McDonald's® Türkiye

Sürdürülebilirlik Raporu

2014

Anadolu Grubu

içindekiler

raporumuz hakkında **2**

paydaşlarımıza mesajımız **4**

rakamlarla McDonald's Türkiye **6**

kurumsal profilimiz 8

sürdürülebilirlik profilimiz 10

üyeliklerimiz 11

restoranlarımız ve McD Café®lerimiz 12

yönetim yaklaşımımız **14**

McDonald's değerleri 17

McDonald's standartları 18

kurumsal yönetim 20

paydaşlarımızla iletişim 21

stratejik sürdürülebilirlik unsurlarımız 23

değer zincirimizdeki sürdürülebilirlik etkilerimiz 26

ekonomik performansımız **28**

ekonomiye katkılarımız 30

tedarik zinciri yönetimi 31

sosyal performansımız **34**

müşteri sağlığı ve güvenliği 36

iş sağlığı ve güvenliği 40

tercih edilen iş yeri olmak 44

eğitim 49

topluma geri vermek 55

çevresel performansımız **56**

enerji verimliliği 58

atık yönetimi 59

su yönetimi 60

ek tablolar **62**

sosyal performans göstergelerimiz 62

çevresel performans göstergelerimiz 65

GRI içerik indeksi **66**

iletişim bilgilerimiz **68**

raporumuz hakkında

McDonald's Türkiye olarak yayınladığımız üçüncü sürdürülebilirlik raporumuz ile küresel sürdürülebilirlik unsurları kapsamındaki performansımızı çalışanlarımıza, müşterilerimize, iş ortaklarımıza ve diğer paydaşlarımıza aktarmaya devam ediyoruz. Yıllık olarak hazırladığımız bu raporu, etkilerimizi yönetmek üzere yaptığımız çalışmaları paylaştığımız bir iletişim aracı olarak tasarlıyoruz.

raporumuzun kapsamı

Bu yıl da üst düzey yöneticilerimizle yaptığımız strateji çalıştayında öncelikle yönetmemiz gereken sürdürülebilirlik konularını gözden geçirdik. Bu konuları tespit ederken, Türkiye'deki tüm restoranlarımızı ve tedarik aşamasından ürünlerimizin müşterilerimize sunulmasına kadar geçen süreci hiçbir kısıtlama yapmadan dikkate aldık. Bu raporda yer alan bilgiler, aksi belirtilmediği takdirde 1 Ocak 2014 - 31 Aralık 2014 tarihleri arasındaki performansımızı içeriyor.

raporumuzun prensipleri

Raporumuzu, küresel düzeyde kabul görmüş GRI Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative) G4 Sürdürülebilirlik Raporlaması Rehberi temel seviyeye ve GRI'nın önemlilik, paydaş katılımı, sürdürülebilirlik bağlamı ve bütünlük prensiplerine uygun olarak hazırladık.

www.globalreporting.org

gelecek raporumuz

2015 yılındaki sürdürülebilirlik performansımızı aktaracağımız raporumuzu 2016 yılında yayınlamayı planlıyoruz.

paydaşlarımıza mesajımız

Değerli Paydaşlarımız,

Forbes Dergisi'nin 2014'te "Dünyanın En Değerli 6. Markası" seçtiği McDonald's'ın Türkiye'deki temsilcisi olarak 28 yıldır hizmet verdiğimiz bu pazarda yarattığımız değerleri üçüncü sürdürülebilirlik raporumuzla sizlerle paylaşmaya devam ediyoruz. 2014 yılını %20'lik bir büyüme ile kapattık. Bir taraftan kârlılığımızı sağlayıp hissedarlarımıza verdiğimiz ticari taahhütlerimizi yerine getirirken, öte yandan tüm faaliyetlerimizi sosyal ve çevresel sorumluluklarımızı önceliklendiren bir yaklaşımla yürütmeye özen gösterdik.

McDonald's Türkiye olarak, satış hacmimizin yanında işbirliği yaptığımız sektörler itibarıyla da ülkemizin ekonomisinde önemli bir rol üstleniyoruz. Daha önceki dönemlerde olduğu gibi, 2014 yılında da restoranlarımızda sunulan ürünlerin ve ambalaj malzemelerinin %98'ini yerel olarak Türkiye'deki tedarikçilerden temin etmeye devam ettik. Tedarikçilerimiz ile yıllık iş hacmimiz 2014 yılında 5 milyon dolar artarak 113 milyon dolara ulaştı. 2014 yılında restoran sayımız %15 artışla 266'ya ulaşırken, işletmeci restoranı sayımız %33 artışla 72'ye, McD Café®'lerin sayısı ise 22'ye ulaştı.

sosyal performansımız

Sosyal performansımızın en önemli unsurlarının başında, çalışanlarımızın ve misafirlerimizin sağlık, güvenlik ve mutluluğunu gözetmek geliyor. Yurt çapında 44 şehrimizdeki restoranlarımızda istihdam ettiğimiz 5.000'e yakın çalışanımızın mutluluğunun, müşterilerimizi memnun etmenin başlıca şartlarından biri olduğuna inanıyoruz.

Çalışanlarımızın memnuniyetini yakından izliyor ve gelişimleri için sürekli yatırım yapıyoruz. 2014 yılı eğitim ve iletişim alanında yaptığımız yatırımların ve çalışmaların daha da yoğunlaştığı bir dönem oldu.

Tüm restoran müdürlerimizin eğitim almasını hedeflediğimiz McDonald's Çok Yönlü Liderlik Programı'ndan, 25'i 2014 yılında olmak üzere 2012 yılından bu yana toplamda 15'i kadın, 75 çalışanımız mezun oldu. Programa katılan 9 çalışanımız da bir üst pozisyona atandı.

Sürdürülebilirlik unsurlarımızın başında **müşteri sağlığı ve güvenliği** geliyor. Bunu McDonald's standartlarının birinci hedefi olan gıda güvenliği destekliyor. ABD'nin en prestijli sağlık dergilerinden Health Magazine tarafından ülke genelinde bağımsız olarak 100 hızlı servis restoranı incelenerek yapılan araştırmada McDonald's ***Hızlı Servis Restoranları sektöründe hizmet veren Amerika'nın En Sağlıklı 10 Restoranı*** listesinde 8'inci sırada yer aldı.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de tüm ürünlerimizi, en taze ve birinci sınıf malzemelerle hazırlıyoruz. Ürünlerimizde kullandığımız malzemeleri, üretildiği tarladan ya da çiftlikten müşterilerimizin tepsisinde sunulduğu ana kadar her aşamasında izliyoruz. Müşterilerimizin sağlıklı ve dengeli beslenmesi için onlara kendi kişisel beslenme ihtiyaçlarına uygun olabilecek, yüksek kaliteli, lezzetli ürün alternatifleri sunuyoruz.

Sosyal performansımızın bir diğer ayağını, topluma katkı çalışmaları oluşturuyor. McDonald's Çocuk Vakfı çalışmalarına aktardığımız yaklaşık 1,5 milyon dolar kaynakla, bugüne dek aile odaları, hastane ilköğretim derslikleri, hastane oyun alanları ve çocuk servisleri tefrişi projelerimizle 200 bine yakın çocuğa fayda ulaştırdık. GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı ile birlikte yürüttüğümüz Sağlıklı Göz ve Eğitimde Başarı Projesi'ni Diyarbakır, Şanlıurfa, Mardin, Gaziantep ve Adıyaman illerinden sonra 2014 yılında Batman'da gerçekleştirdik.

çevresel performansımız

Çevresel etkilerimizi enerji ve suyu verimli kullanarak ve atıklarımızı en doğru şekilde bertaraf ederek yönetiyoruz. Restoranlarımızda aldığımız önlemler sayesinde raporlama döneminde, su tüketimimiz restoran artış oranımızla paralel bir artış gösterirken, toplam elektrik kullanımımız restoran artış oranımızın altında bir artış gösterdi. Diğer taraftan restoran başına elektrik tüketimimiz kWh bazında %5,5 oranında, mazot kullanımımız ise litre bazında %14 azaldı. Restoran başına su tüketimimiz ise litre bazında %11 oranında azaldı.

Restoranlarımızda kızartma amaçlı kullandığımız yağ, Türk Gıda Kodeksi'nde belirlenmiş tüm kalite kriterlerine ait limitler dahilinde kullanımdan çıkartılıp lisanslı atık yağ toplama firmasına teslim edildi. Anlaşmalı olduğumuz lisanslı kuruluş TÜKÇEV %44 oranında ambalaj atığını bizim adımıza topladı ve onaylı geri dönüşüm/geri kazanım tesislerinde değerlendirildiğini belgeledi.

Değerli Paydaşlarımız,
Sorumlu ve sürdürülebilir iş yapış şeklimizi iyi uygulamalarımızla aktardığımız raporumuzla tüm paydaşlarımıza katkıda bulunduğumuza inanıyoruz. Bu rapordaki konuları belirlerken ana tedarikçilerimizin ve işletmecilerimizin de fikirlerine başvurduk. Bu fikirlerin geçtiğimiz yıllarda odaklandığımız konularla örtüşmesi bu konudaki paydaş beklentilerini karşılamayı başardığımıza işaret ediyor.

Önümüzdeki dönemlerde de McDonald's değerlerini, küresel vizyonunu ve Anadolu Grubu'nun ilkelerini temel alarak tüm paydaşlarımızın taleplerine cevap verme kararlılığımızı sürdürecek ve kurumsal sorumluluk anlayışımızı paydaşlarımız nezdinde daha da yaygınlaştırarak sürdürülebilirlik çalışmalarımıza devam edeceğiz.

Saygılarımla,

A. Oğuz Uçanlar
Genel Müdür

rakamlarla McDonald’s Türkiye

0123456789

McDonald's
Brazil
Burger

kurumsal profilimiz

28 yıl

44 şehir

266 restoran

22 McD Café®

%27 restoran işletmeci oranı

300 bin (yaklaşık) günlük müşteri

5000 çalışan

McD Café®lerde menümüze eklenen yeni ürünler

İçecekler (5 çeşit)

Tuzlular (3 çeşit)

Restoranlarda menümüze eklenen yeni ürünler

Etli Sandviçler (1 çeşit)

Tavuklu Sandviçler (3 çeşit)

Salatalar (1 çeşit)

Kızartma Ürünleri ve Atıştırmalıklar (1 çeşit)

Kahvaltı Menüleri (1 çeşit)

İçecekler (1 çeşit)

Tatlılar (1 çeşit)

Restoranlarımızın yönetimi

Anadolu Restoran İşletmeleri: 194

İşletmeciler: 72

sürdürülebilirlik profilimiz

ekonomik

%98
Ürünlerimizdeki yerel malzeme tedarik oranımız

113 milyon USD
Tedarikçilerimiz ile yıllık iş hacmimiz

100 milyon+ USD
Tedarikçilerimizin bugüne kadar Türkiye'de yaptıkları toplam yatırım

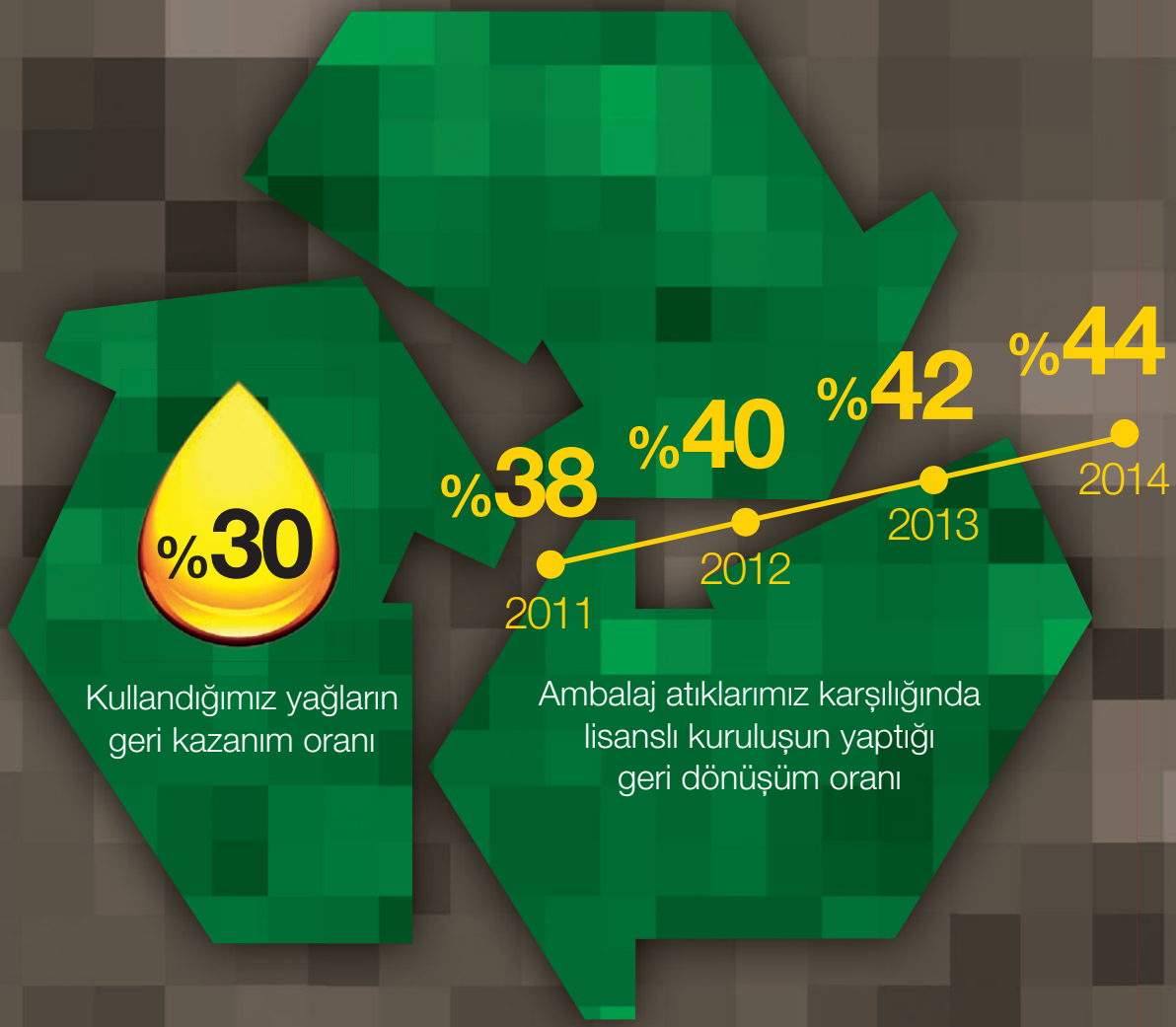
sosyal

15bin+
Tedarikçilerimizle birlikte yarattığımız toplam istihdam

1,5 milyon USD
McDonald's Çocuk Vakfı'nın toplumsal yatırımları

200bin çocuk
22 yerleşim merkezinde McDonald's Çocuk Vakfı'nın çalışmalarıyla ulaştığımız çocuk sayısı

