünü kırmasına yardımcı oluyoruz. Girls4Tech™,



mastercard.

ödeme teknolojimizi sergileyen ve çalışanlarımızı rol modelleri ve akıl hocaları olarak görevlendiren, tamamı bilim, teknoloji, mühendislik ve matematik alanlarında bir kariyere ilham vermek amacıyla hazırlanan eğitim programını sunuyoruz. Dünyanın birçok bölgesinde Junior Achievement’ı (Genç Başarı) finanse ediyoruz. Çevresel sürdürülebilirlik çerçevesinde de ofislerimizin, operasyonlarımızın ve tedarik zincirimizin çevresel etkilerini sürekli iyileştirmeyi, ürün ve çözümlerimizin enerji açısından verimli bir ağ üzerine kurulmasını ve yenilenebilir kaynaklarla sürdürülmesini sağlıyoruz. Ayrıca tüketicileri, tacirleri ve işletmeleri iklim değişikliğiyle mücadele için eğiten, ilham veren ve teşvik eden çözümler oluşturmak için dünyanın dört bir yanındaki ortaklarımızı dahil etme hedeflerimizi genişletiyoruz. ■

Ödeme sistemlerinde sürdürülebilir büyüme vizyonu

GELECEĞE HAZIRLIK Ödeme sistemleri sektörünün lider oyuncusu olarak, geleceğimizi değiştirecek teknolojiler yaratmak ana hedeflerimizden biri. Bu noktada sektörde fark yaratacak öncü projelerle insana, topluma, çevreye, kısacası var oluşumuzu tamamlayan her noktaya yönelik çalışmalarımızı sürdüreceğiz. Ekip arkadaşlarımızın sınırları zorlayarak ve yeni olasılıkları hayal edip iyilik için öncü olmalarını arzu ediyoruz. Şirket içinde yaratılan olumlu yapılar su damlası gibi yayılarak toplumun daha büyük kesimlerini etkisi altına alacak.

SOSYAL ETKİ Çalışanlarımızın uzmanlığını araştırmalarla destekleyerek ticari olarak sürdürülebilir bir sosyal etki yaratıyoruz. Odak noktamız, finansal güvenliği ulaşmak için insanları ve işletmeleri birbirine bağlamak, çalışanlara hızla değişen ortamda gelişmeleri için ihtiyaç duydukları araçları temin etmek, ekonomik kalkınmanın kapsayıcı olmasını sağlamak ve sosyal etki için veri bilimi alanını oluşturmaktır. Bunun üzerine çalışırken aynı zamanda ‘El Ele Destek Hareketi’ gibi projelerin etki alanını genişleteceğiz ve bu tarz daha fazla projeye aracılık edeceğiz.

BİZ STRATEJİSİ Mastercard olarak bulunduğumuz her ülkede “ben” olmaktan ziyade “biz” olmanın önemine odaklanıyoruz. Geliştirdiğimiz her proje toplumun, bireylerin dolayısıyla hizmet verdiğimiz ödeme sistemleri alanının sürdürülebilir hale gelerek daha yaşanabilir bir dünya yaratabilmemizin önünü açıyor. Yılmadan ve usanmadan daha yaşanabilir bir dünya için çalışmaya devam edeceğiz.



YAŞAMLARI İYİLEŞTİRMEK İÇİN ÇALIŞIYORUZ

P&G olarak insanı veya çevreyi olumsuz etkileyen sorunlara şirketlerin tepkisiz kalamayacağına, markaların da kurumsal vatandaş olarak sorumlulukları olduğuna inanıyoruz. Bu bakış açısıyla ve dünyada olumlu anlamda fark yaratmak amacıyla kendimizi dünyada iyiliği ve gelişimin gücü olarak konumlandırıyor, ürünlerimiz ve topluma katkı projelerimizle içerisinde bulunduğumuz ülkeye değer katmak ve vatandaşlara umut aşlamak için çalışıyoruz.

Bu vizyon ışığında ülkemizde COVID-19 vakasının görülmesiyle yaşamları olumsuz etkilenen vatandaşlarımızın yarınlarına umut olmak amacıyla "Aynı Çatı Altında, Umutla Yarına" projemizi başlattık ve 50 bin aileye temel hijyen, sağlık ve kişisel bakım ürünlerimizden oluşan Umut 2020 Hijyen Paketlerimizden ulaştırdık. P&G olarak iyilikle güçlenebileceğimiz yarınlara doğru "Aynı Çatı Altında, Umutla Yarına" demeye devam edeceğiz.



Yaz Aylarında Yaşanan Yangın Felaketine Ürün Yardımı



Fairy ile Ramazan Bağışı



Batı Karadeniz'de Yaşanan Sel Felaketine Ürün Yardımı



Binlerce Aileye Hijyen Paketi Desteği



Prima ve İhtiyaç Haritası Ortaklığında Bebek Bezi Bağışı



Binlerce Aileye Market Çeki



QR Kod aracılığıyla, tüm kurumsal vatandaşlık çalışmalarımız hakkında detaylı bilgi alabilirsiniz.

“KARBON EMİSYONUNU SIFIRA İNDİRECEĞİZ”

Yorglass CEO'su Semavi Yorgancılar, “daha iyi bir dünya” için çalıştıklarını söylüyor. Bu yolda sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirdiklerini paylaşıyor. Yeni dönemde “enerji verimliliği, karbon ayak izi ölçümlenmeleri ve döngüsel ekonomiye odaklanacaklarını belirtiyor ve ekliyor: “Amacımız, paydaşlarımızla birlikte karbon emisyonun sıfırlanması hedefine ulaşmak.”

Enerji verimliliği projeleri, karbon-su-ayak izi ölçümlenmeleri ve döngüsel ekonomi çalışmaları gibi önemli konulara çok dikkat ediyoruz.

Bu doğrultuda fabrikalarımızın çatılarından enerji üretme ile ilgili fizibilite çalışmalarımızı tamamladık. 2022 itibarıyla çevre dostu enerji üretimi anlayışımızı yaygınlaştırmış olacağız. Dünyadaki en iyi uygulamaları öğrenmek ve kendi süreçlerimizde uygulamak amacı ile UN Global Compact kapsamında İklim Hedeflerini Hızlandırma çalışma grubunun içinde rol alıyoruz. Amacımız, paydaşlarımızla birlikte karbon emisyonun sıfırlanması hedefine ulaşmak.

Daha iyi bir dünya için tutkuyla büyüyen endüstriyel cam işleme lideri olma vizyonu ile çalışmalarımızı hayata geçiriyoruz. Pandemi döneminde Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu listesinde ve Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin ilk 500'ünde konumlandık. Faaliyetlerimizde hız

kesmedik. Yeni yatırımlarda bulunduk; Çerkezköy tesisimizi faaliyete geçirdik. Çalışan sayımızı da iki katına çıkardık. Üretime altı tesisimizde başarıyla devam ettik. Ülkemizdeki pazar payımız yüzde 50,

Avrupa'daki pazar payımız yüzde 25 seviyesine ulaştı.

Ürünlerimizi altı kıtada, sayısı 60'a yakın ülkeye ulaştırırken, 'İş ortaklarımızın tutkulu ve yenilikçi ortaklarıyız' görüşümüzden hareketle faaliyetlerimizi gerçekleştiriyor, paydaşlarımızın yanındaki etkin güç oluyoruz. Bunun en önemli göstergesi de değerli iş ortağımız Bosch Grubu tarafından Yılın Global Tedarikçisi seçilmemiz oldu. BSH'nin bu yıl 17'ncisini düzenlediği Bosch Global Tedarikçi Ödülleri kapsamında, 23 bin tedarikçi arasından seçilen 46 tedarikçiden biri olarak Direkt Malzeme Satın Alma - Tüketim Malları kategorisinde ödüle değer görüldük. Ödül töreni de Çerkezköy işletmemizde gerçekleştirildi.



“Sosyal etki stratejimizin özünde eşitlik var”

Sosyal etki çalışmalarını kurum kültürümüzün bir parçası olarak görerek vizyonumuzla ilişkilendiriyoruz. İş birlikleri geliştiriyor, uluslararası sözleşmelere imza atıyor ve tüm bunları iş hayatımızda uyguluyoruz.

Sosyal etki stratejimizi işte ‘eşitlik’ anlayışımız üzerine inşa ediyoruz. UN Global Compact kapsamında Kadının Güçlendirilmesi Prensiplerini imzaladık. Şirket içinde gerçekleştireceğimiz çeşitli projelerle bu prensipleri Yorglass ailesindeki her bireyin aynı ölçüde benimsemesini sağlamayı görev ediniyoruz.



SÜRDÜRÜLEBİLİR GELECEK İÇİN

Yorglass olarak kurum içi ve dışı tüm faaliyetlerimizi sürdürülebilirlik çerçevesinde kurguluyoruz, çünkü iyi ve güzel bir geleceğin yalnızca sürdürülebilirlik ekseninde gelişeceğini biliyoruz. Bu doğrultuda üretim aşamasından iş süreçlerimize kadar çevre dostu uygulamaları tercih ediyoruz. Sürdürülebilir bir geleceği garanti altına almak adına ortaya koyduğumuz çalışmalardan gurur duyuyoruz.

TAİDER tarafından aile şirketlerinde sürdürülebilirlik bilincinin gelişmesini desteklemek amacıyla hayata geçirilen “Kuzey Yıldızı: Aile Şirketlerinde Sürdürülebilirlik Projesi” kapsamında 2018’de verilen Kuzey Yıldızı Ödülleri’nde, Yönetişim, Gelecek Nesiller, Çevre, Çalışan ve Toplum başlıkları altında değerlendirilen lider firmalar arasında Büyük Ölçekli İşletmeler kategorisinde Sürdürülebilirlik Ödülü’ne değer görüldük.

Kısa zaman önce de Yönetim Kurulu Başkan Yardımcımız Gülfem Yorgancılar Perçin, TAİDER Sürdürülebilirlik ve Sos-

yal Sorumluluk Komitesi Eş Başkanı olarak atandı. Bu yeni görev vesilesiyle Yorglass olarak önümüzdeki dönemde sürdürülebilirlik çalışmalarına yönelik büyük değer yaratacağımızı düşünüyoruz.

Vizyonumuz ve çevre politikamızın sürekliliğini sağlamak amacı ile ISO 27001 ve 9001 sertifikalarını aldık. ISO 50001, 14001, 45001 ve 14064 sertifikalarının süreçleri ise devam ediyor. Enerji verimliliği, atık yönetimi, geri dönüşüm çalışmaları konularında sürekli geliştirme çalışmaları yapıyoruz. Bu sayede de çevresel etkimizi her geçen gün daha da iyileştiriyoruz.

Çalışanlarımıza bu bilinci yansıtmak için tüm işletmelerimizde aynı anda bir Fikir Kampanyası başlattık. Çalışanlarımızdan sorumlu oldukları süreçlere çevre ve enerji odağında bakmalarını istedik. İşletmelerimizde karton sandık yerine geri dönüşümlü metal sandık kullanarak kaynak tasarrufu sağladık. Eskişehir işletmemizde de hayata geçirdiğimiz Kesik Kanallı Cam isimli projemiz ile plastik kullanımını azalttık. Ürünümüzün





“SEKTÖRÜMÜZDE UN GLOBAL COMPACT’E ÜYE OLAN TEK ŞİRKETİZ. BU ÖNEMLİ DEĞERİ VE ATILIMI YALNIZCA ÇALIŞANLARIMIZA DEĞİL, ORTAKLARIMIZA DA ANLATIYOR, HER AÇIDAN VERİMLİ BİR YIL GEÇİRİYORUZ. BÜYÜRKEN GELECEĞİ ŞEKİLLENDİRİYORUZ.”

yaygınlaştırılmasını sağlayarak bu etkiyi artırmayı planlıyoruz. Tüm bunların yanı sıra su ve enerji tüketimimizi izlemek ve çalışanlarımızla iletişimimizi sağlamak için yakın zamanda bir program devreye alacağız.

SOSYAL SORUMLULUK VİZYONU

Bizim en temel kurumsal sosyal sorumluluk çalışmamız, Yorglass Barış Çocuk Senfoni Orkestrası. Dünyaca ünlü sanatçılarla aynı sahneyi paylaşan orkestramız, sosyal sorumluluk anlayışımızı yansıtıyor. Orkestranın üyeleri İzmir’in Kadifekale, İkiçeşmelik, Agora, Eşrefpaşa bölgesinde sosyo-ekonomik açıdan imkânları kısıtlı ailelilerin çocuklarından oluşuyor. Çocuklara karşılıksız olarak müzik eğitimi vermek ve barışın sesini müzik ile duyurmak amacıyla kurulan orkestranın bağlı olduğu Yorglass Barış Çocuk Orkestrası Koruma ve Geliştirme Derneği’nin Başkanı, Yorglass Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Gülfem Yorgancılar Perçin. Orkestranın oluşumunda, Venezuela’da Jose Antonio Abreu tarafından kurulan, suç oranının çok yüksek olduğu bölgedeki çocukları klasik müzik eğitimi ile sokaktan koruyarak top-

luma kazandırdığı El Sistema modeli benimsendi. Orkestramız, 2017’de 45 çocuk ile çıkılan sanat yolculuğunda 120 çocuğa ulaştı.

YENİ DÖNEM VİZYONU

Sosyal etki yaratılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasının, içeriden dışarıya doğru gerçekleştiği düşüncesini kılavuz edinerek MING isimli oyunlaştırma tabanlı bir uygulama kullanıyoruz. Yeni nesil sosyal platform MING’i işletmelerimizdeki enerji verimliliğini ölçümlenebilmek ve bunu çalışanlarımızın da daha çok benimsemesini sağlamak amacıyla tercih ediyoruz. Böylece kaynaklarımızın daha verimli kullanılması ve karbon emisyonunun azaltılmasına yönelik çalışmalarımız hızlanıyor. Bu uygulama aynı zamanda günlük yaptığımız işleri daha keyifli hale getiriyor. Çalışan-yönetici iletişimimizi güçlendiriyor ve şirket içinde yapılan çalışmalardan herkesin haberdar olmasını sağlıyor. Çevresel sosyal etki faaliyetlerimizin yanında eşit dünya, eşit haklar görüşümüzü yansıtan kurumsal sosyal sorumluluk çalışmamız olan Yorglass Barış Çocuk Senfoni Orkestrası’nda eğitim gören çocuklarımızın sayısını binlere ulaştırmayı amaçlıyoruz. ■

Doğrusu CarrefourSA'da, Doğruca CarrefourSA'ya!

Doğru ürün, doğru koşullarda üretilir,
uzmanların denetiminden geçirilir.

Doğru üretici, dünyayı da düşünür,
kaliteden taviz vermeden, sürdürülebilirlik için çalışır.

Doğru hizmet, güler yüzlüdür, müşteri memnuniyeti için
uyum içerisinde çalışmaktadır.

Doğru fiyat, kaliteli ürünlere herkesin ulaşabilmesini sağlar,
doğru beslenmeyi herkes için mümkün kılar.

**Doğru ürün, doğru üretici, doğru hizmet,
doğru fiyatlarla buluşunca;
Doğrusu CarrefourSA'da, Doğruca CarrefourSA'ya!**



Qr kodu okutarak reklam
filmimizi izleyebilirsiniz.

“SÜRDÜRÜLEBİLİR DEĞER İÇİN ÇALIŞIYORUZ”

Edenred Türkiye CEO’su Selçuk Boztepe, sektörde hem dünyada hem de Türkiye’de pazar lideri olduklarını söylüyor. Pazardaki güçlerini korurken, topluma katkı sağlamaya devam edeceklerini belirtiyor ve ekliyor: “Önümüzdeki dönemde de beş temel değerimiz olan Müşteri Tutkusunu, Saygı, Hayal Gücü, Sadelik ve Girişimci Ruh’a bağlı kalarak sosyal etki yaratan bir şirket olma hedefimizle yola devam edeceğiz.”

Ön ödemeli kurumsal hizmetler alanında faaliyet gösteren Edenred olarak dünyada yemek kartı sektörünü inşa eden şirketiz. Türkiye’yi de yemek kartı sistemiyle ilk kez tanıştıran pazar lideri şirket olarak, bugün ülkemizde 25 bini aşkın kurumsal müşterimizin 1,5 milyonu aşkın kart sahibine 45 bin üye restoran ve kafede, binlerce akaryakıt istasyonunda hizmet veriyoruz. Şirketlere verimli bir kurumsal gider yönetimi sağlıyoruz. “İş hayatınızın her gününde yanınızdayız” mottomuz çerçevesinde şirketlere gider yönetimi konusunda hem vakitten hem de nakitten tasarruf etmelerini sağlayarak işlerine değer katıyoruz.

Örneğin; şirketlere Ticket Restaurant Yemek Kartı ile öğle yemeği harcamalarında vergi istisnası sağlayıp çalışan bağlılığına da olumlu katkı yaparak verimliliklerini artırıyoruz. Ticket Car Akaryakıt Çözümlerimiz sayesinde akaryakıt alımlarında özel indirim ve kontrollü harcama fırsatı sunarak tasarruf ettiriyoruz. Bir diğer ürünümüz Ticket Compliments Hediye Çekleri ile ise teşvik ve ödüllendirme amaçlı, çalışanlara, iş ortaklarına, bayilere verilen hediye ya da aynı yardımlardaki süreçleri kolaylaştırarak operasyonel yükü hafifletiyoruz.

DİJİTALLEŞME ARTIK BAŞROLDE

Son bir yıldır dijitalleşmenin başrolde olduğu günlerden geçiyoruz. Pek çok kişi evlerinden çalışmaya, uzaktan bağlantılarla toplantılar yapmaya, paket servislerden yemek siparişi verip temassız ödemeye devam ediyor. Değişen ve dijitalleşen bu yaşam koşullarında kullanıcılarımızın bizden beklentisi de ağırlıklı olarak dijitalleşme yönünde oluyor. Bu kapsamda son bir yılda dijitalleşme ve inovasyon çalışmalarımıza hız kesmeden devam ettik.

Geçtiğimiz aylarda ise yemek kartı ile ödeme sektöründe bir ilk olarak Android tabanlı ödeme terminallerini hayata geçirdik. Android POS cihazlarımız sayesinde üye restoranlarımız hem yazar kasa hem de ayrı bir ödeme kaydedici cihaz alma masrafından kurtulmuş oldu. Tek bir cihaz ile yeni nesil tüm ödeme seçeneklerine cevap verebilir hale geldi.

Yine bu yıl içerisinde Mopaş süpermarket zincirinde başlattığımız online alışveriş hizmetimizle de Ticket Restaurant Yemek Kartlarının internet üzerinden yapılacak alışverişlerde de kullanılabilmesine imkân tanıdık. Tüm bu çözümlerimiz pandemi döneminde



temassız ve hijyenik olma özellikleri nedeniyle sıklıkla tercih edildi.

YEMEK KARTI SEKTÖRÜNDE LİDERİZ

İş ortaklarımız üzerinde yarattığımız etkiyi ölçebilmek bizim için çok önemli. Bu anlamda müşterilerimiz, üyelerimiz ve son kullanıcılarımızın memnuniyetini ölçmeyi akabinde müşteri deneyimini iyileştirme konusunda aksiyon planları oluşturmayı hedefleyen 'Passion for Customers' projesini hayata geçirdik. Bu projede, tüm hedef kitlelerimize düzenli olarak 'NPS (Net Promoter Score = Net Tavsiye Skoru)' anketini ileterek şirketimizin iş ortaklarımız üzerindeki algısını ve onların ürünlerimizi tavsiye etme oranını ölçümlüyoruz.

Anket sonuçlarında bir memnuniyetsizliği olduğunı anladığımız müşterilerimize, üyelerimize ve kullanıcılarımıza ben dahil olmak üzere tüm üst yönetim ekibimiz ve her kademedeki arkadaşlarımızla geri aramalar yapıyoruz. Memnuniyetsizliklerinin nedenini dikkatle dinleyip bu yorumlar ışığında yeni yol haritaları belirliyoruz.

Ipsos'un 2019 yılında gerçekleştirdiği 'Yemek Kartı Penetrasyonu ve Pazar Payı' araştırmasına göre, Ticket Restaurant Edenred olarak Türkiye'de yemek kartı pazarında lideriz. KOBİ'ler ve büyük ölçekli şirketlerin bir numaralı çözüm ortağıyız. Şirketlerin ve kurumların bir numaralı çözüm ortağı olarak pazar lideri konumumuzu sürdürmekten gurur duyuyoruz.

DAHA İYİ BİR DÜNYA İÇİN!

Edenred'in iş dünyasını herkes için daha iyi bir yer haline getirme misyonu kapsamında kurum kültürümüzde, dayanışma ve gönüllülük üst düzey bir öneme sahip. Grubumuzun "İdeal İnsan, İdeal Dünya ve İdeal Gelişim" felsefesi üzerine hayata geçirdiği kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin çok önemli bir ayağını da çalışanlarımız oluşturuyor. Bu sebeple hayata geçirdiğimiz sosyal sorumluluk projelerine çalışanlarımızın her zaman gönüllü olarak yer almalarına oldukça önem veriyor ve onları teşvik ediyoruz.

Edenred'in dünya çapında dayanışma ve yerel toplulukları destekleme eylemleri günün bir günü olarak ilan ettiği bir gün var: "Idealday", yani bizim için ideal gün. Bu kapsamda, şirketimizin faaliyet gösterdiği tüm ülkelerdeki Edenred çalışanları gönüllü olarak, bir iş gününü birbirinden değerli ve anlamlı sosyal sorumluluk projelerine ayırıyor.

Bu yıl beşincisini gerçekleştirdiğimiz Idealday 2021

de binlerce Edenred çalışanının eş zamanlı olarak katılımıyla gerçekleşti. Edenred Türkiye ekibi olarak ise biz bu sene Gülmek İyileştirir Derneği iş birliği ile ciddi hastalıklarla savaşan çocukların yüzlerini biraz olsun gülümsetmek için masal okuduk. Bunun yanı sıra yeni eğitim öğretim yılında öğrencilerin pırıl pırıl bir okula dönmesi için Sultangazi Yayla Anaokulu'nu boyadık. Ayrıca Help Steps uygulaması üzerinden attığımız adımları Türk Eğitim Derneği'nin başarılı ancak maddi olanakları yetersiz çocukların eğitimlerine devam edebilmesi amacıyla kurduğu fona bağış olarak aktardık.

İdealday'e ek olarak tüm dünyadan Edenred çalışanlarının iyi bir amaç için koşmasını, yürümesini, bisiklet sürmesini veya yüzmesini teşvik eden "Edenraid" etkinliğimiz kapsamında, sosyal sorumluluk projelerine imza atan kuruluşlarla ortak çalışmalar gerçekleştirerek onlara destek oluyoruz.

Bu yıl da Edenraid kapsamında Covid-19'a karşı faaliyetlerinde Sınır Tanımayan Doktorlar'a destek olmak için tam 1 milyon kilometre hedefiyle yola çıkıyoruz. Edenred çalışanları olarak 15 Eylül- 14 Kasım tarihleri arasında 40 bin Euro bağış toplamak için 1 milyon km yürüyecek, koşacak ve bisiklete bineceğiz.

DOĞA DOSTU DİJİTAL ÇÖZÜMLER HAYATA GEÇİRİYORUZ

Artan nüfus, büyüyen şehirler ve sanayileşme dünya kaynaklarının hızla tükenmesine neden oluyor. Edenred Türkiye olarak biz sürdürülebilir bir dünya için de teknolojinin gücünden yararlanıyor; doğaya dost dijital çözümlerimizle karbon ayak izini, kaynak tüketimini ve atık üretimini azaltarak faaliyetlerimizi daha çevre dostu bir şekilde gerçekleştirmek için çalışıyoruz. Dijital ürün ve çözümlerimizde doğaya olabildiğince az ayak izi bırakıyoruz. Bu kapsamda ilk olarak yemek kuponlarını içerisine bakiye yüklenebilen ve ömür boyu kullanılabilen Ticket Restaurant Yemek Kartlarına dönüştürdük. Bu sayede kâğıt tüketimini büyük oranda azaltmıştık. Ardından 2020'nin 3. çeyreğinde kupon üretimini tamamen sonlandırdık.

Ticket Restaurant Yemek Kartımıza 2019 yılında QR kod ile ödeme özelliği ekleyerek kartlara olan bağımlılığı da ortadan kaldırdık. Pandemi döneminin hemen başında sektörde bir ilke imza attığımız NFC teknolojili EdenredPay dijital ödeme çözümümüzü kullanıcılarımızla buluşturduk. Bu sayede mobil temassız ödeme hızı ve pratikliğini bir adım öteye taşıdık.



“Ekosistemle ortak projeler yürütüyoruz”

RESTORANLARA ÖZEL Sosyal yardımlar dışında kendi ekosistemimizde de projeler gerçekleştiriyoruz. Pandemi boyunca alınan tedbirler nedeniyle aylarca kapalı kalan, yalnızca paket servis ve gel al siparişlerle ayakta kalmaya çalışan restoranlar en çok zorlanan meslek gruplarından biri oldu. Biz de bu şartları hafifletmek amacıyla pandemi dönemine özel olarak hayata geçirdiğimiz “More Than Ever” (Her Zamankinden Daha Fazla) isimli yardım fonumuz ile küçük işletmelerin yanında olmak istedik. Fon aracılığıyla şimdiye kadar 3 kıtada 70 girişimi destekledik. Ülkemizde de 400 restorana içerisinde Android yazılım bulunan, yeni nesil POS cihazları hediye ettik. Android POS’lar sayesinde bu restoranların tek bir cihaz ile müşterilerinden aldıkları mobil temassız ödeme talebi başta olmak üzere yeni nesil tüm ödeme seçeneklerine cevap verebilir hale gelmesini, teknolojinin yardımıyla işletmelerin rakipleri arasından sıyrılmalarına ve müşterileri tarafından tercih sebebi olmalarına katkıda bulunabilmeyi hedefledik.

Bu çözümlerimiz öncesinde kullanıcılarımız kartlarını sıklıkla kaybediyor; kayıp kartlar yoğun yeni kart basımını ve plastik kullanımını beraberinde getiriyordu.

Biz hayata geçirdiğimiz bu mobil ödeme çözümleriyle kartları cep telefonlarına taşımaya başladık. Bu sayede de plastik kullanımının önüne geçtik. Fiziksel kartlara bir alternatif olarak hayata geçirdiğimiz Dijital Kart ile plastik ayak izimizi daha da azalttık, plastik atık kaynaklı oluşan zararı önlemeye çalıştık.

Önümüzdeki dönemde hala klasik kart talep edecek müşterilerimiz için de bir çözüm ürettik. 2022 yılında talep edilen tüm kartları çevre dostu olacak şekilde üretmek için tüm hazırlıklarımızı tamamladık. Ticket Restaurant Yemek Kartlarımız artık tamamen geri dönüştürülebilir malzemeden yapılacak. Ticket Compliments hediye çeklerimizi ise geri dönüşümlü kağıttan basmaya devam edeceğiz.

DAİMA, DAHA İYİSİ İÇİN

Bugün hem dünyada hem de Türkiye’de lider konumdayız. Önümüzdeki dönemde de beş temel değerimiz olan Müşteri Tutkusu, Saygı, Hayal Gücü, Sadelik ve Girişimci Ruh’a bağlı kalarak yemek kartı pazarındaki liderliğimizi sürdürmek sosyal etki yaratan bir şirket olma yolunda bizim en öncelikli hedefimiz. Bu anlamda mükemmeliyetçi hizmet anlayışımızda çıtayı hep bir üst seviyeye taşımak

için durmaksızın çalışıyoruz. “Bağları zenginleştirerek güçlendiriyoruz. Daima, daha iyisi için” olarak tanımladığımız var oluş amacımızla grubun stratejik kararlarına ilham olmayı ve “İdeal” kurumsal sosyal sorumluluk politikaları ile organizasyona anlam katarak tüm ekipleri birleştirmeyi hedefliyoruz.

NASIL ETKİ YARATIYORUZ?

Edenred’in misyonu 1962 yılında kuruluşundan bu yana iş dünyasını herkes için daha iyi bir yer haline getirmek oldu. “Bağları zenginleştirerek güçlendiriyoruz. Daima, daha iyisi için” olarak tanımladığımız var oluş amacımızla da tüm paydaşlarımız için sürdürülebilir değer yaratma sözümüzü bir kez daha taahhüt ediyoruz.

Tüm faaliyetlerimizde ve çözümlerimizde yerel ekonomiyi desteklerken ihtiyaç sahiplerini ve çevreyi korumayı da ihmal etmiyor; birçok bağın geçici olduğu bir dünyada sağlam, kalıcı ve güvene dayalı ilişkiler kurmak için var gücüyle çalışıyoruz. ■



“2022 YILINDA AYRICA SERA GAZI EMİSYONUNU 2013 YILINA ORANLA YÜZDE 26 ORANINDA AZALTMAYI, SUNDUĞUMUZ ÇEVRE DOSTU HİZMETLERİ YÜZDE 20 ORANINDA ARTIRMAYI, EKOLOJİK OLARAK TASARLANMIŞ VEYA GERİ DÖNÜŞTÜRÜLMÜŞ ÇÖZÜMLERİ İSE YÜZDE 35 ORANINDA YAYGINLAŞTIRMAYI HEDEFLİYORUZ.”

SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR GELECEK HEDEFİYLE
ENERJİ ÜRETİYORUZ



Türkiye’de GRI “Standards” kapsamında
sürdürülebilirlik raporu yayınlayan ilk enerji şirketiyiz.

“BÜYÜK ETKİYİ AMAÇLIYORUZ”

80

ZER AŞ Genel Müdürü Mehmet Apak, alanının en büyük şirketlerinden birini yönettiklerini, bunu da “güvene dayalı” yürüttüklerini söylüyor. Müşterilerini ve tedarikçilerini odaklarına aldıklarını, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk çalışmalarını birlikte yürüttüklerini belirtiyor. Apak, “Katkı yaratabileceğimiz her alanı özenle değerlendiriyor ve iş birliği yapabileceğimiz bir yol seçerek, daha büyük etki yaratmayı hedefliyoruz” diye konuşuyor.

Satın alma ve tedarik zinciri yönetimi alanında Türkiye'nin ilk ve en büyük şirketi konumundayız. Sektörel uzmanlıklarımız, güvene dayalı iş modelimiz ve güçlü ekosistemimiz ile müşterilerimize; satın alma faaliyetlerinde ve tedarik zinciri yönetiminde maliyet tasarrufu, etkin kaynak kullanımı ve süreçlerde verimlilik sağlayan hizmetler sunuyoruz.

Güçlü ekosistemimiz içinde yer alan tedarikçilerimize farklı alıcılara ulaşma imkanı sunarken, kriz dönemlerinde finansman desteği ve ödeme garantisi başta olmak üzere maksimum ölçüde katkı sağlayarak farkımızı ortaya koyuyor, güvenli liman işlevi görüyoruz.

Son bir yıl iş dünyasının bütününde olduğu gibi bizim için de kriz yönetim planlarını yoğun olarak uyguladığımız bir dönem olarak geçti. Kuvvetli finansal yapımız, yaygın tedarikçi ağıımız ile müşterilerimize tüm ihtiyaç alanlarında eksiksiz ve kesintisiz hizmet sağlamanın, böylesine zor ve sıra dışı bir dönemde tüm paydaşlarımıza desteğimizi sürdürmenin gururunu yaşadık.

