

McDONALD'S TÜRKİYE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU

2011

2012

McDonald's



işte bunu seviyorum®

İçindekiler

RAPORUMUZ HAKKINDA	2
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PROFİLİMİZ	3
PAYDAŞLARIMIZA MESAJIMIZ	4
KURUMSAL PROFİLİMİZ	
Rakamlarla McDonald's	6
McDonald's Standartları	8
Sürdürülebilirlik Yolculuğumuzun	
Kilometre Taşları	9
Ödüllerimiz	10
Üyeliklerimiz	10
YÖNETİM YAKLAŞIMIMIZ	
Kurumsal Yönetim	11
Paydaşlarımızla İletişim	12
Değer Zincirimizdeki	
Sürdürülebilirlik Etkilerimiz	14
Stratejik Sürdürülebilirlik	
Konularımız	16
EKONOMİK PERFORMANSIMIZ	
McDonald's Sistemi ve Ekonomiye Katkı	17
Tedarik Zinciri Yönetimi	19
Kaliteli ve Değer İçeren Yiyecek	21
SOSYAL PERFORMANSIMIZ	
İş Sağlığı ve Güvenliği	22
Tercih Edilen İş Yeri Olmak	23
Dengeli Beslenme	28
Gıda Güvenliği	31
Topluma Geri Vermek	34
ÇEVRESEL PERFORMANSIMIZ	
Enerji Verimliliği	39
Atık Yönetimi	40
Su Tasarrufu	41
PERFORMANS GÖSTERGELERİMİZ	
Sosyal Performans Göstergelerimiz	42
Çevresel Performans Göstergelerimiz	44
EKLER	
GRI İçerik Tablosu	45
GRI Onayı Belgemiz	48
İletişim Bilgilerimiz	49

Raporumuz Hakkında

McDonald's olarak kurulduğumuz günden bu yana işimizin sürdürülebilirliği için hem sosyal, hem de çevresel içerikli pek çok yatırım yaptık ve yapmaya devam ediyoruz. 2013 yılından itibaren üçlü performansımızı tüm paydaşlarımızla paylaşmak üzere çalışmalara başladık. Bu ilk sürdürülebilirlik raporumuz ile **2011-2012 yıllarındaki ekonomik, çevresel ve sosyal performansımızı** çalışanlarımıza, müşterilerimize, iş ortaklarımıza ve diğer paydaşlarımıza aktarmayı hedefliyoruz. Bu raporu hazırlama sürecinde kilit paydaşlarımızın şirketimizden sürdürülebilirlik çerçevesindeki beklentilerini araştırmaya ve incelemeye başladık. Düzenli olarak hazırlamayı planladığımız bu raporu gelecekte de etkilerimizi yönetmeye yönelik atacağımız adımları paylaşacağımız önemli bir iletişim aracı olarak görüyoruz.

RAPORUMUZUN KAPSAMI VE SINIRLARI

Yöneticilerimizle yaptığımız çalışmalarda stratejik konuların tespitinde tüm restoranlarımızdaki ürün hazırlama ve müşterilerimize sunma faaliyetlerimizi, hiçbir kısıtlama olmadan dikkate aldık. Bu raporda yer alan bilgiler, aksi belirtilmediği takdirde 1 Ocak 2011- 31 Aralık 2012 tarihleri arasındaki performan-sımızı içeriyor.

RAPORUMUZUN PRENSİPLERİ

Raporumuzu hazırlarken, küresel düzeyde kabul görmüş **GRI Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative) G3.1** Sürdürülebilirlik Raporlaması Rehberi'nin standart açıklamalarını ve ilgili göstergelerini temel aldık. Raporumuzu, GRI'nın önemlilik, paydaş katılımı, sürdürülebilirlik bağlamı ve bütünlük prensiplerine ve C uygulama seviyesine uygun olarak hazırladık. www.globalreporting.org

GELECEK RAPORUMUZ

2013 yılındaki sürdürülebilirlik performansımıza ait raporumuzu 2014 yılında yayınlamayı planlıyoruz.

Sürdürülebilirlik Profilimiz

EKONOMİK

%98

Ürünlerimizdeki yerel malzeme tedarik oranımız

95 Milyon

 ABD Doları

Tedarikçilerimiz ile yıllık iş hacmimiz

100 Milyon +

 ABD Doları

Tedarikçilerimizin bugüne kadar Türkiye'de yaptıkları toplam yatırım

SOSYAL

15 Bin +

Tedarikçilerimizle birlikte yarattığımız toplam istihdam

1,5 Milyon +

 ABD Doları

McDonald's Çocuk Vakfı'nın toplumsal yatırımları

21

 yerleşim merkezinde

150 Bin +

McDonald's Çocuk Vakfı'nın çalışmalarıyla ulaştığımız çocuk sayısı

ÇEVRESEL

%40

Kullandığımız yağların geri kazanım oranı

2011'de

%38

2012'de

%40

Ambalaj atıklarımız karşılığında lisanslı kuruluşun yaptığı geri dönüşüm oranı

%30

MFY Made For You sistemi ile iskarta oranımızdaki azaltımımız

Paydaşlarımıza Mesajımız

Değerli Paydaşlarımız,

Yıllardır dünyanın en değerli ilk 10 markası arasında yer alan ve yine dünyada en çok çalışılmak istenen ilk 10 şirketten biri olan McDonald's'ın Türkiye'deki başarılı temsilcisi olarak, **ilk sürdürülebilirlik raporumuzu** sizlerle paylaşmanın mutluluk ve gururunu yaşıyoruz. Türkiye'deki çeyrek yüzyılı aşkın varlığımız süresince, her zaman ve tüm faaliyetlerimizde başta çalışanlarımız, müşterilerimiz ve restoranlarımızın bulunduğu bölgelerde yaşayan toplum olmak üzere, tüm paydaşlarımıza ve çevreye karşı duyarlılığımızı koruduk, ekonomiye kayda değer katkı sağladık ve bu yolda da devam etmeye kararlıyız.

İşte bu rapor, tüm dünyadaki faaliyetlerimizde temel aldığımız McDonald's Standartları ve Türkiye'de bize rehberlik yapan Anadolu Grubu'nun çalışma ilkeleri ışığında, ağırlıklı olarak 2011-2012 faaliyet dönemlerinde olmak üzere, bugüne dek paydaşlarımıza fayda sağlamak üzere yaptığımız çalışmaların özetidir.

Ekonomik, sosyal ve çevresel performansımızı bir bütün içinde sizlerle paylaşırken tüm değer zincirimizi dikkate aldık ve kilit paydaşlarımız için en önemli etki alanlarımızı belirleyerek raporumuzun içeriğini bu konular çerçevesinde hazırladık.

EKONOMİK PERFORMANSIMIZ

McDonald's Türkiye, satış hacminin yanı sıra sistem olarak çok sayıda sektörle ilişkide olmasından dolayı, ülkemizin ekonomisinde önemli bir rol üstleniyor. Restoranlarımızda sunulan ürünlerin ve ambalaj malzemelerinin **%98'ini yerel olarak, Türkiye'deki tedarikçilerden** temin ediyoruz. Tedarikçilerimiz ile yıllık iş hacmimiz 2012 yılında **95 milyon ABD Doları'nı** bulurken, diğer yandan tedarikçilerimizle birlikte yarattığımız toplam istihdam **15 bin kişiyi** geçti. McDonald's Türkiye'nin Türk iş dünyasına getirdiği yeniliklerden bazılarını da bu raporda inceleyebilirsiniz.

McDonald's'ta **tedarik zinciri yönetimine** büyük önem veriyoruz. Sistemimizi kusursuz işletebilmek için geliştirdiğimiz küresel yöntemleri tedarikçilerimizle paylaşıyor, iş birliği yaptığımız firmaların iş hacimlerini büyötmelerine ve çalışma ortamından işçi refahına kadar her anlamda gelişmelerine katkıda bulunuyoruz. McDonald's için değer; misafirlerimize taze, sıcak ve lezzetli ürünleri uygun fiyatlara sunmak ve onlara keyifli bir ortamda yemek yeme deneyimi sağlamaktır. Her güne **kaliteli ve değer içeren** yiyecekleri müşterilerimize sunmak üzere başlıyoruz.



SOSYAL PERFORMANSIMIZ

Sosyal performansımızın en önemli unsurlarının başında, çalışanlarımızın ve misafirlerimizin sağlık, güvenlik ve mutluluğunu gözetmek geliyor. Dış müşterilerimizi memnun etmenin yolunun, iç müşterilerimizi memnun etmekten geçtiğine inanıyoruz. Bu nedenle çalışanlarımızın memnuniyetini yakından izliyor ve gelişimleri için yatırım yapıyoruz. 2012 yılında **restoran çalışanlarımızın memnuniyet oranı %88** olarak gerçekleşti. Raporlama döneminde eğitim alan çalışanlarımız **%23 oranında** artarken, toplam sağladığımız **eğitimler %33 oranında arttı**. Misafirlerimizin sağlık ve güvenliği onların memnuniyetinin, bizim de çalışma yöntemlerimizin temelini oluşturuyor. McDonald's'ta tüm ürünlerimizi, en taze ve 'birinci sınıf' malzemelerle hazırlıyoruz. Ürünlerimizde kullandığımız malzemeleri, **üretildiği tarladan ya da çiftlikten müşterimizin tepsisinde sunulduğu ana kadar, her aşamasında izliyoruz**. Müşterilerimizin dengeli beslenmesi için onlara kişisel beslenme ihtiyaçlarına uygun, yüksek kaliteli, lezzetli ürün alternatifleri sunuyoruz.

Sosyal performansımızın bir diğer ayağını da, özellikle restoranlarımızın bulunduğu bölgelerde uyguladığımız **topluma katkı** çalışmaları oluşturuyor. McDonald's olarak **toplumun sorumlu bir üyesi**, McDonald's restoranları olarak ise bulunduğumuz bölgede **iyi bir komşu** olabilmek üzere, toplum yararına gerçekleşen projelerin içinde yer alıyoruz. McDonald's Çocuk Vakfı çalışmalarına aktardığımız yaklaşık 1,5 milyon ABD Doları kaynakla, bugüne dek 21 yerleşim merkezinde **150 binin üzerinde çocuğa** fayda ulaştırdık. Aile odaları, hastane ilköğretim derslikleri, hastane oyun alanları ve çocuk servisleri tefrişi projelerimize ek olarak **Sağlıklı Göz ve Eğitimde Başarı Projesi**'ne de önümüzdeki dönemlerde devam etmeyi hedefliyoruz.

ÇEVRESEL PERFORMANSIMIZ

Çevresel etkilerimizi enerji ve suyu verimli kullanarak ve atıklarımızı en doğru şekilde bertaraf ederek yönetiyoruz. Restoranlarımızda aldığımız önlemler sayesinde raporlama döneminde, **hem elektrik, hem de su tüketimimizdeki artışlar** restoran artış oranımızın ortalama %5 altında gerçekleşti. Restoranlarımızda kızartma amaçlı kullandığımız yağın kalite ömrü ve gıda kodeksine göre limitleri dolduğunda geriye kalan kısmı toplandı. Yine **ambalaj atıklarımız** karşılığında lisanslı kuruluşun gerçekleştirdiği **geri dönüşüm oranı yaklaşık %40 olarak gerçekleşti**. Restoranlarımızda uygulamaya başladığımız yeni üretim sistemi olan **Made For You** sistemi sayesinde ise 2012'de **iskarta oranımızı %30 azaltmayı** başardık.

Değerli Paydaşlarımız,

Tüm çabalarımızın temelinde McDonald's Değerleri ve Anadolu Grubu'nun çalışma ilkeleri yatıyor. Bu değerler ve ilkeler, iş yapışımızı ve paydaşlarımızla geliştirdiğimiz ilişkilerimizi şekillendiriyor. Önümüzdeki dönemlerde de tüm paydaşlarımız için daha iyi bir dünya yaratma yolunda çalışmalarımıza devam edeceğiz. Bu kitapçığı bir rapordan ziyade bir iletişim aracı olarak görmenizi ve sürdürülebilirlik çerçevesindeki tüm sorularınız, endişeleriniz ya da beklentilerinizi bize ulaştırmanızı bekliyoruz. Sizlerden alacağımız geri bildirimler, sürdürülebilirlik performansımızı artırmamızda ve bir sonraki raporumuzun içeriğini oluşturmamızda bizim için çok faydalı ve değerli olacaktır.

Saygılarımla,
DİLEK DÖLEK BAŞARIR
Genel Müdür



Kurumsal Profilimiz

RAKAMLARLA McDONALD'S

Dünyanın en değerli markalarından biri olan ve Türkiye'de 26 yıllık geçmişi bulunan McDonald's, 2005 yılından bu yana Anadolu Grubu çatısı altında, Anadolu Restoranları Limited Şirketi adıyla faaliyet gösteriyor. Izgarada hazırlanmış etli sandviçlerin (11 farklı), çeşitli salataların (4 farklı), ideal koşullarda en az yağ çekecek şekilde hazırlanmış kızartma ürünlerinin ve atıştırmalıkların (5 farklı) yanı sıra kahvaltı menüleri (8 farklı), çeşitli içecek (32 farklı) ve tatlı seçenekleri (15 farklı) gibi, günün değişik saatlerinde tüketilebilecek geniş bir ürün gamını restoranlarımızda sunuyor ve bu ürünleri sürekli geliştiriyoruz. 444 62 62 numaralı Çağrı Merkezi'nden ve www.mcdonalds.com.tr internet sitesinden ulaşılan AloServis hizmeti ile ürünlerimizi adrese de ulaştırıyoruz.

	DÜNYADA	TÜRKİYE'DE
Kuruluş yılı	1940	1986
İlk restoran	Kaliforniya San Bernardino	İstanbul Taksim
Restoran sayısı	119 ülkede 33 binden fazla	34 şehirde 206
Restoran işletmecisi oranı	%75	%16 (Anadolu Restoran İşletmeleri Ltd. Şti.'nin işletmecileri)
Çalışan sayısı	1,6 milyondan fazla	Yaklaşık 5 bin
Günlük müşteri sayısı	67,8 milyon	300 bin
Sponsorluk	1976 yılından bu yana Olimpiyat resmi sponsoru	2012 yılından itibaren Türkiye Voleybol Federasyonu Bayan Milli Takımları sponsoru

RAPORLAMA DÖNEMİNDEKİ DEĞİŞİKLİKLER

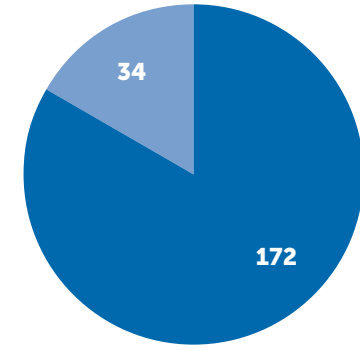
RESTORANLARIMIZ

McDonald's, Adana, Afyon, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Batman, Bilecik, Bursa, Denizli, Diyarbakır, Erzurum, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, Isparta, İstanbul, İzmir, Karabük, Kayseri, Kocaeli, Konya, Kütahya, Malatya, Manisa, Mardin, Mersin, Muğla, Sakarya, Samsun, Sivas, Tekirdağ, Trabzon ve Yalova illerinde ve bu illere bağlı çeşitli ilçelerde faaliyet gösteriyor. 2011 yılında 23, 2012 yılında 34 yeni restoranımız açıldı ve toplam 206 restorana ulaştık.

