

2022

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU



Yaşam İçin Doğrusu

İÇERİK

- 1 Rapor Hakkında
- 2 Yaşam İçin Doğrusu
- 4 CEO Mesajı

CarrefourSA

- 8 CarrefourSA Hakkında
- 14 Kurumsal Yönetim
- 16 Risk Yönetimi

Sürdürülebilirlik Yönetimi

- 22 Sürdürülebilirlik Yaklaşımı
- 28 Sürdürülebilirlik Yönetişimi
- 30 Öncelikli Paydaş ve Konular

Ekonomik Sorumluluğumuz

- 37 Ekonomik Katkı
- 45 Gıda Atığı
- 47 İş Etiği

Doğru İş Yeri Sorumluluğumuz

- 55 Çalışan Memnuniyeti ve Gelişimi
- 63 Çalışan Sağlığı ve Güvenliği
- 67 Cinsiyet ve Fırsat Eşitliği

Değer Zincirinde Sorumluluğumuz

- 77 Sorumlu Tedarik Zinciri Uygulamaları
- 86 Müşteri Memnuniyeti
- 100 Dijitalleşme

Çevresel Sorumluluğumuz

- 107 İklim Değişikliği
- 116 Atık Yönetimi

GRI İçerik İndeksi

- 121 GRI İçerik İndeksi
- 127 Sınırlı Güvence Raporu
- 134 Künye

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU

2022

RAPOR HAKKINDA ²⁻³



İkinci Sürdürülebilirlik Raporumuzu sizlerle paylaşmanın gururunu yaşıyoruz. Geçtiğimiz yıl ilkini yayınladığımız raporumuzda geçen tüm çalışmalarımızı, hem yüksek performans gösterdiklerimizi hem de geliştirmemiz gerekenleri yine tüm şeffaflığıyla paylaşmaya çalıştık, çitimizi daha da yükseltmeyi amaçladık. Raporlamamız artık yıllık periyotlarda gerçekleşecek; bu rapor finansal raporlamamıza uyumlu olarak 01.01.2022 - 31.12.2022 dönemini kapsamakta. Kendi sürdürülebilirlik yaklaşımımızı geliştirirken küresel standartlardan, ana hissedarımız H.Ö. Sabancı Holdingin yön gösterici çalışmalarından ve markasını taşıdığımız Carrefour Group'un emsal teşkil eden uygulamalarından da yararlandık. GRI Standartlarında belirtilen Raporlama Prensipleri doğrultusunda Öncelikli Konularımıza göre yapılandırdığımız raporumuzda, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarına olan katkılarımızı da belirttik. Performanslarımızı daha da geliştirmeyi ve siz paydaşlarımız için yarattığımız değeri sürekli artırmayı hedefliyoruz.



YAŞAM İÇİN DOĞRUSU

“Yeni Nesil Market” anlayışı ve “Doğrusu CarrefourSA’da” söylemimiz çatısı altında müşterilerimiz için doğru üreticiden doğru ürünü temin ederek, doğru hizmet anlayışı ile doğru fiyata sunmak hedefini gerçekleştirirken **‘Yaşam İçin Doğrusu’** anlayışını da tüm süreçlerimize entegre ediyoruz.



Müşterilerimiz İçin Doğrusu



Müşterilerimizin sağlığını önemser, ürün güvenliği ve kalitesi için tedarikçilerimizin faaliyetlerini yakından takip eder, doğru ürünleri ulaşılabilir fiyatlarla müşterilerimizle buluştururuz.



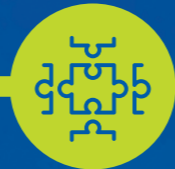
Çalışanlarımız İçin Doğrusu



İş sağlığı ve güvenliğini önemser, sıfır iş kazası ve meslek hastalığı hedefiyle faaliyetlerimizi yürütürüz.



İnsan kaynağımızı entelektüel sermayemiz olarak görür, tercih edilen işveren olmak ve fırsat eşitliğini sağlamak üzere organizasyonel gelişimimizi destekleriz.



Tüm Paydaşlarımız İçin Doğrusu



Her türlü üretimin sorumluluk bilinci ile yapılmasını önceliklendirir, yerli üreticileri ve ürünleri destekleriz.



İş ortağı olarak gördüğümüz tedarikçilerimizin sürdürülebilirlik performanslarının gelişimlerini gözetir ve destekleriz.



Paydaş ilişkilerimizde şeffaf, hesap verebilir ve katılımcı bir iletişim sergileriz.



Çevre İçin Doğrusu



Sıfır atık yaklaşımımız doğrultusunda atık oluşumumuzu minimize eder, geri kazanım oranlarımızı sürekli iyileştirmeye çalışırız.



İklim değişikliği ile mücadele konusunda ulusal ve uluslararası gündemi takip eder, mağazalarımız başta olmak üzere değer zincirimizin her aşamasında sera gazı emisyonlarının azaltılmasına ilişkin çalışmalar yaparız.



Suyun verimli kullanımını sağlarız.



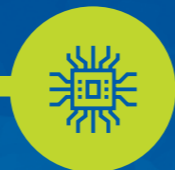
Biyolojik çeşitliliğe etkimize dikkat eder, iş modellerimizi yerli bitki ve hayvan türlerini koruyacak yönde planlarız.



Ürün ve hizmetlerimizi geliştirirken etkilerini yaşam döngüsü boyunca ele alır, çevresel duyarlılığı gözetiriz.



Gıda israfıyla mücadeleyi kurumsal sosyal sorumluluğumuzun bir parçası olarak görür, gıda israfı ile mücadele doğrultusunda paydaşlarımızla iş birlikleri kurarız.



İnovasyon ve Dijitalleşme İçin Doğrusu



Dijitalleşme ve inovasyonu faaliyetlerimizde merkeze alır ve bu konudaki fikir ve görüşleri destekleriz.

CEO Mesajı ²⁻²²



DEĞERLİ PAYDAŞLARIMIZ,

İlk kez 2022 yılında yayınladığımız ve sektörümüzde de dikkat çeken sürdürülebilirlik raporumuzun ikincisini yayınlıyor olmaktan gurur ve mutluluk duyuyorum.

Sabancı Topluluğu şirketi olarak Türkiye’de 30. yılımızı kutladığımız 2023 yılında 56 ilde 1000 mağazamız, 11 bine yakın çalışanımız, 14 depo ve 8 bin çiftçi ve üreticimizle organize gıda perakende sektöründe oyun kurucu ve öncü konumumuzu sürdürüyoruz.

“Doğrusu CarrefourSA’da” söylemimizin ışığında işimizin her adımında “doğrusunu” yapmak için çalışıyor; küresel capta önemi daha da fark edilen sürdürülebilir iş modellerini uygulamaya devam ediyoruz. Sürdürülebilirliği sadece

çevre ile sınırlandırmıyor; iş yapış biçimimizi çalışanlarımız, müşterilerimiz, üreticilerimiz, tedarikçilerimiz ve dünyamız-kısacası “Yaşam İçin Doğrusu”nu yapma anlayışıyla şekillendiriyoruz.

Bu raporda da “Yaşam İçin Doğrusu” adına yaptığımız çalışmalarımızı sizlerle paylaşıyoruz. Sürdürülebilirlik olgusunun her gün daha fazla dile getirildiği günümüzde biz de CarrefourSA olarak tüm gücümüzle üzerimize düşeni yapmak için çalışıyor, faaliyetlerimizi operasyonlarımızdan kaynaklı karbon ayak izlerimizi azaltacak şekilde yürütüyoruz. Bu çalışmalarımızı gerçekleştirirken Sabancı Holding’in sürdürülebilirlik vizyonunu takip ediyor, Carrefour Group’un gıda perakendeciliği

konusundaki engin tecrübelerinden ilham alıyoruz.

Müşterilerimize sağlıklı ve güvenilir ürünler sunarken, bir yandan da gıda israfı ile mücadelemizi sürdürüyoruz. 2022 yılının temmuz ayında başlayan gıda bağışi faaliyeti ile sadece altı ayda 215 ton gıdayı atık olmaktan kurtardık ve faydaya dönüştürdük. Bu duyarlılıkla marketlerimizde ve depolarımızda “Sıfır Atık” inisiyatifine uygun projeler gerçekleştirdik. Genel Müdürlük binamızın, dağıtım merkezlerimizin ve kapsam içinde bulunan mağazalarımızın “Sıfır Atık” belgesi almasını sağladık.

Öte yandan gıda perakendesinin ana unsurları olan tarım, hayvancılık ve balıkçılık ürünlerinin tedarik süreçlerinin biyolojik çeşitlilik üzerindeki etkilerinin farkındayız. Bu farkındalıkla, kamu kurumlarıyla iş birliği yaparak yerli tohumu teşvik ettik. Hayvancılık konusunda da çiftliklerden reyona gelene kadar süren bir kontrol zincirine sahip olmamızın avantajıyla müşterilerimize veteriner hekim kontrollü, %100 yerli besi kırmızı et sunduk. Deniz mahsulleri özelinde de bilinçli avlanmaya dikkat çektiğimiz farkındalık çalışmaları yürüttük.

İklim değişikliği ile mücadelede düşük karbonlu ekonomik düzene geçişi destekledik. Bu yönde enerji tasarrufu projeleri ve dijitalleştirdiğimiz süreçlerimiz ile kaynak kullanım optimizasyonu çalışmalarımızı hızlandırdık. Sabancı Holding’in vermiş olduğu “2050 Karbon Net Sıfır” taahhüdü ile ilişkili olarak çalışmalarımızı başlattık ve faaliyetlerimizden kaynaklanan tüm sera gazı emisyonlarımızı hesaplamakla işe başladık. Bu süreçte kapsam 3 emisyonlarımızı tüm kategorilerde hesaplayarak baz yılımızı belirledik. Bu şekilde SBTi taahhüdü vermek üzere çalışmalarımıza başladık.

2022 senesinde üçüncü kez cevapladığımız CDP (Carbon Disclosure Project) bünyesinde önemli başarılarla imza attık. İklim modülünde skorumuzu A seviyesine yükselterek liderlik sınıfında yer aldık. Aynı zamanda su güvenliği modülünde de A skor gerçekleştirerek dünyadan sadece 103 firmanın yer aldığı “Global A List”e girmeye hak kazandık. Bu yıl ilk kez yanıtladığımız ormansızlaştırma modülünde dört emtiada (büyükbaş hayvan, soya, ahşap ve palm yağı) raporlama yaptık ve her bir emtiada B skoru alarak, bu alanda Türkiye’den raporlama yapan tek gıda perakendecisi olarak çok önemli bir başarı elde ettik.

Aynı zamanda CarrefourSA raflarında satışa sunulan öz marka, ulusal marka ve öz marka ürünlerin içeriğinde kullanılan tüm yumurtaların 2030 yılından itibaren yüzde 100 kafessiz olacağını taahhüt ettik.

