

**DÜNYA İÇİN
NE LAZIMSA...**



**2015
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU**



İÇİNDEKİLER



- 3 RAPORUMUZ HAKKINDA
- 5 PAYDAŞLARIMIZA MESAJIMIZ
- 7 KURUMSAL PROFİLİMİZ

- 8 YÖNETİM YAKLAŞIMIMIZ
- 8 KURUMSAL YÖNETİM
- 9 ETİK YÖNETİMİ
- 10 UYUM YÖNETİMİ

- 11 SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK STRATEJİMİZ
- 12 CARREFOURSA'DA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YÖNETİMİ
- 13 PAYDAŞLARIMIZLA İLETİŞİM
- 16 STRATEJİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK UNSURLARIMIZ

- 18 EKONOMİK PERFORMANSIMIZ
- 19 CARREFOURSA ve SEKTÖRDEKİ KONUMU
- 21 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

- 23 SOSYAL PERFORMANSIMIZ
- 24 MÜŞTERİ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ
- 28 İSTİHDAM
- 32 ÇALIŞAN VE İNSAN HAKLARI
- 33 EĞİTİM VE ÖĞRETİM
- 36 İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ
- 38 TOPLUMSAL YATIRIMLARIMIZ

- 40 ÇEVRESEL PERFORMANSIMIZ
- 41 ENERJİ, SU, MALZEME VERİMLİLİĞİ
- 44 SIVI VE KATI ATIK YÖNETİMİ

- 47 EKLER
- 47 SOSYAL PERFORMANS GÖSTERGELERİMİZ
- 50 ÇEVRESEL PERFORMANS GÖSTERGELERİMİZ
- 50 ÜYELİKLERİMİZ
- 51 GRI İÇERİK İNDEKSİ

RAPORUMUZ HAKKINDA

CarrefourSA'nın 2014-2015 dönemi ekonomik, çevresel ve sosyal performansını yansıtan ilk sürdürülebilirlik raporunu paydaşlarımıza sunuyoruz. Bu raporla kilit paydaşlarımıza, faaliyetlerimiz sonucunda ortaya çıkan üçlü etkilerimizi yönetme konusunda yaptığımız ölçme, izleme ve iyileştirme çalışmalarımızı değerlendirme fırsatı vermeyi amaçlıyoruz.

Sürdürülebilirlik raporlarımızın, bugün ve gelecekte, paydaşlarımızın sürdürülebilirlikle ilgili önceliklerini inceleyeceğimiz ve çözümlere yönelik yaptığımız iyi uygulamalarımızı paylaşacağımız en önemli iletişim araçlarından biri olmasını hedefliyoruz.

Raporumuzun Kapsamı

Bu raporda yer alan bilgiler, aksi belirtilmediği takdirde 1 Ocak 2014 - 31 Aralık 2015 tarihleri arasında CarrefourSA'nın Türkiye'deki tüm faaliyetlerini kapsıyor. (G4-17)

Raporumuzun İlkeleri

Raporumuzu, GRI Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative) Sürdürülebilirlik Raporlaması Rehberi'ni temel alarak ve GRI G4 Temel (Core) seviyesine uygun olarak hazırladık. Stratejik sürdürülebilirlik konularımızı belirlerken, GRI'nın önemlilik, paydaş katılımı, sürdürülebilirlik kapsamı ve bütünlük prensiplerini temel aldık.

www.globalreporting.org

Gelecek Raporumuz

2016 yılı sürdürülebilirlik performansımızı aktarmayı hedeflediğimiz gelecek raporumuzu, 2017 yılının ikinci yarısında yayınlamayı planlıyoruz.



PAYDAŞLARIMIZA MESAJIMIZ



Değerli Paydaşlarımız,

Dünyanın en büyük perakende zincirlerinden biri olan Carrefour'un 20 yılı aşkın süredir yerel temsilcisi olan CarrefourSA'nın ilk sürdürülebilirlik raporunu sizlerle paylaşmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Bu raporla sizlere ekonomik, sosyal ve çevresel bağlamda üçlü etkilerimizi yönetme konusundaki yaklaşımımız ve iyi uygulamalarımızın yanı sıra gelecek planlarımızı ve hedeflerimizi de sunuyoruz.

2013 yılı Ağustos ayında yönetimin Sabancı Holding'e geçmesiyle birlikte market konseptinden teknolojik altyapı yatırımlarına, insan kaynakları stratejimizden yönetim anlayışımıza kadar her alanda farklılık oluşturmak üzere çalışmalara başladık. 2014 yılında aldığımız kararlar, 2015 yılında sürdürülebilirlik kapsamındaki çalışmalarımıza da başladık. Üst yönetimimiz ve şirketimizin tüm bölümlerinden yöneticilerimizin katılımıyla strateji çalışmalarımıza yön verdik.

Ekonomik Performansımız

2014 yılını 'sıçrama' ve 2015 yılını da 'vites büyüme' yılı olarak belirledik. Daha samimi, yalın, hızlı ve modern bir marka olmak adına birçok alanda yatırıma imza attık. Öncelikle stratejimizi 'glokalleşme' yani lokal değerleri göz ardı etmeden global bir marka olabilme üzerine kurduk.

2014 yılında yedi bin çalışanımız ile yaklaşık 100 milyon tüketiciye hizmet verdik. 2015 yılını 4 milyar TL'lik ciro hedefimizi gerçekleştirerek kapattık. 2015 yılına 333 market ile başladığımız büyüme yolculuğumuzu, yapılan satın almalar ve organik market açılışları ile 58 ilde toplam 779 markete ulaşarak sürdürdük. CarrefourSA'nın son 10 yılında, toplam 155 bin metrekare ek satış alanı yaratırken, sadece 2015 yılında 278 bin metrekarelik market açılışı gerçekleştirdik. Yıl boyunca marketlerimizde 800 milyon ürün alıp sattık.

Tüketici davranışlarının hızlı değişimine ayak uydurmak için e-ticaret yatırımlarımızı genişlettik. Carrefoursa.com ile e-ticaret satışlarımızı iki yılda yüzde 64 oranında arttırırken ürün ve hizmet ağıımızı da genişlettik. Hizmet kalitemiz, ürün çeşitliliğimiz ve fiyat politikamızla rakiplerimizden farklılaşarak rekabeti müşterilerimizin avantajına çevirdik. Bu hızlı büyümeyi, sosyal ve çevresel sorumluluklarımızı gözetken bir yaklaşımla gerçekleştirdik. Sürdürülebilir bir marka olmak adına evrensel standartlara uygun iş kültürünü şirket olarak benimsemek üzere 2015 yılında analiz ve raporlama çalışmalarına başladık.

Sosyal Performansımız

Strateji anket ve çalıştaylarında şirketimiz ve en değerli paydaşımız olan çalışanlarımız için öncelikli olan sürdürülebilirlik konularının başında müşteri ve çalışan sağlık ve güvenliğinin yanı sıra, eğitim ve işgücü uygulamaları yer aldı. Bu kapsamdaki yönetim yaklaşımımıza ve iyi uygulamalarımıza raporumuzda detaylarıyla yer verdik.

Çalışan sayımızı 7 binden 13 bine çıkardık, her birinin alanlarında uzman çalışanlar olmasını sağlamak için eğitim yelpazemizi genişlettik. CarrefourSA Akademisi'yle çalışanlarımıza yatırım yapmaya devam ettik. Farklı uzmanlık alanlarından çalışanlarımıza yaklaşık 768 bin saat eğitim verdik. Akademimiz insan kaynaklarına verdiğimiz önemden dolayı yıl boyunca birçok ödüle layık görüldü. Sektörde ve hizmette yaratacağımız farkın mutlu çalışanlarla mümkün olacağına inanıyoruz. Bu anlayışla CarrefourSA olarak bugün geldiğimiz noktada yalnızca ekonomik olarak değil, şirketimizin sosyal yapısının gelişimi anlamında da büyük gelişme gösterdik.

2015 sadece iş odaklı proje ve çalışmalarda değil sosyal konularda da etkin olduğumuz bir yıl oldu. 'Tarladan Sofraya' projesiyle yerel halkların kalkınmasını desteklemeyi sürdürdük. İki yeni üretici platformunu bünyemize katarak sağlıklı ve taze ürünleri müşterilerimizle buluşturmaya devam ettik.

Darüşşafaka Cemiyeti ile birlikte imza attığımız sosyal sorumluluk projesi kapsamında Darüşşafaka Eğitim Kurumları'nda okuyan öğrencilerin yarattığı desenlerle tasarladığımız çantaları Türkiye genelinde tüm CarrefourSA hipermarketlerinde satışa sunduk. 'Gıda Bankacılığı' projesiyle ihtiyaç sahiplerine ürün desteğinde bulunduk. Hayvan haklarını ve sokakta yaşayan canlıları desteklemek amacıyla HayKonFed ve PAGDER ile işbirliği başlattık.

Çevresel Performansımız

Strateji çalışmalarımızda enerji verimliliği, atık yönetimi ve doğal kaynakların sorumlu tüketimi, öncelikli konularımız arasında yer aldı. 2015 yılında yaşadığımız çevreye pozitif katkıda bulunmaya devam ettik; sürdürülebilirlik odağımız kapsamında pilot mağazamızda entegre atık yönetimi projesini hayata geçirdik, atık geri dönüşümüyle çevre ve insan sağlığının korunmasına destek olduk. Genel Müdürlük binamızla, LEED® BD+C: Core and Shell kategorisinde **LEED Gold Sertifikası** olarak, yeşil bina unvanını aldık.

Marketlerimizde müşterilerimizin getirdiği yaklaşık 18 ton atık yağı toplayarak geri dönüşümlerine destek olduk. Elde ettiğimiz geliri daha temiz denizlere sahip olabilmek adına TURMEPA Deniz Temiz Derneği'ne bağışladık.

2015 yılını büyüme, e-ticaret, sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik ve marka çalışmalarımızla başarıyla tamamladık. CarrefourSA, Carrefour'un dünya çapındaki deneyimi ile Sabancı Holding'in gücünü arkasına alarak yatırımlarını sürdürmeye, yeni projeleri hayata geçirmeye ve tüketiciler için yakın, keyifli ve değer yaratan alışverişin adresi olmak için çalışmaya devam edecektir. Büyüme yolculuğumuzda çalışanlarımız ve müşterilerimiz başta olmak üzere tüm paydaşlarımız için değer üretmeye, toplum ve çevre dostu projeler geliştirmeye devam edeceğiz. Bu raporda yer alan bilgilerle ilgili sorularınızı ve diğer fikir ve önerilerinizi bizimle paylaşmanız, sizler için daha fazla değer yaratmamıza yardımcı olacaktır.

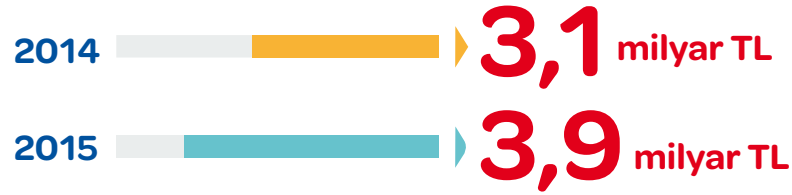
Saygılarımla,
Hakan Ergin
Genel Müdür



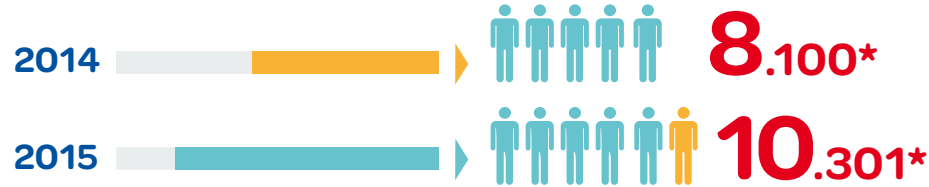
KURUMSAL PROFİLİMİZ

RAKAMLARLA CARREFOURSA

SATIŞIMIZ

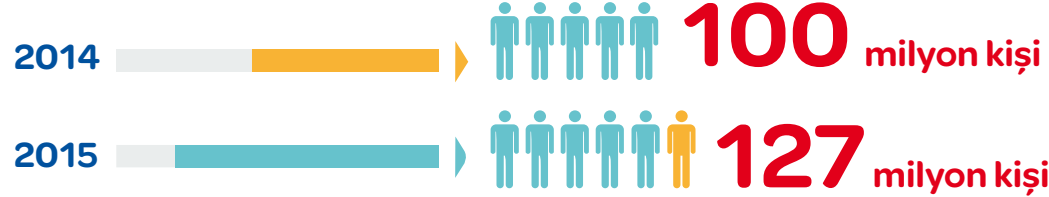


ÇALIŞANLARIMIZ

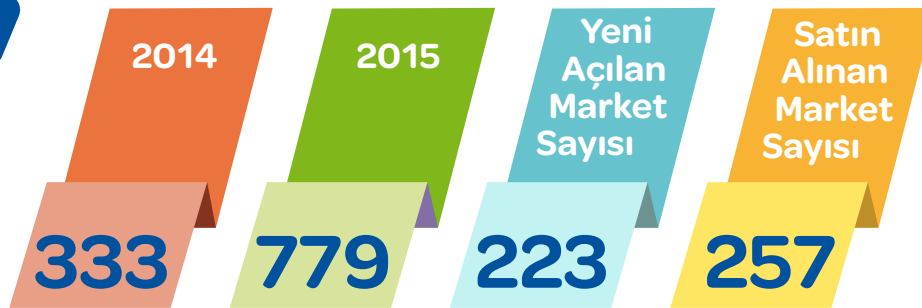


* Yıl boyunca istihdam ettiğimiz çalışan sayısı.

MÜŞTERİLERİMİZ

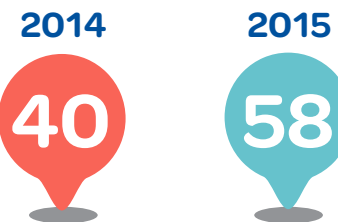


MARKETLERİMİZ



ŞEHİRLERİMİZ

(Marketlerin bulunduğu şehir sayısı)



Öz Markalı Ürünlerimiz
32 kategoride 2 bin ürün



Öz Markalı Ürün Tedarikçilerimiz 87



Öz Markalı Ürünlerimizin
Yıllık Satışlarımızdaki Payı %8

YÖNETİM YAKLAŞIMIMIZ

CarrefourSA'da müşterilerimiz için yakın, keyifli, güvenilir ve değer yaratan alışverişin adresi olma vizyonumuzu, müşterisini yaptığı işin merkezine koyan, tüm paydaşları için değer yaratan, sürdürülebilir kârlılık ve büyümeyi başaran bir perakendeci olma misyonu ile gerçekleştiriyoruz.

KURUMSAL YÖNETİM

CarrefourSA, Sermaye Piyasası Kurulu tarafından yayımlanan Kurumsal Yönetim İlkeleri ile kurumsal yönetimin şeffaflık, adillik, sorumluluk ve hesap verebilirlik prensiplerine uyarak çalışmalarını yürütür. Bu kapsamda yayınladığımız Kurumsal Yönetim Uyum Raporu'na yıllık faaliyet raporumuzda, şirketimizin insan kaynakları ve kâr dağıtım politikalarına ek olarak etik ve sosyal sorumluluk yaklaşımını da kapsayacak detaylarla yer veriyoruz.

Yönetim Kurulu

CarrefourSA'nın faaliyetlerinin mevzuata, esas sözleşmeye, iç düzenlemelere ve belirlenen politikalara uygunluğuna ek olarak aldığı stratejik kararlarla şirketimizin uzun vadeli çıkarlarını gözetken Yönetim Kurulumuz, biri kadın, ikisi bağımsız toplam 12 kişiden oluşur. Dördü yabancı uyruklu olan üyelerden hiç birinin icra görevi yoktur. Üyeler genel kurulda üç yıllığına seçilirler. Yönetim Kurulu Başkanı, Yönetim Kurulu Üyeleri tarafından seçilir. Yönetim Kurulu Başkanı'nın üstün oyu yoktur.

Yönetim Kurulu'nun yapısına, çalışma esaslarına, üyelerinin konumlarına, şirket içindeki ve dışındaki taahhütlerine, sorumluluklarına ve görev sürelerine dair detaylara faaliyet raporumuzda yer veriyoruz. Yönetim Kurulu Üyelerinden oluşan komiteler; Denetimden Sorumlu Komite, Kurumsal Yönetim Komitesi ve Riskin Erken Saptanması Komitesi'dir. Bu komitelerin sürdürülebilirlik kapsamındaki sorumlulukları takip eden sayfada yer alıyor.

İcra Kurulu

Yönetim Kurulu'na ek olarak İcra Kurulumuz 11 İcra Kurulu üyesinden oluşur. Yöneticilerimiz, alanında tecrübeli, profesyonel, şirketimizin vizyonuna, misyonuna ve hedeflerine ulaşmasında katma değer yaratacak, kendini sürekli geliştiren, iletişim becerisi yüksek, ekibinin gerçek potansiyelini ortaya çıkarmaya çalışan, adil ve şirketine yön verebilen kişilerdir.

Yönetim Kuruluna Bağlı Komiteler	Kadın Üye Oranı	İcra Üye Oranı	Ekonomik Etkilerle İlgili Sorumluluk	Sosyal Etkilerle İlgili Sorumluluk	Çevresel Etkilerle İlgili Sorumluluk
Denetimden Sorumlu Komite	%0	%0	Ekonomik Performans	Yolsuzlukla Mücadele	–
Kurumsal Yönetim Komitesi	%0	%30	Enerji	Uyum Yolsuzlukla Mücadele İstihdam	–
Riskin Erken Saptanması Komitesi	%0	%0	Ekonomik Performans	Yolsuzlukla Mücadele İş Sağlığı ve Güvenliği	Enerji, Su, Malzemeler Atıklar

ETİK YÖNETİMİ

CarrefourSA'nın tüm personeli, Dürüstlük, Gizlilik, Çıkar Çatışması ve Sorumluluklarımız ana başlıklarıyla düzenlenen ve ilgili politikaları kapsayan, Sabancı Topluluğu İş Etiği Kurallarına (SA-Etik) uyumlu olarak çalışır.

Şirketimizin müşterileri, çalışanları, hissedarları, tedarikçileri, iş ortakları, rakiplerinin yanı sıra çevre ve toplumla olan ilişkilerini düzenleyen SA-Etik eğitimleri, e-öğrenim portalı üzerinden tüm çalışanlarımıza sunulur. Tüm yeni işe başlayan çalışanlar kuralları okuduklarına ve anladıklarına dair Çalışan Bildirgesi imzalarlar. Her yıl bildirgeyi yeniden imzalayarak etik anketine katılırlar ve şirketin performansına yönelik geri bildirimde bulunurlar.

CarrefourSA'da altı kişiden oluşan **Etik Kurul** bulunur. Bildirim ve şikayette bulunmak isteyen çalışanlarımız, Etik Kurul Üyelerine, e-posta (etik@carrefoursa.com) ve telefon (0216 577 14 90) ile ulaşabilirler. Görevlerini ve çalışma esaslarını düzenleyen Etik Yönetim Prosedürü kapsamında aylık olarak toplanan Etik Kurul, etik kuralların ve bağlı politikaların ihlal edildiğine dair şikayet ve bildirimleri soruşturmak, çözümlmek ve Sabancı Holding Etik Kurulu'na raporlamakla sorumludur. Tüm ihbarlara yönelik tutanaklar ve raporlamalar sadece Etik Kurul Üyeleri'nin girebileceği bir odada arşivlenir.

İş Etiği Kurallarını ve ilgili politika ve prosedürleri ihlal edenler, gerektiğinde işten ayrılımlarının istenmesine kadar çeşitli disiplin yaptırımlarına tabi olurlar. Disiplin yaptırımları, uygunsuz davranışları ve kuralları bozmaya neden olan fiilleri onaylayan, yönlendiren veya bu konularda bilgi sahibi olup gerekli bildirimini uygun şekilde yapmayan kişilere de uygulanır. 2015'te yeni market zincirlerinin satın alınması ve çok sayıda yeni personelin işe başlaması sonucu etik problemlerde artış gözlemledik. Eğitimlerin tamamlanması ile bu sorunların asgari seviyeye inmesini hedefliyoruz.

İhbar ve bildirimlerin yanı sıra RKÖS (Risk ve Kayıpları Önleme Servisi) marketlerde düzenli kontroller de yapar; fiş iptallerini ve

iadeleri bütün marketlerden alınan haftalık kasa raporları aracılığıyla inceler, olası uygunsuzlukları araştırıp en geç bir hafta içinde çözümler. Hem bilgilendirici hem de caydırıcı olması açısından her marketin yemekhane bölümündeki iletişim panosunda tüm çalışanların görebileceği bir yerde Etik Hattı bilgileri bulunur.

Personelin yasalara, şirket politika, prosedür ve yönetmeliklerine veya Sabancı İş Etiği Kuralları'na aykırı davranması halinde uygulanacak yaptırımların belirlenmesi ve doğru bir şekilde uygulanmasının sağlanması amacıyla Genel Müdürümüz tarafından onaylanmış bir Disiplin Prosedürümüz mevcuttur. İnsan Kaynakları Direktörlüğü tarafından hazırlanan bu prosedür CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş. toplu iş sözleşmesi kapsamı dışında kalan yöneticiler dahil tüm çalışanları kapsar.

Etik Hat

etik@carrefoursa.com

0216 577 14 90

İletişim bilgilerinden bize ulaşabilirsiniz.

Etik dışı davranışlar, müşterilerimize çalışanlarımıza ve şirketimize zarar verir. Etik değerlerimizi hep birlikte koruyalım.