çevresel



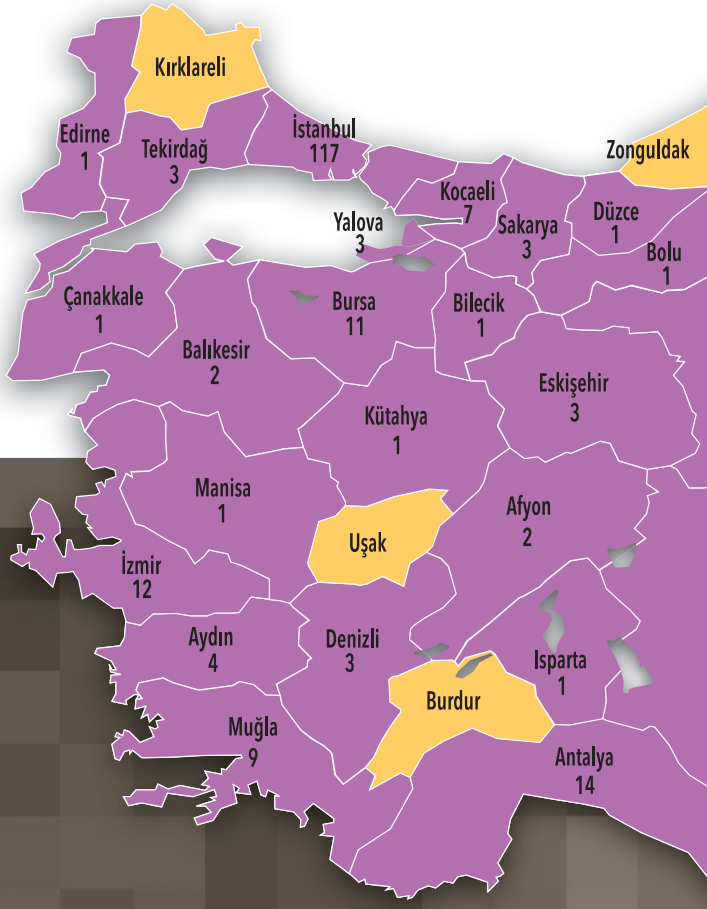
üyeliklerimiz

AMPD Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği
GGD Gıda Güvenliği Derneği
TÜKÇEV Tüketici ve Çevre Eğitim Vakfı
ÇEVKO Çevre Koruma ve Ambalaj Atıklarını Değerlendirme Vakfı
KİD Kurumsal İletişimciler Derneği
GPD Gıda Perakendecileri Derneği
UFRAD Ulusal Franchising Derneği

restoranlarımız ve McD Café®lerimiz

İllere göre McDonald's Türkiye restoranları

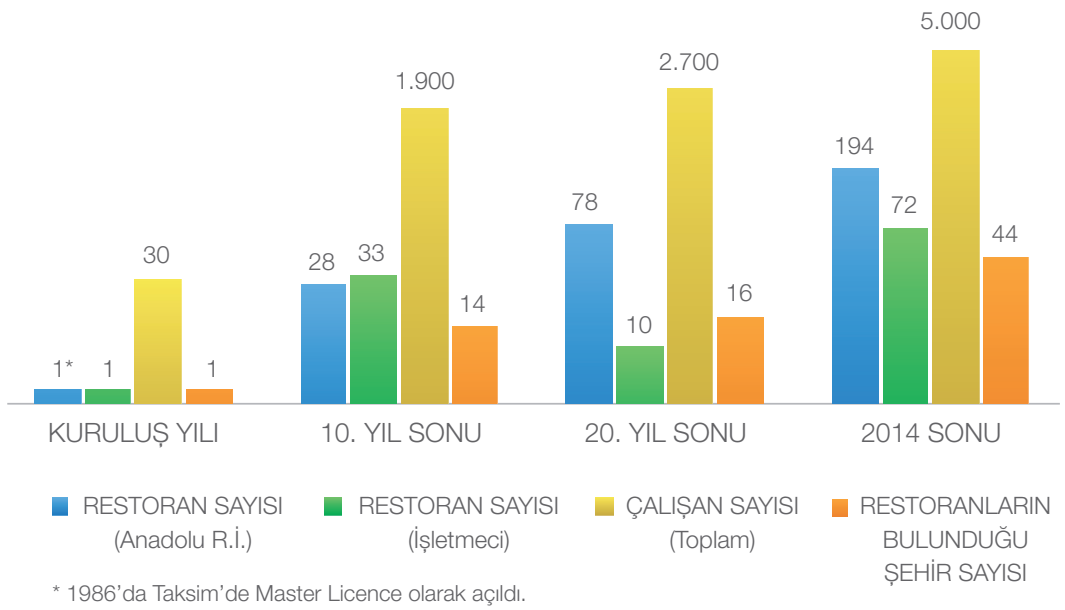
2014 yılında, İstanbul, Ankara, Tokat, Aksaray, Antalya (Kemer), Erzurum, Bursa, Marmaris, Çorlu, Edirne, Adana, Düzce, İzmir, İzmit, Denizli, Mersin'de, 34'ü şirket restoranı, 6'sı işletmeci olmak üzere toplam 40 yeni restoran açtık. Aynı yıl içinde biri İzmit (Gölcük), biri Söke (Aydın) ve üçü de İstanbul'da olmak üzere toplam beş şirket restoranımızın faaliyetine son verdik.



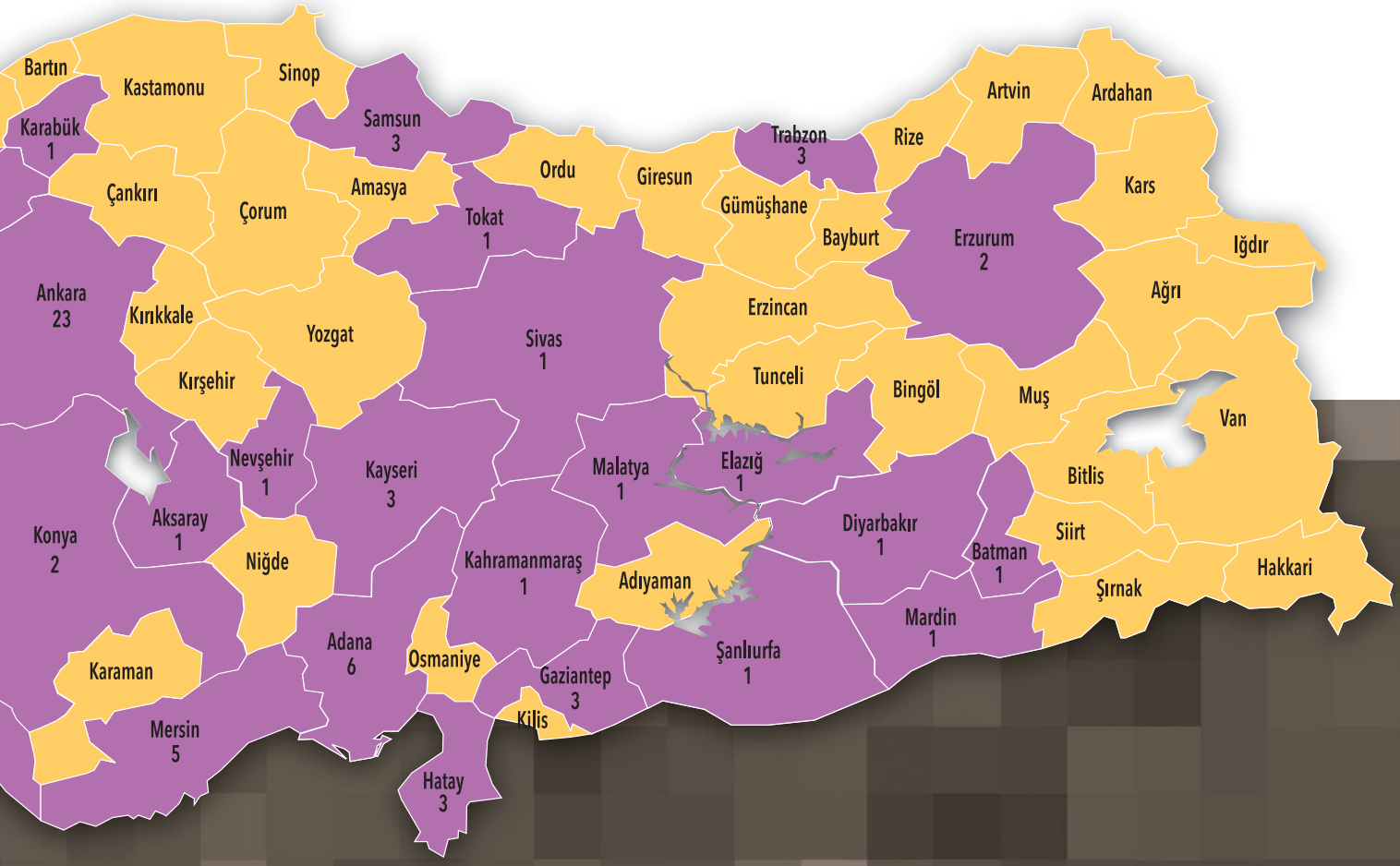
McD Café®

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 sunduğumuz kahveler, deneyimli baristalarımız tarafından %100 Arabica kahve çekirdekleri ile hazırlanıyor.

McDonald's müşterilerinin restoranlarda keyifli vakit geçirmelerini sağlamak, onları gerçek ve kaliteli kahve keyfi ile buluşturmak üzere İstanbul, Antalya, Tekirdağ'da yeni açılan ve bazı restoranlarımızda korner olarak hizmet vermeye başlayan McD Café®'lerin sayısı 2014 yılında 22'ye ulaştı.



* 1986'da Taksim'de Master Licence olarak açıldı.



McD Café® açılışları

2012
Sabiha Gökçen Havaalanı (İstanbul)
Levent (İstanbul)
Torium AVM (İstanbul)
Sultanahmet (İstanbul)
Merter (İstanbul)
Süreyyapaşa (İstanbul)
Başakşehir (İstanbul)

2013
Ataşehir (İstanbul)
Batıkent (Ankara)
Acıbadem (İstanbul)
Gültepe NEF (İstanbul)
Cumhuriyet (Antalya)
Galleria (Adana)
Şekerpınar (Kocaeli)

2014
Nuruosmaniye (İstanbul)
Tepe Nautilus (İstanbul)
Beyoğlu (İstanbul)
Akasya AVM (İstanbul)
Abide-i Hürriyet (İstanbul)
Ataşehir Bulvar 216 (İstanbul)
Kemer (Antalya)
Çorlu Çarşı (Tekirdağ)

yönetim yaklaşımımız

McDonald's Türkiye olarak tüm faaliyetlerimizi, etik standartlarımıza bağlı kalarak, sosyal ve çevresel sorumluluklarımızın bilinciyle ve tüm paydaşlarımız için değer yaratma vizyonu ile yürütüyoruz.

iletişim alanındaki ödüllerimiz

LACP 2014 Vision Awards
Annual Report Competition
Platinum Award, ABD

Sektörünün En İyi Sürdürülebilirlik Raporu
Birincilik Ödülü
McDonald's Türkiye
2013 Sürdürülebilirlik Raporu

LACP (League of American Communications Professionals - Amerikan İletişim Profesyonelleri Ligi) tarafından düzenlenen **2014 Vision Awards** değerlendirmesinde, McDonald's Türkiye 2013 Sürdürülebilirlik Raporu, 100 üzerinden 99 puan alarak **Sektöründe Dünyanın En İyi Sürdürülebilirlik Raporu** seçildi ve **birincilik ödülü olan Platin ödüle layık görüldü**. Raporumuzun Genel Müdür mektubu aynı zamanda paydaşlara verdiği net mesajlar sebebiyle, LACP jürisi tarafından **En İyi 4. Paydaş Mektubu** seçilerek **Bronz ödül** alırken, raporumuz tüm başvurular arasında da ilk 100'e girerek 67. oldu.

McDonald's değerleri

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 sacayağının arasındaki ilişki dengesi McDonald's sisteminin kilit noktasıdır.

İşimizi Yaparken Etik Değerleri Göz Önünde Bulundururuz
McDonalds'ta işleri doğrulukla, dürüstlükle 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 gelişiyor.
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.

McDonald's standartları

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 şekillenir. McDonald's'ın farkını, tüm dünyadaki McDonald's restoranlarında aynı şekilde uygulanan bu standartlar ortaya koyar.

nasıl sağlıyoruz?

kalite	Üstün gıda güvenliğini gözeten, tarladan tepsiye izlenebilir uygulamalarımızla
servis	Hızlı, doğru ve dostça sunumumuzla
temizlik	Çalışanlarımızın, restoranlarımızın ve çevresinin temizliği ile
değer	Taze, sıcak ve lezzetli ürünleri, keyifli bir ortamda ve en uygun fiyatlarla sunarak
şeffaflık	Tüm değer zincirimizdeki sürdürülebilir uygulamalarımızla
öncülük	Sektörümüzde her alandaki yenilikçi uygulamalarımızla

müşteri memnuniyeti

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

kurumsal yönetim

Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %91'i diyor ki...

"McDonald's Türkiye tüm iş süreçlerini şeffaflık, adillik, hesap verebilirlik ve sorumluluk (kurumsal yönetim) ilkelerine bağlı şekilde yönetir."

etik iş uygulamaları

Anadolu Grubu'nun ve McDonald's'ın Çalışan El Kitabı'nda (çalışma ilkeleri) çalışanlarımızın, ortaklar kurulu/işveren, diğer çalışanlar ve tedarikçiler başta olmak üzere, tüm kilit paydaşlarla ilişkilerini düzenleyen kurallar yer alır. Bu kitap, 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.

Çalışan El Kitabı'ndaki etik kurallar hakkındaki bilgilerin yanı sıra, etik ile ilgili şikayet bildirim mekanizmamız da mevcuttur. 2012 yılında kurulan Etik Kurul ile şirket içinde yasalara, Anadolu Grubu ve McDonald's çalışma ilkelerine ve yönetmeliklere, genel ahlaki ve etik kurallara aykırı davranışların, kim tarafından gerçekleştirilirse gerçekleştirilsin çalışanlar tarafından bildirilmesini ve bu bildirimlerin incelenmesini sağlayacak bir yapı oluşturuldu.

Uygunsuzluk Bildirim Yönetmeliği, tüm şirket çalışanları için bağlayıcı olup, kurulması zorunlu olan şirket Etik Kurulu'nun yapısını, çalışma ilkelerini, incelemekle yükümlü olduğu uygunsuzluk konularını ve Anadolu Grubu Etik Kurulu'na karşı sorumluluklarını tanımlar; uygunsuzluk bildiriminde kullanılabilecek bildirim kanalları (*Uygunsuzluk Bildirim Hattı*) ile bildirim yapanın hak ve sorumluluklarını ortaya koyar.

Yönetmelik kapsamında tanımlanan süreçte, tüm çalışanlarımız, şirket genelindeki veya diğer Anadolu Grubu şirketleri içinde karşılaştığı uygunsuzlukları, e-posta, posta ya da özel telefon hattını kullanarak şirketimizin Etik Kurulu'na iletebilirler.

Etik Kurul üyeleri; Sektör Başkanı, Genel Müdür, İnsan Kaynakları Direktörü, Finans Direktörü ve Hukuk Müdürü'nden oluşur ve Etik Kurul toplantılarına şirket Genel Müdürü başkanlık eder. Etik Kurul yetkilisi tüm bildirimleri Etik Kurul Başkanı'na raporlar. Etik Kurul Başkanı bildirimleri inceler, kurul ile değerlendirir ve gerektiğinde soruşturma başlatılmasına karar verir.

Uygunsuzluk konuları; kanunsuz uygulamalar, Anadolu Grubu ve McDonald's prosedürlerine aykırı uygulamalar, suistimaller, etik olmayan uygulamalar ve savurganlık başlıklarında incelenir. Uygunsuzluk Bildirim Yönetmeliği, paydaş tanımı altında tedarikçileri de kapsar.

UYGUNSUZLUK BİLDİRİM HATTI
0212 336 67 67
etik@mcdonalds.com.tr

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.

Tüm iletişim çalışmalarımızda ürünlerimizin aşırı tüketimini teşvik etmemeye özen gösteriyor, çocuklara yönelik iletişim faaliyetlerimizde McDonald's küresel organizasyonu tarafından belirlenmiş mesaj, görsel kullanım standartları ve prensiplerini esas alıyoruz.

(Çocuklara Yönelik Küresel Pazarlama Kılavuzu - Global Guidelines for Children's Marketing)

paydaşlarımızla iletişim

Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %80'i diyor ki...