Enerji tasarrufunda da yatırımlarımız her geçen gün artarak devam ediyor. Şu ana kadar bu alanda 100 milyon TL’yi aşkın bir yatırım gerçekleştirdik. Mağazalarımızda tam otomasyon sistemi başlattık ve dijital altyapımızı güçlendirdik. Bu çalışmalarımızla enerji otomasyonunda 3.640.000 kWh, iklimlendirme otomasyonunda 4.200.000 kWh ve aydınlatma otomasyonunda da 4.500.000 kWh tasarruf elde ettik.

CarrefourSA olarak aynı zamanda sağlıklı, güvenli ve çevreye saygılı bir büyüme modelinin en doğru büyüme stratejisi olduğuna inanıyoruz. Bu eksende çalışmalarımızı derinleştirerek organize gıda perakende sektörünün sürdürülebilir büyümesine katkımızı artırmayı hedeflediğimiz ve sektörümüzde bir ilk olan bayilik sistemi ile Türkiye’nin farklı bölgelerindeki girişimcilerin yanı sıra işini geliştirmek ve ileriye taşımak isteyen yeni nesil esnafı da destekliyoruz. 2020 yılından bu yana 200’e ulaştığımız bayi sayımızla yerli girişimciye güçlü bir yatırım imkânı, buldukları bölgeye ise istihdam

fırsatı sağlıyoruz. 3 yıl sonunda hedefimiz ise 1000 bayiyeye ulaşmak.

Hayatın her alanında toplumsal cinsiyet eşitliği için de attığımız adımları da güçlendiriyor, tüm çalışanlarının %40’ı, Genel Müdürlük ve İcra Kurulu’nun ise yarısı kadınlardan oluşan bir şirket olarak gerek insan kaynakları alanında gerekse ticari iş birliklerimizde kadınlar için fayda yaratmayı gözetiyoruz. Yerel üretici ve girişimci kadınların ürettikleri ürünleri ise mağazalarımızda satışa sunuyoruz. Satışa sunulan ürünlerle kadın üreticiler düzenli bir ekonomik gelir elde ederken, sadece kendilerini değil çevresinde yer alan kadınları da bu sistem içerisine çekerek ekosistemin büyümesine katkı sağlıyor. Bu yüzden burada üretimi desteklemek ve bu ürünleri mağazalarımıza taşımak projelerimizin kurum faaliyetlerine de katkı sağlıyor. “Kadınların Gücü CarrefourSA’nın Gücü” projesiyle de taze gıda reyonlarında mesleki eğitim verdiğimiz kadınları kurum içinde istihdam ediyoruz. Bu proje kapsamında bugüne kadar 121 kadın iş hayatına dahil oldu. Bayilik sistemimizdeki 200 bayinin de 25’ini kadınlar oluşturuyor.

Sürdürülebilirlik vizyonumuzun temelinde yer alan toplumsal fayda için de ülkemizin içinde bulunduğu zor koşullarda CarrefourSA olarak elimizi taşın altına koyuyor, zor günlerde birlik ve beraberliğin gücüne inanıyoruz. Özellikle 6 Şubat’ta yaşadığımız ve hala izleri devam eden depremlerin ardından bunun önemini bir kez daha anladık.

Kahramanmaraş’ta meydana gelen ve 11 ilimizi etkileyen deprem, Türkiye Cumhuriyeti tarihinin en büyük felaketlerinden biri olarak tarihe geçti. Hepimizi derinden sarsan depremin ardından aynı gün sabahın erken saatlerinde tüm imkanlarımızı seferber ettik.

Ekiplerimizle afetin ilk anından itibaren hem merkezden hem de sahadan çalışmalarımızı gerçekleştirdik. Paketleme, kolileme

ve taşınması tamamen Sabancı gönüllüleri tarafından yapılan 91 bin adet “Destek Paketi” 1 ay içerisinde 73 tırla bölgeye ulaştırıldı.

Bölgede ihtiyaç duyulan acil ihtiyaç malzemelerini gönderirken, bölgedeki mağazalarımızda yer alan Lezzet Arası restoranlarımızdan da gıda desteğine başladık. Kahramanmaraş’ta kurduğumuz seyyar mutfakla 1 ay boyunca Kahramanmaraş’ta günde 12 bin depremzedeye sabah-öğle-akşam olmak üzere sıcak ve taze yemek ikram ettik. Yemek ulaşamayan köylere ve engelli vatandaşlarımıza her gün yemek gönderimi sağladık. Toplam 300 bin kişiye yemek dağıtımını yaptık.

Deprem sonrasında ise en önemli paydaşlarımızdan olan üreticilerimiz için harekete geçerek üretimin ve ürünün devamlılığının sağlanması, bölgedeki ekonomik kalkınmanın desteklenmesi için “Üretime Doğrudan Destek” projemizi başlattık. Bugüne kadar 535 tondan fazla ürünü satın aldık. Hatay’daki depremde üreticiye alım garantisini verdik, böylece üretici hem tesisini onardı hem de yeniden istihdam sağlandı.

Tüm bu çalışmalarımızın ışığında Türkiye’de faaliyet gösterdiğimiz günden bu yana olduğu gibi gelecekte de sadece finansal başarılarımızı değil toplumsal fayda alanında da sürdürülebilirliği odağımızda tutmaya devam edeceğiz.

Sürdürülebilirlik konusundaki kararlılığımızı bir kez daha gösteren bu ikinci raporumuzda da Doğrusu CarrefourSA’da söylemimizin tüm odak noktalarında başarılı sonuçlar almaktan mutluluk duyuyorum. Raporun ortaya çıkmasında emeği geçen tüm çalışma arkadaşlarımıza, bizi bu yolda destekleyen tüm tedarikçi ve iş ortaklarımıza teşekkür ediyorum.

Saygılarımla,

Kutay Kartalroğlu
CarrefourSA CEO

CARREFOURSA

- › CarrefourSA Hakkında
- › Kurumsal Yönetim
- › Risk Yönetimi



CARREFOURSA HAKKINDA 2-1, 2-2, 2-6



1993 yılında İstanbul İçerenköy'de açtığı mağazasıyla Türkiye'yi hipermarket konseptiyle tanıştıran ve Avrupa'nın lider perakendecilerinden Carrefour Group ile Türkiye'nin en büyük topluluklarından biri olan H.Ö Sabancı Holding'in ortaklığa gitmesi sonucunda 1996 yılından itibaren yola CarrefourSA (CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.) olarak devam eden şirketimiz, uygulamaya geçirdiği ilkler ve yeniliklerle organize gıda perakendesi sektöründe öncü bir konumda bulunmaktadır.

Büyümesini hem kendi yatırımları hem satın almaları

gerçekleştiren CarrefourSA kendi açtığı mağazalara ek olarak 2005 yılında **Gima** ve **Endi** marketlerini satın alarak özellikle Anadolu'daki varlığını güçlendirmiştir. 2009 yılında **Pınar**'dan 12, 2010'da Alpark'tan 27, 2015 yılında **İsmar**'dan 26 ve **Te1** marketlerinden 29 mağaza satın almış, çoğunluk hissesine sahip olduğu 196 **Kiler** marketini de 2015 yılında bünyesine dahil etmiştir. 2013 yılında yönetimin H. Ö. Sabancı Holdinge geçmesiyle insan kaynakları, teknolojik altyapı, market konsepti dahil birçok alanda yeni strateji oluşturulmuş, 4 farklı mağaza konseptinde hizmet verilmeye başlanmıştır: Hiper, Süper, Gurme ve Mini.

2018 yılında **e-ticaret** hizmetlerini devreye alarak çevrimiçi pazarda büyümesini de başlatmıştır. 2019 yılında **Bayilik** sisteminin devreye girmiş; 2022 sonu itibarıyla bayiler tarafından işletilen mağaza sayısı 200'e ulaşmıştır.

CarrefourSA, 2022 sonu itibarıyla 10.663 çalışanı ile 45 ilde 535.659 m² satış alanına sahip 895 mağazası, 14 deposu ve carrefoursa.com ve CarrefourSA Online Market uygulaması ile 50 bin çeşit ürünü günde 500 binden fazla müşterisine ulaştırmaktadır.

Borsa İstanbul'da işlem gören CarrefourSA'nın 31.12.2022 itibarıyla hissedarlık yapısı aşağıdaki gibidir:

Ortağın Ticaret Ünvanı	Sermayedeki Payı (TL)	Sermayedeki Payı (%)
Hacı Ömer Sabancı Holding	72.988.465	57,12
Carrefour Nederland BV	41.098.010	32,16
Halk Ortaklar ve Diğer	13.687.291	10,72
TOPLAM	127.773.766	100,00

İŞ BİRLİKLERİMİZ 2-28

CarrefourSA'nın ve ülkemizin sosyal ve çevresel öncelikleri doğrultusunda farklı kurumlarla iş birliği yapıyor, kamu politikalarının gelişmesine ve toplumsal yapılanmamıza destek olabilecek çalışmalarda aktif rol alıyoruz.

ÇEVKO (Çevre Koruma ve Ambalaj Atıklarının Değerlendirme Vakfı)	Yedek Yönetim Kurulu üyesi olduğumuz ÇEVKO ile farklı projelerde iş birliği yapmakta ve marketlerde toplanan kâğıt ve plastik gibi ambalajlarımızı geri dönüştürmekteyiz.
Darüşşafaka	Darüşşafaka çocuklarının tasarladığı çantaları mağazalarımızdan satışa sunuyor, elde edilen geliri eğitim çalışmalarına aktarıyoruz.
Gıda Kurtarma Derneği	Gıda kayıplarının analizi ve azaltımı için farklı çalışmalarla iş birliğine gitmekteyiz.
Sürdürülebilir Gıda Platformu	İlk üyelerinden olduğumuz platformun çeşitli çalışma gruplarında bulunuyor ve ortak projeler yapıyoruz.
Sürdürülebilir Kalkınma Derneği	Derneğin özellikle döngüsel ekonomi ve sürdürülebilir tarım konularındaki çalışmalarına aktif olarak katılıyoruz.
Gıda Perakendecileri Derneği	Yönetim kurulu üyesi olduğumuz derneğin özellikle çevre konularındaki çalışmalarında çok sık bir araya gelmekte ve farklı otoritelerle ortak toplantılara katılmaktayız.
HayKonFed	Dost Hareketi projesi çerçevesinde yenilebilir tüketim fazlası ürünleri HayKonFed gönüllüleri aracılığıyla sokak hayvanları ile paylaşmaktayız.
Temel İhtiyaç Derneği (TİDER)	11 yıldır devam eden iş birliğimizde Destek Markete ürün tedarik ediyoruz.
TOG (Toplum Gönüllüleri Vakfı)	Okula dönüş dönemlerinde TOG için kırtasiye paket satışı gerçekleştiriyor, ihtiyaç sahibi öğrencilere TOG aracılığı ile kırtasiye paketlerini ulaştırıyoruz.
UNICEF	2015 yılından beri tarımda çocuk işçiliğinin sonlandırılması programına destek veriyoruz. Mağazalarımızda yüz yüze ekipleri ile projeleri müşterilerimize aktarıyor, başışçı sayısını artırıyor ve dönemsel projelere destek veriyoruz.