RESTORANLARIMIZIN YÖNETİMİ

Anadolu
Restoran
İşletmeleri

İşletmeciler



BESİ ÇİFTLİĞİ

Türkiye'de faaliyete başladığımız 1986 yılında McDonald's standartlarında besicilik yapılmasına örnek teşkil etmek üzere kurulan besi çiftliğimizin faaliyetini, Türkiye'nin besicilik standartlarındaki gelişimi sonucunda işlevini tamamlamış olması sebebiyle, 2012 yılı sonu itibarı ile durdurduk.

McD CAFÉ®

Dünyada 32 ülkede 1.300'den fazla restoranda faaliyet gösteren kahve zinciri McCafé®, Türkiye'de McD Café® adıyla 2012 yılında hizmet vermeye başladı. McD Café®'lerde, Espresso'dan Capuccino'ya, Flat White'danAmericano'ya, Latte'den Türk kahvesine, Frappe'den Smoothie'ye kadar, birçok sıcak ve soğuk içecek seçeneklerinin yanı sıra birbirinden lezzetli kek, kurabiye, muffin gibi farklı damak zevklerine hitap eden yiyecekler de sunuyoruz. Deneyimli ekiplerimiz, McD Café®'lerde içilen her bir kahve için özenle seçilmiş, kusursuz %100 Arabica kahve çekirdekleri kullanıyor ve mükemmel kıvam, aroma ve sıcaklık dengesi yaratarak müşterilerimize sunuyorlar. McDonald's müşterilerinin restoranlarda keyifli vakit geçirmelerini sağlamak, onları gerçek ve kaliteli kahve keyfi ile buluşturmak üzere, restoranlarımızda korner olarak konumlanan McD Café®, Sabiha Gökçen Havaalanı, 1. Levent, Torium AVM, Sultanahmet, Merter, Süreyyapaşa ve Başakşehir restoranlarımızda hizmet veriyor.

4. Sıra (2012)

BRANDZ™
Top Most
Valuable
Hundred
Brands

En Değerli
100 Küresel
Marka

8. Sıra (2011)

GREAT PLACE TO WORK®
World's Best Multinational Workplaces
Dünyanın En İyi Çokuluslu İşyerleri

7. Sıra (2012)

INTERBRAND
Best Global
Brands

Dünyanın
En İyi Markaları



McDONALD'S STANDARTLARI

Dünyanın her köşesinden milyonlarca insanın McDonald's'ı tercih etmesinin çok önemli bir nedeni, 1954 yılında Ray Kroc'un oluşturduğu McDonald's Standartları'dır. O günden bugüne, McDonald's sistemini geliştirmeye yönelik her adım, bu standartlar etrafında şekillendi. İşte McDonald's farkını, tüm dünyadaki McDonald's restoranlarında aynı şekilde uygulanan bu standartlar yarattı.

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

McDonald's Standartları'nı destekleyen tüm uygulamalarımıza ek olarak, çevre ve hatta hayvan sağlığı standartlarına uygunluk sağlıyor, sürekli ve ayrıntılı kontroller yapıyor, misafirlerimizle kişisel olarak ilgileniyor ve memnuniyet indeksi ile performansımızı takip ederek müşterilerimizin memnuniyetini en üst seviyede tutmayı hedefliyoruz.

MİSAFİR MEMNUNİYET FIRSAT ENDEKSİ

Bu indeks **Gizli Müşteri** ziyareti ile belirleniyor. Her restoranımız bilinmeyen tarih ve saatte, her ay iki kez müşteri gibi ziyaret eden kişiler tarafından değerlendiriliyor. Değerlendirme; **Kalite, Doğru, Dostça** ve **Hızlı Servis** ile **Temizlik** kategorilerinde yapılıyor. Fırsat indeksi ne kadar düşük olursa, o restoranı o kadar başarılı kabul ediyoruz. İdeal oran olan sıfıra ulaşmak için tüm ekiplerimizle çalışıyoruz. 2012'de ortalama indeksimiz %13 civarında gerçekleşti.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YOLCULUĞUMUZUN KİLOMETRE TAŞLARI

Stratejik sürdürülebilirlik konularına yönelik son 10 yıldaki aksiyonlarımız listelenmiştir.

2002

+ McDonald's Çocuk Vakfı olarak ilk projelerimizi İstanbul Üniversitesi Tıp Fakültesi Çocuk Hastanesi'ndeki Acil Tedavi Üniteleri'ni tefriş ederek ve Marmara Üniversitesi Tıp Fakültesi Çocuk Servisi'nde Aile Odası'nı hizmete açarak gerçekleştirdik.

2003

+ McDonald's **AloServis** hizmetini başlattık.
+ Dünya çapında başlatılan 'McDonald's Başarma Planı'nı Türkiye'de de uygulamaya koyduk.
+ McDonald's Çocuk Vakfı olarak GAP Bölge Kalkınma İdaresi koordinasyonu ile **Sağlıklı Göz ve Eğitimde Başarı Projesi**'nin ilk ayağını Şanlıurfa'da başlattık.

2004

+ Türk tüketicilerinin damak zevki de dikkate alınarak geliştirdiğimiz **McTurco**'yu satışa sunduk.
+ McDonald's Türkiye Yönetim Takımı olarak Global McDonald's organizasyonu tarafından **Mükemmellik Çemberi (Circle of Excellence)** ile ödüllendirildik.

2005

+ Şirketimiz Anadolu Grubu'nun çatısı altında %100 Türk sermayesiyle yönetilmeye başlandı.
+ **Hafif&Aktif** programımızı başlattık.
+ McDonald's restoranlarında uzun saat ya da 24 saat uygulamasını başlattık.

2006

+ Besin değerlerimizi misafirlerimizle paylaşmaya başladık.

2007

+ Izgara tavuklu ürünleri menüye dahil ettik.

2008

+ McDonald's restoranlarında kahvaltı uygulamasına başladık.

2009

+ Türkiye, merkezi ABD, Şikago'da bulunan Hamburger Üniversitesi'nin, kendi eğitim merkezleri dışında eğitim verdiği ilk ülke oldu.
+ McDonald's Türkiye'nin zihinsel engellilerin istihdamı ile ilgili uygulaması Avrupa Bölgeleri Asamblesi tarafından **En İyi Uygulama** olarak gösterildi.

2010

+ Çocuk menüsünde patatese alternatif olarak **parmak havuç** satışına başladık.
+ Türkiye'deki McDonald's, tedarik zinciri organizasyonu ile McDonald's tarafından bölgesinde **Mükemmel Kalite Ödülü** almaya hak kazandı.
+ McDonald's'ın Türkiye Facebook hesabını açtık.

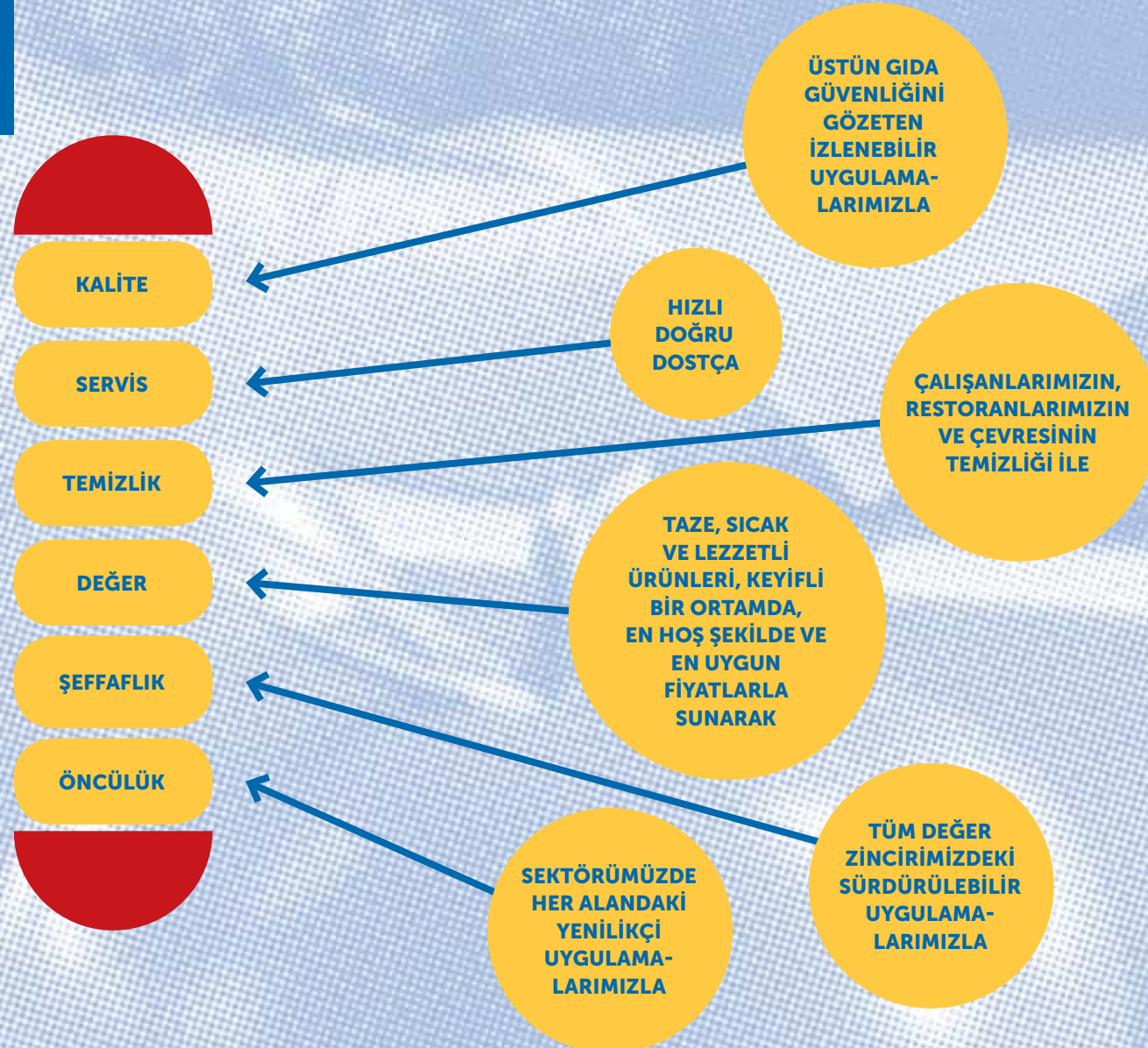
2011

+ McDonald's Türkiye'de 25. yılını kutladı. Bunun anısına hazırlanan **25. yıl kitabı** McDonald's'ın Türkiye'deki çeyrek yüzyıllık geçmişinin yazılı bir belgesi oldu.
+ Çocuk menüsünde patatese alternatif olarak **elma** satışına başladık.

2012

+ Olimpiyatlara katılmaya hak kazanan ilk Türk takımı olan Türk Bayan Milli Voleybol Takımı'nı destekleme kararı aldık.
+ Menüye **kepekli sandviçler** ekledik.
+ Türkiye'de ilk defa **McD Café**'leri açtık.
+ Çocuk menüsünde patatese alternatif olarak **çeri domates** satışına başladık.
+ Çocuk menüsünde alternatif içecek olarak ve tüm kahvelerimizde UHT süt yerine günlük süt sunmaya başladık.

NASIL SAĞLIYORUZ?





ÖDÜLLERİMİZ	KURUMSAL ÖDÜLLER	McDONALD'S MEA (ORTA DOĞU & AFRİKA) BÖLGESİ ÖDÜLLERİ	McDONALD'S APMEA (ASYA, PASİFİK, ORTA DOĞU VE AFRİKA) BÖLGESİ ÖDÜLÜ
	2009 En Beğenilen Perakende Kuruluşu, Perakende Güneşi Ödülü, Sosyal Eğitim ve Danışmanlık	2012 En İyi İnsan Uygulamaları	2012 En İyi Eğitim Takımı
	Perakende Kategorisi, Reklamcılar Derneği, Reklamverenler Derneği ve Effie Worldwide Inc.	2011 Müşteri Memnuniyeti Fırsatı	
	Program Sponsorluğu, Radyo Kategorisi MediaCat Felis Medya Ödülleri	2010 Müşteri Memnuniyeti Fırsatı	
		Üstün Ürün Kalitesi	
		2009 Müşteri Memnuniyeti Fırsatı	
		2008 Restoran Temizliğinde Mükemmellik	
		Yiyecek Kalite & Güvenliği	

ÜYELİKLERİMİZ

DERNEK VE VAKIFLAR	YÖNETİMDEKİ McDONALD'S TEMSİLCİSİ	GÖREVİ
AMPD Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği	Dilek Dölek Başarır	Üye
GGD Gıda Güvenliği Derneği	Galip Albayrak	Yönetim Kurulu Üyesi
TÜKÇEV Tüketici ve Çevre Eğitim Vakfı	Galip Albayrak	Üye
ÇEVKO Çevre Koruma ve Ambalaj Atıklarını Değerlendirme Vakfı	Galip Albayrak	Üye
KİD Kurumsal İletişimciler Derneği	Nedret Aydemir	Üye

Yönetim Yaklaşımımız

Değerlerimiz, iş yapış şeklimizin ve paydaşlarımızla geliştirdiğimiz ilişkilerimizin temelini oluşturuyor.

DEĞERLERİMİZ

İşimizin Temelinde Misafir Memnuniyeti Yer Alır
Misafirlerimiz varlığımızın nedenidir. Amacımız, her zaman her bir misafirimize kalite, servis, temizlik ve değer sunmaktır.

Çalışanlarımıza Değer Veririz
Çalışanlarımızın sürekli gelişmelerine yönelik fırsat sağlarız. Eğitir, lider olarak yetiştirir ve başarılarını ödüllendiririz.

McDonald's Sistemine Güveniyoruz
McDonald's Sistemi'nin üç temel ayağı; çalışanlar, işletmeciler ve tedarikçilerdir. Bu üçlü sacayağının arasındaki ilişki dengesi McDonald's sisteminin kilit noktasıdır.

İşimizi Yaparken Etik Değerleri Göz Önünde Bulundururuz
McDonalds'ta işleri doğrulukla, dürüstlikle ve bir bütünlük içerisinde yürütürüz. Tüm çalışanlar davranışlarından ve faaliyetlerinden bireysel olarak sorumludur.

Topluma Karşı Duyarlıyız
McDonald's Çocuk Vakfı'na destek oluyor, şirketimizin sorumlu bir sosyal vatandaş, tüm restoranlarımızın bulundukları bölgede iyi ve duyarlı birer komşu olması ve misafirlerimizin daha iyi bir toplum ve dünyada yaşaması için kaynaklarımızı ve gücümüzü kullanıyoruz.

İstikrarlı Bir Şekilde Büyüyoruz
McDonald's Türkiye'nin her bölgesinde istikrarlı bir şekilde geliyor. Bu gelişim doğrultusunda her zaman misafirlerimize odaklanıyor ve sistemimizin sağlıklı yapısını koruyoruz.

Sürekli Gelişim İçin Kaynaklarımızı Seferber Ediyoruz
Değişen müşteri, çalışan ve sistem ihtiyaçlarını görmeyi ve yanıtlamayı amaçlayan, bu amaçla kendini sürekli geliştiren bir kurumuz. Her zaman yenilikçi ve öncüyüz.

Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %83'ü diyor ki...

"McDONALD'S TÜM İŞ SÜREÇLERİNİ ŞEFFAFLIK, ADİLLİK, HESAP VEREBİLİRLİK VE SORUMLULUK (KURUMSAL YÖNETİM) İLKELERİNE BAĞLI ŞEKİLDE YÖNETİR."