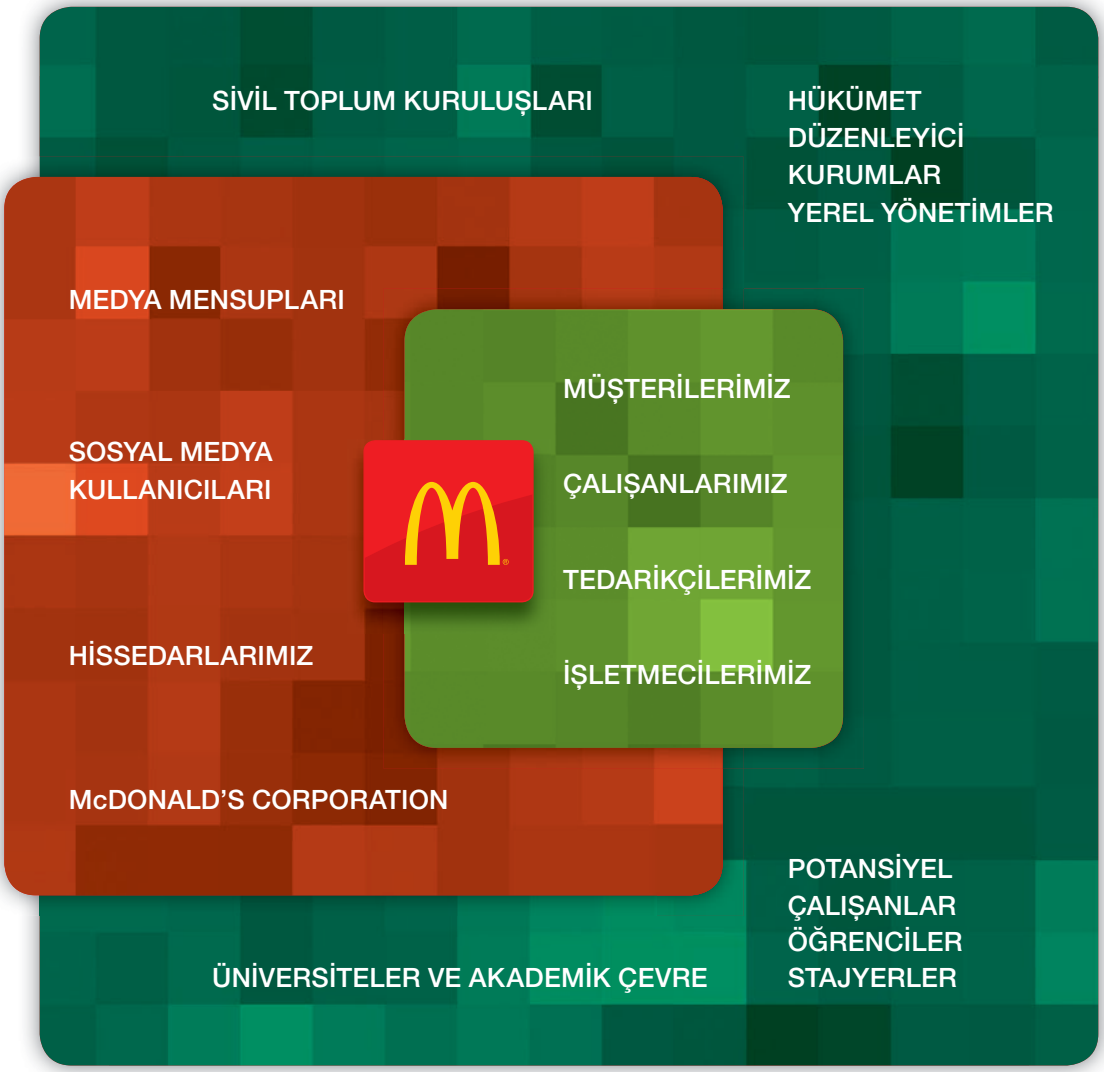
"McDonald's Türkiye'nin öncelikli paydaşlarının fikir, öneri veya beklentilerini öğrenebileceği düzenli iletişim platformları yeterlidir."

Paydaşlarımız, faaliyetlerimizden etkilenebilecek ve aynı zamanda kararlarıyla işlerimiz üzerinde etkileri olabilecek kişiler ya da kurumlardır.

Üst düzey yöneticilerimizin katılımıyla gerçekleştirdiğimiz sürdürülebilirlik stratejisi gözden geçirme çalıştayında tüm paydaşlarımızı gözden geçirdik, stratejik konularımız çerçevesinde önceliklendirdik.

Kilit paydaşlarımızın başında yer olan çalışanlarımıza sürdürülebilirlik performansı değerlendirme anketi aracılığıyla yeniden ulaşarak, şirketimizin sürdürülebilirlik etkileri hakkındaki görüşlerini topladık. Bu görüşlere raporumuzun ilgili başlıkları altında yer verdik.

McDonald's olarak çeşitli platformlarda kilit paydaşlarımızı faaliyetlerimizle ilgili bilgilendiriyor ve fikirlerini alıyoruz (G4-25).



paydaşlarımız ve iletişim platformlarımız

Paydaşlarımız	İletişim Platformu	İletişim Amacı	İletişim Sıklığı
Müşteriler	Kampanyalar	Lezzet, kalite, uygun fiyat avantajlarını aktarmak	Ayda iki-üç kez
	Internet sitesi, Facebook, instagram, restoran içi tanıtım malzemeleri ve broşürler	McDonald's ürünleri, kampanyaları, tedarik sistemi hakkında bilgi vermek. Müşteri talep ve önerilerini almak ve değerlendirmek. McDonald's kalite ve gıda güvenliği standartlarını aktarmak	Sürekli
Çalışanlar	Intranet	Kurum içi iletişim sağlamak	Sürekli
	Çalışan memnuniyeti anketi	İç müşteri memnuniyetini sağlamak için aksiyon adımlarını atmak	Restoranlarda yılda bir; merkez ofiste iki yılda bir kez
	İK Zirvesi	Hedefleri tüm çalışanlarla paylaşmak	İki yılda bir kez
	Sürdürülebilirlik anketi	**Sürdürülebilirlik kapsamında farkındalığı artırmak**	**Yılda bir kez**
Tedarikçiler	**Sürdürülebilirlik anketi**	**Sürdürülebilirlik kapsamında görüş almak**	**Yılda bir kez**
	Bire bir toplantılar	Kalite, ürün değerleme, gelişim, pazar ve fiyat çalışmaları yapmak Tedarikçi performans değerlendirmeleri yapmak	Performans değerlendirmeleri yılda bir kez; diğer çalışmalar sürekli
İşletmeciler	**Sürdürülebilirlik anketi**	**Sürdürülebilirlik kapsamında görüş almak**	**Yılda bir kez**
	Bire bir görüşmeler	İşletmecilerin iş sonuçlarının gelişimine katkı sağlayacak, teknik ve operasyonel konuları ve süreçleri değerlendirmek	Sürekli
	İşletmeci Toplantısı	Şirket yıllık iş planlarını işletmecilerle paylaşmak, güncel durum değerlendirmeleri yapmak, işletmecilerin ortak bir platformda, hem birbirleri hem de merkez ofis birimleri ile fikir alışverişinde bulunmalarını sağlamak	Yılda iki kez
Hissedarlarımız	Ortaklar Kurulu Toplantısı	İş sonuçları ile ilgili genel değerlendirme yapmak	Ayda bir kez
Medya Mensupları	Basın bültenleri	Kurumsal ve pazarlama konularındaki yenilikleri kamuoyu ile paylaşmak	Ayda yaklaşık iki-üç kez
	Basın toplantıları	Kurumsal ve pazarlama konularındaki yenilikleri kamuoyu ile paylaşmak	Yaklaşık üç ayda bir kez
	Bire bir görüşmeler	Kurumsal ve pazarlama konularındaki yenilikleri kamuoyu ile paylaşmak	Yılda yaklaşık iki-üç kez
Sosyal Medya Kullanıcıları	Internet	McDonald's'ın inovasyon alanındaki atılımlarını aktarmak Paydaşları kampanyalardan haberdar etmek	Sürekli
McDonald's Corporation	Teknik ve ticari ziyaret, toplantılar	Ürün ve tedarikçi değerlendirmeleri yapmak Stratejileri değerlendirmek	Yılda bir kaç kez
Sivil Toplum Kuruluşları	Yönetim toplantıları	Sektörel konuları görüşmek ve yönetmelikleri değerlendirmek	Yılda bir kaç kez
Hükümet, Düzenleyici Kurumlar, Yerel Yönetimler	Bire bir görüşmeler	Tebliğlerin oluşum ve yayınlaması sonrası görüş ve önerileri sunmak Denetimler sonrası görüş alışverişi yapmak	Yılda üç veya dört kez
Potansiyel Çalışanlar, Öğrenciler, Stajyerler	Üniversite ziyaretleri	Şirkete insan kaynağı, öğrencilere istihdam imkanı yaratmak	Yılda iki-üç kez
Üniversiteler ve Akademik Çevre	Bire bir görüşmeler ve yazılı bilgi alınması	Tebliğler ve uygulamalar hakkında uzman görüş desteği almak	Yılda bir kaç kez

(G4-24, G4-26)

stratejik sürdürülebilirlik unsurlarımız

2014'de GRI G4 Raporlama Rehberi'ne geçiş sebebiyle stratejik konularımızın tanımlanması sürecinde G4 unsurlarının tümünü dikkate aldık.

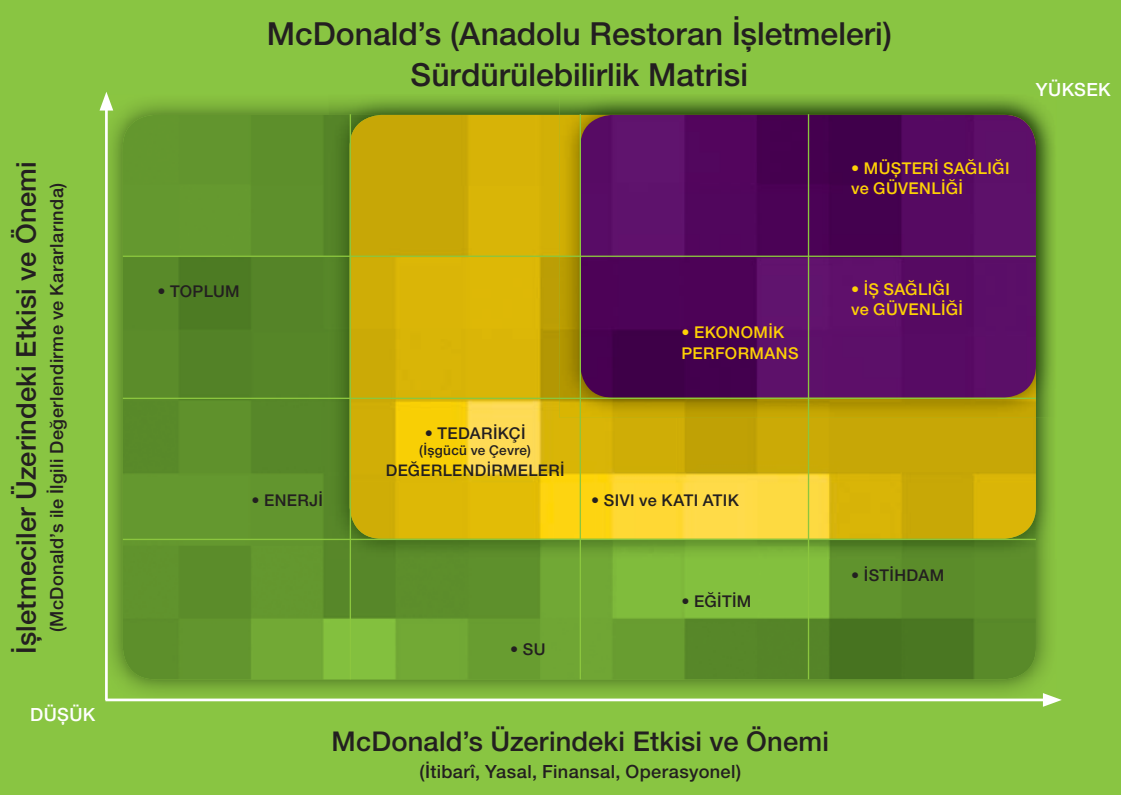
Bu dönemde üst düzey yöneticilerimizin katılımıyla gerçekleştirdiğimiz strateji anketi ile önemli konularımızı belirledikten sonra sürdürülebilirlik stratejisi gözden geçirme çalıştayında bu konuları önceliklendirdik. Tanımladığımız konuların geçtiğimiz yıllardaki çalışmalarda tespit etmiş olduğumuz ve raporladığımız konularla paralel olduğunu gördük.

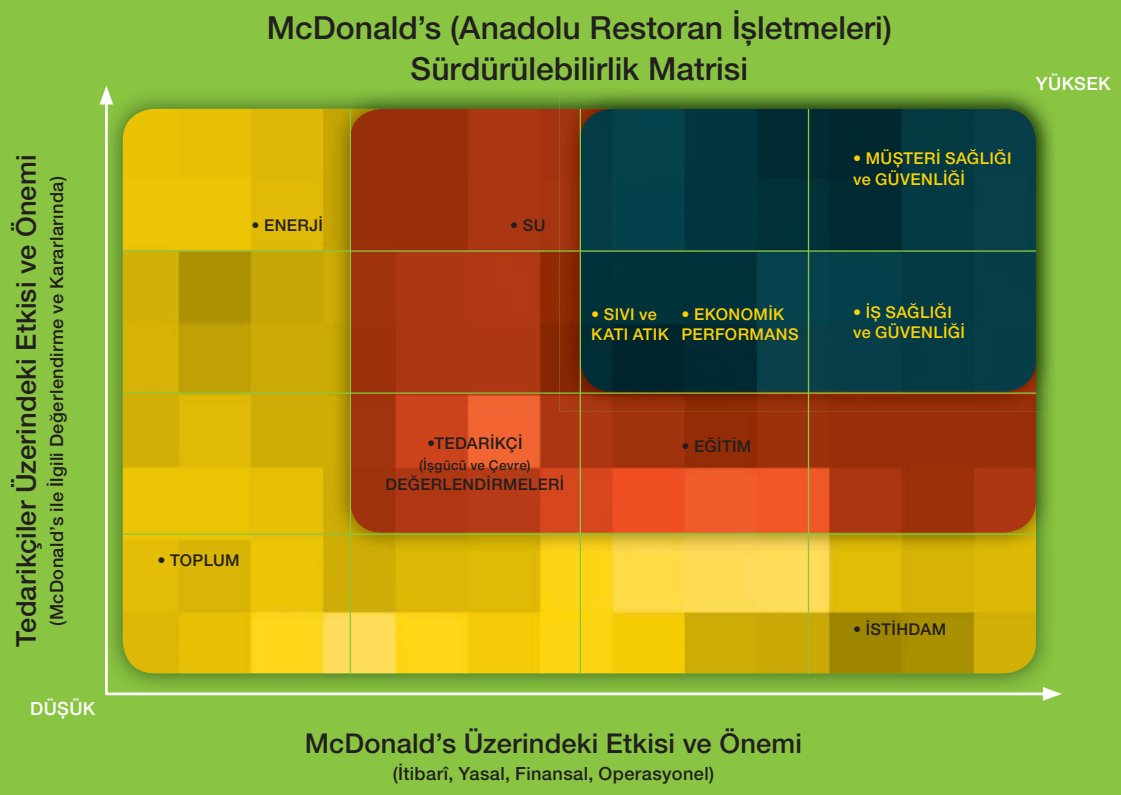
Bu raporlama dönemindeki önceliklendirme çalışmalarına geçtiğimiz yılki hedefimiz doğrultusunda işletmecilerimizi ve tedarikçilerimizi de dahil ettik. Ana tedarikçilerimizin %70'inin ve işletmecilerimizin %40'ının katılım gösterdiği strateji anketleri sonuçlarına göre Müşteri Sağlığı Güvenliği, İş Sağlığı Güvenliği ve Ekonomik Performans unsurları her iki paydaş grubunda da öncelikli konuların başında yer aldı.

Tedarikçilerimizden aldığımız geri bildirimleri de dikkate alarak McDonald's Türkiye Sürdürülebilirlik Matrisi'ni güncelledik. Gelecek raporlama döneminde paydaş katılım çalışmaları sürecinde, iç paydaşlarımıza ek olarak tedarikçilerimiz ve işletmecilerimizin katılım oranını artırmayı hedefliyoruz.

Bu dönemde yine sürdürülebilirlik anketi ile çalışanlarımızın, şirketimizin değer zincirindeki sürdürülebilirlik etkilerine yönelik performansını değerlendirmelerini istedik ve bu anketin sonuçlarına raporumuzun ilgili başlıkları altında yer verdik.