ÜYELİKLERİMİZ 2-28

Kurum	Üye
Çevre Koruma ve Ambalaj Atıklarının Değerlendirme Vakfı (ÇEVKO)	Tayfun Akusta
Gıda Güvenliği Derneği (GGD)	Neşe Şenöz
Gıda Perakendeciler Derneği (GPD)	Kutay Kartallıoğlu
İstanbul Ticaret Odası (İTO)	Kutay Kartallıoğlu
İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği	Bahar Tura
Leading Executives Advancing Diversity (LEAD Network)	Asude Gündoğdu, Bahar Tura, Melis Karatay Ebin, Tuğçe Mert
Perakendecinin Kadın Liderlerini Güçlendirmek ve Geliştirmek İçin İşbirliği Ağı Derneği	Bahar Tura
Reklam Verenler Derneği	Melis Karatay Ebin
Sales Network	Şenol Arpacı
Standart Palet Derneği	Burçin Çelik
Sürdürülebilirlik Akademisi	Tayfun Akusta
Süsbitçileri Üreticileri Alt Birliği (SÜSBİR)	Bahar Tura
Türk Fransız Ticaret Derneği	Kutay Kartallıoğlu, Şenol Arpacı
Türkiye Etik ve İtibar Derneği (TEİD)	Tuğçe Mert
Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TÜSİAD)	Kutay Kartallıoğlu
Türkiye Kurumsal İletişimciler Derneği	Melis Karatay Ebin
Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği	Tuğçe Mert
UFRAD	Sebastien Ponce
Uluslararası Yatırımcılar Derneği (YASED)	Bulut Batum, Kutay Kartallıoğlu, Tuğçe Mert

H.Ö. SABANCI HOLDİNG HAKKINDA

Türkiye'nin önde gelen holdinglerinden olan Hacı Ömer Sabancı Holding A.Ş., bağlı ortaklıkları ve iştirakleri aracılığıyla başta bankacılık, finansal hizmetler, enerji, sanayi, yapı malzemeleri ve perakende sektörleri olmak üzere çeşitli sektörlerde faaliyette bulunmaktadır.

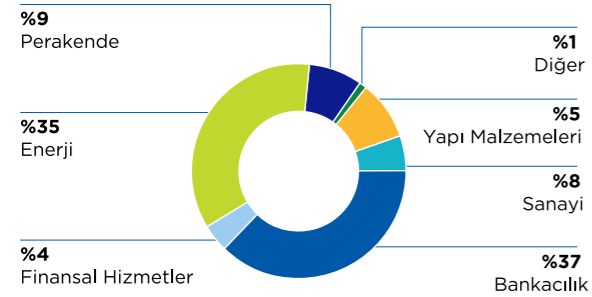
Holdingin amacı, Topluluk şirketlerinin uygun rekabet koşulları ile kârlı ve sürdürülebilir bir şekilde faaliyet göstermelerini sağlamak için finans, strateji, iş geliştirme, hukuk, insan kaynakları ve sürdürülebilirlik fonksiyonlarını koordine etmek ve desteklemek; aynı zamanda Sabancı Topluluğu genelinde geçerli olan kurumsal yönetim uygulamalarını belirlemek ve takip etmektir.

Sabancı Topluluğu şirketleri, 14 ülkedeki yatırımlarıyla ürün ve hizmetlerini dünyanın dört bir yanına ulaştırmaktadır. Sabancı Holding'in uluslararası iş ortakları arasında Ageas, Bridgestone, Carrefour, E.ON, Heidelberg Materials ve Skoda gibi dünyanın önde gelen şirketleri yer almaktadır.

Sabancı Topluluğu küresel ayak izi, binlerce çalışanı ve güçlü küresel iş ortakları ile büyümeye devam ediyor.

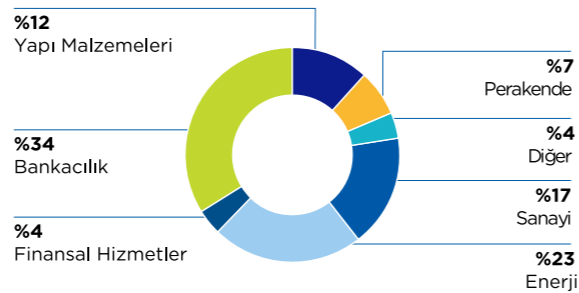


Kombine Gelir* Dağılımı



* Holding temettü geliri hariç

Net Aktif Değer Dağılımı



* Nakit hariç

Holding, Sermaye Piyasası Kuruluna kayıtlıdır ve payları 1997 yılından bu yana Borsa İstanbul'da işlem görmektedir. Paylarının %49,61'i halka açık olan Holdingin en büyük hissedar grubunu Sabancı Ailesi oluşturmaktadır. 2022 yılı sonu itibarıyla, H.Ö. Sabancı Holding ve halka açık 11 bağlı ortaklığının payları Borsa İstanbul'un toplam piyasa değerinin %6'sını oluşturmaktadır.

Faaliyet gösterdiği birçok alanda lider konumda olan Sabancı Topluluğu şirketlerinde, yüksek performans kültürü ve iş birlikleri yaygınlaştırılırken, sürdürülebilirlik ilkeleri gözetilerek tüm paydaşlar için katma değer yaratılmaktadır. 2022 yılında Sabancı Topluluğu 404 milyar TL kombine net gelir ve 44 milyar TL konsolide net kâr açıklamıştır.

Bankacılık AKBANK

Dijital Müşteri	Özsermaye Kârlılığı
8,7 milyon	%54,7
Aktif Kârlılığı	SYR ⁽¹⁾
%6,2	%20,8
ATM	POS Terminali Sayısı
+5.900	+734 bin

Aktif Müşteri Bazı (milyon)
2020'den beri +3,2 milyon aktif müşteri



⁽¹⁾ Düzenlemeler hariç: Menkullerin gerçeğe uygun değerlendirme farkları ve risk ağırlıklı kalemler hesaplamasında 2021 yıl sonu döviz kuru dikkate alınmıştır.
⁽²⁾ Akbank yönetim raporlaması verileridir.

Finansal Hizmetler

AKSigorta

Aktif Büyüklük	Özkaynaklar
12,8 milyar TL	1,9 milyar TL
Ödenmiş Sermaye	Prim Üretimi
1,6 milyar TL	13,6 milyar TL
Konservasyon Oranı	Pazar Payı
%51	%6,9

AGE SA

Emeklilik & Otomatik Katılım Pazar Payı	Hayat&Ferdî Kaza Pazar Payı
%17,5	%11,6
Müşteri Sayısı	Prim Üretimi Artışı
3,3 milyon	%84
Fon Büyüklüğündeki Artış	Özkaynak Kârlılığı
%79	%59

Sanayi

BRI SA

Kapasite
13,5 milyon
Toplam Satış Noktası
8.700
Ülke Sayısı
87
Uluslararası Gelirlerin Payı
%40

KORD SA

Üretim Tesisi
13
Ar-Ge Patent Sayısı
509
Ar-Ge Merkezi
2
Uluslararası Gelirlerin Payı
%100

TEMSA

Otobüs Satışı
759
Hafif Ticari Araç Satışı
1.130
Alternatif Yakıtlı Araç Satışı
61
Uluslararası Gelirlerin Payı
%56

TEMSA

Yetkili Satıcı
23
Yetkili Servis
31

Enerji



Nüfus
22 milyon kişi

Müşteri Sayısı
10,6 milyon kişi

Dağıtım Hizmeti Verilen İl
14

Eşarj İstasyonu
422

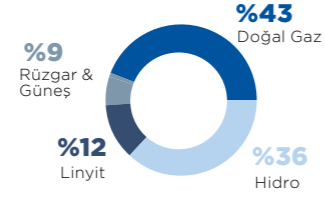
Düzenlenmiş Varlık Tabanı
19,9 milyar TL

Şebeke Ağı
317.757 km

ENERJİSA ÜRETİM

Kurulu Kapasite
3.727 MW

Santral Sayısı
23



Devam eden YEKA-2 Rüzgar Enerjisi Santrali Yatırımı
1.000 MW



ABD'de Devam Eden Güneş Enerjisi Yatırımı
272 MW

ABD'de Girişim Sermayesi Yatırımı
Safar Partners

ABD'de Start-up Yatırımları
Commonwealth Fusion System & Quaise Energy

CARREFOUR GROUP HAKKINDA

Carrefour Group, 2022 sonu itibarıyla 14.438 mağazası ile Avrupa'nın lider, dünyanın en büyük ikinci perakende zinciridir. İlk marketini 15 Haziran 1963'te Fransa'da açarak modern perakendeciliğin temelini oluşturmuş, Türkiye'de ise 1993 yılında Hiper market konseptini tüketicilerle buluşturmuştur.

2022 sonu itibarıyla mağazaları ve e-ticaret siteleri sayesinde yılda 80 milyon müşteriye hizmet vermekte olan Carrefour Group'un dünyada 40'tan fazla ülkede mağazası bulunmaktadır ve operasyonlarını

8 ülkede doğrudan yönetmektedir. Avrupa (Fransa, İspanya, İtalya, Belçika, Polonya, Romanya), Latin Amerika (Brezilya, Arjantin) operasyonlarında 335.000 çalışana sahiptir ve konsolide brüt cirosunun %80'ini gerçekleştirmektedir. Türkiye'nin de dahil olduğu diğer bölgelerde ise yerel ortakları vasıtasıyla operasyonlarını sürdürmektedir.

Carrefour Group, 2022 yılında %8,5 büyüyerek 90,8 milyar Euro brüt satış gerçekleştirmiş, faaliyet geliri de %4,6 artarak 2,4 milyar Euro'ya ulaşmıştır.