Pandemi iş dünyası için beklenmedik, yeni ve zorlayıcı şartlarla birlikte geldi. Biz Zer olarak bu dönemde, yaptığımız işin değerinin daha çok anlaşıldığını gördük. Güvene dayalı, şeffaf iş birlikteliklerimizden aldığımız güçle zor şartlarda ekosistemimizi ayakta tutmaya hatta güçlendirmeye devam ettik. Sadece müşterilerimize sağladığımız fayda değil, tüm paydaşlarımız için üstlendiğimiz rolün değeri bu dönemde daha da arttı.

Son 1 yılda öncelikle stratejik olarak daha önceden belirlemiş olduğumuz, Koç Topluluğu dışından daha fazla müşteriye hizmet verme hedefinde önemli yol kat ettik. Dijital platformlarımızın altyapısını daha da kuvvetlendirdik, sektöre yeni dijital çözümler sunmayı başardık. Kurumsal e-ticaret platformumuz ZerOnline'ı devreye aldık, diğer yandan yurt dışında Türk firmalarının ürünlerinin güvenilir alıcılara buluşmasına aracılık ettik. Yurt dışı iş geliştirme birimimizi bu dönemde kurduk; halen de iş ortaklarımız için hem satış hem tedarik fırsatlarını araştırmaya devam ediyoruz. Gıdadan teknolojik araçlara kadar birçok ürünle ilgili yurtdışından gelen talepleri topluyor, Türkiye'deki tedarikçilerimize önemli fırsat kapıları aralıyoruz.

Promena, ZerOnline gibi yazılımı tamamen Zer'e ait platformlarda paydaşlarımız güven içinde işlerini yürütebiliyor. Bu tarz platformların sayısını artırmak ve güçlendirmek önümüzdeki dönemde öncelikli hedeflerimiz arasında yer alıyor. Öte yandan müşteri ilişkilerimizi her geçen gün daha iyiye taşımak için çalışıyor, farklı araştırmalar ve analizler ile müşteri ve tedarikçilerimizi dinliyoruz.

ZER'İN ETKİ STRATEJİSİ

Koç Topluluğu, Zer'in sahiplendiği gelecek vizyonda daima en kuvvetli rehberimiz. Topluluğumuzun iş, insan, toplum ve dünyamız olmak üzere dört ana kulvarda gelişim için belirlediği “Geleceğe. Birlikte”



"Sonuçları yakından takip ediyoruz"

GERİ BİLDİRİME AÇIK Yarattığımız çok boyutlu etkiyi her bir projemizde ayrı ayrı takip edip değerlendiriyoruz, ayrıca gerçekleştirdiğimiz araştırmalarda müşteri ve tedarikçilerimizin geri bildirimleri ile ölçüyoruz. Uluslararası değerlendirmelerde bağımsız jürilerin yorumlarına kadar bizle ilgili her türlü geri bildirimini detaylıca inceliyor ve gerekli aksiyonları alıyoruz.

ETKİYE TAKİP Ayrıca Hayalimiz Benzer İş Birliği Programı'nda oluşturduğumuz proje takip mekanizması ile programa dahil olan projelerin yarattığı etkiyi takip ederek, belirli performans ölçütleri üzerinden etkilerini izliyoruz. Bu takip mekanizması bağımsız seçici kurulun belirlediği fikir ve uygulama projelerinin 1 yıl boyunca Zer elçileri tarafından izlenmesi ile oluşuyor.

ELÇİLER İŞ BAŞINDA Her proje için ilgili Zer elçimiz, şirket elçisi ile birebirde görüşerek danışmanlarımızın da desteğiyle başarı kriterlerini, etki alanlarını belirliyor ve düzenli takip yapıyor. Bir yılın sonunda bu kriterleri başarıyla tamamlayarak gelişme kaydeden projeler ödüllendiriliyor. Bu sayede oluşturulan fikirlerin hayata geçmesi için teşvik sağlanmış ve oluşan etki kayıt altına alınmış oluyor.

YENİ PROJELER YOLDA Zer'in iş ortakları ve tedarikçileriyle yarattığı geniş ekosistemin etkisinin artık ölçülebilir ve bundan sonrası için geliştirilebilir bir noktaya geldiğine inanıyoruz. Hedefimiz, Hayalimiz Benzer'i de içine alacak kapsamlı bir etki araştırması gerçekleştirmek. Eksik alanlarımızı görmek, odaklanabileceğimiz, en çok etkiye imkan veren alanlarımızı ve yönlerimizi keşfetmek istiyoruz. Yeni projeleri hayata geçirmeden etki dayanağını, ihtiyacı görerek harekete geçmeyi hedefliyoruz.

yaklaşımı Zer'in de odak alanlarına ve sosyal etki yaklaşımına yön veriyor.

Zer olarak iş, insan, toplum ve dünyamız için yaptığımız ve yapacağımız her şeyi ekosistem kurgusu üzerinden düşünüyor ve uyguluyoruz. Etki yaratabileceğimiz en önemli alanın öncelikle kendi ekosistemlerimiz olması gerektiğini düşünüyoruz ve güçlü ekosistemler yaratmayı bu nedenle çok önemsiyoruz. Yüzlerce müşterimize 130'u aşkın kategoride, 20 bini aşkın tedarikçimizle çalışarak hizmet veriyoruz, 1 milyar doları aşan satın alma hacmini yönetiyoruz.

Müşterilerimiz için maliyet tasarrufu, iş süreçlerinde ve kaynak yönetiminde verimlilik sağlayarak sürdürülebilir, kârlı büyümeye hizmet ediyoruz. Tedarikçilerimiz için iş yaratan, yeri geldiğinde yol gösteren, işin en iyi şekilde yapılması için destek olan, en zor ekonomik şartlarda dahi güvenli liman işlevi görerek istihdam ve iş sürekliliği sağlayan bir şirketiz. Ekosistemimiz için yarattığımız bu faydalar sayesinde Zer için de sürdürülebilir ve kârlı büyüme hedefine ulaşabiliyoruz.

Etki stratejimizin ikinci boyutunda insan, yani çalışma arkadaşlarımız yer alıyor. Zer'in farkı, uzman ve yetkin insan kaynağında saklı. Zer'in en büyük sermayesi de çalışanları. Yetkin insan kaynağı oluşturmayı, sıfırdan yetiştirmeyi, sektöre gerçek profesyonelleri kazandırmayı işimiz için yaratabileceğimiz en yüksek etki olarak değerlendiriyoruz. Çalışanlarımıza ihtiyaç duyacakları becerileri kazandırmayı, kapsayıcı bir iş yeri olmayı bu sayede bağlılığı daima artırmayı hedefliyoruz. Kadro, unvan fark etmeksizin tüm

çalışma arkadaşlarımızı kapsayacak şekilde dünyanın saygın kurumlarından eğitim imkânı sağlıyoruz. Çalışanlarımıza sadece sektörel değil evrensel değerler, etik kurallar, dil eğitimleri, zaman ve ekip yönetimi, takım çalışması, çeviklik ve inovasyon konularında da eğitim imkanı sağlıyoruz.

TOPLUMA KATKI PEŞİNDEYİZ

Ekosistemimizi sürdürülebilir şekilde büyütürken toplumumuzun refahını da göz ardı etmiyoruz. Büyük resmin bir parçası olduğumuzu unutmadan, katkı yaratabileceğimiz her alanı özenle değerlendiriyor ve tek başımıza katkı değil, iş birliği yapabileceğimiz bir yol seçerek, daha büyük etki yaratmayı hedefliyoruz. Örnek verecek olursam, Zer süreç yönetiminde mümkün olan tüm operasyonlarını robotlar ile takip eden bir yapı. Robotik süreç otomasyonunda edindiğimiz deneyimi paylaşmak için liselere robotik süreç otomasyonu eğitimlerini başlattık. Bu eğitimleri Zer olarak düzenlemek yerine Koç Topluluğu'nda dijital dönüşüm ve yapay zeka çalışmalarında uzmanlaşmış KoçDigital ile iş birliği yaptık. Birlikte yapay zeka ve robotik süreç otomasyonu eğitimlerini yeni nesille paylaştık, gençlerin iş hayatına girmeden robotlarla tanışmalarına vesile olduk. Gelecek dönemde yeni paydaşlar ile eğitimlerimizin içeriğini geliştirmeyi hedefliyoruz.

Zer'in merkezinde yer aldığı bu ekosistem, iş birlikteliği ve güvene dayalı iş yapma anlayışımızla her gün daha da genişliyor, büyüyor. Olumlu yönde etkilebildiğimiz her bir paydaşımızın buldukları farklı ekosistemlerde de pozitif etki yaratacağını ve böylece

kitlesel bir fayda döngüsüne daha fazla katkı sunabileceğimize inanıyoruz. İş yaptığımız her bir paydaşımızı sadece ticari bir ilişkinin tarafı olarak görmüyoruz. İş yapış biçimimizle, işe yaklaşımımızla, oluşturduğumuz şartname veya imza attığımız sözleşmeyle topluma birlikte daha fazla fayda sunabileceğimiz iş ortaklarımız olarak tanımlıyoruz. “Ben demeden biz diyerek” iş yapma, ortak geleceğimiz üzerine düşünebilme ve aksiyon alabilme çabamızla yarattığımız sosyal etkinin değerini artırmak en önemli hedefimiz.

Dünya Ekonomik Forumu, Birleşmiş Milletler gibi uluslararası pek çok örgütün son dönem raporlarında daha iyi ve sürdürülebilir bir gelecek tarifine ulaşmak için iş dünyasına büyük sorumluluk yükleniyor. Her bir şirketten daha iyi bir dünya idealine katkı sunması bekleniyor. Bu noktada Zer olarak çok şanslıyız zira sadece Türkiye’de değil, dünyada da bu alanda önemli öncülük üstlenmiş bir Topluluğun mensubuyuz.

Güven temelli oluşturduğumuz ekosistemimizi Zer’in yanı sıra müşterilerimizin ve tedarikçilerimizin işlerinin sürdürülebilirliği için de gerekli görüyoruz. Büyüme stratejimizi güven üzerine kuruyoruz. Tedarikçi seçiminden şartnamelerimize, sözleşmelerimizden müşteri ilişkilerimize kadar güven sensörlü bir iş anlayışı üzerinden ilerliyoruz. Güvenli anlaşmalar, platform ve sistemlerimizle ekosistemimizde düzenleyici rol üstleniyoruz. Zer etrafında şekillenen ilişkiler sayesinde paydaşlarımız güvenle çalışıyorlar. Güven seviyesi arttıkça müdahale ihtiyacı azalıyor, her katılımcı diğerini etkileyerek ve onlardan etkilenerek uzun vadede sürekli gelişiyor ve ekosistem daha fazla değer yaratır hale geliyor.

Çalışanlarımız için de bu strateji, bağlılık yaratan bir şirket olma hedefiyle kendini gösteriyor. Şeffaf, adil bir yönetim anlayışı belirleyerek attığımız her adım ve her yeni uygulamada eşitlik ilkesini önde tutuyoruz. Eğitim ve gelişim faaliyetlerimiz, yetenek yönetimimiz, ücretlendirme politikamız ve işe alımda açık ve şeffaf iletişimi, adil değerlendirmeyi önceliklendiriyoruz. Son

dönemde uluslararası değerlendirme kuruluşlarından aldığımız çalışan bağlılığı ve işveren markası ödüllerini de bu noktada değerli buluyoruz.

Uluslararası arenada bilinirliğimizi artırmayı yakın dönem hedeflerimiz arasında tutuyoruz. İlk adımda Koç Topluluğu Şirketleri’nden iş ortaklarımızın küreseldeki ayak izini takip ederek öğrenmeyi, ardından sınır tanımayan dijital platformlarımız ile bilinirlik ve güven sağlamayı başardık.

Yeni hedefimiz yurt dışından alıcıları Türkiye’den tedarikçilerle buluşturarak, farklı tedarik kanalları arayan yerli iş ortaklarımız ile dış kaynaklardan edindiğimiz güvenilir satıcılar arasında güvenilir ticari ilişkiler kurmak, bu hedefimizde de emin adımlarla ilerliyoruz.

“Projelerimiz ödül alıyor”

Geçtiğimiz yılı başarıyla geçirirken, bu başarılarımızı aldığımız uluslararası ödüllerle taçlandırdığımızı söyleyebiliriz. The Stevie International Business Awards’tan 10 ödül birden aldık. Profesyonel Hizmetler kategorisinde Yılın En İyi Şirketi seçildik, ZerOnline ise B2B ve Endüstriyel Ürün ve Hizmetler kategorilerinde biri altın olmak üzere 4 ödüle layık görüldü. Ayrıca ekosistemimizdeki tüm paydaşlarımızı dünyamızın kaynaklarının etkin kullanımı konusunda harekete geçirmek istediğimiz iş birliği programımız Hayalimiz Benzer de Avrupa’da “Yılın En İyi Çevre Programı” seçildi.

SOSYAL SORUMLULUK POLİTİKAMIZ

İş dünyasında kalıcı başarıda güçlü, istikrarlı ve aynı zamanda kapsayıcı bir toplumun belirleyici katkısı olduğuna inanıyoruz. Toplumsal cinsiyet eşitliği, eğitimde fırsat eşitliği, gençlerin desteklenmesi, yetkin insan kaynağının yetiştirilmesi, çevre ve doğal kaynakların korunması gibi toplumun ilerlemesine ve

daha iyi bir dünya idealine fayda sağlayacak alanlar bu nedenle bizim odağımızda yer alıyor.

Eğitimde ve iş yaşamında toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyecek projeleri hayata geçirmenin yanı sıra tedarikçilerimizde de bu anlayışı oluşturmak ve iyi uygulamaları öne çıkarmak üzere ödül programları oluşturduk. Bu yıl itibarıyla, kutlama ve başsağlığı amaçlı hediye ve çiçek gönderimleri yerine Türk Eğitim Vakfı Mustafa V. Koç Burs Fonu’na katkı sunmayı böylelikle kız öğrencilerimizin eğitimlerine destek olmayı seçtik. Bu uygulamayla etki alanımızda yer alan tedarikçilerimizde ve müşterilerimizde de benzer davranış değişimini gözlemlemekten mutluluk duyuyoruz. Attığımız adımların ekosistemimizde yankı bulduğunu ve yayıldığını görmek ise stratejimizi teyit ediyor. ■

Odağımızda “insan”, hedefimizde “herkes için erişilebilir” olmak var

Alternatif Bank'ta kurum kültürümüzün merkezinde “insan”, hizmet standartlarımızda ise “Engelsiz Bankacılık” anlayışı var.

Bankacılık hizmetlerine herkesin eşit şekilde ve kolaylıkla erişebileceği “hak temelli” yaklaşım ile çalışanlarımızın farkındalık ve yetkinliğini artırırken, tüm hizmet kanallarımızın erişilebilirliğini geliştiriyoruz.

Konu insan olunca her zaman eşit ve erişilebilir hizmeti en başa koyuyoruz.





METRO TÜRKİYE’NİN 2030 STRATEJİSİ

Metro Türkiye CEO’su Sinem Türüng, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluğu da kapsayan “sosyal etki” konusuna odaklandıklarına dikkat çekiyor. Bu kapsamda çok sayıda proje yürüttüklerini söylüyor. Sürdürülebilirlikte 2030 yılına yönelik önemli hedeflerinin olduğunun altını çiziyor ve ekliyor: “Sera gazı azaltımını 2030 yılına kadar 2011’e göre yüzde 50, operasyonlarımızda gıda atıklarını 2025 yılına kadar yüzde 50 azaltmayı amaçlıyoruz.”

30 yılı aşkın bir süredir Türk mutfak kültürünü korumak ve gerçek potansiyelini ortaya çıkararak gelecek nesillere aktarmak, Türk şeflerinin dünyada hak ettikleri yere gelmelerine destek olmak amacıyla çalışıyoruz. Bu hedefle ilerlerken Türkiye’de 21 şehirdeki 37 mağazamız ile 2 milyon, otel ve restoranlar

aracılığı ile dolaylı olarak 25 milyon tüketiciye hizmet veriyoruz. Geniş hizmet ağıımız ile HORECA (otel, restoran, kafe) müşterilerinin yaklaşık yüzde 90’ına ulaşıyoruz.

Metro Türkiye olarak büyümeyi sadece rafa koyulan ürün sayısını artırmak değil, bu ülke topraklarında katma değer yaratacak

çalışmalar da yaparak farkımızı ortaya koyuyoruz. Sektörün neredeyse tamamına ulaşabilmemiz de ortaklarımızın ihtiyaçlarını bizim doğru bir şekilde karşıladığımızın bir göstergesi oluyor.

Bu yıl da Metro Türkiye için aynı yaklaşımla tüm ekosistemimizde gıda atıklarının önlenmesinden yerel üreticinin ve ürünlerin korunmasına, izlenebilirlikten hayvan refahına kadar sürdürülebilirliği merkezimize aldığımız bir yıl oldu. Pandemiye zor günler geçiren HORECA müşterilerimizi de gerek yönlendirici kılavuz ve hijyen eğitimleri gerek 'Küçük İşletmem İçin' sosyal sorumluluk projelerimizle destekledik. Dijital alışveriş çözümümüz Metro Fast'i sunarak müşterilerimizi hızlı, kolay, temassız alışveriş ile tanıştırdık.

SOSYAL ETKİ YOLCULUĞUMUZ

Metro Türkiye olarak, günümüz dünyasında önemi giderek artan sürdürülebilirliği yıllardır bir projeden öte bir iş yapış biçimi olarak ele alıyoruz. Sürdürülebilirlik şirketimizin DNA'sına işlemiş bir konu olduğundan toplum için sosyal etki yaratan güçlü bir stratejiyi de doğal olarak ortaya koymuş oluyoruz. Bu bilinçle uzun yıllardır çalışırken, titizlikle yürüttüğümüz pek çok projemizi, "Sürdürülebilir çözümler için işin mutfağında" sloganıyla hayata geçiriyoruz. Tüm değer zincirimiz boyunca yarattığımız etkiyi analiz ediyoruz.



Olumlu etkilerimizi artırmak ve olumsuz etkilerimizi en aza indirmek için oluşturduğumuz yol haritamız doğrultusunda ilerliyor ve tüm kurumsal etkilerimiz için ölçülebilir hedefler belirliyoruz. Amacımız, daha sürdürülebilir bir gelecek için ortaya koyduğumuz vizyonumuzu, bu konuda üstlendiğimiz sorumluluklarımızı tüm paydaşlarımızı dâhil ederek daha fazla etki oluşturabilmek.

Diğer taraftan Türk mutfağının kültürüne sahip çıkmak ve gelecek nesillere aktarabilmek amacıyla yerli ürüne, üreticiye sahip çıkmak, bu ürünlerle sürdürülebilir tabaklar oluşturan şeflerimizin gelişimine katkı sağlamak, mutfağımızın dünyada hak ettiği yere gelmesini



"Ürün gamımızı sürdürülebilirlik odağında genişletiyoruz"

VEGAN ÜRÜN Türk mutfağının vazgeçilmez olan ürünlerin vegan alternatiflerinden kahvaltılık seçeneklere, temel gıda maddelerinden hijyenik ürünlere kadar 12 kategoride 300'e yakın bitki bazlı pek çok gıda ve gıda dışı ürünü raflarımızda tüketicilerle buluşturuyoruz. Böylelikle ülkemizde bitki bazlı beslenme veya vegan yaşam tarzını benimseyenlerin tüm ihtiyaçlarını uçtan uca karşılıyoruz.

ORGANİK GIDA Alternatif beslenme tarzlarına yönelik ürün çeşitliliğini artırmaya devam ederken organik ürün yelpazemizi de sürekli geliştiriyoruz. Bu kapsamda, tüketicilerin değişen beslenme alışkanlıklarına uygun yağ, tuz, şeker oranı daha az olan ürünlerinin sayısını artırırken organik gıda ürün gamını da 2020 yılında yaklaşık yüzde 140 oranında büyüttük, organik etiketli ürün sayımız ise 200'ü aştı.

SÜRDÜRÜLEBİLİR BALIK Sürdürülebilirlik stratejimizin odak alanlarından biri de sürdürülebilir balıkçılık. Bu amaçla hayvan refahı kriterlerini gözeterek bu yıl hayata geçirdiğimiz "Yediği Önünde, Yemediği Yarında" projemizde kullandığımız yem tekniği ve yetiştirme ortamlarıyla sürdürülebilir balıkçılığa büyük bir katkıda bulunmayı hedefliyoruz. Türkiye'de endüstriyel boyutta ilk kez levrek ve çipura yetiştiriciliğinde alg yağı içeren yem kullanarak 150 ton balık üretecek ve 180 ton deniz balığını kurtararak 30 bin kişinin yıllık balık ihtiyacını karşılamış olacağız.

desteklemek ve tüm bunları da çevreye saygılı ve sorumlu bir şekilde yapmak en önemli önceliğimiz.

86

ETKİ RAPORU YAYINLADIK

Yarattığımız etkiyi sürdürülebilirlik raporlarımızla ölçüyoruz. Bu kapsamda sürdürülebilirlik performansımızı değerlendirdiğimiz raporumuzun 5'incisini de bu yıl sektörde bir ilke imza atarak Etki Raporu olarak yayımladık. Bu raporumuzda Kovid-19 ile birlikte önemi daha da artan konulara odaklanarak sürdürülebilirlik çalışmalarımızın operasyonlarımıza ve sektöre yaptığı etkiyi gözler önüne serdik.

Pandemi ile birlikte gıda güvenliği konusunda daha fazla farkındalık kazanan tüketiciler sağlıklı, güvenilir ürünler tercih ediyor ve tükettikleri gıdaların nerede ve hangi şartlarda üretildiklerini izlemek ve bilmek istiyor. Biz de bu doğrultuda birincil üretimden başlayarak et, balık, bal ve meyve-sebzede yüzde 100 izlenebilirliği sağlayarak, müşterilerimize bu ürünlerin tüm hayat hikâyesini dijital olarak sağlama başarısını gösterdik. Tüketicilere "Gıdaların izini sür, bilgiyle beslen" diyerek "Tabağında ne var?" projesini hayata geçirdik. Bu projemiz kapsamında temel gıda ürünlerinde tam izlenebilirlik sunmanın da ötesine geçerek, gerek işletmelere gerekse son tüketicilere ürünlerin üretim süreçleri hakkında nasıl bilgi alabilecekleri konusunda farkındalık sağlıyoruz.

SOSYAL SORUMLULUK YAKLAŞIMIMIZ

Sorumlu iş yapış biçimini operasyonlarımız ve satın alma süreçleriyle sınırlı görmüyor toplumsal gelişime katkı sağlamak için çalışıyoruz. Hem sektöre hem de topluma ait sorunların çözümüne yönelik çalışmalarımızda kurumsal vatandaşlık yaklaşımıyla hareket ediyoruz. Her zaman olduğu gibi pandemi

"SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR DÜNYA İÇİN GIDA İSRAFINI ÖNLEME KONUSU DA GÜNDEME DAHA FAZLA YERLEŞTİ. METRO TÜRKİYE OLARAK BİZ DE UZUN YILLARDIR GIDA KAYIP VE İSRAFINI TARLADAN SOFRAYA UZANACAK ŞEKİLDE GENİŞ KAPSAMLI BİR YAKLAŞIMLA ELE ALIYORUZ. ÇALIŞMALARIMIZI BAŞTA KENDİ OPERASYONLARIMIZ OLMAK ÜZERE TEDARİKÇİLERİ, ÜRETİCİLERİ VE MÜŞTERİLERİ DE DÂHİL EDEREK BÜTÜNCÜL BİR ŞEKİLDE YÜRÜTÜYÜZ."

döneminde de bu yaklaşımımız doğrultusunda adımlarımızı attık. Zor şartların sosyal boyutunu da dikkate alan bir şirket olarak Küçük İşletmem İçin, Kendi İşim Günü ve diğer girişimlerimizle birlikte iş ortaklarımızın da destekleriyle yeme içme sektöründeki küçük işletmelere yaklaşık 10 milyon TL'lik yardımda bulunduk. Desteklerimizi, iş ortaklarımızı ve çalışanlarımızı da dâhil ederek kolektif bir harekete dönüştürdük ve tüketicileri bu işletmeleri ziyaret etmeye teşvik ettik. Böylelikle el ele verdik ve önemli bir dayanışma örneği sergileyerek sektöre moral olduk.

YENİ GELECEK İÇİN

Metro Türkiye olarak gıda güvenliği, organik ve yerli ürünler, hayvan refahı ve sürdürülebilir kaynak kullanımı alanındaki çalışmalarımızı daha da hızlandırmayı amaçlıyoruz. Sağlıklı beslenme trendinin her geçen gün önemini daha da artıracığını ön gördüğümüzden, organik ve bitki bazlı ürün sayısını artırmak da odak noktalarımızdan biri olacak. Bu bağlamda kafessiz yumurta gibi hayvan refahını artıran ürünlerle ilgili çalışmalarımız da sürecek.

2023 yılı sonuna kadar tüm kendi markalı yumurtalarımızın kafessiz, 2025 yılı itibarıyla ise raflarımızdaki tüm yumurtaların kafessiz olmasını taahhüt ediyoruz. Bunların yanı sıra kendi markalı tek kullanımlık ürünlerimizde plastik yerine daha çevreci alternatiflerin kullanımını artırmayı da hedefliyoruz.

Sera gazı azaltımını 2030 yılına kadar 2011'e göre yüzde 50, operasyonlarında gıda atıklarını 2025 yılına kadar yüzde 50 azaltmayı amaçlıyor, mağazalarımızda gıda dışı atıkların yüzde 100'nünün ise geri dönüştürülmesini hedefliyoruz. Kendi raflarımızda yer verdiğimiz Coğrafi İşaretli ürünlerin sayısını 2023'e kadar her yıl yüzde 20 artırmak da hedeflerimiz arasında yer alıyor. ■

BU DEĞERLER SÜRDÜRÜLMEMEYE DEĞER



- Borsa İstanbul'un Sürdürülebilirlik Endeksi'ne 7 yıl üst üste girebilen ilk ve tek perakende markasıyız.
- CDP raporlarımızla 3 kez İklim Liderleri arasında yer aldık.
- 2020 yılında ise Su Liderleri arasına girdik.

Migros İyi Gelecek Planımız çerçevesinde sürdürülebilirlik çalışmalarımıza devam edeceğiz.

surdurulebilirlik.migroskurumsal.com



2019 yılı Migros Sürdürülebilirlik Raporu için QR kodu okutunuz.

MİGROS

BANVİT BRF'İN 2040 HEDEFİ “NET SIFIR” OLMAK

88

Türkiye’de en çok bilinen beyaz et markası Banvit, 4 yıl önce dünyanın önde gelen gıda şirketlerinden BRF’nin bünyesine girdi. Şirketin pazarlamadan sorumlu lideri (CMO) Yasemin Gürleroğlu “Toplumumuzun beslenmesine katkı sağlayan çalışmalarımızın yanı sıra sürdürülebilirlik alanındaki uygulamalarımızla, daha iyi bir gelecek için katma değer yaratmaya devam ediyoruz” diyor.

Banvit olarak faaliyetlerimize 1968’de başladık. 2017’de dünyanın önde gelen gıda şirketlerinden BRF çatısı altına girdik. Stratejilerimizi global şirketimizin standartları olan kalite, lezzet ve güven ilkeleri çerçevesinde geliştiriyoruz. Konusunda uzman bir kadroya sahibiz. Dünya gıda sektöründeki trendleri yakından takip ediyoruz. Yaptığımız araştırmalarla pazardaki talep ve değişimlere hızla yanıt verebiliyoruz. Odağımızda daima müşterilerimizin ihtiyaçlarına en uygun ürünleri sunmak var.

IPSOS’la yaptığımız “Marka Sağlığı Araştırması”nda Banvit, yüzde 98 oranla “Türkiye’de en çok bilinen beyaz et markası” olarak öne çıktı. 2020 IPSOS “Hane Tüketim Paneli Araştırması”nda Banvit markası, kırmızı et kategorisi dahil olmak üzere tüm et ve et ürünleri kategorisinde “yüzde 64,6 penetrasyon ile en fazla haneye giren” marka oldu.

“2020 Nielsen Perakende Paneli” verilerine göre; taze piliç, işlenmiş piliç ve pişmeye hazır piliç eti segmentlerinde pazar paylarımızı artırarak, yerimizi güçlendirdik. 2021’de açıklanan “Türkiye’nin En Değerli 100 Markası” listesinde 40 milyon dolarlık marka değeriyle 64’üncü sıradayız. Türkiye’nin en değerli 5 gıda markasından biri olmaktan dolayı mutluluk ve gurur duyuyoruz.



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLKELERİMİZ

Banvit’in çatısı altında bulunduğu BRF, gıda üretimi ve ihracatında küresel oyuncuların biri konumunda. Dünyanın farklı bölgelerinde 47 üretim tesisi ve yaklaşık 100 bin çalışanı olan BRF, çalışmalarını sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde yürütüyor. Bu ilkeler; çevreye duyarlı olmak, ekoverimlilik, farklılıkları kapsamak ve çoğulcu olmak, hayvan refahını teşvik etmek, küresel iklim değişimlerine karşı yenilikçi - sürdürülebilir çözümler elde etmek, ortaklarıyla uyum içerisinde hareket etmek ve içinde bulunduğu topluluklara katkılar sağlamak. BRF, strateji ve uygulamalarına yukarıdaki bu maddeler etrafında oluşturduğu “22 Sürdürülebilirlik Taahhüdü” doğrultusunda yön veriyor.

BRF, Temmuz ayında yeni küresel taahhüdünü duyurdu ve tüm üretim zincirlerindeki sera gazı salınımlarında 2040’a kadar “Net Sıfır” olacağını kamuoyu ile paylaştı. Bu, şirketimizin sürdürülebilirlik çalışmaları için çok önemli bir kilometre taşı. Net Sıfır hedefine ulaşmak için 2030 yılına kadar BRF’in tüm operasyonlarının ve bu operasyonları ortaya çıkaran enerji tüketiminden kaynaklanan doğrudan salınımların yüzde 35, değer zincirimizin bir parçası olan dolaylı salınımların da yüzde 12,3 azaltılması hedefleniyor. Buna ilave olarak ağaçlandırma projeleri vb. gibi doğaya katkıda



bulunacak çalışmalar yürütülerek, kalan salınımın da dengelenmesi ve “Net Sıfır” hedefine ulaşılması planlanıyor.

2030 VİZYONUMUZ

BRF’in Türkiye operasyonu olarak, sürdürülebilirlik konusundaki hassasiyetimiz kurum özümme ve şirketimizin de 2030 vizyonuna yansıdı. Banvit BRF olarak doğadaki ayak izimizi azaltmak üzere; eğitimden tasarruf tedbirlerine, enerjiden geri dönüşümlü ambalajlara, hayvan refahından atık yönetimine kadar uzanan farklı alanlarda uygulamalarımız var. Özellikle su ayak izimizi azaltmak için uzun yıllardır çalışıyoruz.