McDonald's Türkiye Öncelikli Unsurların ve Sınırlarının Belirlenme Süreçleri (G4-18)





Her iki matrisin de sağ üst bölümlerinde, hem tedarikçilerimiz, hem işletmecilerimiz, hem de şirketimiz açısından daha yüksek öneme sahip ve şirketimizin yasal, finansal ve operasyonel performansını ve dolayısıyla itibarını 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.

Paydaş katılım çalışmalarında paydaşlarımızın aynı konuya farklı oranda önem verdiklerini gözlemledik. Farklı bakış açılarını okuyucularımızla paylaşmak üzere iki ayrı önemlilik matrisi hazırladık. Her iki grup paydaşımızda da Müşteri Sağlığı ve Güvenliği, İş Sağlığı ve Güvenliği ve Ekonomik Performans unsurları en önemli konular olarak öne çıktı (G4-19, G4-27).

unsurların sınırları

Öncelikli Unsurlar	Unsurun Sınırı	
	Şirket içi	Şirket dışı
Ekonomik Performans	GM, TR	TD
Müşteri Sağlığı ve Güvenliği	TR	TD, Aİ
Malzemeler	TR	TD
Tedarikçilerin Etkiler Kapsamında Değerlendirilmesi	GM	TD
İstihdam	GM, TR,	Aİ
Eğitim ve Öğretim	GM, TR,	TD, Aİ
İş Sağlığı ve Güvenliği	GM, TR,	Aİ
Enerji	GM, TR	TD, Aİ
Su	GM, TR	TD, Aİ
Sıvı ve Katı Atıklar	TR	TD, Aİ
Toplum	GM, TR	TD

GM: Genel Merkez TR: Tüm Restoranlar TD: Tedarikçiler Aİ: Alt İşveren (G4-20, G4-21)

Paydaşlarımızın takibi ve raporumuzun karşılaştırılabilirliği açılarından, GRI G4 rehberi kapsamında belirlediğimiz sürdürülebilirlik unsurlarını geçtiğimiz yıllardaki raporlama başlıklarımızla aşağıdaki tabloda eşleştirdik. Etkilerimize yönelik performansımızı dokuz ana başlıkta paydaşlarımıza sunuyoruz.

GRI G4 Unsuru	Raporumuzdaki Yeri
Ekonomik	**Ekonomik Performansımız**
Ekonomik Performans	Ekonomiye Katkılarımız
Tedarikçilerin İşgücü Uygulamaları ve Çevresel Etkiler Kapsamında Değerlendirilmesi	Tedarik Zinciri Yönetimi
Sosyal	**Sosyal Performansımız**
Müşteri Sağlığı ve Güvenliği	Müşteri Sağlığı ve Güvenliği
İş Sağlığı ve Güvenliği	İş Sağlığı ve Güvenliği
İstihdam Eğitim ve Öğretim	Tercih Edilen İş Yeri Olmak
Toplum	Topluma Geri Vermek
Çevresel	**Çevresel Performansımız**
Enerji	Enerji Verimliliği
Su	Su Yönetimi
Sıvı ve Katı Atıklar	Atık Yönetimi

değer zincirimizdeki sürdürülebilirlik etkilerimiz

malzeme üretimi

Müşteri Sağlığı ve Güvenliği

malzeme tedariği

Tedarik Zinciri Yönetimi
Ekonomiye Katkılarımız

ürünlerin hazırlanması

İş Sağlığı ve Güvenliği
Su Yönetimi
Enerji Verimliliği

yönetim

Kurumsal Yönetim
Ekonomiye Katkılarımız
Tercih Edilen İşyeri Olmak
Topluma Geri Vermek

tüketim sonrası

Atık Yönetimi

ürünlerin sunumu ve tüketimi

Müşteri Sağlığı ve Güvenliği
İş Sağlığı ve Güvenliği
Atık Yönetimi

ekonomik performansımız

Türkiye'deki McDonald's restoranlarında sunduğumuz ürünlerin ve ambalaj malzemelerinin %98'ini yerel olarak Türkiye'de bulunan tedarikçilerden temin ediyoruz. Şirketimiz, etkin tedarik zinciri yönetimi ile Türkiye'de iş birliği yaptığı yerli üreticilerin dünya ile rekabet edebilir standartlarda hizmet vermesinde önemli bir rol oynuyor.

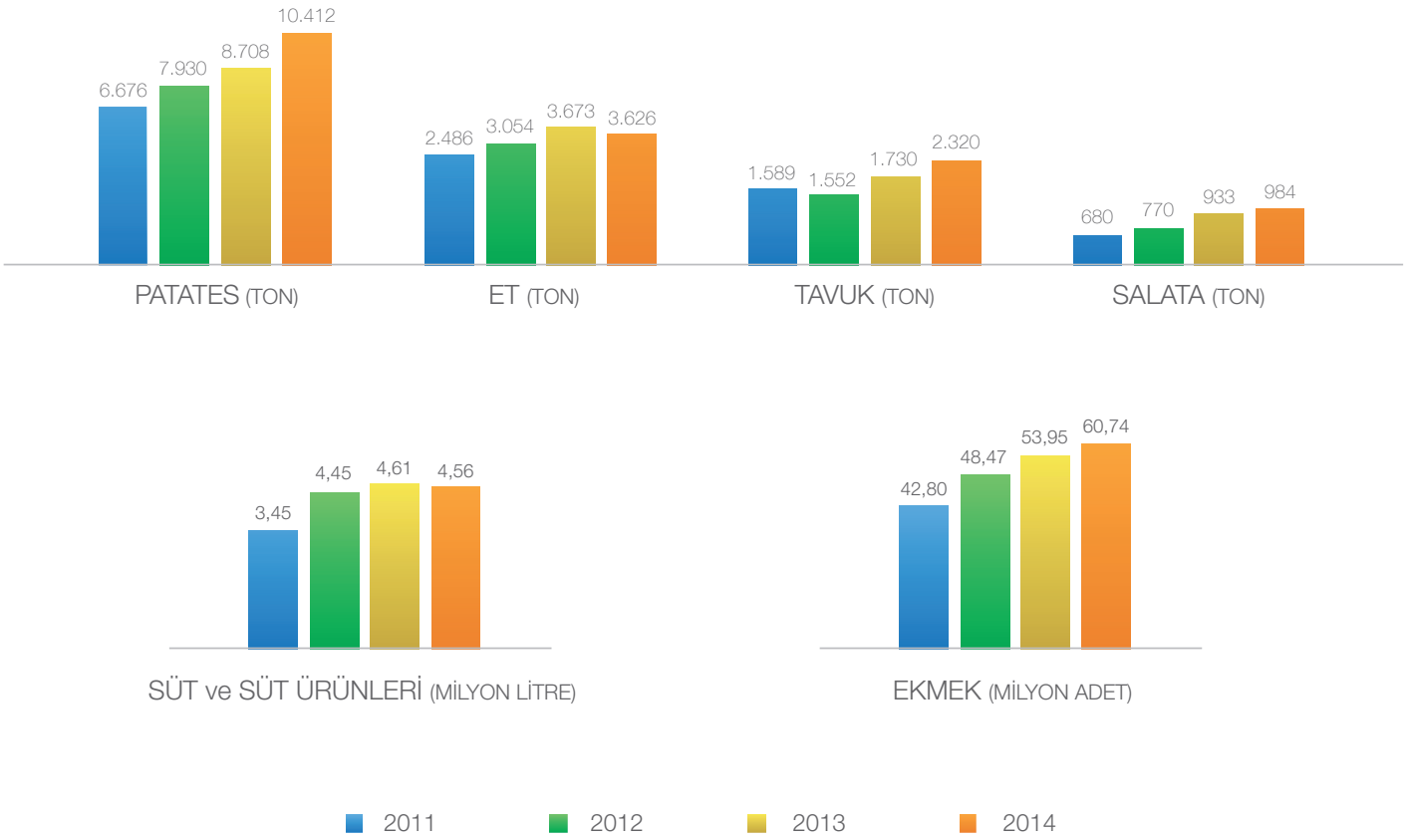
36
36

ekonomiye katkılarımız

McDonald's, büyük satış hacmi ve çok sayıda sektörle ilişkide olması sebebiyle faaliyet gösterdiği ülkelerin ekonomilerine kayda değer katkılar sağlıyor. Üreticilerinden mimarlara, çiftçilerden inşaat firmalarına, birbirinden çok farklı alanlardaki kişi ve kuruluştan ürün ve hizmet tedarik ediyor.

2014'te restoranlarımızda sunulan ürünlerin ve ambalaj malzemelerinin ***%98'ini yerel olarak, Türkiye'deki tedarikçilerden*** temin etmeye devam ettik. Tedarikçilerimiz ile yıllık iş hacmimiz bu yıl ***113 milyon dolara ulaştı***. 2014 yılında restoran sayımız %15 artışla 266'ya ulaşırken, işletmeci restoranı sayımız da %33 artışla 72 oldu.

malzeme kullanımımız



tedarik zinciri yönetimi

Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %82'si diyor ki...

''McDonald's Türkiye'nin iş yaptığı tedarikçilerine yönelik gıda güvenliği, insan hakları, çevrenin korunması, iş sağlığı ve güvenlik konularında yaptığı düzenli kontroller mevcuttur ve bu konularla ilgili kurallar sözleşmelerinde tanımlanmıştır.''

McDonald's'ta tedarik zinciri yönetimi müşterilerimize yüksek değer sunmamızdaki en önemli unsurlardan biridir. Etkin ve güvenilir tedarik zinciri tüm değer zincirinde uzun dönemli bir fiyat ve rekabet avantajı yaratırken, iş performansımızı da olumlu etkiliyor.

McDonald's tedarik zinciri yönetiminin temellerine hizmet eden kültür ve davranışlar uzun soluklu tecrübeye dayanır ve kopyalanması çok güçtür. Sistemimizi mükemmel kılmak için geliştirdiğimiz yöntemleri tedarikçilerimizle paylaşıyor, bir yandan iş hacimlerini büyütmelerine destek olurken, diğer yandan verimlilik, gıda teknolojileri, üretim, paketleme, soğuk muhafaza ve dağıtım gibi konularda onlara bilgi ve yöntemler aktarıyoruz.

McDonald's, faaliyet gösterdiği her ülkede üreticilerini o ülkenin en iyi firmaları arasından seçiyor. Tedarikçilerimiz için belirlediğimiz seçim ve çalışma kriterlerinden bazıları; kurumsallık, değerlere ve prensiplere bağlılık, sosyal sorumluluk bilinci, tedarik güvencesi, yenilikçilik ve hızlı ar-ge/ üretimde yeterliliktir.

Tedarikçilerimizde ayrıca HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points - Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları) ürün güvenilirliği sistemlerine sahip olmaları, finansal beklentilere uymaları ve bağımsız denetimlerde kalite sonuçlarının %85'in üzerinde olması kriterlerini arıyoruz.

Tedarikçilerimizi düzenli olarak Global Supplier Performance Index (SPI) - **Tedarikçi Performans Endeksi** kapsamında denetliyor ve değerlendiriyoruz. Tedarikçilerimizin, SPI sonuçlarına göre aynı iş kolundaki bölge/ dünya seviyelerini sağlamaları ve sürekli olarak performanslarını iyileştirmeleri için onları yönlendiriyoruz.

SPI sisteminde tedarikçilerden beklenen performansın altı ana kriterinden birincisi olan yönetim vizyon ve değerlerine uyum kapsamında yer alan **sürdürülebilirlik** başlığı, sosyal sorumluluğa sahip ve sürdürülebilir bir tedarik zincirini etik, çevre ve ekonomi unsurlarıyla tarif ediyor. **Etik**; iş sağlığı ve güvenliği, çalışan ve hayvan refahı konularını, **çevre**; tasarım, üretim ve dağıtım süreçleri de dahil olmak üzere tüm değer zincirindeki olumsuz çevresel etkilerin azaltılmasını, **ekonomi** ise adil ticaret, tarımsal hastalıkların azaltılması ve toplum refahının artırılmasına yönelik olumlu etkileri içeriyor.

Tüm dünyadaki McDonald's'larda geçerli olan **Tedarikçi Etik Kuralları**'na (Supplier Code of Conduct) ek olarak, **Tedarikçiler İçin İstihdam Standartları**'nı (Social Workplace Accountability) Türkiye'de de aynı şekilde uyguluyor; doğrudan ya da dolaylı hizmet vermelerine bakmaksızın hem gıda, hem de gıda dışı ürün tedarikçilerimizle aynı standartlara bağlı olarak işbirliği yapıyoruz.

McDonald's'ta onaylı tedarikçilerimize yönelik, her bir ürün kategorisine ilişkin tedarikçi kalite denetimlerinin yanı sıra, çalışma ortamı, işçi refahı gibi konulardaki uygulamalarını da kontrol eden denetimler gerçekleştiriyoruz. Türkiye'deki 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.

tedarikçi performans endeksi kriterlerimiz

1. Yönetim Vizyon ve Değerleri
2. Sistem Önceliği
3. Etkin Tedarik
4. Kalite Sistemleri
5. Yenilikçilik
6. Öngörülebilir ve Rekabetçi Fiyatlandırma

temel tedarik zinciri değerlerimiz

- Açıklık ve Dürüstlük
- Önce İnsan
- Etik ve Doğruluk
- Kazan, Kazan, Kazan
- İyi Uygulamaları Paylaşma
- Kişisel Sorumluluk
- Adil Ticaret

McDonald's'ın Türkiye'deki Ana Tedarikçileri (Gıda)

Sektörünün vizyonunu genişleten ve standartlarını yükselten öncü marka olarak Türkiye'de, üretim teknolojisi, gıda güvenliği ve yönetim anlayışı konularında McDonald's'ın küresel şartlarını yerine getirebilme potansiyeline sahip tedarikçiler ile çalışıyoruz.

Ürün	Kurum	Üretim Merkezi	Çalışma Süresi - Yıl
Kırmızı et	Pınar Et*	İzmir	28
Beyaz et	Banvit*	Bandırma	2
Patates	Konya Şeker*	Konya	4
Ekmek	East Balt*	Kocaeli	17
Ketçap	Tat*	Bursa	28
Turşu ve salata	Fersan*	İzmir	23
Süt ürünleri	Danone*	Gönen	28
Dondurma sosları	Aromsa*	Gebze	28
Gazlı içecek	Coca-Cola	İstanbul	28
Bitkisel kızartma yağı	Marsa	Adana	28
Soslar	McCormick Kütaş*	İzmir	28

McDonald's'ın Türkiye'deki Ana Tedarikçileri (Gıda Dışı)

Ürün	Kurum	Üretim Merkezi	Çalışma Süresi - Yıl
Karton bardak	Ekol Ofset*	İstanbul	28
Lojistik hizmetleri	HAVI Lojistik	İstanbul	28
Plastik paketleme malzemeleri	Sem Plastik	İstanbul	27
Paketleme malzemeleri	Sealed Air-Diversey	Türkiye	26

* SPI değerlendirmesi yaptığımız tedarikçilerimizdir.

sosyal performansımız

McDonald's ailesi olarak, sürekli gelişmeyi temel alan bir iş sağlığı ve güvenliği yaklaşımıyla çalışanlarımız için keyifli bir çalışma ortamı yaratmak, misafirlerimizin memnuniyetini sağlamak ve McDonald's Çocuk Vakfı aracılığıyla topluma katkılarımızı artırmak için çalışıyoruz.

müşteri sağlığı ve güvenliği

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

''Türkiye'deki McDonald's'ın güvenilir gıda sağlama konusunda sahip olduğu sistemler yeterlidir.''

McDonald's'ta tüm ürünlerimizi, en taze ve birinci sınıf malzemelerle ve özenle hazırlıyoruz. McDonald's restoranlarında sunulan ürünlerin gıda güvenliğini kontrol altında tutmak üzere 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.

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.

Üreticilerimizle uzun bir geçmişe ve karşılıklı güvene dayanan bir iş birliğine sahip olmanın yanı sıra hem planlanmış, hem de habersiz olarak McDonald's Kalite Güvence Departmanı tarafından yapılan ziyaretler ile her ürünü değişik aşamalarında inceliyoruz. Üreticilerimizin, bizim kontrollerimiz dışında uluslararası, bağımsız gıda denetim firmaları tarafından da ayrıca denetlenmesi ile gıda güvenliğini garanti altına alıyoruz.