Yapı Malzemeleri



Kapasite
9,0 milyon ton

Üretim Tesisi
3 entegre santral
4 ulusal terminal
2 liman

Uluslararası Gelirlerin Payı
%30

Alternatif Yakıt Kullanımı
%22



Kapasite
6,1 milyon ton

Üretim Tesisi
3 entegre santral
1 uluslararası terminal

Uluslararası Gelirlerin Payı
%48

Alternatif Yakıt Kullanımı
%25



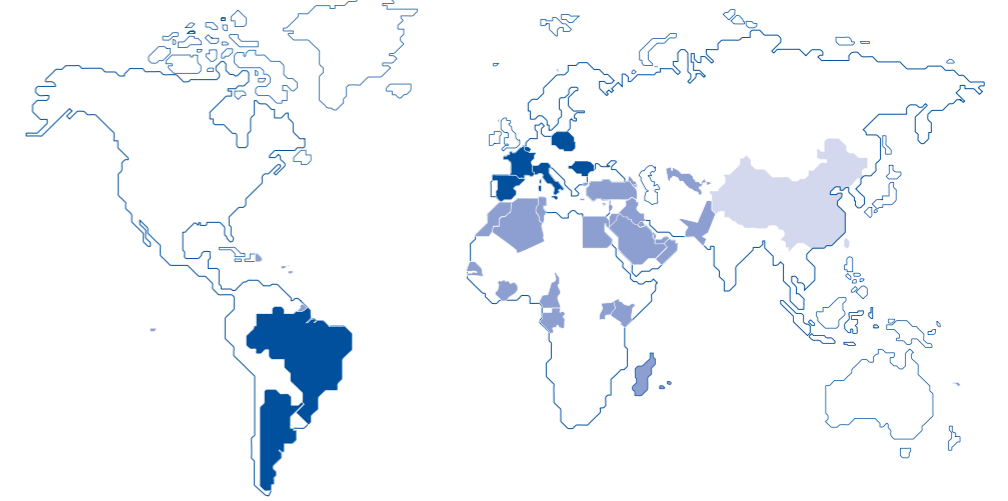
Kapasite
850 bin ton

Üretim Tesisi
İspanya'da **1** fabrika,
ABD'de öğütme tesisi,
4 uluslararası terminal

Uluslararası Gelirlerin Payı
%100

Dünya genelinde 14.438 mağaza

Fransa*	Brezilya
5.755	953
Belçika	İspanya
794	1.470
Polonya	İtalya
928	1.517
Romanya	Diğer
403	1.906
Arjantin	
622	



● Doğrudan Operasyonlar ● Yerel Ortaklar/Bayiler ● Çin** ● Tayvan***

*Büyükşehirler

**2019 Carrefour Çin devir sözleşmesine geçiş döneminde mağazalar Carrefour adı altında faaliyetlerini sürdürebileceklerdir.

*** Carrefour, 19 Temmuz 2022'de Carrefour Tayvan'daki, %60 hissesini Uni-President'e satmaya yönelik bir anlaşma imzaladığını duyurdu. Tayvan operasyonları, UFRS 5 hesaplama standartına uygun olarak 2022 yılında durdurulan faaliyetler olarak hesaplandı.

Sürdürülebilirlik konusunda küresel liderlerden olan Carrefour Group'un performansı her yıl farklı kurumlar tarafından da değerlendirilmektedir. Carrefour Group 2022 yılında da küresel ısınmaya karşı verdiği taahhüt nedeniyle Karbon Saydamlık Projesi (Carbon Disclosure Project - CDP) tarafından "A" derecesi ile ödüllendirilmiş ve altıncı kez üst üste lider kurumlar arasında yer almıştır. Moody's (daha önce Vigeo Eiris) tarafından nota dokuz puan yükseltilerek perakende sektöründe ikinci sıraya yükselmiştir.

İndeks/Kurum	2020	2021	2022
CDP İklim	A-	A	A
CDP ORMAN			
Palm Yağı	B	B	B
Soya	B	B	B
Büyükbaş Hayvancılık	B	B	B
Kâğıt ve Ahşap Ürünler	B	B	B
CDP SU	A-	A-	A-
OEKOM	Prime C+	Prime C+	Prime C+
DJSI - ROBECOSAM	73	71	71
MSCI	AA	A	AA
Moody's (ex. VIGEO)	67	64	73

Perakende



Pazar Payı
%3,7

Satış Alanı
536 bin m²

Mağaza Sayısı
895

Ziyaretçi Sayısı
164 milyon

Online Satış Büyümesi
%86

Franchise (Bayi) Sayısı
200



Satış Alanı
100 bin m²

Yeni Müşteri Kazanımı
2 milyon

Mağaza Sayısı
189

E-ticaret Brüt İşlem Hacmi Artışı
%136

Online SKU Büyümesi
22 kat

Dijital



Gelir Büyümesi
%193 (dolar bazında)

Satın Alınan Şirketler
SEM ve Radiflow

Küresel Ayak izi
60 ülke

Ofis Lokasyonları
5 ülkede

KURUMSAL YÖNETİM

CarrefourSA, Sermaye Piyasası Kurulu tarafından yayımlanan Kurumsal Yönetim İlkeleri ile Kurumsal Yönetimin Şeffaflık, Adillik, Sorumluluk ve Hesap Verebilirliğe dayalı dört prensibine uymayı ilke olarak benimsemiştir. SPK'nın Kurumsal Yönetim Tebliğinde belirtilen İlkelerle uyum için gerekli özeni göstermekteyiz. Bu konudaki açıklamalarımız ve Kurumsal Yönetim Uyum Raporumuz İnternet sitemizde ve KAP'ta yayınlanmaktadır.

SPK Gereği Uyulması Gereken Kurumsal Yönetim İlkeleri	Tam Uyum	Kısmi Uyum	Uyumsuz	İlgisiz
Zorunlu	24	-	-	-
Zorunlu Olmayan	55	7	2	4

Yönetim Kurulu ve Komitelerimiz ²⁻⁹

En yüksek yönetim organı olan Yönetim Kurulumuz 31.12.2022 itibarıyla 12 kişiden oluşmaktadır ve yılda en az dört kez toplanmaktadır.

YÖNETİM KURULU		GÖREV SÜRESİ	
Adı Soyadı	Görevi	Başlangıç	Bitiş
Nusret Orhun Köstem	Başkan	01.07.2021	2023 yılı Olağan Genel Kurulu
Laurent Charles René Vallée	Başkan Vekili	18.03.2021	2023 yılı Olağan Genel Kurulu
Atıl Saryal	Bağımsız Üye	18.03.2021	2023 yılı Olağan Genel Kurulu
David Murciano	Üye	18.03.2021	2023 yılı Olağan Genel Kurulu
Guillaume Jacques Edgard Laffont de Colonges	Üye	18.03.2021	2023 yılı Olağan Genel Kurulu
Haluk Bal	Bağımsız Üye	18.03.2021	2023 yılı Olağan Genel Kurulu
Mevlüt Aydemir	Bağımsız Üye	18.03.2021	2023 yılı Olağan Genel Kurulu
Şerafettin Karakış	Üye	18.03.2021	2023 yılı Olağan Genel Kurulu
Zeynep Pelin Erkiralp	Üye	18.03.2021	2023 yılı Olağan Genel Kurulu
Burak Turgut Orhun	Üye	12.05.2021	2023 yılı Olağan Genel Kurulu
Bülent Bozdoğan	Bağımsız Üye	14.09.2021	2023 yılı Olağan Genel Kurulu
Sakine Şebnem Önder	Üye	14.09.2022	2023 yılı Olağan Genel Kurulu

Kurumsal yönetim ilkeleri, ilgili düzenlemeler ve Şirketimizin stratejileri gereği Yönetim Kuruluna bağlı olarak çalışan 3 komitemiz bulunmaktadır. Bunlar:

- Denetimden Sorumlu Komite,
- Kurumsal Yönetim Komitesi ve
- Riskin Erken Saptanması Komitesidir.

Denetim Komitesi

Denetimden Sorumlu Komitemizin amacı Şirket Yönetim Kurulu adına Şirketin muhasebe sistemi, finansal raporlama, finansal bilgilerin kamuya açıklanması, bağımsız denetim, iç denetim fonksiyonu ile iç kontrol sisteminin işleyişinin ve etkinliğinin

gözetimini yapmaktır. Yılda en az dört defa toplanan komitemizin toplantılarında genel olarak, Bağımsız Denetim firması çalışmalarının gözden geçirilmesi, mali tabloların incelenmesi ve iç denetim faaliyetlerinin değerlendirilmesi gibi konular gündeme gelmektedir.

ADI SOYADI	GÖREVİ	SEÇİLDİĞİ TARİH
Bülent Bozdoğan	Başkan	14.09.2022
Haluk Bal	Üye	19.03.2021
Mevlüt Aydemir	Üye	19.03.2021

Kurumsal Yönetim Komitesi ²⁻²⁰

Kurumsal Yönetim Komitemiz, SPK ve diğer uluslararası Kurumsal Yönetim İlkelerine uyum sağlanması ve bu ilkelerin hayata geçirilmesi için Yönetim Kuruluna önerilerde ve tavsiyelerde bulunmaktadır. Paydaşlarımızla olan ilişkileri de Kurumsal Yönetim Komitesi ele almaktadır. Komitemizin pay sahipleri, yatırımcılar ve diğer paydaşlardan gelen talepler/şikayetler ve bunlarla ilgili aksiyon planı oluşturulması ve iyileştirme çalışmaları yapılması konusunda yetki ve sorumlulukları bulunmaktadır. Kurumsal Yönetim Komitemiz aynı zamanda, Aday Gösterme ve Ücret Belirleme görevlerini de yerine getirir ve yılda en az dört defa toplanır.

ADI SOYADI	GÖREVİ	SEÇİLDİĞİ TARİH
Mevlüt Aydemir	Başkan	19.03.2021
Guillaume Jacques Edgard Laffont de Colonges	Üye	19.03.2021
Şerafettin Karakış	Üye	19.03.2021

Riskin Erken Saptanması Komitesi

Riskin Erken Saptanması Komitemiz, Şirketin varlığını, gelişmesini ve devamını tehlikeye düşürebilecek stratejik, operasyonel, finansal sair her türlü riskin erken teşhisi, bunun için gerekli önlemler ile çarelerin uygulanması ve riskin yönetilmesi amacıyla oluşturulmuştur ve yılda en az 6 defa toplanmaktadır.

ADI SOYADI	GÖREVİ	SEÇİLDİĞİ TARİH
Haluk Bal	Başkan	14.09.2022
Bülent Bozdoğan	Üye	14.09.2022
Sakine Şebnem Önder	Üye	14.09.2022

Yönetim Kurulu ve Komitelerimizin Seçimi

Yönetim Kurulu üyelerimiz Türk Ticaret Kanunu ve Sermaye Piyasası mevzuat hükümleri uyarınca Genel Kurul tarafından seçilmektedir. Yönetim Kurulu üyelerimiz, SPK Kurumsal Yönetim İlkeleri kapsamında öngörülen niteliklere sahip olmakla beraber belli bir tecrübe ve geçmişe sahip profesyonellerdir. Şirketimiz, Genel Kurul tarafından seçilen on iki Yönetim Kurulu üyesi tarafından idare ve temsil olunur. Bir üyeliğin herhangi bir nedenle açılması halinde, Yönetim Kurulu açılan üyelik için yeni bir üye seçerek Genel Kurulun ilk toplantısında onaya sunar. Genel Kurul lüzum görürse Yönetim Kurulu Üyelerini her zaman değiştirebilir.

Gerekli komiteler Yönetim Kurulumuz tarafından kendi bünyesinde kurulmaktadır. Bu komitelerin görevlerinin kapsamı ve çalışma prensipleri, ilgili mevzuat hükümleri

çerçevesinde Yönetim Kurulumuz tarafından belirlenerek kamuya açıklanır. İcra görevi bulunan yönetim kurulu üyeleri ve genel müdür bu komitelerde yer alamaz.