Bu kapsamda 2008 yılından bu yana piliç eti üretiminde kg başına yüzde 11 su tasarrufu sağlamayı başardık. Yıllık olarak tesislerimizde kullandığımız suyun tamamını artırıyor ve çevreye duyarlı hale getiriyoruz.

Bandırma’daki ana üretim kampüsümüzde 2001 yılında katı ve sıvı arıtma tesislerimiz için 11 milyon dolarlık bir yatırım gerçekleştirildi. Bu yatırımla üretim sürecinde kullandığımız tüm suyu arıtarak çevreye duyarlı hale getirdik. 2013 yılında ise ikinci önemli çevre yatırımımızı, başlangıç maliyeti 1 milyon Euro olan, “Atık Su Geri Kazanım Tesisi” ile gerçekleştirdik. Bu yatırımımızla, içme suyu olarak tüketebileceğiniz su oranımızla yaklaşık 5 bin hanenin bulunduğu ortalama 20 bin nüfuslu bir ilçenin yıllık kullanım ve içme suyunu geri kazanmış oluyoruz.

YENİLENEBİLİR ENERJİ

2021 yılı planlarımız içerisinde tüm tesislerimizdeki su kullanımımızı, bir önceki yıla oranla yüzde 3 azaltmak yer alıyor. 2025 yılına kadar da bu oranı yüzde 13’e ulaştırmayı hedefliyoruz. Sürdürülebilirlik konusundaki çalışmalarımızı önümüzdeki yıllarda da artırarak devam ettirmeyi planlıyoruz.

Su tasarruf çalışmalarımızın yanı sıra elektrik ve doğalgaz tasarrufu konusundaki çalışmalarımız da devam ediyor. Hem tüm süreçlerimizi iyileştirip optimize ederek tüketimimizi azaltıyoruz, hem de yenilenebilir enerji yatırımları üzerine çalışıyoruz. Global şirketimiz BRF’in 2030 yılında elektrik kullanımının yüzde 50’sini yenilenebilir enerji kaynaklarından sağlama hedefi mevcut.

Sürdürülebilirlik konusunda gösterdiğimiz hassasiyet elbette sadece su ile sınırlı değil. Örneğin ambalaj konusunda da gerçekleştirdiğimiz çeşitli ar – ge çalışmalarıyla önemli mesafeler kaydetmeyi başardık. Halen ürün ambalajlarımızla ilgili çeşitli optimizasyonlar da sürdürüyoruz. Şu an ürünlerimizin ambalajlanması için kullanmış olduğumuz malzemelerin yüzde 95’i geri dönüştürülebilir nitelikte. Hedefimiz 2025 yılına kadar ambalaj malzemelerimizin yüzde 100’ünü geri dönüştürülebilir, tekrar kullanılabilir veya biyolojik olarak doğada parçalanabilir malzemeye çevirmek.

Sürdürülebilirlik için projelerimiz

Gerek kurum içi gerekse kurum dışında sürdürülebilirlik konularında eğitim projelerini gündemimizde tutuyoruz. 2007 – 2016 yılları arasında gerçekleştirdiğimiz Akıllı Çocuk Sofrası isimli sosyal sorumluluk projemizin yeni fazı için projelendirme çalışmaları yapıyoruz. İlk etapta Balıkesir ili genelinde eğitim gören ilköğretim kademesindeki öğrenciler ve ailelerine bilinçli gıda tüketimi ve gıda israfı ile sürdürülebilirlik konularını aktaracağımız projemizi 2021 – 2022 eğitim döneminde hayata geçirmeyi planlıyoruz. İlerleyen dönemlerde bu eğitim projemizi yaygınlaştırmayı hedefliyoruz.

Yakında hayata geçirmek için üzerinde yoğun mesai harcadığımız bir diğer projemiz ise ana kampüsümüzün yer aldığı Bandırma’da Tarım ve Orman Müdürlüğü’nün ağaçlandırma programında yer alan bir alanda, 20 bin ağaçlık Banvit Korusu oluşturabilmek yönünde. Çalışmalarını bu yılın ilk çeyreğinde projelendirdiğimiz ağaçlandırma projemizi, gerekli resmi prosedürlerin tamamlanması ile yıl sonuna kadar başlatabilmeyi planlıyoruz. Önümüzdeki yıllar için hedefimiz Banvit Korusu projesini Tarım ve Orman Bakanlığı’nın ağaçlandırma planına bağlı olarak devam ettirebilmek.

“BAZI ÜRÜN GRUPLARIMIZDA KULLANDIĞIMIZ ÜRÜN AMBALAJLARINDA REVİZYONLAR YAPTIK VE GEREKSİZ PLASTİK KULLANIMINI AZALTARAK, KULLANILAN ETİKET EBATLARINI KÜÇÜLTÜK VE KULLANMIŞ OLDUĞUMUZ KARTON KASALARIN BİR KISMINDA GERİ DÖNÜŞÜMLÜ MALZEME KULLANIMINA GEÇEREK TOPLAMDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN ÖNEMLİ FAYDALAR SAĞLADIK. BÖYLECE YAKLAŞIK 800 AĞACI YOK OLMAKTAN KURTARMIŐ OLDUK.”

GIDA İSRAFI İLE MÜCADELE

Gıda ve Tarım Örgütü'nün (FAO) Gıda Kaybı Endeksi'ndeki küresel gıda kaybı tahminlerine göre gıdanın yüzde 13,8'i tarımsal işlemler seviyesinde kayboluyor. Yani tüketime sunulmadan bu gıdalar ne yazık ki israf ediliyor. Bu tarafta da Banvit BRF olarak ürettiğimiz gıdanın yüzde 100'ünü tüketime sunuyor olmaktan mutluluk ve gurur duyuyoruz.

Bu kapsamda; kesimhane tesislerimizdeki randıman kayıplarımızı minimize ederek 2017 yılındaki yüzde 74'lük oranı 2020 yılında yüzde 76'ya çıkarttık. Bandırma, Elazığ ve İzmir üretim kampüslerimizde, üretim sürecinde oluşan tüm hayvansal atıklarla, buna ilave olarak oluşabilecek bazı özel ürün iadeleri ve AR-Ge ürün deneme sürecinde oluşan az miktardaki deneme ürünlerin geri kazanılmasını sağlayan Rendering Tesisleri'ne sahibiz. Bu tesislerde ürettiğimiz hayvansal ürünleri özellikle balık yemi ve pet gıdası üreten firmalara satarak, evcil hayvanlarımızın beslenmesine de katkı sağlamış oluyoruz.

Ayrıca Bandırma ve İzmir Kampüslerimizde faaliyet gösteren piliç kesimhanelerimiz, İzmir hindi kesimhanemiz ve İzmir yem fabrikamız için Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'na verilen "Sıfır Atık" belgelerimizi aldığımızı da belirtmek isterim. Bu yılın sonuna kadar Elazığ'daki piliç kesimhanemizi de bu belge kapsamına almayı hedefliyoruz.

Canlı faaliyetler ve yem üretim sürecimizde ise broiler kümeslerimizdeki hayvan refahı uygulamaları ile birlikte havalandırma, altlık

yönetimi, iklimlendirme, ışıklandırma gibi fiziki şartları daha da iyileştirerek yem tüketimini optimum hale getirdik. Yem geri dönüşüm oranımızda verimliliğimizi artırdık ve daha az yemle daha fazla verim alabilir hale geldik.

Tüm bunlara ek olarak pazarlama tarafında da sıfır kayba yaklaşabilmek için; ürünlerimizin raf ömürlerini uzatmanın yanı sıra 2021 yılında IQF teknolojisi kullanarak perakende kanalı için ürettiğimiz, kilitli aç-kapa ambalaj özelliğine sahip ilk ürünlerimiz olan piliç baget, bonfile göğüs, ızgara tava ve kanat ürünlerimizi tüketicilerimizin kullanımına sunduk. -40 derecede tek tek dondurulan, böylece lezzetleri korunan bu ürünler, derin dondurucuda birbirine yapışmadan kolaylıkla saklanabiliyor. Kilitli aç-kapa ambalajı sayesinde tüketiciler ihtiyaçları kadar ürünü poşetten alıp, kalan ürünleri bir sonraki kullanımlarına kadar derin dondurucuda güvenle saklayabiliyorlar. Ambalaj tasarımında kullandığımız kilitli aç-kapa poşet özelliği ile gıda israfının önüne geçilmesine de katkı sağlamış olduk. ■



Brezilya örneği ve Amazon Ormanları

Global şirketimiz BRF, 2019 yılından beri Brezilya Borsası B3'ün kurumsal sürdürülebilirlik endeksi hisse senedi portföyünde yer alıyor. 2007 yılından bu yana BM Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin imzacısı olmanın yanı sıra 2019 yılında da BM Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin Brezilya Ağı rehberlik konseyine üye oldu. 2019 yılında 150 Milyon Real harcanarak çevresel etkiyi azaltmaya yönelik girişimlere ve projelere yatırım yaptı.

10 yılı aşkın bir süredir Brezilya Sera Gazı Protokol Programı'nın bir üyesi. Ham madde izlenebilirliğine önem veriyor. Amazon ormanlarındaki yasa dışı ormansızlaştırma yoluyla elde edilen tarımsal alanlarda üretilen ham maddeleri kullanmıyor. Üretiminde kullandığı suyun tamamını artıyor. 2025 yılına kadar toplam su tüketimini yüzde 13 azaltmayı hedefliyor. Brezilya'nın 8 eyaletinde ağaçlandırma çalışmaları yaptı ve 31 bin hektarlık ekilmiş ormanın korunmasına destek sağlıyor.

BRF enstitüsünün gıda bağışı ve gıdanın doğru kullanımına yönelik yürüttüğü sosyal faaliyetlerden bugüne kadar 400 bin kişi faydalandı. BRF, 2030 yılına kadar faaliyet gösterdiği bölgelerdeki toplumun gelişimi için 400 Milyon Real yatırım gerçekleştirmeyi hedefliyor.



Topluma fayda sağlamak için
hep daha iyisini

vyap

Bizim felsefemizde; kazancını paylaşmak var. Çünkü ancak el ele verirse umutları yeşertebileceğimizi biliyoruz. Bu yüzden çocuklarımızın eğitimine katkıda bulunmak bizim için önemli. Büyüklerimizin ve ihtiyaç sahibi ailelerin yaşamlarına destek olmak, onların hayatlarına dokunabilmek de öyle. **Bunun için canı gönülden çalışarak hep daha iyisini yapmaya devam ediyoruz.**



“İYİ BİR GELECEK İÇİN ÇALIŞIYORUZ”

IC Holding, inşaattan enerjiye kadar geniş alanda faaliyet gösteren Türkiye'nin önde gelen gruplarından... Holding CEO'su Murad Bayar, sosyal sorumluluk stratejilerinin temelinde kurucuları İbrahim Çeçen'in "vizyonunun" olduğunu söylüyor.

Bayar, "Sevilen şirket olmanın yolu kurumsal sürdürülebilirlikten geçiyor. Biz de çalışmalarımızı daha iyi bir şirket olmak için sürdürüyoruz" diyor.

IC Holding, inşaat, enerji, turizm, sanayi ve altyapı sektörlerinde faaliyet gösteren bir yatırım holdingdir. Önde gelen yatırım gruplarından biri olarak mevcut sektörleri ve bağlı şirketleri, güncel portföy stratejimiz kapsamında dönensel olarak gözden geçiriyor, stratejilerimize uygun olan yeni yatırımları ve iş geliştirme projelerini yakından takip ediyoruz.

Aynı şekilde portföyümüzdeki şirketlerimize gelen yatırım, hisse satışı ve ortaklık tekliflerini de stratejilerimiz çerçevesinde ciddiyetle değerlendiriyoruz. Bu stratejilerimizi oluştururken, sorumlu yatırım prensiplerimizi ve sürdürülebilirlik bakış açımızı odağımıza alıyoruz. Farklı sektörlerde faaliyet göstermemize rağmen iş yapış şekillerimizi ve süreçlerimizi kurumsal sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda şekillendirmeye özen gösteriyoruz.

İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği'nin (SKD Türkiye) hem üyesiyiz hem yönetim kurulunda temsil ediliyoruz. Bu kapsamda iş dünyasının tüm paydaşlarının sürdürülebilir kalkınma konusundaki farkındalığını ve etkisini artırmak amacıyla var gücümüzle çalışıyoruz. SKD'ye ilaveten TÜSİAD'ın çevre ve iklim değişikliği, toplumsal cinsiyet eşitliği, döngüsel ekonomi, atık yönetimi, ESG gibi birçok çalışma grubunda aktif yer alıyoruz.

IC GRUBU OLARAK, YAŞANABİLİR BİR GELECEK İÇİN BAŞARIYLA ULAŞILMASI ŞART OLAN BİRLEŞMİŞ MİLLETLER SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA AMAÇLARI'NI EKSİKSİZ BENİMSEYİP, BU AMAÇLARDAN ÖZELLİKLE FAALİYET/ODAK ALANLARIMIZDA OLANLARI DESTEKLEYECEK PROJELER GELİŞTİRMEYİ HEDEFLİYORUZ.

SOSYAL FAYDAYA DEVAM

2020 yılında tüm grubumuzun odağında, Covid-19 salgınıyla mücadele kapsamında müşteri, çalışan ve toplum sağlığı yer aldı. Bu dönemde tüm tedbirleri en hızlı şekilde yerine getirdik. İş yapış biçimlerimizde ihtiyaç duyulan dönüşümleri tüm birimlerimizin ve çalışanlarımızın aktif desteği ile hızlı bir şekilde gerçekleştirdik. Pandemiye rağmen durmadan, özveri ile çalışarak birçok konuda iyileştirmeler yapmaya ve sosyal fayda projelerimizi sürdürürken çeşitlendirmeye devam ettik.

Plastik kirliliğine karşı kayıtsız kalmadık ve SKD Türkiye, Global Compact ve TÜSİAD liderliğinde plastik kirliliğiyle mücadele için atılan önemli bir adım olan "İş Dünyası Plastik Girişimi (İP-G)"ne ilk cevap veren gruplardan biri olduk. Bir yılı aşkın bir süre boyunca etkinlikler, eğitimler ve iyi uygulama paylaşım toplantıları ile taahhüt verme sürecimizi tamamladık.

IC İçtaş İnşaat, Haziran ayında taahhüdünü kamuoyuyla paylaştı ve İş Dünyası Plastik Girişimi'ne imzacı olan 34 şirket arasında yer aldı. İnşaat sektöründe bu taahhüdü veren ilk ve tek şirket oldu. Bu kapsamda İPG tarafından 20 Eylül tarihinde yayımlanan "Plastik Taahhütleri Raporu"nda yer almaktan mutluluk duyuyoruz.

TOPLUMA ETKİ YAKLAŞIMIMIZ

IC Grubu olarak topluma etki noktasında faaliyetlerimizi 16 yıldır IC Vakfı'nın çizdiği yol haritası doğrultusunda yürütüyoruz.

IC Holding Yönetim Kurulu Başkanımız Sayın İbrahim Çeçen'in 1984 yılında şahsen vermeye başladığı eğitim bursları, 2004 yılında IC Vakfı'nın kurulması ile kurumsal bir yapıda öğrencilerle buluşmaya başladı. Eğitimin yanı sıra sağlık, spor ve kültür-sanat konularında da faaliyetlerimizi sürdürüyoruz.

Yaptırdığımız 6 ilköğretim okulunun yanı sıra, her yıl ihtiyaç olan yüzlerce üniversite öğrencisine karşılıksız burs veriyoruz. Bugüne kadar 15 bin bursiyerimizi mezun edip, iş hayatına atılmalarını görmenin gururunu yaşıyoruz.

Bir diğer büyük mutluluğumuz ise 2007 yılında yaptırarak devletimize hibe ettiğimiz Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi'nin mezunlarını ve öğrencilerini görmek.

Çalışma arkadaşlarımızın her birinin gönüllük esasıyla desteklediği, eğitimler verdiği, IC Gönüllülerinin çocuklarımızı hediyelerle, oyuncularla, eğitim araç-gereçleri ve kitaplar ile buluşturduğu IC Vakfı faaliyetlerini aksatmadan devam ettirecek ve eğitime olan desteğimizi kesintisiz sürdüreceğiz.

BÜYÜK MESAFE ALDIK

Sosyal sorumluluk anlayışımızın temelinde sürdürülebilirlik var. Tek seferlik, yani "yapıldı ve bitti" gibi yaklaşımlardan uzak duruyoruz. Faaliyetlerimizin süreklilik arz etmesine özen gösteriyoruz. IC Vakfı ve faaliyetleri de buna en güzel örnektir. Kurucumuz Sayın İbrahim Çeçen'in çok önem verdiği eğitim faaliyetlerinin kurumsal bir yapı ile takip edilmesi amacıyla kurduğu IC Vakfı, mezun ettiği bursiyerleri ile bağlarını eğitim hayatı sonrasında da ilk günkü heyecanla devam ettirmektedir. IC Vakfı mezunları-



İstanbul'a özel proje

DENİZ KİRLİLİĞİ İÇİN Bu yıl başlattığımız en önemli projelerden biri ise hem Yavuz Sultan Selim Köprüsü'nün İstanbul Boğazı'nın kuzeyindeki konumu hem de İstanbul'a ve tüm Türkiye'ye karşı sorumluluğumuzun bilinci ile faaliyet alanımız dışında bir proje üretme kararımızdan hareketle hayata geçirdiğimiz "Deniz Kirliliği Tespit Projesi" oldu.

ÜNİVERSİTE İŞBİRLİĞİ Gemilerden kaynaklı kirliliği tespit etme amacı ile çıktığımız yolda İstanbul Teknik Üniversitesi Türk Boğazları Denizcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi (İTÜBOA) ile bilimsel işbirliği yaptık. İşbirliğimiz kapsamında son derece kapsamlı bir proje analiz raporu oluşturuldu. Rapor ile deniz trafiği, mevzuatlar, kirliliğe neden olan kazalar, istatistikler, potansiyel tehlikeler incelendi ve bu takibi yapmak için en uygun sistemi bulmak amacı ile detaylı inceleme/araştırmalar yapıldı.

TEKNOLOJİ DEVREDE Analiz, son yıllarda artan enerji, hammadde, gıda talepleri ile Boğaz'dan geçen gemilerin yük miktarlarının ciddi şekilde arttığını gösterdi. Özellikle tankerlerin geçiş sıklığı ve taşınan kimyasal yüklerin artışı bu önemli suyunun petrol ve türevleri tarafından kirlenmesi riskini de artırmış. O nedenle projemize daha da sıkı sarıldık. Amacımız uzaktan algılama teknolojileri kullanarak İstanbul Boğazı kuzey bölgesinde gemilerden kaynaklı kirlilik tespiti yapılması ve deniz çevresinin, kıyı şeridinin, insan sağlığının korunması.

ÖNCEDE TEŞHİS Bunun için 3 ana birimden oluşan Deniz Kirliliği Tespit Sistemi'ni kurduk. Bu sistem Türkiye'de ilk kez kullanılıyor ve dünyada da ilk kez bir boğaz yapısı üzerine, Yavuz Sultan Selim Köprüsü üzerine kurulmuş durumda. Radar ile 5 km menzille

tespiti yapılan muhtemel kirlilikler termal kamera sistemi ile kontrol edilerek teşhis ediliyor ve 2 - 3 km'ye kadar teşhis sağlanabiliyor. Toplanan tüm veriler, İTÜBOA tarafından derlenerek akademik çalışmalarda kullanılacak, önlemler ve aksiyonlar için yol gösterici olacak. Projemiz aslında akademi dahil tüm paydaşlarla senkronize olması bakımından çarpan etkisine sahip. Dolayısıyla, 'kıvılcım' proje diyebiliriz.



Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi

mızın IC Grubu şirketlerimizin bir çoğunda istihdam edilmesi bizler için bu sürekliliğin en güzel göstergesidir.

Türkiye’de tek özel sektör destekli devlet üniversitesi olan T.C. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi’nde özel üniversitelerin geniş olanaklarını aratmayacak eğitim seviyesinin ve fiziki/teknik imkanların sağlanması da yine IC Vakfımızın öncelikleri arasındadır.

SOSYAL SORUMLULUK VİZYONU

ABD’den Rusya’ya, Ortadoğu’dan Avrupa’ya kadar geniş bir coğrafyada hayata geçirdiğimiz tüm projelerde çevresel etkilerimizin farkındalığıyla operasyonlarımızı yönetiyoruz.

Bu doğrultuda Yavuz Sultan Selim Köprüsü ve Kuzey Çevre Otoyolu projemizle, özel sektörde büyük bir ağaçlandırma çalışmasına imza attık. Tarım ve Orman Bakanlığı, Orman Genel Müdürlüğü, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı ve Karayolları Genel Müdürlüğü ile imzaladığımız protokoller çerçevesinde İstanbul il sınırları içerisinde yer alan Ağva’dan Çatalca’ya, Kanlıca’dan Kermerburgaz’a kadar birçok bölgede ve Kuzey Çevre Otoyolu güzergahında ağaçlandırma çalışmaları gerçekleştirdik. Söz verdiğimiz 5,1 milyon ağaç ve bitki kazandırma hedefimize ulaştık.

Aynı proje ile Türkiye’nin ilk ekolojik köprüsünü Kuzey Çevre Otoyolu güzergahına inşa ettik. Yaban hayatını koruma bölgesi içerisinde yer alan Ekolojik Köprü ile yaban hayvan türlerinin otoyoldan etkilenmeden yaşam alanlarına kesintisiz bir şekilde ulaşabilmesini sağladık.

2018 yılında, özel otoyol işletmeleri arasında ilk defa Sürdürülebilirlik Raporu yayımlayan proje olduk. 2021 yılında ise ikinci sürdürülebilirlik raporumuzu yayınladık. Bu raporla çevresel etkileri daha iyi tespit edebilmek, iyileştirme uygulamalarını hayata geçirebilmek arzumuzdan hareketle, 2019 yılını baz alarak, Yavuz Sultan Selim Köprüsü’nü kullanan araçlardan kaynaklanan emisyonları hesaplamaya başladık.

2019’da Yavuz Sultan Selim Köprüsü

geçiş emisyonu toplam 12.385,92 tondu. 2020 yılında 11.606,53 tona düştü. Bu emisyon, direkt Yavuz Sultan Selim Köprüsü kaynaklı olmasa da, karbon ayak izinin azaltılarak daha sürdürülebilir bir gelecek yaratmak adına bu raporu hazırlamanın önemli olduğunu düşünüyor ve yaygınlaşmasını umuyoruz.

İYİ ŞİRKET YOLCULUĞU

Hepimizin bildiği gibi insanlar sevdiği kişiler ile iş yapmak istiyorlar. İş dünyası içerisinde sevilen şirket olmanın yolu da kurumsal sürdürülebilirlik çalışmalarından geçiyor. IC Holding olarak sürdürülebilirlik çalışmalarımızı “daha iyi bir gelecek için daha iyi bir şirket olabiliriz” teması etrafında şekillendiriyoruz.

Etkilerini gün geçtikçe daha fazla hissettiğimiz iklim değişikliği, hızla değişen ve dönüşen teknoloji, tüm dünyayı etkileyen Covid-19 pandemisi gibi küresel konular sürdürülebilirliği bir iş yapış şekli olarak benimsemenin önemini bir kez daha ortaya koydu. Biz de bu doğrultuda daha önce her bir şirketimizin kendi bünyesinde yürüten süreçleri daha merkezi bir yapıdan yürütme kararı aldık ve Sürdürülebilirlik Departmanımızı kurduk. Bu sayede sürdürülebilirlik faaliyetlerimizin daha büyük bir güçle yürütüleceğine ve “iyi şirket” olma amacına daha çok hizmet edeceğine inanıyoruz. ■

Sosyal sorumluluk için 2 önemli proje

Çeşme Marina ve Tredaş şirketlerimiz, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından sürdürülebilir kalkınma ilkeleri çerçevesinde “Sıfır Atık” belgesi almaya hak kazandı.

Çeşme Marina, izinsiz avlanan ve deniz suyunu temizleyerek doğal bir dönüşüm gerçekleşmesine neden olan deniz patlıcanlarına özel projesi ile bugüne kadar 2 bin 500 deniz patlıcanının doğal ortamına dönmesini sağladı. Tredaş, Tekirdağ Doğa Koruma ve Milli Parklar Şube Müdürlüğü ile birlikte Leylek Popülasyonunu Koruma Projesi” başlattı ve elektrik direklerine kuşların akıma kapılmasını önleyen özel platformların kurulmasına başladı.

Geçtiğimiz günlerde açılışı yapılan New York Türkevi’ni “Leed Silver” yeşil bina sertifikasına uygun olarak inşa ettik, yağmur sularını depolayacak bir sistem kurduk. Ayrıca Antalya’da bulunan IC otellerimizde enerji verimliliğine yönelik çalışmalarımıza devam ediyoruz.

Darüssafaka
1863
CEMİYET

BAZI ŞEYLER OLMASA DA OLUR

Ama Eğitim Olmazsa Olmaz

Siz de annesi ya da babası hayatta olmayan,
maddi olanakları yetersiz, yetenekli çocuklarımızın
eğitimine destek olun.

0212
276
6714

darussafaka.org

Darüssafaka
1863
CEMİYET

“HEDEFİMİZ İYİ BİR GELECEK”

96

Yapı Kredi Kurumsal İletişim Direktörü Arda Öztaşkın, “değer ve etki yaratmanın”, bankanın en önemli ilkelerinden biri olduğunu söylüyor. Bu anlamda sürdürülebilirlik kapsamında, iklim değişikliği ve sosyal sorumluluk konularında önemli projeler yürüttüklerine dikkat çekiyor. Hedeflerini ise “Gelecekte de yeni nesillere, iyi bir gelecek bırakabilmek ve doğal kaynakların en verimli biçimde kullanılması konusunda toplumumuzu bilinçlendirmeyi sürdüreceğiz” sözleriyle ortaya koyuyor.

Geçtiğimiz yıl pandemiyle birlikte hayatımızda birçok değişiklik yaşadık. O dönemde de en büyük önceliğimiz her zamanki gibi çalışanlarımızın ve müşterilerimizin sağlığını korurken hizmetimizi kesintisiz sunmak oldu.

Gündemin hızla değiştiği pandemi günlerinde, marka iletişim çalışmalarında mesaj ve aksiyonların hızla belirlenip üretilmesi bir zorunluluk haline geldi. Yapı Kredi olarak teknolojik alt yapımızı ve yüksek iletişim kültürümüzle yaşadığımız sürece büyük bir hızla uyum sağladık ve müşterilerimizin hayatındaki sınırları kaldırmak adına var gücümüzle çalışmayı sürdürdük. Onlara fayda sağlayacak yönde iletişimimizi şekillendirdik. Değişen farklı ihtiyaçlara yönelik hızlı çözümler sunduk.

FARK YARATMA STRATEJİMİZ

Yapı Kredi olarak yalnızca kendi iş alanlarımızda değil, her alanda toplumumuza değer katmak en önem verdiğimiz noktalardan biri. Bu kapsamda sürdürülebilirlik konusunda uzun yıllara dayanan gelişmiş bir yönetim modeli ve stratejimiz bulunuyor. Ana yaklaşımımız ekonomik



gelişim ve büyümenin yanında, toplumsal ve çevre konularına da hassasiyet gösteriyor, her alan ve paydaş için uzun dönemli değer yaratıyoruz.

Kurulduğumuz ilk günden beri “sınırlı tanımayan” bir kurum olarak, attığımız tüm adımların temelinde ortak fayda ve değer yaratmak var. Bizim için bu konu iş kültürümüzün ve felsefemizin temelinde yer alıyor. Sürdürülebilirlik felsefemizin yanı sıra kültür-sanata verdiğimiz değer ekseninde de toplumuza katkıda bulunmak için çalışıyoruz.

Kurucumuz Kazım Taşkent’in de söylediği üzere biz aynı zamanda bir kültür-sanat bankasıyız. Bugüne kadar

pek çok farklı sanat disiplinine destek verdik ve vermeye devam ediyoruz. Kültür sanat alanının gönüllü destekçisi ve koruyucusu olarak yaptığımız tüm çalışmaları, ülkemize karşı sorumluluğumuz olarak görüyoruz.

Türk tiyatrosunun önemli bir parçası olan Yapı Kredi Afife Tiyatro Ödülleri ile büyük tiyatro sanatçısı Afife Jale’nin ismini yaşatıyor, 1997 yılından bu yana tiyatro emekçilerini desteklemeyi sürdürüyoruz. Yapı Kredi Yayınları ise Türk yayıncılığının en etkili kuruluşlarından biri konumunda. Yapı Kredi Yayınları, bugüne kadar çıkardığı 5 binin



üzerinde başlıkta kitapla yolumuzu aydınlatıyor. 1964'den beri kültür sanat faaliyetlerimize ev sahipliği yapan Beyoğlu'ndaki Yapı Kredi Kültür Sanat binası, sanatseverleri sergiler ve etkinliklerle buluşturuyor. Yapı Kredi bomontiada ise söyleşiler, konserler, sergiler, ve atölye çalışmaları ile sanatseverlerin uğrak noktalarından biri haline geldi.



KURUMSAL VATANDAŞLIK İLKESİ

Yapı Kredi olarak kurulduğumuz günden beri kurumsal vatandaşlık ilkesi çerçevesinde hareket ediyoruz. Çalışmalarımızı da bu hareketle yürütüyoruz. Eğitim, çevre, kültür ve sanat projeleri olmak üzere birçok alanda topluma fayda sağlayacak sosyal sorumluluk projelerimizi hayata geçirdik ve geçirmeye devam ediyoruz. 2006 yılından bu yana TEGV ile beraber, ilköğretim çağındaki çocukların okuma becerilerini geliştirmek amacıyla "Okuyorum Oynuyorum" eğitim programını yürütüyoruz. Yapı Kredi World'ün sevilen maskotu Vadaa'nın oyuncularını Yapı Kredi Yayınları Kitabevleri, TEGV online mağazaları ve dr.com.tr'den satışa sunarak elde edilen geliri çocukların eğitimi için TEGV'e bağışlıyoruz.

Akademik iş birlikleri kuruyor, sağladığımız burslarla başarılı öğrencilere eğitim ve gelişim fırsatı sağlamaya çalışıyoruz. 2014 yılından beri ülkemizde biyolojik çeşitlilik konusunda farkındalık yaratmak ve doğal değerlerimizi korumaya yönelik geliştirilen projelere kaynak yaratmak için WWF Türkiye'yi destekliyoruz. Ek olarak WWF'in önderliğinde, iklim değişikliği ile mücadelede dikkat çeken "Dünya Saati" hareketine her yıl düzenli olarak katılıyoruz.

Ayrıca engelli vatandaşlarımızın bankacılık hizmetlerine daha kolay ve çağdaş şekilde ulaş-

malarını sağlamak için, 2008 yılında Türkiye'de bir ilki gerçekleştirerek, Engelsiz Bankacılık programını hayata geçirdik. Yapı Kredi çalışanları arasında sosyal sorumluluk ve gönüllülük bilincini yaygınlaştıran Yapı Kredi Gönülleri platformumuzla ise köy okullarından, çevre projelerine, huzurevi ziyaretlerinden, ihtiyacı olan çocuklar için eğitim ve yardıma, sayısız projeye aktif olarak sahada görev alıyoruz.