Helal Gıda

McDonald's Türkiye olarak et ve tavuk ürünlerinin tamamını Pınar Et ve Banvit'ten tedarik ediyoruz. Türkiye'nin en modern tesislerine sahip bu firmalarda McDonald's'a tedarik edilen ürünler de dahil olmak üzere etlerin tamamı İslami usullere göre kesiliyor.

McDonald's kalite zinciri

tarla

- Güvenli yetiştirme alanları
- Kaliteli hammadde
- Hayvan sağlığı
- Sürdürülebilirlik
- Sosyal sorumluluk
- Biyo-güvenlik

tedarikçi

- Spesifikasyonlar
- Gelen hammaddeler
- Gıda güvenliği
- Sanitasyon
- Ekipman bakımları
- Çalışan uygulamaları
- Duyusal programlar

lojistik merkezi

- Toplam kalite beklentileri
- Sıcaklık
- Raf ömrü
- Stok geri çağırma ve izlenebilirlik

restoran

- Gıda güvenliği
- Kalite kontrolleri

müşteri

- Satış
- Müşteri testleri
- Müşteri şikayetleri
- Tedarikçi saha ziyaretleri
- ATCQ/BTCQ Kalite kontrolleri

dengeli beslenme

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.

dengeli beslenme kapsamında attığımız adımlar:

1 Ürünlerimizde kullanılan tuz miktarını %20 oranında azalttık.

2 Haftanın yedi günü için McDonald's ürünleriyle oluşturduğumuz yedi farklı dengeli menüyü internet sitemizde paylaştık.

3 Dengeli beslenme çerçevesinde, Türkiye'de Hafif&Aktif programını hayata geçirdik. Bu gruptaki düşük kalorili ürünlere her yıl yeni ürünler ekliyor veya bazı ürünlerin yerine yenilerini hazırlıyoruz.

4 Kahvaltı menülerini yeni ürünlerle çeşitlendiriyoruz; beslenmede önemli bir yeri olan ve protein kalitesi bakımından en yüksek besinlerden biri olan yumurta ile hazırlanmış leziz ve besleyici kahvaltı ürünleri sunuyoruz.

5 Tüm ürünlerimizin besin değerlerini internet sitemiz, tepsi örtülerimiz ve restoranlarımızdaki beslenme broşürlerimizde duyuruyoruz.

Beslenme Değerleri Tablosu

Dengeli Menüler

Eş Değer Listesi

Kalorimetre

2014 yılında **www.mcdonalds.com.tr** adresimize "McDonald's'ın Sırrı" bölümü eklendi.

www.mcdonaldsinsirri.com sayfasını ziyaret eden misafirlerimize ürünlerimiz, tedarikçilerimiz, standartlarımız ve besin değerlerimizle ilgili akla gelebilecek soruların yanıtlarını veriyoruz.

iş sağlığı ve güvenliği

Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %90'ı diyor ki...

"McDonald's Türkiye'nin iş güvenliği sağlama ve çalışan sağlığını gözetme konusuna verdiği önem ve aldığı koruyucu önlemler yeterlidir."

Çalışanlarımızın sağlıklı ve güvenli bir ortamda çalışmalarının sağlanmasıyla işe bağlı hastalıkların ve iş kazalarının önlenmesi birincil önceliklerimizdendir. Çalışanlarımızın ve misafirlerimizin sağlık ve güvenlik bilincinin yükseltilmesine katkı sağlamak toplum sağlığı için önemli bir destektir. İş sağlığı ve güvenliği (İSG) çalışmalarının başarısı, çalışan memnuniyetinin, çalışma motivasyonunun, yapılan işin kalitesinin ve verimliliğin artması sonucunda olumlu ekonomik katkılar da sağlıyor.

İş sağlığı ve güvenliği hem şirketimiz hem de kilit paydaşlarımız tarafından belirlenen en önemli ilk üç sürdürülebilirlik unsuru arasında yer alıyor. Konuyu yönetirken, hem iş sağlığı ve güvenliği yasasının gereklerini hem de Anadolu Grubu'nun ilgili programlarını takip ediyoruz. Tüm restoranlarımızda ve ofisimizde, çalışanlarımızın sağlık ve güvenliğini sağlamak amacıyla, risk analizleri yapıyor, eğitim ve tatbikatlar düzenliyor, acil durum eylem planlarımızı hazırlıyor ve İSG Kurullarımız ile bu konuyu titizlikle ele alıyoruz.

Çalışanların güvenli ve sağlıklı bir ortamda çalışmalarını sağlamak amacıyla, işyerinde oluşabilecek riskleri ve yapılan işin çevreye verebileceği zararları engellemek için gerekli planlamanın yapılması, önlemlerin alınması ve hastalık-yaralanma ile sonuçlanan iş kazalarının yönetiminin doğru bir şekilde yapılması için çalışıyoruz. İşyerlerimizde İSG kültürünün oluşmasını ve farkındalığın yükselmesini amaçlıyoruz. Ayrıca tedarikçi/taşeronlarımızın; güvenlik ve ofis temizlik hizmetleri firmalarının ve çağrı merkezinin İSG uygulamalarını da takip ediyoruz.

iş sağlığı ve güvenliği politikası

Merkez ofisimizde, restoranlarımızda ve alt işverenlerimizde çalışanları kapsayan İSG politikamızı ve ilgili çalışmaları, İnsan Kaynakları Direktörlüğümüz, ulusal ve uluslararası standartlar dikkate alarak ve yasal zorunluluklara tam uygunluk sağlayarak oluşturdu. Politikanın uygulanmasından ve konunun yönetiminden İnsan Kaynakları Direktörlüğüne bağlı olarak çalışan 'McDonald's İş Sağlığı ve Güvenliği Birimi' sorumludur. 2014 yılında İSG kurulunca oluşturulan İSG yönergesine göre çalışmalarımızı yürüttük. 2015 yılında İSG politikamızı yazılı hale getirmeyi hedefliyoruz.

kurullar

50'den fazla çalışanı olan, İstanbul'daki sekiz restoranımızda ve Genel Müdürlük ofisimizde düzenli olarak üç ayda bir kurul toplantıları gerçekleştiriyoruz.

Her Restorandaki Kurul Üyeleri

İşveren vekili (restoran müdürü)
İşyeri Hekimi
İş Güvenliği Uzmanı
İdari İşler (müdürlerden biri)
Çalışan temsilcisi

Genel Müdürlük Ofisi Kurul Üyeleri

İşveren Vekili
İşyeri Hekimi
İş Güvenliği Uzmanı
İnsan Kaynakları
İdari İşler
Ekipman Departmanı
Kalite Departmanı
Çalışan Temsilcileri
Güvenlik Sorumluları
Eğitim Departmanı

yıllık plan

Her yılın Aralık ayı sonunda yıllık plan hazırlıyoruz. 2014 yıllık planı başlıkları:

Raporlama

- Risk Değerlendirme Oluşturulması / Güncellemesi
- Acil Durum Eylem Planı Oluşturulması / Güncellemesi
- İş Sağlığı ve Güvenliği Talimatlarının Oluşturulması / Güncellemesi
- İş Sağlığı ve Güvenliği Prosedürlerinin Oluşturulması / Güncellemesi
- Yıllık Değerlendirme Raporunun Hazırlanması

Kontroller

- Yangın Tüplerinin Kontrolleri
- Yangın Algılama ve Alarm Sistemlerinin Kontrolleri
- Acil Durum Aydınlatmalarının Kontrolleri
- Havalandırma ve Emiş Sistemleri Kontrolleri
- Elektrikli Ekipmanların Kontrolü
- Elektrik Tesisatı Topraklama Kontrolleri

Aksiyonlar

- Acil Durum Tatbikatı
- Göz Muayeneleri
- Personel Periyodik Muayeneler
- Su Sebillerinin Temizliği
- İçme ve Kullanma Suyu Analizleri
- Ortam Ölçümleri

Eğitimler

- Temel İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimi
- Temel İlkyardım Eğitimi
- Sertifikalı İlkyardım Eğitimi
- Hijyen Eğitimi
- Yangınla Mücadele Eğitimi
- Arama, Kurtarma ve Tahliye Ekibi Eğitim

eğitimler

McDonald's'ın standart uygulamalarına göre, teknik iş eğitimleri, detaylı ve sistematik bir şekilde iç eğitimcilerimiz tarafından veriliyor. İşe ilk girişten itibaren, hangi departman ve hangi pozisyonda olursa olsun, , tüm çalışanların aldığı dört temel eğitimden ikisi ***Restoran Emniyet ve Güvenlik ile Temizlik, Sanitasyon ve Güvenli Yiyecek*** eğitimleridir.

Bunların dışında 6331 sayılı kanuna göre her çalışanın almak zorunda olduğu iş sağlığı ve güvenliği eğitimlerini, eğitim yönetmeliği esas alınarak seçilen konularda ve sürelerde, tüm restoran çalışanlarımıza sertifikalı iş sağlığı uzmanları aracılığıyla sağlıyoruz. 2014 yılında 1.475'i İstanbul, 1.901'i Anadolu olmak üzere toplamda 168 restoranımızda 3.376 çalışanımız bu eğitimleri aldı. Ayrıca 2014 yılı Haziran ayından itibaren hijyen eğitimleri restoranlarımızda yetkili kurumlar tarafından verilmeye başlandı.

risk analizleri ve acil durum eylem planları

Her restoranın konumuna, mimari şartlarına ve düzenine bağlı olarak olası riskleri tespit ediyor, her biri için ayrı önlemler alıyor, aksiyon planları hazırlıyor ve uyguluyoruz. 2013-2014 döneminde İstanbul ve Anadolu olmak üzere toplam 201 restoranımızın risk analizlerini ve acil durum eylem planlarını tamamladık. Hedefimiz 2015'de açılacak yeni restoranlarımızla birlikte diğerlerinin de ilgili çalışmalarını tamamlamaktır.

tatbikatlar

Acil durum tatbikatlarını 2014'te her restoranda bir uzman eşliğinde gerçekleştirdik. 168 restoranımızda yaptığımız tatbikatlarla temel iş sağlığı ve güvenliği eğitimlerini tamamladık.

yeni iş sağlığı ve güvenliği - emniyet rehberi

Raporlama döneminde, İnsan Kaynakları Direktörlüğü'ne bağlı Eğitim Departmanı tarafından güncellenen Ekip Gelişim Programı Emniyet ve Güvenlik Rehberi'nin yerini Yeni İş Sağlığı ve Güvenliği - Emniyet Rehberi aldı.

yeni emniyet-iş sağlığı ve güvenliği rehberi içeriği

- 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenlik Kanunu
- Restoranda Güvenlik Bilinci
- Kimyasal Kullanımı
- Koruyucu Giysi kullanımı
- Yangınları Önleme
- Yangın Tüpü Kullanımı
- Yük Taşıma Teknikleri
- Çalışma Ortamında Doğru Postür (Duruş)
- Deprem
- Elektrik
- Güvenli Sürüş Kuralları
- İş Kazaları ve Acil Durumlar
- Acil durum -Önemli Telefon Numaraları
- Kaygan Zeminler
- Restoran Emniyeti Kuralları
- Restoran Güvenli Açılış ve Kapanış Prosedürleri
- Bomba İhbarları
- TL Güvenlik Özellikleri
- Soygunlar
- Şüpheli Paketler
- Ön Kasa Emniyeti
- Unutulan Eşyalar
- Dolandırıcılık Olayları

tercih edilen iş yeri olmak

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

"McDonald's Türkiye'nin çalışanlarına sağladığı bireysel gelişimi destekleyecek eğitimler/programlar yeterlidir."

2014 yılı (IRI) Restoran Ekibi Memnuniyet Oranı:

%81,6

2014 yılı (IRI) Restoran Yönetim Takımı Memnuniyet Oranı:

%89,5

İnsan, McDonald's'ın en değerli kaynağıdır. Misafirlerimizi restoranlarımızın kapısından gülen bir yüz ile uğurlayabilmenin öncelikli unsuru çalışanlarımızın memnuniyetidir. İnsan Kaynakları Departmanımız aracılığıyla belli aralıklarla çalışanlarımızın tamamına ulaşarak, gizlilik ilkesi çerçevesinde iç müşteri memnuniyeti anketi düzenliyor ve alınan sonuçlara göre hareket planları oluşturuyoruz.

Bu amaçla Hewitt şirketi tarafından gerçekleştirilen memnuniyet anketini iki yılda bir kez merkez ofis ve restoran yöneticilerine, IRI Consulting şirketi tarafından gerçekleştirilen memnuniyet anketini ise yılda bir kez tüm restoran çalışanlarına uyguluyoruz.

insan hakları uygulamaları

Anadolu Grubu Fırsat Eşitliği Politikası çerçevesinde, çalışanlarımıza işe alım süreci ve çalışma hayatları süresince yaş, cinsiyet, ırk, din, dil, etnik köken, cinsel yönelim, inanç, medeni, sosyal veya ekonomik durum, engellilik hali, politik görüş, sendikal faaliyetlere katılım ve üyelik, hamilelik ya da askerlik hizmeti durumu açısından ayrımcılık söz konusu değildir.

Şirketimizde Uluslararası Çalışma Örgütü'nün "eşit ücretlendirme" sözleşmesi ilkesine göre eşit işe eşit ücret yaklaşımını benimsiyor ve "Hay İş Eşleştirme Metodolojisi" kullanıyoruz. Bu sistemde kadın ve erkek çalışanlarımız arasında ücretlendirme açısından herhangi bir fark bulunmuyor. Ücret politikamızı performans sonuçlarına dayalı adil ve işgücü piyasasında rekabetçi olacak şekilde uyguluyoruz. Restoranlarımızda görev yapan çalışanlarımızın ücretlerini pozisyon bazında belirliyor, bu pozisyonlar için kadın-erkek ayrımı yapmaksızın aynı seviyeden ücretlendirme yapıyoruz.

Kadın adayların istihdamını artırmayı ve her restoranımızda en az bir orta yaşlı kadın çalışanımızın olmasını hedefliyoruz. Bu uygulamayla ilgili restoranlarımızdan olumlu geri bildirimler alıyoruz.

2014 yılında beşi kadın ikisi erkek olmak üzere yedi merkez ofis çalışanımız doğum izni kullandı. Bunlardan beşi doğum izninden sonra işlerine devam etti.

McDonalds'ta çalışmanın farkı

Çalışırken Sosyalleşme İmkanı

Çalışanlarımız, eğlenceli, dinamik ve arkadaşça bir iş ortamı ve esnek çalışma saatleri seçeneği ile büyük bir takımın parçası olma fırsatını yakalıyor.

Her Yaş Grubuna Uygun İş

McDonald's sistemi, her yaştan kadın ve erkeğe iş olanakları sunuyor. Halihazırda merkez ofisin yanı sıra restoranlarımızın pek çok biriminde de 16-57 yaş arası çalışanlar görev yapıyor.

Fırsat Eşitliği

Aynı yönetim kademesinde göreve başlayan kadın ve erkek çalışanlarımıza sağlanan olanaklar birebir aynıdır. Çalışan sayısı 50'nin altında 147 restoranımızda çalışan toplam 89 engelli kişiyle yasal ortalamanın üzerinde istihdam yarattık.

Bireysel Emeklilik Planlarına Katkı

İsteğe bağlı olarak bireysel emeklilik sistemine katılan çalışanlarımıza maaşının %2'si kadar ek katkı sağlıyoruz. 2014 yılında 88 çalışanımızın emeklilik planlarına yaklaşık 187 bin TL bütçe ayırdık.

Kariyer Fırsatları

McDonald's'ta çalışmak, güvenli bir iş ortamına ve geleceğe dönük kariyer olanaklarına sahip olmak demektir. Türkiye'deki McDonald's merkez ofisinde, çeşitli departmanlarda yönetici olarak çalışanlar arasında iş yaşamlarına McDonald's restoranlarında ekip üyesi olarak başlamış kişiler de bulunuyor. McDonald's çalışanları kariyerleri boyunca terfi, ödüllendirme ve diğer imtiyazlarda kişisel performansları ile değerlendirilmeye devam ederler.