Yönetim Kurulumuzun Görevleri ve Oluşumu ^{2-12, 2-15, 2-18, 405-1}

Yönetim Kurulumuz Sermaye Piyasası Kanunu, Türk Ticaret Kanunu, Şirket Esas Sözleşmesindeki esaslar ve CarrefourSA Genel Kurulu tarafından alınan kararlar çerçevesinde kendisine verilen görevleri yerine getirmektedir. Üst seviye konulardaki tüm kararlar, stratejik planlarımız doğrultusunda Yönetim Kurulumuz tarafından alınmaktadır. Kararlar, genelde toplantıya katılan üyelerin en az yedisinin olumlu oyu ile alınır, ancak bazı önemli konular için en az on üyenin olumlu oyu aranmaktadır.

Yönetim Kurulumuz, ana sözleşmede belirtilen karar yetersayısı ve çoğunluk kuralını zedelemeksizin temsil yetkisini Yönetim Kurulu üyesi olan murahhaslara ve/veya görevli üyelere ve/veya Yönetim Kurulu üyesi olmayan müdürlere bırakabilir ve en az sekiz üyenin katılımıyla toplanır.

Yönetim Kurulumuzun Oluşumu	2020	2021	2022
Üye Adedi	12	12	12
Bağımsız Üye Sayısı	2	4	4
Kadın Üye Sayısı	1	2	2
İcra Görevi Olan Üye Sayısı	0	0	0

Yönetim Kurulumuzda Çıkar Çatışmasını önlemek için bazı kurallar bulunmaktadır. Bunlar, İş Etiği Kurallarımızda da 'Çıkar Çatışması Politikası' altında belirtilmektedir. Ayrıca Üyeler, potansiyel bir çıkar çatışması olması durumunda, bu durumu ilgili konunun görüşüleceği toplantı öncesinde Başkana bildirir ve müzakerelere katılmayarak ilgili gündem maddesine ilişkin oy kullanmayacağını nedenleri ile birlikte açıklar.

Yönetim Kurulumuzun performansı, CarrefourSA'nın belirlediği ve Üyelere bildirmiş olduğu kriterler doğrultusunda Üyeler tarafından yıllık olarak değerlendirilir. Yönetim Kurulunun performans değerlendirmesi iki türlü yapılır:

- Genel Değerlendirme: Yönetim Kurulunun performansı her yıl Yönetim Kurulu üyeleri tarafından ayrı ayrı değerlendirilir.
- Özel Değerlendirme: Yönetim Kurulu bağımsız ve murahhas üyelerinin her birinin performansı Yönetim Kurulu Başkanı tarafından spesifik olarak değerlendirilir.

Yönetim kurulumuz ve yapısıyla ilgili detaylı bilgiyi faaliyet raporlarımızda bulabilirsiniz:

<https://yatirimcilliskileri.carrefoursa.com/tr/finansal-bilgiler/faaliyet-raporlari>

RİSK YÖNETİMİ

Kurumsal Risk Politikamız

CarrefourSA'nın finansal, stratejik, operasyonel ve uyum alanındaki hedeflerine ulaşmasını etkileyebilecek ve karşılaşılması olası her türlü fırsat veya tehdidi "risk" olarak tanımlıyoruz.



Kurumsal Risk Politikamız, işimizin doğası gereği karşılaştığımız riskleri Kurumsal Risk Yönetimi Sistemimiz çerçevesinde değerlendirmek, Şirket Üst Yönetimi, Riskin Erken Saptanması Komitesi ve Yönetim Kurulu ile zamanında paylaşmak ve olası kayıpları en aza indireyecek ve riskleri fırsata dönüştürecek aksiyonları zamanında alarak riskleri etkin bir şekilde yönetmektir.

Risk Yönetimi ve Sorumluluklarımız

Risk yönetim faaliyetlerimizin arzu edilen seviyede gerçekleştirilmesi için gerekli ortamın oluşturulmasından **Yönetim Kurulumuz** sorumludur.

Yönetim Kuruluna bağlı **Riskin Erken Saptanması Komitemiz**, CarrefourSA'nın varlığını, gelişmesini

ve devamını tehlikeye düşürebilecek risklerin erken teşhisi, tespit edilen risklerle ilgili gerekli önlemlerin alınması ve riskin yönetilmesi amacıyla oluşturulmuştur ve risk yönetim sistemlerimizi en az yılda bir kez gözden geçirmektedir.

Risk yönetimimizin CarrefourSA içinde etkin bir şekilde yürütülmesi ve buna ilişkin gerekli önlemlerin alınması (risk politikalarının oluşturulması, risklerin ölçülmesi ve yönetilmesi için yöntem belirlenmesi, uygun risk limitlerinin oluşturulması ve izlenmesi) **Genel Müdürümüzün** sorumluluk alanındadır.

Doğrudan Denetim Komitesine bağlı ve icradan bağımsız olarak yapılandırılan **İç Denetim Başkanlığımız**, CarrefourSA'nın büyümesine,

Doğal Risk Değerlendirmesi	Olasılık				
	Etki	1	2	3	4
1	Düşük	Düşük	Orta	Orta	Orta
2	Düşük	Orta	Orta	Orta	Yüksek
3	Orta	Orta	Yüksek	Kritik	Kritik
4	Orta	Yüksek	Kritik	Kritik	Kritik

gelişmesine ve kurumsallaşmasına katkıda bulunmaya yönelik olarak faaliyet gösterdiğimiz tüm birim, lokasyon ve iş alanlarında denetim çalışmaları yapmaktadır.

Bununla birlikte; icrai bir birim olarak faaliyet gösteren **Risk Yönetimi Birimimiz** de Şirket varlıklarının korunması ve güvenliğine yönelik gerekli incelemeleri yapmakta ve gerekli tedbirleri almaktadır.

SPK ve Raporlama Birimimiz, Finans bölümünün bünyesinde raporlama konularında sürekli denetim ve kontroller yaparak, dış denetim çalışmalarına yönelik katkı sağlamaktadır.

Risklerimizin etkin bir şekilde yönetilmesi ile ilgili olarak, risklerin zamanında tespit edilmesi, Üst Yönetimimiz ile paylaşılması ve alınması, gerekli tüm aksiyonların belirlenmesi, uygulanması ve sonuçlarından **tüm İş Birimlerimizin Yöneticileri** sorumludur.

Tüm çalışanlarımız da Risk Yönetimi Politikamızı benimsemek ve kendi sorumluluk alanlarında uygulanmasını sağlamakla yükümlüdür.

Risk Yönetim Sistemimiz

Kurumsal Risk Yönetimi sistemimiz, CarrefourSA'yı etkileyebilecek potansiyel olayların belirlenmesi ve risk alma isteği doğrultusunda risklerin yönetilmesi için tasarlanmış sistematik ve dinamik bir süreçtir. Maruz kaldığımız riskleri etkin bir şekilde yöneterek paydaşlarımıza her alanda artı değer yaratmayı ve sürekli bir iş birliği sağlamayı hedeflemektedir.

CarrefourSA'nın vizyon ve misyonu ile stratejik ve kurumsal hedeflerden yola çıkarak, amaçlarımıza ulaşma yolunda karşılaşılabileceğimiz muhtemel tehditler ve fırsatların tespit edilmesi, bünyemizdeki ilgili sorumlular ile birebir görüşmeler, anket ve çalıştaylar ile gerçekleştirilmektedir. Dört ana risk kategorisinde ve özellikle operasyonları etkileyecek Dış Çevre Kaynaklı risk grupları (Ekonomik ve Politika, Müşteri Trendleri, Rekabet ve Teknolojik Gelişim) kapsamında değerlendirme yapmaktayız. Etki ve olasılık sonuçlarına göre belirlediğimiz doğal riskler, kontrol mekanizmaları ve aksiyon planlarının değerlendirilmesinden sonra, anket ve çalıştaylarla son haline getirilerek risk envanteri oluşturulur. Bu Envanteri, İcra Kurulumuz tarafından iletilen risklerin eklenmesiyle, dinamik olarak ve yılda bir kez de sistematik olarak gözden geçirmektediriz.

Riskler ve risk parametreleri (risk skorları, anahtar risk göstergeleri, eşik değerleri gibi riske ilişkin parametreler) üst yönetimimiz tarafından onaylandıktan sonra Risk Envanter Portalımızda yayınlanır. Anahtar Risk Göstergesi (ARG) sorumlularımız hem risklerin hem de ilgili aksiyon planlarının takip ve kontrolünü portalden yaparlar.

- Her ay düzenli olarak ARG sorumluları ile yapılan toplantılarla hem şirket risk envanteri, hem de aksiyon planlarını gözden geçirmekte ve güncellenmektedir. Risk Envanter Portalımızı da buna göre revize ediyoruz.
- Risk Yönetim Raporunu iki ayda bir hazırlayarak Riskin Erken Saptanması Komitemize sunmaktayız.

CarrefourSA Risk Envanteri - 2022 Yıl Sonu

KURUMSAL RİSKLERİMİZ

Kritik Riskler	10
Yüksek Riskler	9
Orta Riskler	1
Düşük Riskler	0
Toplam Risk	20

- CarrefourSA 2022 yılı riskleri stratejik, finansal, operasyonel ve uyum olmak üzere dört ana kategoride tanımlanmıştır. Üst Yönetim kararı ile yapılan envanter sadeleşme çalışması kapsamında, Şirketimizin 2021 yılında takip ettiği toplam 67 risk, 2022 yılında aynı dört ana kategoride toplam 20 "risk" grubunda sınıflandırılmıştır.
- 2021 yılında takip edilen toplam 150 ARG, hem mevcutta takip edilenler gözden geçirilerek, hem de takip edilmesi gereken yeni ARG'ler eklenerek, 2022 yılında toplam 205 ARG olarak revize edilmiştir. Envanter sadeleşme çalışması kapsamında bu 205 ARG de toplamda 38 "ARG Grubu" tanımında kategorize edilmiştir.

CARREFOURSA RİSK ENVANTERİ

	Risk	ARG
2021	67	150
2022	70	205
	Risk	ARG Grubu
2022 Yeni Düzen	20	38

- Kritik öneme sahip 10 risk (2 stratejik, 4 finansal, 3 operasyonel ve 4 uyum) ise, Riskin Erken Saptanması Komitesinde aksiyon planları ve kontrol mekanizmaları ile birlikte değerlendirilmektedir.

İklim Değişikliği Riskleri ²⁰¹⁻²

İklim değişikliği ve buna bağlı riskler, ekonomik, sosyal ve çevresel alanlarda geniş bir etkiye sahiptir, bu sebeple doğrudan ve dolaylı etkiler şirketimizde birden fazla risk kategorisinde değerlendirilmektedir.