UYUM YÖNETİMİ

SA-Etik kapsamındaki **Yasal Sorumluluklar** başlığı, şirketimizin uyum yönetimi ilkelerini belirler. Yurt içi ve yurt dışında mevcut tüm faaliyet ve işlemlerimizi yerel yasalar ve uluslararası hukuk çerçevesinde yürütüyor, yasal düzenleyici kurum ve kuruluşlara doğru, tam ve anlaşılabilir bilgileri zamanında sunuyoruz.

Yöneticilerimiz tarafından belirlenen stratejik sürdürülebilirlik unsurları kapsamındaki 60'a yakın kanun ve yönetmeliğe uyumlu olarak faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Şirketimizde yolsuzlukla mücadele de dahil olmak üzere, ilgili iletişimi ve eğitimleri iş etiği kurallarımız çerçevesinde tüm çalışanlarımızı kapsayacak şekilde sağlıyoruz.

Yolsuzlukla Mücadele

CarrefourSA'da yolsuzluğa karşı duruşumuz SA-Etik Kurallarımız içinde Topluma ve İnsanlığa Karşı Sorumluluklarımız başlığı altında 'suç ve yolsuzlukların ortadan kaldırılması bizim için çok önemlidir' ifadesi ile tanımlıdır. Tüm faaliyet ve işlemlerimizi yürütürken, her türlü kamu kurum ve kuruluşu, idari oluşum, sivil toplum örgütü ve siyasi partilere herhangi bir menfaat beklentisi olmaksızın eşit mesafede yer alıyor ve bu sorumluluk bilinci ile yükümlülüklerimizi yerine getiriyoruz. Çalışanlarımızın tamamının aldığı SA-Etik eğitimleri kapsamında yolsuzluğun önlenmesi içerikli maddeler de mevcuttur.

Bu kapsamda uyum sağladığımız kanun ve yönetmelikler;

- **Türkiye Cumhuriyeti Anayasası**
- **Türk Ceza Kanunu'nun İlgili Hükümleri**
- **Ceza Muhakemesi Kanunu'nun İlgili Hükümleri**
- **Mal Bildiriminde Bulunulması, Rüşvet Ve Yolsuzluklarla Mücadele Kanunu**
- **Kamu İhale Kanunu**
- **Sermaye Piyasası Kanunu (İlgili Hükümler)**
- **Suç Gelirlerinin Aklanmasının Önlenmesi Hakkında Kanun**
- **Türk Ceza Kanunu İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun**

- **Sporda Şiddet Ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun (İlgili Hükümler)**
- **İcra ve İflas Kanunu (İlgili Hüküm)**
- **Suç Gelirlerinin Aklanmasının ve Terörün Finansmanının Önlenmesine İlişkin Yükümlülüklerle Uyum Programı Hakkında Yönetmelik'tir.**

Bunlara ek olarak şirketimizin kendi inisiyatifiyle oluşturduğu bir denetim mekanizması mevcuttur.

- **Şifreli Anahtar Kasası Kullanım Talimatı**
- **Süper, Gurme ve Mini Marketler Kasa İşleyiş Talimatı**
- **Hipermarketler Hasılat Teslim Prosedürü**
- **Hipermarketler Merkez Kasa Prosedürü**
- **Hipermarketler Ana Kasa Prosedürü**
- **Kayıp Ürün Prosedürü**

bu mekanizmanın araçlarıdır.

Raporlama döneminde yolsuzluğa ilişkin ihlaller nedeniyle, iki tedarikçinin anlaşmalarını feshettik.

Rekabete Aykırı Davranış

CarrefourSA'da rakiplerimize karşı sorumluluklarımız çerçevesinde, sadece yasal ve etik olan alanlarda rekabet ediyor, haksız rekabetten kaçınıyoruz. Toplum içinde hedeflenen rekabetçi yapının sağlanmasına yönelik çalışmaları destekliyoruz.

Türk Ticaret Kanunu, Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği, Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik, bu kapsamda uyum sağladığımız kanun ve yönetmeliklerdir.

Bugüne dek, rekabete aykırı davranışlar ve tröstleşme ve tekelleşme önleme mevzuatı ihlalleriyle ilgili olarak, şirketimizin dahil olduğu herhangi bir dava açılmadı.





SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK STRATEJİMİZ

Günümüzün hızla değişen ve rekabetçi dünyasında iş yapmayı sürdürebilen kurumlar, istihdam ve ekonomik değer yaratmanın ötesinde, sosyal ve çevresel sorumluluklarını da gözeterek bu alanlarda paydaşları için değer yaratırlardır. Bu avantajın farkındalığıyla CarrefourSA'da, sürdürülebilirlik stratejimizi müşteri, çalışan, tedarikçi, hissedar ve toplum nezdinde fayda yaratmak üzerine kurguluyoruz.

CarrefourSA Sürdürülebilirlik Stratejisinin Temel Prensipleri

Çalışanlarımıza sürekli gelişimlerini destekleyen, çalışma haklarını gözetilen adil bir iş ortamı sağlamak

Müşterilerimize kaliteli, sağlıklı ve güvenli ürünler sunmak

Tedarikçilerimizle yerel kalkınmayı destekleyen uzun soluklu iş birliklerimizi sürdürmek

Hissedarlarımız ve yatırımcılar için gelecek değeri yaratacak yatırımlar yaparak büyümek

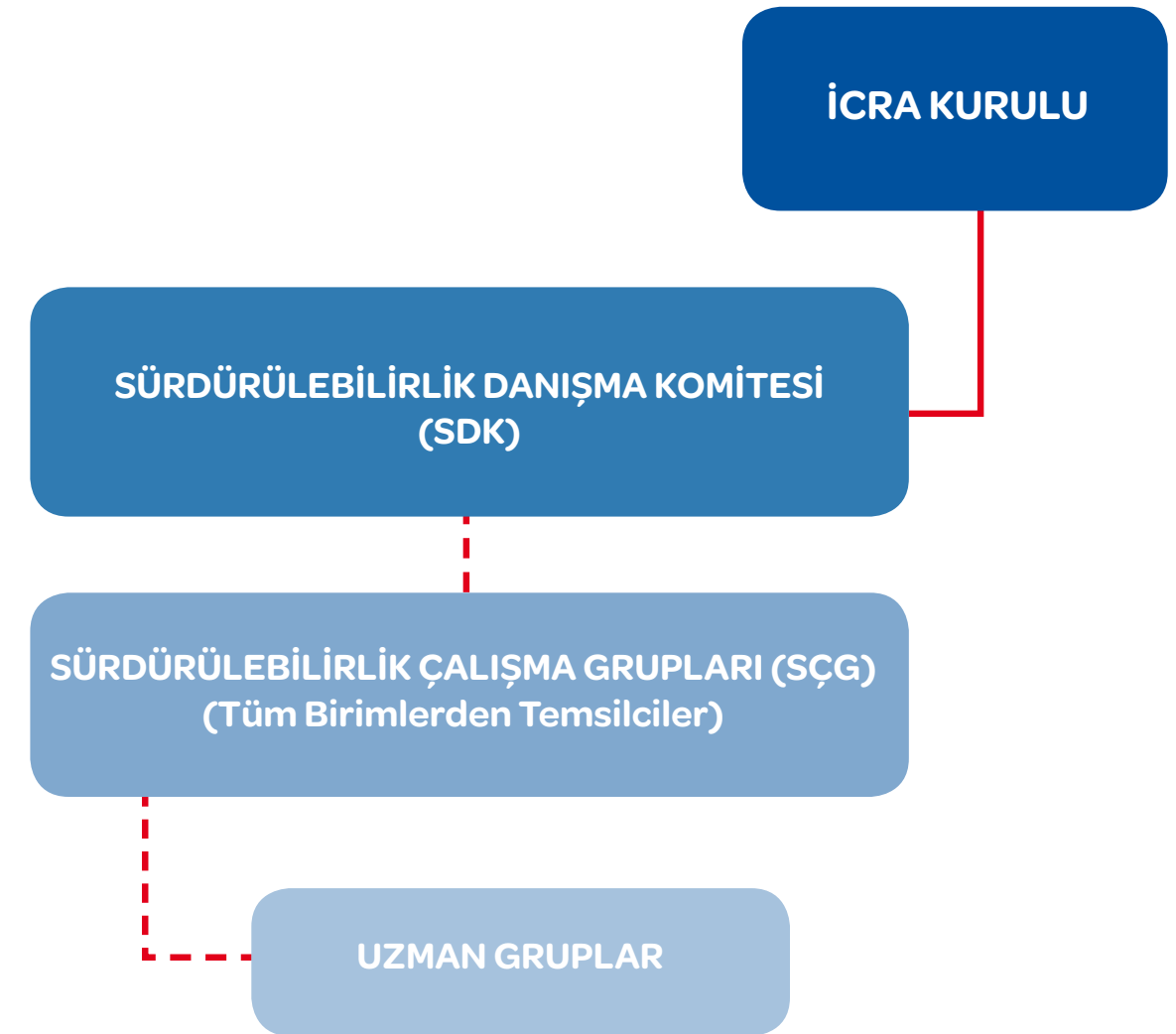
Glokal bir marka olarak, çevresel sorumluluklarımızı ve toplumdaki diğer paydaşlarımızı kapsayan katma değerli projeler yürütmek ve bunların yaygınlaşmasını sağlamak

CARREFOURSA'DA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YÖNETİMİ

CarrefourSA'da uzun yıllardır verimlilik, sosyal ve çevresel sorumluluk alanlarında projeler yürütmekle beraber, sürdürülebilirlik kapsamında tüm etkilerimizi analiz ettiğimiz dönem 2015 yılı oldu. Üst yönetimle birlikte çalışacak ekiplerin eğitim altyapısını da bu yıl oluşturmaya başladık.

2016 yılında İcra Kurulumuza bağlı bir **SDK** - Sürdürülebilirlik Danışma Kurulu, ona bağlı çalışacak **SÇG** - Sürdürülebilirlik Çalışma Grupları ve gerektiğinde bu ekiplere destek verecek Uzman Gruplarının olduğu bir yapı kurmayı hedefliyoruz.

SDK'ya başkanlık edecek birimin Kurumsal İletişim; Üyelerin ise İç Denetim, Satış, Kalite, Lojistik, İş Sağlığı ve Güvenliği, İnsan Kaynakları ve Kategori bölümlerinden yöneticilerimizin olmasını hedefliyoruz. Bu komitenin ana hedefi şirketin sürdürülebilirlik stratejisinin uygulandığını gözetmek, ilgili projeleri başlatmak, İcra Kurulu ile koordinasyonu sağlamak ve çalışmaların iç ve dış iletişimini planlamak olacaktır. SÇG'de tüm birimlerden temsilcilerin yer almasını ve gözlem, takip, risklerin tespiti, veri toplama ve raporlama tarafında görevlendirmeyi planlıyoruz. Uzman Grupların ise ihtiyaç duyulduğunda veya proje bazlı oluşturulabilecek süreli ekipler olarak çalışmalarını hedefliyoruz.



PAYDAŞLARIMIZLA İLETİŞİM

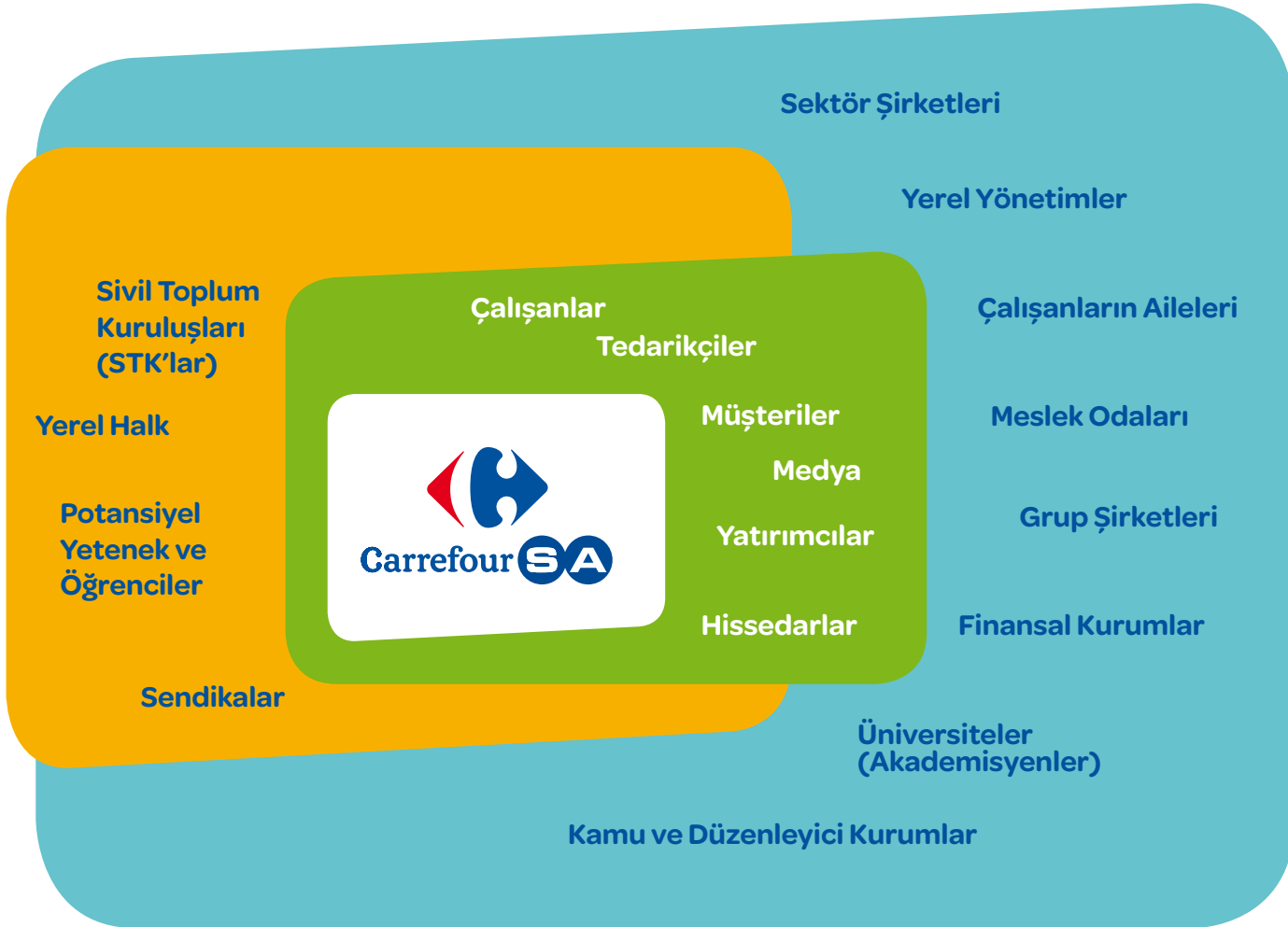
Paydaşlarımızı, faaliyetlerimizden etkilenen ve aynı zamanda şirketimizin iş hedeflerine ulaşmasında etkileri olabilecek kişi ve kuruluşlar olarak tarif ediyoruz. CarrefourSA'da sürdürülebilir bir büyüme için tüm kilit paydaşlarımıza sağladığımız faydaları da sürdürülebilir kılma hedefliyoruz.

Bu anlayışla raporlama döneminde, CarrefourSA İcra Komitesi Üyeleri ve 2015 yılında farklı departmanlardan yöneticilerin katılımıyla oluşturduğumuz Sürdürülebilirlik Çalışma Grubumuzun katılımıyla **sürdürülebilirlik stratejisi anketi** gerçekleştirdik.

Çalışma Grubumuz ile gerçekleştirdiğimiz sürdürülebilirlik stratejisi çalıştaylarında, şirketimizle ekonomik, sosyal ve çevresel etkileşimleri en yoğun olan kilit paydaşlarımızı stratejik konularımız çerçevesinde gözden geçirdik. Kilit paydaşlarımızı, şirketimizin faaliyetlerinden etkilenme oranları ve şirketimizin iş hedeflerine ulaşmasındaki etkileri kapsamında grupladık. (G4-25)

Çalışanlarımıza ve diğer kilit paydaşlarımıza yönelik iletişim platformlarımız içerik ve iletişim sıklığı da dahil olmak üzere **Paydaşlarımızla İletişim Platformlarımız** tablosunda yer alıyor.

KİLİT PAYDAŞLARIMIZ



PAYDAŞLARIMIZLA İLETİŞİM PLATFORMLARIMIZ

Paydaşlarımız	İletişim Platformu	İletişim Amacı/Konusu	İletişim Sıklığı
Müşteriler	Sosyal medya, web sitesi, e-posta, SMS, afiş, katalog, broşür	Kampanyalar, bilgilendirmeler	Sürekli
Çalışanlar	Anket	Sürdürülebilirlik stratejisi	Yılda bir
	E-posta	Duyurular	Sürekli
	Sosyal Etkinlikler	Motivasyon	Yılda bir
Tedarikçiler	Tedarikçi Toplantısı	Yıl sonu rakamlarının açıklanması / hedeflerin paylaşılması	Yılda bir
	Toplantılar	Genel süreçler	Sürekli
Hissedarlar	Genel Kurul Toplantısı	Genel Kurulda alınan kararların açıklanması	Yılda bir
Yatırımcılar	Genel Kurul Toplantısı	Genel Kurulda alınan kararların açıklanması	Yılda bir
Medya	Basın Toplantısı	Yıl sonu rakamlarının açıklanması / hedeflerin paylaşılması	Yılda bir
	Basın Buluşması	Güncel konuların tartışılması	Yılda bir
	Ajans Yoluyla Basın ile İletişim	Röportajlar, basın bültenleri	Sürekli
Sivil Toplum Kuruluşları (STK)	Toplantılar	Tanışma, proje değerlendirme	Sürekli
	Gıda Bankacılığı Ziyaretleri	Marketlerin durumunun değerlendirilmesi	Yılda birkaç kez
Sendikalar	Marketlere Ziyaret	Sendika şube yönetimlerinde	Ayda bir kez
	Eğitim ve Bilgilendirme Toplantıları	Market Sendika Temsilcisi ile	Sürekli
	Sendika Üst Yönetimi ile Telefon Görüşmeleri ve Toplantılar	Proje taleplerinin değerlendirilmesi	Telefon haftada bir, toplantı yılda üç kez
	Yüz Yüze Görüşmeler	Toplu İş Sözleşmesi Müzakereleri	2 ya da 3 yılda bir
Potansiyel Yetenekler ve Öğrenciler	Toplantılar	İş fırsatları bilgilendirme	Sürekli
Yerel Halk	Marketler	STK ve belediyelere ürün desteği, STK'ların fon sağlamak amacıyla stant kurması, hayvanat bahçelerine destek	Sürekli

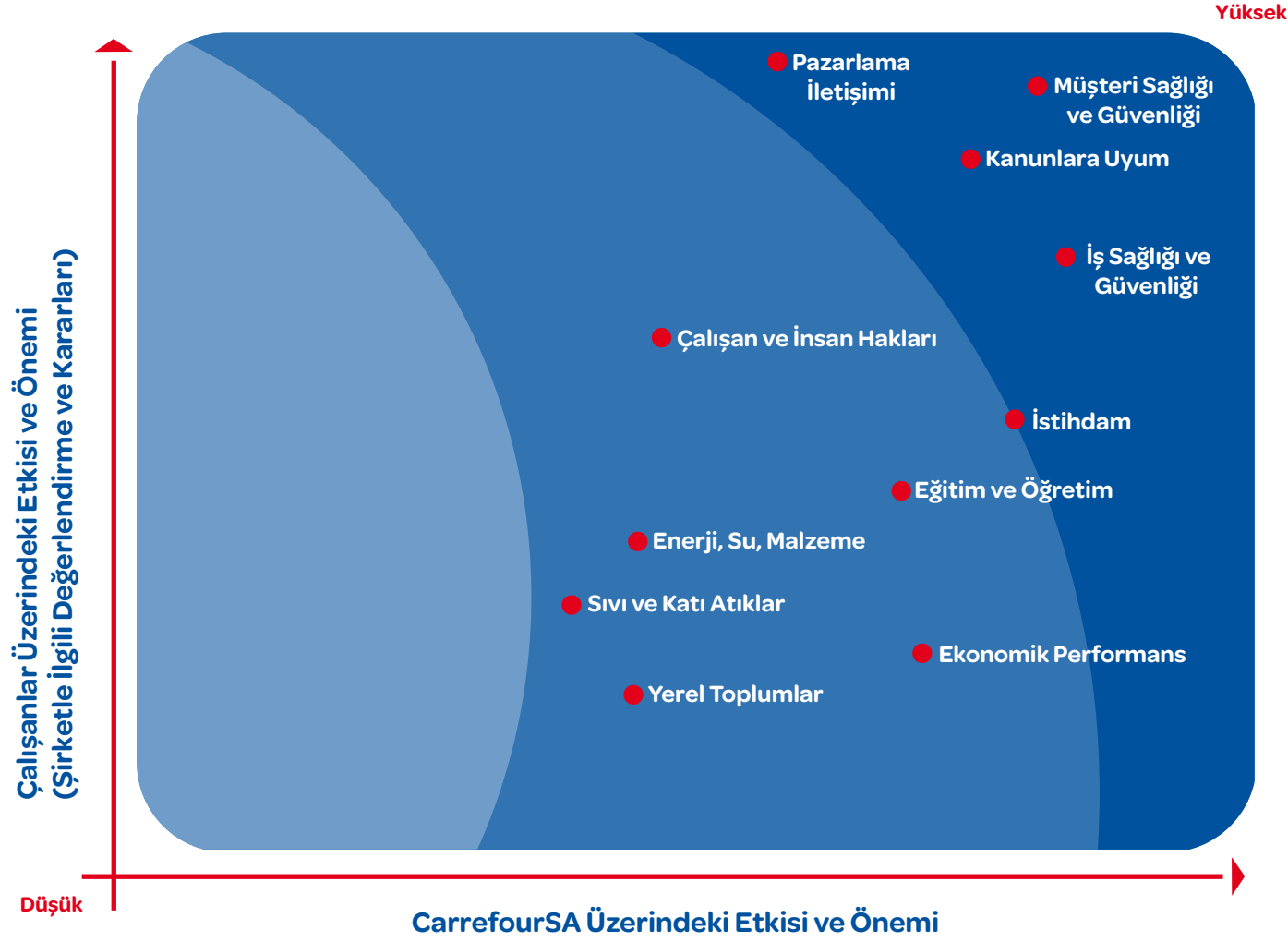
(G4-26)

STRATEJİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK UNSURLARIMIZ

CarrefourSA İcra Kurulu Üyeleri ve Sürdürülebilirlik Proje Ekibimizin katılımıyla gerçekleştirdiğimiz **sürdürülebilirlik stratejisi anketi** ile tespit ettiğimiz sürdürülebilirlik unsurlarımızı, proje ekibimiz ile gerçekleştirdiğimiz **sürdürülebilirlik stratejisi çalıştay** sırasında yaptığımız değerlendirmeler ve yoğun tartışmalar sonucunda inceledik ve önceliklendirdik.