EN ÖNEMLİ ÖNCELİK ÇEVRE

Sürdürülebilirlik konusundaki farkındalık pandemi dönemiyle birlikte hem kurumsal hem de bireysel tarafta arttı. Sınırlı kaynaklarımız azalırken hep beraber kaynaklarımızın doğru kullanımı konusunda kendi etki alanımızda gayret göstermeye mecburuz. Dünya Ekonomik Forumu 2021 Küresel Risk Raporu'na göre gerçekleşmesi muhtemel ilk beş riskten dördü çevreyle bağlantılı. İklim krizi birçok alanda dünya finans sistemini tehdit ediyor. Finans sektörünün de iş dünyasına sağladığı finansmanlardan kaynaklı dolaylı etkisini düşünürsek, geniş ve kuvvetli bir faaliyet alanına sahip olduğuna söyleyebilirim. Bu nedenle finans sektörü, dönüştürücü gücüyle sürdürülebilirlik konularında büyük bir misyon üstlenmeli.

Biz de Yapı Kredi olarak her alanda toplumumuza değer katmak için çalışıyoruz. Bunu yaparken odağımıza, çalışanlarımızı, paydaşlarımızı ve müşterilerimizi alıyoruz. Ekonomik gelişimin yanı sıra, topluma, insana ve doğaya dost sürdürülebilir bir gelecek için çalışıyoruz. Sürdürülebilirlik stratejimizi, ortak değer yaratmaya dayandırıyoruz. Böylece tüm çalışmalarımızı buna göre planlıyor ve yönetiyoruz.

Birleşmiş Milletler Sorumlu Bankacılık Prensipleri



"Bloomberg Cinsiyet Eşitliği Endeksi'nde yer alan Türkiye'deki 5 şirketten biriyiz"



KADIN ÇALIŞAN ORANINDA LİDERLİK Cinsiyet eşitliği konusunda uzun yıllardır önemli çalışmalara imza atıyoruz. Kadın çalışan oranında sektörün lider bankası olarak Bloomberg Cinsiyet Eşitliği Endeksi'nde yer alan Türkiye'deki beş şirketten biriyiz. Ek olarak yeşil tahviller, sürdürülebilirlik bağlantılı krediler, yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği kredileri, Doğa Dostu Mortgage ve Doğa Dostu Taahhüt kredileri gibi pek çok ürün ve hizmetimizle sürdürülebilir kalkınma sorunlarına finansal çözümler sunuyoruz.

ENERJİ VERİMLİLİĞİ 2018 yılından beri Türkiye Konutlarda Enerji Verimliliği Finansman Programı'na katılıyoruz. TuREEFF programı çerçevesinde enerji verimliliğine yatırım yapan KOBİ'lere ve konutlarda enerji verimliliği yatırımlarına kredi sağladık. 2020 yılının başında ise ilk yeşil tahvil ihracımızı ICMA Yeşil Tahvil Prensipleri ile uyumlu bir şekilde gerçekleştirdik.

İklim değişikliğinde önemli adımlar

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ Ocak 2021'den itibaren İklim Bağlantılı Finansal Görev Gücü'nün (TCFD - Task Force on Climate-related Financial Disclosures) raporlama tavsiyelerinin resmi destekçisi olduğumuzu eklemek isterim. Bu kapsamda iklim değişikliğinin faaliyetlerimiz ve finansal performansımız üzerindeki etkisini yönetmek, raporlamak adına çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

PARİS ANLAŞMASI Ayrıca küresel ısınma artışını 2°C'nin, ideal olarak ise 1,5°C'nin altında sınırlayan Paris Antlaşması'nın hedefleri doğrultusunda Bilim Temelli Hedefler Girişimi'nin "1.5°C'ye Yönelik İş Hedefleri" kapsamında taahhüt veren ülkemizdeki ilk ve tek kurumuz. Bu taahhüdümüzle bilim temelli emisyon azaltım hedeflerimizi belirleyerek sürdürülebilirlik adına bir adım daha atmış olacağız.



leri, Global Compact Türkiye Sürdürülebilir Finansman Bildirgesi, Birleşmiş Milletler Kadının Güçlenmesi Prensipleri ve İş Dünyası Aile İç Şiddete Karşı Projesi gibi pek çok ulusal ve uluslararası girişimin içinde yer alıyoruz. Bu doğrultuda paydaşlarımızla birlikte ortak değer yaratma vizyonumuz çerçevesinde geçtiğimiz sene ilk Entegre Raporumuzu yayımladık. Ayrıca sorumlu yatırım yapmaya önem veren kurumların kaynak olarak aldıkları dünya çapında önemli endeks serilerinden biri olan FTSE4Good Gelişmekte Olan Piyasalar Endeksi'nde de yer alıyoruz.

Bunlarla birlikte, faaliyetlerimizin çevre ve toplum üzerindeki etkilerini doğru yönetmenin büyük bir sorumluluk olduğunun bilincindeyiz. Bu sebeple biz de operasyonel ve kredilendirme faaliyetlerimizden kaynaklanan çevresel ve sosyal etkilerimizi etkin bir şekilde yönetiyoruz. Genel Müdürlük ve yurt içi iştirak binalarımızda ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi'ni uyguluyor, her yıl operasyonel faaliyetlerimizden kaynaklanan sera gazı salımlarımızı ISO 14064 standardı ile uyumlu

olarak hesaplayıp raporluyoruz. Ayrıca finansman sağladığımız proje ve yatırımların etkilerini yönetmek için Çevresel ve Sosyal Risk Değerlendirme Sistemimizi uyguluyoruz. Her geçen gün dünyadaki en kapsamlı yaklaşım olan Ekvator Prensipleri'ne daha fazla uyumlu hale gelerek kendimizi geliştiriyoruz.

Tüm bunlarla birlikte sürdürülebilirlik kavramını daha fazla kişiye ulaştırmak için çeşitli iletişim kanallarını da etkin bir şekilde kullanıyoruz. Ticari kaygıları bir kenara bırakmak, dürtüsel tüketimin önüne geçmek ve bu konuda bir bilinç uyandırmak amacıyla Dünya Kadar Sade projesini hayata geçirdik.

"Sürdürülebilirliği Konuşalım" podcast kanalımız ile hayatın içinden sürdürülebilirlik ipuçlarını dinleyicilerimizle buluşturuyoruz. Ayrıca YouTube ve Facebook üzerinden canlı olarak yayınlanan "Sürdürülebilirlik Sohbetleri" serisinde, Yekta Kopan'ın moderatörlüğünde sürdürülebilirliğin önemi ve sürdürülebilir kalkınmanın yarattığı dönüşümü mercek altına alıyoruz.

İYİ ŞİRKET YOLCULUĞUMUZ

Müşterilerimize ürün ve hizmetlerimizi anlatırken "Hayat sana sınırlar koyar, Yapı Kredi o sınırları

kaldırmak için var" diyerek hayatı kolaylaştırdığımızı, her daim onların yanında olduğumuzu ve hizmette sınır tanımadığımızı her zaman söylüyoruz. Biz de kurulduğumuz günden beri; ekonomide, eğitimde, sanatta, hayatın her alanında sınırları kaldırmak için çalışıyoruz.

Doğal kaynakları gelecek

kuşaklara da aktarabilmek için en verimli biçimde kullanılması konusunda üzerimize düşen görevleri önemsiyor, daha fazla kişiye sürdürülebilirlik kavramını ulaştırmak için çalışıyoruz.

Gelecekte de yeni nesillere, iyi bir gelecek bırakabilmek ve doğal kaynakların en verimli biçimde kullanılması konusunda toplumumuzu bilinçlendirmeyi sürdüreceğiz. Hayatın her alanında sınırları kaldırmak adına var gücümüzle çalışmaya, müşterilerimizin her ihtiyacı olduğunda yanlarında hissettiği bir marka olmaya ve ülkemizi, toplumumuzu, ekonomimizi desteklemeye devam edeceğiz. ■



“HER 3 KİŞİDEN 1'İNİN HAYATINI İYİLEŞTİRECEĞİZ”

Dünya'nın önde gelen sağlık şirketlerinden... Yenilikçilik, sürdürülebilirlik ve çeşitlilik, stratejilerinin temelini oluşturuyor. Abbott Core Diagnostik Türkiye, Lübnan, İran, Gürcistan, Azerbaycan ve KKTC Genel Müdürü Yelda Ulu Colin, “İnsanların daha uzun ve daha iyi şekilde yaşamasına yardımcı olma konusunda çalışıyoruz” diye konuşuyor. Bu kapsamda “iyiliğe” yatırıma devam edeceklerini belirtiyor ve ekliyor: “Önümüzdeki 10 yılda 1 milyardan fazla kişiye ulaşmayı ve 2030 yılına kadar gezegendeki her 3 kişiden 1'inin hayatını iyileştirmeyi amaçlıyoruz.”

Abbott olarak çeşitlendirilmiş iş modelimiz ve şirket kültürümüzün bir sonucu olarak pandemi sürecini en iyi şekilde yönettik. Yine bu dönemde, çalışma arkadaşlarımızın bağlılıkları ve yoğun çalışmalarının yanı sıra, esnek tedarik zincirimiz sayesinde insanların hayatlarını değiştiren teknolojileri dünya çapında milyonlarca insana ulaştırmaya devam ettik. COVID-19 teşhis testleri portföyümüzü geliştirdik ve büyüttük.

Pandemi öncesindeki dönemde uzaktan izleme, diyabet yönetimi, kardiyovasküler bakım gibi birçok yenilik hayata geçirmiştik. Pandemi döneminde ise bu inovatif çözümler, doktor ve hasta arasındaki zorlaşan yüz yüze etkileşimi, uzaktan izleme ve iletişim ile mümkün kılarak önemli bir değer yarattı. İnsanların sağlıklı olmalarına, sağlıklı kalmalarına ve hayatı dolu dolu yaşamalarına yardımcı olmak için diyabet yönetimi, teşhis ve kardiyovasküler teknolojide ilerlemeye devam edeceğiz.



SOSYAL ETKİ STRATEJİMİZ

Sağlık hizmetlerinde lider bir organizasyon olarak, insanların daha uzun ve daha iyi şekilde yaşamasına yardımcı olma konusunda çalışıyoruz. Çığır açan yenilikleri tespit ederek, bunlara yatırım yapmak için güçlü yönlerimizden faydalıyoruz, yeni ortaya çıkan sağlık hizmetleri ihtiyaçlarını karşılayabilmek için iş modelleri tasarlıyoruz. Bilimsel ve teknik uzmanlığımızı aracılığıyla sosyal zorlukları ele almak adına ölçülebilir yöntemler buluyoruz.

Odak alanlarımızdan biri, sağlık hizmetlerine erişim. Sağlıklı yaşamlar sürdürmeye ilişkin engelleri ele alacak şekilde dünya çapında iş birliği yapıyoruz. Yaşadığımız ve faaliyetlerimizi sürdürdüğümüz yerdeki toplumları güçlendirmeye yönelik olarak topluluk katılımını esas alıyoruz. Ayrıca, işimiz ve faaliyet gösterdiğimiz yerdeki toplumlar için değer yaratmaya

odaklanarak ortak etki yaratıyoruz. Son olarak da, yeni nesil bilim insanlarına ve mühendislere ilham olma amacıyla bilimsel eğitimi destekliyoruz.

Çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık (Diversity, Equity and Inclusion - DEI) ile ilgili her türlü çalışmamızın, kurum içinden başlayarak dışı doğru bir sosyal etki yaratacağına inanıyoruz. DEI çalışmalarımızın temelinde çalışanlarımız yer alıyor. Onların çabaları sayesinde uzun bir yol kat ettik ve birçok alanda ilerleme kaydediyoruz. Daha fazlası için de çalışmaya devam ediyoruz. Güçlü temelimizi sürekli geliştirmeye kararlıyız.

DEI İÇİN ABBOTT FORMÜLÜ

Bizim için DEI'yi (Diversity, Equity, Inclusion) teşvik etmek, bir bitiş çizgisine ulaşmak değil, dinlemek, öğrenmek ve sürekli uyum sağlamakla ilgili. Daima bu ruhla ilerliyoruz. Ancak çok daha ileri gitmeye kararlıyız. 2020'de yaşanan olağan dışı pandemi gündemi, daha kapsayıcı bir şirket ve toplum inşa etme kararlılığımızı güçlendirdi. Bu çalışmalarımızın sonucunda ise şirket genelinde sağlam bir DEI kültürü oluşturduk. Bu çalışmaların sonuçlarıyla ilgili birkaç rakam paylaşmak isterim.

Bugün globalde Abbott çalışanlarının yüzde 45'ini kadınlar oluşturuyor. Yöneticilerin ise yüzde 32'si kadın. Bilim, Teknoloji, Mühendislik ve Matematik alanında staj yapan lise öğrencilerinin yüzde 75'ini de yine kadınlar oluşturuyor. Kadınların gelişimi konusu şirket kimliğimizin bir parçası. Çeşitliliğe her alanda çok önem veriyoruz. Ortak hedefler ile harmanlanmış farklı görüş açılarının, yeni fikirleri beslediğine ve değişen ihtiyaçları doğru adreslediğine inanıyoruz. Çalışanlarımıza, dil, din, cinsiyet, etnik köken, yaş, statü farkı gözetmeksizin eşit imkanlar sunmayı ve her birine adaletli davranmayı görev olarak biliyoruz. Bu anlayışı, şirket içerisinde oturtmaya çalışırken de bir zorunluluk olarak değil, daha çok tüm çalışanların içselleştirdiği ve inandığı



ABBOTT'un iyilik hedefi

1 İYİ YAŞAM Hizmet verdiğimiz insanlara uzun vadeli etki sağlayacak şekilde şirketimizi yönetmek, sağlık hizmetlerinin geleceğini şekillendirmek ve çok sayıda insanın daha iyi ve daha sağlıklı yaşamasına yardımcı olmak için çalışıyoruz.

2 MİLYAR KİŞİ Çalışmalarımızla bu yıl 2 milyar, önümüzdeki 10 yılda 1 milyardan fazla kişiye ulaşmayı ve 2030 yılına kadar gezegendeki her 3 kişiden 1'inin hayatını iyileştirmeyi amaçlıyoruz.

bir değer olarak şirket kültürümüzün bir parçası haline getirmeye çalışıyoruz.

SOSYAL SORUMLULUK VİZYONU

Bu konudaki vizyonumuzu şöyle özetleyebilirim: Abbott Fonu başlığı altında, daha dayanıklı ve sağlıklı toplumlar yaratan sosyal yenilikleri teşvik etme konusunda yardımı, güçlü bir kaynak olarak görüyoruz. Bu vizyon bize yeni fikirlere öncülük etmek, yeni çözümler yaratmak, yeni nesil liderler geliştirmek, toplumsal ve sosyal organizasyonları güçlendirmek ve karmaşık küresel sorunları çözmek üzere iş ortaklıkları kurmak için bir fırsat sağlıyor. Düşünceli ve etkili yardımın temeli olduğuna inandığımız üç ilkeyi benimsiyoruz.

Bunlardan ilki, toplum odaklı yaklaşım. Toplum çözümleri, destek arayan kişilerle gerçekleştirilen iş birlikleri bir çaba olarak başlayıp en nihayetinde yine bu kişilere ait olacak şekilde sunulmalıdır.

İkincisi, etkili olma ilkemiz. Etkilerimizi ölçmek ve değerlendirmek, sürekli öğrenmemize ve kritik kararlar almamıza olanak sağlayan güçlü bir araçtır.

Üçüncüsü ise sürdürülebilirlik ilkesi. Tüm programların uzun vadedeki başarısının, sürdürülebilirlik çerçevesinde ele alınmasına bağlı olduğuna inanıyoruz.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMIMIZ

Abbott'ta sürdürülebilirlik, faaliyetlerimize ilişkin fırsatların pozitif sosyal ve çevresel etki ile kesiştiği alanlarda yoğunlaşıyor. Sürdürülebilir bir büyüme sağlamayı, çığır açan bir teknoloji sunmayı ve dünya çapındaki toplumlarda değer yaratmayı hedefliyoruz. Bunun için en yüksek kalite, güvenlik, etik ve dürüstlük standartları aracılığıyla markamız ve ürünlerimiz adına güven yaratıyoruz. Değişen sağlık hizmeti ihtiyaçlarını karşılamak için yeni çözümler geliştiriyoruz.

Dünya çapındaki faaliyetlerimizin çevresel ayak izini en aza indirerek ve temiz

su kaynaklarını koruyarak sağlıklı yaşam ortamlarını teşvik ediyor ve koruyoruz.

İnsan haklarının korunması da dahil olmak üzere tedarik zincirimiz boyunca en yüksek çevresel ve sosyal sorumluluk standartlarını uygulayarak tedarikçilerimizle yakın bir ilişki içerisinde çalışıyoruz. Ayrıca potansiyellerini gerçekleştirebilmelerine yardımcı olmak amacıyla çalışanlarımızın sağlığını ve refahını koruyoruz.

2030 Sürdürülebilirlik Planı'mızda sağlıkta hakkaniyete öncelik verdik ve eşitlikçi bakımı paydaşlarımız için temel bir ilke haline getirdik.

Dünya sürekli olarak toplum sağlığını tehdit eden birden fazla sağlık sorunuyla karşı karşıya. Bu nedenle Abbott gibi önde gelen sağlık şirketlerinin diğer paydaşlarla iş birliği önemli bir rol oynuyor. Sağlık alanında hizmet veren bir şirket olarak bizim için sürdürülebilirlik, hizmet verdiğimiz insanlar için uzun vadeli etki sağlamak, sağlık hizmetlerinin geleceğini şekillendirmek ve çok sayıda insanın daha iyi ve daha sağlıklı yaşamasına yardımcı olmak anlamına geliyor.

Bu hedefe giden yolda, hayatı değiştiren teknolojilerimizin ve ürünlerimizin araştırma ve geliştirme sürecinin her adımını, üretimini, tedarigini en iyi şekilde tasarlıyoruz. Bu bakış açımız COVID-19 ve pek çok hastalıkla mücadelede anlamlı ilerleme kaydetmemizi sağladı. Erişebilirlik hedefimizde birçok kurumla da iş birliği içindeyiz. ■

“2030 SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PLANIMIZ DA BUNA PARALEL OLARAK YAŞAMI DEĞİŞTİREN TEKNOJİLERİMİZİN VE ÜRÜNLERİMİZİN ERİŞİM VE SATIN ALINABİLİRLİĞİNİ ARTIRMA HEDEFİNE GÖRE HAZIRLANDI. BU KAPSAMDA, BUGÜN YILDA 2 MİLYAR İNSANA ERİŞİRKEN, 10 YIL İÇERİSİNDE YILDA 3 MİLYARDAN FAZLA İNSANIN YAŞAMINI İYİLEŞTİRMİYİ HEDEFLİYORUZ.”

Kadın çalışanlarımız için iki önemli program

1 ÖDÜLLÜ STRATEJİ Abbott'ta kadınlar olağanüstü kariyerlere imza atabiliyor. Kadın çalışanlarımıza başarılı olmaları ve liderlik becerilerini geliştirmeleri için, meydan okuyan ve ödüllendirici imkanlar ile fark yaratan işler sunuyoruz. Abbott Türkiye olarak ise bu konudaki çalışmalarımız neticesinde arka arkaya üç sene Türkiye'de Top Employer seçildik.

2 KADINLARA KATKI Abbott'un Kadın Liderleri (WLA) ağı, iş hedeflerine ulaşırken Abbott'ta kadınların liderlik rollerini artırma çalışmaları yürütüyor. WLA, kadınlara yenilikçi ve deneyimli profesyonellerle ağ kurma, liderlik kaslarını esnetme ve dünya çapında bağları güçlendirme fırsatları sağlıyor.

WILO'NUN 18 HEDEFLİ 2025 STRATEJİSİ

102

Wilo Genel Müdürü Mehmet Ürek, sürdürülebilirliğin şirketin DNA'sında yer aldığını söylüyor. Alman Sürdürülebilirlik Ödülü'nü alarak bu alandaki farklarını ortaya koyduklarına ve "sosyal etkiye" önem verdiklerine dikkat çekiyor. Ürek, "2025 hedeflerimiz çerçevesinde 4 faaliyet alanı kapsamında 18 hedef oluşturduk ve kurumsal siyasi sorumluluğu da stratejimize ekledik" diye ekliyor.

150 yıl önce Louis Opländer'in bronz ve bakır parçalar işleyen atölyesinde başlayan Wilo hikayemizde, suyun taşınması için gereken her alanda dönüm noktası oluşturan buluşlarla ve patentlerle büyüyerek yeni bir sektör yaratmış olduk. Yaptığımız bu öncü faaliyetlerle sektör lideri konumuna geldik ve lider olarak faaliyetlerimizi sürdürüyoruz.

Wilo olarak pompa ve pompa sistemleri sektöründe 4 farklı kategoride faaliyet gösteriyoruz. Bu kategorileri; altyapı, endüstri, bina teknolojileri ve OEM olarak adlandırıyoruz.

Altyapı alanında insanların kullandıkları suyu bir yerde toplayıp, başka bir yere transfer ediyoruz. Bina teknolojilerinde ise yaşadığımız binalar, iş yerleri, hastaneler, üniversiteler ve konutlar hizmet alanlarımız arasında yer alıyor. Endüstride kullanılan pompalarımızla beraber OEM pompaları gibi kombi cihazların içinde yer alan, özellikle seri üretimlerde kullanılan pompalarımız da bulunuyor.

Wilo olarak insanların ihtiyaçlarını tespit ederek ürünlerimizi bu doğrultuda üretiyoruz. Dünya dijitalleşirken, dijital çağa uygun daha verimli ve kullanıcı dostu cihazlar geliştirmek gerekiyor. Biz de pompa sistemleri sektörünün lideri olarak

**"TÜM YATIRIMLARIMIZI
DÜNYAYA HIZLA YÖN
VERECEK BU MEGA
TRENDLER IŞIĞINDA
GERÇEKLEŞTİRİYORUZ.
GLOBALLEŞME,
AKILLI ŞEHİRLER,
ENERJİ SORUNU,
İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ,
KURAKLIK VE DİJİTAL
DÖNÜŞÜM OLARAK
BELİRLEDİĞİ MEGA
TRENDLERE KARŞI
NASIL BİR ÇÖZÜM
GELİŞTİREBİLECEĞİMİZ
ÜZERİNDE ÇALIŞMALAR
YAPIYORUZ."**

bu konuda üzerimize düşen sorumluluğu yerine getiriyoruz. Bu doğrultuda dünyanın ilk akıllı pompasını ürettik. Stratos MAXO dünyanın ilk akıllı pompası, algoritmalarla çalışarak minimum enerjiyle maksimum verimlilik ve konfor sağlıyor.

TOPLUMA KATKI PEŞİNDEYİZ

Wilo, bina hizmetleri, su yönetimi ve endüstri segmentlerinde suyun hareketliliğini sağlayan lider bir uluslararası teknoloji şirketi olarak, enerji tasarruflu ürünler, sistemler ve çözümlerle sürdürülebilir yaşama katkı sağlıyor.

Preşip olarak, su ve enerjinin değerli kaynaklarıyla birlikte çalışmak sürdürülebilir düşünme ve eylem gerektirir; bu gerçek de Wilo'nun kurumsal kültüründe saklıdır. Wilo, sürdürülebilirliğe olan bağlılığı ile dünyanın olumlu genel gelişimine katkıda bulunuyor. Wilo'nun 2025 hedeflerine dayanarak, tüm paydaş gruplarını dikkate aldığı ve kendi içinde uyguladığı bütünsel bir sürdürülebilirlik stratejisi bulunuyor. Enerji ve kaynak verimliliği ve iklim koruması bu stratejinin temel bileşenleri olarak öne çıkıyor.

Gerçekçi tahminlere göre pompaların, dünyadaki elektrik tüketiminin yaklaşık yüzde10'una denk geldiği düşünülüyor.

Pompaların yüzde 90'ı eski ve işlevsiz ise eski teknolojinin yenisi ile değiştirilmesi sadece ısıtma, soğutma ve iklimlendirme uygulamalarında kullanılan elektrikte 246 TWh'ye kadar tasarruf elde edilebileceğini gösteriyor. Bu da artık ihtiyaç duyulmayacak yaklaşık 80 orta ölçekli elektrik santralının kapasitesine denk geliyor. Bu doğrultuda Wilo, sistem çözümlerinin kullanımı ile enerji tüketimini belirgin şekilde azaltmayı hedefliyor.

TEKNOLOJİ ETKİSİYLE TASARRUF

Dijitalleşme, enerji tasarrufunu hayata geçirmek için bizlere yeni imkanlar sunuyor. Bir varlık olarak suyun sorumluluk bilinci ile kullanımı da artık çok daha önemli. Artan dünya nüfusu, küresel ekonomik kalkınma ve süregelen iklim değişikliği, dünya üzerinde su dengesi ve bunun altyapısı üzerindeki baskısını artırıyor. Wilo olarak oldukça etkili teknolojilerimiz, dünya genelindeki su ve enerji kaynaklarının daha korunaklı bir şekilde kullanılmasına katkıda bulunuyor. Bilişim teknolojileri ve yeni nesil endüstri devrimi ile hem toplumlar ve kültürler dönüşüyor hem de şehirler artık akıllı şehirler haline geliyor.

Mobil teknolojiler, nesnelerin interneti ve yapay zekanın yön verdiği Endüstri 4.0 dünyasında dijital gelişim sürecinde pompa sistemleri sektörü de kilit rollerden birini üstleniyor. Biz de Wilo olarak bu sorumluluk ve bilinçle hareket ediyoruz. Global vizyonumuz çerçevesinde uzun vadeli stratejimizin bir parçası olarak önümüzdeki yıllarda toplumların hayatlarını derinden etkileyecek altı küresel mega trend tanımladık.

KÜRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK LİDERİ

Gerçekleştirdiğimiz çalışmalarla kendini daha yaşanabilir bir dünya yaratmaya adanmış Wilo olarak Birleşmiş Milletler ve Bloomberg'in "50 Sürdürülebilirlik ve İklim Lideri" adlı küresel sürdürülebilirlik ve iklim koruma girişimine katılmak üzere



seçildik. "50 Sürdürülebilirlik ve İklim Lideri" girişiminin bir parçası olarak katılımcı şirketler, çevre ve iklimin korunması veya sosyal adalet gibi güncel sorunlar hakkındaki tartışmalara önemli katkılar sağlayacak. Katılımcılar aynı zamanda kısa belgelerle kendi sürdürülebilirlik faaliyetlerinin sonuçlarını dijital olarak sunacak.

Wilo olarak bu belgesel film sayesinde sürdürülebilirlik ve iklimin korunması konusunun şirket sınırlarının ve ulusal sınırların ötesinde tanıtılması için insanları teşvik edebilmeyi hedefliyoruz. Bu yolda kat ettiğimiz mesafe ve elde ettiğimiz veriler, doğru ve tarafsız bir şekilde analiz edilebilmesi adına yılda iki defa Sürdürülebilirlik Konseyi tarafından kontrol edilecek.

Bu gurur verici ödülün yanı sıra 2020 yılında iklim koruma alanındaki çalışmalarımızla Avrupa'nın en prestijli ödüllerinden biri olarak kabul edilen Alman Sürdürülebilirlik Ödülü'nü almaya hak kazandık. Alman Sürdürülebilirlik Ödülü, 1000'den fazla aday ile Avrupa'da bu kapsamda verilen en büyük ödül olarak kabul ediliyor. Wilo olarak bu ödülle sanayi alanında faaliyet gösteren şirketlerin de iklimin korunması, su tasarrufunun sağlanması gibi süreçlere önem verebileceğini ve sürdürülebilir bir dünyaya hizmet edebileceğini gözler önüne serdik.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK STRATEJİMİZ

Sürdürülebilirlik hedefimiz doğrultusunda gerçekleştirdiğimiz bir Ambition 2025 (Hedef 2025) kurumsal stratejimiz mevcut. Bu stratejimiz doğrultusunda, kaynak ve enerji verimliliği açısından en uygun hale getirdiğimiz üretim süreçlerimizde olduğu gibi inovatif ve verimliliği yüksek pompa ve pompa sistemleri ürünlerimiz ile sürdürülebilirlik hedefimize katkı sağlıyoruz.

Yaptığımız sürdürülebilirlik çalışmalarımız ile 100 milyon insanın, temiz suya erişimini iyileştiriyoruz. Yüzde 7,5 büyüme oranı ile inovatif su çözümleri gamını genişletiyor ve yüzde 35 büyüme oranı akıllı su sistemleri portföyünü genişletiyoruz. Wilo tesislerinde içme suyu tüketiminde yüzde 20 oranında azalma sağlıyoruz.

Enerji ve emisyon alanında yüksek verimli pompalar ile enerji tasarrufu sağlarken CO2 emisyonlarını 50 milyon ton düşürüyoruz. Aynı zamanda Wilo tesislerinde CO2 emisyonundaki azalma sağlayarak iklime zarar vermeyen üretim gerçekleştiriyoruz. Kendi üretim tesislerimizde

de iklimin korunmasını öncelik olarak benimsiyoruz ve 2025 yılına kadar tüm üretim tesislerimizi iklim zararsız hale getirmeyi hedefliyoruz. Geçtiğimiz yıl Dortmund'da tarihinin en büyük yatırımlarından biri olan ve enerji verimliliğinde yeni ölçütler belirleyecek nitelikteki Wilopark'ı faaliyete geçirdik.

Malzeme ve atıklarımızda da sürdürülebilirlik hedeflerimizi gözlemliyoruz. Hammadde tüketimimizi, 250 ton azaltıyoruz. Yeniden kullanılabilir parça sayısını her yıl 30 bin artırıyoruz. Yılda 12 ton malzeme tüketiminde azalma sağlıyoruz. Yeniden kullanılabilir ambalaj malzemesinde yüzde 1000 artış sağlarken, Wilo sahalarında geri dönüşüm oranını yüzde 90 artırıyoruz.

ETKİ YAPAN ŞİRKET HEDEFİ

Kurulduğu günden bu yana DNA'sında iklim koruması olan şirketimizin 8 bine yakın çalışanının tamamı iklim koruma alanında birer öncüdür. Sosyal etkinin ve değişimin içeriden başladığını biliyor ve bunu çok önemsiyoruz.