İklim değişikliğinin etkileri her coğrafyada farklı bir şekilde kendini göstermektedir. Ortalama sıcaklıkların artışı, yağışların düzensizliği ve yetersizliği sebebiyle Türkiye'de özellikle temiz su kaynaklarında azalma ve buna bağlı olarak tarımda verim kayıplarının yaşanacağı, gıdaya erişimde zorluklarla karşılaşılacağı, bunların

yanı sıra sel, taşkınlar ve orman yangınları gibi aşırı doğa olaylarının artacağı öngörülmektedir.

Günümüzde iklim değişikliğinin etkileri, bünyesinde birçok farklı paydaş bulunduran sektörlerden biri olan perakende sektöründe hissedilmeye başlanmıştır. İklim düzenlerindeki değişiklikler ve aşırı doğa olayları, küresel tedarik zincirine entegre şekilde katkı sağlayan tarımsal uygulamalar ve tarımsal teknolojiler gibi kritik çalışma alanlarının yeni düzene uyum sağlamasını zorlaştırmakta, kaynakların elde edilme metodlarında düzenlemelere neden olmaktadır. Sürdürülebilir tarım ve tedarik zinciri pratiklerinin uygulanmaması durumunda bazı ham maddelerin tedariginde, dolayısıyla bazı kritik ürünlerin arzında uzun vadeli problemler yaşanabilir. Bu sorunların sıklaşması ve negatif etkilerini hızlıca göstermeye başlamaları ile birlikte, ürünlerin kalite, fiyat ve erişilebilirliği üzerindeki etkiler her yıl artmaktadır.

Değişen hava koşullarıyla birlikte mağazalarda, lojistik faaliyetlerde ve altyapı çalışmalarında sürdürülebilir inovasyonlara ihtiyaç duyulmaktadır. Sıcaklıklardaki değişiklikler ısıtma ve soğutma tesisatlarına yatırımlar açısından zorluklar yaratabilir. Deniz seviyesinin yükselmesi ve aşırı doğa olaylarının sıklaşması, başta sel baskınları olmak üzere hassas bölgelerdeki perakende ve tedarik zinciri altyapısının daha fazla doğal afet riskiyle karşı karşıya kalmasına ve fiziksel hasarlara ek olarak sigorta maliyetlerini de arttırmaya yol açabilecektir. İklim değişikliği sonucunda oluşan ekonomik dalgalanmalar, tüketicilerin harcama davranışları üzerinde zincirleme etki yaratma potansiyeline sahiptir. Bunun yanında iklim değişikliği, sağlıklı bir çalışma ortamı oluşturmakta dezavantajlar yaşatabildiğinden çalışanlar için de bir tehdit oluşturmaktadır. Bu konuda verilebilecek en iyi örnekler, sıcaklığa bağlı yorgunluk ve hastalıklardır. Ayrıca, Dünyada ve Türkiye'de müşterilerin beklentileri ve tüketim alışkanlıkları değişmektedir. Bu kapsamda iklim değişikliğine yönelik paydaş beklentilerinin de farklılaşması, şirketler için başlı başına önemli risk ve fırsatlar doğurmaktadır.

Bu sebeplerden, iklim değişikliği konusu CarrefourSA için üzerinde durulması gereken önemli risklerden biri olarak tanımlanmıştır. Şirketimiz iklim değişikliğinin perakende sektörünün her düzeyinde çalışmalarımızı etkileme potansiyeline sahip olan risklerini tespit

etmekte ve bu riskleri yönetmek için planlar oluşturmaktadır. Ürün tedarikimizi ve hizmet kalitemizi aksatma potansiyeli olan etkileri en aza indirmeyi hedeflemekteyiz.

Ayrıca, çevresel etkilerimizi azaltmak için sorumlu satın alma ve sorumlu tedarik anlayışımızı bir sonucu olarak, mağaza ve depolarımızdaki enerji tüketiminin azaltılması, soğutucu gazlardan kaynaklanan emisyonlarının azaltılması, enerji verimliliğinin artırılması, lojistik ve ulaşım kaynaklı CO² emisyonlarının azaltılması gibi çalışmalarla iklim değişikliğiyle mücadele etmekteyiz.

İş Sürekliliği Yaklaşımımız

İş Sürekliliği Yönetimimizin amacı müşterilere, çalışanlara, tedarikçilere ve kamuoyuna yönelik ürün ve hizmetleri; ilgili yasal, düzenleyici mevzuat ve sözleşmelerden, kanunlardan ve küresel iyi uygulama ve standartlardan kaynaklanan gereklilikler kapsamında önceden tanımlanmış ve kabul edilebilir süreklilik seviyelerinde sağlamaktır.

İş Sürekliliği Yönetimi kapsamında önceliğimiz, kritik iş faaliyetlerini yürütürken hizmet sürekliliğini gerçekleştirmektir. Bu amaçla operasyonel süreçleri sürekli iyileştirmeyi hedefleyen ve yeterli altyapıyı sağlamayı amaçlayan çalışmalar yapmaktayız.

Tüm süreçlerimizi belirlenen standartlar çerçevesinde değerlendirerek bir kesintiye ve hizmet verememe süresine dayanma sınırını ve buna istinaden aksiyon planını belirlemekteyiz. Başka bir ifadeyle, servislerimizi kesinti olayı sonrasında kabul edilebilir seviyede sürdürebilme kapasitesini ölçmekteyiz. İş sürekliliği herhangi bir şekilde deprem, sel, yıldırım düşmesi, sunucunun çökmesi, kritik personelin işten ayrılması yahut ekonomik kriz gibi durumlarda bozulabilmektedir; bu sebeple faaliyetler kesintiye uğrayabilir, maddi, yönetsimsel, iletişimsel zayıflık doğurabilir. Bu gibi kriz anlarında hazır bulunmak ve sürekliliği sağlayabilmek kurum olarak önceliklerimiz arasında yer almaktadır.

Bilgi İşlem Süreçlerinde İş Sürekliliği

Bilgi İşlem tarafında da İş Süreklilik planlarımız bulunmaktadır ve değişen altyapı, teknoloji ve insan kaynağı ile birlikte bu planlar güncellenmektedir. Kritik süreçlerin ve sistemler için yapılan iş etki analizlerinin sonucunda kurtarma zamanı hedefi ve kurtarma noktasını belirlemekte, sistem odamızı, olağanüstü

durum merkezi ve içerisindeki sistemleri önceden bu doğrultuda hazırlamaktayız. Sistemlerin, sistemlerdeki veri tabanı ve sunucuların da kritikliklerine ve çalışma planlarına göre farklı zamanlarda ve sıklıklarda yedeklerini almakta, bunları farklı lokasyonlarda fiziki olarak saklamaktayız.

Ayrıca sistemlerin erişilebilirliği, gizliliği ve bütünlüğü için çeşitli teknik tedbirler alıyor, proaktif olarak sistemleri izliyor ve alınan tedbirlerin doğru ve etkin çalıştığını sürekli kontrol ediyoruz.

Kriz İletişim Planı

İç ya da dış kaynaklı herhangi bir kriz anında CarrefourSA'nın imajını, finansal durumunu, çalışanların tutumlarını ve müşterilerin bakış açılarını doğru yönetebilmek amacıyla gerekli tedbirleri almaktayız. Bu planın amacı öngörülebilir riskler ve muhtemel tehditler doğrultusunda reaktif çözümleri ortadan kaldırarak kriz durumlarının etkin şekilde çözümüne yardımcı olmaktır. Pazarlama ve Kurumsal İletişim Grup Müdürlüğü tarafından hazırlanan Kriz Prosedürümüzde, kriz anında yapılması gerekenler ve sorumluluklar belirlenmiş, sosyal medya ve basın dahil tüm iletişim kanallarına yönelik uygulamalar tanımlanmış durumdadır. Kriz komitesi krizin kapsamına göre aynı müdürlük tarafından oluşturulmakta, süreç takibi ve raporlaması yapılmaktadır.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YÖNETİMİ

- › Sürdürülebilirlik Yaklaşımı
- › Sürdürülebilirlik Yönetimi
- › Öncelikli Paydaş ve Konular



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMI

2-9, 2-12, 2-13



Sürdürülebilirlik konusuna yaklaşımımızı, CarrefourSA'nın vizyon, strateji ve politikalarıyla uyumlu olarak belirledik. Sürdürülebilir büyümeyi gerçekleştirirken çalışanlarımıza adil, sürekli gelişimi, katılımı, yüksek performansı ve çeşitliliği destekleyen bir ortam yaratmayı amaçladık. Karbon emisyonunu, plastik kullanımını ve atık oluşumunu azaltmayı teşvik eden projeler geliştirdik. Sağlıklı bir toplum için gıda güvenliği sağlayarak sağlıklı beslenmeye yönelik pek çok çalışma yaptık, 2020 yılında sürdürülebilirlik algı anketi düzenleyerek müşterilerimizin görüşlerini detaylı olarak değerlendirdik ve %52'sinin atık yönetimi başta olmak üzere sürdürülebilirlikle ilgili yapılan çalışmaların farkında olduğunu gördük. Özellikle sivil toplum örgütleri ve tedarikçilerimizle sürdürülebilirlik konularında iş birliklerine gittik. 2021 yılında sürdürülebilirlik odaklı sektörel kıyaslamalarla farklı süreçlerdeki durumumuzu değerlendirdik. Sonrasında CDP raporlaması yaptık ve şirket içinde bilinçlenmenin artması için üç aylık aralıklarla sürdürülebilirlik bültenleri yayımladık, 2022 yılında da CDP raporlamalarının kapsamını genişleterek Su ve Orman modüllerini ekledik; daha da önemlisi tüm faaliyetlerimizi ara vermeden devam ettirdik.

Sürdürülebilirliğin tüm iş süreçlerine entegre edilmesi için İnsan Kaynakları ve Sürdürülebilirlik Genel Müdür Yardımcımızın icra sorumluluğu bulunmakta. Sürdürülebilirlik Komitemiz düzenli olarak toplanmakta. Gerekli gördüğümüz alanlarda çalışma grupları da kurmaktayız.

Yaklaşımımızı yapılandırırken, birçok kuruma göre avantajlı bir şekilde çalışma imkânı da buluyoruz:

- Öncelikli olarak hem ana ortağımız olan hem de Sürdürülebilirlik konusunda ülkemizdeki önde gelen oyuncular arasında yer alan Sabancı Topluluğunun Yol Haritasına uyumlu çalışmaktayız.
- Bunun da ötesinde, diğer ana ortağımız olan ve küresel bazda en iyi performansları gösteren Carrefour Group'un gıda perakendesine yönelik yaklaşımları ve uygulamaları da bize rehberlik etmekte.

Bu doğrultudaki çalışmalarımızı, sürekli yükselen bir performansla geliştirmeyi, sektörümüz ve ülkemiz için örnek teşkil etmeyi hedefliyoruz.