Kilit paydaşlarımız arasında birinci sırada yer alan çalışanlarımızın katılımıyla gerçekleştirdiğimiz **sürdürülebilirlik önceliklendirme anketi** ile onların bu konuyla ilgili farkındalığını artırmayı hedefledik. İlk kez gerçekleştirdiğimiz bu ankete her kademedan yönetici ve personelimizden oluşan 400'ün üzerinde çalışanımız katıldı. Bu anket aracılığıyla şirketimizin sürdürülebilirlik önceliklerine yönelik çalışanlarımızın görüşlerini aldık ve bu görüşleri temel olarak **sürdürülebilirlik matrisimizi** hazırladık. (G4-18, G4-19, G4-24, G4-27)

CARREFOURSA STRATEJİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KONULARI MATRİSİ



Matriste **Kanunlara Uyum** altında incelediğimiz başlıklar, yolsuzlukla mücadele ve rekabet dışı davranış; **Çalışan ve İnsan Hakları** başlığı altındakiler örgütlenme hakkı, yatırımlarda insan hakları gözetimi ve

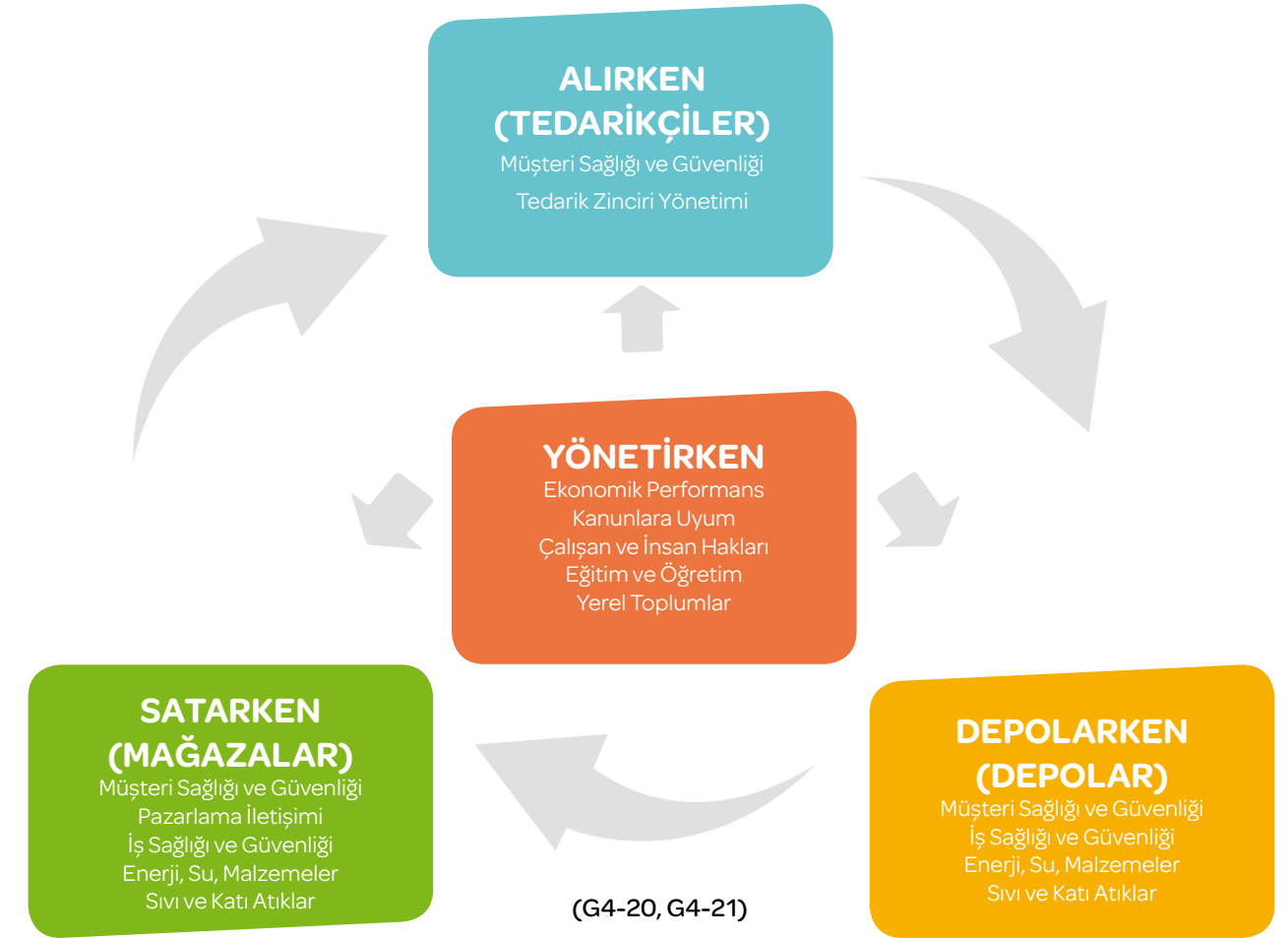
çocuk işgücünün önlenmesi; **İstihdam** altındakiler çeşitlilik ve fırsat eşitliği; **Müşteri Sağlığı ve Güvenliği** altındakiler ise ürün etiketleme ve pazarlama iletişimi konularıdır.

Matrisin sağ üst bölümünde, hem çalışanlarımız hem de CarrefourSA açısından daha yüksek öneme sahip ve şirketimizin performansını doğrudan ve önemli ölçüde etkileyen konular yer alıyor. Bu konular raporun ilgili bölümlerinin ana başlıklarını oluşturuyor ve şirketimizin ilgili performansını verilerle rapor içinde detaylı olarak aktarıyoruz.

Böyle bir matris oluşturmak istememizdeki temel amaç şirketimiz

kadar, kilit paydaşlarımızın da önem verdiği konuları net olarak tespit edebilmek, plan ve hedeflerimizi bu konular çerçevesinde belirleyebilmektir. Önümüzdeki dönemde daha fazla paydaşımızla fikir alışverişinde bulunmayı ve odaklanacağımız konuları ve ilgili hedeflerimizi geliştirmeyi amaçlıyoruz.

DEĞER ZİNCİRİMİZDEKİ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ETKİLERİMİZ



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK HEDEFLERİMİZ

Stratejik Unsurlar	Hedefler	Süresi	Hedefin Sahibi
Ekonomik Performans	Tedarikçi anlaşmalarının ve ödeme planlarının adil ticarete uygunluğunu sürekli olarak sağlayacak bir kontrol mekanizması kurmak	2016 sonu	Satın alma ve Finans
	Pazar payımızı %7,3'e çıkarmak ve net satışlarımızı 2013 yılına göre iki katından fazla artırarak 5,5 milyar TL'ye ulaştırmak	2016	Pazarlama
Tedarik Zincir Yönetimi	Tarladan Sofraya Projesi'nin kapsamını genişletmek ve ulaşılan tedarikçi sayısını her yıl arttırmak, üretici platformu sayısını hedeflendiği şekilde arttırmak	Sürekli	Satın Alma
Kanunlara Uyum	Şirketin yoğun olarak aldığı ceza türlerine ve ilgili kanunlara yönelik ilgili çalışanlara eğitim vermek	Sürekli	Hukuk ve İK
Müşteri Sağlığı ve Güvenliği	Öz marka tedarikçi denetimlerini yılda 1'den 3'e çıkartmak	2016	Kalite
	Müşteri sağlık ve güvenliği ile ilgili müşteri şikayetlerini azaltmak	Sürekli	Kalite
	Kasap ürünleri de dahil 21 yeni ürünü Doğa Tat Carrefour markası altında satışa sunmak	2016	Kategori
Ürün ve Hizmet Etiketleme	Ürün ve hizmet etiketleme ile ilgili müşteri şikayetlerini azaltmak	Sürekli	Pazarlama, Satın Alma, Yatırım ve İnşaat
	Öz marka ürünlerin etiketlenmesi ilgili yönetmeliklere uyumsuzluk vakalarını önleyecek tedbirleri almak	Sürekli	Satın Alma
Pazarlama İletişimi	Pazarlama iletişimi ile ilgili yasalara uyumlu çalışmaya devam etmek	Sürekli	Pazarlama
İstihdam	Çalışan devir oranını kademeli olarak düşürmek	Sürekli	İK
Çalışan ve İnsan Hakları	Tedarikçi sözleşmelerinde çocuk işçi, sigortasız işçi çalıştırılmaması konusunda maddeler koymak; bu konuda denetimler uygulamak	Sürekli	Satın alma
	Çalışanların tümüne ve yeni işe başlayanlara insan hakları içerikli eğitim vermek	Sürekli	CSA Akademi ve İK
	Tüm çalışanlarda eşit işe eşit ücret uygulamasını devam ettirmek	Sürekli	İK
İş Sağlığı ve Güvenliği	Tüm işyerlerimizde sıfır kaza ile güvenli çalışma ortamı oluşturmak	2017	İK
Eğitim ve Öğretim	Yeni göreve başlayan personelin oryantasyon eğitimlerini işe başladıktan itibaren 30 gün içerisinde tamamlamak	Sürekli	CSA Akademi ve İK
	Market çalışanlarını da kademeli olarak bölge açık sınıf eğitimlerine dahil etmek	2016	CSA Akademi ve İK
	500 kişiye daha tüketici hakları eğitimi vermek	2016	CSA Akademi ve İK
Enerji	Marketlerdeki enerji tüketimini m² bazında azaltmak üzere ölçüm yapmak ve verimlilik projeleri başlatmak	2016 sonu	Marketler, İç Satın Alma, Yatırım ve İnşaat
Su	Marketlerde, Genel Müdürlük binasında ve depolarda su tüketimini izlemek	Sürekli	Marketler, İç Satın Alma, Yatırım ve İnşaat, Operasyon ve Destek
Malzeme	Marketlerde, Genel Müdürlük binasında ve depolarda malzeme tüketimini izlemek	Sürekli	Marketler, İç Satın Alma, Operasyon ve Destek
Sıvı ve Katı Atıklar	Maltepe Hipermarkette başlatılan Entegre Atık Yönetimi projesini tamamlayıp kademeli olarak yaygınlaştırmak	Sürekli	Yatırım ve İnşaat
	Tüketilebilir gıda atıklarının değerlendirilmesine yönelik başlatılan Gıda Bankacılığı ve HayKonFed işbirliği ile başlatılan projelerin devamlılığını sağlamak	Sürekli	Pazarlama



EKONOMİK PERFORMANSIMIZ

CarrefourSA olarak güçlü finansal pozisyonumuzla, büyüme potansiyeli olan tüm projeleri kendi kaynaklarımızla değerlendirerek yatırımlarımıza devam etmeyi; tüketiciye yakın, keyifli ve değer yaratan alışverişin adresi olarak müşterilerimizin kalbinde bir numara olmayı hedefliyoruz.

ÇALIŞAN GÖRÜŞÜ

Cem Aksar

18 yıldır CarrefourSA'lıyım!

CarrefourSA benim için **Perakendeciliğin Okulu'**dur. Carrefoursa, çalışanlarının gelişimine önem veren, yenilikçi, en yeni teknolojiyi takip eden ve sektöre öncülük edecek hedefler koyan bir markadır.

Güven

Değişim

Güç

CarrefourSA'daki Kariyerim!

1997 yılında, o zamanki adı ile Gima Bilgi İşlem Bölümü'nde ERP Uzman Yardımcısı olarak başladığım görevime, 1998 ile 2006 arasında Uzman, Yetkili, Uygulama Geliştirme Müdür Yardımcısı, Uygulama Geliştirme Birim Müdürü olarak devam ettim. CarrefourSA birleşmesi sonrasında yine Bilgi Sistemleri içinde, MBC Proje Yöneticisi ve ERP 2. seviye Destek Yöneticisi olarak görevler aldım. 01.01.2015 tarihinden beri de BS İşletme Ekibi Yöneticiliği görevini yürütüyorum.



CARREFOURSA ve SEKTÖRDEKİ KONUMU

Türkiye organize perakende sektörü 2015 yılında 219 milyar TL'lik büyüklüğe ulaştı. Gıda perakendeciliği %18 büyüyerek 95 milyar TL ciroya ulaşırken, marketler ve gıda servis zincirleri kategorisi 29 bin satış noktasıyla 270 bin kişilik istihdam yarattı.

Bu dinamik ortamda faaliyet gösteren CarrefourSA olarak, Türkiye'deki ilk marketimizi Carrefour adıyla 1993 yılında İçerenköy'de hipermarket konseptiyle açtık. Böylece bugün 30 ülkede, yaklaşık 11 binin üzerinde marketi ve 350 bin çalışanı ile

Yatırım ve Genişleme

2013 yılında çoğunluk hissesinin Sabancı Holding tarafından satın alınmasının ardından oluşturduğumuz yeni strateji doğrultusunda insan kaynakları, teknolojik altyapı, market konsepti gibi birçok alanda 165 milyon TL değerinde yatırım gerçekleştirdik.

Hipermarketlerde başlattığımız Shop in Shop (market içinde market) uygulamasıyla farklı markalarla iş birliğine giderek yeni bir konseptte imza attık. 2014 yılında satışlarımızı yüzde 20 arttırarak ciromuzu 3 milyar 100 milyon TL'ye, net kârımızı da 100,5 milyon TL'ye ulaştırdık.

2014 yılını 'sıçrama' ve 2015 yılını da 'vites büyütme' yılı olarak belirledik. Daha samimi, yalın, hızlı ve modern bir marka olmak adına birçok alanda yatırıma imza attık. Öncelikle stratejimizi 'glokalleşme' yani lokal değerleri göz ardı etmeden global bir marka olabilmek üzerine kurduk.

2015 yılında büyüme hedefimizi gerçekleştirdik; 226 yeni marketi hizmete sunduk, 257 marketi satın aldık ve Türkiye çapında 779

Avrupa'nın lider, dünyanın en büyük ikinci perakende zinciri olan Carrefour Grubu Türkiye'de faaliyetlerine başlamış oldu.

1996 yılında Türkiye'nin en büyük topluluklarından biri olan Sabancı Holding ile gerçekleştirilen ortak girişim ile CarrefourSA ismini aldık. 2005 yılında Gima ve Endi marketlerini satın alarak sektördeki iddiamızı ve böylece market ağıımızı yaygınlaştırarak özellikle Anadolu'daki varlığımızı güçlendirdik.

market sayısına ulaştık. Ciromuzu 3 milyar 933 milyon TL'ye çıkardık. Bu hedefimizi gerçekleştirirken 39 Hipermarket 451 Süpermarket, 31 Gurme ve 258 Mini marketten oluşan bir zincir, 642 bin m² toplam net satış alanımız ve yıl boyunca 10.030 çalışanımız ile yaklaşık 127 milyon tüketiciye hizmet verdik. Satın aldığımız tüm marketlerin dönüşümlerini gerçekleştirerek CarrefourSA markası ve konseptleriyle devam etmelerini sağladık.

Öz markalı ürün yelpazemizde ürünlerin hammaddesinden üretimine, ambalajlanmasından depolanmasına kadar birçok alanda yeniliğe giderek CarrefourSA markasını kalite ve fiyat avantajıyla öne çıkaracak altyapıyı geliştirdik. Müşterilerimize 100 yeni öz markalı ürün sunarak ürün gamımızı 1.500'e çıkardık. 2015 yılında online market hizmeti verdiğimiz sitemiz www.carrefoursa.com'u faaliyete geçirdik.

Hedefimiz 2016 sonu itibarıyla pazar payımızı %7,3'e çıkarmak ve net satışlarımızı 2013 yılına göre iki katından fazla artırarak 5,5 milyar TL'ye ulaştırmaktır.

2015 YILI MARKET YATIRIMLARIMIZ

MARKALAR	MARKET SAYISI	YATIRIM MİKTARI
GENPA	6	2 MTL
1E1	29	47,1 MTL
İsmar	26	40,8 MTL
Kiler	196	541 MTL
CarrefourSA Market Açılışları	223	197,5 MTL
Toplam	483 market	828,3 MTL

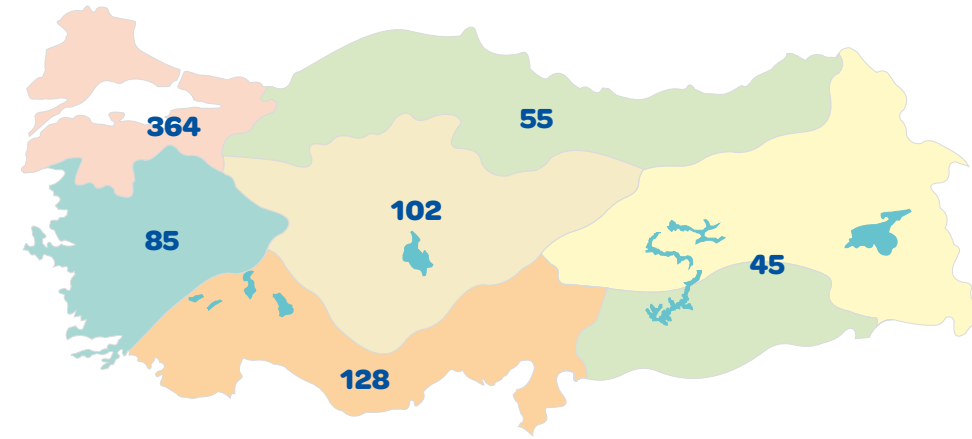
Market Formatlarımız

Bugün CarrefourSA olarak; Hiper, Süper, Gurme, Mini ve E-Ticaret konseptleri altında farklı müşteri segmentlerine ürün ve hizmetler sunuyoruz. www.carrefoursa.com online market hizmetiyle Adana,

Ankara, Antalya, Bodrum, Bursa, İstanbul, İzmir, İzmit ve Mersin'de, alışverişe sınırlı vakti olan müşterilerimiz için de alışverişini kolay ve keyifli bir deneyim haline getirdik.