KURUMSAL YÖNETİM

ORTAKLAR KURULU

Anadolu Restoran İşletmeleri Ltd. Şti.'nin ortakları Çelik Motor Ticaret A.Ş. ve Anadolu Endüstri Holding A.Ş.'dir. Şirket atanmış müdürler ile temsil edilir.

ETİK İŞ UYGULAMALARI

Çalışanlarımızın, sorumluluk ve davranış kurallarını tespit eden Anadolu Grubu'nun ve McDonald's'ın **Çalışan El Kitapları** (çalışma ilkeleri) mevcuttur. Bu el kitaplarında çalışanlarımızın; ortaklar kurulu/işveren, çalışanlar ve tedarikçiler başta olmak üzere, diğer paydaşlarla ilişkilerini düzenleyen kurallar yer alır.

Bu kitapçıklar, işe yeni giren her çalışana İnsan Kaynakları Departmanımız tarafından verilir ve şirket oryantasyonu sırasında detayları açıklanır. Ayrıca şirket ve çalışan kuralları ile ilgili yönetmelikler, çalışanların ulaşabileceği ortak bir dijital alanda yer alır. Anadolu Grubu Çalışan El Kitaplığı'nda etik kurallar hakkındaki bilgilerin yanı sıra, etik ile ilgili şikayet bildirim mekanizmamız da mevcuttur. **Uygunsuzluk Bildirim Yönetmeliği** kapsamında tanımlanan süreçte, tüm çalışanlarımız, şirket genelindeki veya diğer Anadolu Grubu şirketleri içinde karşılaştığı uygunsuzlukları, e-posta, posta ya da özel telefon hattını kullanarak Şirket Etik Kurul Başkanlığı'na iletebilirler. Uygunsuzluk Bildirim Yönetmeliği, 'paydaş' tanımı altında tedarikçileri de kapsar.

PAYDAŞLARIMIZLA İLETİŞİM

Paydaşlarımız, bugün ve gelecekte faaliyetlerimizden etkilenebilecek ve aynı zamanda davranış ve kararlarıyla işlerimiz üzerinde etkileri olabilecek kişiler, gruplar ya da kurumlardır. McDonald's olarak çeşitli platformlarda faaliyetlerimizle ilgili kilit paydaşlarımızı bilgilendiriyor ve fikirlerini almaya çalışıyoruz. Yöneticilerimizin katılımıyla gerçekleştirdiğimiz **sürdürülebilirlik strateji çalıştayında** tüm paydaşlarımızı gözden geçirdik, stratejik konularımız çerçevesinde önceliklendirdik. En öncelikli paydaşlarımızdan olan çalışanlarımıza **sürdürülebilirlik farkındalık anketi** aracılığıyla ulaşarak, şirketimizin sürdürülebilirlik etkileri hakkındaki görüşlerini topladık. Çalışanlarımızın ortalama %25'inden, çalışan memnuniyeti çerçevesi dışındaki sorulara, 'konuyla ilgili fikrim yok' yanıtını aldık. Bu sonuçlar, sürdürülebilirlik kapsamında kendi analizimizi yaptığımız bu iletişim aracını hazırlamaktaki kararımızın ne kadar yerinde olduğunu ortaya koydu. Bu anketin sonuçları raporumuzun ilgili başlıkları altında incelenebilir. Müşterilerimizin şirketimiz ve ürünlerimizle ilgili merak ettikleri konuları açıklamak üzere **50 Soruda McDonald's** başlığı altında hazırladığımız, soru ve yanıtlarından oluşan bilgi dosyasını internet sitemizde tüm paydaşlarımızın bilgisine sunuyoruz. Bu dosyada yer alan ve aşağıda listeli olan ana başlıklar strateji çalıştayında tespit ettiğimiz ana etki alanlarımızı da kapsıyor.

- + McDonald's'ın dengeli beslenme anlayışı
- + McDonald's'ın ürün içerikleri
- + McDonald's'ta gıda güvenliği ve hijyen
- + Bir marka ve işveren olarak McDonald's
- + McDonald's'ta kurumsal sosyal sorumluluk
- + McDonald's tedarik sistemi



Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %59'u diyor ki...

"McDONALD'S'IN ÖNCELİKLİ PAYDAŞLARININ FİKİR, ÖNERİ VEYA BEKLENTİLERİNİ ÖĞRENEBİLECEĞİ DÜZENLİ İLETİŞİM PLATFORMLARI YETERLİDİR."

KİLİT
PAYDAŞLARIMIZ

MÜŞTERİLER

ÇALIŞANLAR

TEDARİKÇİLER

ORTAKLAR

İŞLETMECİLER

HÜKÜMET,
DÜZENLEYİCİ
KURUMLAR,
YEREL
YÖNETİMLER

MEDYA
MENSUPLARI

SOSYAL MEDYA
KULLANICILARI

ÖĞRENCİLER,
POTANSİYEL
ÇALIŞANLAR,
STAJYERLER

PAYDAŞLARIMIZ VE İLETİŞİM PLATFORMLARIMIZ	PAYDAŞLARIMIZ	İLETİŞİM PLATFORMU	İLETİŞİM SIKLIĞI
	MÜŞTERİLER	Kampanyalar İnternet sitesi, Facebook, restoran içi tanıtım malzemeleri ve broşürler	Ayda 2-3 Sürekli
ÇALIŞANLAR	ÇALIŞANLAR	Intranet	Sürekli
		Çalışan memnuniyeti anketi	Restoranlarda yılda bir kez, merkez ofiste 2 yılda bir
		McDonald's operasyon semineri	2 yılda bir
		Sürdürülebilirlik anketi	Yılda bir
TEDARİKÇİLER	TEDARİKÇİLER	Birebir toplantılar	Sürekli
		Birebir görüşmeler	Sürekli
İŞLETMECİLER	İŞLETMECİLER	İşletmeci toplantısı	3 ayda bir
		Ortaklar kurulu toplantısı	Ayda bir
ORTAKLAR	ORTAKLAR	Üniversite ziyaretleri	Yılda 2-3
		Birebir görüşmeler	Yılda 2-3
ÖĞRENCİLER, POTANSİYEL ÇALIŞANLAR, STAJYERLER	ÖĞRENCİLER, POTANSİYEL ÇALIŞANLAR, STAJYERLER	Basın bültenleri	Ayda 2-3
		Basın toplantıları	3 ayda bir
HÜKÜMET, DÜZENLEYİCİ KURUMLAR, YEREL YÖNETİMLER	HÜKÜMET, DÜZENLEYİCİ KURUMLAR, YEREL YÖNETİMLER	Birebir görüşmeler	Yılda 2-3
		Basın bültenleri	Ayda 2-3
MEDYA MENSUPLARI	MEDYA MENSUPLARI	Basın toplantıları	3 ayda bir
		Birebir görüşmeler	Yılda 2-3
SOSYAL MEDYA KULLANICILARI	SOSYAL MEDYA KULLANICILARI	İnternet	Sürekli

DEĞER
ZİNCİRİMİZDEKİ
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
ETKİLERİMİZ



MALZEME
TEDARİĞİ

Tedarik Zinciri
Yönetimi



ÜRÜNLERİN
HAZIRLANMASI

İş Sağlığı ve
Güvenliği
Su Tasarrufu
Enerji Verimliliği



MALZEME
ÜRETİMİ

Kaliteli
Yiyecek
Sunumu
Gıda Güvenliği

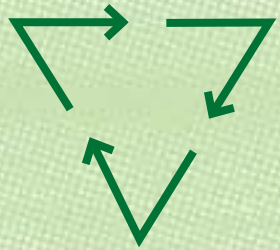


YÖNETİM

Kurumsal Yönetim
Ekonomiye Katkı
Tercih Edilen İş Yeri Olmak
Topluma Geri Vermek

ÜRÜNLERİN
SUNUMU

Değer İçeren
Yiyecek Sunumu
Gıda Güvenliği



TÜKETİM
SONRASI

Atık Yönetimi

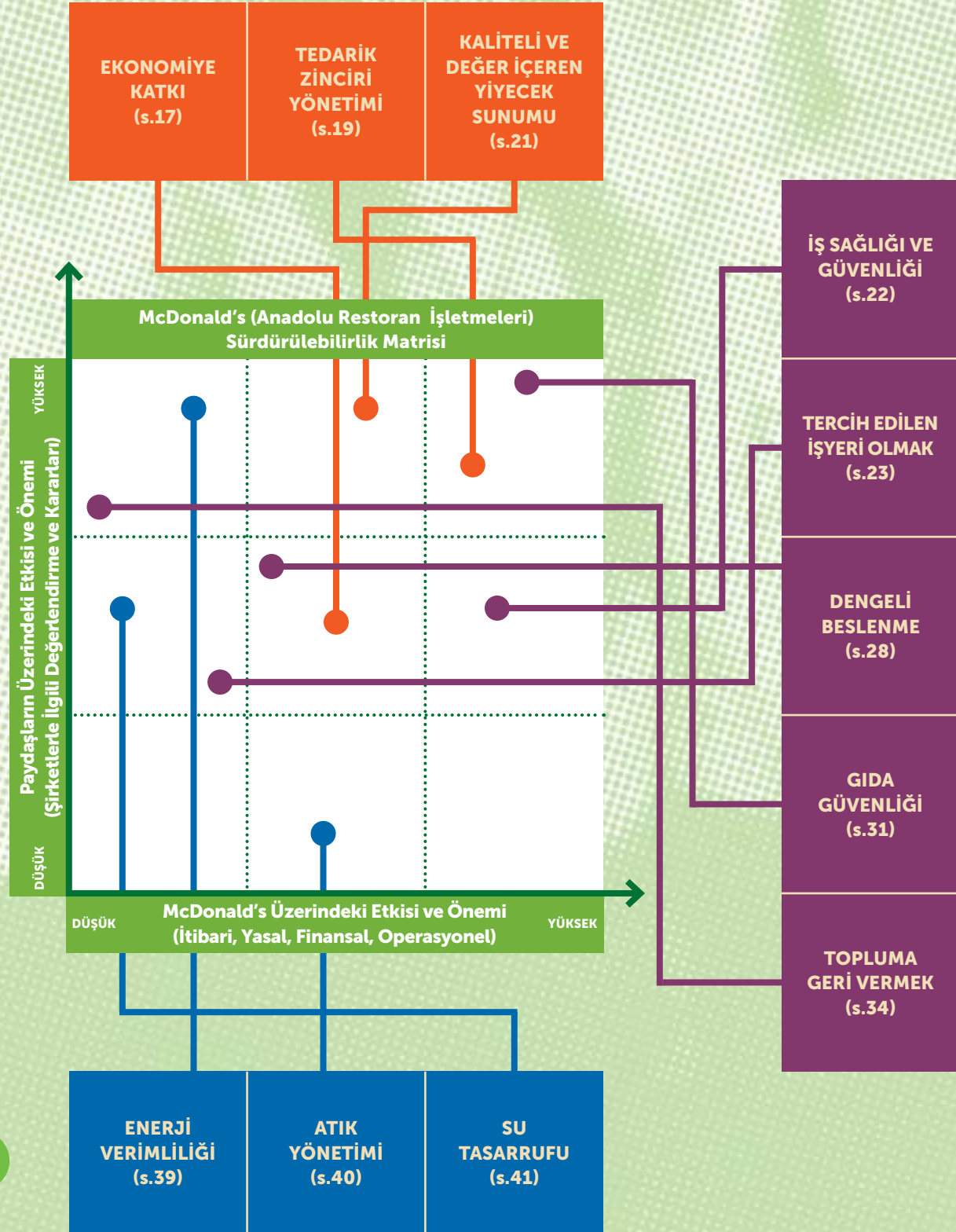


ÜRÜNLERİN
TÜKETİMİ

Dengeli
Beslenme



Yöneticilerimiz ve çalışanlarımızın katılımıyla gerçekleştirdiğimiz strateji çalıştay ve anket sonuçları, değer zincirimizdeki sürdürülebilirlik etkilerimizi kilit paydaşlarımız nezdinde değerlendirmemize ve daha iyi anlamamıza yardımcı oldu. Strateji çalıştayında yöneticilerimizle yaptığımız değerlendirmeler sonucunda, şirketimiz için stratejik öneme sahip olan konuları ekonomik, çevresel ve toplumsal olarak ayrı ayrı inceledik, önceliklendirdik. Çalışanlarımızdan aldığımız geri bildirimleri de dikkate alarak **McDonald's sürdürülebilirlik matrisini** oluşturduk. Gelecek raporlama döneminde paydaş katılım çalışmaları sürecine, iç paydaşlarımıza ek olarak dış paydaşlarımızı da dahil etmeyi hedefliyoruz. Tablonun sağ üst bölümünde, hem paydaşlarımız hem de şirketimiz açısından daha yüksek öneme sahip ve şirketimizin itibari, yasal, finansal ve operasyonel performansını doğrudan ve önemli ölçüde etkileyebilecek konular yer alıyor. Bu konular, raporun ilgili bölümlerinin ana başlıklarını oluşturuyor ve şirketimizin performansını rapor içinde, verilerle detaylı olarak aktarıyoruz.



Ekonomik Performansımız

Tüketicilerimizi dinliyoruz. Restoranlarımızı aile, çocuk, genç, çalışan gibi değişik kesimlerin beklentilerini karşılayacak şekilde yeniden tasarlıyoruz. 2012 yılında %30 büyüdük.

McDONALD'S SİSTEMİ VE EKONOMİYE KATKI

McDonald's'ın faaliyet gösterdiği ülkelerin ekonomilerine katkıları kayda değerdir. Bunda, büyük satış hacminin yanı sıra sistem olarak çok sayıda sektörle ilişkide olmasının da büyük bir payı vardır. McDonald's, faaliyet gösterdiği her ülkede, malzeme ve ürün üreticilerinden mimarlara, çiftçilerden finans uzmanlarına, reklam ve halkla ilişkiler ajanlarından inşaat firmalarına kadar, birbirinden çok farklı alanlardaki kişi ve kuruluşun müşterisi olur.

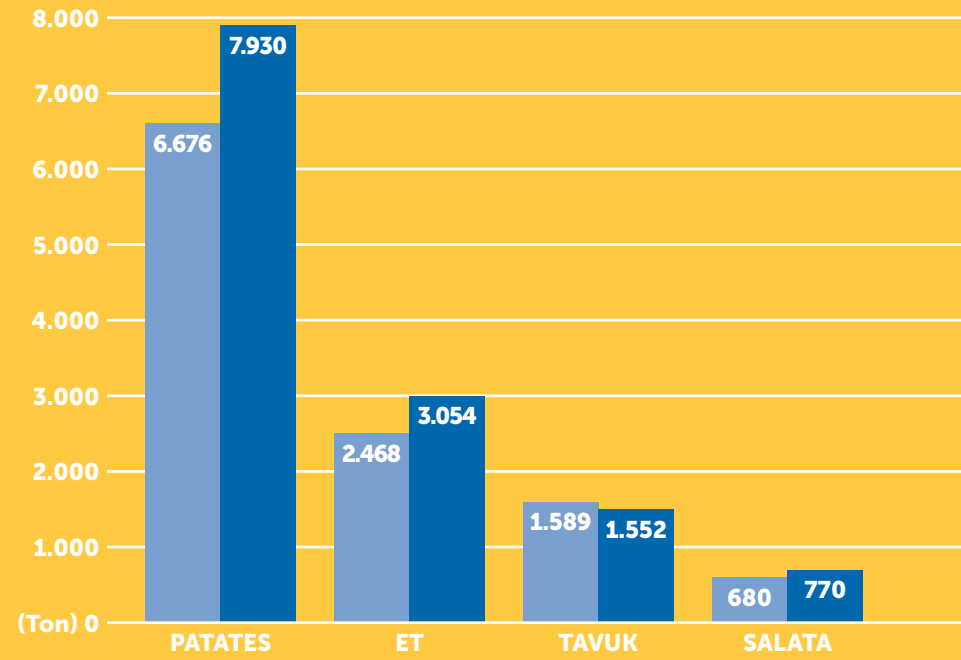
McDonald's'ın Türkiye'deki yerleşimi, yurtdışında McDonald's ile köklü ilişkileri olan pek çok yabancı üretici firmanın da Türkiye'ye yatırım yaparak, hem ülkemize yabancı sermaye akışını ve yeni ihracat imkanlarının doğmasını, hem de yeni teknolojilerin ülkemize taşınmasıyla çeşitli sektörlerin gelişmesini sağladı. Sos tedarikçisi McCormick, ekmek üreticisi East Balt ve lojistik tedarikçisi HAVI, McDonald's sayesinde Türkiye'de yatırım yapan firmalardandır.