Sabancı Topluluğu Sürdürülebilirlik Yol Haritasına Uyum

Sabancı Topluluğunda sürdürülebilirliğin iş modelinin ayrılmaz bir parçası haline getirilmesi amacıyla 2020 yılında geniş kapsamlı bir programın hazırlığına başlandı. Holding seviyesinde bir organizasyon yapısı oluşturuldu ve aralarında yatırımcıların da bulunduğu 1,000'den fazla paydaş temsilcisine danışılarak öncelikli konular belirlendi. Bunlar temel alınarak aksiyon planları ve uzun vadeli hedefler de tespit edildi. 2021 yılının ilk çeyreğinde ise tüm Topluluk için Sürdürülebilirlik Yol Haritası oluşturuldu ve 2022 yılında uygulanmasına devam edildi.

Sürdürülebilirlik Yol Haritası



İklim acil durumunun çözümü için öncü adımlar atmak



İnsan ve toplum odaklı pozitif etkimizi artırmak



Sürdürülebilir iş modellerini teşvik etmek

Yol Haritasının Üç Ana Odak Alanını ve CarrefourSA'nın bu alanlara yönelik yaklaşımlarını aşağıdaki şekilde özetleyebiliriz:

1) İklim Acil Durumunun Çözümü için Öncü Adımlar Atmak:

Topluluk bazında hedeflenen 2050 Net Sıfır Emisyon ve Net Sıfır Atık hedeflerine uyumlu olarak CarrefourSA için Enerji Verimliliği, Atıkların Önlenmesi, CDP raporlaması gibi birçok performans geliştirmekteyiz. Raporumuzun 'Çevresel Öncelikler' bölümünde bu uygulamalarımızı detaylandırmaktayız.

2) İnsan ve Toplum Odaklı Pozitif Etkimiz Artırmak:

Paydaşlarımız için uzun vadeli ve sürdürülebilir değer yaratmak amacıyla farklı projeler ve iş ortaklıkları gerçekleştirilmekteyiz. Başta çalışanlarımız ve müşterilerimiz olmak üzere tüm paydaşlarımıza olan etkimize raporumuzun özellikle Ekonomik Katkı, Toplumsal Yatırımlar, Çalışan Gelişimi, Müşteri Memnuniyeti bölümlerinde değinmekteyiz.

3) Sürdürülebilir İş Modellerini Teşvik Etmek:

Sorumlu Yatırım yaklaşımının yerleşmesi, çevremize olan etkinin azaltılmasının ötesinde fayda da sağlanması için gerek İş Etiği uygulamalarımız gerekse Öz Marka yaklaşımımız ve Sürdürülebilir Tarım, Balıkçılık ve Hayvancılık gibi müşteri beklentilerini de karşılayan iş modellerimizle bu amaca hizmet etmekteyiz.

Odak Alanındaki hedeflere daha çabuk ulaşmada hızlandırıcı etkisi olduğuna inandığımız dijitalleşme çalışmalarımızı ayrı bir başlık altında değerlendirirken, özellikle müşteri memnuniyetine katkıda bulunan inovatif uygulamaları da hayata geçirmekteyiz. Performansımızın korunmasını ve güçlenmesini sağlayan, İnsan Kaynağına yönelik çalışmalarımızı ve Kurumsal Yönetim uygulamalarımızı da tüm şeffaflığıyla raporumuzda paylaşmaktayız.

PAYDAŞ GÖRÜŞÜ



Bugün itibarıyla yolun yarısını geride bıraktığımız Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin yalnızca yüzde on beşinde küresel olarak yeterli düzeyde ilerleme kaydettik. Üstelik son üç yıldır art arda Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri konusunda küresel ilerleme durağan seyrediyor. Sabancı Holding olarak 2030'a kadar kalan yedi yılda bu açığın kapatılması için özel sektör yatırımlarının ve iş birliğinin ne denli önemli olduğunun bilincindeyiz.

2022 yılında CarrefourSA üzerine düşeni fazlasıyla yaparak 13 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefine katkıda bulunmak için büyük çaba harcadı. Gıda israfı gibi karmaşık sürdürülebilirlik sorunlarını çözmek için ilgili paydaşları doğru zamanda ve yerde buluşturarak başarılı projelere imza attı. Doğaya yönelik eylemleri, döngüsel ekonomiden karbonsuzlaştırmaya kadar çeşitlilik gösterirken, 2023 yılında 6 Şubat'ın erken saatlerinde Türkiye'nin güneyini vuran yıkıcı deprem gibi akut veya kronik toplumsal açmazlara da katkıda bulundu. CarrefourSA, sürdürülebilirlik konusunda sektörüne güçlü eylemlerle liderlik ederken, herkesin net sıfır dünyaya yönelik umutlarını yüksek tutmasını sağlıyor ve Sabancı olarak Topluluk Vaadimize ulaşmamızda bize büyük destek veriyor.

Derya ÖZET YALGI

Sürdürülebilirlik Direktörü
H.Ö. Sabancı Holding

Carrefour Group Sürdürülebilirlik Yaklaşımı

Sürdürülebilirlik konusunda küresel liderlerden olan Carrefour Group'un stratejisinin (https://www.carrefour.com/en/group/strategy) dört ana hedefinden birini 'Herkesin Daha İyi Gıdaya Erişimi' oluşturmaktadır. Bu kapsamda Grup bazında paydaşlarla birlikte çalışarak, öncelikli konular doğrultusunda Ana Performans Göstergeleri ile birlikte kısa ve uzun dönem hedefleri belirlenmiş durumdadır.

Performansın değerlendirilmesi, hedeflere ulaşımın takip edilmesi ve kurum içi takımların motivasyonu için bir indeks (Food Transition Index) oluşturulmuş ve bu kapsama en önemli göstergeler dahil edilmiştir. Çalışanların ortak stratejik hedeflere yönlendirilmesine destek olan

bu indeks, aynı zamanda üst yönetimin performans değerlendirilmesi için de kullanılmaktadır. Bu indeks, 2019 yılında genel müdür dahil üst yönetimin ücretlendirmelerinde kullanılmaya başlanmış, uzun vadeli primlerin %20-25'ini oluşturmuştur. 2021 yılında indeks, altı aylık dönemlerde yayınlanmaya başlamıştır.

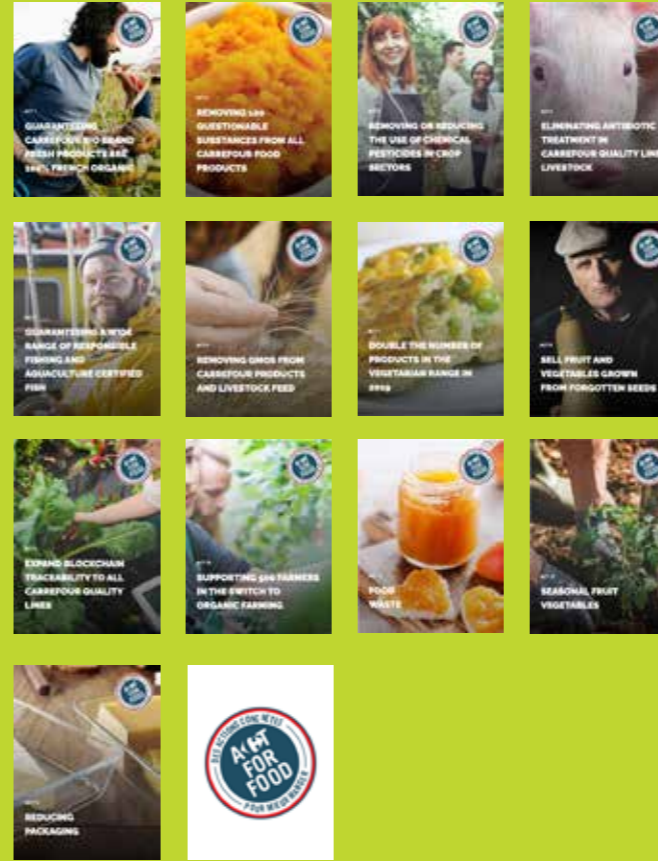
Şeffaf biçimde paylaşılan Gıda Dönüşüm İndeksinde 4 başlık yer almakta, göstergeleri ve hedefleri her yıl gözden geçirilmektedir. 2022 yılındaki 15 hedef, özellikle sera gazı emisyonlarının ve ambalaj malzemelerinin azaltılması, çalışan katılım uygulamaları ve eğitimlere verilen önem sonucunda ortalama %109 oranında tutturulmuştur:

Carrefour Group Food Transition (Gıda Dönüşüm) İndeksi 2022

No	Kategori	Hedef	2021	2022	2022 Skoru
ÜRÜNLER					%103
1	Sürdürülebilir Çiftçilik	2025 yılında taze gıda satışlarının %15'inin organik veya agroekolojik ürünlerden gelmeli	%4,6	%4,8	%91
2	Ham Maddeler	2025 yılında hassas ham maddelerin %100'ü risk yönetim planı kapsamında olmalı	%55	%61	%96
3	Ambalaj Malzemesi	2025 yılında, 2017'ye göre 20.000 ton daha az ambalaj malzemesi kullanılmalı	10.906	16.309	%114
		2025 yılında ambalaj malzemelerinin %100'ü yeniden kullanılabilir, geri dönüştürülebilir ya da kompost edilebilir olmalı	%46	%56	
4	Hayvan Refahı	2025 yılında hayvan refahı politikasının temel hedeflerinin %100'ü tüm ülkelerde uygulanmalı	%54	%59	%101
5	Tedarikçi Taahhüdü	2025 yılında 300 tedarikçi 'Food Transition Pact' taahhüdü vermiş olmalı	114	204	%113
MAĞAZALAR					%110
6	Gıda Atığı	2016 yılına göre gıda atığı %50 azalmalı	-%28	%40	%108
7	Atıklar	2025 yılında sıfır atık oluşmalı	%68	%75	%99
8	CO ₂ Emisyonları	2019 yılına göre sera gazı emisyonları (kapsam 1 ve 2 için) 2030'da %50, 2040'ta %70 azalmalı	-%25	-%29	%138
9	İş Ortağı Üreticiler	2025 yılında 45.000 yerel İş Ortağı Üretici olmalı	38.359	37.758	%97
MÜŞTERİLER					%103
10	Mağazalarda 'Gıda Dönüşüm' programı	2025 yılında, organik ve yerel ürünler, ambalaj ve gıda atığında azalma, sağlık ve besleyicilik konularında yapılan mağaza içi müşteri anketlerinde 30 puanlık gelişim gösterilmeli	+9	+11	%110
11	'Act For Food' Programı	2022 yılında müşterilerin %80'i, Carrefour'un kendilerine daha sağlıklı, sorumlu ve uygun fiyatta gıda temin ettiğini düşünmeli	%75	%74	%96
ÇALIŞANLAR					%118
12	Çalışan Katılımı	Çalışanlar tarafından verilen Carrefour'un tavsiye edilen iş yeri skoru en az 7.5/10 olmalı	8,3	8,2	%128
13	Cinsiyet Eşitliği	2025 yılında %35 kadın üst yönetici olmalı (ilk 200'de)	%24	%26	%99
14	Eğitim	Çalışanların en az %50'si her yıl eğitim almalı	%81	%73	%146
15	Engelli Çalışanlar	2025 yılında engelli çalışanlar, tüm iş gücünün en az %4'ünü oluşturmalı	%3,4	%3,7	%100

Carrefour Group 'Act for Food' Programı

Küresel gelişmelere cevap verebilmek ve bu hedeflere erişimi sağlayabilmek amacıyla 2018 yılında Carrefour Group tarafından 'Act for Food' programı başlatılmıştır. Özellikle taze ve Öz Marka ürünler ve tedarikçilere yönelik uygulamalarla müşteri sağlığı ve memnuniyetine yönelik uygulamalara odaklanılmaktadır.