Kişisel ve Mesleki Gelişim Olanakları

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.

istihdam

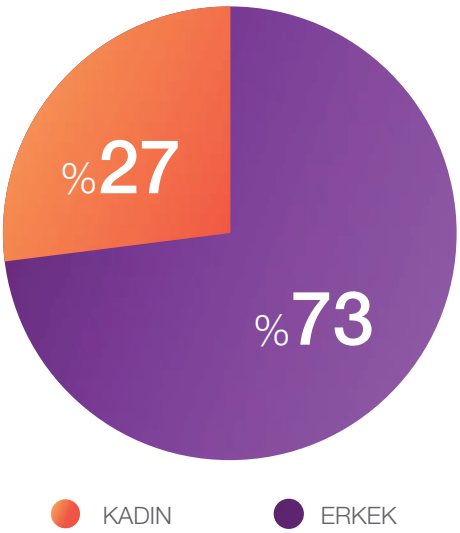
Çalışanlarımızın uzun süreli istihdamı ve buna bağlı personel devir oranının düşük olması, verimliliğimizi ve maliyetlerimizi etkilediği gibi, müşteri memnuniyeti ve işveren imajı açısından da oldukça önemlidir.

Personel devir oranı perakende sektörünün genel bir problemi olmakla beraber, sektörümüzde bu oranın sıfırlanması mümkün olmadığı gibi, sıfır veya sıfıra yakın olması da stratejik olarak tercih edilmemektedir. Şirket olarak personel devir oranını her ay düzenli olarak takip ederek yıllık hedefler oluşturuyor ve makul seviyelere indirmeyi amaçlıyoruz.

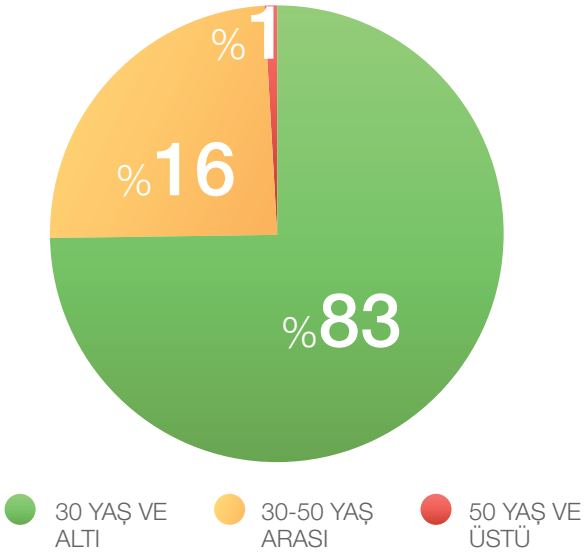
Personel devir oranını azaltma amacıyla işe alımdan itibaren bu hedefimizi destekleyen, eğitim, oryantasyon, motivasyon programları uyguluyoruz.

İnsan kaynağı uygulamalarına yönelik politikalarımızın çoğu global olarak belirlenmiştir. Bunlar hem ülke ihtiyaçları hem de yasal düzenleme ve uygulamalarla desteklenmektedir. Ayrıca McDonald's Türkiye olarak bağlı bulunduğumuz MEA bölgesi (Middle East & Africa) İnsan Kaynakları tarafından da performansımız takip edilir. Bölgedeki farklı uygulamalar tüm ülkelerle paylaşılır.

ÇALIŞANLARIMIZ



ÇALIŞANLARIMIZIN YAŞ DAĞILIMI



iyileştirme için iyi uygulamalar

Restoran Ziyaretleri

Yıl sonunda personel devir oranının en yüksek çıktığı restoranlar belirlenir. Bu restoranlara iş ortakları tarafından (insan kaynakları, operasyon departmanları) yılda üç kez ziyaret gerçekleştirilir. Bu ziyaretlerden ilkinde durum tespiti yapılır, ilgili restoran müdürünün yanı sıra ekip üyeleriyle de görüşmeler yapılır. Restoranın insan uygulamaları konusundaki genel durumu ortaya çıkarılır. Bir ay sonra gerçekleştirilen ikinci ziyarette aksiyon planı oluşturulur. Son ziyaret ise yaklaşık dört ay sonra yapılır ve aksiyon planının uygulamaları ile bir önceki ziyarete göre değişimler tespit edilerek ilgili yöneticilere raporlanır.

Bu çalışma ile personel devir oranı yüksek olan restoranlarda belirgin iyileşme gözlemledik. 2015 yılında da bu uygulamaya devam etmeyi hedefliyoruz.

Restoran Yönetim Takımı Transfer Oranı

Personel devir oranına olumsuz etki eden konulardan birinin restoran müdürlerinin sık transfer edilmesi olduğu gözlemledik, transferlere yönelik bir yönetmelik oluşturularak transfer oranının düşürülmesi için çalışmalar yaptık.

İşe Alım Merkezi Pilot Çalışması

İyi uygulamalarımıza bir başka örnek de 2014 yılının ikinci yarısında Anadolu yakasındaki bir restoranımızın içinde yaptığımız pilot uygulamadır. Bu uygulama ile restoranımızın bir bölümünü işe alım bölgesi olarak ayırdık ve bir uzmanı görevlendirdik. Uygulamanın olumlu etkileri nedeniyle benzer çalışmayı 2015 yılında Avrupa yakasında da işe alım uzmanını görevlendireceğimiz bir restoranımızda başlatmayı hedefliyoruz.

başarı hikayelerinin paylaşımı

“İnsandır Önceliğimiz” anlayışımız kapsamında 4 yıldır çalışanlarımızın başarı hikayelerini tüm sistemimizle paylaşıyoruz.

Farklı pozisyonlardaki çalışanlarımızın McDonald’s’taki tecrübelerine ve kişisel yeteneklerine yer verdiğimiz projenin temel amacı çalışan bağlılığını artırmaktır. Ayrıca, bu projeye orta yaş ve üzeri çalışanları da dahil ederek, ‘McDonald’s’ta sadece gençler çalışabilir’ algısını değiştirmeyi hedefledik.

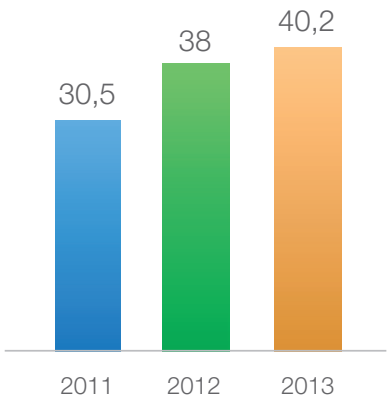
Başarı hikayelerinin paylaşımını, her ay bir çalışanımızın McDonald’s tecrübeleri ile kendi hikayelerini birleştirdikleri bir takvim aracılığı ile yaptık. Profesyonel bir moda fotoğrafçısı eşliğinde ve konsepte uygun materyaller kullanılarak yapılan fotoğraf çekimleri ile hazırlanan takvimi tüm restoranlarımıza gönderdik.

Çalışanlarımızın ilgi ve beğenisi ile karşılan bu çalışmaya önümüzdeki önümüzdeki yıllarda da devam etmeyi hedefliyoruz.

eğitim

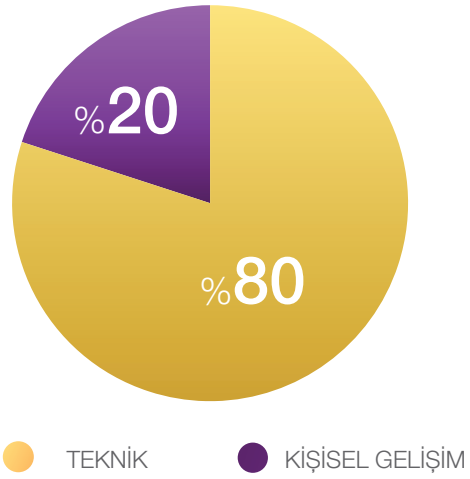
Şirketimizde iç müşteri memnuniyeti ve hizmette kaliteyi sağlayabilmek için önce eğitim anlayışı vardır. Çalışanlarımızın eğitim ve gelişimine yaptığımız bu yatırımın bize, işine bağlı çalışanlar, mutlu misafirler, artan satışlar ve güvenli, kusursuz devam eden restoran operasyonu olarak yansıyacağını biliyoruz. Bu sebeple farklı kademelerdeki çalışan ve yöneticilerimize sunduğumuz teknik ve kişisel gelişim eğitimlerini sürekli geliştiriyoruz. İyi eğitilmiş takım üyelerinin şirketimizin başarısının devamı için esas olduğuna inanıyoruz.

ORTALAMA EĞİTİM SAATLERİMİZ
(Tüm restoran çalışanlarımız)



Raporlama döneminde çalışanlarımıza sağlanan ortalama eğitim saatlerinde artış gerçekleşti.

2014 EĞİTİMLERİMİZİN DAĞILIMI



Eğitim Kataloğu

McDonald's Türkiye'de performans değerlendirmeleri sonrasında yöneticinin çalışan için öngördüğü eğitimler, çalışanların kişisel eğitim ihtiyaçları ve şirketin vizyonuna göre ön plana çıkması gereken yetkinlikler yıl sonunda konsolide edilir. Bu analiz sonucunda şirketin eğitim ihtiyacı olan konuları belirlenir. Hedefimiz her yılın başında ihtiyaç duyulan konularla ilgili tüm çalışanların katılabileceği açık eğitim programlarını hazırlamaktır.

Yönetici Seviyesi Geliştirme Merkezi

Şirket yönetici yedekleme planı ihtiyacı sonucunda, şirket içerisinde hem yüksek performansla çalışan hem de ilerleme potansiyeli yüksek olan çalışanları belirlemek, bu kişilerin gelişim alanlarını tespit etmek ve bu alanlarda gelişimlerine destek olmak amacıyla İnsan Kaynakları Departmanı liderliğinde 2013-2014 döneminde Yönetici Seviyesi Geliştirme Merkezi projesi başlatıldı. Bu çalışmada 13 kişilik eğitim/gelişim danışmanları ekibi de yer aldı.

Uygulamanın gerçekleşmesi sırasında yapılan çalışmalar; kişilik envanteri, bir günlük değerlendirme merkezi uygulaması, 360 derece değerlendirmeden oluştu. Bu değerlendirmeler yapıldıktan sonra danışman koçlar uygulamadan faydalanan çalışanlara öne çıkan ve geliştirilmesi gereken yetkinlikleri ile ilgili geri bildirimlerini verdi. 2014 yılı içerisinde çalışanlarımız kendi bireysel gelişim planlarını oluşturdu. Her katılımcıya geliştirilmesi gereken alanlarıyla ilgili 10 ay boyunca 90'ar dakikalık bire bir eğitimlerin yanı sıra koçluk eğitimi verilerek etkin bir eğitim ve gelişim süreci sağlandı.

İnsan Kaynakları Departmanımız eğitim alanında yaptığı çalışmaları McDonald's Liderlik Akademisi altında topladı. McDonald's Liderlik Akademisi eğitim müfredatına göre, bir restoran müdürü, bu pozisyona gelene kadar şirket içi eğitimler ve Sabancı Üniversitesi Çok Yönlü Liderlik Programı'ndaki eğitimler dahil toplam 615 saat eğitim alıyor.

Şirket içi eğitimlerde yöneticilerimiz, Koçluk ve Danışmanlık, Sosyal Sorumluluk, Güvenli Yiyecek, Çalışan Bağlılığını Artırmak, Envanter Yönetimi, Risk Yönetimi, Çalışma Ortamında Emniyet ve Güvenlik gibi başlıklarda yetkinliklerini destekleyecek pek çok konuda eğitim alıyorlar.

Sabancı Üniversitesi Çok Yönlü Liderlik Programı

Şirket içi eğitimlerini tamamlayarak restoran müdürlüğü görevine atanan yöneticilerimizin, artan rekabet içinde daha donanımlı hale gelmelerini sağlamak, bakış açılarını ve yönetim anlayışlarını zenginleştirmek amacı ile Sabancı Üniversitesi Yönetici Geliştirme Birimi işbirliği ile yürütülmeye başlanan Çok Yönlü Liderlik Programı kapsamında, i-LAB (İnovasyon Laboratuvarı) ile Keşif Yolculuğu, Perakende ve Hizmet Çiçeği, Yöneticinin Temel Donanımı, Yeni Kuşakların Seçimi & Elde Tutma, Kendini ve Başkalarını Harekete Geçirme, Değer Odaklı Pazarlama, Yeni Nesil Müşteriler, Geleceği Pazarlama, Stratejik Ekip Çalışması ve Değer Odaklı Tedarik Zinciri başlıklı eğitimler yer alıyor.

Eğitimler dört ay boyunca sürüyor ve dört farklı modülü kapsıyor. Programa akademisyenler ve sektör tecrübeli eğitmenlerin yanı sıra konuk konuşmacılar da katılıyor.

25'i 2014 yılında olmak üzere 2012 yılından bu yana toplamda 15'i kadın, 75 mezun veren programa katılan 9 çalışanımız bir üst pozisyona atandı. McDonald's Çok Yönlü Liderlik Programı ile tüm restoran müdürlerimizin eğitim almasını hedefliyoruz.

McDonald's
McDonald's

BU FİKRİ SEVİYORUM

Coca-Cola
%100

İNSANDIR ÖNCELİĞİMİZ

insandır önceliğimiz projesi

2014 yılı Mayıs ve Haziran aylarında, İnsan Kaynakları Direktörlüğümüz liderliğinde İzmir, Ankara, Antalya, İstanbul ve Trabzon illerinde Türkiye çapında görev yapan restoran çalışanlarının katıldığı 'İnsandır Önceliğimiz' zirvelerini düzenleyerek 800'e yakın restoran yöneticimiz ile buluştuk.

Bu zirvelerin amacı yöneticilere, çalışanlarının motivasyonunu sağlayacak yöntemleri ve insan kaynakları uygulamaları ile ilgili yenilikleri aktarmaktı. Restoran yönetim takımında oldukça kritik görevi olan Vardiya Müdürü ve İkinci Müdür pozisyonundaki çalışanlarımızı hedeflediğimiz bu zirvenin bir diğer amacı da çalışanların büyük bir dünya markasının çatısı altında faaliyet göstermekte olduklarını vurgulamak ve farklı bölgelerdeki yöneticilerle paylaşımlarda bulunmalarını sağlamaktı.

Üst düzey yönetimimiz de bu zirveye katılarak şirket hedeflerini ve deneyimlerini katılımcılarla paylaştılar. Asya, Pasifik, Ortadoğu ve Afrika'yı içine alan APMEA bölgesindeki 37 pazarın en büyüklerinden biri olan McDonald's Türkiye'nin Trabzon'daki zirvesine APMEA üst yönetimi de eşlik etti.

Restoranların şirket hedeflerine ulaşma sürecindeki rolünün ele alındığı toplantılarda, konusunda uzman konuşmacılar İnsan Kaynakları Hedefleri, İşe Alma ve İşte Tutma, İş Sağlığı ve Güvenliği, Profesyonel İmaj, ile Personel ve Özlük İşleri alanındaki güncel bilgi ve yaklaşımlar hakkında bilgi verdiler.

McDonald's çalışanları, 'Eğlence Mühendisleri'nin gerçekleştirdiği toplantı içeriğine özel olarak hazırlanmış skeçler ve fuaye alanındaki oyunlarla da eğlenceli vakit geçirdi. Ünlü sporcumuz Semih Saygıner yaptığı sunumda başarıya uzanan yolda karşılaşılan engellerin nasıl aşılabileceğine dair bir sunum yaptı.

İki yılda bir tekrarlamayı planladığımız zirveleri, bölgelerin dağınık olmasının zorluklarına rağmen birlikte öğrenirken eğlenilen oldukça keyifli birer çalışma olarak tamamladık.