2025 hedeflerimiz çerçevesinde 4 faaliyet alanı kapsamında 18 hedef oluşturduk ve kurumsal siyasi sorumluluğu da stratejimize ekledik. Bildiğiniz gibi Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Faaliyetleri Eylem Planı'nda, daha az kaynak tüketerek daha fazla refaha ve daha yüksek yaşam kalitesine giden yolu açıklıyor. Biz de Wilo olarak sürdürülebilir bir gelecek sağlama çalışmalarında aktif olarak yer almayı planlıyoruz. Geçtiğimiz yıl da ticari faaliyetlerimiz sonucunda hedef 6, 8, 9, 11, 12, 13 ve 17'ye ulaşılmasına önemli katkı sağladık. ■

"Sosyal sorumluluk bizim için kritik"

KAYNAKLARI KORUYORUZ Wilo olarak yüksek verimli teknolojilerimiz ve akıllı ürünlerimiz ile tüm dünya kaynaklarının, suyun ve enerjinin daha tutumlu bir biçimde kullanılmasına katkı sağlıyoruz. Wilo Türkiye ekibi olarak ise 2014 yılından bu yana her yıl "21 Mart, Dünya Su Günü" kapsamında "Su İçin Yürüyoruz" etkinliğini gerçekleştiriyoruz. 2022 yılı aynı zamanda Wilo Türkiye'nin de 30. kuruluş yıl dönümü olacak. Bu önemli yılda da toplumda etki yaratacak sosyal sorumluluk projelerimizle fark yaratmak için çalışmalar yapıyoruz.

ENERJİ ÇÖZÜMLERİ Bunun yanı sıra küresel enerji tasarrufu seferberliğinin odak noktasında enerji çözümleri projemiz de bulunuyor. Eski ve verimsiz pompaların yüksek verimli ve daha az enerji tüketimi sağlayan ürünlerle değişimini içeren bu projemizle de küresel CO2 emisyonlarını sürdürülebilir şekilde azaltarak işletmelere enerji tasarrufu sağlıyoruz. Yüksek verimli Wilo pompaları sayesinde işletmelerde sağlanan enerji tasarrufu yıllık 1.8 TWh olarak hesaplanıyor. Bu kapsamda 2019'da 10 bin enerji çözümü projesi gerçekleştirdik.

“GÜVENLİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR GIDA İÇİN ÇALIŞIYORUZ”

Cargill Gıda Orta Doğu, Türkiye ve Afrika Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Murat Tarakçioğlu, Türkiye'de 60'ıncı yılını kutlayan Cargill'in, tüm faaliyetlerinin temelinde topluma ve gezegene karşı duydukları sorumluluk duygusunun yer aldığını söylüyor. Yeni dönem için ise “Bir yandan dünyadaki en sürdürülebilir gıda tedarik zincirini yürüten şirket olmak için çalışırken, diğer yandan sosyal sorumluluk programlarımızın etki alanını her geçen yıl genişletmeyi amaçlıyoruz” diyor.

Cargill olarak 155 yıldır dünyanın sorumlu, sürdürülebilir ve güvenli bir şekilde beslenmesine katkı sağlamayı amaç edinmiş, global ve inovatif bir gıda ve endüstri şirketiyiz. 70'i aşkın ülkede, 155 binden fazla çalışmamız bulunuyor.

Cargill Türkiye olarak 60. yılımızı kutladığımız bu dönemde gıda, biyoyendüstri ve hayvan beslemesi alanlarında gerçekleştirdiğimiz yatırımlarımız ve geniş ürün portföyümüzle, hayatın her alanına dokunuyoruz. Cargill'in iklim değişikliğine karşı dünyadaki en sürdürülebilir gıda tedarik zincirini yürütme hedefi kapsamında, değişen tüketim trendlerine ve ihtiyaçlara bağlı olarak ürün portföyümüzü sürekli genişletiyoruz. Aynı zamanda 2025 yılına kadar global ölçekte emisyon miktarını yüzde 10 azaltma taahhüdümüz doğrultusunda, iş yapış süreçlerimizi sürekli iyileştiriyoruz.

Ülke ekonomisine katkı sağlamak ve topluma değer katmak, Cargill Türkiye olarak en önemli odak noktalarımızdan biri. Geçtiğimiz yıl pandemi döneminde yaptığımız 30 milyon dolarlık yatırımla birlikte, bugüne kadar yaptığımız toplam yatırım 530 milyon doları aştı. Yerli ürünlerimizle pek çok



sektör için doğrudan ithal ikamesi yaratırken, ürünlerimizi beş kıtada 70 ülkeye ihraç ederek ülke ekonomisine katkıda bulunuyoruz.

BESLENMEYE YAKIN TAKİP

Pandemi döneminde yaptığımız TrendTracker araştırmamızda, beslenme tercihlerinin sağlıklı ve işlenmiş aynı zamanda raf ömrü uzun gıdalara yöneldiğini gördük. Biz de günlük hayatta sıklıkla tüketilen gıdaların daha sağlıklı versiyonlarının üretilebilmesi için, inovatif gıda bileşenleri geliştirerek bu ihtiyaca yanıt veriyoruz. İnovatif çözümlerimiz gıda ürünlerindeki kalori, şeker ve yağ oranını azaltırken, tokluk hissi artırıyor. Mısır lifimiz, bezelye proteinimiz, vegan çikolatamız, şekeri azaltılmış çikolatamız ve yüksek oleikli ayçiçek yağımız, daha sağlıklı atıştırmalıkların üretiminde kullanılıyor.



Pandeminin etkisinde geçen son bir yılda, Türkiye'nin lojistik açıdan öneminin daha da ortaya çıkmasıyla birlikte, ülkemizde ürettiğimiz pek çok ürünümüz için farklı ihracat fırsatları doğdu. Dilovası Tesisimizde ürettiğimiz bitkisel bazlı trafo yağlarımız ile pandemi döneminde üretim kesintisi yaşayan Hindistan fabrikamızı ikame ettik. Hindistan'daki fabrikanın ürün tedarik ettiği Uzak Doğu'daki in, Güney Kore, Filipinler, Vietnam, Singapur gibi ülkelere Türkiye'den trafo yağı temin ettik. Bu tedarikle birlikte boya ve diğer sektörlerdeki satışlarımızla ihracatımızda yüzde 50'nin üzerinde artış öngörüyoruz. Bu sayede Türkiye'de cari açığın kapanmasına verdiğimiz desteği artırarak sürdüreceğiz.

Benzer şekilde, pandemi döneminde e-ticaretin artmasıyla birlikte, ambalajlarda kullanılan endüstriyel nişastamıza da talep arttı. Orhangazi Tesisimizde ürettiğimiz endüstriyel nişastayla hem Türkiye'de hem de 20 farklı ülkede artan talebi karşıladık. Bugün Türkiye'de üretilen her iki ambalaj kolisinden birinde bizim endüstriyel nişastamız olduğunu söyleyebiliriz.

60 yılın sonunda, Cargill Türkiye olarak önemli bir üretim üssü konumuna geldik. Bu yıl Hindistan merkezli gıda bileşenleri iş kolunun liderliğini de stlenmemizle birlikte, 3 milyara yakın nüfuslu, 67 ülkeyi kapsayan Cargill Gıda Orta Doğu, Türkiye, Afrika ve Hindistan bölgesini İstanbul'dan yönetiyoruz.

SOSYAL ETKİ FORMÜLÜMÜZ

Tüm faaliyetlerimizin temelinde, topluma ve gezegenimize karşı duyduğumuz sorumluluk duygusu yer alıyor. Bugün ve gelecekte dünyanın besin ihtiyaını sorunsuzca karşılamak ve toplumumuzun gelişmesine katkıda bulunma hedefiyle kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik çalışmaları yürütüyoruz.

Her yıl sosyal sorumluluk programlarımızın etki alanlarını genişletiyor ve sahiplendiği alanlarda uzun vadeli bir dnşime katkıda bulunacak şekilde yapılandırıyoruz. Bu anlamda iki önemli sosyal sorumluluk programımız var.

2019 yılından bu yana, Türkiye'deki çiftçilerin

“ YILDA, 12 İLDE 3 BİNİ AŞKIN AYEK, MISIR VE KANOLA İTİSİNE ULAŞTIK. PROGRAMA KATILAN İTİLERİMİZ; TOPRAK ANALİZLERİ SAYESİNDE ALIŐKANLIKLARINDAN DAHA AZ GÜBRE VE SU KULLANARAK DAHA ÇOK VERİM ALDIKLARINI KENDİLERİ İFADE EDİYORLAR. PROGRAMIN İLK YILINDA İTİLER YÜZDE 21, İKİNCİ YILINDA İSE PANDEMİYE RAĞMEN YÜZDE 26'YA VARAN VERİM ARTIŞI ELDE ETTİ.”



verimini ve refahını artırmak, tarımda sosyal ve dijital dönüşümü desteklemek, sürdürülebilir tarım yöntemlerinin yaygınlaşmasına katkıda bulunmak hedefiyle “1000 ifti 1000 Bereket” programını yürütüyoruz. Geçtiğimiz yıl ise Türkiye'nin geleceğine ışık tutacak kadın liderlerin yetişmesine katkıda bulunmak hedefiyle “Geleceğe 60 Lider” programını hayata geçirdik. Aynı zamanda faaliyet gösterdiğimiz bölgelerde halkın eğitim ve sağlık sorunlarıyla yakından ilgileniyoruz. Bu amaçla, Türkiye'de faaliyet gösterdiğimiz bölgelerde toplumsal ihtiyaçlara cevap verecek özel sosyal sorumluluk programları geliştiriyoruz.

GÜVENLİ GIDA ÖNCELİĞİMİZ

Sürdürülebilir geleceğin inşası için ise gıda güvenliği, verimli ve sürdürülebilir üretime odaklanıyoruz. Tüketicilerin talep ettiği daha sağlıklı, doğa dostu ve sürdürülebilir üretilen gıda ürünlerini geliştiriyoruz.

Gıdanın sürdürülebilir geleceği için çalışan bir gıda şirketi olarak, 9 milyara yaklaşan dünya nüfusunu besleme sorumluluğunu çiftçilerle paylaşıyoruz. İklım değişikliğinin tarıma etkilerine karşı çiftçilerle omuz omuza mücadele etmemiz hayati bir öneme sahip.

FAO'ya göre, 2050 yılında gıdaya talep yüzde 70 artacak. Bir ifti bugün 155 kişiyi beslerken, 2050'de bu sayı 2 katına çıkacak ve tarım yapılan topraklarımızın alanı değişmeyecek. İşte bu yüzden Cargill'in globalde hedefi, 2030 yılına kadar sürdürülebilir tarım uygulamaları ve eğitimleriyle 10 milyon çiftçiye dokunmak.

Biz de 'Tarlada izi olmayanın harmanda sözü olmaz' diyerek Türkiye'de üç yıl önce harekete geçtik. Çiftçilerin verim ve refahını artırmayı hedefleyerek, tarımda sosyal ve dijital dönüşümü desteklemek üzere 1000 ifti 1000 Bereket programını



“1 TL’den 2,78 TL değer yarattık”

ETKİ ÖLÇÜMÜ BAŞLATTIK Çiftçilere yönelik yürüttüğümüz 1000 Çiftçi 1000 Bereket programının sosyal fayda perspektifinde de kalıcı ve sürdürülebilir bir etki yaratmasını önemsiyoruz. Bu nedenle Türkiye’de tarım ve gıda alanında bir ilke imza atarak sosyal etki araştırması yaptık. Programın etki sonuçları, öncelikli hedeflerin belirlenmesi, odak grubuyla etkileşime geçilmesi, eğitimler ve saha çalışmaları gerçekleştirilmesi, değişimin analiz edilmesi, faydanın ölçülmesi ve Yatırımın Sosyal Geri Dönüşü (SROI) yöntemine göre hesaplanmasıyla ortaya kondu.

BÜYÜK DEĞER YARATTIK Uluslararası kabul görmüş SROI metodolojisi rehberliğinde yapılan hesaplama göre, programa ilk yıl yatırdığımız her 1 TL’nin 2,53 TL değerinde, ikinci yılda ise 2,78 TL değerinde sosyal getirisi oldu. Verim artış oranlarında yakaladığımız yükselişi, sosyal etki anlamında da yakalamış olmaktan mutluluk duyuyoruz.

ÇİFTİ MALİYETİNE KATKI Tarlaya özel sunulan doğru sulama, gübreleme ve ilaçlama programına uyan çiftçiler, hastalık riskini azaltıp toprak kirliliğinin de önüne geçti. Kaynak tasarrufu sağladı. Bu da çiftçilerin maliyetlerine olumlu şekilde yansdı. Ayrıca programın lider çiftçileri arasında çevre bilinci ve dayanışma gibi sosyal fayda perspektifinde yüzde 75’in üzerinde artış sağlandığını tespit ettik. Programın tüm bu çıktılarını, 30’un üzerinde paydaş görüşüne yer verdiğimiz ilk İlerleme Raporu’muzda kamuoyu ile paylaştık.

başlattık. Sürdürülebilir tarım uygulamalarıyla toprağımızın ve suyumuzun korunmasına da katkı sağlayan bu programı tamamen sosyal fayda odaklı yürütüyoruz. Programımız, Türkiye’de çiftçilere yönelik en uzun süreli ve kapsamlı desteği veren sosyal sorumluluk programı. Çiftçilere eğitim, dijital tarım araçlarına erişim, 7/24 düzenli danışmanlık, saha desteği gibi hizmetler sağlıyoruz. Gelişmiş dijital ekipmanlarla toprak analizi yapıp, çiftçilere 10 dakika içinde güvenilir sonuçlar sunuyoruz.

ET YERİNE BEZELYE ALTERNATİFİ

Cargill olarak sürdürülebilir ürünlere yönelik çok yönlü çalışmalar yapıyoruz. Emisyonu azaltan teknolojiler ve yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırımlar yapıyoruz. 2050 yılına kadar yüzde 70 oranında artması öngörülen protein ihtiyacına yönelik, dünyada bitkisel proteini köfteyi piyasaya sunan ilk şirketlerden biriyiz. Günde 3 litre su içen bir insanın 14 yıllık su ihtiyacı, sadece 1 kg et üretmek için kullanılıyor. Bezelye ise daha az suyla üretilebiliyor. Bir gram bezelye proteini elde etmek için hayvansal proteine kıyasla 6 kat daha az su kullanılması yeterli oluyor. Bezelyenin sera gazı emisyonu da çok daha düşük. 100 gram bezelye proteini üretiminde, sığır etine kıyasla 90 kat daha az emisyon açığa çıkıyor. Bu nedenle, bezelyeden ürettiğimiz proteinle önemli bir alternatif sunuyoruz. Başta süt ve et ürünlerine alternatif olmak üzere pek çok üründe kullanılabilir. Cargill olarak, kırmızı et için gereken su tüketimini ve emisyonu azaltarak daha çevreci protein kaynaklarına yönelik bilimsel çalışmalarımıza hız verdik.

Boya, mobilya, inşaat, tekstil, trafo gibi alanlarda kullanılan ara ürünleri de sürdürülebilir ve yenilenebilir

kaynaklarla üretiyoruz. Sera gazına katkı yapan ve insan sağlığını olumsuz etkileyen zararlı kimyasallar içeren petrol bazlı ürünlere alternatif olarak, biyokökenli, doğa dostu çözümler sunuyoruz. Ülkemizde yetişen mısır, ayçiçeği, soya gibi bitkilerden elde ettiğimiz biyoendüstriyel ürün portföyümüzde, trafo yağları ve endüstriyel nişasta gibi ürünlerimiz var. Yüzde 98 yenilenebilir bitkisel yağdan elde edilen trafo yağımız, mineral bazlı yağlara kıyasla yüzde 98 daha az karbon ayak izine sahip olmasıyla sürdürülebilir bir gelecek için önemli bir örnek teşkil ediyor. Endüstriyel nişastamız ise geri dönüştürülen kağıtlarda kullanılıyor ve kağıtların daha fazla sayıda dönüştürülmesine katkı sağlıyor. Müşterilerimiz biyokökenli çözümlerimizi kullanarak, çevreye zarar vermeden toprakta çözünebilir, tekrar kullanılabilir, uzun ömürlü ve dayanıklı ürünler üretebiliyor.

CARGILL’İN GELECEK PLANI

Bir yandan iklim değişikliğine karşı dünyadaki en sürdürülebilir gıda tedarik zincirini yürüten şirket olmak için kararlılıkla çalışırken, diğer yandan sosyal sorumluluk programlarımızın etki alanını her geçen yıl genişletmeyi amaçlıyoruz. 1000 Çiftçi 1000 Bereket sahadan beslenerek, çözüm ortaklarımızın katkılarıyla gelişip büyüyerek, daha fazla çiftçinin hayatına dokunarak yoluna devam edecek. Geleceğe 60 Lider programımıza yeni öğretim döneminde daha fazla kız öğrenci almayı ve öğrencileri farklı ülkelerdeki kadın Cargill liderleriyle buluşturacak mentorluk çalışmalarına ağırlık vermeyi planlıyoruz. Sürdürülebilir ürün portföyümüze yeni ürünler katmak üzere AR-GE çalışmalarımız tüm hızıyla devam ediyor. ■

“SÜRDÜRÜLEBİLİR ETKİ ÖNCELİĞİMİZ”

SANOVEL CFO Serkan Çağatay, ilaç sektöründe yarattıkları farka ve “toplumsal etkiye” dikkat çekerken, “mutlu çalışan” faktörünün altını çiziyor. Ayrıca “Sıfır Atık” programıyla çevreye ve topluma fayda sağladıklarını da belirtiyor. Bunun içinse insana, bilime ve teknolojiye yatırım yaptıklarını söylüyor.

Türkiye'nin önde gelen ilaç şirketlerinden Sanovel'in CFO'su Serkan Çağatay, 2003 yılında ODTÜ Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi bölümünü bitirdikten sonra Denetim ve Danışmanlık Hizmetleri alanında iş hayatına başladı. Kendi deyimiyle “Dolu dolu geçen bol deneyimli bir başlangıç sonrası” 2008 yılında telekom sektörüne geçti. “Çeşitli sektörlerde Ticari Finans Direktörlüğü ve Grup Finansal Kontrol Direktörlüğü görevlerinde bulunduktan sonra 2020 Temmuz'dan beri Sanovel CFO'su olarak görev alıyor.”

IMPACT Dergisi'nin sorularını yanıtlayan Serkan Çağatay, şu bilgileri verdi:

SEKTÖRDE YARATTIĞIMIZ FARK

Sanovel'in son 1 yılının odağında değişim var. Mevcut hissedarlara yeni yatırımcının da eklenmesi ile mali yapı daha da kuvvetlendi ve potansiyellerimizi gerçekleştirmek üzere Fabrikada, Sahada ve Genel Merkez'de önemli yapısal dönüşümler gerçekleştirdik.

Covid-19'un bütün sektörü şekillendirdiği bir yıla bu değişim iklimi ile girmiş olmamız bizi daha da çevikleştirdi. Odağında insanımız olan dijitalleşme sürecinde önemli mesafeleri kat ettik.

Diğer yandan, Sanovel'in kültüründe çok oturmuş bir özgüven ve kalite odağı var. Bu özellikler birkaç senenin değil, şirketin kuruluşundan beri süregelen tutarlı politikaların sonucu olduğundan tüm çalışanların, aramıza yeni katılmış dahi olsa hızla benimseyebildiği özellikler. En kalitelisini Sanovel'in üretebileceği ve ne üretirse en etkin ve başarılı saha iletişimi ile hasta ile

buluşturabileceğine dair bu özgüven çok kıymetli. Bu özgüveni Küresel bir Türk şirketi olma yolunda gereken diğer adımlarla beslediğimiz çok özel bir yıl geçiriyoruz.

TOPLUMA ETKİ VİZYONU

En mühim etkiyi bilim ve teknolojiye verdiğimiz odak ile ve bunun en önemli göstergesi olan güçlü Ar-Ge vizyonumuz ile yaratıyoruz. Mali yapımızın kuvvetlenmesi ile Ar-Ge yatırımlarını katladık. Henüz Türkiye'de üretilemeyen veya piyasada olmayan onlarca ilaç mühendislerimiz tarafından geliştirilme sürecindedir. Çok yakında toplum tarafından kesintisiz ulaşılabilir olacaklar. Ar-Ge yatırımlarımızın odağında insanlarımız var. Hem mevcut çalışanlarımız hem de henüz üniversitelerde okuyan veya yeni mezun gençlerimiz!

Bilim üretiminin sürdürülebilir olması, ancak genç yeteneklerin bilim ve teknoloji alanına kazandırılabilmesi, özgüven, merak ve öğrenme şevkini kaybetmeden çalışabilecekleri alanlar yaratılması ile mümkün. Sanovel olarak bu konuda kendimizi sorumlu hissediyoruz. Bu gaye ile “Ar-Ge'nin Geleceği” Yeni Nesil Yetenek Programını başlattık. Program dahilinde çok kıymetli bilim insanlarını, ilaç sektörü ve iş dünyasından iş insanlarını gençlerimizle buluşturarak, dünya ve Türkiye'deki ilaç sektörü ile bu alandaki bilimsel gelişmeleri birlikte değerlendirdik. 1000'in üzerinde başvuru aldık. Programın sonunda seçilen finalistlere sertifika vereceğiz.

ETKİYİ NASIL ÖLÇÜYORUZ?

Ar-Ge vizyonumuz ile yarattığımız marka ve lisansı yüzde 100 Sanovel'e ait ilaçlarımız çok uzun zamandır kendi terapi alanlarında doktor ve hastalar tarafından en beğenilen ürünler. Bu ürünleri de halihazırda 20'ye yakın ülkeye ihraç ediyoruz.

Önümüzdeki 5 yılda tedaviye sunulacak ürün geliştirmelerimiz de tüm hızıyla devam ediyor. Sonuçları daha az ilaç ithalatı, daha uygun fiyatla ve her an ulaşılabilir en üst kalite ürünler olarak görülecek.

Diğer yandan, genç yetenekleri de ilaç sektörüne kazandırmayı, yerli ilaç sanayinin gelişimi ve sürdürülebilirliği ile küreselleşebilmesi adına da çok önemsiyoruz. İnsana, bilim ve teknolojiye yapılan yatırımlar memleketimize ve insanlığa yapılan hizmetlerdir.

İYİ ŞİRKET OLMAK İÇİN

Öncelikle, iyi şirket olmanın temelinde mutlu çalışanlar var. Bunun farkında olan, her çalışanına ve ailesine dokunan, insana saygıyı öncelikleyen yönetim ve üretim anlayışımız var.

Bu yaklaşımın sonuçları belki çalışan ortalama şirkette kalma sürelerinin sektör ortalamasının oldukça üstünde olması ile ölçülebiliyor, ancak esas değer şirketin geleceğinde ve sürdürülebilirliğinde yaratılmış oluyor. Sürdürülebilirlik çalışmalarımız birçok alandaki aksiyonlarımıza ışık tutuyor.

CFO olarak finans alanından bahsetmek isterim.

Finansal ve operasyonel sonuçların doğru, şeffaf ve en hızlı şekilde raporlanması, ilgili verilerin de şirket kararlarının eksenini ola-



bilmesi çok temel ancak hayati bir konu. Bu odağı koruyarak, dijitalleşme yolunda önemli yapısal dönüşümler sağladık. Ticari kararların, yatırım ve harcama kararlarının merkezine "doğru veri" objektif analizini yerleştiren bir anlayış kökleşti. Bu iş yapış şekli finansın reaktif yerine proaktif davranmasını, sadece harcamalardan değil ciro ve ticari hedeflerden de eşit düzeyde sorumlu olmasını sağlıyor.

DAHA İYİ BİR DÜNYA İÇİN

Sanovel olarak tüm faaliyetlerimizi çevreye ve insana saygı anlayışı ile yürütüyoruz. Gelecek nesillere daha yaşanabilir iyi bir dünya bırakabilmeyi hayati temel görevimiz olarak görüyoruz. İnsana, bilim ve teknolojiye yaptığımız yatırımlar ve Ar-Ge odağımız ile yarattığımız ürünler tedavi protokollerinin uygun maliyetli, ulaşılabilir, sürdürülebilir ürünleri haline geliyor. Bunların yanında üretim proses süreçlerinden atık yönetimine kadar tüm süreçlerin odağında insan sağlığını, çevreye duyarlılığını ve topluma faydayı gözetiyoruz. Bu yönde geçtiğimiz yıl yoğun çalışmalarımız oldu. "Sıfır Atık" program hedeflerimize 2021 sonunda ulaşmayı hedefliyoruz. Diğer yandan 2021 Mayıs ayında yeni soğutma grubu yatırımı ile enerji tüketiminde önemli bir düşüş sağladık. Enerji üretimi tarafında da önemli planlarımız var. Fabrika çatı ve arsamızda kendi ihtiyacımızın önemli kısmını Güneş Enerjisi ile sağlamayı hedefliyoruz. Enerji üretimini mali tasarrufun yanında sürdürülebilirlik açısından da kıymetli buluyoruz.



Sosyal sorumluluk stratejimiz

Bu noktada en çok ihtiyacın olduğu anda en hızlı ve pratik bir şekilde harekete geçmeyi çok önemsiyoruz. Bu konuda tecrübelendik ve hızlı hareket edebilecek birikim ve kültür de oluşturduk. Şöyle ki, yakın zamanda yangınlarda içimiz yanarken hemen bir araya gelip GEA Arama Kurtarma Ekipleri ile anlık görüşerek Bodrum Milas bölgesindeki çok acil ihtiyaç çağrısı üzerine yangın tüpü, kazma, kürek gibi hemen o an ilk 24 saatte en etkin sonuç getirecek malzeme tedariki yaptık. Ağaç dikimi yapılacak eforları 2'inci faza aldık.

Diğer yandan, İzmir depreminde AFAD ve Akut ile görüşerek acil ihtiyaç olduğu bizlere iletilen kendi üretimimiz Pamirel dezenfektanların yoğun sevkiyatını yine İzmir ekimiz ile ilk 24 saatte sağladık.

Bunun yanı sıra, Karadeniz Bölgesi'ndeki sel felaketinde, yerel ekiplerimizden gelen ihtiyaç tespiti çağrıları sonucu hemen ağıri kesici tablet ve jel sağladık. Tüm bu adımları felaketlerin ilk anlarında dayanışma ile toplumsal direnci de çok pozitif etkileyebiliyor bunu hissedebiliyoruz.

“ESG STRATEJİSİNE SIKI SIKIYA BAĞLIYIZ”

Webhelp, bugün 90 binin üzerinde fazla çalışanıyla 50’den fazla ülkede faaliyet gösteriyor. Webhelp Türkiye CEO’su Metin Tarakçı, bu başarıyı “Yalnızca bir çağrı merkezi veya müşteri hizmetleri şirketi olmaktan öte; kapsamlı hizmet portföyü, yenilikçi teknolojiler ve doğru tasarlanmış süreçlere” bağlıyor. Aynı zamanda tüm dünyada EGS stratejisini, 4 ana kategoride sıkı bir şekilde hayata geçirdiklerini belirtiyor.

2000 yılında iki Fransız girişimci tarafından tüketici ve markaların dijital ortamda iletişim kurmalarını sağlamak ve onlara bu konuda rehberlik etmek amacıyla kurulan Webhelp, bugün 50’den fazla ülkede 90 binden fazla çalışanıyla dünyanın farklı sektörlerdeki en önemli markalarına hizmet veriyor.

2015 yılında Türkiye’de faaliyete başladığımız andan bugüne kadar da, şirketin kurulduğu ilk günkü girişimcilik ruhumuzu hiç kaybetmeden, aksine gelişime öncülük ederek, yenilikleri denemekten vazgeçmeyerek ve en önemlisi de hedeflerimize paralel sürdürülebilir bir büyüme içerisinde olduk.

Bugün 11 binin üzerindeki çalışanımızla, Türkiye’nin ve dünyanın önemli markalarına hizmet sunuyoruz. Geleneksel çağrı merkezi hizmetlerinin bir adım ötesine geçerek sosyal medya/dijital iletişim, robotik süreç tasarımları, 7/24 yol yardım ve asistans, teslimat, kurulum ve yerinde teknik destek, insan kaynakları ve özlük süreçleri yönetimi gibi birçok farklı hizmetimizle müşterilerimize uçtan uca katma değerli bir deneyim yaşatmaya ve fark yaratmaya devam ediyoruz.

ZOR DÖNEM STRATEJİMİZ

COVID-19 ile birlikte beklemediğimiz bir anda kendimizi global bir salgının içerisinde bulduk. Hem toplum hem de sektör olarak yeni bir döneme girdik. Pandemi tüm şirketlerdeki iş yapış biçimini değiştirdiği gibi bizim gibi işinin temelinde insan olan şirketlerin de çalışma modellerinde değişimi beraberinde getirdi ve birçok alandaki dijitalleşmeye yönelik adımları hızlandırdı, hatta zorunlu kıldı.

Her zaman bahsettiğimiz üzere, biz kendimizi gelişen teknolojinin kalbinde tutuyoruz. Her ne kadar yeni çağda dijital kaynak kullanımı oldukça fazla olsa da, biz insanı her zaman önceliğimizde tutmaya devam ediyoruz. Bu nedenle de çalışan ve müşteri deneyimini mükemmelleştirmek her zaman öncelikli hedefimiz olmaya devam edecek.

ESG STRATEJİMİZİN ÇERÇEVESİ

Webhelp, tüm dünyada ESG (Environment, Social, Governance) stratejisine sıkı sıkıya bağlı bir şirket. Stratejimiz 4 ana kategoride hayat buluyor.

İlk kategori Impact Sourcing. Bu başlık altında faaliyet gösterdiğimiz tüm ülkelerdeki azınlıkta kalan gruplara işe alımda öncelik tanıyoruz. İş ve sosyal hayata katılımlarını destekliyoruz. Tüm ülkelerde geliştirilen proje ve inisiyatifler merkezle paylaşıyor ve takip ediliyor. İkinci kategorimiz Impact Education. Bu kategoride ise eğitimde yeterli imkana sahip olmayan gençlere, eğitim fırsatları yaratarak topluma ve iş hayatına katılımlarına yardımcı oluyoruz. Üçüncü kategorimiz Greenhelp. Özellikle karbon salınımının azaltılması konusunda çok önemli projeler ve bilinçlendirme kampanyalarını hayata geçiriyoruz. Dördüncü kategorimiz ise Think Human Foundation (THF). THF, Webhelp’in faaliyet gösterdiği ülkelerdeki Sivil Toplum Kuruluşları ile ortak projeler gerçekleştirerek toplumlara katkıda bulunuyor.

Sıkı sıkıya bağlı olduğumuz tüm ESG kategorilerinde yıllık olarak kendimize belirlediğimiz proje ve hedefler var. Bu proje ve hedefleri ayrıca global ESG komitesi ile birlikte yürütüyor ve aylık toplantılarla

ilerleme raporlarımızı paylaşıyoruz. Belirlemiş olduğumuz tüm hedeflerde, hedeflerimizin üzerinde gerçekleşme oranlarını daha yılı kapatmadan yakaladığımızı söyleyebilirim. İstihdam kategorisinde Türkiye'nin çeşitli bölgelerindeki uzun süredir iş arayan adaylarımıza öncelik vererek, onlara farklı alanlarda iş imkanları yarattık. Hayata geçirdiğimiz Greenhelp projeleri ile tüm Webhelp ailesi olarak karbon salınımını azaltacak önlemleri gerek ofislerimizde gerekse de özel hayatımızda alarak daha iyi bir dünya için üzerimize düşen görevi yerine getiriyoruz.