Market Türü	Hiper	Süper	Gurme	Mini	E-ticaret
Market Tanımı	2-15 bin m ²	200-2 bin m ²	500-2500 m ²	150-400 m ²	-
Hedef Müşteri	C	B,C	A+ B	A,B,C	A,B,C
Ürün sayısı	50 bin+	30 bin	20 bin	4 bin+	15 bin+
Market Sayısı (2014 sonu)	27	176	22	108	www.carrefoursa.com
Market Sayısı (2015 sonu)	39	451	31	258	www.carrefoursa.com
Şehir sayısı (2014 sonu)	14	38	3	12	9
Şehir sayısı (2015 sonu)	19	57	5	22	9

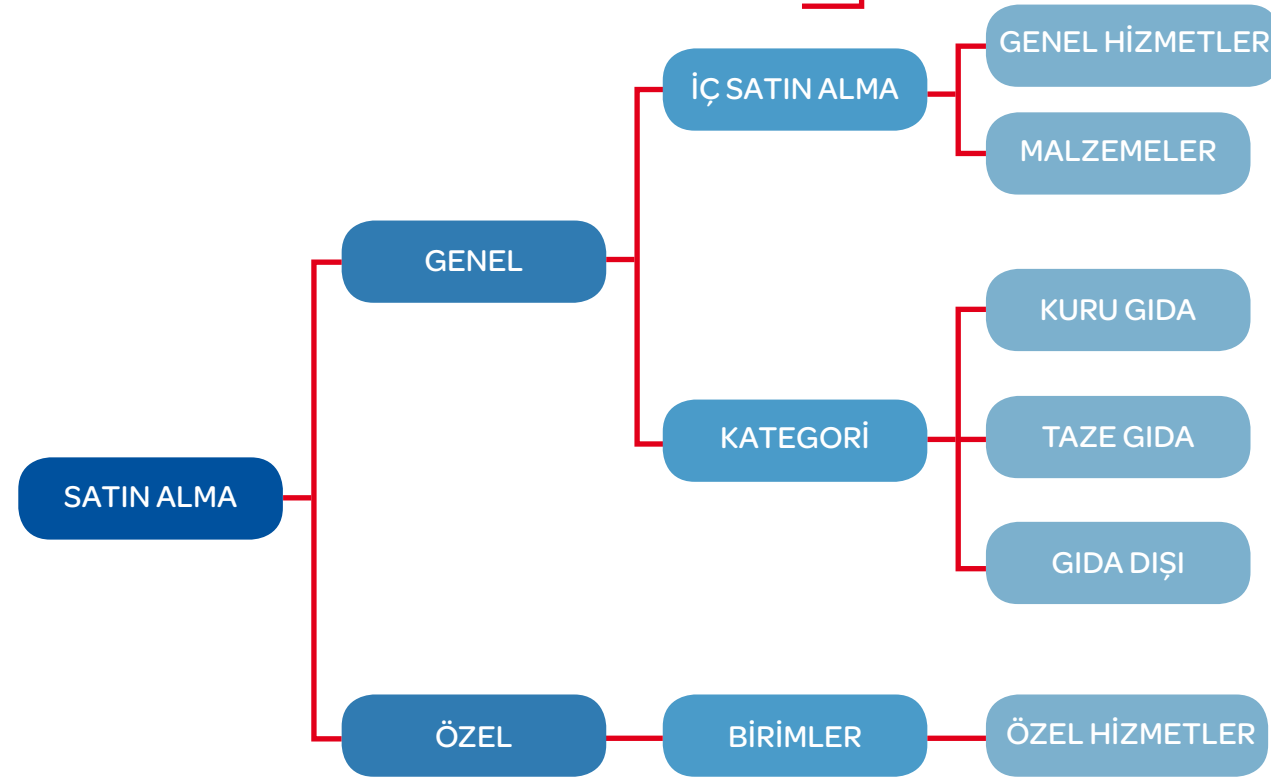
BÖLGELERE GÖRE MARKETLERİMİZ



Bölgeler	Marketler
Marmara	364
Ege	85
Akdeniz	128
Karadeniz	55
İç Anadolu	102
GAP	45



TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ



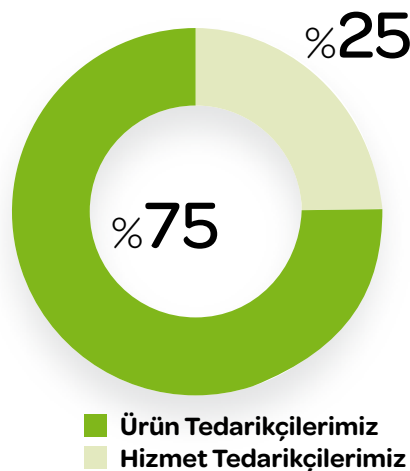
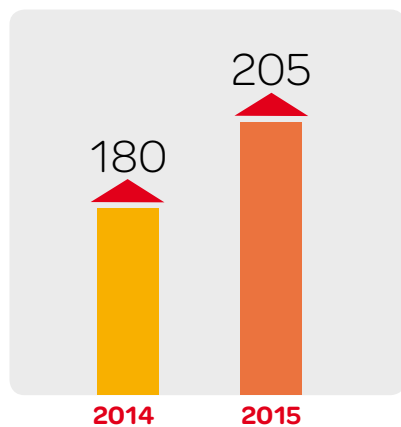
CarrefourSA'da ana iş konusu ürün ve hizmet tedariki olan bölümlerimizde yaklaşık 150 çalışanımız hizmet veriyor. Ayrıca insan kaynakları, pazarlama, inşaat gibi farklı bölümlerimiz kendi bütçeleri ve ihtiyaçları doğrultusunda ürün ve hizmet satın alımı yapıyorlar.

Tedarik zinciri yönetimi, tüketici talebinin zamanında karşılanabilmesi, gıda güvenliği, tazelik ve kalite unsurları açısından perakende için oldukça fazla önem taşıyor. Tedarik zincirindeki en büyük zorluk, ürün çeşitliliğinin artması sonucu, tam zamanlı sevkiyat, izlenebilirlik, depo-marketler arasındaki transferler ile depo-raf arasındaki akışların kontrolüdür. Bu nedenle perakende sektöründe tedarik zinciri ve lojistik ile ilgili personelin görev ve sorumluluk alanları her geçen gün büyüyor.

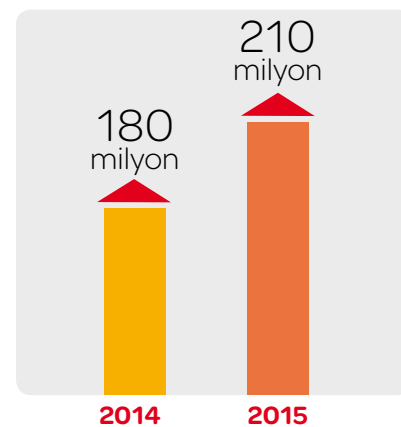
Hem müşterilerimizin, hem de şirketimizin sürdürülebilirliği için doğru tedarikçilerle çalışmayı hedefliyoruz. En önemli seçim kriterlerimiz; ürün ve hizmet kalitesi, uzun soluklu çalışabilme, ürün tedarik ölçeği ve performanstır. Kalite performansında beklentilerin gerçekleşmediği durumlarda tedarikçi değişimlerine gidebiliyoruz. 2014 ve 2015 yıllarında sekizer öz marka tedarikçimizi bu sebeple değiştirdik.

CarrefourSA tedarikçilerinin, kanunlara uyumlu faaliyet göstermediği ve çalışanlarının ücret, çalışma ve dinlenme süreleri, tatiller, disiplin ve işten çıkarma uygulamaları, annelik koruma, iş ortamı, iş sağlığı ve güvenliği konularını kapsayan ulusal çalışma yasalarına uygun olmadığı durumların tespit edilmesi halinde gerekli uyarıları yapıyor ve iyileştirmeleri talep ediyoruz.

TEDARİKÇİLERİMİZ



TEDARİKÇİLERE YAPILAN ÖDEMELER (TL)



Yerel Tedarikçilerimiz

Self servis-şarküteri reyonlarında 147 lokal firmanın toplam 1.217 adet ürününü sunuyoruz. 2015 yılında yaklaşık 8 milyon adet lokal ürün satarak 54 milyon TL'yi aşan bir ciro elde ettik. Bu rakam self

servis-şarküteri reyonları toplam cirosunun yaklaşık olarak %11'ini oluşturuyor.

Tedarikçilerimizle İletişim

Tedarikçi ilişkileri işimizin önemli bir parçasıdır ve onları ekibimizin üyeleri olarak görüyoruz. İşbirliklerimizde onların kazancı en az kendi kazancımız kadar önem arz ediyor. 2014 yılında en büyük değişimi tedarikçi ilişkilerimizde yaşadık. Advantage araştırma firmasının lider tedarikçiler ile yaptığı kapsamlı araştırma

sonuçlarına göre 2013 yılında 14 perakendeci arasında tedarikçiler gözünde genel olumlulukta 11. sırada olan CarrefourSA, 2014 yılı sonuçlarında **ikinci sıraya** yükseldi. Bu sonuca ulaşmada 2014 yılı başından itibaren başladığımız ve yeni dönem hedef ve planlarını tedarikçilerimiz ile paylaştığımız İş Ortakları Toplantılarının önemi büyüktür.

'TARLADAN SOFRAYA' İLE TAZE GIDA'DA UYGUN FİYATLA YÜKSEK KALİTE

CarrefourSA olarak taze gıda ürünlerini en yüksek kalite ve en uygun fiyatla tüketicilerimiz ile buluşturmak için Tarladan Sofraya Projesi'ni hayata geçirdik.

Artık halden değil direkt tarladan ya da bahçeden satın alma yapıyoruz. Bunun için özel satın alma uzmanlarından, kalite kontrolörlerinden oluşan tarla ekibi kurduk. Bu ekip ile Anadolu'da köy köy gezip çiftçilerimiz ile görüşüyoruz. İlk kalite kontrollerimizi depolarda değil doğrudan tarlalarda yapıyoruz. Proje kapsamındaki üreticilerimiz, Çiftçi Kayıt Sistemi'ne kayıtlı olan çiftçilerimizdir. Üreticilerimiz, her sabah CarrefourSA için ürünleri istenilen olgunlukta hasat edip, bölge depolarımıza teslim ediyorlar.

Bölge depolarımızda kalite standartlarımıza göre kontrol edilen ürünler, uygun muhafaza koşulları ile marketlerimize teslim ediliyor. Taze gıda ürünlerinin satın alma süreçlerini sadeleştirerek lojistik iyileştirme çalışmaları ile ortalama 36 saat içinde raflara ulaştırarak müşterilerimize sunuyoruz. Tüketiciler bu projelerle fiyat avantajına ve en kaliteli ürüne sahip olabiliyorlar. Üreticiler ise markalarla birebir çalışarak, hem markanın bilgi birikiminden yararlanıyor hem de sürekli ve kaliteli üretim yapabiliyorlar.

Tarladan Sofraya ile Gıda Arz Güvenliğine Destek

Türkiye, ürün çeşitliliği ve üretim potansiyeli açısından önemli bir konumda olmasına rağmen standart ve yüksek hacimli üretimdeki yetersizlikler, hem iç hem de dış pazarlarda sorun yaratmaktadır. Türkiye'de meyve-sebze üretim ve pazarlama boyutunda ürün kaybı asgari %25 civarındadır ve gıda arzı güvenliği açısından risk alanıdır. Dünya geneline göre bu yüksek bir orandır. Örneğin; domateste kayıp dünyada %6 seviyesinde iken ülkemizde %17 civarındadır. Bu ürün kaybı hasatta, hazırlık aşamasında, muhafazada ve taşımada meydana geliyor.

Biz CarrefourSA olarak "Tarladan Sofraya" Projesi kapsamındaki üreticilerimize bu alanlarda eğitim ve danışmanlık veriyoruz. Proje kapsamındaki eğitimlerle ürün kalitesini koruyor, geliştiriyor ve gıda güvenliğini sağlıyoruz. Oluşturduğumuz Kalite Geliştirme Modeli ile belli bir kalitenin korunmasının ötesinde, kayıpların da önüne geçmeyi amaçlıyoruz.



SOSYAL PERFORMANSIMIZ

CarrefourSA'da sosyal performansımızın temelini müşterilerimizin ve çalışanlarımızın sağlık ve güvenliklerini sağlamak, haklarını korumak; çalışanlarımızı, tedarikçilerimizi geliştirmek ve sosyal etkilerimizi faydaya dönüştürerek tüm paydaşlarımızla sürdürülebilir ilişkiler kurmak oluşturuyor.

CARREFOURSA GIDA GÜVENLİĞİ POLİTİKASI

Sattığımız gıdaların tedarik aşamasından müşteriye satışına kadar, yasal mevzuatlarla belirlenen standartlara göre gerekli iç ve dış iletişimi yapıyor, gıda güvenliğinin şirketimizin tüm seviyelerinde doğru uygulanması için çalışanlarımızı geliştiriyor, müşterilerimizin beklentilerine ve hedeflerimize göre sistemimizi gözden geçirerek sürekli iyileştiriyoruz.

MÜŞTERİ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ

CarrefourSA'da strateji çalışmalarımızda müşteri sağlığı ve güvenliğini en öncelikli sürdürülebilirlik unsurumuz olarak belirledik. Müşterilerimizin sağlık ve güvenliğini, 29 kişiden oluşan Kalite Güvence Departmanımızın, Gıda Güvenliği Yönetim Sistemini (ISO 22000) dikkate alarak hazırladığı Gıda Güvenliği Politikamız kapsamında yönetiyoruz. Tüm market ve depolarımızda geçerli olan politikamızın temel amacı yasal mevzuata (Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu), iyi hijyen uygulamalarına ve HACCP (Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizi) kurallarına uygunluktur.

Şirketimizin yönetim yaklaşımının etkinliğini gözetken mekanizmaların başında denetimler geliyor. Bunlar; Kalite Güvence Departmanı tarafından organize edilen ve bağımsız denetim firmaları tarafından mağaza ve depolara gerçekleştirilen Hijyen ve Gıda Güvenliği denetimleri, Operasyonel Denetim Departmanı tarafından market ve depolarda gerçekleştirilen denetimlerde kapsanan Hijyen ve Gıda Güvenliği soruları ve İç Denetim Departmanı tarafından Kalite Güvence Departmanının denetlenmesinden oluşan denetimlerdir. Hijyen ve Gıda Güvenliği denetimleri ve mağazalardan numunelerin analiz sonuçları doğrultusunda Kalite Güvence Departmanı market Hijyen ve Gıda

Güvenliği karnelerini yayınlar, aksiyonları takip eder, projeler ve mağaza ziyaretleriyle iyileştirme çalışmaları yapar.

2014 yılı boyunca bağımsız laboratuvarlar ile tüm market ve depoları kapsayan 552 rutin, 161 takip olmak üzere toplam 713 Hijyen ve Gıda Güvenliği denetimi gerçekleştirdik. Denetimler sırasında ürün, personel ve ekipman hijyeni kontrolü amacıyla alınan toplam 12 bin 50 numune analiz edildi. 2015 yılında ise analiz edilen numune sayısı 16 bin 458 oldu.

2015 yılında ise analiz edilen numune sayısı 16 bin 458 oldu. Toplam 1.384 market denetimi ve depo denetimi gerçekleştirildi. Ayrıca 2015 yılında Süpermarket, Gurme ve Mini formatlarında yapılan denetimlerde aksiyon planlarının yönetimi için çalışan laboratuvarla birlikte sistem geliştirdik. Bu sistem sayesinde, aksiyon planı hazırlaması gereken marketlere sistemsel uyarı verilmesi, gecikme durumunda bölge müdürlerinin otomatik maille uyarılması ve oluşturulan aksiyon planlarının hijyen ve gıda güvenliği uzmanı tarafından kontrol ve onayı için gerekli mekanizmayı oluşturduk. Sürekli hedefimiz müşteri sağlığı ve güvenliği konusunda aldığımız müşteri şikayetleri ve yasal cezaları asgari düzeye indirirken müşteri memnuniyetini ve gıda güvenliğini sağlamaktır.

HİJYEN SÜREÇLERİNİ İYİLEŞTİRME PROJESİ

2015 yılında market yöneticilerinin ve çalışanlarının hijyen ve gıda güvenliği süreçleri ile ilgili farkındalık ve yetkinliklerinin artırılması, marketlerdeki hijyen ve gıda güvenliği uygulamalarının iyileştirilmesi, dış kurum hijyen denetim puanlarının yükseltilmesi, bunların yanı sıra bölge bazında, market yöneticilerinin sorumlu olduğu iç kontrol sisteminin oluşturulması hedefleriyle bir proje başlattık.

Mayıs ayında gerçekleştirdiğimiz çalıştayda market müdürleri sorumlu oldukları marketlerdeki mevcut hijyen süreçleri ve iyileştirmeler ile ilgili görüşlerini sundular ve bu sayede projenin yol haritasını netleştirdik. Bu çalıştay öncesinde, güncel dış kurum hijyen denetim puanı 70'in altında olan market yöneticilerine CarrefourSA Akademi e-öğrenme platformu üzerinden Gıda Güvenliği Eğitim Kitapçığı'nı okuma görevi ve yine aynı sistem üzerinden 20 soruluk test atadık. 54 yöneticimizin tamamladığı sınavın sonuç raporu üzerinden, bilgi eksikliği olan konuları listeledik. Market dış kurum denetim hijyen raporlarında genel

olarak marketlerin düşük puan aldıkları konu başlıklarını belirledik. Market ziyaretleri gerçekleştirdik, geliştirilmesi ve desteklenmesi gereken alanları gözlemledik.

Çalıştay sonrasında, çapraz kontrol sürecine dahil olacak tüm market yöneticilerine kalite ve eğitim departmanı ortak çalışması ile hazırlanan eğitim modülü ile market müdürleri, müdür yardımcıları, takım liderleri ve master personelin de dahil olduğu 175 çalışanımıza dörder saatlik eğitimler verdik. Eğitimlerin verildiği ağustos ayından aralık ayına kadar bölgedeki marketlerin ortalama dış kurum hijyen denetim puanları %8,2 arttı. 70 puanın altında kalan market sayısı %45 azaldı. 2016 yılında market çalışanlarını da bölge açık sınıf eğitimlerine dahil etmeyi hedefliyoruz.

Öz Marka Ürün Tedarikçilerimiz

Reyonlarımızda yer alan ulusal ve yerel markaların yanı sıra kendi markamız olan ve CarrefourSA güvencesiyle satışa sunduğumuz 1.500 ürünü müşterilerimizle buluşturuyoruz. Markası ve formülü sadece CarrefourSA'ya ait olan bu ürünler, CarrefourSA'nın özenle seçtiği 87 tedarikçi tarafından yüksek kalite anlayışı ile üretiliyor. Ürün kategorileri arasında süt, şeker, yağ ve deterjanın içinde bulunduğu temel gıda ve gıda dışı ürünlerin yanı sıra paketli ve açık şarküteri ve taze gıda ürünleri de mevcut. Tüketicimizin gönül rahatlığıyla kullanabileceği kaliteli ürünler, ülkemizin önde gelen ve tüketicilerin güven duyduğu markalar tarafından üretiliyor. Bu işbirlikleri dahilinde, ürün geliştirme kararının alınımından (ürün konseptinin geliştirilmesi, araştırma ve geliştirme, onay, imalat ve üretim, depolama dağıtım ve tedarik, kullanım ve hizmet,

bertaraf etme, yeniden kullanım veya geri dönüşüm) ürünün son kullanımına kadar uzun ve titiz bir çalışma sürecinden geçiyoruz.

Öz markalı ürünlerin en büyük avantajı bu ürünlerimizi tüketicilerin talepleri ve ihtiyaçları doğrultusunda belirleyebiliyor ve kalitelerini kontrolümüz altında tutabiliyor olmamızdır. Öz marka ürün tedarikçileri hijyen, gıda güvenilirliği ve standart kalite temininin kontrolü amacıyla CarrefourSA ile sözleşmeli bağımsız denetim firma denetçileri tarafından denetleniyor. Gıda tedarikçileri yılda bir kez, gıda dışı tedarikçiler ise denetim performansına göre iki veya üç yılda bir denetleniyor ve denetim puanlarına göre iyileştirme aksiyon önerileri sunuluyor.

Denetimler aşağıdaki başlıklarda gerçekleşiyor;

1. Şirketin genel politikası ve kalite
2. Şirketin teknik özellikleri (üretim binası ve alanı - ekipman)
3. Şirket kalite sistemi, organizasyon
4. Satın alma kontrolü
5. Hammadde ve ambalaj malzemesi kontrolü
6. Üretim süreci kontrolü
7. Depolama koşulları ve son ürünlerin muhafazası
8. Son üründe yapılan kontrol ve testler
9. Analiz laboratuvarı, kontrol ekipmanı, etkinlik
10. Ürün tanımlaması ve izlenebilirliği
11. Uygunsuzluk kontrolü
12. Sağlık ve güvenlik yönetimi
13. Personel hijyeni
14. Sıhhi temizlik planı
15. Müşteri şikayetlerinin işleme alınması
16. Altyapı hizmetleri ve bakım
17. Araştırma ve geliştirme
18. Çevresel ve sosyal hususlar



Müşteri Memnuniyeti

CarrefourSA Müşterisini En İyi Anlayan Marka

2014 yılı Eylül ayında A.L.F.A. Awards töreninde şikayeti en iyi yöneten markalar ödüllendirildi. Şikayetvar.com ve Method Research Company iş birliği ile düzenlenen 10 farklı sektörde 250'den fazla marka arasında yapılan araştırmada CarrefourSA, 2015 yılında zincir marketler kategorisinde 4. kez yeniden **"Şikayeti En İyi Yöneten Marka"** ödülüne layık görüldü.

Türkiye'de perakende sektörü son beş yıldır ülke ekonomisine oranla iki katı büyüme gösterdi. Perakende pazarının yaklaşık %35-40'ını faaliyet gösterdiğimiz organize gıda perakendesi oluşturuyor. Böylesine büyük bir pazarda müşterilerimize değer sunmak ve memnuniyetlerini sağlamak CarrefourSA için kritik öneme sahip.

Müşterilerimiz, Çağrı Merkezimizi ve Genel Müdürlüğümüzü arayarak bildirimde bulunduklarında bunlar kayıt altına alınarak

ilgili birime ya da ilgili markete aktarılıyor. Bildirim içeriğine göre 4 ila 8 saat içinde müşterimize geri dönüş yapıyoruz. Müşterilerimiz markette doğrudan bildirimde bulunmak istediğinde Müşteri Bildirim Formu doldurdıkları takdirde kayıt altına alıyoruz. Bu formlar market tarafından Oracle Service Cloud sistemine giriliyor ve bu sistem üzerinden müşterilerimize geri dönüş yapıyoruz.

CarrefourSA'da her yıl müşterilerimizden aldığımız şikayet ve geri bildirimleri kayıt altına alarak analiz ediyoruz. 2014 yılında 16 özet katman ile izlenen müşteri şikayetleri yapılan çıkarımlar sonucu 2015 yılında 19 katman ile izlenip raporlandı ve çözüm arandı. 2015 yılında müşteri şikayetleri cevaplama oranı ve çözüm süresini kısaltarak kolay ölçümlemeyi sağlamak amacıyla kullanılan yazılım programını 2015 Ekim itibarıyla Oracle Service Cloud programı ile değiştirdik. Müşteri memnuniyetini öncelikle şikayetleri azaltarak sağlamayı hedefliyoruz.

DOĞA TAT CARREFOUR

Carrefour Türkiye 2003 yılında projeye dahil olduğu Doğa Tat Carrefour, 1990 yılında Fransa Carrefour tarafından garanti edilmiş ürünleri imtiyazlı ortaklıklar oluşturarak temin ederek, referans bir marka altında müşterilere sunmak amacıyla başlatılmış bir projedir. Doğa Tat Carrefour, gıda güvenliği, tat, kalite/fiyat ve süreklilik konularında müşterilerine taahhütte bulunan bir markadır. Doğa Tat Carrefour, meyve – sebze, hayvansal ürün, su ürünleri ve organik ekmek olmak üzere dört gıda kategorisinde; gıda güvenliğini destekleyen (GDO'suz, kalıntısız ürün), pazar standartlarının üstünde lezzette ve tüm tüketicilerin ulaşabileceği fiyatta, kaliteli ürünler sunan ve bunları temin edip sunarken çevreyi koruyan bir marka konseptiyle oluşturuldu.