"Restoranlarımız, işimizin en önemli ve en geniş alanını oluşturuyor. Her restoranımız küçük birer fabrika ve restoran müdürlerimiz de bu fabrikanın genel müdürleri olarak değerlendirilebilir. Buna bağlı olarak da restoranlarımızla daha fazla iletişim içerisinde olmak ve onlarla daha iyi bir ortaklık çerçevesinde aynı hedefe doğru koşmak zorundayız. Bu tarz etkinliklerimizle çalışanlarımızı hem gündemimiz hakkında bilgilendiriyor hem de onlarla bir araya gelerek yüksek bir motivasyon ortamı sağlıyoruz. Zirvelerimizi özellikle 5 ayrı şehirde yaparak, çalışanlarımızla kendi bölgelerinde bir araya gelmek istedik ve son derece başarılı geçen toplantılarla amacımıza ulaştık. İnsan kaynağımızı zenginleştirmek üzere çalışmalarımıza devam edeceğiz."

Dr. K. Mehmet Büyükçolak
İnsan Kaynakları Direktörü

SMX
Vardiya Yönetiminde Mükemmellik
İNSANDIR ÖNCELİĞİMİZ

toplumа geri vermek

Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %79'u diyor ki...

"McDonald's Çocuk Vakfı'nın Türkiye çapında yaptığı yatırımlar/çalışmalar şirketimizin sosyal sorumluluğunu yerine getirmesi açısından yeterlidir."

McDonald's'ta başarı; kârlılık, büyüme gibi ticari hedeflere ulaşmanın ötesinde, içinde bulunduğu toplumun yararına faaliyette bulunmak anlamına gelir. McDonald's toplumun sorumlu bir üyesi, her McDonald's restoranı ise bulunduğu bölgede iyi bir komşu olarak, toplum yararına projelerin içinde yer alır. Yerel ve uluslararası düzeyde, sağlıktan spora birçok alanda destek verir.

McDonald's çocuk vakfı

McDonald's, RMHC (Ronald McDonald House Charities)'nin küresel 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 çocuklar ve refakatçilerinin hastanede geçirdikleri süreyi daha mutlu kılacak projelerin hazırlanmasına destek oluyor.

McDonald's Çocuk Vakfı ile faaliyete geçtiği 1999 yılından bu yana İzmir'den Van'a, Adana'dan Trabzon'a 25 farklı yerleşim merkezindeki 29 farklı hastanenin çocuk servislerinde 46 projeyi tamamladık. Çocukların sağlığı ve mutluluğu için Türkiye'nin her yerinde projeler gerçekleştiren Vakıf kanalı ile bugüne kadar 200 binin üzerinde çocuğa ulaşarak 1,5 milyon doları aşkın maddi ve ayni kaynak aktardık.

Sağlıklı Göz ve Eğitimde Başarı Projesi kapsamında, GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı işbirliği ile bugüne kadar Şanlıurfa, Diyarbakır, Mardin, Gaziantep ve Adıyaman'da 10 binlerce ilköğretim öğrencisinin göz taramasından geçirilmesini sağladık. 2014 yılında aynı proje kapsamında Batman ilinde 17 ilköğretim okulunda yaklaşık 17 bin öğrencinin göz taramasını gerçekleştirdik. Bundan böyle proje kapsamında her öğretim yılında yaklaşık 20 bin öğrenciye ulaşmayı hedefliyoruz.

McDonald's Çocuk Vakfı olarak 2014 yılında, Ege Bölgesi'nin en köklü ve eski çocuk hastanesi olan Behçet Uz Çocuk Hastanesi'nin çocuk poliklinik binasını tamamen yeniledik ve tefriş ettik.

Bugüne Kadar Tamamlanan Projelerimiz

4 Aile Odası
3 Hastane İlköğretim Dersliği
6 Hastane Oyun Alanı
27 Çocuk Servisinin Tefrişi
6 İlde Göz Tarama Projesi

Ronald McDonald House Charities (RMHC)

1975 yılında Amerika - Filadelfiya'da kurulan RMHC, kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olarak, çocukların sağlığı ve mutluluğu için doğrudan yarar sağlayacak projeler yaratır, geliştirir ve destekler. 58 ülke ve bölgedeki yerel uzantılarının oluşturduğu küresel ağ sayesinde, Ronald McDonald House®, Ronald McDonald Family Room® ve Ronald McDonald Care Mobile® olmak üzere üç ana programı ve milyon dolarlık bağışları ile RMHC tüm dünyada çocukların kaliteli sağlık hizmetlerine erişimini destekliyor.

çevresel performansımız

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

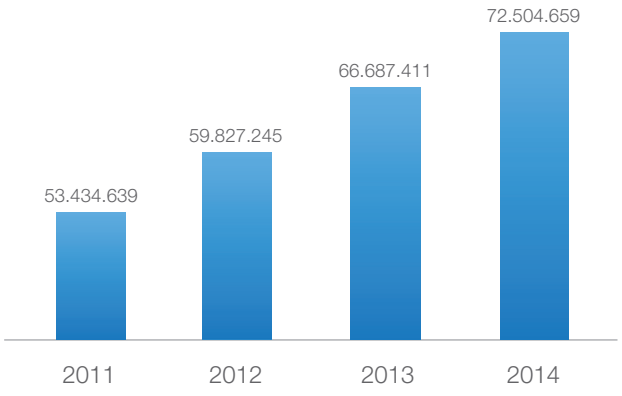
McDonald's
YILDIZ GAZETE BAYİ
McD Café
SİPARİŞLERİ
KASAMIZI DA
McDonald's
BIG MAC
TÜKENMEK
BİLMEYEN
LEZZETLER
Serinliğin yeni serisi

enerji verimliliği

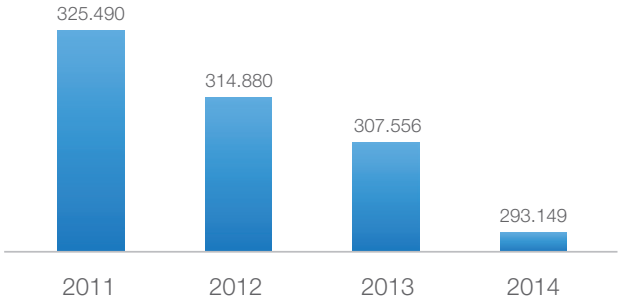
Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %66'sı diyor ki...

"McDonald's Türkiye'nin çevre duyarlılığı ve bilinciyle faaliyet gösterme hedefine yönelik yaptığı enerji verimliliği yatırımları, emisyon azaltıcı projeler ve aldığı diğer koruyucu önlemler yeterlidir."

YILLIK TOPLAM ELEKTRİK TÜKETİMİ (kWh)



RESTORAN BAŞINA YILLIK ELEKTRİK TÜKETİMİ (kWh)



McDonald's'ın Türkiye'deki faaliyetlerinde kullandığımız enerji kaynaklarının başında elektrik geliyor. Elektrik enerjisini, restoranlarımızın iç ve dış aydınlatmasına ek olarak, mutfak ekipmanı, arıtma sistemleri, klimalar, soğutucu ve derin dondurucular için kullanıyoruz. Elektrik kesintisi durumunda aktif olan jeneratörlerimizde yakıt olarak mazot kullanıyoruz.

2014'te yeni açılan restoranlarımızın mutfak ekipmanlarını enerji verimliliği kapsamında üst modelleriyle yeniledik. 2014 yılında bazı ekipmanlarımızı da restoranlarımızın ihtiyacına göre daha optimum kapasiteye getirdik.

Yeni restoranlarımızda kullanmaya başladığımız iklimlendirme ekipmanımız enerji tüketimi ve emisyon oranı daha düşük olan yeni tip ekipmandır. Enerji tasarrufları ise eskilere oranla yaklaşık %25 seviyelerindedir. Yeni açılan tüm restoranlarımızda LED aydınlatmaya geçmemizin yanı sıra yeni restoran bina inşaatlarımızda ısı yalıtımı da uyguluyoruz.

Çalışanlarımızı enerji verimliliği ile ilgili bilinçlendirmek üzere sınıf eğitimleri düzenliyor ve her altı ayda bir enerji anketi yapıyoruz. Şirket restoranlarımızdan 102'si (yaklaşık %40'ı) elektriğini, üretiminin %50'den fazlasını yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanarak yapan EnerjiSA'dan satın alıyor.

Raporlama döneminde, restoran sayımızdaki %15 artışa rağmen, aldığımız tasarruf önlemlerimiz sonucunda, elektrik tüketimimiz %12,3 oranında arttı. Diğer taraftan restoran başına elektrik tüketimimiz kwh bazında %5,5 oranında, mazot kullanımımız ise litre bazında %14 azaldı.

atık yönetimi

Sürdürülebilirlik anketine katılan çalışanlarımızın %71'i diyor ki...

"McDonald's Türkiye'nin çevre kirliliğinin azaltılması ve katı atık yönetimi konusunda yaptığı çalışmalar yeterlidir."

Restoranlarımızda ağırlıklı olarak yağ ve ambalaj atıkları oluşuyor. Atık yönetimi konusunda aldığımız aksiyonların tamamı yasal zorunluluklar paralelinde başlatıldı. Ambalaj atıklarımızla ilgili yükümlülüklerimizi TÜKÇEV ile yerine getiriyoruz. Yasal zorunluluk olarak atık yağlarımızı, lisanslı toplayıcılar olan Albiyobir ve Deha Biyodizel firmalarına teslim ederek toplanmasını sağlıyoruz.

Yönetmelik gereği atık kızartmalık yağlar tehlikeli atık sınıfında değerlendiriliyor. Restoranlarımızda kızartma amaçlı tükettiğimiz yağı, Türk Gıda Kodeksinde belirlenmiş olan tüm kalite kriterlerine ait limitler dahilinde kullanıyoruz. Bu yağları kalite kriter limitlerinin aşımı gerçekleşmeden önce kullanımdan çıkartıp lisanslı atık yağ toplama firmasına veriyoruz.

Tüm restoranlarımızda eviyede temizlik amaçlı kullandığımız sularımızı yağ tutuculardan geçirerek su atıklarımızda yağ ve kirin tutulmasını sağlıyor, böylelikle çevrenin korumasına katkıda bulunuyoruz.

2014'te ambalaj atıklarımızın %44'ü kadar ambalaj atığını yasal yükümlülüğümüz kapsamında TÜKÇEV aracılığıyla bertaraf ettik. Bu atıkların onaylı geri dönüşüm tesislerinde değerlendirildiği belgelendi.

MFY (Made For You)

Türkiye, McDonald's'ın tüm dünyadaki restoranlarında zorunlu tuttuğu MFY projesini, 2013 yılında ilk başlatan ülkelerden biri oldu. Projenin amacı, müşterinin verdiği siparişe göre ürünün belli bir süre içinde optimum maliyet ve minimum enerji tüketimi ile hazırlanması ve böylelikle sürdürülebilir kaynaklarımızın korunmasına katkı sağlamaktı.

MFY projesi hayata geçmeden önce satış yoğunluğuna göre ürünler önceden hazırlanıp paketlenip satışa sunuluyordu. Belli bir süre içinde satışı yapılamayan ürünler atık olarak değerlendiriliyor ve ambalajlı olarak ıskartaya ayrılıyordu.

MFY projesi sonrasında pişmiş ürün olarak tabir edilen ambalajsız atıklarımızda %8 azalma olurken, kağıt, karton ve ambalaj atıklarımızda %22 azalma gerçekleşti.

Bu kapsamda ürün ve ambalaj atıklarının yanı sıra enerji tüketiminde de azalma oldu. Enerji tüketimi açısından, MFY projesi sonrası MFY için tasarlanan enerji tasarruflu ekipmanlar ve siparişe göre ekipman kullanımı sayesinde enerji tüketimi restoran başına %4,64 azaldı.

su yönetimi

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

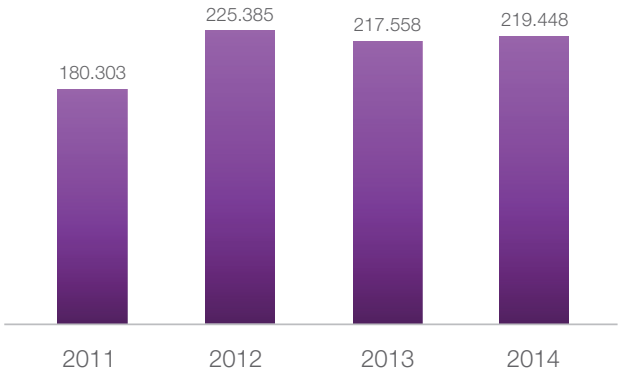
"McDonald's Türkiye'nin elektrik, su, doğal gaz, fosil yakıtlar gibi kaynakların tasarruflu kullanımı konusunda yaptığı çalışmalar yeterlidir."

Su, restoranlarımızda en yoğun kullandığımız doğal kaynaktır. Suyu genel kullanıma ek olarak kola, buz, kahve ve kakao yapımında kullanıyoruz. McDonald's Türkiye'de kullanılan su arıtma (ters ozmoz) sistemi, gıda güvenliği ve ürün kalitesi (içecek) standartlarına uygunluk açısından en son teknolojiyle ve şebekeden kaynaklanabilecek ve insan sağlığına zarar verebilecek ağır metal gibi tüm etkenleri ortadan kaldırmak üzere tasarlanmıştır.

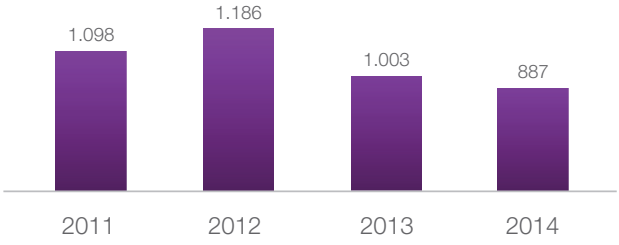
Arıtma sistemimizin, her ay periyodik kontrolden geçmesini ve alınan numunelerle suyun kimyasal analizinin yapılmasını sağlıyoruz. 2014 yılında da yeni açılan restoranlarımızın personel lavabolarında fotoselli bataryalar, eski restoranlarımızda ise akan su miktarını azaltacak aparatlar kullanmaya devam ettik.

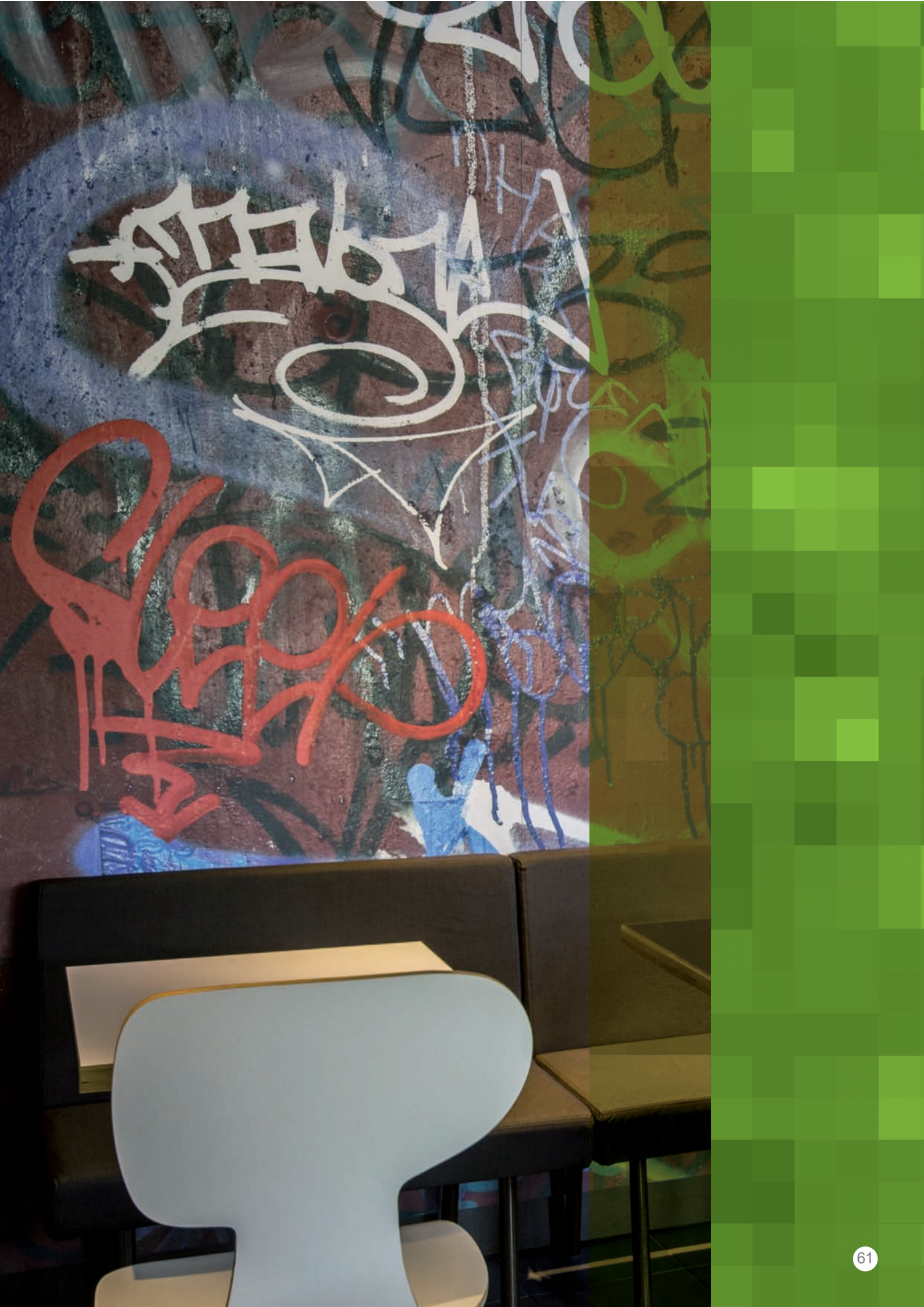
Raporlama döneminde, restoran sayımızdaki %15 artışa rağmen tüm restoranlarımızdaki su tüketimimiz litre bazında %4,25 oranında artarken, restoran başına su tüketimimiz ise litre bazında %11 oranında azaldı. Gelecek dönemlerde su tüketim oranımızı restoran artış oranımızın altında tutacak önlemleri almaya devam edeceğiz.