Türkiye'deki McDonald's restoranlarında sunduğumuz **ürünlerin ve ambalaj malzemelerinin %98'ini yerel olarak** Türkiye'de bulunan tedarikçilerden temin ediyoruz. Şirketimiz, Türkiye'de iş birliği yaptığı yerli üreticilerin dünya ile rekabet edebilir üretim standartlarına ulaşmasında önemli bir rol oynarken, Fersan ve Ekol gibi birçok Türk firmasının başka ülkelerdeki McDonald's restoranlarına da ürün sağlayabilir niteliğe kavuşmasına olanak sağladı. Bugüne kadar bu anlamda yapılan ihracat **100 milyon ABD Doları'nı** geçti. Buna karşılık bugüne kadar restoranlarda sunulan ürünler için yapılan toplam ithalat ise sadece 39 milyon ABD Doları seviyelerindedir. McDonald's'ın ekonomi üstündeki bir diğer olumlu etkisi de istihdam konusundadır. McDonald's iyi bir müşteri olduğu kadar, iyi de bir işverendir. Türkiye'de, 200'den fazla restoranımızla yaklaşık 5 bin çalışana iş olanağı sağlıyoruz.



GIDA MALZEMELERİ KULLANIMI

2011
2012



TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

McDonald's'ta tedarik zinciri yönetimi son derece önemlidir, çünkü tedarik zinciri tüm sisteme uzun dönemli bir fiyat ve rekabet avantajı yaratır. Başkaları, fikir, lokasyon ve konseptleri taklit edebilirler, ancak McDonald's Tedarik Zinciri yönetiminin temellerine hizmet eden kültür ve davranışların taklit edilmesi çok zordur.

Tüm tedarikçilerimizle, doğrudan ya da dolaylı hizmet vermelerine bakmaksızın belli standartlarda çalışırız. Hem gıda, hem de gıda dışı ürün tedarikçilerimiz için ayrı standartlarımız vardır. Tüm dünyadaki McDonald's'larda geçerli olan **Tedarikçiler İçin İstihdam Standartları (Supplier Code of Conduct)** Türkiye'de de aynı şekilde uygulanır.

McDonald's, sistemini mükemmel kılmak için geliştirdiği yöntemleri tedarikçileriyle paylaşır. Birlikte çalıştığı firmaların iş hacmini büyütürken, onlara dünyanın en büyük şirketlerinden birinin deneyimlerinden yararlanma fırsatı yaratır. Tarım ve hayvancılıkla uğraşanlara bu konulardaki en yeni gelişmelerin aktarılmasını sağlayarak, daha iyi verim almalarını sağlar. Gıda teknolojisi, üretim, paketlenme, soğuk muhafaza ve dağıtım gibi konularda üreticilerine çeşitli bilgi ve yöntemler aktarır.

McDonald's, onaylı denetçileri ile düzenli olarak her bir ürün kategorisine ilişkin gerçekleştirdiği tedarikçi kalite denetimlerinin yanı sıra, tedarikçilerinin çalışma ortamı, işçi refahı gibi konulardaki uygulamalarını da kontrol eden denetimler yapar.

Türkiye'deki McDonald's organizasyonunda da tedarikçilerimizin çevresel etkilerini yönetmelerine yönelik, üretim miktarları bazında atık üretimi, yenilenebilir enerji ve su kullanımı gibi konularda her yıl performanslarını izliyor ve yaptığımız değerlendirmeler sonucu, iyileştirmeler konusunda gerekli yönlendirmeleri yapıyoruz.



TÜRKİYE'DEKİ McDONALD'S'IN İYİ İŞ UYGULAMALARINDAN ÖRNEKLER

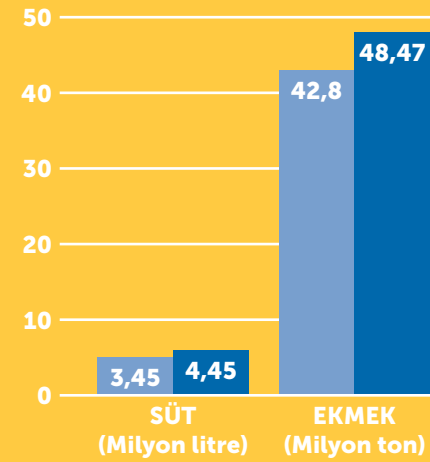
EKONOMİK

- + Tümü kayıt altına alınmış mali belgeleme sistemleri
- + Dijital kasa sistemleri
- + Ürün stoklama ve sevkiyat sistemleri
- + İskarta yönetimi
- + İşletmeci ilişkileri
- + Tedarikçi ilişkileri
- + İstihdam uygulamaları

SOSYAL VE DİĞER

- + Yarı zamanlı istihdam
- + Esnek çalışma saatleri
- + Engelli istihdamı
- + Sistem içinde her seviyede çalışan için eğitimler
- + Sınırsız kariyer olanakları
- + Tarladan tepsie ürün izlenebilirliği
- + Gıda güvenliği sistemleri
- + Hijyen kuralları
- + Açık mutfak uygulaması

2011
2012



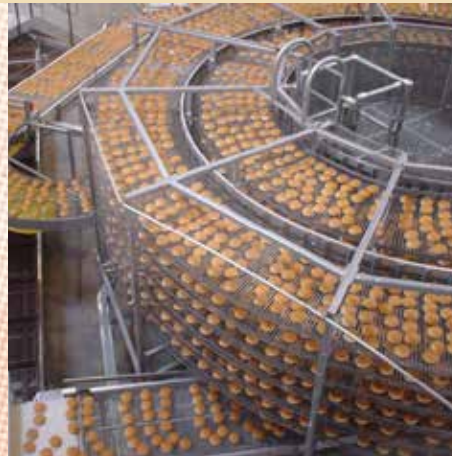
Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %68'i diyor ki...

"TÜRKİYE'DEKİ McDONALD'S'IN İŞ YAPTIĞI TEDARİKÇİLERİNE YÖNELİK ETİK İŞ UYGULAMALARI, İNSAN HAKLARI VE İŞ SAĞLIĞI/ GÜVENLİĞİ KONULARINDA YAPTIĞI BİLGİLENDİRME VE FARKINDALIK ARTIRMA ÇALIŞMALARI YETERLİDİR."

McDONALD'S'IN TÜRKİYE'DEKİ ANA TEDARİKÇİLERİ



GIDA MALZEMELERİ	MARKA ADI	ÜRETİM MERKEZİ	ÇALIŞMA SÜRESİ (Yıl)
Kırmızı et	Pınar Et	İzmir	26
Beyaz et	Pınar Et	İzmir	26
Gazlı içecek	Coca-Cola	İstanbul	26
Patates	Konya Şeker	Konya	2
Ekmek	East Balt	Kocaeli	15
Ketçap	Tat	Bursa	26
Turşu ve salata	Fersan	İzmir	21
Süt ürünleri	Danone - Tikveşli	Lüleburgaz	26
Bitkisel	Marsan	Adana	26
kızartma yağı			
Karton bardak	Ekol Ofset	İstanbul	26
Plastik paketlenme malzemeleri	Sem Plastik	İstanbul	26
Lojistik hizmetleri	HAVI Lojistik	İstanbul	26



KALİTELİ VE DEĞER İÇEREN YİYECEK

McDonald's için değer; taze, sıcak ve lezzetli ürünleri, keyifli bir ortamda, uygun fiyatlarla sunabilmektir. Bunu temin etmek üzere, McDonald's global organizasyonu, standart ürünlerde kullanılan malzemelerin ve ürünlerin spesifikasyonlarını belirler. Belirli periyotlarda McDonald's'ın uluslararası kalite departmanlarına test edilmek üzere rastgele ürün gönderimi yapılır ve burada gerçekleşen duyu analizlerle ürünlerin standartlarının sağlanıp sağlanmadığı izlenir.

McDonald's, faaliyet gösterdiği her ülkede üreticilerini o ülkenin en iyi firmaları arasından seçer. Tedarikçilerimiz için belirlediğimiz seçim ve çalışma kriterlerinden bazıları; kurumsal bir yapıda olmaları, değerlere ve prensiplere bağlılıkları, sosyal sorumluluk bilinci, **HACCP Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları (Hazard Analysis and Critical Control Points)** ürün güvenilirliği sistemleri, finansal beklentilere uyumları ve bağımsız denetimlerde kalite sonuçlarının %85'in üzerinde olmasıdır.

Bağımsız denetleme kuruluşları ve McDonald's Kalite Güvence Departmanı malzeme üreticilerini düzenli olarak denetler. Üreticiler de restoranlarda kendi ürün, ekipman ve uygulamalarını inceleyerek restoran uygulamalarının gelişmesine katkıda bulunurlar. McDonald's restoranları aynı zamanda **Kalite Güvence Departmanı** tarafından düzenli olarak denetlenir ve gelişime açık konular için aksiyonlar almaları sağlanır.

McDonald's kalite ve tedarikçi standartları, McDonald's kalitesinde temin edilen gıda ve ambalaj malzemelerinin en uygun toplam maliyet ile tedarik edilmesine de olanak sağlar. Bu sayede ürünlerin uzun dönemli fiyatlandırılmasını ve standart ürünün alınabileceği en iyi fiyatla sürekli olarak teminini gerçekleştirebiliyoruz. 2012 yılında ürünlerimize yansıttığımız **fiyat artışı, TÜFE artış oranından 1,81 puan düşük** olarak gerçekleşti.

Sürdürülebilirlik anketine
katılan çalışanlarımızın
%70'i diyor ki...

"TÜRKİYE'DEKİ McDONALD'S'IN
İŞ YAPTIĞI TEDARİKÇİLERİNE
YÖNELİK GIDA GÜVENLİĞİ
KONUSUNDAKİ BİLGİLENDİRME
VE FARKINDALIK ARTIRMA
ÇALIŞMALARI YETERLİDİR."

Sosyal Performansımız

Sosyal performansımızın en önemli unsurları, çalışanlarımızın ve misafirlerimizin **sağlık, güvenlik ve memnuniyetini** sağlamak ve özellikle restoranlarımızın bulunduğu bölgelerde uyguladığımız **topluma katkı** çalışmalarını sürekli olarak geliştirmektir.

Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %75'i diyor ki...

"TÜRKİYE'DEKİ McDONALD'S'IN İŞ GÜVENLİĞİ SAĞLAMA VE ÇALIŞAN SAĞLIĞINI GÖZETME KONUSUNA VERDİĞİ ÖNEM VE ALDIĞI KORUYUCU ÖNLEMLER YETERLİDİR."

TERCİH EDİLEN İŞ YERİ OLMAK

İnsan, McDonald's'ın en önemli kaynağıdır. Diğer kaynakları harekete geçiren ve bizi global hedeflere yönlendiren itici gücümüz insan kaynağımızdır. Misafirlerimizi restoranlarımızın kapısından gülen bir yüz ve memnun bir ifade ile uğurlayabilmek, onlara sunulan hizmetin kalitesine bağlıdır. Bu hizmetin hakkı ile sunulmasının birinci unsuru çalışanlarımızdır.

ÇALIŞANLARIMIZIN MEMNUNİYETİ

Dış müşterilerimizi memnun etmenin yolunun iç müşterilerimizi memnun etmekten geçtiğine inanıyoruz. İnsan Kaynakları Departmanımız düzenli olarak çalışanlarımızın tamamına ulaşarak, gizlilik ilkesini gözeterek iç müşteri memnuniyeti anketleri düzenler ve alınan sonuçlara göre hareket planları oluşturur. Bu amaçla Hewitt şirketi tarafından gerçekleştirilen memnuniyet anketi iki yılda bir kez merkez ofis ve restoran yöneticilerine, IRI Consulting şirketi tarafından gerçekleştirilen memnuniyet anketi ise yılda bir kez tüm restoran çalışanlarına uygulanır.

2012 yılı (Hewitt) Merkez Ofis ve Restoran Yöneticileri Memnuniyet Oranı: %75
2012 yılı (IRI) Restoran Ekibi Memnuniyet Oranı: %88
2012 yılı (IRI) Restoran Yönetim Takımı Memnuniyet Oranı: %90

Kadın çalışanlarımızın oranı, restoran ekiplerinde ve direktörlerimizi de kapsayan tüm yönetim kategorilerinde **%30 ve üzerindedir**. Aynı yönetim kademesinde göreve başlayan kadın ve erkek çalışanlarımıza sağlanan olanaklar birebir aynıdır. McDonald's çalışanları kariyerleri boyunca da terfi, ödüllendirme ve diğer imtiyazlarda sadece kişisel performansları ile değerlendirilmeye devam ederler.

İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ

Çalışanlarımızın sağlık ve güvenliğini sağlamak amacıyla tüm restoranlarımızda ve ofisimizde risk analizleri yapıyoruz. Her restoranın bulunduğu lokasyona, mimari şartlarına ve düzenine bağlı olası riskleri tespit ediyor, her biri için ayrı önlemler alıyor, aksiyon planları hazırlıyor ve uyguluyoruz.

McDonald's'ın standart uygulamalarına göre, teknik iş eğitimleri, detaylı ve sistematik bir şekilde iç eğitimcilerimiz tarafından verilir. Örneğin, işe ilk girişten itibaren, hangi departman ve hangi pozisyonda olursa olsun, herkesin aldığı dört temel eğitimden ikisi **Restoran Emniyet ve Güvenlik** ile **Temizlik, Sanitasyon ve Güvenli Yiyecek** eğitimleridir. Bu eğitimlerin sonuçlarını, eğitim sonrasında, **Emniyet ve Güvenlik İstasyon Gözlem Kontrol Raporu** ile ölçerek takibini yapıyoruz.

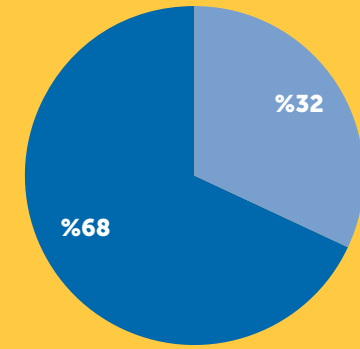
Yaklaşık 5 bin kişi bu başlıklarda yıllık ortalama 25 bin saat eğitim alıyor. Ayrıca restoran yönetim takımının gelişmesine Liderlik Akademisi'nde düzenlenen farklı kurslarda, farklı başlıklarda eğitimler ile katkıda bulunuyoruz. Örneğin, bu kurslardan biri olan **Temel Ekipman Kursunda (Basic Equipment Course)** restoran çalışanlarımızı, 2,5 gün tüm ekipmanların kullanımı ile ilgili detaylı bir eğitime tabi tutuyoruz.

Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %64'ü diyor ki...

"TÜRKİYE'DEKİ McDONALD'S ÇALIŞANLARININ FİKİR VE ÖNERİLERİNİ KENDİ YÖNETİCİLERİ VE ÜST YÖNETİMLE PAYLAŞABİLECEKLERİ İLETİŞİM KANALLARI YETERLİDİR."

ÇALIŞANLARIMIZ

Kadın
Erkek



McDONALD'S'TA ÇALIŞMANIN FARKI
+ Esnek çalışma saatleri
+ Eğlenceli, dinamik ve arkadaşça bir iş ortamı
+ Çalışanlar arasında etkili bir iletişim ortamı
+ Kariyer fırsatları
+ Fırsat eşitliği
+ Kişisel ve mesleki gelişim olanakları
+ Büyük bir takımın parçası olma fırsatı
+ Her yaş grubuna uygun iş



PERSONELİMİZ İÇİN TASARIM KIYAFETLER

McDonald's olarak restoranlarımızın mimari konseptinden, müziğine, menülerimizden McD Café® gibi yeni inisiyatiflerimize kadar birçok alanda değişim ve modernleşme çalışmalarımızın bir halkası olarak çalışanlarımızın kıyafetlerini de gözden geçirdik. Kıyafetlerin çalışma rahatlığı sunmasının yanı sıra estetik olmasına da önem verdiğimiz için restoran çalışanlarımızın kıyafetlerinin tasarımını moda tasarımcısı Özlem Süer'e emanet ettik.

Moda tasarımcısı Özlem Süer, modern ve dinamik bir stilde yeniden yorumladığı kıyafetlerimizi tasarlarken restoranlarımızda uzun saatler geçirdi ve çalışanlarımızın görüşlerini aldı. Altı aylık yoğun bir çalışmanın sonunda, ortaya çıkan yeni tasarımlardaki kıyafetlerin modern çizgiler taşımasına özen gösterildi.

BİREYSEL EMEKLİLİK PLANLARINA KATKI

İsteğe bağlı olarak Bireysel Emeklilik Sistemi'ne katılan çalışanlarımıza ek katkı payı ödemesi yaparak onların tasarrufa yönelik bu girişimlerini destekliyoruz. Şirketimiz, sisteme katılan her çalışanına maaşının %2'si kadar ek katkı sağlayarak onların geleceklerini güvence altına almalarına katkıda bulunuyor. 2012 yılında **67 çalışanımızın** emeklilik planlarına yaklaşık **160 bin TL** bütçe ayırdık. Bu yaklaşımla McDonald's olarak, daha fazla çalışanımızı tasarrufa teşvik etmiş olduk.



Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de McDonald's elemanları öncelikle çalışkanlık, beceriklilik ve takım çalışmasına istekli olmak gibi kriterlere göre seçilir. Ama bunların ötesinde her elemanın McDonald's sistemini anlaması ve bu sisteme inanması gerekir.

Bugün Türkiye'deki McDonald's restoranlarında **yaklaşık 5 bin kişi çalışıyor** ve bu sayının büyük bir çoğunluğunu, aralarında üniversite öğrencileri de olmak üzere, gençler oluşturuyor. Bir genç için McDonald's'ta çalışmak, güvenli bir iş ortamına ve geleceğe dönük kariyer olanaklarına sahip olmak demektir.

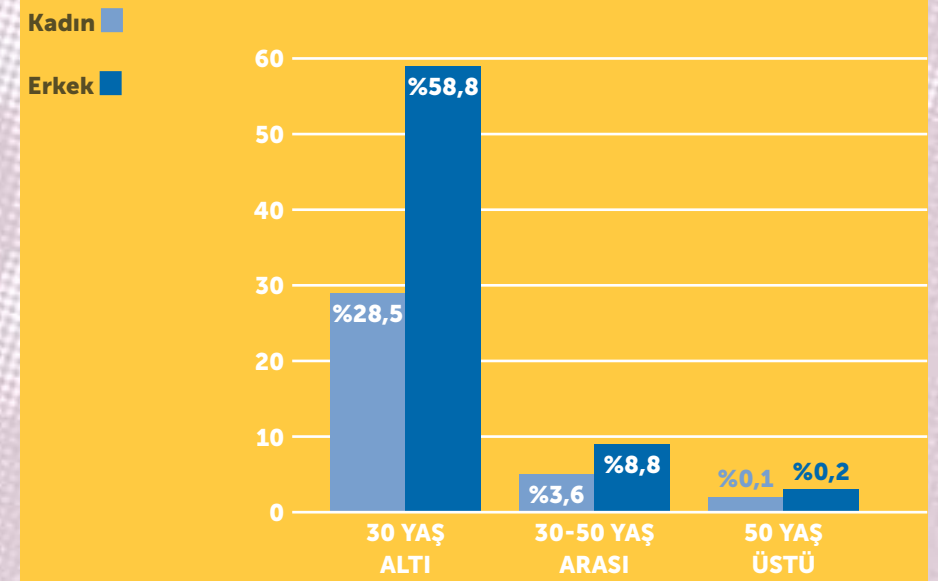
McDonald's sistemi, her yaştan kadın ve erkeklere iş olanakları sunuyor. Halihazırda merkez ofisin yanı sıra restoranlarda da pek çok birimde **16-57 yaş arası çalışanlar** görev yapıyor.

2006 yılında uygulamaya konan 'zihinsel engelli' programı ile McDonald's restoranlarında hafif düzeyde zihinsel engeli bulunan kişileri de istihdam ediyoruz.

Şirket içindeki kariyer yolları açık ve belirlidir. Halen Türkiye'deki McDonald's merkez ofisinde, çeşitli departmanlarda yönetici olarak çalışanlar arasında iş yaşamlarına McDonald's restoranlarında ekip üyesi olarak başlamış kişiler de bulunuyor.

KARİYER FIRSATLARI

ÇALIŞANLARIMIZIN YAŞ DAĞILIMI



EĞİTİM

Şirketimizde iç müşteri memnuniyeti ve hizmette kaliteyi sağlayabilmek için önce eğitim anlayışı vardır. Eğitim McDonald's sisteminde en önem verilen unsurların başında gelir.

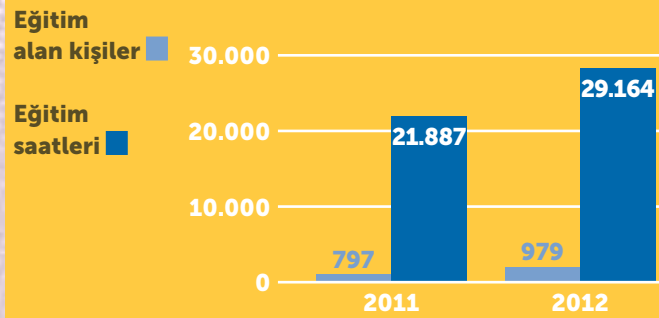
Her McDonald's çalışanı, işe başlamadan önce ve çalıştığı süre boyunca çeşitli eğitim programlarına katılır. Ekip üyeleri, McDonald's'taki iş yaşamlarına restoran oryantasyonu ile başlarlar. Bunu yıldız sistemi adı verilen, bilgi ve performanstaki artışın kariyerde yükselme ile ödüllendirildiği eğitim sistemi izler.

Restoran müdürü olmaya aday çalışanlar, Hamburger Üniversitesi'nde eğitim alırlar. Şimdiye kadar Türkiye'deki McDonald's çalışanlarının önemli bir kısmı Hamburger Üniversitesi'ndeki kurslara katıldılar. Merkez ofiste göreve başlayacak her kademedeki çalışanlar da mutlaka restoran eğitimi alır. Restoranda belirli bir süreyi geçirerek, restoran ortamını deneyimleyerek gözlemler, hizmet anlayışını, kalite-servis-temizlik ve değer ilkelerini, yapılan işi öğrenir. Bu deneyime, McDonald's ruhunu kazanma yolunda çok önem verilir. Tüm çalışanlar, restoranın her bölümünde görev yaparak, McDonald's'ın işleyişine tümüyle hakim olarak yetişirler.

Sistem, başarılı olan çalışanların ilerlemesi ve kariyer sahibi olması üzerine kuruludur. Bunun yanında McDonald's'ın uyguladığı eğitim sistemi, çalışanların kendilerini her alanda geliştirmelerini sağlayarak, ilerledikleri pozisyonlarda da başarılı olmalarına olanak yaratır.

Raporlama döneminde eğitim alan çalışanlarımız %23 oranında artarken, toplam sağladığımız eğitimler %33 oranında arttı.

EĞİTİM PERFORMANSIMIZ



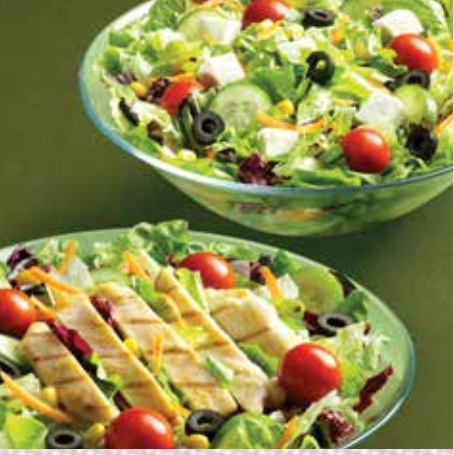
HAMBURGER ÜNİVERSİTESİ

Hamburger Üniversitesi, McDonald's'ın tüm dünyadaki işletmeci, restoran yöneticisi, farklı fonksiyonlardaki yönetici ve çalışanlarının McDonald's operasyonu ve kendi alanlarında uzmanlık ve yöneticilik eğitimleri aldığı bir eğitim merkezidir. Her yıl dünyanın her yerinden 3 binden fazla kişinin eğitim aldığı Hamburger Üniversitesi, 1961 yılında ABD'nin Illinois eyaletinde kuruldu.

Hamburger Üniversitesi'nin, Şikago dışında San Paulo, Londra, Münih, Şangay, Tokyo ve Sidney olmak üzere dünyada toplam yedi bölgede kampüsü vardır. Bu bölgelerdeki ana kampüslere bağlı olarak hizmet veren, ülkelere dağılmış Hamburger Üniversitesi eğitim merkezleri de mevcuttur. Bu merkezlerden birisi de Türkiye'dir. Burada, Hamburger Üniversitesi tarafından sertifikalanmış olan Türk eğitimciler tarafından, yine üniversitenin uluslararası çapta uyguladığı eğitim içerikleri doğrultusunda, Yönetici Geliştirme eğitimleri verilir. McDonald's'ın Türkiye'deki işletmecileri de restoranları faaliyete geçmeden önce ortalama 6 aylık eğitimlerinin tamamını Türkiye'deki eğitim merkezinde tamamlarlar.



DENGELİ BESLENME



McDonald's 119 ülkede günde yaklaşık 68 milyon kişiye hizmet vermenin ve sektöründe standartları belirleyen kurum olmanın verdiği bilinç ve sorumluluk ile müşterilerine en kaliteli ve güvenli ürünleri sunmak için çalışır. Türkiye'de de dünyadaki diğer McDonald's restoranları gibi menü seçeneklerini genişletiyor ve misafirlerimize **kişisel beslenme ihtiyaçlarına uygun, yüksek kaliteli, üstün gıda güvenliğine sahip** yeni alternatifler sunuyoruz. Misafirlerimize sunduğumuz ürünleri düzenli olarak kalite, tat ve değer açısından geliştiriyoruz.

McDonald's'ın global olarak dengeli beslenmeyi desteklemek üzere aldığı tuzu azaltma kararları çerçevesinde, Türkiye'de de ürünlerde kullanılan **tuz miktarını %20 oranında azalttık.**

Biz sağlıklı bir yaşam tarzının, dengeli, düzenli beslenme ve fiziksel aktivite ile elde edileceğine inanıyoruz ve konunun uzmanları ile de iş birliği yaparak, dengeli beslenme alışkanlığının anlatılması ve yaygınlaşması için çalışıyoruz.

Müşterilerimizin kendileri için doğru seçimleri yapabilmelerine olanak sağlamak amacıyla, sunduğumuz tüm ürünlerimizin besin değerlerini, internet sitemiz, tepsi örtülerimiz ve restoranlarımızdaki beslenme broşürlerimiz gibi birçok kanaldan duyuruyoruz. Sunduğumuz ürünlerin besin değerleri dikkate alındığında, McDonald's'ın dengeli beslenmenin daima bir parçası olabileceği gerçeğini tüm paydaşlarımıza aktarıyoruz.

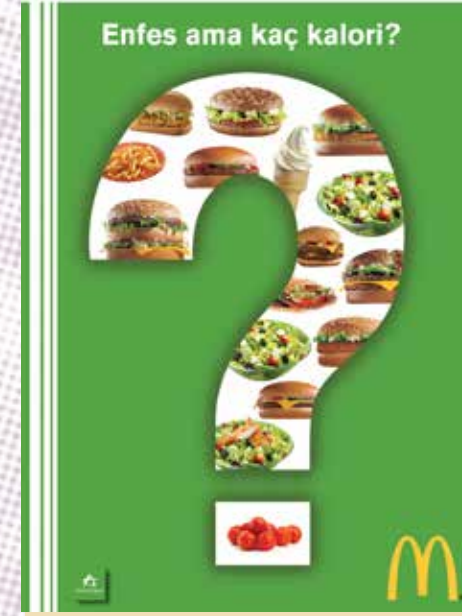
Hızlı servis restoranları sektörünün lider markası olarak, ürünlerimiz ve dengeli beslenme alanında yaptığımız çalışmaları paydaşlarımızla paylaşmak amacıyla internet sitemizde **Dengeli Beslenme Bölümü'**nü hazırladık ve haftanın 7 günü için 7 farklı dengeli menüyü paylaştık.

Her vesile ile insanların yaşamlarında fiziksel aktiviteye daha fazla yer vermelerini öneriyoruz. Bu amaçla McDonald's'ın dünyada Olimpiyat Oyunları'nın ve FIFA Dünya Kupası'nın sponsorluğunu üstlenmesine destek oluyoruz. Türkiye'de de olimpiyatlara gitmeye hak kazanan ilk Türk takımı olan Bayan Milli Voleybol Takımımıza sponsorluk desteği verdik.

Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %63'ü diyor ki...

"TÜRKİYE'DEKİ McDONALD'S, TOPLUM GÖZÜNDE 7'DEN 70'E HERKES İÇİN DENGELİ BESLENME KONUSUNDA SEÇENEK SUNAN BİR ŞİRKET İMAJİ ÇİZMEKTEDİR."