CarrefourSA'ya özel ürünlerin içinde yer aldığı, yetiştirme aşamasından sunuma kadar izlenebilirliğin sağlandığı, kontrollü ilaç kullanımı ile tazelik garantisinin sağlandığı, ortaklık anlaşmaları ile yerel üreticileri destekleyen Doğa Tat Carrefour markası 2014

sonu itibarıyla 6,7 milyon TL ciro sağladı. Mevcut ürünlerimiz; çipura, levrek, somon, somon füme, Edremit kırma zeytin, Edremit çizik zeytin, siyah zeytin, organik ekmek, organik tam buğday ekmeği, organik kepekli ekmektir. Hedefimiz kasap ürünleri de dahil 21 yeni ürünü bu marka altında satışa sunmaktır.

Tarım mirasımızı koruyan ve sürdürülebilir gelişimi destekleyen Doğa Tat markamız altındaki ürünlerin sayısını artırarak ve uygulamayı yaygınlaştırarak markamızı büyütmeye devam etmeyi hedefliyoruz.



Ürün Etiketleme

Kasap ve pasta-ekmek reyonları dışında marketlerimizde satışa sunduğumuz ulusal marka ürünlerin hemen hepsi üretici firmalar tarafından paketlenmiş halde gelir. Ürünlerin içerik, ürünün güvenli kullanımı, üretici, paketleme ve son kullanma tarihi gibi mevzuatta belirlenen bilgileri ambalaj üzerinde sunma sorumluluğu üretici firmalardadır. Gıda ürünleri, Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğine uygun olarak etiketlenir.

Taze gıda açık ürünler reyon/ürün etiket bilgilerinin kurallarının tanımlanması ve takip edilmesi Kalite Güvence Departmanı'nın

sorumluluğundadır. Öz marka ürünlerde etiket bilgilerinin uygunluğu ve doğruluğunun birincil sorumluluğu Kalite Güvence Departmanı'dır. Şirketimizin yönetim yaklaşımının etkinliğini gözetten mekanizmalar; iç denetim (kalite kontrol ve satış yönetimi) ve Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı İl-İlçe Temsilcileri, belediye zabıta birimleri ve müşteriler aracılığıyla yapılan dış denetimlerdir. 2014 ve 2015 yıllarında da marketlerdeki etiket eksiklikleri konusunda yapılan incelemeleri icra kurulumuza raporladık ve eksiklere yönelik aksiyonlarımızı aldık.

Pazarlama İletişimi

CarrefourSA Türkiye'nin Süper Markası

2015 Eylül ayında, Superbrands marka araştırmasında CarrefourSA Türkiye'nin süper markalarından biri seçildi. Superbrands kriterleri doğrultusunda 1.089 markayı kapsayan liste içinden Türkiye Seçici Kurul üyeleri ve Nielsen'in yaptığı araştırma sonucunda seçilen 300 marka için 1.600 kişi ile yüz yüze anket yöntemi kullanılarak markalar değerlendirildi ve 159 marka kendi faaliyet alanlarında "Türkiye 2014 Süper Markaları" olmaya hak kazandı.

CarrefourSA'da sıçrama yılı olan 2014 yılı başında "Ne Lazımsa CarrefourSA" sloganı ve reklam filmimiz ile tüketicinin karşısına çıktık ve sadece fiyat odaklı bir iletişim değil aynı zamanda müşterilerinin ihtiyaç ve beklentilerini iyi anlayan bir marka stratejisi uyguladık.

Stratejimizi glokalleşme üzerine kurduk; yerel değerleri kapsayıcı ve küresel bir marka olmak üzere faaliyetlerimizi yürütüyoruz.

Hedef kitlemizin ne lazımsa aklına ilk geleceği market zinciri olmak istiyoruz ve iletişim planlarımızı, daha sıcak, yalın, hızlı ve daha modern bir marka olmak adına tasarlıyoruz.

İletişim planlarımızı gerçekleştirirken ilgili tüm kanun ve yönetmelikleri dikkate alıyoruz:

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
- Ayıplı Malın Neden Olduğu Zararlardan Sorumluluk Hakkında Yönetmelik
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği
- Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun
- Ticari İletişim ve Ticari Elektronik İletiler Hakkında Yönetmelik

CarrefourSA marketlerinde yasaklı ve/ya paydaş sorularına veya kamuda tartışmaya konu olan ürünlerin satışı söz konusu olmadığı gibi reklam, tanıtım ve sponsorluk da dahil olmak üzere pazarlama iletişimiyle ilgili yönetmeliklere ve gönüllü kurallara uyumsuzluk vakaları da yaşamadık.



NE LAZIMSA CARREFOURSA

2014 Şubat'ta başladığımız ve 2016 yılında da devam edeceğimiz kampanyamızın amacı CarrefourSA markasının sıcak, samimi, yakın bir marka olarak algılanmasını sağlamak ve bir Sabancı markası olduğunu vurgulamaktır. Hedefimiz, TV, gazete, dijital, radyo, market içi, açık hava mecralarında yer alarak marka bilinirliğini arttırmaktır.

2014 Şubat ayı itibarı ile hazırlanan tüm iletişim çalışmalarında ne lazımsa sloganına yer verdik; satış iletişimi, özel gün ve dönemlere ait çalışmaların tümünü "ne lazımsa" sloganı ile oluşturduk. 2015 yılında da "ne lazımsa" sloganı ile iletişim çalışmalarımıza devam ettik.



İSTİHDAM

CarrefourSA olarak, sattığımız ürün ve markaların üreticisi olmadığımız ve aynı ürünün farklı tedarikçilerden temin edilebildiği bir perakende modelinde faaliyet gösteriyoruz. Hizmet süreçlerimizde farkı yaratan en önemli değerimiz çalışanlarımızdır. İnsan kaynakları stratejimiz; çalışanlarımıza değer yaratma misyonu ile perakende sektöründe çalışanlar tarafından en çok tercih edilen şirketlerden biri olmak ve hizmet kalitemizdeki üstün standartları korumaya devam etmek üzerine kuruludur.

İnsan kaynakları yönetiminde şirketimize rehberlik eden İnsan Kaynakları (İK) Politikamızı 2015 yılında yeniledik, İK Direktörümüz ve Genel Müdürümüzün onayı ile uygulamaya başladık. Politikamız,

nitelikli iş gücünü şirketimize kazandırma, çalışanlarımızın gelişimine yatırım yapma, şirket organizasyonumuzu geliştirme ve güçlendirme, ücret yönetimi ve ödüllendirme, çalışanlarımızın motivasyonunu ve bağlılığını artırma hedeflerimizi içeriyor.

CarrefourSA'da yıllık ortalama 5.000 işe alım yapıyoruz ve pozisyonları ortalama 20 günde kapatıyoruz. İnsan Kaynakları Direktörümüz liderliğinde 19 kişilik bir işe alım ekibi, SAP SuccessFactors işe alım modülü desteğiyle, performans değerlendirmesine tabi olan bu süreçleri en etkin şekilde yönetiyorlar. Şirketin yönetim yaklaşımının etkinliği iç denetim ve Sabancı Holding denetimleri ile gözetiliyor.

2015
İnsan Kaynaklarına
En Çok Değer Veren
Kurum Ödülü
Okan Üniversitesi



2015
İnsan Kaynakları
Direktörlüğü
İnsana Saygı Ödülü
Kariyer.net



2014
SAP Bulut ve İş Çözümleri
Zirvesi, Yılın İnsan Kaynakları
Dönüşümü Ödülü
SAP



2013
Türkiye'nin En İyi İşverenleri
En Çok İstihdam Yaratan
İşvereni Ödülü
Yenibiris.com ve Hürriyet İK

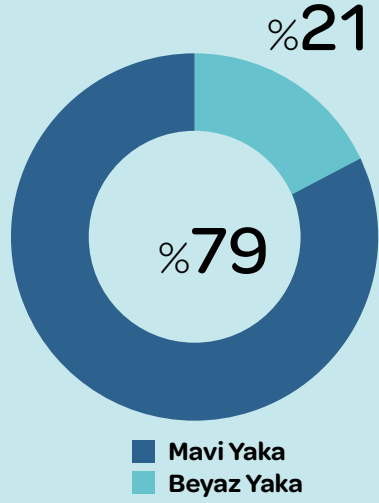


Çalışan Profiliğimiz

Engelli çalışanlarımızın da dahil olduğu beyaz yaka çalışanlarımızın tümü tam zamanlıdır ve sözleşmelidir. Mavi yakalı personelimiz sendikalıdır. Yabancı uyruklu çalışanımız mevcut değildir. Tüm

çalışanlarımız şirketimizin sunduğu sağlık hizmetlerinden, engellilik ve maluliyet sigortasından ve yasal olarak belirlenen doğum izni ve emeklilik hakkından faydalanırlar.

ÇALIŞANLARIMIZ



YAŞA GÖRE

	2013	2014	2015
30 Yaş ve altı	1.398	1.682	2.198
30 - 50 Yaş arası	1.875	2.187	2.758
50 Yaş ve üstü	999	1.161	1.476
	2.523	2.851	3.401
	19	16	18
	85	110	179

Performansa Bağlı Kariyer Gelişimi

CarrefourSA'da performans hedefleri ve değerlendirmeleri çalışan ve yöneticisi tarafından bilinen kriterlere dayanıyor. Performans değerlendirmesini çalışanın bilgisi dahilinde en az yılda bir defa gerçekleştiriyoruz. Genel Müdürümüzden uzman seviyesindeki çalışanlarımıza; Genel Müdürlük çalışanları ile marketlerdeki tüm yönetici pozisyonları (Market Müdürü, Market Müdür Yardımcısı, Sektör Şefi, Reyon Şefi, Servis Şefi, Kasa Şefi) dahil çalışanlarımızın %100'ü düzenli performans ve kariyer gelişim değerlendirmesine tabiidir. Sendikali çalışanlarımız Bireysel Gelişim Takibi (BGT) Formu ile değerlendirilir.

Çalışmalarda seviyeleri yüksek potansiyelli veya yükselme potansiyelli olarak değerlendirilen ve aynı zamanda performans puan skalası İyi Performans, Beklentileri Aşan Performans veya Olağanüstü Performans seviyesinde değerlendirilen çalışanlarımızı CarrefourSA'da "Yetenek" olarak tanımlıyoruz. Yetenek havuzunda bulunan çalışanlarımız için farklı eğitim ve gelişim programları

uyguluyor, bu çalışanların ileride kritik pozisyonları doldurmaları için hazırlanmalarını sağlıyoruz.

CarrefourSA ailesi olarak kariyer anlamında çalışanlarımıza bir çok fırsatı eş zamanlı sunuyoruz. Birinci önceliğimiz, iç terfi sistemi ile şirketimizin kendi değerlerini üst basamaklara taşımaktır. Bu anlamda, ilgili işe alım kriterlerimizde bulunan en az lise mezunu ve üniversite mezunu çalışanlarımızı, belli kıdeme ulaştıkları dönemde değerlendirme merkezi sürecine alarak başarılı olan adayların terfilerini sağlıyoruz. 2015 itibarı ile dışarıdan yetiştirilmek üzere yeni üniversite mezunlarını yönetici adayı havuzuna almaya başladık. Programa katılan çalışanları bir yıla yayılan eğitim süreci sonrası marketlerin çeşitli yönetim kademelerine yönetici olarak atamayı hedefliyoruz. 2015 yılında ayrıca iç kaynaklarımıza verdiğimiz değer sonucunda yüksekokul ve üniversite mezunları yetiştirme programını başlattık. İlgili detaylar raporumuzun eğitim ve öğretim bölümünde yer alıyor.



CARREFOURSA'DA DİNAMİK DÖNEM

2015'de CarrefourSA merkez çalışanları ile marketlerimizde görev yapan tüm yönetici pozisyonları için iş ve yetkinlik hedeflerinin sistemsel olarak takip edilmesini sağlayacak Performans Yönetim Sistemi olan 'Dinamik' kuruldu. Dinamik Personel Yönetim Sistemi, hedef belirleme, ara performans değerlendirme ve yıl sonu performans değerlendirme olarak üç alt süreçten oluşuyor.

Sistemin nasıl kullanılacağı ile ilgili CarrefourSA Akademisi, e-öğrenme eğitimi tasarladı ve ilgili kişilere eğitim modülü gönderdi. 2014 ve 2015 yılı sonu değerlendirmelerini, Dinamik Performans Yönetim Sistemi üzerinden yaptık.

Dinamik sistemi, şirketimizin stratejik hedeflerini çalışanlarımıza bireysel hedef olarak indirgeyebilme, takım, bölüm ve fonksiyon hedeflerimize odaklanabilme konusunda sistematik bir bakış açısı kazandırdı.



Çeşitlilik ve Fırsat Eşitliği

CarrefourSA'da tüm çalışanlarımızı ırk, renk, cinsiyet, milliyet, din, yaş, medeni durum, fiziksel ayırım gözetmeksizin seçer ve eşit şartlarda çalışmalarını sağlıyoruz. Tüm çalışanlarımızın ücretlerini, yetki ve sorumluluklarına göre her pozisyon için belirlenmiş ücret aralıkları ile yönetiyoruz. Ücret aralıkları ve kademelerini her yıl gözden geçiriyoruz. Ücret adaletinin sağlanması açısından benzer görevi yapan çalışanların benzer ücreti almalarını amaçlıyoruz.

Tüm çalışanlarımızın içerisindeki kadın çalışan oranımız %37, orta kademe yöneticilerde ise %40'tır. Kadın çalışanlarımıza özel haklarını, Kadın Çalışanların Gece Postalarında Çalıştırılma Koşulları Hakkında Yönetmelik ve Gebe veya Emziren Kadınların Çalıştırılma Şartlarıyla Emzirme Odaları ve Çocuk Bakım Yurtlarına Dair

Yönetmelik kapsamında sağlıyoruz.

Çalışanlarımızı unvanlarından arındırılmış ortamlarda bir araya getirerek yeni bir şirket kültürü yaratma hedefimiz doğrultusunda uyguladığımız C4-Club faaliyetlerimiz şirket içinde gerçekleştirdiğimiz farklılık yönetimi uygulamalarının bir örneğidir. Bu kulübün meyvesi olan, çalışanlarımız tarafından gerçekleştirilen tiyatro oyunumuzda şirketin hemen her departmanından farklı hiyerarşik seviyelerden çalışma arkadaşlarımız aynı amaç uğruna, iş yerindeki kimliklerinden sıyrılarak yeni bir ruh yarattılar. Bu çalışmaları artırarak devam ettirmek, şirket kültürümüzü her çalışanın bir olduğu anlayışıyla pekiştirmek en önemli odaklarımızdan biridir.

İÇ İLETİŞİM PLATFORMLARIMIZ

Aylık Duvar Gazetesi; Şirket içi haberler ve personel tanıtımı

Kültür sanat faaliyetleri; Tiyatro, bale, festival, sergi

C4 Club faaliyetleri; Tiyatro, fotoğrafçılık, spor etkinlikleri

Özel günler; 8 Mart, 23 Nisan, Yılbaşı

İyi hissettiren seminerler; Uzman psikologlar tarafından Nisan ayında "İnsan ve İlişkileri Üstüne" konulu seminer, Aralık ayında stresle başa çıkma yolları üzerine seminer

Turnuvalar; Futbol, satranç

Yarışmalar; Fotoğraf, yüzme

Gönüllük projeleri



ÇALIŞAN ve İNSAN HAKLARI

ÇOCUK DOSTU TARIM PROJESİ

CarrefourSA olarak raporlama döneminde, sosyal kapsayıcılığın ve refahın arttırılmasını hedefleyen ve UNICEF'in başlattığı Çocuk Dostu Tarım Projesi'ne destek verme kararı aldık. Ülkemizde mevsimlik tarım işçiliğinin önemli bir bölümünü çocuk işçiler oluşturuyor. Bu projeye destek vermekteki öncelikli hedefimiz, ana ürün grubumuz olan taze gıdanın etik tedariki ve insan haklarının korunması kapsamında farkındalık yaratmaktır. Çocuk Dostu Tarım Projesi'nin kilit paydaşlarımız ve sektörümüzün diğer oyuncuları tarafından desteklenmesinin teşvik edilmesini sağlayarak, sürdürülebilirlik anlamında sektöre yeni bir bakış açısı kazandırmayı hedefliyoruz.

Bu proje;

- Çocuk işçiliğinin önlenmesini,
- Mevsimlik tarım işçiliği yapan çocukların okuma, oyun oynama, sağlık hizmetlerine ulaşım ve gelişim hakkı gibi sosyal haklarına erişiminin sağlanmasını,
- Sezonluk tarım işçisi ailelerin çocuklarının gelişimlerinin desteklenmesini, ekonomik durumlarının iyileştirilmesini,
- Çocukların eğitime yönlendirilmesi ve özel programlarla eğitimlerinin desteklenmesini,
- Tarlaların yakınında çocuklar için gelişimlerini destekleyecek oyun alanlarının yaratılmasını,
- Çocukların sağlık hizmetlerine (aşılama vb.) erişimlerinin sağlanmasını,
- Sosyal normların değişmesi için ailelere yönelik çalışmalar yapılmasını kapsıyor.

Çocuk İşgücünün Önlenmesi

CarrefourSA'da tüm faaliyetlerimizi Çocuk ve Genç İşçilerin Çalıştırılma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğe uyumlu olarak gerçekleştiriyoruz. Sabancı Holding'in tüm şirketlerinde olduğu gibi tüm personelimiz sosyal güvence kapsamındadır ve çocuk ya da genç işçi çalıştırılması söz konusu değildir.

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de çocuk işçi ya da tehlikeli işlerde çalışan genç işçi riski maalesef ki pek çok sektörde mevcuttur. Marketlerimizde satışa sunduğumuz ürünlerin çeşit ve sayısını dikkate aldığımızda şirketimiz tedarikçilerinde de böyle bir riskin olabileceğini kabul ediyor ve çocuk işçiliğinin etkili bir biçimde ortadan kaldırılmasına katkıda bulunmak ve farkındalığı arttırmak amacıyla STK işbirlikleri yapıyor ve ilgili projelere destek veriyoruz.

Örgütlenme Hakkı

Çalışanlarımızın %79'unu oluşturan ve yönetim ekibi dışındaki tüm market personelimiz Tez-Koop-İş (Türkiye Ticaret, Kooperatif, Eğitim, Büro ve Güzel Sanatlar İşçileri) Sendikası'na bağlıdır.

6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu kapsamında 01.01.2015 - 31.12.2017 yürürlük tarihiyle imzalanan sendika sözleşmesinin amacı; iş sözleşmesinin yapılması, içeriği, yürütümü ve sona ermesi ile ilgili hususları düzenlemek; iş yerinde verimli ve düzenli bir çalışmayla üretimin artırılmasına çaba göstermek; işçi - iş veren ilişkilerinde ekonomik, sosyal hak ve çıkarları korumak,

geliştirmek ve düzenlemek; iyi niyet ve güvenle çalışma barışını sürdürmek, istenmeden doğabilecek uyuşmazlıkları mevzuat ve bu sözleşmede belirlenmiş ilke ve yöntemlerle çözüme kavuşturmak.

Bugüne dek tedarikçilerimizde, çalışanların örgütlenme veya toplu sözleşme haklarının ihlal edilme riskine yönelik bir inceleme yapmadık. Önümüzdeki dönemde tedarikçi sözleşmelerinde yer verilecek bir madde ile bu konuyu da tedarikçi seçiminde değerlendirmeyi hedefliyoruz.

Yatırımlarda İnsan Hakları Gözetimi

CarrefourSA'da operasyonlarımıza yönelik en önemli yatırımlarımız, yeni market açılışlarıdır. İnşaat ve Yatırım Direktörlüğü tarafından yürütülen çalışmalarda, tadilat ve dekorasyon işlerinde yüklenici firmalar çalışır. İnşaat işleri kapsamında iş yerlerimizin sınırlarında

çalışan yüklenici personelin SGK yükümlülüklerine ek olarak sağlık ve güvenliklerini, her bir yüklenici ile ayrı ayrı yaptığımız sözleşmelerimiz kapsamında güvence altına alıyoruz.

ÇALIŞAN GÖRÜŞÜ

Eylem Narin 19 yıldır CarrefourSA'lıyım!

CarrefourSA benim için **gelişim fırsatıdır**.

Çalışanlarına sürekli gelişimlerini destekleyen, çalışma haklarını gözetken adil bir iş ortamı sunan bir şirkettir.



CarrefourSA'daki Kariyerim!

1996 yılında Kasa Bölümünde Kasiyer olarak çalışmaya başladım. Bu görevde 6 ay çalıştıktan sonra sırayla 1,5 yıl Roller olarak, 8 ay Müşteri Hizmetleri, 9 ay Merkez Kasa olarak, 3 Yıl Takım Lideri, 8 yıl Kasa Şefi, 1,5 yıl Müşteri Hizmetleri Bölge sorumlusu, 2 yıl Eğitim Uzmanı olarak çalıştım. Son 1 yıldır da İnsan Kaynaklarında Saha Eğitim Yöneticisi görevimi yürütüyorum.