Her sene Eylül ayında tüm Dünya genelinde yürüttüğümüz ve çalışanlarımızın sahiplendiği çok güzel bir projemiz var: WebHEALTH KM Challenge. Bu projemizle, 90 binin üzerindeki çalışanlarımızın katılımıyla bir aydaki 150.000KM'lik adım hedefimizi spor aktiviteleriyle tamamlamaya çalışıyoruz. WebHEALTH KM Challenge projemizi bu yıl bir adım daha ileri taşıdık ve "Plogging" adını verdiğimiz, özellikle dışarıda yapılan aktivitelerde (koşu, yürüyüş vb.) çalışanların bulunduğu çevredeki çöpleri de toplayarak doğayı ve çevremizi temiz tuttukları bir aktivite ile birleştirdik. WebHEALTH KM Challenge ekibimiz, bu sene de oldukça güzel işler başardı.

Sürdürülebilirlik stratejimizin temellerini ESG Stratejimiz oluşturuyor. Ayrıca UN Global Compact üyesiyiz. Sürdürülebilirlik ilkelerini tüm uygulama ve süreçlerimizin vazgeçilmez bir parçası haline getirdik. Gerek global gerekse de lokal müşterilerimizin sürekli yaptıkları sürdürülebilirlik denetlemeleri de bizi bu konuda sürekli dinç tutuyor ve kendimizi daha da geliştirmemizi sağlıyor.

Bulduğumuz iyi noktayı daha da ileriye götürebilmek amacıyla her yıl kendimize yeni hedefler belirliyoruz. İstihdam, eğitim, çevre ve sosyal sorumluluk alanlarında hem şirket olarak hem de çalışanlarımızın katılımıyla yeni proje ve inisiyatifleri bugün olduğu gibi gelecekte de planlamaya ve uygulamaya devam edeceğiz.

SÜRDÜRÜLEBİLİR ETKİ YARATIYORUZ

Sosyal sorumluluk projelerindeki temel yaklaşımımız, verdiğimiz katkı ile sürdürülebilir bir etki oluşturmak. Bu kapsamda dahil olduğumuz global projelerin yanı sıra lokal projelerimiz de devam ediyor. Eğitim destekleri ile maddi durumu elverişli olmayan çocuklarımızın eğitimlerine katkıda bulunuyoruz, düzenli olarak yaptığımız kan bağıışı organizasyonları ile çalışanlarımızın da sosyal sorumluluk bilincini yükseltiyoruz. Yakın zamanda yaşamış olduğumuz, hepimizi derinden üzen ülkemizdeki yangın ve sel felaketlerinde kurtarma ekiplerine ve felaketlerden etkilenen vatandaşlarımıza ve canlılarımıza yardımlarımızı hızlıca ulaştırdık. En kısa sürede eskisinden daha da güçlü hayatımıza devam edebilmek adına bu bölgelerdeki desteklerimizi sürdürüyoruz.

İstihdama katkı sağlıyoruz

YENİ NESİL OFİS Şirketlerin çalışma modellerinin değiştiği, tüketici alışkanlıklarının dijitale döndüğü 2021 yılına güvenli ve hızlı bir giriş yaptık. 2021 yılı yapılanmamızda iki hibrit çalışma modeline odaklandık. Bir yanda "ofis ve ev" çalışma modelleri için işe alım, eğitim ve ekip yönetimi gibi alanlarda süreçlerimizi geliştirirken, bir yandan da "teknoloji ve insan" dengesinin gözetildiği, birlikte uyum içerisinde çalışmasına olanak sağlayacak alanlara yatırımlar yapıyoruz.

YENİ DİLLER GELDİ Türkçe'nin yanı sıra Almanca, İngilizce ve Flemenkçe dillerine hizmet verdiğimiz projeleri büyümeye devam ederek hizmet ihracatında derinleştik. Bu faaliyetlerimiz doğrultusunda, Türkiye'nin ihracat ve istihdamına katkı sağlamaya devam ediyoruz.

ÖDÜLLER ALDIK Son bir yılda markamızla, iş ortaklarımızla beraber uluslararası ve lokal platformlarda aldığımız birçok ödül aldık. Özellikle iş ortaklarımızla beraber, "En İyi Müşteri Hizmetleri", "En İyi Sosyal Medya Yönetimi", "En İyi Teknolojik Yenilik", "En İyi İletişim Merkezi Tasarımı" gibi birçok farklı kategoride, altın, gümüş ve bronz ödüllerin sahibi olduk.

CALL CENTER'DAN FAZLASI Biz yalnızca bir çağrı merkezi veya müşteri hizmetleri şirketi değiliz. Kapsamlı hizmet portföyümüz, yenilikçi teknolojilerimiz ve doğru tasarlanmış süreçlerimizle, iş ortaklarımızı ihtiyaç duydukları her alanda destekliyor, büyümelerine katkı sağlıyoruz. 2020 yılında gerçekleştirdiğimiz yüzde 85'lik büyüme ile "İlk 500 Bilişim Şirketi" arasında 7 basamak yükseldik ve 36'ncı olduk. Bu büyüme, Uluslararası Merkezli Üretici / Üreticinin Temsilcisi Yılın Çağrı Merkezi Hizmeti kategorisindeki birinciliği beraberinde getirdi.

“ANA ODAĞIMIZ SÜRDÜRÜLEBİLİR PROJELER”

Galata Taşımacılık CEO’su Vittorio Zagaia, etki yaratmanın “sosyal sorumluluk”tan geçtiğine inanıyor. Bu amaçla Kaçuv’dan Tema’ya çeşitli organizasyonlarla yaptıkları işbirliklerinin yarattığı değeri vurguluyor. “Çalışanlarımız bu projelerin destekçisi değil, parçası haline geldi” diye konuşuyor.

Sirketimizi 1997 yılında ortaklarımızla birlikte kurmamızın sebebi, çalışanlarımızla birlikte mutlu olacağımız bir girişimi hayata geçirmekti. Şirketlerin daha fazla kişiye dokunabilme imkanı verdiğini bilen bireyler olarak sosyal sorumluluk projelerimize başladık. 2000’li yıllarda bir sabah ofise geldiğimde, masamın üzerinde pek çok hediye görünce üzücü bir durumun içinde olduğumuzu düşündüm. Çünkü, biz de müşterilerimize hediyeler gönderiyorduk ve bunun büyük bir israf olduğu aşıkardı.

O sene cezasını ödeyerek promosyon siparişimizi iptal ettik. Sonra bir arayışa girdik ve Tema’ya bağışta bulunduk. Müşterilerimize notlarıyla ilettik. Ertesi sene çocuklar için bir şeyler yapmayı daha uygun gördük. Bir sene Darüşşafaka’yla, diğer yıl Koruncuk Vakfı ile çalıştık. Ve sonra Kaçuv ile tanıştık.

Kaçuv, çok şeffaf bir dernek. Yaptıkları işler çok hoşumuza gitti. Yardımların ve desteklerin nereye gittiği biliniyordu. Sürdürülebilir bir sosyal sorumluluk yapmak adına Kaçuv ile olan ilişkimizi yıllardır artırarak devam ediyoruz.

Ama arada farklı işler de yapıyoruz. Depremlerde, yangınlarda kayıtsız kalmıyoruz. Herkes aynı malzemeler gönderiyor ve önemli bölümü ziyan oluyor. Erzincan depreminden bugüne her afet noktasında bir tedarikçimiz var, bize uyguladığı fiyatlar var. Oraya içinde mutfağı, tuvaleti olan prefabrik evler gönderiyoruz.

Kaçuv, sürdürülebilir ve sürekli yaptığımız bir sosyal sorumluluk projesi. Kanserlin çocuk yaşta hayatımıza girmesi gerçeğini kabul etmemiz lazım. Kaçuv, çocukluğunu yaşayamamışken kanserle mücadele eden çocukların ailelerine de destek oluyor. Çünkü, çoğu, tedavisini devam ettiremeyen çocuklar... Tedaviyi devam ettirebilseler kanserden kurtulma oranları yüzde 90 civarlarında olabiliyor. Fakat maddi durumları olmadığı için çocukların tedavisi yarıda kalıyor. Dolayısıyla işin yola çıkış noktası bu.

Sosyal sorumlulukta bazı rakamlar

200

Galata Taşımacılık’ta 200’ün üzerinde çalışanımız istisnasız olarak sosyal sorumluluk projelerinin içinde yer alıyor.

457

Şimdiye kadar Kaçuv’a 457 tane bağışçı kazandırdık.

78

5 kişi olarak koştığımız ilk İstanbul maratonunda, en son Kaçuv yararına 78 kişi koştuk.

ÇALIŞANLAR İŞİ SAHİPLENİYOR

Her bir çalışanımız yıllar içinde yaptığımız projelerin her birini çok sahiplendiler ve bugün 200’ün üzerinde çalışanımız bu proje içinde yer alıyor. Birbirimize özel günlerde hediye almak yerine, Kaçuv bağış sertifikası hediye ediyoruz. Bunu, şirket olarak sadece çalışanlarımıza değil, çalışanlar birbirine yapıyor.



Neden sürdürülebilir sosyal sorumluluk diyorum? Biz bir şirketiz ve 200 kişiye etki ediyoruz. 200 kişi bunu kendi içinde, ailesiyle ve arkadaşlarıyla konuşuyor... Şimdiye kadar Kaçuv'a 457 tane bağışçı kazandırmışız. Demek ki doğru yoldayız. Sadece kendi başımıza bir şey yapmıyoruz. Farkındalık ve etki yaratıyoruz.

Bence sosyal sorumluluğun da böyle olması lazım. Biz duygusal bir toplumuz. Dernekler diyor ki, cebinde 10 bin TL varsa, onu bana tek bir seferde bağışlama. O parayı bana 500 TL şeklinde birkaç sene gönder. Çünkü, sürdürülebilir olmadığı zaman birçok şey yarım kalıyor.

Şirket içinde çalışanlarımız sadece bu işin destekçisi değil, parçası haline de geldi. 5 kişi olarak koştığımız ilk İstanbul Maratonu'nda, en son Kaçuv yararına 78 kişi koştuk. Bu rakama ulaşmak ve her bir kişinin bir bağış kampanyası açması, bizim için müthiş gurur verici. Biz de buna ek bir şey yaptık ve "Kaç para bağış topluyorsanız, aynı miktarda parayı şirketten vereceğiz" dedik. Böylece çalışanlar kendileriyle ve yaptıklarıyla da gurur duyabiliyorlar.

HEPİMİZ UMUT KAFE'DEYİZ!

Kaçuv'un Umud Kafe'si şehrin dört bir yanını dolaşiyor. İçerisinde de kanserli çocukların ailelerinin yaptığı ürünler satılıyor. Çalışanlar ise kanserli çocukların ebeveynleri. Kaçuv, Umud Kafe'yi en çok bizim oraya göndermeyi seviyor çünkü onlar geldiğinde bizim binadaki kafe kapanıyor. Çevremizdeki müşterileri çalışanlarımız Umud Kafe'ye çağırıyor. Kahve, kurabiye gibi bütün ihtiyaçlarımızı oradan karşılıyoruz. Gelir elde edilmesi için Kaçuv'a dolaylı yoldan destek oluyoruz. Hem de gelen insanların Kaçuv hakkında bilgi almasını sağlıyoruz. Bizden sonra birçok şirket Umud Kafe'yi davet etmeye başlamış.

BOŞ YERE YAŞAMIYORUZ

Ben hayatta "boş insan" lafına inanmıyorum. Hayata gelmemizin kendimizden başka bir sebebi de var. Kimisi kedi ile köpek ile kimisi ağaçla uğraşır... Ama bunu eleştiren insanlar hep olur. Hem bir şey yapmaz hem



**"BİZ HAYATA,
KENDİMİZ
DIŞINDA OLAN
ŞEYLERE
DUYARSIZ
OLMAK İÇİN
GELMEDİK.
ŞİRKETLERE
BÜYÜK İŞ
DÜŞTÜĞÜNE
İNANIYORUM."**

de eleştirirler. Biz hayata, kendimiz dışında olan şeylere duyarsız olmak için gelmedik. Ekip arkadaşlarıma da aynı şeyi aşlamaya çalışıyorum.

Bizim şirketimizde din, dil, ırk, mezhep ayrımı olmaz. Bu bütünlüğü sağlamak için şirketlere büyük iş düştüğüne inanıyorum. Bir de insan kaynakları olarak bu işe zaman ayırmanın, strateji oluşturmanın, proje oluşturmanın gerektiğine inanıyorum. Böylece daha kalıcı bir hal alabilir.

YARALARI BİRLİKTE SARACAĞIZ

Kaçuv ile projelerimiz devam edecek. Önümüz kış. Ülkenin dört bir yanında yangınlar çıktı. Tek başımıza yapabileceğimiz şeyler çok sınırlı. Şu anda temkinli davranıp afetler sonrası ihtiyaçların ortaya çıktığı noktada bir şeyler yapmaya çalışacağız. Çünkü, afet esnasında birçok şey yapılıyor ama asıl bunun zamanı sonrası oluyor. Biz şu anda onu bekliyoruz. O zaman net ihtiyaçlar ortaya çıkacak.

Afet bölgelerine olan yardım projeleri için şirketimizdeki İK departmanı şu anda çalışmaya başladı. AFAD ile yerel belediyeler ile görüşüyorlar. İmkanlarımız neye müsaade ediyorsa, bunun en verimli neyse onu hayata geçireceğiz. Yaraların sarılmasına bir nebze olsun yardımcı olmaya çalışacağız.

Galata Akademi ne için var?

Şirketimizde Galata Akademi var. 2011 yılında, eğitimin çok önemli olduğunu düşündüğüm için kurdum. Burada mesleki eğitimler dışında farklı eğitimler de mevcut. Bu eğitimlere katılım zorunlu değil, tercih meselesi. Mesela hobi departmanımız var. Orada bir aktivite yapıp herkesi dahil etmeye çalışmıyoruz. Bowling var, doğa yürüyüşü var, gurme aktivitesi var...

Bunların hepsine insanlar kendi iradeleriyle katılıyorlar. Konu sosyal sorumluluk olduğunda ise amacı, sebebi ve etkisini çok iyi anlatıyoruz. Çalışanımızla doğru iletişim kurduğunuz zaman bu işe kendileri dahil oluyorlar.

“SIFIR ATIK VİZYONUNU BENİMSİYORUZ”

114

Dünyanın farklı bölgelerinde 160 üzerinde ülkede faaliyet gösteren Tetra Pak, İzmir'deki üretim tesislerinde 27 farklı ambalaj üretimi yapıyor. Tetra Pak Türkiye Genel Müdürü Konstantin Kolesnik, “Sıfır Atık” vizyonu doğrultusunda yaptıkları çalışmaları ve şirketin sürdürülebilirlik vizyonunu anlattı.

Tetra Pak olarak gıdayı her yerde güvenli ve erişilebilir hale getirme vizyonumuz çerçevesinde 160'ın üstünde ülkede 25 binin üzerinde çalışanımız, dünya çapında 53 üretim tesisimiz, 8 teknik eğitim merkezimiz ve 6 Ar-Ge tesisimiz ile faaliyet gösteriyoruz.

Türkiye'de de 1972 yılından bugüne faaliyetlerimize ve yatırımlarımıza aralıksız devam ediyoruz. Kemalpaşa'da bulunan İzmir fabrikamız, Bursa ve İstanbul ofislerimiz ile 400'ün üzerinde kişiye istihdam sağlıyoruz. Yapılan yatırımlarla 10 milyar paketi aşan üretim kapasitesine sahip Tetra Pak İzmir Fabrikası'nda bugün 27 farklı ambalaj çeşidi üretiliyor. Fabrikamızda üretilen paketlerimiz, dünyanın 4 kıtasında tam 41 ülkeye ihraç ediliyor. Türkiye ve dünyada içecek kategorisi içinde süt, yüzde 100 meyve suyu, meyve nektarı, meyveli içecekler, su, soğuk çay, soğuk kahve, yoğurtlu içecekler ve fermente içecekler gibi pek çok sıvı ve yarı sıvı gıda ürünlerini paketleme ve proses çözümlerine sahibiz.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMIMIZ

Her zaman iş stratejimizin merkezinde yer alan sürdürülebilirlik konusundaki yaklaşımımız, “İyi Olamı Korur” marka vaadimizle “gıdayı, insanları ve gezegeni” koruma misyonu doğrultusunda şekilleniyor.

Türkiye'de lanse ettiğimiz ‘Doğayı Seçin. Kartonu



Seçin.” kampanyamızla çeşitli hedef kitlelere, sürdürülebilirlik yaklaşımımızı ve çalışmalarımızı, dünyanın en sürdürülebilir gıda ambalajı hedefimizi anlatıyor ve onları da bu harekete dahil olmaya davet ediyoruz. Bu noktada doğa üzerindeki etkisi daha az olan malzemelerin kullanımını en üst düzeye çıkarmak, ambalajlarımızın kâğıt bazlı ve bitki bazlı içeriğini artırmak ve bu ham maddeleri biyoçeşitliliği ve doğal ortamları koruyan yollarla tedarik etmek odağımızda yer alıyor.

Diğer yandan Ar-Ge süreçlerimizi geliştirerek, ülkemizde de döngüsel ekonominin tüm basamaklarına katkı sağlayacak özel sektör ve STK iş birlikleri gerçekleştiriyoruz. Böylelikle çevreyi koruyarak toplumsal gelişmeye katkı sağlıyoruz.

İzmir Fabrikamızda da; “Sıfır Atık” vizyonunu benimsiyoruz. Atık önleme çalışmaları kapsamında hedefimiz fabrikamızda kullanılan sürekli iyileştirme temelli WCM programı (World Class Manufactu-

‘DOĞAYI SEÇİN. KARTONU SEÇİN.’ KAMPANYAMIZ ÇATISI ALTINDA, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMIMIZI YAYGINLAŞTIRMAK ADINA, YURT GENELİNDEKİ AMBALAJ ATIĞI TOPLAMA AYIRMA TESİSLERİNE İLAVE OLARAK, ÖN AYRIŞTIRMA TESİSİNE SAHİP OLAN LİSANSLI ATIK YÖNETİM FİRMALARI İLE DE TEMASLARIMIZ DEVAM EDİYOR.

ring) altında kayıpları sınıflandırarak sıfırlamak. Bu doğrultuda İzmir fabrikamızda atık hiyerarşisinin prensiplerini başarılı bir şekilde uyguluyoruz. Üretim firelerini azaltıp karbon ayak izini azaltmak için sürekli çalışmalar yapıyoruz. Fabrikamız, yağmur suyunu fabrika çatı oluklarından toplayarak yeşil alan sulama suyu olarak kullanıyor. Böylece doğal kaynak tüketimini azaltıyoruz. Yemekhane artıklarını bulduğumuz ilçe belediyesinin hayvan barınağına gönderiyoruz. Böylece büyük önem verdiğimiz gıda israfının önüne geçilmesine katkıda bulunuyoruz.

Yaptığımız çalışmalarla, Ege Bölgesi Sanayi Odası (EBSO) tarafından, çevrenin korunmasına yönelik çalışmalara liderlik eden ve gerçekleştirdikleri projelerle örnek teşkil eden sanayi kuruluşlarına verilen EBSO Çevre Ödülleri'nde birinci olduk.

GERİ DÖNÜŞÜM TESİSLERİNE YATIRIM

Tetra Pak olarak üretimini yaptığımız içecek kartonlarının toplanması ve uygun yöntemlerle geri dönüştürülmesi için altyapının yaygınlaştırılması en büyük önceliğimiz. Bu konuda gelişme sağlayabilmek için paydaşlarımızla bir araya geliyor ve geri dönüşüm tesislerine yatırım yapıyoruz.

Bugün, karton paketleme malzememizin ortalama yenilenebilir içeriği yüzde 70'den fazla. 2020 yılında İzmir fabrikamızda oluşan 5 bin 549 ton atığı geri dönüştürürken, içecek kartonlarının geri dönüşümüne başladığımız 1995 yılından bu yana da 9.7 milyarın üzerinde Tetra Pak paketinin geri dönüştürülmesine katkı sağladık. Ayrıca şirketimizin 2020 yılında piyasaya sürdüğü 238, 935 ton ambalaj atığı, üye olduğumuz yetkilendirilmiş kuruluş tarafından toplatıldı ve geri kazandırıldı.

Bunun yanı sıra geri dönüşüm tarafındaki ortaklarımızla birlikte ambalaj malzemelerimizin

bileşenleri olan kağıt, polietilen ve alüminyumun ikincil ham madde olarak değerlendirilmesi için iş birliklerine imza atıyoruz.

FARKLI ŞİRKETLERLE İŞBİRLİĞİ YAPIYORUZ

Tüketim sonrası oluşan kullanılmış içecek kartonlarını ve müşterilerimizin tesislerinde ortaya çıkan ambalaj malzemesi iskartalarını tekrar

değerlendirmek üzere Kahramanmaraş Kağıt ile 2016 yılında gerçekleştirdiğimiz iş birliği halen devam ediyor. 2020 senesinde yaklaşık 19 bin ton atık içecek kartonu malzemesinin geri dönüşümünün sağlandığı Kahramanmaraş Kağıt'da, bu sene karton ambalajların tüm bileşenlerini geri dönüştürmeyi mümkün kılacak bir tesisi devreye aldık. Tesiste karton ambalajların kağıt geri kazanımı aşamasından sonra ortaya çıkacak olan yıllık 3000 ton polimer ve alüminyum geri dönüştürecek kapasite bulunuyor. Toplanarak ayrıştırılan içecek kartonu atıkları, ağırlıklı olarak kağıt ve plastik sektörlerine geri dönüştürülecek, geniş bir ürün yelpazesinin içeriğinde de ham madde olarak yer alacak.

İş birliği halinde olduğumuz bir diğer kağıt firması, 2021 yılında devreye sokacağı 15 bin ton kapasiteli yeni kağıt geri kazanım tesisi ile de ülkemizde içecek kartonlarından değer ortaya çıkarabilen fabrika sayısı ikiye çıkacak. 2022'de operasyona başlamasını planladığımız yıllık 5 bin ton geri dönüşüm temelli üretim kapasitesine sahip tesiste, hem iş ortağımız olan kağıt fabrikalarında oluşacak olan polial atıkları hem de ihtiyaç duyulduğunda piyasada toplanan içecek kartonu atıkları işlenmesini ve nihai ürünler haline getirilmesini sağlayacağız.

Sıfır atık eğitim projemiz

Çevre ve sürdürülebilirlik konusunda toplumsal bilinç oluşturmak için projeler geliştiriyoruz. 2019 yılı itibarıyla hayata geçen, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığı'nın TEMA Vakfı aracılığıyla sürdürdüğü "Sıfır Atık Eğitim Projesi"ne destek veren tek özel şirketiz. 'Sıfır Atık Eğitim Projesi'nin amacı, geleceğin yetişkinleri olacak çocuklarımıza sürdürülebilir yaşam alışkanlıkları kazandırmak. Geçtiğimiz yıl, eğitimlerin 81 ilde yaygınlaştırılması için Sıfır Atık Eğitim Portalı hayata geçti ve böylece öğretmenlerimiz, öğrencilerimiz ve velilerimiz projenin tüm eğitim materyallerinden yararlanabiliyor. Bu proje ile Sürdürülebilirlik Akademisi'nin gerçekleştirdiği Sürdürülebilir İş Ödülleri'nde "İş Birliği" kategorisinde, ÇEVKO'nun düzenlediği Yeşil Nokta Sanayi Ödülleri'nde de 'Çevre Konulu Sosyal Sorumluluk' kategorisinde ödüle layık görüldük.

Topluma değer katan projeler ile çocuklarımızın, öğretmenlerin ve ebeveynlerin geri dönüşüm sistemine aktif katkısını sağlamak bizim için çok önemli. Şimdiye kadar gerçekleştirdiğimiz sosyal sorumluluk projelerimizle bunu sağlamaya çalıştık ve oldukça başarılı sonuçlar aldık. Önümüzdeki dönemde de doğaya ve insana değer katan projelerin en büyük destekçisi olmaya devam edecek, çalışmalarımızı büyük bir titizlikle sürdüreceğiz.

“TARIMIN GELECEĞİNE YATIRIM YAPIYORUZ”

116

Tarımda sürdürülebilirlik, tedarik zincirinin korunması, pandemi döneminde en çok öne çıkan başlıklar arasında yer aldı. Paydaşlarıyla birlikte ‘milli tarım’ın gelişmesi için çalıştıklarını söyleyen İGSAŞ Genel Müdürü İlkay Ünal, “En büyük önceliğimiz, insana, topluma ve çevreye fayda yaratmak. Yatırımlarımızı da çocuklarımız için yapıyoruz” diyor...

Çevreye duyarlı, güvenilir, yenilikçi yaklaşımlarla üretimde sürdürülebilirliği ön plana çıkaran bir şirket olarak, sektörümüzde üretilmeyeni üretmeyi, topluma ve insan hayatına katma değer yaratmayı, sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamayı başardık. Kar değil, amaç odaklı olduk her zaman. Paydaşlarımızla birlikte geliştik. En büyük farkımızın bu önceliklerimiz olduğunu düşünüyorum.

Son bir yılda da bu öncelikler doğrultusunda yolumuza devam ettik. Pandemi şartlarında rağmen, ülkemize, toplumumuza fayda sağlayan yatırımlara devam ettik. Tüm paydaşlarımızla iş birliği içinde milli tarımın gelişmesi için çalıştık. Entegre dijital tarım uygulamalarının gelişimi için önemli teknoloji yatırımları gerçekleştirdik. Antalya ve Kütahya’da yaptığımız yatırımlarla ülkemizin ithal ettiği gübreleri kendi tesislerimizde üretmeye başladık. Böylece ülkemizin dışa bağımlılığını azaltmak konusunda önemli bir adım attık.

SOSYAL ETKİ STRATEJİMİZ

Yatırımlarımızın temel amacı, yenilikçi, vizyoner, rekabetçi ve inovatif yaklaşımlarla ülkemizde üretilmeyen ürünleri üretmek. Bu kapsamda, Ar-Ge yatırımlarımızla fark yaratıyoruz. İGSAŞ Ar-Ge Merkezi’nde gerek TÜBİTAK

desteğiyle gerekse özkaynak projesi olarak yürütülen çalışmalara ve üniversite-sanayi iş birliklerine devam ediyoruz. Merkezde üniversite-sanayi iş birliğinde geliştirilen yenilikçi projeler İGSAŞ’ın işletmelerinde uygulamaya alınıyor.



Çiftçilerimizin hayatına dokunacak projeler hayata geçirdik ve geçirmeye devam ediyoruz. “Toprağıma Minnettarım” projesiyle, geleneksel yöntemlerle tarım faaliyetlerini sürdüren çiftçilere, daha az girdiyle daha yüksek verim almalarını sağlamaya ve onları toprak analizi yapma konusunda bilinçlendirmeye çalışıyoruz. Sosyal etki stratejimiz, yatırımlarımızın hem sosyal hem de çevresel anlamda artı değer yaratmayı, insanların hayatını iyileştirmeyi, karşı karşıya oldukları risklerin azaltmayı temel alıyor.

ÇİFTÇİLERİ BİLİNÇLENDİRİYORUZ

Hayata geçirdiğimiz projeler sonrasında, yarattığımız etkiyi ölçüyoruz. Bu örneklerden biri de, İGSAŞ Tarla Günleri. Çiftçilerimizi ileri tarım teknikleri hakkında bilinçlendirerek ülkemizde verimi artırmayı amaçlayan İGSAŞ Tarla Günleri, kapsamında; her yıl çiftçilere doğru gübreleme, doğru sulama gibi konularda eğitim verilerek;

uygulama, ekipman ve ürün desteği sağlanıyor. Daha sonrasında projenin uygulama alanı olarak seçilen pilot bölgelerdeki tarlalardan alınan sonuçlar değerlendiriliyor. Bugüne kadar aldığımız tüm sonuçlar, çiftçileri bilinçlendirme konusunda başarı elde ettiğimizi ortaya koyuyor.

Toprak Analizi Projesi'nde 15 parametre üzerinden yaklaşık 50 bin dekar tarım arazisi üzerinde toprak analizi gerçekleştirildi. Toprak analizi projesi ile geleneksel yöntemlerle tarımsal faaliyetlerini sürdüren çiftçilerimizi, daha az girdi ile verimi artırabilmek konusunda bilinçlendirdik; doğru zamanda, doğru gübrenin, yeterli miktarda kullanılması konusunda bilgilendirdik.

SORUMLULUKTA ÖNCELİĞİMİZ EĞİTİM

Sosyal sorumluluk, sadece kendini değil, içinde yaşadığın toplumu da düşünmek, geliştirmek anlamına geliyor bizim için.

İGSAŞ olarak geleceğe olan inancımızı ancak bugünün gençlerine olan inancımızla sağlamlaştırabileceğimize inanıyoruz. Eğitim öncelikli sosyal sorumluluk alanlarımızdan biri. Bu kapsamda, Kütahya Anaokulu ve İGSAŞ Ortaokulu'nu eğitime kazandırdık.

Toplumsal faydaya yönelik çalışmalar kapsamında, ülkemize kalıcı eserler bırakmayı hedefliyoruz. İGSAŞ Cami ve Kütahya Azot Fabrikası Cami restorasyonu bu örneklerden bazıları.

Öte yandan geleneksel yöntemlerle tarımsal faaliyetlerini sürdüren çiftçilerimizi, daha az girdi ile verimi artırabilmek konusunda bilinçlendirmek amacıyla hayata geçirdiğimiz Toprak Analizi Projesi ile temelde toprağın korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanmasını amaçlıyoruz. Son 5 yılda 50 bin dekarlık alanda toprak analizi gerçekleştirdik.

Bu arada, Deniz Çöpleri Eylem Planı kapsamında ise, her ay İGSAŞ Limanı'nda biriken atıkları topluyoruz. Etkinliğin hedefi gelecek nesillere daha iyi bir dünya bırakmak.

DAHA İYİ BİR GELECEK İÇİN...

İGSAŞ tüm üretim süreçlerinde sürdürülebilirlik politikalarına uygun olarak hareket ediyor. Dünyamızın geleceği için sorumluluklarımızın farkındayız; tüm yatırımlarımızın yarınlar için değer katan yatırımlar olmasına öncelik veriyoruz.

Tarım konusuna sosyal sorumluluk mantığıyla yaklaşan bir şirket olarak her koşulda çiftçimizin yanında yer almayı sürdürüp, 'Toprağın İzinden' asla ayrılmıyoruz.

'İnovasyon', 'Sürdürülebilir Tüketim', 'Dönüştürülebilir Ekonomi' ve 'Eko Etiket' alanlarında birçok proje geliştirerek, daha iyi bir gelecek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Yaptığımız her işte, insana, topluma ve çevreye fayda yaratmak en büyük önceliğimiz. İşimiz Türkiye tarımının geleceğine yatırım yapmak. Yatırımlarımızı ekonomik, çevresel ve toplumsal boyutlarıyla en ince ayrıntısına kadar planlayarak bugün için değil, yarın için; kendimiz için değil, çocuklarımız için yapıyoruz.

Sosyal etki projelerimiz

İGSAŞ olarak yaptığımız her işte sosyal fayda yaratmayı önceliklendiriyoruz. Yenilikçilik, ülkemizde üretilmeyen ürünleri üretmek, insan kaynağına yatırım, nitelikli iş gücünü artırmak, bölgesel kalkınmaya katkı sağlamak, tarım ve sanayinin sürdürülebilir gelişimine fayda sağlamak öncelikli hedeflerimiz arasında.