McDonald's Beslenme Broşürü



HAFİF&AKTİF

Dengeli beslenme çerçevesinde, Türkiye'de Hafif&Aktif programını hayata geçirdik. Bu gruptaki ürünlere her yıl yeni ürünler ekliyor veya bazı ürünlerin yerine yenilerini hazırlıyoruz. 200'e yakın restoranda McDonald's tüketicilerinin severek tükettiği Hafif&Aktif menülerimiz arasına **2012 yılında kepekli menülerimizi de ekledik.** Etli ve tavuklu olarak hazırladığımız iki yeni kepekli sandviçimize küçük salata ve içecek de eşlik ediyor. Hafif&Aktif programının içinde, Akdeniz Salatası, Izgara Tavuk Salata, Çıtır Tavuk Salata, Kepekli Tavuklu Sandviç, Kepekli Etli Sandviç ve Izgara Tavuk Sandviç yer alıyor. Bu uygulamalarımızın yanı sıra, misafirlerimiz internet sitemizde yer alan Kalorimetre Tablosu ile ürünlerimizin kalori değerlerine ulaşabiliyor, bir gün içinde tükettikleri McDonald's menülerinin toplam değerlerini hesaplayabiliyorlar.

BESLENME DEĞERLERİ TABLOSU

Dengeli beslenmenin altın kuralı; beş ana ürün grubunun (Et, Ekmek, Sebze-Meyve, Süt ve Yağ) her gün dengeli bir şekilde tüketilmesidir. Tepsi örtülerimizin arkasında yer verdiğimiz beslenme değerleri tablosu sayesinde, McDonald's ürünlerinin içerdiği besin değerlerini açıklıyoruz. Bu sayede misafirlerimizin, günlük olağan beslenmeleri içinde tükettikleri ürünlerin hangi değerlerde olduğunu görebilmelerini sağlıyoruz.



BESLENME
DEĞERLERİ
TABLOSU



KALORİMETRE



DENGELİ
MENÜLER



EŞ DEĞER
TABLOSU

DENGELİ BESLENMENİN İLK ADIMI; McDONALD'S'TA YUMURTALI KAHVALTI
McDonald's, doğru, dengeli ve düzenli beslenme konusundaki hassasiyetini yıllardır sürdürüyor. Bu doğrultuda Mayıs 2008 itibarıyla Türk tüketicisiyle buluşan ve severek tüketilen McDonald's kahvaltı menülerini yeni ürünlerle çeşitlendirmeye devam ediyor, beslenmede önemli bir yeri olan ve protein kalitesi en yüksek besinlerden olan yumurta ile hazırlanmış lezzetli ve besleyici kahvaltı ürünleri sunuyoruz. McDonald's'ın kahvaltı servisi yapan restoranlarında sunduğumuz Yumurtalı McMuffin®, Piliç Dilimli McMuffin®, Yumurtalı Piliç Dilimli McMuffin®, Kahvaltı Tabağı, Pankek, Hash Browns® gibi özgün tatlardan oluşan kahvaltı ürünlerine; 2012 yılında sucuklu yumurtalı McMuffin®'i ve peynir, zeytin, salatalık, domates ve çırpılmış yumurtadan oluşan Klasik Türk Kahvaltı Tabağı'nı ekledik.

Uzman Diyetisyen Ayşegül Bahar "İster kadın olun, ister erkek olun 7'den 70'e herkesin, güne fiziksel ve bilişsel olarak zinde başlamasının tek yolu doğru içerikte hazırlanmış ve tüketilmiş bir kahvaltıdır. Dışarıda kahvaltı yapanlar için McDonald's'ın kahvaltı menüleri besin değerleri açısından son derece iyi seçenekler sunuyor. Örneğin Yumurtalı McMuffin, karbonhidrat-protein dengesinin olduğu harika bir seçenek" diyor.

2012 yılında kahvaltının sağlıklı ve dengeli beslenme üzerindeki önemini aktaran iletişim çalışmalarımıza devam ederek, toplumda bilincin artmasına destek olduk. McDonald's'ta kahvaltı servisi, kahvaltı servisi olan restoranlarımızda 04:00'da başlıyor, 11:00'a kadar devam ediyor.



GIDA GÜVENLİĞİ

McDonald's'ta tüm ürünlerimizi, en taze ve 'birinci sınıf' malzemelerle hazırlamaya özen gösteriyoruz. Tüm McDonald's restoranlarında sunulan ürünlerin gıda güvenliğini kontrol altında tutmak üzere salata yaprağından sosa kadar kullanılan tüm ürünlerimizi sistematik kontrol safhalarından geçiriyoruz. Ürünün hammadde aşamasından başlayan ve restoranda sunumuna kadar geçen sürede yapılan bu kontroller ile kalitemizi garanti etmeyi hedefliyoruz. McDonald's restoranlarında tüketilen **450'ye yakın ürünün** her biri için, üretimin her aşamasında gıda güvenliği, temizlik ve hijyen standartlarının sağlanması için aynı titizlikte kontroller yapıyoruz.



Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %96'sı diyor ki...

"TÜRKİYE'DEKİ McDONALD'S'IN GÜVENİLİR GIDA SAĞLAMA KONUSUNDA SAHİP OLDUĞU SİSTEMLER YETERLİDİR."



TARLADAN TEPŞİYE İZLENEBİLİRLİK

McDonald's'ın gıda güvenliği anlayışında tüm dünyadaki faaliyetlerinde, içinde bulunduğu ülkenin yasalarına uyum vazgeçilmez bir önceliktir. Türkiye'de de McDonald's için üretim yapan tüm üreticiler Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın getirdiği kurallar ve gıda tüzüğüne ek olarak McDonald's'ın tüm üreticileri için geçerli sağlık ve hijyen koşullarına da uyarlar.

Üreticilerimizle uzun bir geçmişe ve karşılıklı güvene dayanan bir iş birliğimiz olmasının yanı sıra hem planlanmış, hem de habersiz yapılan ziyaretler ile her ürünü değişik aşamalarında inceleriz. Üreticilerimiz bizim kontrollerimiz dışında, uluslararası, bağımsız gıda denetim firmaları tarafından da ayrıca denetlenir ve böylelikle gıda güvenliği konusunda hiç bir unsuru şansa bırakmayız. **Restoranlarımızda sunulan tüm ürünlerin kaynağı, nereden geldiği, tarihçesi, ne şartlar altında ve nasıl hazırlandığı kayıtlıdır ve etten sosa kadar kullanılan tüm ürünler, üretimin ilk aşamasından tepsi içinde sunumuna kadar her an adım adım izlenebilir durumdadır.** Bu çerçevede ürün güvenliğini, üretici firmalarda HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points - Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları), restoranlarda ise McDonald's'a özel McHACCP uygulamaları ile sağlıyoruz.

Restoranlarımızda, gıda güvenliğiyle ilgili kontrol listeleri bulunur ve bu listeler yetkili çalışanlarımız tarafından aksatılmadan doldurulur. Tüm et ürünlerinin pişerken iç sıcaklığı, tüm kritik noktalardaki ekipmanın sıcaklığı, ürünlerin pişiminden sunumuna kadar geçen sürede maksimum tutulma süreleri gibi uygulamalar sürekli olarak denetlenir. İzlenebilirlik anlayışımız, ürünlerimizin tarladan ya da çiftlikten misafirlerimize sunulana kadar takip edilebilir olmasını içerir.



HELAL GIDA SERTİFİKALARI

HELAL GIDA

Et ve tavuk ürünlerimizin tamamını Pınar Et'in tüm denetimlerinden geçirilmiş, onaylı çiftliklerde yetişen ve Türkiye'nin en modern tesislerinde İslami usullere göre yapılan kesimlerinden temin ediyoruz.

SORUMLU PAZARLAMA

Tüm dünyadaki McDonald's ofis ve restoranlarında geçerli olan, **Altın Kemer Kodları (The Golden Arches Code)** ve Anadolu Grubu'nun etik kodları çerçevesinde sorumlu pazarlama ve iletişim ilkelerini benimsiyor ve bu standartlar ile özdenetim uyguluyoruz. Gerek çizgi üstü iletişim çalışmalarımızda, gerek restoranlarımızdaki ve dijital mecralardaki her türlü bilgilendirme çalışmalarımızda ve gerekse diğer çizgi altı iletişim çalışmalarımızda, duyarlı tanıtım çalışmaları yaparak, hiç bir ürünün aşırı tüketimini teşvik etmemeye özen gösteriyoruz.

Çocuklara yönelik bütün iletişim faaliyetlerimizde yasa ve yönetmeliklerle birlikte McDonald's global organizasyonu tarafından belirlenmiş mesaj, görsel kullanım standartları ve prensiplerini esas alıyoruz. (**Çocuklara Yönelik Küresel Pazarlama Kılavuzu - Global Children's Marketing Guidelines**)

McDONALD'S VE OXI-GEN MUSIC NETWORK İŞBİRLİĞİ

Farklı ve modern bir mimari ile dekore edilen McDonald's restoranlarını misafirlerimizin rahatlıkla vakit geçirebildiği mekanlar haline getirirken, bu yaklaşımımızı Oxi-Gen Music Network ile yaptığımız iş birliği ile de destekliyoruz.

Restoranlarımızda çalınan müziklerin seçimini, 'en iyiler listesi' oluşturulmasını ve teknik altyapı hizmetini profesyonel bir ekiple yönetiyoruz. Restoranlarımızdaki kaliteli müzik yayınının tamamını, telif bedellerini ödeyerek yapıyoruz.



TOPLUMA GERİ VERMEK

McDonald's'ta başarı; kârlılık, büyüme gibi ticari hedeflere ulaşmakla sınırlı değildir. Tüm bunların yanında gerçek başarı, içinde bulunduğu toplumun yararına faaliyette bulunmak anlamına gelir. Bu, McDonald's'ın temel ilkelerinden biridir. Bu ilkeye göre bir kurum, içinde ticari faaliyette bulunduğu topluma, mutlaka kazancının bir kısmını geri vermeli, katkıda bulunmalıdır.

McDonald's **toplumun sorumlu bir üyesi**, her McDonald's restoranı ise bulunduğu bölgede **iyi bir komşu** olmak üzere, toplum yararına projelerin içinde yer alır. Yerel ve uluslararası düzeyde, sağlıktan spora birçok alanda destek verir.

Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %65'i diyor ki...

"McDONALD'S ÇOCUK VAKFI'NIN TÜRKİYE ÇAPINDA YAPTIĞI YATIRIMLAR/ ÇALIŞMALAR ŞİRKETİMİZİN SOSYAL SORUMLULUĞUNU YERİNE GETİRMESİ AÇISINDAN YETERLİDİR."



RONALD McDONALD HOUSE CHARITIES (RMHC) Ronald McDonald House Charities (RMHC), 1975 yılında Amerika - Filadelfiya'da kuruldu. RHMC, McDonald's'ın hayata geçirilmesine önyak olarak, global çapta desteklediği ve şirketin **topluma geri verme** felsefesini en iyi yansıtan organizasyondur.

McDONALD'S ÇOCUK VAKFI

McDonald's, RMHC'nin global organizasyonu içinde Türkiye'de faaliyet gösteren McDonald's Çocuk Vakfı'nın en önemli destekçisidir. Vakıf misyonu çerçevesinde, Türkiye'nin birçok ilindeki hastanelerde uzun süreli tedavi gören hasta çocuklar ve refakatçilerinin hastane içinde geçirdikleri süreyi daha mutlu kılacak projelerin, hastanelerin ihtiyaçları doğrultusunda hazırlanmasına destek oluyoruz.

McDonald's Çocuk Vakfı ile faaliyete geçtiği 1999 yılından bu yana **21 farklı yerleşim merkezindeki 28 farklı hastanenin çocuk servislerinde 42 projeyi** tamamladık. Çocukların sağlığı ve mutluluğu için Türkiye'nin her yerinde projeler gerçekleştiren vakıf kanalı ile bugüne kadar 150 binin üzerinde çocuğa ulaşarak 1,5 milyon ABD Dolarını aşkın maddi ve aynı kaynak aktardık. Vakıf **Sağlıklı Göz ve Eğitimde Başarı Projesi** kapsamında da her öğretim yılında yaklaşık 20 bin öğrenciye ulaşıyor.

AİLE ODALARI

McDonald's Çocuk Vakfı'nın hedefleri doğrultusunda gerçekleştirdiği en önemli projelerden biri Aile Odaları'dır. Aile Odaları, hastanelerin çocuk servislerinin çok yakınında bulunur. Aile Odaları'nın amacı; hastane odaları ve koridorları dışında hiçbir alternatifi olmayan hasta çocuğa ve refakatçisine, tüm gün boyunca hem vakit geçirebilecekleri, hem de bazı temel ihtiyaçlarını giderebilecekleri ev benzeri mekânlar olarak hizmet vermektir.

Aile Odaları, hasta çocuğa ve refakatçisine bir nebze de olsa moral desteği vererek tedaviye de olumlu katkıda bulunmayı amaçlar.

Bu kapsamda tamamlanan Aile Odası projelerinin bulunduğu hastaneler şunlardır:

- + Marmara Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi
- + Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi
- + Vakıf Gureba Hastanesi
- + İstanbul Üniversitesi Onkoloji Enstitüsü





HASTANE İLKÖĞRETİM DERSLİKLERİ

Uzun süreli tedavi gören çocukların devamsızlık nedeni ile eğitimlerine ara vermeleri, hem onlara, hem de ailelerine maddi ve manevi yeni sorunlar yaratabilmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı hastane derslikleri bu sorunu çözerek, tedavileri devam eden çocukların eğitim hayatlarına kesintisiz devam edebilmelerine olanak sağlar.

Bu kapsamda tamamlanan Hastane İlköğretim Dersliği projelerinin bulunduğu hastaneler şunlardır:

- + İstanbul Üniversitesi Onkoloji Enstitüsü
- + Ege Üniversitesi Tıp Fakültesi Çocuk Hastanesi
- + Ondokuz Mayıs Üniversitesi Tıp Fakültesi Çocuk Hastanesi



ÇOCUK SERVİSLERİNİN TEFRİŞİ

McDonald's Çocuk Vakfı, hasta çocukların bir an önce sağlıklarına kavuşmaları için tıbbi uzmanlığın yanı sıra, bakım sırasındaki uygun fiziki koşulların da önemine inanıyor. Bu amaçla çocuk servislerini hasta çocukların ve refakatçilerinin ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak tefriş ederek, en uygun hasta mobilyalarını ve donanımlarını onların hizmetine sunmak sureti ile iyileşmelerine destek oluyor.

Bu kapsamda tamamlanan Çocuk Servisi Tefriş projelerinin bulunduğu hastaneler şunlardır:

- + İstanbul Üniversitesi Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Hastanesi Acil Tedavi Ünitesi
- + Kayseri Devlet Hastanesi Çocuk Servisi Acil Tedavi Ünitesi
- + Şişli Etfal Hastanesi Pediatrik Onkoloji Servisi
- + Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Hastanesi Çocuk Poliklinik Binası
- + Konya Selçuk Üniversitesi Tıp Fakültesi Çocuk Hastanesi Genel Pediatri Servisi
- + Afyon Kocatepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi Çocuk Servisi Hasta Odaları
- + Eskişehir Orhangazi Üniversitesi Hastanesi Çocuk Göz Servisi
- + Şişli Etfal Hastanesi Yenidoğan Yoğunbakım Destek Ünitesi
- + Trabzon Numune Hastanesi Çocuk Acil Müşahade ve Müdahale Odaları
- + Ankara Dışkapı Çocuk Hastanesi Hasta Odaları
- + Mersin Üniversitesi Hastanesi Yenidoğan ve Çocuk Enfeksiyon Servisleri
- + Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Çocuk Cerrahisi Anabilim Dalı Poliklinik Odaları
- + Heybeliada Sağlık Ocağı Çocuk Polikliniği
- + İzmir Buca Devlet Hastanesi Anne Bebek Odaları
- + Van Devlet Hastanesi'ne deprem sonrasında tıbbi malzeme temini
- + Malatya İnönü Üniversitesi Turgut Özal Tıp Merkezi Çocuk Hematoloji ve Onkoloji Servisi
- + Erzurum Üniversitesi Hastanesi Çocuk Acil Servisi
- + Şişli Etfal Hastanesi Pediatrik Gelişim Servisi
- + Adana Çukurova Üniversitesi Balcalı Hastanesi Genel Çocuk Polikliniği

HASTANE OYUN ALANLARI

McDonald's Çocuk Vakfı, hastanede tedavi gören ya da muayeneye gelen çocukların tüm gün faydalanabileceği oyun alanları kurarak sunduğu olumlu atmosfer ile iyileşmelerine destek olmayı amaçlıyor.