E-Öğrenme

CarrefourSA Akademi'nin en önemli platformu olan e-öğrenme alt yapısını 2014'te kurduk ve 2015'te hayata geçirdik. %80 oranında bir oturum açma (login) başarısı sağladık. Bu platformda tüm çalışanlar için hem mesleki kariyerlerine hız katacak mesleki eğitimler, hem de profesyonel ve kişisel gelişime yönelik e-eğitimler sunuyoruz. Bu kanala ağırlık vermeyi tercih ediyoruz ve gerek eğitim içeriği, gerek eğitim filmleri ve gerekse de e-nokta katalog eğitimleriyle tüm çalışan arkadaşlarımıza bu sayede ulaşmaya

Oryantasyon Eğitimleri

Marketlerimizde işe başlayan yeni mezun çalışanlarımıza, iş başı yapmadan önce temel oryantasyon eğitimi veriyoruz. Bu eğitimde onlara CarrefourSA değerlerini, market formatlarımızı, market işleyişine dair süreçlerin teorik kısmını, kasa, sipariş, mal kabul gibi ve özellikle taze gıdaya ilişkin bilgileri aktarıyoruz.

Yönetim Eğitimleri

2014 yılında , Sabancı Üniversitesi'yle birlikte hazırladığımız Ortak Yönetim Kültürü programını hayata geçirdik. Bu programı Yönetici Yetiştirme (CEVHER) ve Yönetici Geliştirme (KOZA) olarak iki gruba ayırdık. Modern perakende yöneticisi yetiştirmeye yönelik, iki ay süreli Yönetici Yetiştirme Programları (CEVHER ve MAYA) ile adayların, müşteri market içi deneyimlerini yönetebilme, market metrekarelerine hakim olma ve yönetme, finansal farkındalık ve liderlik becerilerinin bu birliktelik zemininde

çalışıyoruz. Sektörün yapısı gereği, işe başlayan herkese sınıf içi eğitim vermemiz mümkün olmadığından bazı eğitimleri e-öğrenmeye taşıdık. 2015 yılında 10.292 aktif kullanıcı sayısına, 183.855 adam x saat atanan eğitim sayısına ulaştık ve 100'den fazla eğitimi bu platform üzerinden çalışanlarımıza sunduk. Platformun açılışından bu yana kullanıcı başına eğitimlerde geçirilen ortalama süre 1,83 saattir.

Sınıf içi eğitimlerini e-öğrenme sistemiyle destekliyoruz. Sonrasında, öğrendiklerini pekiştirmek ve uygulamak üzere eğitici-yönetici rehberliğinde eğitim marketlerinde staj ve staj bitiminde de atandıkları marketlerde işbaşı yapıyorlar.

paylaşımla geliştirilmesini amaçladık. Ayrıca, 2015 yılında mevcut market yöneticileri için operasyon, ilişki ve yönetimde verimlilik esasını temel alan Yönetici Geliştirme Programını ve müdür düzeyindeki yönetim kadrosu için koçluk eğitimlerini başlattık. Yönetici yetiştirme ve geliştirme eğitimlerine 2014 yılında katılan 108 kişi yaklaşık 6.500 saatin üzerinde eğitim aldı. 2013 yılında 13 olan kişi başı eğitim saati, 2014 yılında 30, 2015 yılında da 75 saatin üzerinde gerçekleşti.

EĞİTİM VE ÖĞRETİM

TEGEP Jüri Özel Ödülü

TEGEP Eğitim ve Gelişim Platformu Derneği'nin eğitim ve gelişim alanında yapılan yatırım ve çalışmaları desteklemek, bu alana ilişkin yaratılan değerleri ve önemli katkıları paylaşmak amacıyla 2015 yılında başlattığı 1.TEGEP Öğrenme ve Gelişim Ödülleri'nde CarrefourSA Akademi Liderlik Gelişim Programı kategorisinde, Yönetici Yetiştirme ve Geliştirme Programı ile jüri özel ödülüne layık görüldü.



Brandon Hall "En İyi Eğitim Videoları" Bronz Madalya Mükemmellik Ödülü

Eğitim ve gelişim alanında yaptığı çalışmalarla dünya çapında danışmanlık hizmetleri veren Brandon Hall, insan kaynaklarına sürdürülebilir bir şekilde yatırımlarına devam eden CarrefourSA'nın kurduğu CarrefourSA Akademi'yi 2015 yılında ödüllendirdi. CarrefourSA Akademi'nin eğitim videoları, En İyi Eğitim Videoları kategorisinde bronz madalya kazandı.



CARREFOURSA AKADEMİ

2014 yılında faaliyete geçirdiğimiz CarrefourSA Akademi ile organize perakendenin hızla geliştiği ancak sektörel eğitimlerin kısıtlı olduğu ülkemizde, insan kaynağımızı geliştirme yönünde önemli bir adım attık. Akademi ile çalışanlarımıza mesleki, yönetsel ve kişisel gelişim fırsatları yaratırken, geleceğin perakende yöneticilerini yetiştirmeyi hedefliyoruz.

CarrefourSA Akademi'de, kurum içerisinde görev yapan eğitim ekibinin bilgi ve yetkinliklerinin yanında Sabancı Üniversitesi'nin uzmanlığından da faydalıyoruz. Verilen eğitimlerle, tüm CarrefourSA çalışanlarının sürekli gelişimlerine katkıda bulunmak,

kendi potansiyellerinin farkına varmalarını sağlamak, bilgi ve becerilerini iş yaşamına yansıtma ve destek olmayı amaçlıyoruz.

Akademimiz, CarrefourSA'nın tüm çalışanlarının bilgi ve birikimlerini paylaşmalarına olanak yaratan, en başarılı uygulama ve tecrübeleri tüm kuruma yayan, tüm birimlerimizin öneri ve ihtiyaçlarını dikkate alarak kuruma ve birimlere özel eğitimler geliştiren ve CarrefourSA ortak aklını netleştiren bir oluşumdur. Misyonumuz, kurum çalışanlarının performanslarını artırmaya destek olmaktır. Akademimiz bünyesinde sınıf içi eğitimler, sosyal ortamlar, e-öğrenme platformu vb. farklı araçlar ile tüm çalışanlarımıza ulaşmayı hedefliyoruz.

MAYA (MARKET YÖNETİCİ ADAYI) PROGRAMI

MAYA Projesi kapsamında, marketlerimizin yönetici ihtiyaçlarını karşılamak için, en az altı aydır marketlerimizde görevli, meslek yüksekokulu veya üniversite mezunu olan ve kariyerinde perakende yöneticiliğini hedefleyen çalışanlarımızı yönetici adayı olarak yetiştiriyoruz.

MAYA Projesine dahil olmak isteyen ancak üniversite ya da yüksek okul mezunu olmadığı için kariyer fırsatlarını değerlendiremeyen CarrefourSA çalışanlarına yönelik Anadolu Üniversitesi ile birlikte ortak bir proje başlattık. Proje kapsamında, Perakendeciliğe Giriş ve Perakende Yönetimi e-sertifika programlarının ikisini de

tamamlayan CarrefourSA çalışanlarının sertifikaları, CarrefourSA nezdinde yüksek okul diplomasına denk sayılıyor ve yönetici yetiştirme programına dahil olmaya hak kazanıyorlar. Sertifikalarını başarı ile tamamlayanlar kayıt sırasında ödedikleri tutarları, İnsan Kaynakları Departmanına dekont ve makbuzlarını iletmeleri koşulu ile geri alabiliyor. Bu uygulama ile CarrefourSA hem çalışanlarına yeni kariyer fırsatlarının yolunu açıyor hem de çalışan bağlılığını artırıyor. 2015 yılında Maya adaylarından 31 kişi Market Müdür Yardımcısı olarak, 10 kişi Takım Lideri olarak terfi aldı. Programa 2016 yılında da devam etmeyi hedefliyoruz.



CARREFOURSA ÇALIŞANLARINA OKAN ÜNİVERSİTESİ'NDEN TAZE GIDA EĞİTİMLERİ

Perakende sektörüne nitelikli iş gücü kazandırmak için kurduğumuz CarrefourSA Akademi bünyesinde eğitim kurumları ile iş birlikleri, kişisel ve kariyer gelişim programları gibi bir çok proje ile insan kaynağımıza yatırım yapıyoruz.

Avrupa Birliği Çerçeve Sözleşmesince her çalışanın yaptığı işe uygun mesleki bir belgeye haiz olması gerekiyor. Bu sebeple 2015 yılından itibaren CarrefourSA Akademi'de mesleki belgesi olmayan çalışanların belgelendirme süreçlerini de takip etmeye başladık.

Taze gıda işimizin en önemli parçalarından biri olduğu için 2015 yılında, çalışanlarımıza taze gıda eğitimleri vermek amacıyla Okan Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi (OKSEM) ile bir işbirliği yaptık.

Nisan ayında başlayan proje kapsamında; CarrefourSA bünyesindeki Gıda Mühendisi Eğitim Uzmanları ile Okan Üniversitesi Öğretim Üyeleri'nin bir araya gelerek hazırladığı içerik

paralelinde, Gurme ve Hiper formatları öncelikli olmak üzere marketlerin kasap, şarküteri, su ürünleri, sebze-meyve ve unlu mamul reyonlarında görev yapan yaklaşık 1.000 çalışana eğitim sağladık.

Eğitimleri başarıyla tamamlayan CarrefourSA çalışanlarına Okan Üniversitesi tarafından Katılımcı Sertifikası verilirken, üstün çalışma performansı gösteren katılımcılara da kariyer geliştirme olanağı sunuluyor. Mesleki Eğitim Merkezleri'nde ayrıca mesleki belgelendirme süreçleri devam eden CarrefourSA çalışanları; kalfalık, ustalık ve usta öğreticilik belgelerini de alarak, CarrefourSA Taze Gıda Eğitimleri Projesi ile kendi alanlarında daha yetkin konuma gelebilme olanağına sahip oluyorlar.

Bu proje ile hizmet reyonlarında görev yapan çalışanlarımıza mesleki bilgi ve beceri kazandırarak alanlarında uzman çalışanlar yetiştirmeyi ve perakende sektörüne nitelikli iş gücü kazandırmayı hedefliyoruz.

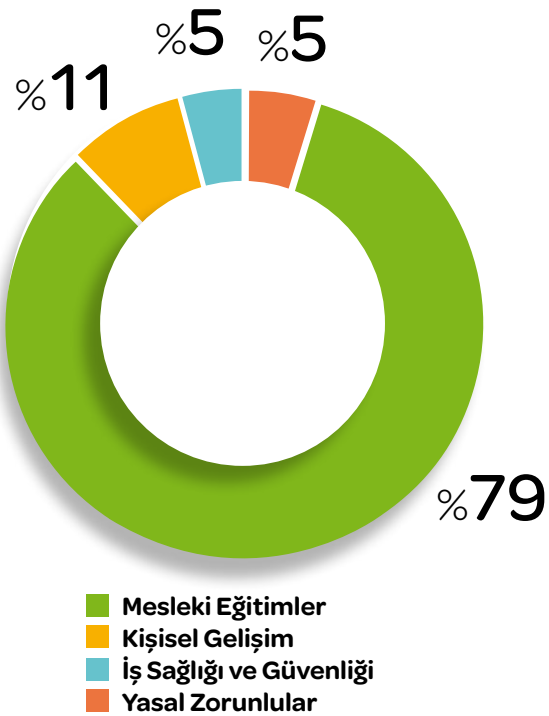
Eğitim Performansımız

CarrefourSA olarak satın aldığımız ve yeni açtığımız toplam 483 marketin personel eğitimlerinin devreye girmesiyle eğitim alan çalışan sayımız 2014 yılından 2015'e %42 artarken, buna paralel eğitim saatlerimizi %60 oranında arttırdık.

CarrefourSA'nın 2015 yılında 2 milyon 300 bin TL olan eğitim bütçesi içinde iç kaynak kullanımı %80'ler civarında gerçekleşti.

Bulunduğumuz sektörün az tehlikeli olması sebebiyleİSG eğitimlerini tüm çalışanlarımıza vermenin ötesinde, yangın ve ilk yardım eğitimlerinde vermekle yükümlü olduğumuz yasal % oranının üzerinde eğitim vermeye gayret etmekteyiz. 2015 yılında market yöneticilerimizden ve takım liderlerinden oluşan 1.500 kişiye tüketici hakları eğitimi verdik. 2016 yılında hedefimiz 500 kişiye daha bu eğitimi vermektir.

EĞİTİMLERİMİZ



Eğitimlerin Değerlendirilmesi

Eğitim biriminde, Yönetici Yetiştirme Eğitimleri sonrasında hem mentor market yöneticisinden hem de menteeden (yönetici adayı) geri bildirim alıyoruz. Geri bildirimlerle ilgili yaptığımız değerlendirme sonucunda eğitime devam ediyoruz, iyileştirme yapıyoruz ya da eğitimden vazgeçiyoruz. MAYA programına katılan arkadaşlarımız ikinci ayın sonunda e-sistem üzerinden sınav alıyorlar ve aldıkları sınav sonucuna göre değerlendirmeye tabi oluyorlar.

Eğitim birimimizin önümüzdeki dönemler için hedefleri:

- Eğitim biriminin tüm kurumda performans gelişimine yönelik bir birim olduğu algısını yerleştirmek ve akademiye performans gelişim merkezi olarak konumlamak,
- Üniversitelerle olan işbirliklerimizi geliştirerek, genç arkadaşlarımıza ve yeteneklere ulaşmak ve CarrefourSA algısının doğru oluşmasına katkıda bulunmak,
- Üniversitelerin ilgili bölümlerinin son sınıflarıyla işbirliği yaparak hem üniversite gençliğini reel sektör uygulamalarıyla tanıştırmak hem de genç beyinlerden destek alarak kuruma katkı sağlayabilecek projeler üretebilmek,

Uygulamalarımızı geliştirebilmek ve etkinliğimizi artırabilmek için perakende sektöründeki diğer şirketlerle karşılaştırma (benchmarking) çalışmaları yapıyoruz ve onların iyi uygulamalarını adapte etme yöntemleri üzerine çalışıyoruz. 2015 yılında Defacto, Watsons, Migros ile karşılaştırma çalışmaları gerçekleştirdik. Bu çalışmalara ek olarak Bakanlığın davetiyle farklı çalışmalara da katkıda bulunuyoruz.

- Daha sık sahada yer almak ve kısa, uygulamaya yönelik, sürekli eğitimler geliştirmek ve düzenlemek,
- E-öğrenmeye gelişimi ve öğrenmeyi hızlı ve keyifli kılacak eğitimler eklemek,
- Eğitim bütçesini en etkin şekilde kullanmak, eğitimlerin %80-90'ını iç kaynaklarla karşılamaya devam etmek,
- Saha çalışanlarının ihtiyacı olan eğitimleri vermek ve
- CarrefourSA çalışanlarının hayatına değer katmaktır.

İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ

CarrefourSA'da ticari faaliyetlerimizi yürütürken öncelikli hedefimiz tüm çalışanlarımızı ve içinde bulunduğumuz çevreyi, iş kolumuzun olası risklerine karşı korumak, çalışanlarımıza güvenli ve sağlıklı bir çalışma ortamı sunmaktır.

Ulusal ve uluslararası mevzuat ve gelişmeleri dikkate alarak, İş Sağlığı ve Güvenliği (İSG) uzmanımız tarafından hazırlanan İSG Politikamız; Bölüm Müdürü, Organizasyonel Gelişim Müdürü, İnsan Kaynakları Direktörü ve Genel Müdürlüğümüzün onayı ile 2015 Eylül ayında yürürlüğe girdi.

Depolarımız da dahil olmak üzere tüm işyerlerimizde geçerli olan politikamız, 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği kanunu ve kanuna bağlı yönetmeliklerle birlikte çalışmalarımızın temelini oluşturuyor. Bu kapsamda sürekli hedefimiz;

- Çalışanlarımızda iş sağlığı ve güvenliği bilincini oluşturmak,
- İş yerlerinde bulunan riskleri belirlemek ve önlemler almak ve
- 2017 sonuna kadar tüm iş yerlerimizde sıfır kaza ile güvenli çalışma ortamı oluşturmaktır.

Çalışma İlişkileri Müdürü, İş Güvenliği Uzmanı, İç Satın Alma Müdürü RKÖS Müdürü ve Bakım Müdürü'nden oluşan ve Genel Müdürlük'te bulunan İSG Üst Kurulu'nun aldığı kararlar tüm market ve depoları kapsar. Buna ek olarak 35 noktamızda bulunan İSG Kurulları da İşveren Vekili (Market Müdürü), Sendika/Çalışan Temsilcisi, İş Güvenliği Uzmanı, İş Yeri Hekimi ve İK Sorumlusundan oluşur.

İş Güvenliği Uzmanı, iş güvenliği kapsamında tüm personel

için yapılan çalışmaların yönetiminden ve koordinasyonundan sorumludur; bir çok departmanla işbirliği içerisinde çalışır. Resmi müşterek yönetim-işçi sağlık ve güvenlik komitelerinde temsil edilen toplam iş gücü 2015 Aralık itibarıyla 10.062 kişidir.

Şirketimiz sektörel olarak az tehlikeli işler sınıfında yer almakla beraber, kasap ve depo bölümlerimizde kaza riski nispeten yüksek mesleki faaliyetlerle uğraşan personelimiz mevcuttur. Şirketimiz bünyesinde bugüne dek herhangi bir meslek hastalığı yaşanmamıştır. Yaşanabilecek meslek hastalıklarına karşı proaktif olarak risk değerlendirmeleri yapıp, eğitim ve teknik çalışmalarla önlemlerimizi alıyoruz.

Raporlama döneminde;

- 550 CarrefourSA ve satın alınan 195 Kiler marketinin İSG Risk Değerlendirme ve Acil Durum Eylem Planlarını tamamladık.
- İş yerlerimizde riskli bölümlerimizden olan kasap, pasta-ekmek, depo, balık, şarküteri, kasa, resepsiyon personelimize yönelik toplam 120 bin TL bedelinde kişisel koruyucu donanım temin ederek kaza risklerini en alt seviyeye çektik.
- Depo çalışanlarımıza ve kasaplarımıza mesleki İSG eğitimleri vererek, kendi mesleklerinde karşılaşılabilecekleri riskleri ve almaları gereken önlemleri aktardık.
- İSG kapsamında personeli görsel ve algısal olarak uyarıcı nitelikteki 35 bin TL bedelinde 12 bin adet farklı uyarı panosunu işyerlerimize yerleştirdik.
- Hipermarketlerimizde ve depolarımızda çalışan toplam 3.030 personelin İSG eğitimlerini %90 oranında tamamladık.

İş sağlığı ve güvenliği kapsamında raporlama döneminde alınan aksiyonlar, planlar, eğitimler, denetimler ve teknik kontroller sonucunda hedeflerin yerine getirilmesiyle birlikte bir önceki yıla göre iş kazalarında %20 azalma sağladık. Bununla birlikte kalitatif olarak iş kazaları sayılarında ve ek maliyetlerde düşüş, kantitatif

olarak çalışanlarımızın memnuniyetlerinde, verimliliklerinde, şirkete bağlılık ve işlerine verdikleri önemde artış gözlemledik.

Raporlama döneminde çalışan sayımızdaki %25 artışa rağmen aldığımız önlemler sonucunda kaza sayısı artmadı. Herhangi bir ölümlü kaza gerçekleşmedi.

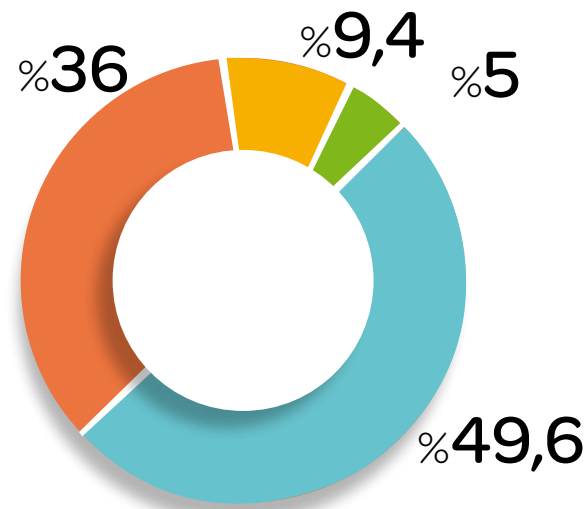
	Personel Sayısı	Kaza Sayısı	Kaza Sıklık Oranı (%)
2014	8.100	156	7,13
2015	10.301	156	5,74

Raporlama döneminde çalışan sayımızdaki artışla paralel olarak hem İSG eğitimi alan personel sayımız hem de İSG eğitim saatlerimiz arttı. İSG eğitimlerimizin 2015 yılındaki tüm eğitimlerimiz içindeki oranı yaklaşık %5'tir.

İSG EĞİTİMLERİMİZ

	Kişi	Saat
2014	5.556	34.001
2015	6.051	34.732

İSG YATIRIMLARIMIZ



- İSG Eğitimleri
- Güvenlik Ekipman ve Donanımları
- İş Güvenliği Uzmanı ve İşyeri Hekimi Hizmetleri
- Çeşitli Bakım, Onarım ve Tadilat İşleri



RİSK AVI

Raporlama döneminde, tüm marketlerimizde 2016 yılından itibaren uygulanacak ve marketlerde görev yapan tüm firma personeli, güvenlik, temizlik ve yemek işleri alt işverenlerini de kapsayacak bir uygulama başlatmayı planladık.

Bu çalışmanın tetikleyicisi işyerlerimizde kazalara sebep olan ve tespit edilemeyen risklerin varolması, amacı ise çalışanlarımızın riskleri tespit edip bildirmesi ile yaşanabilecek iş kazalarının önüne geçilmesidir.

Uygulamada karşılaşılabileceğimiz temel zorluk, personelin, tespit ettikleri riskleri bildirirken şikayet gibi algılaması ve vaz geçmesi olabilir. Eğitimlerle çalışanlarımıza, bu konunun tamamen proaktif bir yaklaşım olduğunu, yaşanabilecek olaylara önceden müdahale ederek engellenebileceğini anlatmayı ve bu uygulamayı duyurular, teşvik ve ödüllendirme ile desteklemeyi hedefliyoruz.