1 Teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek, çiftçilerimizin hayatını iyileştirmeye devam edeceğiz. Akıllı tarım odağımızda olacak.

2 Gençlerin eğitimine daha fazla odaklanacağız. Akademi Yıldız kapsamında, İGSAŞ için yetenek yönetimi ve yıldız adayların keşfi için önemli çalışmalar yapıyoruz. Sanayi ve akademiye bir araya getirerek güçlü bir sinerji yaratmayı hedefliyoruz. Bu iş birliğinin yenilikçiliğe, girişimcilik ruhunun gelişimine katkı sağlayacağına inanıyoruz.

3 Kadın istihdamını destekleyecek, kadınların ekonomik güçlenmesine katkı sağlayacak yatırımların artması da gelecekteki öncelikli planlarımız arasında yer alıyor.



"AKILLI VE DİJİTAL TARIM UYGULAMALARINA, YURT DIŞINA BAĞIMLI OLDUĞUMUZ KİMYASALLARA YÖNELİK YENİ FİKİRLER ÜRETMEYE ODAKLANIYORUZ. OLUŞTURULAN BİLGİ BİRİKİMİNİN VE DENEYİMİN TÜM ÜLKE DÜZEYİNDE KULLANILABİLMESİNİ VE DİŞA BAĞIMLILIĞIN ORTADAN KALDIRILMASINI HEDEFLİYORUZ."

“ÖZÜMÜZDEKİ İYİLİK İLE İZ BIRAKIYORUZ”

“Kalite, Yenilikçilik, Başarma Tutkusu ve İyilik” olmak üzere 4 temel değer ile kirtasiye sektöründe 50 yılı geride bırakan Adel Kalemcilik, sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik stratejileriyle de fark yaratıyor. Adel Kalemcilik Genel Müdürü Evrim Hizaler: “Önümüzdeki dönemde de yenilenebilir enerji kullanımımızı ve üretimde geri dönüşümlü malzeme kullanım oranlarımızı artırmayı, yeni projelerimizi hayata geçirmeyi hedefliyoruz” diyor.



2020 yılından bugünlere kadar uzanan ve sadece Türkiye’yi değil tüm dünyayı etkisi altına alan küresel Covid salgınıyla mücadele etmek hem bireysel olarak hem de şirket olarak önceliklerimiz arasındaydı. Akabinde ülkemizde çıkan orman yangınları, oluşan sel felaketleri hepimizi derinden üzdü. Biz de kurum olarak bu konuda destekleyici çalışmalar yaptık. Yaşadığımız tüm bu olumsuzluklardan sonra okulların açılmasıyla beraber kirtasiye sektörünün de canlanacağını düşünüyorum.

Bu süreçte, Adel Kalemcilik olarak, önceliğimizi her daim tüm paydaşlarımızın sağlığı olarak belirledik. Tüketicilerimizi sağlıklı ve güvenli ürünlerle buluşturmak üzere hızla harekete geçtik ve kirtasiye sektöründe TSE’den Covid-19 Güvenli Üretim Belgesi alan ilk şirket olduk. 2021 yılında da belgemizi güncelledik.

Yine bu dönemde, tüketicinin alım gücündeki, alışkanlıklarındaki değişiklikler ve pandemi döneminde evde geçirilen vaktin artması sebebiyle “Yenilikçilik” değerimiz ile zamanın ruhuna uygun olarak antibakteriyel kurşun kalem, akrilik boya, tekstil

markörü ve yıkanabilir keçeli kalem gibi ürünler geliştirdik. Yaklaşık 600 yeni ürün çeşidini tüketicilerimizin beğenisine sunduk.

Kirtasiye perakende satış noktaları ile her yıl gerçekleştirdiğimiz satış ve pazarlama aktivitelerimize bu yıl pandemi kısıtlamalarını da gözeterek ve sektörde bir ilke imza atarak kendi geliştirdiğimiz “Adelive - Online Fuar uygulaması” uygulamasını da ekledik. İyilik Ağacı Kurumsal Sosyal Sorumluluk çatımız altında ise topluma fayda sağlayacak pek çok projeyi hayata geçirdik.

NESİLLERİN GELİŞİMİNE EŞLİK EDİYORUZ

Biz, “Kalite, Yenilikçilik, Başarma Tutkusu ve İyilik” olmak üzere 4 temel değerimiz ile “Hayallerini şekillendirmek, renklendirmek ve iz bırakmak isteyen herkesin hayatında olma” vizyonuyla çalışıyor ve nesillerin gelişimine eşlik ediyoruz.

Özümüzdeki iyilik değerinden beslenen ve Birleşmiş Milletler’in 2030 yılına kadar ulaşmayı hedeflediği Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları içinde yer alan İklim Eylemi ve Nitelikli Eğitim alanlarında projelerimizi belirliyoruz ve “İyilik Ağacı” kurumsal sosyal sorumluluk çatımız altında yürütüyoruz.



TOPLUMA FAYDA SAĞLIYORUZ

Hayata geçirdiğimiz tüm projelerin uzun soluklu ve sürdürülebilir olmasını, toplumsal fayda yaratmasını önemsiyoruz. Projelerimiz için ölçülebilir hedeflerle yola çıkıyor ve bu hedefleri değerlendirme süreçlerimizin ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz.

Örneğin, Öğretmen Akademisi Vakfı İşbirliği ile gerçekleştirdiğimiz öğretmenlere yönelik Yaratıcı Çocuk Yaratıcı Beyin eğitim seminerlerimiz ile bugüne dek 500 okulda 9 bin öğretmene ve on binlerce öğrenciye ulaştık. Diğer yandan, İyilik Ağacı çatısı altında gerçekleştirdiğimiz, okullara ve ihtiyaç sahibi çocuklara sağladığımız desteklerle bugüne dek yüzlerce okula ve yine binlerce öğrenciye ulaştık.

ÇOCUKLARIMIZI PARLAK BİR GELECEĞE HAZIRLIYORUZ

Nitelikli Eğitim alanında 2012 yılından beri hayata geçirdiğimiz sosyal sorumluluk ve sponsorluk projeleri ile eğitimde danışılan firma olma amacımıza paralel olarak eğitim alanında çeşitli çalışmalar gerçekleştiriyoruz.

Çocukların pedagojik gelişimlerine ve yaratıcılıklarına katkı sağlamak amacıyla 2012 yılında öğretmenlere yönelik olarak başlattığımız "Yaratıcı Çocuk, Yaratıcı Beyin" eğitim atölyelerimiz 10 yıldır devam ediyor. 2014 yılından beri Okul Ekibimiz ile öğretmen ve ebeveynlere, ürün ve hizmetlerimizin çocukların gelişimi için nasıl ve ne şekilde kullanılabileceğine yönelik seminerler düzenliyoruz. 2019 yılında çocukların yaş ve ilgi alanlarına göre farklılaşan, yine çocukların pedagojik gelişimine katkı sağlayan pek çok farklı aktiviteyi ve içeriği barındıran İz Bırakan Öğretmenler Platformu'muzu (www.izbirakanogretmenler.com) hayata geçirdik. Dijital Dönüşüm Eğitim Kursu'nun içerik sponsorluğunu üstlendik.

2020 itibarıyla tüm bunlara ek olarak, çocuk gelişiminin en kritik dönemi olan okul öncesi dönemine yönelik çalışmalara odaklandık. Araştırmaların gösterdiği gibi, okul öncesi dönemdeki çocukların kelime hazineleri, ilerideki yaratıcılıklarını, okur-yazarlık becerilerini, matematik yeteneğini ve sosyal



"Faber-Castell'den Sürdürülebilirlik Örneği"

"Adel Kalemcilik'in global iş ortağı olan Faber-Castell de benimsediği sürdürülebilirlik anlayışı ile geleceğe değer katıyor. Kurumsal karbon ayak izini sürekli olarak azaltmayı kendisine temel hedef olarak belirleyen Faber-Castell, Ocak 2020'den bu yana Peru, Brezilya, Avusturya ve Almanya'daki fabrikalarında %100 yeşil elektrik kullanıyor. Karbon nötr enerji kaynaklarının oranını artırmak için ise Güneydoğu Asya'daki sahalarında güneş enerjisi projeleri uyguluyor."



becerilerini önemli ölçüde etkiliyor. Biz de bu konuda Türkiye'de bugüne kadar yapılan en kapsamlı saha araştırması olan "Ebeveyn ve Öğretmenlerin Gözünden Çocukların Kelime Hazinesi" araştırmasını gerçekleştirdik.

Saha araştırmamızın ve literatürdeki diğer araştırmaların çıktılarını derlediğimizde okul öncesinde çocukların kelime hazinelerinin gelişimine ve dolayısıyla zihinsel gelişimlerine destek verilmesi konusundaki ihtiyacı çok net şekilde gördük. Çocuklarımızı parlak bir geleceğe hazırlamak için konusunda uzman akademisyenlerle çalışıp 1500Kelime.com Platformu'nu web sitesi ve mobil uygulamamız ile tamamen ücretsiz olarak hayata geçirdik. Bu proje ile hedefimiz; okuduğunu anlayan, kendisini iyi ifade eden nesiller yetişmesine katkıda bulunmak.

ORMANLARIMIZI GELECEK NESİLLERE AKTARIYORUZ

Çevresel sürdürülebilirlik alanında çalışmalarımıza hız kesmeden devam ediyoruz. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nın 100. Yılında başlattığımız İyilik Ağacı Ormanı projemiz ile şu ana kadar Ankara ve Mersin'de 95 bin tohum atışı yaparak ormanların gelecek nesillere aktarılmasına katkıda bulduk.

Üretim tesisimizde de her zaman çevrenini korunmasına ve sürdürülebilirliği büyük önem veriyoruz. Bu kapsamda, bahçe sulaması için yağmur sularını kullanıyor, tesisimizin toplam enerji ihtiyacının yarısını ağaç cıdarlı kalem üretiminden ortaya çıkan talaşı değerlendirerek yenilenebilir enerji ile karşılıyoruz.

Dünyadaki kaynakların tükenmesine engel olmak için ağaç cıdarlı ürünlerimizi sadece endüstriyel kullanım amaçlı olarak yetiştirilen FSC® Sertifikalı ağaçlardan üretiyoruz. Böylece geleceğe ve doğaya yatırım yaparak ormanların gelecek nesillere aktarılmasına katkıda bulunuyoruz.

Önümüzdeki dönemde de yenilenebilir enerji kullanımımızı ve üretimde geri dönüşümlü malzeme kullanım oranlarımızı artırmayı, yeni projelerimizi hayata geçirmeyi hedefliyoruz.

“YARATICI TEKNOLOJİLERLE TOPLUMA KATKI SAĞLIYORUZ”

120

Logitech “toplumdan aldığını topluma verme” misyonuyla çalışan 40 yıllık bir kurum. Gelişmekte Olan Pazarlar Perakende Grup Başkanı Mustafa Uyar “Odak noktamıza insanı ve toplumu koyuyor, inovasyonla değer yaratıyoruz” diye konuşuyor. Sürdürülebilirliğin, inovasyonun ve değişimin, şirketin DNA’sında, kültüründe olduğunu vurguluyor.

Logitech 40 yıldır sektöre yön veren, zamanın ötesinde teknolojiler geliştiren, toplumdaki aldığını topluma ve doğaya geri vermeyi amaç edinmiş bir şirket. Zira sektörün önde gelen şirketlerinden biri olmak, büyük bir sorumluluğu da beraberinde getiriyor. Yaptığınız her işte, attığınız her yeni adımda sorumlu ve ilkelik olmak durumundasınız.

Logitech de sektörde yarattığı değerler, açtığı yeni ufuklar ve yarattığı inovatif teknolojilerle fark yaratıyor. İnsan kaynağı yönetiminden, atık yönetimine, tasarım sürecinden pazarlama sürecine kadar, ürünlerin geri dönüşümünden iş yapış şekillerine kadar Logitech her zaman daha iyisi için kendini yenilemeyi başaran, esnek bir şirket. Sorunu farklı boyutlarıyla ve etkilerinin uzun yıllar olacağını varsayarak ele alan yapısıyla sürdürülebilirlik anlamında da sektöre getirileri olan bir kurumuz.

Yıl güzel başladı ve öyle devam ediyor. Özellikle okulların açılması, kamunun iş yaşamına fiziki anlamda geri dönmesi bizi oldukça memnun etti. Türkiye pazarının potansiyeli oldukça yüksek, biz de bu potansiyel doğrultusunda Logitech olarak sektörle paralel bir büyüme de gerçekleştirdik. E-spor alanındaki büyüme tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de hız kesmeden devam etti. Oyun ekipmanları üreten Logitech G markamızla oyun deneyimini üst seviyelere çıkarmak ve sektörü geliştirmek adına pek çok çalışmamız oldu.

Öte yandan, hem günlük hem de iş hayatında kablosuz ekipmanlar hızla yükselen bir trend, tüketicimiz bu konuda çok meraklı. Bu sebeple Logitech olarak kablosuz ve taşınabilir ürünlere olan yatırımımızı son hızla sürdürüyoruz, kullanıcılarımıza daha fazla kablosuz ürünü sunmaya devam ediyoruz. Son olarak iş yaşamını doğrudan etkileyen sınır ötesi çok ofisli operasyonlar veya ofissiz şirketler gibi yeni gelişen iş yapış şekilleri hızla yayılıyor. Bu alanda da mesafeleri yok eden ve grup çalışmasına olanak sağlayan webcam ve kulaklık gibi ürünleri geliştirmeyi sürdürüyoruz.

Kritik rakamlar

23 proje:

Sosyal sorumlulukta, geçen yıl dünya genelinde 400’den fazla çalışanımızla 2200 saatten fazla mesai yaparak 9 ülkede 13 şehirde 23 projeyi tasarladık ve hayata geçirdik.

%88

yenilenebilir:

2019’da, küresel elektriğimizin yüzde 88’ini yenilenebilir kaynaklardan sağlayarak yüzde 100 hedefimize biraz daha yaklaştık.

50 bin ton:

Son 10 yılda 50.000 ton elektronik ve ambalajı attığını geri dönüştürdük.

DEĞİŞİM KÜLTÜRÜN BİR PARÇASI

Kendimizi içinde yaşadığımız ve çalıştığımız topluluklara adanmış durumdayız. Geri vermek ve değişimi sağlamak sadece sosyal bir sorumluluk değil, şirket kültürümüzün de önemli bir elementi. Çeşitlilik ve kapsayıcılığa olan bağlılığımız, yeniliği teşvik etmek için farklı bakış açılarına, becerilere ve fikirlere sahip insanları bir araya getirmemizi sağlıyor. Çok sayıda kültüre, geçmişe ve elbette hepimizden gelen harika fikirlere değer veriyoruz. Birlikte büyük bir değişim gerçekleştirebileceğimize inanıyoruz. İnsanların daha iyi bir gezegen ve daha tatmin edici yaşamlar tasarlamasını sağlayabileceğimizi düşü-



nüyoruz. Bunu yaparken de odak noktamıza insanları ve de toplulukları koyuyoruz. Farklı kurumlarla omuz omuza iş birliklerimizi sürdürüyoruz. Logitech ve markaları olarak son 1 yılda sağlıktan eğitime, afetlerden kültür-sanat çalışmalarına kadar çok geniş bir alanda projeler gerçekleştirdik.

“ODAĞIMIZDA İNSAN VAR”

Logitech insanlarla teması çok yüksek olan bir kurum ve kültürümüzün temel taşlarından biri de insana odaklanmak. Bu sebeple toplum üzerinde olumlu bir etki yaratmak ve bu etkinin yıllar süren olumlu sonuçlarını görmek istiyoruz. Bunu da çalışanlarımızın kişisel değerleriyle kurumsal değerlerimiz arasında bir bağ kurarak yapıyoruz. Bu hedefin peşinde, çalışanlarımızı kişisel tutkularını ve amaçlarını ortaya koymaları konusunda yönlendiriyor, sosyal etki yaratmak üzere projelendirmelerini destekliyoruz. Başkalarının hayatlarını ve geleceklerini iyileştirmek için çalışanlarımızın becerilerinden ve şirketimizin ürünlerden yararlanıyor, böylece etkimizi en üst seviyeye çıkarmak için çabalyoruz. Geçen yıl dünya genelinde 400'den fazla çalışanımızla 2200 saatten fazla mesai yaparak 9 ülkede 13 şehirde 23 projeyi tasarladık ve hayata geçirdik. Her yıl üstüne biraz daha koyarak sosyal sorumluluk projelerini çoğaltmayı ve çeşitlendirmeyi hedefliyoruz.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İŞİN MERKEZİNDE

Sürdürülebilirliği tüm faaliyetlerimizin ve kurum kültürümüzün merkezine aldık. Karbon salınımindan sosyal etki çalışmalarına, geri dönüşümden yenilenebilir

enerji kullanımına kadar pek çok alanda iyileştirme ve dönüşüm içerisindeyiz. Dünyanın karşılaştığı çevre sorunları her canlının hayatını tehlikeye atıyor. Bu nedenle şeffaf, çevreye duyarlı ve toplumsal faydaya önem veren kurumlara geçmişe oranla çok daha fazla ihtiyaç duyuyoruz. Çevreyi koruyan, etik değerlere sadık, satıştan daha büyük amaçları olan markaların itibarlarını uzun vadede koruyarak güçleneceğine inanıyoruz. Logitech de yıllardır bu anlayışı benimseyen bir şirket. Birkaç hafta önce de Logitech Global Sürdürülebilirlik raporumuz yayımlandı. Bu anlamda verdiğimiz sözler ve tutturmamız gereken hedefler var. Örneğin 2019'da, küresel elektriğimizin yüzde 88'ini yenilenebilir kaynaklardan sağlayarak yüzde 100 hedefimize biraz daha yaklaştık. Ayrıca son on yılda 50 bin ton elektronik ve ambalajı atığını geri dönüştürdük. Ek olarak 2030 yılına kadar sadece yenilenebilir elektrik enerjisi kullanacak altyapıyı sağlayacağımızın garantisini verdik ve çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Son olarak da sürdürülebilirliğe olan bağlılığımızı perçinlemek amacıyla karbon ayak izimizi azaltma sözü vererek Paris İklim Anlaşması'nı desteklediğimizi açıkladık ve bunun için bir Yaşam Döngüsü Analizi uygulamasını geliştirdik. Logitech, bir ürünün hammadde, üretim, dağıtım, kullanım ve en nihayetinde ömrünü tamamlama süreçlerinin karbon etkisini yansıtan bu çalışmayla şeffaf bir şekilde dünyaya olan sorumluluğunu göstermeyi amaçlıyor. Logitech olarak ürünlerimizin karbon etkilerini kullanıcılarımızla paylaşarak örnek bir adım attığımızı inancındayız.

“Toplumdan ve doğadan sorumluyuz”

Logitech'in yapacak daha çok işi var. İçinde bulunduğumuz sektöre, temas ettiğimiz insanlara, topluluklara ve de doğaya olan sorumlu tutumumuzu devam ettirme anlayışıyla bu planımızı sürdüreceğiz. Önce kendimiz değişeceğiz sonra çevremizi değiştireceğiz.

Bu çerçevede elimizi daha fazla taşın altına koyup süregelen pek çok uygulamaya kendi adımıza dur diyeceğiz. Bu yolda sivil toplum kuruluşlarına ve aktivistlerin fikirlerini dinleyip, onlara destek olacağız. Tedarikçilerimizi daha iyi seçecek, onları sürdürülebilirlik konusunda daha duyarlı olmaya teşvik edeceğiz. Eğitime her seviyede önem verecek bu konudaki farkındalık çalışmalarımıza devam edeceğiz.

Logitech'in sevilen ve güvenilen bir marka olmasının verdiği özgüvenle toplum ve doğadan aldığımızı yine onlara kazandırmak üzere çalışanlarımızla birlikte çalışmalarımızı sürdüreceğiz.

“YAPTIĞIMIZ İŞİN KENDİSİ SOSYAL SORUMLULUK”

122

Menarini Türkiye Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörü Ecz. Rana Şengil, 135 yıllık geçmişi olan şirketlerinin “insana değer” misyonu ile yoluna devam ettiğini söylüyor. Özellikle son 2 yıldaki dijitalleşme ve “etki” yatırımlarıyla bu konuya odaklandıklarını belirtiyor ve ekliyor: “Sosyal sorumluluk yaklaşımımızın özünde insana ve geniş resimde topluma verdiğimiz değer yatıyor. Aslında yaptığımız işin kendisi de bir nevi sosyal sorumluluk.”

Menarini, dünya çapında 135 yıllık geçmişe sahip bir firma ve bugün 5 kıtada 140 ülkede faaliyet gösteren İtalya'nın en büyük ilaç firması. 17 binden fazla çalışanımızla “kalite her şeyden önce gelir” prensibiyle ürün ve hizmetlerimizi geliştiriyor, ilaçtan tüketici sağlığına kadar geniş bir alanda sağlık çözümleri sunuyoruz. 2001 yılında Menarini, Türkiye'nin ilk ilaç firması olan İ.E. Ulagay'ı satın alarak Türkiye'de sağlık sektörüne girdi. Bugün 3 kıtada 36 ülkenin bulunduğu Türkiye, Ortadoğu ve Afrika bölgesi Türkiye'den yönetilmekte. Bu seçim ile Türkiye'ye duyulan güven net bir şekilde görülüyor.

Menarini Türkiye olarak, ilaç sektöründe kaliteli ve erişilebilir sağlık çözümleri sunuyor ve İstanbul'daki fabrikamızda Türkiye ve bölge ülkelere sunulan ilaçların üretimini yapıyoruz. Son 7 yıldır yerel üretimimizle Türkiye'nin en hızlı büyüyen ilaç firmaları arasındayız.

Yılda 100 milyonun üzerinde ünite satışı ile kutu satış rakamlarına göre Türk ilaç sektörünün 6'ncı büyük şirketiyiz. Bu açıdan bakıldığında Menarini olarak neredeyse Türkiye'deki her eve giriyoruz diyebiliriz. Türkiye'de 1000'e yakın ekip arkadaşlarımız ile birlikte 300'den fazla ürün ve farklı

tedavi seçeneğiyle insanları sağlıklı bir gelecekle buluşturmak ve insan sağlığı için değer yaratmak amacıyla çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

COVID DÖNEMİ YAKLAŞIMIMIZ

Tüm dünya gibi ülkemiz de pandemi sürecini hala yaşıyor. Bu sürecin her sektöre olduğu gibi, sağlık alanına da farklı etkileri oldu. Pandemi dönemi öncesinde de son yıllarda gelişen teknoloji ile birlikte sağlık sektöründeki iletişimimizde de farklılaşmaya ve teknolojiyi yoğun bir şekilde kullanmaya başlamıştık. Ancak, pandemi süreci ile birlikte yüz yüze toplantıların kısıtlanması; tüm iş süreçlerimizde ve paydaşlarımızla olan iletişimimizde teknoloji kullanımımızı daha da artırmamıza vesile oldu.

Sağlık sektöründe temel paydaşlarımız hekimler olduğu için yüz yüze iletişimde yakalamış olduğumuz samimiyeti, bilimsel bilgi alışverişini ve toplantılarımızı hızla adapte ederek dijital ve online platformlara taşıdık. Kurumsal hedeflerimiz doğrultusunda dijital teknolojileri kullanarak yeni iletişim modelleri ve stratejileri geliştirdik.

Bu dönemde en öncelikli odağımız çalışanlarımızın sağlığı ve güvenliği oldu. Sonrasında ise paydaşlarımızı daha iyi anlamaya çalışarak, ihtiyaçlarına daha net odaklanarak çözümler üretmeye gayret ettik.



Pandemi dönemi, her sektörde olduğu gibi, bizim de sosyal medyayı daha aktif bir şekilde kullanmamıza ve paydaşlarımıza çeşitli platformlardan etkileşime geçmemize sebep oldu. Yaptığımız tüm projelerde öncelikli olarak terapötik alanlarda ihtiyaçları belirledik ve ürettiğimiz çözümleri dijital dünyaya nasıl entegre edebiliriz sorusuna yanıt aradık. Tedavi sağladığımız alanlarda toplumumuzu bilinçlendirmeyi ve bilgi kirliliğinin önüne geçmeyi amaçladık. Yeni düzende tüm sosyal medya mecralarımızı daha aktif olarak kullanmaya başlayarak, kurumsal hesaplarımızda inovatif sağlık çözümleri sunmak adına farklı projeler ürettik.

NASIL ETKİ YARATIYORUZ?

Topluma kaliteli sağlık çözümleri sunarken, tedavi alanlarımızdaki konular ile ilgili kamuoyunu doğru bilgilendirmek, farkındalık çalışmalarına öncülük etmek ve en önemli paydaşlarımızdan biri olan sağlık profesyonellerimiz için bilimsel yenilik ve içeriklere ulaşımında yardımcı olmak, en önemli önceliklerimizi oluşturuyor.

Bu amaçla son 2 yıldır başlamış olduğumuz dijital değişim ve dönüşüm sürecimizde hayata geçirdiğimiz farklı projelerimiz ile hem toplumu hem hekimlerimizin bilgilendirilmesinde önemli bir rol üstleniyoruz.

Yapmış olduğumuz farkındalık çalışmaları ile toplumun hastalığı yaşamadan önce bilinçlendirilmesini hedefliyor, daha sağlıklı bir yaşam sürmeleri ve hastalanmadan önce kendilerini nasıl korumaları gerektiği ile ilgili bilgilendirdiğimiz projeler üretiyoruz. Projelerimizde sosyal medya ağırlıklı ilerliyor, böylece doğru hedef kitleye doğru mecralardan en etkin şekilde ulaşabilmeyi amaçlıyoruz. Kişinin hastalanmadan önce kendi sağlığına dikkat etmesi toplumsal fayda sağlayarak sağlık ekonomisine de katkıda bulunuyor. Bu nedenle hayata geçirdiğimiz tüm bilinçlendirme ve farkındalık projelerini yarattıkları bu anlamlı etkiden ötürü çok kıymetli buluyoruz. Bir sağlık firması olarak topluma karşı bu en öncelikli sorumluluğumuz diyebiliriz.

PROJELERE YAKIN TAKİP

Her proje başlangıcında paydaşlarımızın ihtiyaçlarına uygun hareket ediyor, hangi noktada olduğumuzu ve ulaşmak istediğimiz hedefi belirleyerek proje adımlarımızı varmak istediğimiz amaca uygun olarak kurguluyoruz.

Projelere başlarken ana amacımız, tüm paydaşlarımıza fayda sağlamaktır. Bu nedenle hedef kitlelerimize uygun farklı mecralardan ulaşabileceğimiz çok ayaklı ve ölçümlenebilir projeler hayata geçiriyoruz. Bu şekilde doğru hedef kitleye doğru araçlardan ulaşılmış oluyoruz.

Hayata geçirdiğimiz projelerin etkisini, şirket içi ve dışında yaptığımız çeşitli araştırma, geri bildirim takipleri ve proje verimlilik ölçümleri ile takip etme imkanımız oluyor. Aynı zamanda her proje sonunda iş birliği yaptığımız ajanslar üzerinden aldığımız proje sonu raporlarında ulaşmak istediğimiz hedefin neresinde olduğumuzu görme şansımız oluyor.

Son dönemde özellikle dijital projelerde yarattığınız etkiyi ölçümleme ve proje sonu çıktıları görme imkanı daha doğru veriler elde etmenizi sağlıyor. Özellikle sosyal medyada ve hayata geçirdiğimiz dijital

“İletişim için yeni kanallar yarattık”

TOPLUM BİLİNÇLENDİRME Menarini Türkiye YouTube sayfamızda başlatmış olduğumuz “Başrolde Sağlık” ve “1 Influencer, 1 Doktor” gibi çok değerli ve uzun soluklu iki proje ile toplumumuzu bilinçlendirirken, aynı zamanda değerli hekimlerimizin mesleki gelişmelerine katkıda bulunmaya da devam etmek amacıyla Türkiye’nin kardiyovasküler alanındaki ilk podcast uygulamasını hayata geçirdik.

İLK PODCAST YAYINI “Kalbinizden Geçenler” adlı podcast uygulamamızda hekimlerimiz iç hastalıkları ve kalp sağlığı ile ilgili tüm gelişmeleri uygulama üzerinden 7/24 kolayca takip edebiliyorlar. Uygulama içinde yeni geliştirdiğimiz canlı yayınlarımız ise hekimlerimize interaktif bir katılım imkanı sağlıyor. Önümüzdeki dönemlerde bu uygulamamızın yeni güncellemeleri ile daha fazla hekimimize ulaşmayı hedefliyoruz.

YENİ ALANLAR Mesafeli bir iletişim kurabilmek adına çeşitli kanallar yaratmaya devam ediyoruz. Şimdiye kadar hayata geçirilen tüm dijital projelerimiz çok başarılı oldu ve olumlu geri dönüşler aldık. Bir araya gelebildiğimiz günler gelene kadar Menarini Türkiye olarak dijital projelerimiz ile tüm paydaşlarımızın yanında olmaya devam edeceğiz.

uygulamalarda hedef kitlemizle nasıl bir oranda etkileşim elde ettiğimizi çok net bir şekilde görebilmekteyiz. Özellikle son 2 yılda yapmış olduğumuz projelerden aldığımız olumlu geri bildirimler ve rakamlar, doğru yolda olduğumuzu ortaya koyuyor.

SOSYAL SORUMLULUK STRATEJİSİ

Menarini Türkiye olarak, insana değer misyonumuzu iş yapış şeklimizin ve faaliyetlerimizin merkezinde konumluyoruz. Sosyal sorumluluk yaklaşımımızın özünde insana ve geniş resimde topluma verdiğimiz değer yatıyor. Aslında yaptığımız işin kendisi de bir nevi sosyal sorumluluk.

Şartlar ne olursa olsun sınırsız bir özveri ile kaliteli ve ulaşılabilir tedavilerimizi hastalara ve sağlık profesyonellerine ulaştırmak en öncelikli sorumluluğumuz. Bunun dışında projelerimizi geliştirirken ve iletişim stratejimizi oluştururken, toplumsal fayda yaratma ve değer katma hedefimiz çerçevesinde sağlık ve bilim konusunda farkındalığı da artırmayı önemsiyoruz.

Özellikle terapötik bilinçlendirmeye yönelik iletişim çalışmalarımızda, Menarini Türkiye olarak 100 milyon kutuluk ilaç üretimimizle neredeyse Türkiye’de her haneye sağlık sunuyor olmanın sorumluluğunu yerine getiriyoruz. Sahip olduğumuz kaynakları doğru şekilde kullandığımız zaman, daha fazla insana dokunabiliyor olmanın mutluluğunu da daha çok yaşıyoruz.

YENİ DÖNEM PLANLARI

Mevcut gündemimizde Menarini global tarafından hayata geçirilen bir projeyi Türkiye’de sanatseverler ile buluşturmak var. Bildiğiniz gibi Menarini Rönesans’ın hayat bulduğu topraklarda kurulmuş bir firma ve merkezi de Floransa’da bulunuyor. Bu da firmanın sanatla olan güçlü bağının ilham kaynağı ve en büyük göstergesi.