Bu kapsamda tamamlanan Hastane Oyun Alanı projelerinin bulunduğu hastaneler şunlardır:

- + İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Hastanesi
- + Afyon Kocatepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi
- + Kayseri Devlet Hastanesi Çocuk Servisi
- + Konya Beyhekim Devlet Hastanesi
- + Çanakkale Çan Belediyesi Sağlık Ocağı
- + İstanbul Mehmet Akif Ersoy Hastanesi



SAĞLIKLI GÖZ VE EĞİTİMDE BAŞARI PROJESİ

McDonald's Çocuk Vakfı, çocukların sağlıklı olmalarının onların eğitimlerindeki başarısına da yansıdığına inanıyor. Bu amaçla, özellikle göz sağlığı konusunda sağlık hizmetinin yetersiz olduğu bölgelerde, yerel yönetim ve sağlık kuruluşları ile iş birliği yaparak tarama hizmeti sunuyor. Göz tarama projesinde farkındalık yaratarak da ailelerin çocuklarının göz sağlığı sorunlarından haberdar olmalarını sağlıyor. Vakıf, GAP Bölge Kalkınma İdaresi ve yerel üniversitelerin ya da devlet hastanelerinin göz doktorlarının iş birliği ile bugüne kadar Şanlıurfa, Diyarbakır, Mardin, Gaziantep ve Adıyaman'da onbinlerce ilköğretim öğrencisinin göz taramasından geçirilmesi sağladı. Proje bitiminde vakıf tarafından satın alınan tarama cihazları bölge hastanesine bağışlanıyor. Böylece proje süresince taraması yapılamayan öğrenciler de daha sonra göz muayenesinden faydalanma olanağına kavuşuyor.

Sağlıklı Göz ve Eğitimde Başarı Projesi kapsamında:

- + Şanlıurfa'da, 12 ilköğretim Okulu'nda, 20 bin çocuk
- + Diyarbakır'da, 9 ilköğretim Okulu'nda, 20 bin çocuk
- + Mardin'de, 21 ilköğretim Okulu'nda, 15 bin çocuk (2010-2011 eğitim yılı)
- + Gaziantep'te, 22 ilköğretim Okulu'nda, 18 bin çocuk (2011-2012 eğitim yılı) göz taramasından geçirildi. 2012 – 2013 ders yılında proje Adıyaman ilinde başlatıldı.



Çevresel Performansımız

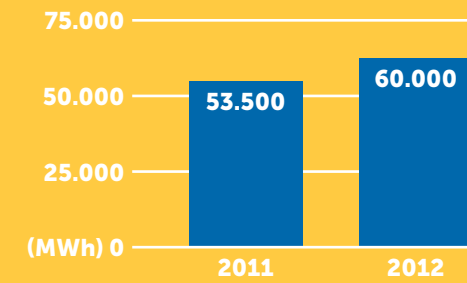
Çevresel etkilerimizi enerji ve suyu verimli kullanarak ve atıklarımızın en doğru şekilde bertaraf edilmesine katkıda bulunarak yönetiyoruz. Etkilerimizi azaltmak için operasyonel faaliyetlerimizi sürekli izliyor ve iyileştirme alanlarımızı belirliyoruz.

ENERJİ VERİMLİLİĞİ

McDonald's'ın Türkiye'deki operasyonlarında kullandığımız enerji kaynaklarının başında elektrik gelir. Elektrik enerjisini, restoranlarımızın iç ve dış aydınlatmasına ek olarak, mutfak ekipmanları, arıtma sistemleri, klimalar, soğutucu ve derin dondurucular için sarfediyoruz. Elektrik kesintisi durumunda kullanılan jeneratörlerde ise mazot kullanıyoruz. **110 restoranımızda** enerjiyi daha tasarruflu kullanma özelliğine sahip klimalar, ızgaralar, fritözler, buz, kola ve dondurma makinaları bulunuyor.

2011-2012 yıllarında, kademeli olarak, restoranlarımızdaki cihazlarımızı, enerjiyi daha verimli kullanan modelleriyle yenilemeye başladık. Aynı zamanda LED aydınlatmaya geçtik. Çalışanlarımızı enerji verimliliği ile ilgili bilinçlendirmek üzere sınıf eğitimleri düzenliyoruz ve her 6 ayda bir enerji anketi yapıyoruz. Şirket restoranlarımızdan 103'ü elektriğini, üretiminin %15 - %20'lik bölümünü yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanarak yapan EnerjiSA'dan satın alıyor. Raporlama döneminde, **restoran sayımızdaki %19 artışa rağmen, aldığımız tasarruf önlemlerimiz sonucunda, elektrik tüketimimiz sadece %12 oranında arttı.**

ELEKTİK TÜKETİMİ



Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %59'u diyor ki...

"TÜRKİYE'DEKİ McDONALD'S'IN YÖNETMESİ GEREKEN EN ÖNEMLİ ÇEVRE KONUSU ENERJİ VERİMLİLİĞİDİR."

İYİ KOMŞU OLMAK

Restoranlarımızın kendi çevrelerinde tespit ettikleri ihtiyaçlara yönelik yaptıkları toplumsal çalışmaları, Türkiye'de faaliyet göstermeye başladığımız 1986 yılından bu yana teşvik ediyoruz. Bu projelere yıllık yaklaşık 300 bin TL bütçe ayırıyoruz.

2011-2012 döneminde de İstanbul'dan Diyarbakır'a, İzmir'den Hatay'a pek çok ilimizde bulunan restoranlarımızın organize ettiği Ramazan Bayramı, Dünya Kadınlar Günü, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı gibi özel günlerde, bazılarını farklı kurum, kuruluş ve STK'larla ortaklaşa gerçekleştirdiğimiz sosyal faaliyetler ve yardımlar ile çoğunluğu çocuklar olmak üzere iki bine yakın vatandaşımıza ulaştık.

TÜRKİYE BAYAN MİLLİ VOLEYBOL TAKIMI SPONSORLUĞU

McDonald's global bir strateji olarak aktif yaşam ve fiziksel aktiviteyi destekler, Olimpiyatların da 1974 yılından itibaren resmi restoranıdır. McDonald's bunun yanı sıra FIFA Dünya Kupası'nın sponsorudur.

Türkiye'de çocuk ve gençleri fiziksel aktiviteye teşvik etmek ve onların spora olan ilgilerini artırmayı hedefleyen McDonald's, bu konudaki iletişim ve sponsorluk çalışmaları için 2012 yılında 250 bin ABD Doları bütçe ayırdı. Ayrıca 2012 Londra Yaz Olimpiyatları'na katılmaya hak kazanan ilk Türk takımı olan **Bayan Milli Voleybol Takımı**'nın sponsorluğunu üstlendi.



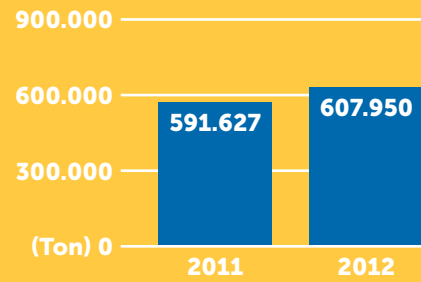
ATIK YÖNETİMİ

Restoranlarımızda ağırlıklı olarak yağ ve ambalaj atıkları oluşuyor. Atık yağların toplanması ve geri kazanımı için lisanslı bir firma olan **Albiyobir** ile çalışıyoruz. Atık yağları, firmanın restoranlarda bulunan bidonlarında topluyor ve haftalık olarak, Ulusal Atık Taşıma Formu ile teslim ediyoruz. Toplanan yağların hepsi değerlendiriliyor ve böylece atık yağlarımızın geri kazanımını sağlıyoruz.

Ambalaj atıklarını restoranlarda ayrıştırmamız mümkün olmadığı için, kullandığımız tüm ambalajlı plastik, kağıt/karton ve kompozit ürünlerin toplanması ve geri dönüşümü için Tüketici ve Çevre Eğitim Vakfı - **TÜKÇEV** ile iş birliği yapıyoruz. Her sene Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'na ve TÜKÇEV'e "piyasaya süren" olarak yaptığımız beyanda, bir önceki yıla ait atık miktarlarımızı paylaşıyoruz. TÜKÇEV takip eden yıl beyan etmiş olduğumuz miktar üzerinden, devlet tarafından belirlenen geri dönüşüm oranında ambalaj atığını piyasadan toplayarak şirketimiz adına geri dönüştürüyor, belgeliyor ve bakanlığa raporluyor.

Raporlama döneminde geri dönüşüm ve geri kazanım yoluyla bertaraf edilen atıklarımızın oranı da, restoran sayımızın artmasına bağlı olarak %2 - 3 artış gösterdi. Öte yandan, ofislerimizde oluşan evsel ve kağıt atık miktarı çok düşüktür ve özel bir yöntemle biriktirmek ya da depolamak için yeterli değildir.

ATIKLAR



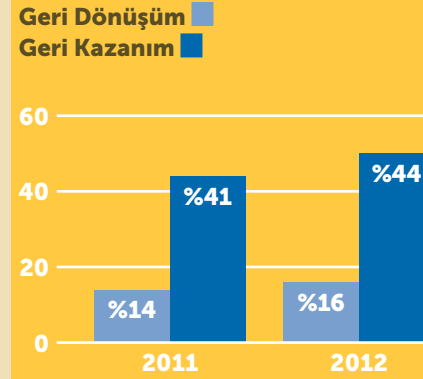
ISKARTA ORANINDA ÖNEMLİ İYİLEŞTİRME
Hızlı servis restoranlarında müşteri talep ettiği anda yeterli miktarda hazır ürün bulundurmak servis hızı açısından önemli bir unsurdur. Daha önce kullandığımız, ürünlerin hazırlanıp belli bir süre müşteri için hazır bekletilmesi sistemi yerine, hızlı servis verebilmek ve daha kaliteli bitmiş ürün sunabilmek hedefiyle **MFY (Made For You)** sistemini geliştirdik. Yeni sistemle, müşteri siparişini verdiğinde kasadan otomatik olarak mutfağa sipariş geçiyor ve ürünü sipariş üzerine hazırlıyoruz.

Ayrıca ürünlerin kullanım sürelerine göre siparişlerini elektronik ortamda hazırlıyoruz. Böylece restoranlarda fazla ürün stoklaması yapılmıyor. Bunun yanı sıra, yeni sistemimizle 2011 – 2012 yılları arasında ıskarta oranımızda yaklaşık **%30'luk iyileşme sağladık.**

Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %52'si diyor ki...

"TÜRKİYE'DEKİ McDONALD'S'IN YÖNETMESİ GEREKEN İKİNCİ EN ÖNEMLİ ÇEVRE KONUSU ATIK YÖNETİMİDİR."

ATIK BERTARAF PERFORMANSIMIZ

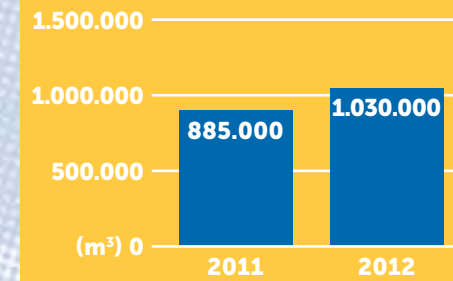


SU TASARRUFU

Restoranlarımızda en yoğun kullandığımız **doğal kaynak sudur**. Suyu genel kullanıma ek olarak kola, buz, kahve ve kakao yapımında kullanıyoruz. Bu esnada şebekeden alınan su, tam olarak arıtmadan geçiyor. Ters ozmoz sistemi ile, şebekeden kaynaklanabilecek ve insan sağlığına zarar verebilecek tüm ağır metal gibi etkenleri ortadan kaldırıyoruz. Arıtma sistemimizin, her ay periyodik kontrolden geçmesini ve alınan numunelerle suyun kimyasal analizinin yapılmasını sağlıyoruz.

2011-2012 yıllarında açılan yeni restoranlarımızın personel lavabolarında fotoselli bataryalar, eski restoranlarımızda ise akan su miktarını azaltacak aparatlar kullanmaya başladık. Raporlama döneminde, **restoran sayımızdaki %19 artışa rağmen**, aldığımız tasarruf önlemleri sonucunda **su tüketimimiz sadece %16 oranında arttı**. Gelecek dönemde de su tüketim oranımızı restoran artış oranımızın altında tutacak önlemleri almaya devam edeceğiz.

SU TÜKETİMİ



Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %51'i diyor ki...

"TÜRKİYE'DEKİ McDONALD'S'IN, ELEKTRİK, SU, DOĞAL GAZ, FOSİL YAKITLAR GİBİ KAYNAKLARIN TASARRUFLU KULLANIMI KONUSUNDA YAPTIĞI ÇALIŞMALAR YETERLİDİR."