TOPLUMSAL YATIRIMLARIMIZ

Yerel Topluluklarla İlişkiler

CarrefourSA'nın faaliyet gösterdiği semt ve bölgelerde, yeni market açılışlarında ve satın alınan market zincirlerinin CarrefourSA standartlarına dönüşüm sırasında yapılan tadilatlarda yerel toplum üzerinde olumsuz herhangi bir etki yaratmamaya önem veriyoruz. Bu konuda hizmet aldığımız tedarikçilerin yaptığı çalışmalar da dahil olmak üzere, toplum sağlık ve güvenliğini koruyacak tüm önlemleri alıyoruz. Raporlama döneminde yerel toplumlar üzerinde tespit edilmiş olumsuz bir etkimiz mevcut değildir.

2014 yılında Kurban Bayramı boyunca CarrefourSA marketlerinde ve kesim merkezlerinde kesimi yapılan kurbanlara ait deri ve bağırsakları Türk Hava Kurumu'na bağışladık. Yine CarrefourSA

müşterileri tarafından internet üzerinden ve belirli CarrefourSA marketlerinde yapılan kurban bağışlarını, kesilip paketlenmiş halde, TOFD Türkiye Omurilik Felçlileri Derneği'ne ve ZİÇEV Zihinsel Yetersiz Çocukları Yetiştirme ve Koruma Vakfı'na ilettik. 2014 yılı Ramazan döneminde, Sivil Toplum Örgütleri ve yerel yönetimler yardımıyla 7.033 adet yiyecek kolisini ihtiyaç sahibi vatandaşlara ulaştırdık.

2015 yılında Beyoğlu Belediyesi Sosyal Yardımlaşma Derneği'nin işbirliği ile yürüttüğümüz bağış kampanyası ile 5 bine yakın ikinci el kıyafeti, temizlenmiş ve onarılmış halde ve derneğe ait Sosyal Market aracılığı ile ihtiyaç sahiplerine ilettik.

Kurumsal Sorumluluk Projelerimiz

CarrefourSA olarak, içinde yaşadığımız toplum üzerinde olumlu etkiler yaratmayı hedeflediğimiz tüm projelerimizde sosyal etkilerin

yanı sıra, çevresel ve ekonomik etkileri de dikkate alıyor ve bu türde projeleri yaygınlaştırmayı hedefliyoruz.

DARÜŞŞAFKA ÖĞRENCİLERİNE DESTEK PROJESİ

CarrefourSA olarak, 2015 yılında Darüşşafaka Eğitim Kurumları ile başlattığımız kurumsal sorumluluk projesi kapsamında Darüşşafaka okullarında eğitim gören öğrencilerin yarattığı desenlerle tasarlanan çantaları Türkiye genelinde tüm CarrefourSA hipermarketlerinde satışa sunduk. Çocukların el becerilerinin ve sosyal yaşamlarının gelişimine katkıda bulunurken

eğitim masraflarına da destek olmayı hedeflediğimiz projeden elde edilen tüm gelir Darüşşafaka Eğitim Kurumları'nda eğitim gören, annesi veya babası vefat etmiş, maddi olanakları yetersiz yetenekli öğrencilerin eğitimi için kullanıldı.

DOST HAREKETİ PROJESİ

2015 yılı Kasım ayında HayKonFed Hayvanların Yaşam Hakları Konfederasyonu ile başlattığımız işbirliği sonucunda, marketlerde biriken, son kullanma tarihi yaklaşmış ve tüketilebilir durumdaki ürünleri sokak hayvanlarının beslenmesinde kullanılması için hayvan bakımevlerine bağışlamaya başladık. İlk olarak İstanbul'da başlayacak olan projeye fayda yaratan türde bir atık yönetimi gerçekleştirirken, sokak hayvanlarının hayatta kalmalarına destek olmayı hedefliyoruz ve bulunduğumuz

tüm uygulanabilir şehirlere yaymayı hedefliyoruz. Daha önce marketlerimizin ferdi olarak destek olduğu bakımevleri ile ilişkimiz bir protokole bağlı olarak kurumsal olarak devam edecektir.



ÇEVRESEL PERFORMANSIMIZ

Çevresel sürdürülebilirlik anlayışımızın odağında enerji verimliliği ve atık yönetimi yer alıyor. Çevre dostu bina yatırımımız ve gıda atıklarının sosyal faydaya dönüştüğü projelere katkımızla CarrefourSA olarak stratejimizi destekleyecek adımlar atmaya devam ediyoruz.

ÇALIŞAN GÖRÜŞÜ

Gül Hantal Çelik

21 yıldır CarrefourSA'lıyım!

CarrefourSA benim için **çok yönlü gelişme fırsatı** sunan şirkettir.

Sektörümüze öncülük edecek, çevresel ve sosyal sorumluluklarını kapsayan katma değerli projeler yürüten bir markadır.



CarrefourSA'daki Kariyerim!

Carrefour1994 yılında İçerenköy marketimizde çalışmaya Bazar Sektör Asistanı olarak başladım. 1996 yılında Bilgi İşlem servisine geçtim. 1999 yılında Ümraniye hipermarket açılışında Sipariş Üssü Reyon Şefi olarak bulundum. 2000 yılında Genel Müdürlük Eğitim ve Sistem Organizasyon ekibine geçtim. 2003 yılında İşletme Kontrolörü olarak Mersin Hipermarketinde çalışmaya başladım. Genel Müdürlük Finans Departmanında Bütçe Raporlama ekibinde işletme kontrolörü olarak devam ettim. 2010 yılından bu yana ise Yatırım ve İnşaat Direktörlüğü'nde Kontrol Yöneticisi olarak çalışıyorum.



ENERJİ, SU, MALZEME VERİMLİLİĞİ

CarrefourSA'da faaliyetlerimizi yürütürken kullandığımız temel doğal kaynak enerjidir. Enerji tüketimimiz yoğun olarak donmuş ve taze gıda sunma hedefiyle marketlerimizde soğutma amacıyla gerçekleşiyor. Market enerji tüketiminin %45'i endüstriyel soğutma, %23'ü iklimlendirme, %9'u ise diğer aydınlatma vb. kullanımı sonucu oluşuyor. Raporlama döneminde standart soğutma dolabı motorlarını kademeli olarak daha verimli ve sessiz olan scroll kompresörlerle değiştirmeye devam ettik.

Birçok hipermarketimizde ve market içi depoların aydınlatmasında sensörlü ekipman kullanıyoruz. Üç kademede çalışan zaman planlı otomasyon sistemi, sabah 5:00'te marketin açılmasıyla çalışmaya başlıyor. Armatürler saat 5:00-10:00 arası %25, 10:00-12:00 arası

%50, 12:00-17:00 arası %75 ve market kapanana kadar %100 aydınlatma kapasitesi ile çalışıyor.

Marketlerimizdeki endüstriyel soğutma dolaplarının hepsi A sınıfı enerji tüketimine sahiptir.

Yine binalarımızda mevsime uygun olarak ısıtma ve soğutma amaçlı doğal gaz ve elektrik tüketiyoruz. Şebeke üzerinden aldığımız elektrik farklı enerji kaynaklardan gelebiliyor. Şebekeden kullandığımız elektriği, yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yapan grup şirketimiz EnerjiSA aboneliğimiz aracılığıyla alıyoruz. Genel Müdürlük binamız azami enerji verimliliğini sağlayacak donanımdadır ve LEED Gold Sertifikasına sahiptir.

	2014	2015
Maltepe Plaza Doğal Gaz Tüketimi (m³)	58.721	86.735
Maltepe Plaza Elektrik Tüketimi (kWh)	2.431.215	2.269.775

2015 yılındaki doğal gaz tüketim artışı çalışan sayısı artışının %13 altında gerçekleşti. Raporlama döneminde elektrik tüketimimizdeki %7'lik azalmayı, var olan otomasyon sistemini manuel olarak kumanda ederek daha fazla tasarruf sağlamamız sonucunda başardık.

CARREFOURSA'YA LEED GOLD SERTİFİKASI



Şirketimizin İstanbul Maltepe'deki Genel Müdürlük binası, 2015 yılında LEED® BD+C: Core and Shell kategorisinde 67 puanla LEED Gold® Sertifikası olarak yeşil bina ünvanını aldı. Genel Müdürlük binamız, daha az su ve elektrik tüketen, çalışanlarına iç hava kalitesi açısından yüksek verimle çalışma ortamı sunan ve sürdürülebilirlik kapsamında katma değer sağlayan bir bina olarak tescillendi.

Yeşil bina sertifikalandırma sistemleri içerisinde uluslararası alanda en fazla tercih edilen LEED Gold® sertifikasını alan şirketimizde, sorumlu iş anlayışımızla geliştireceğimiz projelerle LEED Platinum® sertifikasını alma hedefiyle çalışmalarımıza devam ediyoruz.

LEED® (Leadership in Energy and Environmental Design/ Enerji ve Çevre Dostu Tasarımda Liderlik) olarak adlandırılan LEED® sertifika sistemi, binalarda tasarım, inşaat ve sonrasında operasyonel çözümler konusunda standartları bulunan uluslararası kabul görmüş, üçüncü taraf doğrulaması sağlayan bir sertifikasyon sistemidir. LEED® sertifika sistemi USGBC® (U.S. Green Building Council®/ ABD Yeşil Bina Konseyi) tarafından yönetilip geliştiriliyor.

Tedarik Zinciri ve Lojistikte Verimlilik Çalışmaları

Market ve binalarımıza ek olarak lojistikte kaynak verimliliği için lojistik tedarikçilerimizle yakın işbirliği içinde çalışıyor ve projeler üretiyoruz. 2015 yılında, verimliliği arttırmak hedefiyle, ürünlerin tedarikçilerimizden marketteki raflara kadarki tüm lojistik süreçlerini yeniden inceledik ve 2016 yılında başlayacak birçok verimlilik projesinin alt yapısını hazırladık.

CarrefourSA'nın tüm nakliye işleri soğuk zincir de dahil olmak üzere, yüklenicilere ait ve günlük ihtiyaca göre temin edilen araçlarla gerçekleşiyor. Raporlama döneminde mevcut üç bölgesel

tedarikçimizle takip ettiğimiz; araç filosu güncelleme, yakıt tüketimi azaltma, stok devir hızını artırma hedefli ortak çalışmaların yanı sıra market-depo stok takibi yazılım yatırımları da yaptık.

Gelişmiş Nakliye Yönetimi (Transportation Management Tool) uygulamasının kullanımına 2016 yılında geçmeyi planlıyoruz. Bu program ile hedefimiz rota optimizasyonudur. Bunlara ek olarak araç palet doluluk oranları ve bir palette gönderilen ortalama koli sayılarını da performans hedefleriyle (KPI) takip ediyoruz.

Su Tasarrufu

Perakendeci olarak herhangi bir sanayi kuruluşu ile karşılaştığımızda su tüketim yoğunluğumuz oldukça düşük seviyededir. Buna rağmen hem ülkemizdeki hem de dünyadaki temiz suya ulaşım istatistiklerini dikkate aldığımızda, su tüketiminin göz ardı edemeyeceğimiz bir konu olduğunu biliyoruz. Yönetim binalarımızda ve marketlerimizde suyun tasarruflu kullanımı için çalışanlarımızı bilinçlendirmenin yanı sıra lavabolarda fotoselli batarya kullanımı ile temiz suyun atığa dönüşmesini önüyoruz.

Su verilerimizi, Maltepe Genel Müdürlük binamızdaki teknik ekibimizle aylık olarak sayaçlar üzerinden takip ediyoruz. Su tüketimimizde 2015 yılındaki artışın sebebi, bu binadaki çalışan sayımızın 500'den yaklaşık 800 kişiye çıkmasıdır. Çalışan sayımızdaki %60 artışa rağmen önlemlerimiz sonucunda su tüketimimiz %34 oranında arttı. Marketlerimize ait su verilerimize gelecek raporumuzda yer vermeyi planlıyoruz. CarrefourSA'da geri dönüştürülmüş su kullanımı mevcut değildir.

Maltepe Plaza Toplam Su Kullanımı (m³/ yıl)

2014	2015
8.584	11.337

Malzeme Kullanımı

Perakendeci olarak öz marka ürünlerimiz de dahil olmak üzere üretim faaliyetimiz bulunmadığından malzeme kullanımımızın yoğun olduğu alanlar ofis malzemeleri ile yeni market açılışlarında ve tadilatlarda kullanılan inşaat malzemeleridir. Yeni açılan

marketlerdeki malzeme kullanımına 'proje-inşaat' bölümü karar veriyor. Market inşaat ve tadilat işlerimiz malzeme satın almasını da yapan bu konuda tecrübeli yüklenici firmalar tarafından yürütülüyor. İnşaat malzemeleri ihtiyaca yönelik alınıyor.



SIVI VE KATI ATIK YÖNETİMİ

CarrefourSA'nın depo ve marketlerinde yoğun olarak oluşan atıklar ağırlıklı kağıt-karton olmak üzere ambalaj atıkları ve organik atıklardır. Marketlerimizde atık yönetiminde önceliğimiz; atıkları önlemek, azaltmak, uygun bertaraf yöntemleri için geçici depolamak, geri kazanmak ya da insan ve çevre sağlığına uygun şekilde bertaraf edilmesini sağlamaktır.

CarrefourSA'da tüm faaliyetlerimizi 2872 Sayılı Çevre Kanunu ve ilgili yönetmeliklere uyumlu olarak yürütüyoruz. Tüm market ve depolarımızda kontrol ekiplerimiz mevcuttur; amaçları günlük kontrollerle ve QDMS (Kalite Dokümanı Yönetim Sistemi) üzerinde yer alan atık ve envanter prosedürleri çerçevesinde

kayıpları azaltmaktır. Ayrıca uygulamaya yönelik iç ve operasyonel denetimlerimiz de mevcuttur.

Marketlerimizde satışa sunulan ürünlerimizin satış vasıflarını bir nedenden dolayı yitirmiş olan ürün atıklarını azaltma çalışmalarının yanı sıra gıda güvenliği kapsamında tüketilmesinde bir sakınca bulunmayan ürünlerin değerlendirilmesi için Gıda Bankacılığı projesini yürütüyoruz.

Gıda ve ambalaj atıkları dışındaki; jeneratör ve kesintisiz güç kaynaklarında değişimi yapılmış olan akü ve yağlar, bakım sözleşmesi ile hizmet aldığımız firmalar tarafından bertaraf ediliyor.



MALTEPE HİPERMARKET ENTEGRE ATIK YÖNETİMİ PLANI

2015'te, Maltepe Hipermarketimizde entegre atık yönetimini kurmak, içselleştirmek ve sürdürülebilirliğini sağlamak için hazırladığımız Entegre Atık Yönetim Planının onaylanması için İstanbul Valiliği Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü'ne müracaatta bulunduk ve üç yıl geçerliliği olan onayımızı aldık.

Atık yönetim planımızı hazırlarken yürürlükte olan tüm ilgili yönetmelikleri temel aldık. Bunlar;

- Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği,
- Atık Pil ve Akümülatörlerin Kontrolü Yönetmeliği,
- Atık Yağların Kontrolü Yönetmeliği,
- Bitkisel Atık Yağların Kontrolü Yönetmeliği,
- Atık Yönetimi Yönetmeliği,
- Tehlikeli Atıkların Kontrolü Yönetmeliği'dir.

Uygulama aşamasında mal kabulden markette satış sonrasına kadar tüm süreçlerimizi inceledik. Tüm tehlikeli ve tehlikesiz atıklarımızı tanımlayıp türlerine ve kaynaklarına göre kategorize ettikten sonra tüm atıkların kaynağında ayrı toplanması için geçici atık depolama alanları oluşturduk.

Bertaraf veya geri kazanıma gönderilecek atıklar için yetkili kuruluşları ve tesisleri belirledik. Çevrenin önemi ve çevre kirliliğinin sonuçları, çevre kirliliğine neden olan atıklar ve çeşitleri, çevre mevzuatı gereği sorumluluklar ve görevler, atıkların toplanması, taşınması, özel atıkların toplanması, depolama sahası kullanımı başlıklarında eğitimler düzenledik. Maltepe marketimizde başlattığımız bu uygulamayı önümüzdeki yıllarda diğer hipermarketlerimize de yaygınlaştırmayı hedefliyoruz.

2015 yılında Maltepe Park CarrefourSA'da...

288.000 kg kağıt / karton ambalaj atıklarını geri dönüşüme göndererek;



4.881 adet yetişkin ağacın kesilmesini önledik.



9.764 kişinin günlük oksijen ihtiyacını destekledik.



3.561.274 m³ oksijen gazının üretilmeye devam etmesine katkı sağladık.



3.561.274 m³ havadaki sera gazı olan karbondioksitin bertaraf edilmesini sağladık.



9.216 m³ su tasarrufu sağladık.

Yaklaşık 31 ton metal ambalaj atığını geri dönüşüme göndererek,



100 wattlık bir ampulün 336.000 saat çalışabileceği miktarda enerji elde edilmesini sağladık.

Toplam 386 litre bitkisel atık yağı geri kazanarak,



30,8 litre biyodizele dönüştürülmesi sağladık.

1.127 kg cam atığı geri dönüşüme göndererek,



112,7 litre petrol tasarrufu sağladık.

Yaklaşık 31 ton plastik atığın geri dönüşüme göndererek,



180 kişinin yıllık enerji ihtiyacına denk gelen 588.000 kWh enerji elde edilmesini sağladık.

Doğru şekilde toplanıp, atılmadığında çevre ve insan sağlığı için tehlikeler yaratan ağır metal içeren



78 kg elektronik atık,



165 kg pil ve atığı,



190 kg floresan ampülü, geri kazanım ve bertaraf yoluyla doğaya karışmasını engelledik.

Maltepe Temel İhtiyaç Derneği'ne 35.000 kg çeşitli gıda bağışı yaptık.

GIDA BANKACILIĞI DESTEK PROJESİ

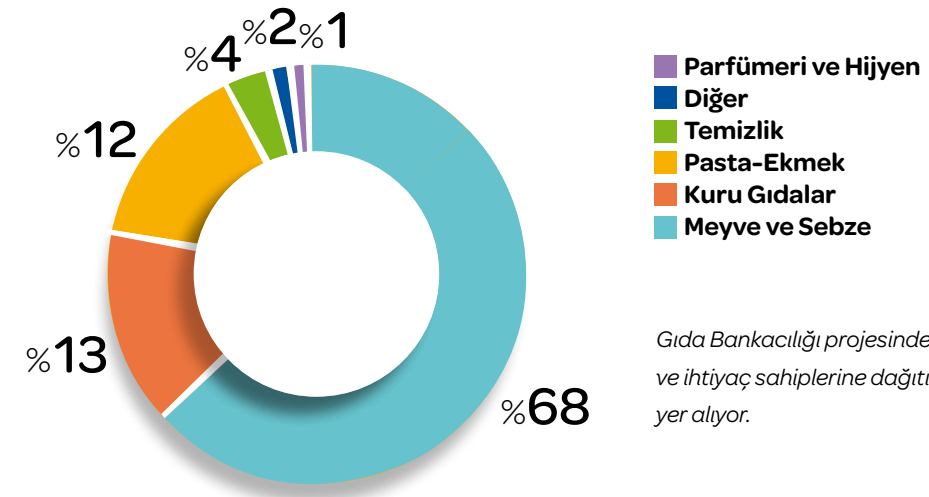
Bu proje ile son kullanma tarihi yaklaşmış, paketleme hatası, üretim, ihracat veya ihtiyaç fazlası gibi nedenlerle rafa çıkamayacak durumdaki, fakat gıda güvenliği kapsamında tüketilmesinde bir sakınca bulunmayan ürünlerin uygun şartlarda depolanarak ve nakil edilerek ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmasını amaçlıyoruz.

2009 yılında Bayrampaşa hipermarketimizde başlattığımız ve 2011'den bu yana Beyoğlu Sosyal Market Vakfı iş birliği ile yürüttüğümüz Gıda Bankacılığı Projesi'ni 2015 yılında Maltepe destek market, Ankara Çayed sosyal markete ek olarak Adana Çukurova ve Adapazarı Belediyelerini dahil edecek şekilde yaygınlaştırdık. Ayrıca, İzmit hipermarketimizde de Kızılay ile işbirliği yapıyoruz.

Bu kapsamda hazırladığımız İnsani Tüketim Amaçlı Gıda Bağış Prosedürümüz marketlerdeki satışı yapılamayan ancak insani tüketim amaçlı kullanılabilir gıda ürünlerinin, belirlenen kurumlara bağış olarak verilmesini düzenliyor.

Düzenli olarak yaptığımız bağışlarla, ekonomik yetersizlikler ve başka nedenlerden dolayı yeterince beslenemeyen vatandaşların ihtiyaçları karşılanırken, ürün israfının da önüne geçiyoruz. CarrefourSA tarafından bağışlanan gıda ve gıda dışı ürünler, Beyoğlu Sosyal Market aracılığıyla her yıl yaklaşık 25 bin ihtiyaç sahibine ulaşıyor. Şu anda 7 hipermarketimizde yürütülen projeyi tüm hipermarketlerimize yaymayı planlıyoruz.

MIKTAR BAZINDA ÜRÜN KATEGORİSİ DAĞILIMI



Gıda Bankacılığı projesinde 2015 yılında yeniden kazanılan ve ihtiyaç sahiplerine dağıtılan ürün grupları soldaki grafikte yer alıyor.