YILLIK TOPLAM SU TÜKETİMİ (Litre)



RESTORAN BAŞINA YILLIK SU TÜKETİMİ (Litre)





ek tablolar

sosyal performans göstergelerimiz

İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ						
McDonald's Türkiye		Kadın		Erkek		
Kazalar	**Birim**	**2013**	**2014**	**2013**	**2014**	**GRI**
Kaza sıklık oranı	Oran	m.d.	17	m.d.	143	LA6
Mesleki hastalık oranı	Oran	m.d.	m.d.	m.d.	m.d.	
Ölüm	Adet/Yıl	m.d.	0	m.d.	0	
Kaza türleri	Adet/Tanım	m.d.	1 Taşıt Kazası 7 Düşme 9 Diğer	m.d.	89 Taşıt Kazası 31 Düşme 23 Diğer	
Kayıp Günler	**Birim**	**2013**	**2014**	**2013**	**2014**	**GRI**
İş kazası sebebiyle kayıp gün oranı	Gün	m.d.	41	m.d.	460	LA6

m.d. = mevcut değil; 2013 yılına ait verilerimiz cinsiyet bazında mevcut değildir.
Alt işverenlerimize ait veriler 2015 yılından itibaren toplanmaya başlanacaktır.

İŞGÜCÜ				
İstihdam	**Birim**	**2013**	**2014**	**GRI**
TOPLAM (Merkez ofis)	Kişi	139	128	
Genel-Devir	**Birim**	**2013**	**2014**	**GRI**
İşe alınan	Kişi	14	8	LA1
İşten ayrılan	Kişi	8	17	
Cinsiyete Göre-Devir	**Birim**	**2013**	**2014**	**GRI**
Erkek - İşe alınan	Kişi	9	7	LA1
Erkek - İşten ayrılan	Kişi	5	11	
Kadın - İşe alınan	Kişi	5	1	
Kadın - İşten ayrılan	Kişi	3	6	
Yaşa Göre-Devir	**Birim**	**2013**	**2014**	**GRI**
30 Yaş ve altı - İşe alınan	Kişi	2	1	LA1
30 Yaş ve altı - İşten ayrılan	Kişi	2	4	
30 - 50 Yaş arası - İşe alınan	Kişi	12	7	
30 - 50 Yaş arası - İşten ayrılan	Kişi	5	13	
50 Yaş ve üstü - İşe alınan	Kişi	0	0	
50 Yaş ve üstü - İşten ayrılan	Kişi	1	0	

İŞGÜCÜ						
İstihdam Türüne Göre	**Birim**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**GRI**
Beyaz Yaka - Kadın	Kişi	435	524	547	533	10
Beyaz Yaka - Erkek	Kişi	1.195	1.460	1.649	1.668	
Mavi Yaka - Kadın	Kişi	880	939	905	712	
Mavi Yaka - Erkek	Kişi	1.595	1.617	1.516	1.835	
TOPLAM	Kişi	4.105	4.540	4.617	4.748	
Sözleşme Türüne Göre	**Birim**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**GRI**
Tam Zamanlı Çalışan - Kadın	Kişi	917	1.081	1092	1.015	10
Tam Zamanlı Çalışan - Erkek	Kişi	2.162	2.402	2.422	2.736	
Tam Zamanlı Çalışan - Kadın	Kişi	398	382	360	230	
Tam Zamanlı Çalışan - Erkek	Kişi	628	675	743	767	
Lokasyona Göre	**Birim**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**GRI**
Merkez Ofiste Çalışan - Kadın	Kişi	43	54	57	51	10
Merkez Ofiste Çalışan - Erkek	Kişi	63	77	82	77	
Restoranlarda Çalışan - Kadın	Kişi	1.272	1.409	1.395	1.194	
Restoranlarda Çalışan - Erkek	Kişi	2.727	3.000	3.083	3.426	
Cinsiyete Göre	**Birim**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**GRI**
Erkek	Kişi Sayısı	2.790	3.077	3.165	3.503	LA12
	Yüzde	%68	%68	%68	%73	
Kadın	Kişi Sayısı	1.315	1.463	1.452	1.245	
	Yüzde	%32	%32	%32	%27	
Yaşa Göre	**Birim**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**GRI**
30 Yaş ve Altı	Kadın	1.183	1.295	1.240	1.036	LA12
		%28,80	%28,50	%26,80	%21,80	
	Erkek	2.432	2.668	2.594	2.939	
		%59,30	%58,80	%56,20	%61,90	
30 - 50 Yaş Arası	Kadın	129	166	202	203	
		%3,10	%3,60	%4,40	%4,30	
	Erkek	348	398	561	549	
		%8,50	%8,80	%12,10	%11,60	
50 Yaş ve Üstü	Kadın	3	2	10	6	
		%0,10	%0,10	%2,50	%0,10	
	Erkek	10	11	10	15	
		%0,20	%0,20	%2,50	%0,30	

Diğer Gruplar	Birim	2011	2012	2013	2014	GRI
Yabancı	Kadın	0	0	0	0	LA12
		%0	%0	%0	%0	
	Erkek	0	0	0	0	
		%0	%0	%0	%0	
Engelli	Kadın	19	18	14	11	
		%17%	%16%	%13,40	%12,70	
	Erkek	91	92	90	86	
		%83	%84	%86,60	%87,30	
Yönetim Kategorisine Göre	**Birim**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**GRI**
Üst Yönetim	Kadın	10	10	10	9	LA12
		%0,0	%0,0	%0,20	%0,20	
	Erkek	16	18	21	15	
		%0,0	%0,00	%0,50	%0,30	
Orta Düzey Yöneticiler	Kadın	4	7	11	11	
		%0,0	%0,0	%0,20	%0,20	
	Erkek	23	31	34	37	
		%1,00	%1,00	%0,80	%0,80	
Uzman/İdari Personel	Kadın	421	507	524	511	
		%10,00	%11,00	%11,40	%10,80	
	Erkek	1.195	1.411	1.592	1.614	
		%29,00	%31,00	%34,40	%34,00	
Diğer Personel	Kadın	880	939	907	714	
		%21,00	%21,00	%19,60	%15,00	
	Erkek	1.595	1.617	1.518	1.837	
		%39,00	%36,00	%32,90	%38,70	
Yönetim Kurulu Yapısı	**Birim**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**GRI**
Kadın Üyeler	Yüzde	%0	%0	%0	%0	LA12
30 Yaş ve Altı	Yüzde	%0	%0	%0	%0	
30 - 50 Yaş Arası	Yüzde	%15	%15	%15	%15	
50 Yaş ve Üstü	Yüzde	%85	%85	%85	%85	
Engelli	Yüzde	%0	%0	%0	%0	

ÇALIŞANLARA YAPILAN EĞİTİM YATIRIMLARI

Tam Zamanlı Çalışanlar	Birim	2011	2012	2013	2014	GRI
Toplam eğitim saati	Saat	21.648	27.296	25.685	22.830	LA10
Toplam eğitim alan kişi sayısı	Kişi	711	837	793	648	
Beyaz yaka - Kadın	Toplam saat	766	736	582,5	763	
Beyaz yaka - Erkek	Toplam saat	1.790	3.776	2.854	3.531	
Mavi yaka - Kadın	Toplam saat	5.728	7.008	7.184	5.400	
Mavi yaka - Erkek	Toplam saat	13.364	15.776	15.064	13.136	

çevresel performans göstergelerimiz

TOPLAM ATIK AĞIRLIĞI Genel Merkez ve Tüm Restoranlar						
Türüne Göre	**Birim**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**GRI**
Tehlikeli Atıklar *(Atık Kızartma Yağı)*	Kg	0	0	0	*387.508	EN23
Tehlikeli Olmayan Atıklar *(Plastik, kağıt/karton)*	Kg	591.627	607.950	614.848	2.003.429	
Toplam Üretilen Atıklar	Kg	591.627	607.950	614.848	2.390.937	
Bertaraf Yöntemine Göre	**Birim**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**GRI**
Geri kazanım *(Atık Kızartma Yağı)*	Kg	241.700	265.420	325.258	387.508	EN23
Geri dönüşüm /Geri kazanım *(Plastik, kağıt/karton)*	Kg	83.491	95.611	121.628	881.509	
Toplam Bertaraf Edilen Atıklar	Kg	325.191	361.031	446.886	**1.269.017	

*2014 itibarı ile atık yağları tehlikeli atık sınıfına alarak raporlamaya başladık.
**Çevresel duyarlılığımız sonucu 2014 yılında kağıt bardak ve sandviç kutularımızı da dahil ederek daha fazla ambalaj atığını bertaraf etmeye odaklandık.

Elektrik Kullanımı	**Birim**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**GRI**
Anadolu Restoran	kWh	46.793.046	50.243.269	51.386.837	52.879.338	EN3
İşletmeci	kWh	6.641.594	9.583.976	15.300.575	19.625.321	
Toplam	kWh	53.434.639	59.827.245	66.867.411	72.504.659	
SOM'e göre Restoran Başına	kWh	325.490	314.880	307.556	293.149	
Değişim	%	0	-3,36	-2,33	-4.68	
Mazot Kullanımı	**Birim**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**GRI**
Anadolu Restoran	litre	273.275	332.446	320.554	299.731	EN3
SOM'e göre Restoran Başına	litre	1.482	1.755	1.796	1.545	
Değişim	%	0	18,45	2,32	-14	
Su Kullanımı	**Birim**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**GRI**
Anadolu Restoran	m^3	157.893	189.280	167.642	160.049	EN8
İşletmeci	m^3	22.411	36.105	49.916	59.400	
Toplam	m^3	180.303	225.385	217.558	219.448	
SOM'e göre Restoran Başına	m^3	1.098	1.186	1.003	887	
Değişim	%	0	8	-15	-11,57	

SOM: Aynı yıl içinde ay bazında, restoranın işletilme süresi.

GRI İÇERİK İNDEKSİ

GENEL STANDART BİLDİRİMLER	
STRATEJİ VE ANALİZ	
G4-1 (GM Mesajı)	Sayfa 4-5
KURUMSAL PROFİL	
G4-3 (Şirket adı)	Sayfa 68
G4-4 (Markalar, ürün ve hizmetler)	Sayfa 6-10
G4-5 (Adres)	İstanbul, Türkiye
G4-6 (Ülkeler)	Sadece Türkiye'de faaliyet gösteriyoruz.
G4-7 (Yasal şirket tanımı)	Limited Şirket
G4-8 (Pazarlar)	Sayfa 6-10
G4-9 (Büyüklük)	Sayfa 6-10
G4-10 (Çalışan profili)	Sayfa 63
G4-11 (Toplu sözleşme)	Mevcut değil.
G4-12 (Tedarik zinciri)	Sayfa 31-33
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 11
TANIMLANAN ÖNCELİKLİ UNSURLAR VE ÇERÇEVELER	
G4-17 (Raporlanan şirketler)	Sayfa 68
G4-18 (Unsurların ve sınırlarının belirlenme süreci)	Sayfa 23
G4-19 (Önemli unsurlar)	Sayfa 24
G4-20 (Unsurların şirket içi sınırları)	Sayfa 25
G4-21 (Unsurların şirket dışı sınırları)	Sayfa 25
G4-22 (Tekrarlar)	Sürdürülebilirlik stratejimiz, öncelikli konuların ve kilit paydaşların tespit edilme süreci yeniden aktarılmıştır.
G4-23 (Kapsam ve sınırlardaki değişiklikler)	Raporun kapsamı ve kısıtlamaları bir önceki rapora göre değişmemiştir.
PAYDAŞ KATILIMI	
G4-24 (Görüş alınan paydaşlar)	Sayfa 21-22
G4-25 (Paydaşların tanımlanması)	Sayfa 22
G4-26 (Paydaş katılım yöntemi ve sıklığı)	Sayfa 22
G4-27 (Paydaşların öncelikli unsurları)	Sayfa 24

RAPOR PROFİLİ	
G4-28 (Raporlama dönemi)	Sayfa 2
G4-29 (Önceli rapor)	2013
G4-30 (Raporlama döngüsü)	Yıllık
G4-31 (İletişim)	Sayfa 68
G4-32 (GRI bilgileri)	Sayfa 2, 66-67
G4-33 (Dış denetim)	Dış denetim yapılmamıştır.
YÖNETİŞİM	
G4-34 (Yönetişim yapısı)	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. Şirkette İSG Komitesi mevcuttur.
ETİK VE DÜRÜSTLÜK	
G4-56 (Değerler)	Sayfa 20

ÖZEL STANDART BİLDİRİMLER	
ÖNCELİKLİ UNSURLAR	**DMA VE GÖSTERGELER**
Ekonomik Performans	Sayfa 28-30
Tedarikçi Değerlendirmeleri (İşgücü ve Çevre)	Sayfa 31-33
İstihdam	Sayfa 46-48, 62-63
İş Sağlığı ve Güvenliği	Sayfa 40-43, 62
Eğitim ve Öğretim	Sayfa 49-50, 64
Yerel Toplumlar	Sayfa 55
Müşteri Sağlığı ve Güvenliği	Sayfa 36-38
Enerji	Sayfa 58, 65
Su	Sayfa 59, 65
Atık Su ve Diğer Atıklar	Sayfa 60, 65

ANADOLU RESTORAN
İŞLETMELERİ LTD. ŞTİ.
T. 0212 336 34 00

Kurumsal İletişim Yöneticisi
Şule Özdemir
T. 0212 336 34 00
sule.ozdemir@mcdonalds.com.tr

AloServis Hizmetimiz
Çağrı Merkezimiz
444 62 62

Web Sitemiz
www.mcdonalds.com.tr

https://www.facebook.com/McDonaldsTurkiye/
https://www.youtube.com/user/mcdonaldstr
https://www.pinterest.com/mcdonaldstr/
https://plus.google.com/+McDonaldsTR
http://instagram.com/mcdonaldsturkiye
https://www.linkedin.com/company/mcdonaldsturkiye
https://tr.foursquare.com/mcdonaldstr

RAPORLAMA DANIŞMANI
Sercom Danışmanlık
Elif Özkul Gökmen
T. 0533 648 07 40
elif@sercomconsulting.com

TASARIM VE UYGULAMA
T2 Tasarım
Tarkan Erbek
T. 0532 424 21 54
tarkan@t2tasarim.com

YASAL UYARI

McDonald's 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 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.