Menarini 1956 yılından bu yana,

neredeyse 60 yılı aşkın bir süredir “Pills of Art” adını verdiği projesiyle, sanatın ustalarını ve eserlerini hazırlanan videolar, kitaplar, basılı materyallerle sanatseverlerle buluşturuyor. Sanatın uzun soluklu ve sürdürülebilir bir platformda desteklenmesi bana çok ilham verici geliyor. Projenin mevcut koşullara göre sürekli zenginleşerek daha fazla insanla buluşması ise beni çok mutlu ediyor.

Bu projemizle sanat artık bir “tık” uzağınızda diyebilirim. Dijitalleşmenin imkanlarını kullanarak sanatseverleri Pills of Art aracılığıyla sanatla buluşturmak, insana değer ve sanata değer

yaklaşımımızı doğrudan besliyor. Rönesans’tan modern Türk sanatına, İtalya’dan Türkiye’ye bir sanat köprüsü kuruyor, Floransa’da başlayan sanat yolculuğuna Türkiye’de devam ediyoruz. Bu büyük proje kapsamında önümüzdeki dönemde Türkiye’den sanatçıların ve eserlerinin hikayelerini sanatseverlerle paylaşacak olmanın heyecanı içindeyiz. ■



MENARINI

Türkiye

“EGS kriterleri için 5 kritik önceliği izliyoruz”

EGS ÖNEMLİ Menarini Group olarak, ESG (Environmental, Social and Governance-Çevresel, Sosyal ve Yönetim) kriterlerinin iş modeline entegrasyonunun teşvik edilmesinin uzun süreli değer yaratmak için temel bir gereklilik olduğunun bilincinde olarak yapılandırılan bir sürdürülebilirlik yolunda ilerliyoruz.

BM HEDEFLERİNİ İZLİYORUZ Stratejik alanlarımız, firmanın faaliyetlerinin ve Birleşmiş Milletler tarafından 2030 için belirlenen Sürdürülebilir Kalkınma Hedefinin karşılaştırmalı bir analizi ile ana hatlarıyla belirlenmiş durumda. Çevre ve güvenlik açısından Menarini Group’un 5 öncelikli hedefi var: “Düşük maliyetli temiz enerji, Saygın iş ve ekonomik büyüme, Endüstri, İnovasyon ve altyapı, Sorumlu tüketim ve Üretim ve iklim eylemleri.”

Eylemlerimizin etkinliğini kısa ve orta-uzun vadede belirli Temel Performans Göstergeleri (KPI) kullanarak takip edebiliyoruz ve bu da sonuçlarımızın raporlanarak paydaşlarımızla şeffaf bir şekilde paylaşılmasına olanak tanıyor.



YENİ NESİL ÇALIŞANLAR NEDEN 'AMAÇ' PEŞİNDE?

Yazar ve fütürist Jacob Morgan, dijitalleşme, yeni nesil çalışanlar ve geleceğin ofisleri üzerine çalışmalarını tanınıyor. Covid-19 döneminde ise “çalışanlar üzerindeki değişime” de odaklandı. Morgan, pandeminin etkisiyle çalışma hayatının, özellikle çalışan beklentilerinin değişmeye başladığına dikkat çekiyor.

Şirketler eskiden en iyi yetenekleri çekmek ve ellerinde tutmak için, güzel bir maaşın ve çeşitli yan hakların yeterli olduğunu düşünürdü. Oysa artık çalışanlar, şlerinde bir amaç ve anlam duygusu arıyorlar.

Bu iki kelimenin (“amaç” ve “anlam”) birlikte sık sık kullanıldığını ve birbirlerinin yerine kullanıldıklarını görüyoruz. Peki bunlar gerçekten ne anlama geliyor?

“The Future Leader” adlı kitabım için dünya çapında 140’tan fazla CEO ile röportaj yaptım. Onlara, geleceğin liderlerinin karşı karşıya olduğu eğilimleri sorduğumda, aldığım en yaygın yanıtlardan biri “Amaç ve anlam sunmak” idi.

Peki amaç ve anlam bakışımız nasıl olmalı? İşiniz, yaptığınız şeydir ve amacınız, işin niyetidir. Amacınız, bir etki veya sonuç yaratır, bu da daha sonra işin anlamını veya yaptığınız işi neden yaptığınızı belirler.

İş: Ne yaparsanız yapın, işiniz gerçekten ne yaptığınızla ilgilidir. Herkes genellikle işinin ne olduğunu bilir; yapmak için para aldığınız şeydir.

Amaç: İşten bir ölçüde daha derindir. Örneğin, müşterilerin kullanmak isteyeceği kullanıcı dostu ürünler yaratmak için kod yazarsınız. Daha fazla gelir için satış yaparsınız, bu sayede işiniz büyür. Bu, yaptığınız iş ile müşteriler, çalışanlar veya genel olarak dünya üzerindeki etkisi arasındaki köprüdür.

Ne yazık ki, birçok çalışan amaç konusunda bocalıyor, çünkü görevlere, projelere, yoğun çalışmaya ve fazla dikkat çekici işlere girişmemeye odaklanan organizasyonlar yarattık. Bunun sonucunda da, dünya çapında birçok çalışan, bu çok temel seviyenin ötesini göremiyor; görmelerine de izin verilmiyor. Bir ürünü tasarlayan mühendis, nadiren müşterilerle konuşuyor veya hikayelerini dinliyor. Anlaşmaları yapan satış uzmanları, getirdiği paraya ne olduğunu bilmiyor; işleri bu olduğu için, sadece daha fazla para getirmeleri gerektiğini biliyorlar.

Etki: Bu, aslında amacınızdan yola çıkarak yarattığınız şeydir. Başka bir deyişle, müşteri hizmetle-

rinde amacınız sorunları çözmek, müşterileri markaya geri kazandırmak ve hayatlarını daha iyi ve daha kolay hale getirmektir. Amacınız, potansiyelle ilgilidir; etki ise gerçeklikle. Etkinizin, amacınızdan daha büyük veya amacınıza eşit olmasını istersiniz; daha azını değil. Tıpkı amaçta olduğu gibi, çoğu çalışan nasıl etkilere sahip olduğu konusunda da fikir sahibi değil. Ancak liderler, büyük resme daha fazla odaklanmak amacıyla yalnızca görev veya proje bazlı çalışmalardan uzaklaştıkları için, amaçlarını ve anlamlarını daha sağlam bir şekilde kavrama eğilimindedir.

Anlam: Anlam özeldir, her birimiz için farklı ve eşsizdir. Örneğin, kod yazıyorsanız, karmaşık problemler veya zorluklar üzerinde çalışmak size anlam kazandırabilir.

Amaç ve anlam yaratmak: Liderler ve organizasyonlar artık sadece para kazanmak veya kâr elde etmek için var olduklarını düşünemez. Ayrı tutulamazlar; daha büyük ve daha anlamlı bir şey için çalışmalılar.

NEREDEN BAŞLAMALI?

• Liderler önce kendi amaçlarını, anlamlarını ve bu ikisi arasındaki farkı anlamalı.

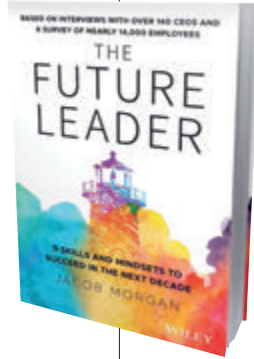
• Yaptıkları işin; şirketi, çalışanları veya dünyayı nasıl etkilediğini görebilmeleri için TÜM çalışanlarına daha fazla erişim vermeliler.

• Çevrenizdekileri sadece çalışan olarak değil, birey ve insan olarak tanıyın.

• Amaç ve anlamı, çalışanlarınızla iletişiminizin temel bir parçası haline getirin. Üstelik bunu sürekli yapın.

• Organizasyonun değerlerinin ve amacının, orada çalışan insanların amacı ve anlamı ile uyumlu olmasını sağlayın.

Amaç ve anlam sadece ayrıcalıklı bir azınlığa mahsus değil. Hepimiz yaptığımız işin nasıl bir etki yarattığını anlamayı hak ediyoruz. Kim olduğumuzu ve yaptığımız işi neden yaptığımızı daha iyi anlamak için dönüp kendi içimize bakmamız gerekiyor.



“ÜLKEMİZİN SAĞLIKLI GELECEĞİ İÇİN ÇALIŞIYORUZ”

126

Sanofi Türkiye tam 64 yıldır ilaç sektörünün öncü şirketlerinden biri olarak ülkemizde üretiyor, Ar-Ge yatırımı yapıyor ve sağlık çözümleri sunuyor.

Ayrıca, Türkiye bugün aynı zamanda, Sanofi dünyasında önemli bir konuma sahip ülkelerden biri. Şirketin gücünü ve yarattığı etkiyi Sanofi Türkiye, Afrika ve Orta Doğu Başkanı Cem Öztürk ile konuştuk.

Türkiye'nin sağlıklı geleceğine katkıda bulunmaya kendini adayan, bu ülkede yatırım ve üretim yapan, istihdam yaratan, ülkemizin geleceği için çalışan ve yerel üretimi odağına alan küresel bir şirkettir. 1 milyar doların üzerindeki yatırımımızla Türkiye'deki global ilaç şirketleri arasında en yüksek yatırımı yapan ilaç şirketi konumundayız. Aşılar konusunda uzman iş birliğimiz Sanofi Pasteur de, Türkiye'de yerli aşı üretimine yatırım yapan ilk şirket.

Ayrıca, Türkiye de bu tür bir teknoloji transferi yapılan ilk Sanofi ülkesi. Bu teknoloji transferi sayesinde 63 milyon doz kombine çocukluk çağı aşısı Türkiye'de üretildi ve Türkiye'deki çocukların yüzde 99'u aşıyla önlenabilir hastalıklardan korundu. Bu aşı aynı zamanda alanında Türkiye'nin ilk biyoteknoloji üretimi olma özelliğini taşıyor.

Lüleburgaz'daki fabrikamız, bugün Sanofi'nin tüm dünyadaki 69 üretim merkezi arasında üretim kapasitesi ile üçüncü büyük üretim tesisi konumunda. Fabrikamız, 2020 yılında Türkiye ilaç sektörü toplam üretiminin yüzde 15'ini tek başına karşıladı. Bu da Türkiye'de üretilen her 7 kutu ilaçtan 1'inin Lüleburgaz fabrikamızdan gelmesi demek.

Toplam üretimimizin yüzde 11'ini aralarında Almanya, İngiltere, Fransa, Avustralya ve Japonya'nın da bulunduğu 49 ülkeye ihraç

ediyoruz. Sanofi Türkiye'nin ürün portföyünün kutu bazında yüzde 86'sını bu topraklarda üreterek ülkemizin ekonomisine katkıda bulunmak bizler için büyük bir gurur ve mutluluk kaynağı.

YENİLİKÇİLİK VİZYONUMUZDA VAR

Bugün Sanofi'nin en büyük önceliklerinden biri dünyanın en acil tıbbi ihtiyaçları için çözümler keşfetmektir. Biliyoruz ki, bugün attığımız adımlar, yarın insanların yaşamlarını iyileştirebilir. Bilimsel mükemmellik konusundaki tutkumuzla tıbbi bilgi ve gelişmeleri son teknoloji terapilere dönüştürmek için durmaksızın çalışıyoruz.

Ar-Ge, inovasyon ve bunlar için gereken altyapının yeni ve henüz çaresi bulunmamış hastalıklara tedaviler bulmak için çok önemli olduğu bilinciyle yatırımlarımızı Türkiye'de de sürdürüyoruz. Sanofi Lüleburgaz fabrikamızda yer alan Ar-Ge merkezimiz 2013 yılında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın performans sıralamasında Türkiye'deki 165 Ar-Ge merkezi arasında 3., ilaç sektöründe ise 1'inci sırada yer aldı. Sanofi Lüleburgaz fabrikamızdan jenerik molekül ihracatı yapmayı başardık.

Ar-Ge merkezimizde bugüne kadar 138 ürün için 71 yeni jenerik molekül geliştirildi. 2020 yılında 3 yeni molekülün ilk ticari üretimi gerçekleştirildi ve başta Avrupa ve

“YENİLENEBİLİR ENERJİ KAYNAKLARI SAYESİNDE ELEKTRİK TÜKETİMİNDEN KAYNAKLANAN YILLIK 11.000 KG CO2 SALINIMINI AZALTMAYI BAŞARDIK. PROJEMİZLE EŞ ZAMANLI OLARAK SANOFİ'NİN TUZLA DEPOSU'NDA VE SANOFİ MERKEZ OFİS'TE DE TEMİZ ENERJİ KULLANIMINA BAŞLADIK.”

Brezilya olmak üzere çeşitli pazarlara 7 ürün sunuldu.

Klinik araştırmalarda da ülkemizde lider bir konumumuz var. Sanofi için, Türkiye kendi bölgesinde klinik çalışma projelerinin merkezi ve Sanofi Türkiye halen 14 farklı ülkedeki klinik çalışma projelerini başarıyla yönetiyor. Bu yıl itibarıyla Türkiye'deki 300 merkezde devam eden 46 çalışma (36 Ar-Ge ve 10 Medikal) ve fizibilite aşamasında 5 çalışmamız bulunuyor. Liderliğini yürüttüğümüz 14 ülkede ise 45 proje üzerinde çalışılıyor. Bu projeler için, sağlanan bütçe 12,5 milyon Euro'dur.



ürün ve hizmetlerin yaşam döngüsü içinde çevreye doğrudan ve dolaylı etkilerini azaltmak üzere çalışmalarımızı büyük bir gayretle yürütüyoruz. Bu yönde önemli bir adım atarak ve yatırımlarımızın sonucunda, Lüleburgaz fabrikamızda yüzde 100 yenilenebilir elektrik kullanımına geçtik. Bu sayede üretim merkezimizde yıllık ortalama 27 bin MWh'e eşdeğer enerji (yaklaşık 1540 konutun bir yıllık elektrik tüketimi) yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılandı.

Hedefimiz etki alanını genişletmekten çok işimizi layıkıyla

yerine getirebilmek. Yatırımlarımızı, yerli üretim ve sürdürülebilirlik odağımızı, alanında lider olduğumuz klinik araştırmalarımızı, yeni tedaviler sunmak ve tüm sağlık ekosistemini daha iyi noktalara taşıyabilmek için benimseydiğimiz yenilikçi yaklaşımımızı ve kamu-özel sektör-üniversite iş birliklerimizi her geçen gün daha iyi noktalara taşımak üzere durmaksızın çalışıyoruz.

İnsanların yaşamlarını daha sağlıklı sürdürebilmesi için, her adımımızı hep ıleriye doğru, kararlılık ve cesaretle atmaya devam edeceğiz...

SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇÖZÜMLER SUNUYORUZ

Sürdürülebilirliği tüm iş önceliklerine entegre eden bir şirketiz ve iyi bir kurumsal vatandaş olmanın tüm sorumluluklarını yerine getirmeye çalışıyoruz. Sanofi'nin küresel KSS taahhütlerini ülkemizde de gerçeğe dönüştürüyor ve KSS alanındaki öncü rolümüzü #dahafazlasımmümkün diyerek büyük bir gayretle sürdürüyoruz. Sağlığa Erişim, Toplumsal Katkı, Sağlıklı Gezegen ve Kapsayıcı İş Yeri başlıkları altında şekillenen yeni yol haritamız ve taahhütlerimiz, Birleşmiş Milletler'in ilan ettiği 17 Sürdürülebilir Kalkınma Amacı'nın 13'üne doğrudan katkı sunuyor.

Sanofi Türkiye olarak uzun yıllardır sürdürdüğümüz öncü Kurumsal Sosyal Sorumluluk programlarımız ile en etkili şekilde toplumsal ihtiyaçlara çözümler sunuyoruz. Okulda Diyabet Programımız ile diyabetli çocukların okuldaki bakımlarını güçlendirmek ve öğretmen ve öğrencilere çocuklarda diyabet bulgularını öğretmek erken tanı konmasına yardımcı oluyoruz. KAGİDER iş birliğinde yürüttüğümüz Geleceğin Kadın Liderleri projesi ile genç kadınların iş gücüne katılımına destek oluyoruz. Her iki projemizi de Türkiye'de 10 yılı aşkın süredir yürütüyoruz.

Daha yaşanabilir bir çevre için de somut adımlar atmaya devam ediyoruz ve üretimde kullandığımız hammaddelerden başlayarak

SANOFI 

"Pharmup projesiyle yeni fikirleri destekliyoruz"

İNNOVASYON: Sağlık alanındaki parlak fikirleri ve girişimleri desteklemeyi de önemsiyoruz. "PharmUp" isimli girişimcilik programımızla Türkiye'de sağlık alanındaki yenilikçi araştırma ve inovasyon girişimlerini ortaya çıkarmayı ve desteklemeyi amaçlıyoruz.

YENİLİKÇİ PROJELER: Ayrıca sağlık ekosistemde yer alan tüm partiler için geliştirdiğimiz pek çok yenilikçi projeye hayatları kolaylaştırmak üzere çalışmalarımızı yürütüyoruz. Hastalara daha iyi bir tedavi deneyimi yaşatmak üzere sağlık mesleği mensuplarına yönelik dijital platformlarımız bulunmakta.

“SOSYAL ŞİRKET OLMANIN HAKKINI VERİYORUZ”

128

Fuzulev son bir yılda yüzde 87 büyümeyle büyük başarı kaydeden şirketlerden. Yönetim Kurulu Başkanı Eyüp Akbal, bu başarının ardındaki sırrı, “Kurulduğumuz günden bu yana toplumsal yaşamın gelişimine katkı sağlama sorumluluğu ile hareket ediyoruz” sözleriyle açıklıyor. “Kuruluş felsefemiz, alım gücü düşük kitle ve desteğe ihtiyaç duyan alanlarda varlığımızı hissettirip gerçekten sosyal şirket ve iyi şirket tanımının hakkını vermek” diye konuşuyor.



Son 1 yılda yüzde 87 büyüdük ve şube sayımızı 108'e çıkardık. Performansımız pandemiye rağmen çok iyi oldu ama burada öncelikle sektörü belirli bir seviyeye ulaştıran bir marka olduğumuza özellikle vurgulamak isterim. Son 4-5 yılda sektördeki şirket sayısı 7-8'lerden 30'ların üzerine çıkmıştı. Bu durumu kontrolsüz bulan Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), bu yıl içerisinde faizsiz tasarruf sisteminin düzenlenmesi ve denetlenmesi için bir süreç başlatmıştı. Burada biz de, sektörün

faídasına olacak görüşlerimizi ilettik. Temmuzda bir karar verildi; sermaye şartı ve şeffaflık gibi konularda yeterlilik sağlamayan markalar elendi. Ekim ayında da sektörün daha da yerli yerine oturacağı öngörülüyor. Bizim aslında farklı yaptığımıza inandığımız en önemli konu büyük resmin ne kadar değerli olduğunu biliyoruz, görüyoruz. Nitekim şu an bu sistemde 350 bin kişi bulunuyor ve ülkemizde her yıl satılan evlerin yüzde 15'i bu sistem sayesinde gerçekleşiyor. Bu oranın yüzde 30'lara çıkacağını öngörüyoruz.

SOSYAL FAYDA SAĞLAYAN ŞİRKET

Pandemiye ve ekonomik sıkıntılara rağmen, ev ihtiyacı ve talebi durmaksızın sürüyor. 2020'de 1 milyon 499 bin adet ev satıldı ve bu sayede pandemi sürecine rağmen konut satış adedinde rekor kırıldı. Ama ev sahipliğine yansıyan bir durum göremiyoruz. Aslında gayrimenkul sektöründeki hareketlilik

biraz da ev sahipliği oranı ile alakalı. Romanya, Macaristan, Montenegro, Hırvatistan, Norveç, Malta gibi ülkelerde ev sahipliği oranı yüzde 80 ila yüzde 95 aralığında iken Türkiye'de son 15 yılda rekor satışlara rağmen yüzde 60'tan yüzde 58'e geriledi. Şu bir gerçek ki devletler insanların çadırda yaşamasına izin vermiyor, bir ikametgah istiyor. Bireyselleşmenin de etkisi ile ev talebi canlılığını koruyacak gibi görünüyor. Sektörümüzü pozitif anlamda etkileyen bir diğer gerçek, faize alternatif oluşumuz. Fuzulev'i iyi bir şirket, sosyal fayda sağlayan bir şirket olarak konumlamamız da bir açıdan bundan kaynaklanıyor.

TOPLUMSAL KATKI MİSYONUMUZ

Biz kurulduğumuz günden bu yana toplumsal yaşamın gelişimine katkı sağlama sorumluluğu ile hareket ediyoruz. Bu çerçevede, başta basketbol olmak üzere, hepimizi aynı coşku ve heyecan çemberine alan sporun çeşitli dallarına ve sporculara destek oluyoruz. 2017 yılından bu yana 1453 Engelliler Spor Kulübü'nü destekliyoruz. Kulübün sponsorluğunu ilk kez üstlendiğimizde kamuoyunun engelli sporlarını daha fazla desteklemesini ve "Tekerlekli Sandalye Basketbol Bölgesel Ligi"nden daha fazla haberdar olmasını hedefledik. Fuzulev 1453 Engelliler Spor Kulübü ile olan iş birliğimiz bizim için çok değerli ve anlamlı. Çünkü desteklediğimiz takımın Süper Lig'e yükselmesini birlikte izledik ve gördük.

Yine pandeminin ilk günlerinde 65 yaş üstü vatandaşların yalnız bırakılmaması

İdealimiz sektöre örnek olmak

Fuzulev'in sektöründe lider olması, son 7 yılda çok hızlı şubeleşmemiz aslında toplumda tatlı bir iz bıraktığımızı ortaya koyuyor olsa gerek. Yatırımcılarımız ve çalışanlarımız yeni projelerimizi, desteklerimizi çok yakından takip ediyorlar. Geri dönüşümleri ile bizleri beslemeleri ve yönlendirmeleri en değerli ölçü aslında bizim için.

Biz sektöre örnek olma idealiyle yolumuza devam ediyoruz. Bu alanda şeffaflık, güven, müşteri memnuniyeti bizim en öncelikli konularımız. Dolayısıyla sektörün orta vadede iki kat büyüyeceğini, bizim ise en az 3 kat büyüme hedeflediğimizi söyleyebilirim.

halkının son felakette yanında olduğumuzu da bu çalışmalarına eklemek isterim. Bu örnekleri çoğaltabiliriz elbette...

Kuruluş felsefemiz, aslında alım gücü düşük hedef kitle ve desteğe ihtiyaç duyan spor gibi değerli alanlarda varlığımızı hissettirip gerçekten sosyal şirket ve iyi şirket tanımının hakkını vermek.

GÖNÜLLÜLÜK ESASIYLA İLERLİYORUZ

Sosyal etki stratejimizde farkındalığı gönüllülikle oluşturmak yatıyor. Nitekim gönüllülikle şirketlerin kendi istek ve inisiyatifleriyle seçip hayata geçirdiği uygulamaları ve yaptıkları katkıları ifade eder. Bir şirketin sosyal anlamda sorumlu olarak nitelendirilebilmesi için bunları yapması beklenir. Yaparken de yeni kurumsal uygulamaları benimsemesi ve/veya gerek maddi gerek gayri maddi katkılarda bulunması beklenir. Dolayısıyla kurumsal sosyal sorumluluğu da, gönüllü kurumsal uygulamalarla ve iç kaynaklardan katkı sağlamak suretiyle toplumun refahını iyileştirme çabası olarak tanımlayabiliriz. Fuzulev'in 1992'de çıktığı yolculukta düşük gelirli hedef kitleyi ev ve otomobil sahibi yapması, destek bekleyen ama hiç görünmeyen değerli kulüplere, oluşumlara başarılarını gösterme fırsatı sunması aslında bu tarife uyuyor. Ve aslında bizi daha iyi hissettiren ise tüm bu keyifli işlere çalışanlarımızla birlikte imza atıyor olmamız. Onlarla aynı heyecanla bu süreçleri yönetiyoruz.

Kritik rakamlar

1 MİLYON 499 BİN
2020'de 1 milyon 499 bin adet ev satıldı ve bu sayede pandemi sürecine rağmen konut satış adedinde rekor kırıldı.

%87

Son 1 yılda yüzde 87 büyüdük ve şube sayımızı 108'e çıkardık.

3 KAT

Sektörün orta vadede iki kat büyüyeceğini, bizim ise en az 3 kat büyüme hedeflediğimizi söyleyebilirim.



İKLİM KRİZİYLE MÜCADELEDE ÖZEL SEKTÖR

130

Sanayi devriminden bu yana sürdürdüğümüz alışkanlıklarımız nedeniyle atmosfere gün geçtikçe daha fazla karbon salıyoruz. Buna bağlı olarak, 2011-2020 yılları arasında dünyanın sıcaklığı 1.09 derece artmış durumda.

Krizin etkilerini de sadece ABD, Avustralya gibi uzak ülkelerde görmüyoruz. Kriz artık ülkemizi de orman yangını, kuraklık ve aşırı yağış gibi çok farklı yollarla etkiliyor. Biliyoruz ki, bu etkiler gün geçtikçe artacak ve yayılacak.

Isınmanın önemli eşiği kabul edilen 1.5 dereceyi aşmaması için, bu salımları 2030'a dek net sifıra indirmemiz gerekiyor.

SEKTÖRLERİN EMİSYON ETKİSİ

İklim krizinde en büyük rol, politik ve ekonomik karar alıcılara düşüyor. Dünya genelindeki sadece 20 büyük şirketin küresel emisyonların üçte birinden sorumlu olması, diğer bir yandan şirketlerin bu kriz ile mücadelede yaratabileceği farkın önemini gösteriyor. Emisyonların sektörel dağılımı ise Climate Watch ve World Resources Institute'e göre şu şekilde: "Enerji yüzde 73.2, tarım yüzde 18.4, endüstri yüzde 5.2 ve atıklar yüzde 3.2."

İklim krizine karşı mücadele etmek, şirketlere değer katmakla birlikte dönüşüm sürecinde ortaya çıkacak yeni faaliyetlere dayalı finansal ürünler, fırsatlar ve pazarlar sunuyor. Bunlar arasında kamusal ve uluslararası fonlara aracılık olanları, imaj yönetimi ve "sürdürülebilir" finans alanında ihtiyaç olan ortalama 7 trilyon ABD doları kadar yatırım fırsatı yer alıyor. Çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim (ESG) prensiplerini yatırım planlarında dikkate alan fonların büyüklüğü, 2015'ten bu yana küresel olarak 3 katına çıkmış durumda.

Verilen "kırmızı alarm" tüm şirketler kulak vermeli. Doğrusal ekonomilerden döngüsel ekonomilere geçerek kültürel değişime öncü olacak şirket politikaları; taahhütler ile birlikte azaltım ve performans seviyelerinde gelişmelere ihtiyacımız var.

ŞİRKETLERE DÜŞEN GÖREV!

Böyle bir ortamda iklim krizi ile mücadelede şirketler şu adımları atabilir:

• **Dert edinmek:** İklim krizi, dünyaya ve kaynaklarına saygılı yaşam şirketler için öncelik olmalı. Şirketlerin, insanlığın karşısındaki bu en büyük sorunu fark ederek iklim krizi ile mücadeleyi misyonları arasına katması gerekiyor. Atılacak her adımda "Bu karar dünyayı nasıl etkiler?" sorusunu düşünmeli.

• **Eğitim:** Bir sorun ile baş etmenin ilk yolu, şüphesiz ki sorunu öğrenerek sorumluluk almaktır. Tüm düzeylerdeki

şirket mensuplarının iklim krizi eğitimlerine dahil olarak bireysel ve kurumsal düzeyde sorumluluklarını özümsemesi gerekiyor.

• **Yenilenebilir enerji:** İklim krizi ile mücadelede en önemli adım yenilenebilir enerji. Güneşe ve rüzgara dönün, mümkün olduğunca enerji tasarrufu yapın.

• **Üretim süreçleri:** Üretim süreçlerinizde kullanılan malzemeleri gözden geçirin ve iklim dostu ham madde tercih edin. Mümkün olduğunda yeniden kullanılabilir veya geri dönüştürülmüş malzemeler kullanın.

• **Sürdürülebilir finans:** Mümkün olduğunca fosil yakıtlara yatırım yapmayı reddeden bankalar ile iş birliğinde olun. Finans sektöründe faaliyet gösteriyorsanız, düşük karbonlu girişimleri destekleyin.

• **Karbon ayak izinin farkına varın:** Etkin bir plan yapılabilmesi için çalışanların ve şirketin karbon ayak izini hesaplayın. Düşürmek ile mücadele ederken ağaç dikerek, iklim projelerine destek olarak karbon ayak izinizi dengeleyin.

• **Doğa dostu tedarik süreçleri:** Tedarik zinciri politikalarınızı ve kurallarınızı kendi iklim krizi mücadele standartlarınızla ve evrensel standartlarınızla uyumlu hale getirin. Tedarik zincirimizdeki paydaşlarınızı da dönüştürün.

• **Lojistik:** Şirket faaliyetlerini olabildiğince birbirine yakın noktalarda gerçekleştirmek üzere planlayın. Çalışanlara toplu ulaşım araçları sağlayın, araçlarda tasarruflu ve elektrikli modelleri tercih edin.

• **İklim dostu beslenme:** Gıda, küresel emisyonların yaklaşık üçte birinden sorumlu. Karbon ayak izi yüksek et ve süt ürünlerinin tüketimini azaltmak adına #EtsizPazar-tesi hareketi şirketlerinizde uygulayın.

• **Ofis alışkanlıkları:** İmkân varsa evden çalışın, seyahat etmek yerine video konferans kullanın. Ofisleri gereğinden fazla ısıtmayın ya da soğutmayın, gereksiz elektrik kullanımını en aza indirin. Geri dönüştürülebilir ürünler tercih edin.

• **Projelerini destekleme:** İklim krizi konusunda çalışan sivil toplum kuruluşlarını ve iklim aktivistlerini destekleyin.

Yuvam Dünya, iklim krizi ile mücadeleyi odağına almış; Türkiye'nin lider şirketlerinin liderlerinin, sanatçıların, iletişimcilerinin yer aldığı önemli bir sivil toplum örgütüdür. Eğitimden araştırmaya, sanattan kültüre, projelerle kültür değişimine öncülük ederek toplumun her kesimine ulaşmayı hedefliyoruz.

Aynı zamanda şirket içi kültür değişimi ve döngüsel ekonomi projeleri ile özel sektörde dönüşüm için çalışılıyor.

wilo

Pioneering for You

DÜNYA ÇAPINDAKİ

50

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
VE İKLİM LİDERİ'NDEN
BİRİYİZ.

Daha iyi bir dünya ideali için mümkün olan en yüksek verimliliği ve üstün kaliteyi sunan çözümler geliştiriyoruz. Bu ideal, tüm eylemlerimizde ve değerlerimizde bize rehberlik ediyor.

Daha iyi bir dünya yaratmak için çalışmak şimdi her zamankinden çok daha önemli. Çünkü gezegenimizin öncülere ihtiyacı var.

www.wilo.com.tr

A RACE WE CAN WIN



BİZ VOLEYBOL ÜLKESİYİZ