TEMİZ ÇEVRE VE ENGELSİZ HAYAT PROJESİ

CarrefourSA olarak, 2013 yılı Ekim ayında Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı ve Türkiye Çevre Koruma Vakfı'nın desteğiyle başlattığımız Temiz Çevre Engelsiz Hayat Projesi ile sektörümüzde bir ilki gerçekleştirdik.

Projemizin öncelikli amacı müşterilerimizin ve marketlerimizin bulunduğu yörelerde yaşayan halkımızın evlerinde biriken atık yağlarını şişelere doldurup marketlerimizdeki atık yağ toplama noktalarına bırakmalarını sağlamaktır. Burada tetikleyici unsur, lavabolara dökülerek yeraltı sularına ve denizlere kadar ulaşan atık yağların çevreye verdiği zararı azaltmaktır.

Türkiye'deki toplama noktalarının yetersizliği ve marketlerin de bu amaç için elverişli olması sebebiyle proje kapsamında Türkiye'nin dört bir yanındaki 250'nin üzerinde CarrefourSA marketinde bitkisel atık yağ toplama noktaları oluşturduk. Yağ toplama kutularını Deha Bitkisel Atık Yağ Toplama Geri Kazanım Biodizel Üretimi San. ve Tic. A.Ş.'den ücretsiz olarak temin ettik. Toplumumuzda bu konuyla ilgili farkındalık seviyesinin düşük olması sebebiyle ve çevreyi koruma bilinci oluşturmak amacıyla, market içi afişler ve sosyal medya hesaplarımız aracılığıyla projenin bilinirliğinin artmasını sağladık.

Müşterilerimizin çevre bilinci ve hassasiyeti sonucu marketlerimizde birinci yılın sonunda toplanan atık yağ miktarı 24 bin kilografa ulaştı. 2015 sonuna kadar da 40 bin kilogramın üzerinde bitkisel atık yağ toplayarak, ülkemizde en yüksek miktarda atık yağın toplandığı nokta olduk. Türkiye genelinde uygulanan bu projede toplanan atık yağın %13,9'luk oranı CarrefourSA marketlerinde toplanıyor. Proje kapsamında toplanan atık yağlar ise bir kilogram yağdan bir kilogram biyodizel elde edilecek şekilde çevreci bir yakıtla dönüştürülüyor ve ekonomik bir değer olarak yeniden kazanılıyor.

Temiz Çevre Engelsiz Hayat Projesi sosyal yönüyle de öne çıkıyor. Proje ile CarrefourSA marketlerinde toplanan bitkisel atık yağlar, geri dönüşüme tabi tutuluyor ve bu yağlardan elde edilen gelir Türkiye Omurilik Felçilleri Derneği, TURMEPA gibi sivil toplum kuruluşlarına bağışlanıyor. Elde edilen gelirlerin bir kısmı engelli vatandaşların akülü tekerlekli sandalye, protez, işitme cihazı gibi ihtiyaçlarının karşılanmasında kullanılıyor.

Hem sosyal hem de çevresel anlamda olumlu etkiler yaratmayı hedefleyen bu projeye verdiğimiz desteğe önümüzdeki yıllarda, her yeni marketimize atık kutusu yerleştirerek ve müşterilerimizdeki farkındalığı artırarak devam edeceğiz. Elde edilecek gelirleri de her sene farklı bir STK'ya bağışlamayı hedefliyoruz.

SOSYAL PERFORMANS GÖSTERGELERİMİZ

İŞGÜCÜ

İstihdam ve Devir	Birim	2014	2015	GRI
İşe yeni giren	Kişi	4.554	6.858	G4-LA1
	Oran	%56,88	%68,37	
İşten ayrılan	Kişi	3.464	4.836	
	Oran	%43,26	%48,22	
Cinsiyete Göre	Birim	2014	2015	GRI
Erkek - İşe alınan	Kişi	2.790	4.176	G4-LA1
	Oran	%34,84	%41,64	
Erkek - İşten ayrılan	Kişi	2.147	3.007	
	Oran	%26,81	%29,98	
Kadın - İşe alınan	Kişi	1.764	2.662	
	Oran	%22,03	%26,54	
Kadın - İşten ayrılan	Kişi	1.317	1.829	
	Oran	%16,45	%18,24	
Yaş Göre	Birim	2014	2015	GRI
30 Yaş ve altı - İşe alınan	Kişi	3.515	5.044	G4-LA1
	Oran	%43,90	%50,29	
30 Yaş ve altı - İşten ayrılan	Kişi	2.530	3.604	
	Oran	%31,60	%35,93	
30 - 50 Yaş arası - İşe alınan	Kişi	997	1.721	
	Oran	%12,45	%17,16	
30 - 50 Yaş arası - İşten ayrılan	Kişi	890	1.176	
	Oran	%11,12	%11,72	
50 Yaş ve üstü - İşe alınan	Kişi	42	93	
	Oran	%0,52	%0,93	
50 Yaş ve üstü - İşten ayrılan	Kişi	44	56	
	Oran	%0,55	%0,56	

Doğum İzni Kullanan Çalışanlar (2014-2015)	Toplam	Kadın	Erkek	GRI
Doğum izni kullanan çalışanlar	550	288	262	G4-LA3
Doğum izni bittikten sonra işe dönen çalışanlar	520	270 %73,75	250 %95,41	G4-LA3
Doğum izninden sonra işe dönen ve sonrasında en az 12 ay daha çalışanlar	520	270	250	G4-LA3

İŞGÜCÜ

İstihdam Türüne Göre	Birim	2013	2014	2015	GRI
Beyaz Yaka - Kadın	Kişi	331	457	588	G4-10
Beyaz Yaka - Erkek	Kişi	890	1.126	1.492	
Mavi Yaka - Kadın	Kişi	2.085	2.402	3.104	
Mavi Yaka - Erkek	Kişi	3.593	4.022	4.846	
TOPLAM	Kişi	6.899	8.007	10.030	
Cinsiyete Göre	Birim	2013	2014	2015	GRI
Erkek	Kişi	4.483	5.148	6.338	G4-LA12
	Oran	%65,00	%64,29	%63,19	
Kadın	Kişi	2.416	2.859	3.692	
	Oran	%35,00	%35,71	%36,81	
Yaş Göre	Birim	2013	2014	2015	GRI
30 Yaş ve altı	Kişi	1.398	1.682	2.198	G4-LA12
	Oran	%20,26	%21,01	%21,91	
	Kişi	1.875	2.187	2.758	
	Oran	%27,18	%27,31	%27,50	
30 - 50 Yaş arası	Kişi	999	1.161	1.476	
	Oran	%14,48	%14,50	%14,72	
	Kişi	2.523	2.851	3.401	
	Oran	%36,57	%35,61	%33,91	
50 Yaş ve üstü	Kişi	19	16	18	
	Oran	%0,28	%0,20	%0,18	
	Kişi	85	110	179	
	Oran	%1,23	%1,37	%1,78	
Diğer Gruplar	Birim	2013	2014	2015	GRI
Engelli	Kişi	50	41	41	G4-LA12
	Oran	%0,72	%0,51	%0,51	
	Kişi	261	157	157	
	Oran	%3,78	%2,08	%2,08	

Yönetim Yapısı (Yönetim Kurulu ve Üst Yönetim)	Birim	2013	2014	2015	GRI
Kadın Üyeler	Oran	%25,00	%16,67	%21,43	G4-LA12
30 Yaş ve altı	Oran	%0,00	%0,00	%0,00	
30 - 50 Yaş arası	Oran	%91,67	%100,00	%92,86	
50 Yaş ve üstü	Oran	%8,33	%0,00	%7,14	
Engelli	Oran	%0,00	%0,00	%0,00	

İŞGÜCÜ

Yönetim Kategorisine Göre	Birim	2013	2014	2015	GRI
Üst Yönetim (Genel Müdür ve Direktörler)	Kadın	3	2	3	G4-LA12
	Oran	%0,04	%0,02	%0,03	
	Erkek	9	10	11	
Müdür	Oran	%0,13	%0,12	%0,11	
	Kadın	62	74	103	
	Oran	%0,90	%0,92	%1,03	
	Erkek	295	329	480	
Yönetici	Oran	%4,28	%4,11	%4,79	
	Kadın	124	120	183	
	Oran	%1,80	%1,50	%1,82	
	Erkek	516	527	670	
Kıdemli Uzman	Oran	%7,48	%6,59	%6,68	
	Kadın	27	22	21	
	Oran	%0,39	%0,27	%0,21	
	Erkek	21	21	20	
Uzman Yardımcısı/Uzman	Oran	%0,30	%0,26	%0,20	
	Kadın	168	183	226	
	Oran	%2,44	%2,29	%2,25	
	Erkek	157	237	305	
Görevli	Oran	%2,28	%2,96	%3,04	
	Kadın	2.032	2.458	3.156	
	Oran	%29,45	%30,70	%31,47	
	Erkek	3.485	4.024	4.852	
	Oran	%50,51	%50,26	%48,37	

İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ

Bölge: Türkiye		2014		2015		
Kazalar	Birim	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	GRI
Kaza sıklık oranı	Oran	7,2		5,7		G4-LA6
Mesleki hastalık oranı	Oran	0,0		0,0		
Ölüm	Adet/Yıl	0,0		0,0		
Kayıp Günler	Birim	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	GRI
İş kazası sebebiyle kayıp gün	Oran	%0,006		%0,006		G4-LA6
Hastalık vd. sebeplerle kayıp gün	Oran	%0,4		%0,4		

Kaza türleri: Araç çarpması, cisim çarpması, forklift ezmesi, KKD kullanılmaması, yüksekte düşme, cisim batması, hatalı ekipman kullanma, kayma/düşme, elektrik çarpmasıdır.

Veriler: Cinsiyete göre kategorize edilmemiştir. Alt işveren verileri mevcut değildir.

EĞİTİM PERFORMANSIMIZ

	kişi		SAAT		GRI
YIL	2014	2015	2014	2015	
Kadın	15.790	26.816	121.018	285.196	G4-LA9
Erkek	27.647	48.214	189.135	481.952	
TOPLAM	43.437	75.030	310.153	767.148	
	kişi		SAAT		GRI
YIL	2014	2015	2014	2015	
Mesleki Eğitimler	25.286	54.006	179.404	609.740	G4-LA9
Kişisel Gelişim	2.528	7.822	35.203	84.663	
İş Sağlığı ve Güvenliği	5.556	6.051	34.001	34.732	
Yasal Zorunlular	10.067	7.151	61.545	38.013	
TOPLAM	43.437	75.030	310.153	767.148	

ÇEVRESEL PERFORMANS GÖSTERGELERİMİZ

Enerji Tüketimi		Genel Müdürlük		
Doğrudan Enerji Kaynakları	Birim	2014	2015	GRI
Doğal Gaz	TEP	48,4	71,6	G4-EN3
	m ³	58.721	86.735	
Dolaylı Enerji Kaynakları	Birim	2014	2015	GRI
Elektrik	kWh	2.431.215	2.269.775	G4-EN3
	TEP	209,1	195,2	

Toplam Su Çekimi		Genel Müdürlük		
Kaynak: Şebeke	Birim	2014	2015	GRI
Su	m ³ /yıl	8.584	11.337	G4-EN8

Atıklar		Maltepe Hipermarket		
Atık Adı	Birim	2015	Bertaraf	GRI
Kağıt-Karton	kg	288.000	Belediye	G4-EN23
Metal Ambalaj	kg	42.000	Belediye	
Plastik Ambalaj	kg	42.000	Belediye	
Cam Atık	kg	1.127	Yetkili kuruluş	
Bitkisel Atık Yağ	kg	386	Yetkili kuruluş	
Organik Atıklar	kg	144.000	Belediye	
Atık Pil ve Akü	kg	165	Yetkili kuruluş	
Flüoresan Ampul	kg	190	Yetkili kuruluş	
Elektronik Atıklar	kg	78	Yetkili kuruluş	
Gıda Bağışı	kg	35.000	Belediye	

ÜYELERİMİZ

Dernek Adı	Yönetimdeki Şirket Temsilcisi	Görevi
Gıda Perakendecileri Derneği	Hakan Ergin	Yönetim Kurulu Üyesi
Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği	Hakan Ergin	Yönetim Kurulu Üyesi
Kurumsal İletişimciler Derneği	M. Necati Özdeniz	Yönetim Kurulu Üyesi
Türk Fransız Ticaret Derneği	Hakan Ergin	Yönetim Kurulu Üyesi
Gıda Güvenliği Derneği	Nuray İbrahimioğlu	Yönetim Kurulu Üyesi
Deniz Temiz Derneği	Hakan Ergin	Kurumsal Üye
Özel Markalı Ürünler Tedarikçileri Derneği	Hakan Ergin	Kurumsal Üye
Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği	Hakan Ergin	Yönetim Kurulu Üyesi
Kategori Marketçileri Derneği	Hakan Ergin	Yönetim Kurulu Üyesi
Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği	Kutay Kartallıoğlu	Kurumsal Üye

GRI İÇERİK İNDEKSİ

GENEL STANDART BİLDİRİMLER

STRATEJİ VE ANALİZ	
G4-1 (GM Mesajı)	Sayfa 5-6
KURUMSAL PROFİL	
G4-3 (Şirket adı)	Sayfa 53
G4-4 (Markalar, ürün ve hizmetler)	Sayfa 7
G4-5 (Adres)	İstanbul, Türkiye
G4-6 (Ülkeler)	Sadece Türkiye’de faaliyet gösteriyoruz.
G4-7 (Yasal şirket tanımı)	Anonim Şirket
G4-8 (Pazarlar)	Sayfa 7
G4-9 (Büyüklük)	Sayfa 7
G4-10 (Çalışan profili)	Sayfa 48
G4-11 (Toplu sözleşme)	Sayfa 32
G4-12 (Tedarik zinciri)	Sayfa 21-22
G4-13 (Değişiklikler)	Faaliyet yılı içinde şirket sermaye yapısında herhangi bir değişiklik olmamıştır.
G4-14 (İhtiyatlılık yaklaşımı)	Tüm çevre kanun ve yönetmeliklerine uyumlu faaliyet gösteriyoruz.
G4-15 (Harici prensipler)	Mevcut değil
G4-16 (Üyelikler)	Sayfa 50
TANIMLANAN ÖNCELİKLİ UNSURLAR VE ÇERÇEVELER	
G4-17 (Raporlanan şirketler)	Sayfa 3
G4-18 (Unsurların ve sınırlarının belirlenme süreci)	Sayfa 15
G4-19 (Önemli unsurlar)	Sayfa 15
G4-20 (Unsurların şirket içi sınırları)	Sayfa 16
G4-21 (Unsurların şirket dışı sınırları)	Sayfa 25
G4-22 (Tekrarlar)	Bu ilk raporumuzdur.
G4-23 (Kapsam ve sınırlardaki değişiklikler)	Bu ilk raporumuzdur.
PAYDAŞ KATILIMI	
G4-24 (Görüş alınan paydaşlar)	Sayfa 15
G4-25 (Paydaşların tanımlanması)	Sayfa 13
G4-26 (Paydaş katılım yöntemi ve sıklığı)	Sayfa 14
G4-27 (Paydaşların öncelikli unsurları)	Sayfa 15

GENEL STANDART BİLDİRİMLER

RAPOR PROFİLİ	
G4-28 (Raporlama dönemi)	Sayfa 3
G4-29 (Önceli rapor)	Bu ilk raporumuzdur.
G4-30 (Raporlama döngüsü)	Yıllık
G4-31 (İletişim)	Sayfa 53
G4-32 (GRI bilgileri)	Sayfa 51- 52
G4-33 (Dış denetim)	Dış denetim yapılmamıştır.
YÖNETİŞİM	
G4-34 (Yönetişim yapısı)	Sayfa 8-9
ETİK VE DÜRÜSTLÜK	
G4-56 (Değerler)	Sayfa 9

Öncelikli Unsurlar	DMA ve Göstergeler
Ekonomik Performans	Sayfa 19-20
Pazarlama İletişimi	Sayfa 25-27
İstihdam	Sayfa 28-29
İş Sağlığı ve Güvenliği	Sayfa 36
Çalışan ve İnsan Hakları	Sayfa 32
Eğitim ve Öğretim	Sayfa 33-35
Yerel Topluluklar	Sayfa 38
Müşteri Sağlığı ve Güvenliği	Sayfa 24-25
Enerji	Sayfa 41
Su	Sayfa 42
Malzemeler	Sayfa 42
Atık Su ve Diğer Atıklar	Sayfa 44-46

İLETİŞİM BİLGİLERİMİZ

CARREFOURSA CARREFOUR TİCARET MERKEZİ A.Ş.

Genel Müdürlük

Cevizli Mah. Tugay Yolu Cad. B Blok No:67
34846 Maltepe/İstanbul
Tel: +90 216 655 00 00

Rapor İletişimi

Necati Özdeniz
CRM ve Pazarlama Direktörü
nozdeniz@carrefoursa.com



SERCOM
DANIŞMANLIK

Elif Özkul Gökmen
Tel: +90 533 648 07 40
elif@sercomconsulting.com

FİKRİFERAH

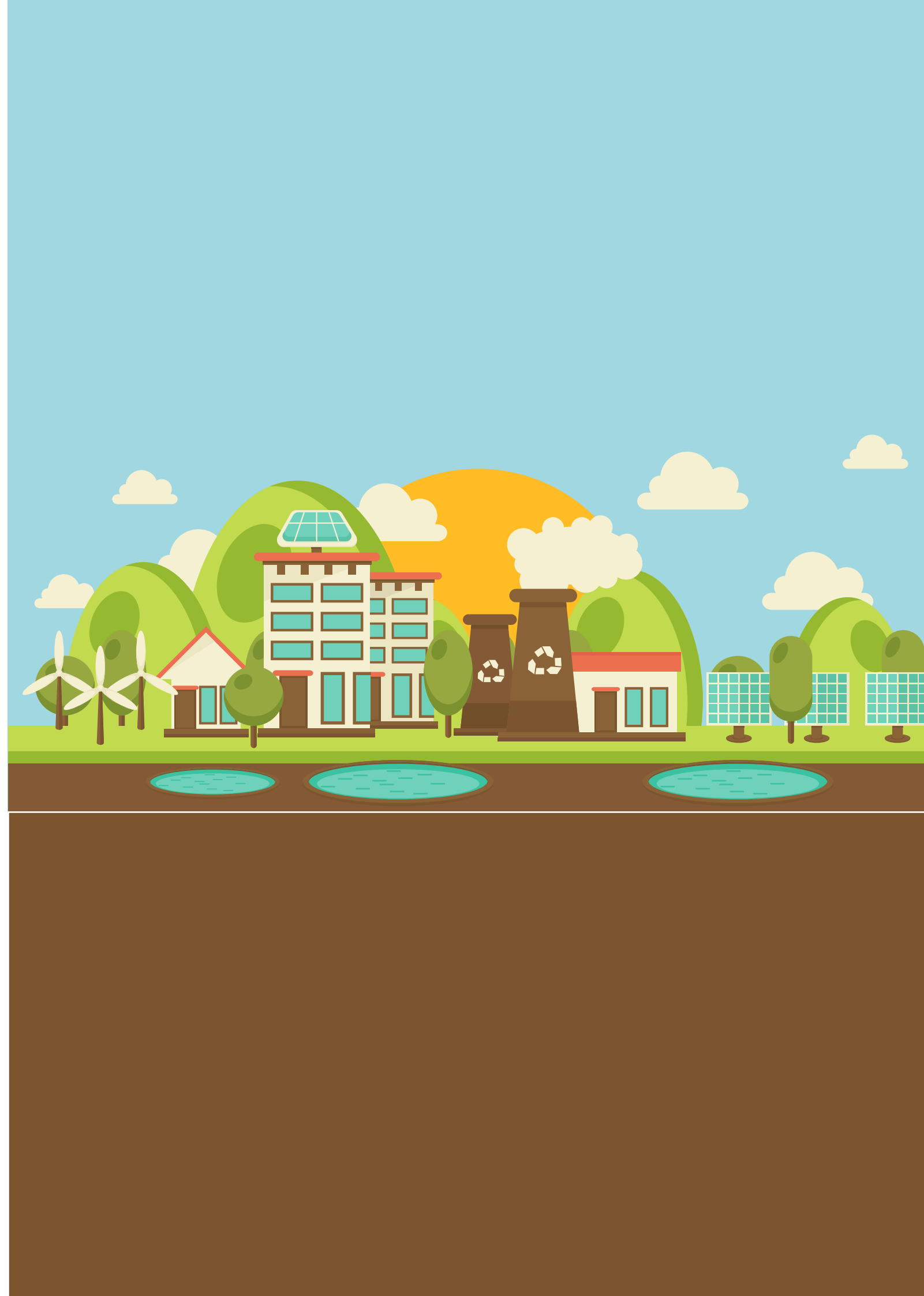
Özge Kaner
Tel: +90 533 273 14 96
ozgekaner@fikriferah.com

YASAL UYARI

CARREFOURSA sürdürülebilirlik raporunda (rapor) yer alan bilgiler ve analizler raporun hazırlandığı zaman diliminde doğru ve güvenilir olduğuna inanılan kaynaklar ve bilgiler kullanılarak, sadece bilgilendirme amaçlı olarak yazılmıştır ve herhangi bir yatırım kararı için temel oluşturma amacı taşımaz.

Şirket, yöneticileri, çalışanları ve raporun üretiminde katkıda bulunan diğer tüm şahıslar ve kurumlar, bu raporda yer alan bilgilerin kullanımı nedeniyle doğabilecek zararlardan sorumlu tutulamazlar.

Raporun her hakkı CARREFOURSA'ya aittir.





ne lazımsa

Carrefour



 carrefoursa.com

 444 10 00

 [/carrefoursa](https://www.facebook.com/carrefoursa)

 [@carrefoursa](https://twitter.com/carrefoursa)