Performans Göstergelerimiz

SOSYAL PERFORMANS GÖSTERGELERİMİZ

İŞGÜCÜ

İSTİHDAM TÜRÜNE GÖRE	BİRİM	2011	2012	GRI
Beyaz yaka - Kadın	Kişi	435	524	LA1
Beyaz yaka - Erkek	Kişi	1.195	1.460	LA1
Mavi yaka - Kadın	Kişi	880	939	LA1
Mavi yaka - Erkek	Kişi	1.595	1.617	LA1
TOPLAM	Kişi	4.105	4.540	LA1

SÖZLEŞME TÜRÜNE GÖRE	BİRİM	2011	2012	GRI
Tam zamanlı çalışan - Kadın	Kişi	917	1.081	LA1
Tam zamanlı çalışan - Erkek	Kişi	2.162	2.402	LA1
Yarı zamanlı çalışan - Kadın	Kişi	398	382	LA1
Yarı zamanlı çalışan - Erkek	Kişi	628	675	LA1

LOKASYONA GÖRE	BİRİM	2011	2012	GRI
Merkez ofiste çalışan - Kadın	Kişi sayısı	43	54	LA1
Merkez ofiste çalışan - Erkek	Kişi sayısı	63	77	LA1
Restoranlarda çalışan - Kadın	Kişi sayısı	1.272	1.409	LA1
Restoranlarda çalışan - Erkek	Kişi sayısı	2.727	3.000	LA1

CİNSİYETE GÖRE	BİRİM	2011	2012	GRI
Erkek	Kişi sayısı	2.790	3.077	LA13
	Yüzde	68	68	LA13
Kadın	Kişi sayısı	1.315	1.463	LA13
	Yüzde	32	32	LA13

YAŞA GÖRE	BİRİM	2011	2012	GRI
30 Yaş ve altı	Kadın	1.183	1.295	LA13
		%28,8	%28,5	LA13
	Erkek	2.432	2.668	LA13
		%59,3	%58,8	LA13
30 - 50 Yaş arası	Kadın	129	166	LA13
		%3,1	%3,6	LA13
	Erkek	348	398	LA13
		%8,5	%8,8	LA13
50 Yaş ve üstü	Kadın	3	2	LA13
		%0,1	%0,1	LA13
	Erkek	10	11	LA13
		%0,2	%0,2	LA13

DİĞER GRUPLAR	BİRİM	2011	2012	GRI
Yabancı	Kişi sayısı	0	0	LA13
Engelli	Kadın	19	18	LA13
		%17	%16	LA13
	Erkek	91	92	LA13
		%83	%84	LA13

YÖNETİM KATEGORİSİNE GÖRE	BİRİM	2011	2012	GRI
Üst yönetim	Kadın	10	10	LA13
		%0	%0	LA13
	Erkek	16	18	LA13
		%0	%0	LA13
Orta düzey yöneticiler	Kadın	4	7	LA13
		%0	%0	LA13
	Erkek	23	31	LA13
		%1	%1	LA13
Uzman/İdari personel	Kadın	421	507	LA13
		%10	%11	LA13
	Erkek	1.195	1.411	LA13
		%29	%31	LA13
Diğer personel	Kadın	880	939	LA13
		%21	%21	LA13
	Erkek	1.595	1.617	LA13
		%39	%36	LA13

YÖNETİM KURULU YAPISI	BİRİM	2011	2012	GRI
Kadın üyeler	Yüzde	0	0	LA13
30 Yaş ve altı	Yüzde	0	0	LA13
30 - 50 Yaş arası	Yüzde	15	15	LA13
50 Yaş ve üstü	Yüzde	85	85	LA13
Engelli	Yüzde	0	0	LA13

İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ

KAZALAR	BİRİM	2011	2012	GRI
İlk yardım seviyesi dışındaki tüm yaralanmalar	Adet/Yıl	m.d.	m.d.	LA7
Raporlu kaza*	Adet/Yıl	77	81	LA7
Kaza sıklığı**	Oran	8,4	7,9	LA7

KAYIP GÜNLER	BİRİM	2011	2012	GRI
Hastalık sebebiyle kayıp gün	Toplam kayıp güne oranı	m.d.	m.d.	LA7
Mesleki hastalık görülme sıklığı	Adet /Yıl	0	0	LA7

* Raporlu kaza: 3 günden fazla iş kaybına yol açan iş kazası

** Kaza sıklığı (K.S.): Bir milyon iş saatinde gerçekleşen kaza sayısı

K.S.= Toplam kaza sayısı/ (Toplam çalışan sayısı x 300 gün x 7,5 saat) - (Toplam kayıp gün x 7,5 saat) x 1.000.000

m.d.: mevcut değil

ÇEVRESEL PERFORMANS
GÖSTERGELERİMİZ

DOLAYLI ENERJİ TÜKETİMİ		GENEL MERKEZ VE TÜM RESTORANLAR		
YENİLENEMEZ ENERJİ KAYNAKLARINDAN SATIN ALINMIŞ VE TÜKETİLMİŞ İKİNCİL ENERJİ				
	BİRİM	2011	2012	GRI
Elektrik	kWh	53.500.000	60.000.000	EN4
Elektrik	GJ	192.600	216.000	EN4

KAYNAĞINA GÖRE TOPLAM SU ÇEKİMİ		GENEL MERKEZ VE TÜM RESTORANLAR		
KAYNAK: ŞEBEKE	BİRİM	2011	2012	GRI
Su	m³/yıl	885.000	1.030.000	EN8
Toplam arıtılan su miktarı	m³/yıl	885.000	1.030.000	EN8

TOPLAM ATIK AĞIRLIĞI		GENEL MERKEZ VE TÜM RESTORANLAR		
TÜRÜNE GÖRE	BİRİM	2011	2012	GRI
Tehlikeli atıklar	Ton	0	0	EN22
Tehlikeli olmayan atıklar (kızartma yağı, plastik, kağıt/karton)				
	Ton	591.627	607.950	EN22
BERTARAF YÖNTEMİNE GÖRE	BİRİM	2011	2012	GRI
Geri dönüşüm (plastik, kağıt/karton)				
	Ton	83.491	95.611	EN22
Geri kazanım (kızartma yağı)	Ton	241.700	265.420	EN22
Toplam bertaraf edilen atıklar	Ton	325.191	361.031	EN22

GRI İÇERİK TABLOSU

PROFİL AÇIKLAMALARI

GRI	STRATEJİ VE ANALİZ	REFERANS & AÇIKLAMALAR	RAPORLANDI
1.1.	Üst yönetimin beyanı	Sayfa 4-5	●
GRI	ORGANİZASYONEL PROFİL	REFERANS & AÇIKLAMALAR	RAPORLANDI
2.1.	Şirketin Adı	Anadolu Restoran İşletmeleri Ltd. Şti.	●
2.2.	Markalar, ürünler ve/veya hizmetler	Sayfa 6-7	●
2.3.	Operasyonel yapı	Sayfa 6-7	●
2.4.	Genel merkezin yeri	Büyükdere Cad. Özsezen İş Merkezi, 122/9 Zincirlikuyu 34394 İstanbul, Türkiye	●
2.5.	Faaliyet gösterdiği ülkeler	Sayfa 6-7	●
2.6.	Mülkiyetin niteliği ve hukuki formu	Özel mülkiyet, Limited Şirket	●
2.7.	Hizmet verilen pazarlar	Sayfa 6-7	●
2.8.	Şirketin ölçeği	Sayfa 6-7	●
2.9.	Önemli değişiklikler	Sayfa 6-7	●
2.10.	Ödüller	Sayfa 10	●

GRI	RAPOR PARAMETRELERİ	REFERANS & AÇIKLAMALAR	RAPORLANDI
3.1.	Raporlama dönemi	Sayfa 2	●
3.2.	Bir önceki rapor tarihi	Bu ilk rapordur.	●
3.3.	Raporlama sıklığı	Yıllık	●
3.4.	İletişim bilgileri	Sayfa 49	●
3.5.	Rapor içeriğini tanımlama süreci	Sayfa 12-13	●
3.6.	Raporun içerik sınırı	Sayfa 2	●
3.7.	Raporun kapsamı ve kısıtlamaları	Sayfa 2	●
3.8.	Ortak girişimler ve diğer yan kuruluşların raporlanması	Sayfa 2	●
3.10.	Daha önceki raporlarda tekrarlanan açıklamalar	Bu ilk rapordur.	●
3.11.	Raporun kapsam, sınır, ölçüm yöntemleri vb. değişiklikler	Bu ilk rapordur.	●
3.12.	GRI içerik Tablosu	Sayfa 45-47	●
3.13.	Denetim	Denetimden geçmemiştir.	●

GRI	YÖNETİŞİM & TAAHHÜTLER	REFERANS & AÇIKLAMALAR	RAPORLANDI
4.1.	Yönetim yapısı	Sayfa 13 Komiteler mevcut değildir.	●
4.2.	Yönetim Kurulu Başkanı	Geçerli değildir. Şirketimiz limited ortaklıktır.	●
4.3.	Yönetim kurulundaki bağımsız üye sayısı	Geçerli değildir. Şirketimiz limited ortaklıktır.	●
4.4.	Yönetime katılımı sağlayan mekanizmalar	Sayfa 14. Ortaklar Kurulu toplantıları ve çalışanlar için birebir görüşmeler, periyodik toplantılar ve e-posta, telefon gibi konvansiyonel iletişim araçları	●
4.8.	Misyon ve değerler	Sayfa 11	●
4.13.	Birlik ve dernek üyelikleri	Sayfa 10	●
4.14.	Organizasyonun paydaş gurupları	Sayfa 12-13	●
4.15.	Kilit paydaşların belirlenmesi süreci	Sayfa 12-13	●
4.16.	Paydaşlarla iletişim yaklaşımı	Sayfa 12-13	●
4.17.	Paydaş iletişimi sonucu ortaya çıkan önemli konular	Sayfa 12-13	●

PERFORMANS GÖSTERGELERİ

GRI	EKONOMİK PERFORMANS	REFERANS & AÇIKLAMALAR	RAPORLANDI
Ekonomik Performans			
EC1 (Ana)	Yaratılan doğrudan ekonomik değer	Sayfa 17	○
Piyasadaki Konum			
EC5 (Ek)	Standart giriş düzeyi ücretleri	Şirketimizdeki standart giriş ücreti asgari ücretle aynıdır ya da daha yüksektir.	●
EC6 (Ana)	Yerel tedarikçi politikası ve harcama oranı	Sayfa 17	●
Dolaylı Ekonomik Etkiler			
EC8 (Ana)	Kamu yararı altyapı yatırımlarının etkisi	Sayfa 35-37	●
ÇEVRESEL PERFORMANS			
Enerji			
EN4 (Ana)	Birincil enerji kaynağına göre dolaylı enerji	Sayfa 44	●
Su			
EN8 (Ana)	Kaynağına göre toplam su çekimi	Sayfa 44	●
Emisyonlar, Sıvı ve Katı Atıklar			
EN22 (Ana)	Türüne ve bertaraf yöntemine göre toplam atık miktarı	Sayfa 44	●
Ürün ve Hizmetler			
EN27 (Ana)	Satılmış ürünlerin ve bunların ambalaj malzemelerinin geri toplanma yüzdesi	Sayfa 44	●
Uyum			
EN28 (Ana)	Çevresel cezalar	Herhangi bir ceza alınmamıştır.	●
SOSYAL PERFORMANS (ÇALIŞANLAR)			
İstihdam			
LA1 (Ana)	İstihdam tipine, istihdam kontratına ve bölgesine göre toplam işgücü	Sayfa 42-43	●
İş Sağlığı ve Güvenliği			
LA7 (Ana)	Yaralanma, mesleki hastalık, kayıp gün ve devamsızlık oranları ve iş ile bağlantılı ölüm sayısı	Sayfa 43	○
Eğitim ve Öğretim			
LA10 (Ana)	Çalışan kategorisine göre yıllık ortalama eğitim saatleri	Sayfa 26	○
Çeşitlilik ve Fırsat Eşitliği			
LA13 (Ana)	Çalışanların cinsiyet, yaş grubu, azınlık grubu üyeliği dökümü	Sayfa 42-43	●
Kadın ve Erkeklerin Eşit Ücretlendirilmesi			
LA14 (Ana)	Çalışan kategorisine göre erkeklerin kadınlara göre temel maaş oranı	Tüm çalışan kategorilerinde birebirdir.	●

SOSYAL PERFORMANS (İNSAN HAKLARI)			
Ayrımcılık Yapmama			
HR4 (Ana)	Toplam ayrımcılık vakalarının sayısı ve alınan aksiyonlar	Bu konuda herhangi bir vaka yaşanmamıştır.	●
Çocuk İşçiliği			
HR6 (Ana)	Çocuk işçi çalıştırma ile ilgili olarak önemli risk taşıyabilen operasyonlar ve alınan önlemler	Herhangi bir risk yoktur.	●
Zorla veya Zorunlu Tutarak Çalıştırma			
HR7 (Ana)	Zorla işgücü çalıştırma ile ilgili olarak önemli risk taşıyabilen operasyonlar ve alınan önlemler	Herhangi bir risk yoktur.	●
SOSYAL PERFORMANS (TOPLUM)			
Yolsuzluk			
SO3 (Ana)	Organizasyonun yolsuzluk-karşıtı politikaları ile ilgili eğitilen çalışanlar	100%, Anadolu Grubu ve McDonald's Etik Kodları	●
Uyum			
SO8 (Ana)	Kanunlara uyumsuzluk sonucu alınan önemli cezalar	Herhangi bir ceza alınmamıştır.	●
SOSYAL PERFORMANS (ÜRÜN/HİZMET SORUMLULUĞU)			
Müşteri Sağlığı ve Güvenliği			
PR1 (Ana)	Ürünlerin sağlık ve güvenlik etkilerinin değerlendirildiği hayat döngüsü aşamaları	Sayfa 32	●
Pazarlama İletişimi			
PR6 (Ana)	Pazarlama iletişimi ile ilgili kanunlara uyum için gözetilen programlar	Sayfa 33 McDonald's Altın Kemer Kodları, Sosyal Medya Rehberi ve Anadolu Grubu Etik Kodu	●

● Tam ○ Kısmen ○ Raporlanmadı



GRI Uygulama Seviyesi Kontrol Beyanı

GRI, Anadolu Restoran İşletmeleri Ltd. Şti. (McDonald's Türkiye) tarafından yayınlanan ve GRI Raporlama Hizmetleri'ne sunulan "2012 Sürdürülebilirlik Raporu" C Uygulama Seviyesi'nin gereklerini karşıladığı sonucuna varmıştır.

GRI Uygulama Seviyeleri, sunulan raporlarda G3.1 İlkelerinin ne ölçüde kullanıldığı hususunda bilgi verir. Kontrol, Uygulama Seviyesi için talep edilen çeşit ve sayıda açıklamanın raporda yer aldığını ve GRI İçerik Endeksi'nin ilgili açıklamaları GRI G3.1 İlkeleri'nde tarif edildiği şekilde sunduğunu teyit eder.

Uygulama Seviyeleri raporu hazırlayan kurumun sürdürülebilirlik performansı veya raporda sunulan bilginin kalitesi hakkında bir görüş içermez.

Amsterdam, 4 Şubat 2014

Nelmara Arbex
Genel Müdür Yardımcısı
Global Reporting Initiative



Network bazlı bir organizasyon olan Global Reporting Initiative (GRI), dünyanın en yaygın kullanılan sürdürülebilirlik raporlaması çerçevesinin gelişmesine öncülük etmiş olup raporlama çerçevesinin sürekli gelişimi ve dünya çapında yaygınlaşması adına çalışmaktadır. GRI Raporlama Çerçevesi kurumların ekonomik, çevresel ve sosyal performanslarını ölçmede ve raporlamada kullanabilecekleri ilke ve göstergeleri belirlemektedir. www.globalreporting.org

Çekince: İlgili sürdürülebilirlik raporlamasının dış linkler (işitsel-görsel malzemeler de dahil olmak üzere) içerdiği durumlarda, iş bu Beyan, Kontrol'ün gerçekleştirildiği 28 Ocak 2014 tarihinde GRI'a sunulmuş bulunan malzemeyi kapsar. GRI'ın Beyanı, ilgili raporda takiben yapılacak olan herhangi bir değişikliği kapsamaz.

İLETİŞİM BİLGİLERİMİZ

Anadolu Restoran
İşletmeleri Ltd. Şti.
T +90 (212) 336 34 00

NEDRET AYDEMİR
Kurumsal İletişim Müdürü
T +90 (212) 336 34 00
nedret.aydemir@mcdonalds.com.tr

ŞULE ABRA
Kurumsal İletişim Yöneticisi
T +90 (212) 336 34 00
sule.abra@mcdonalds.com.tr

ELİF ÖZKUL GÖKMEN
Raporlama Danışmanı
T +90 (533) 648 07 40
elif@sercomconsulting.com

ULAŞ UĞUR
Grafik Tasarım
T +90 (533) 357 23 35
posta@ulasugur.com

YASAL UYARI

McDonald's Sürdürülebilirlik Raporu'nda (Rapor) yer alan bilgiler ve analizler raporun hazırlandığı zaman diliminde doğru ve güvenilir olduğuna inanılan kaynaklar ve bilgiler kullanılarak, sadece bilgilendirme amaçlı olarak derlenmiştir.

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 Türkiye'de faaliyet gösteren McDonald's'a (Anadolu Restoran İşletmeleri Ltd. Şti.) aittir.