CarrefourSA'da ülkemizin dinamikleri ve paydaşlarımızın beklentileri doğrultusunda Carrefour Group'un Ana Performans Göstergelerinden ve Programlarından yararlanmaktayız.



PAYDAŞ GÖRÜŞÜ



'L'ambition du groupe Carrefour de devenir le leader de la transition alimentaire se traduit par des actions concrètes dans tous nos formats et tous les pays du groupe. Les challenges sociétaux de notre secteur que nous relevons avec CarrefourSA pour réduire notre empreinte sur la biodiversité, suivre une trajectoire de décarbonation de nos activités, être inclusif ou contribuer à la santé de nos clients par l'alimentation sont des priorités. Les résultats et l'engagement des équipes en Turquie sont une force pour Carrefour et pour notre performance extrafinancière globale.'

Carrefour Group'un Gıda Dönüşüm hareketine liderlik etme gayreti, tüm mağaza formatlarında ve Grubun faaliyet gösterdiği tüm ülkelerde kendini somut uygulamalarla göstermektedir. Sektörümüzde şekillenen, Grup bazında ve CarrefourSA tarafından ele alınan toplumsal ihtiyaçlar, önceliklerimiz arasında yer almaktadır. Bunlar biyoçeşitlilik üzerindeki ayak izimizi azaltmak, aktivitelerimizi karbondan arındırmaya yönelmek, kapsayıcı olmak ve gıda yoluyla müşterilerimizin sağlığına katkıda bulunmaktır. Elde ettiğimiz sonuçlar ve Türkiye'deki takımların kararlılığı hem Carrefour hem de finansal olmayan performansımız için önemli bir güç teşkil etmektedir.

Bertrand SWIDERSKI
Chief Sustainability Officer
Carrefour Group

CARREFOURSA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMI

Türkiye’de gıda perakendesi sektörünün önde gelen oyuncularından biri olarak, günde yaklaşık 500.000 kişiye hizmet vermenin sorumluluğuyla ve tüm paydaşlarımızın etkilerinin bilinciyle sürdürülebilirlik konularında öncü olmayı taahhüt etmekteyiz. Ekonomik, çevresel ve sosyal konuları göz önünde bulundurmakta ve bu konularda sürekli iyileşmeyi tüm iş yapış şekillerimize yansıtılmaktayız.

Bu kapsamda, sürdürülebilirliğin bileşenleri ile ilgili olarak çalışmalarımızı aşağıdaki şekilde düzenleriz:

- Politikamıza uyumun gözetilmesine ve iyi uygulamaların teşvik edilmesine üst düzey yönetimimiz liderlik eder.
- Sürdürülebilirlik performansımızı düzenli izler, iyileştirme alanlarını tespit eder ve aksiyonlar alırız.
- Sürdürülebilirlik yaklaşımını iş yapış biçimi olarak benimser ve karar alma süreçlerimizde etkin bir şekilde uygularız.
- Organizasyonumuzda sürdürülebilirlik kültürünün içselleştirilmesi için faaliyetler yürütürüz.
- Gerçekleştirdiğimiz faaliyetlerde Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarını dikkate alır ve faaliyetlerimizi bu hedeflere uyumlu şekilde planlarız.
- Çevre, iş sağlığı ve güvenliği, gıda güvenliği ve uyum konularında yasal ve diğer şartların gerekliliklerini yerine getiririz.
- Sıfır atık yaklaşımımız doğrultusunda atık oluşumumuzu minimize eder, geri kazanım oranlarımızı sürekli iyileştirmeye çalışırız.
- İklim değişikliği ile mücadele konusunda ulusal ve uluslararası gündemi takip eder, mağazalarımız başta olmak üzere değer zincirimizin her aşamasında sera gazı emisyonlarının azaltılmasına ilişkin çalışmalar yaparız.
- Suyun verimli kullanımını sağlarız.
- Biyolojik çeşitliliğe etkimize dikkat eder, iş modellerimizi yerli bitki ve hayvan türlerini koruyacak yönde planlarız.
- Ürün ve hizmetlerimizi geliştirirken etkilerini yaşam döngüsü boyunca ele alır, çevresel duyarlılığı gözetiriz.
- Müşterilerimizin sağlığını önemser, ürün güvenliği ve kalitesi için tedarikçilerimizin faaliyetlerini yakından takip eder, doğru ürünleri ulaşılabilir fiyatlarla müşterilerimizle buluştururuz.
- Gıda israfını kurumsal sosyal sorumluluğumuzun bir parçası olarak görür, mücadele konusunda paydaşlarımızla iş birlikleri kurarız.
- İş sağlığı ve güvenliğini önemser, sıfır iş kazası ve meslek hastalığı hedefiyle faaliyetlerimizi yürütürüz.
- İnsan kaynağımızı entelektüel sermayemiz olarak görür, tercih edilen işveren olmak ve fırsat eşitliğini sağlamak üzere organizasyonel gelişimimizi destekleriz.
- Çevresel, sosyal ve yönetim risklerimizi proaktif yaklaşımla belirler ve ihtiyatlı uygulamaları hayata geçiririz.
- Rüşvet ve yolsuzluğa tolerans göstermeyiz.
- İş ortağı olarak gördüğümüz tedarikçilerimizin sürdürülebilirlik performanslarının gelişimlerini gözetir ve destekleriz.
- Her türlü üretimin sorumluluk bilinci ile yapılmasını önceliklendirir ve yerli üreticileri ve ürünleri destekleriz.
- Dijitalleşme ve inovasyonu faaliyetlerimizde merkeze alır ve bu konudaki fikir ve görüşleri destekleriz.
- Paydaş ilişkilerimizde şeffaf, hesap verebilir ve katılımcı bir iletişim sergileriz.
- Bilgi varlıklarımızın gizlilik, bütünlük ve erişilebilirlik özelliklerini koruruz.



Sürdürülebilir İş Modellerimiz

Ülkemizde sürdürülebilir tarım, hayvancılık ve balıkçılığa olan yaklaşımımızla ‘doğru’ ürünleri reyonlarımıza getirerek hem farklı sektörlerin hem de ekonomimizin sürdürülebilirliğine doğrudan katkıda bulunmaktayız.



- **Öz Marka** çalışmalarımızı, sadece ekonomik bir değer yaratmanın ötesinde sosyal ve çevresel boyutlarıyla ele almakta, müşteri memnuniyeti ve sağlığı ön planda tutularak sektörümüzün en iyi uygulamalarını hayata geçirmek için farklı programlar uygulamaktayız.



- **Sürdürülebilir Tarım** uygulamaları kapsamında üreticilerin yerli tohum kullanımını teşvik ederek, üretim sürecini yerinde kontrol edebilmekte, İzlenebilir Güvenli Gıda Platformu ile sebzelerin üzerindeki QR Kod sayesinde ürün bilgilerini müşterilerimizle paylaşmaktayız.



- **Sürdürülebilir Hayvancılık** için yerli besi projesiyle mağazalarımızda veteriner hekim kontrollü, kaynağı belli, %100 yerli besi kırmızı et sunmaktayız. Bu sayede iş imkanları yaratarak yerli üreticilerimizi desteklemekte, hayvan refahının sağlanması, kalite ve verimin artırılması ile uygun fiyat sunabilmekteyiz.



- **Sürdürülebilir Balıkçılık** ürünleri için üretimden reyona kadar süreçleri takip ediyor ve onaylı çiftlikler ile çalışıyoruz. Mevzuatlara uygun yapılan kontroller ve uygulamalar sayesinde, deniz yaşamının devamlılığının sağlanmasına da katkıda bulunmaktayız.

Sürdürülebilirlik İlkelerine Uyum

CarrefourSA, Sermaye Piyasası Kurulunun Kurumsal Yönetim Tebliğinde yapmış olduğu 02.10.2020 tarihli değişiklik doğrultusunda hazırlanan Sürdürülebilirlik İlkeleri Uyum Çerçevesine %100 uyumu hedeflemektedir. Geçmiş yıllarda yapmış olduğumuz ve Sabancı Holding çatısı altında yapılan çalışmalar neticesinde büyük oranda uyumu yakalamış durumdayız. Bununla beraber başta pay sahipleri olmak üzere tüm menfaat sahiplerinin yararını gözeterek 2023 yılında da söz konusu ilkelere uyum durumunu iyileştirme çalışmalarına devam etmeyi planlamaktayız.

CarrefourSA, 2022’de tebliğ gereği uyulması zorunlu olmayan 56 adet ilkenin 51’ine tam uyum sağlarken, bunlardan 2’sine kısmi uyum sağlayabilmiştir. Bu durum Sabancı Topluluğunun bir üyesi olan CarrefourSA’nın çevresel, sosyal ve yönetsimsel alanlardaki sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımını kantitatif bir şekilde ortaya koymaktadır. 2022 yılında CarrefourSA’nın Sürdürülebilirlik İlkeleri’ne uyum durumu aşağıdaki tabloda özetlenmiştir:

TÜR	TAM UYUM	KİSMİ UYUM	UYUMSUZ	İLGİSİZ
Genel	12	-	-	-
Çevre	21	-	-	3
Sosyal	15	2	-	-
Kurumsal Yönetim	2	-	-	-
Toplam	50	2	-	3

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YÖNETİŞİMİ 2-5, 2-9, 2-12, 2-13, 2-14, 2-20

Sürdürülebilirlik konusunu stratejik önceliklerimiz arasında değerlendirmekteyiz. Bu sebeple yönetim yapımızı da organizasyonumuz içinde en verimli hareket edebilecek şekilde geliştirdik. 2020 yılında kurduğumuz Sürdürülebilirlik Komitesi, CarrefourSA bünyesinde bulunan departmanların yöneticileri tarafından oluşmaktadır. İnsan Kaynakları ve Sürdürülebilirlik Genel Müdür Yardımcısının başkanlık ettiği komitemiz, CarrefourSA icra kuruluna raporlamaktadır. İSG, Çevre, Kalite Güvence ve Sürdürülebilirlik Grup Müdürlüğü komitenin koordinasyonu, sekreteryası ve uygulamalarının takibi ile sorumludur. Komitemiz, Görev ve Çalışma Esaslarında da belirtildiği üzere sürdürülebilirlik stratejisini, hedeflerini, yol haritalarını ve politikalarını oluşturmak, kurum içi entegrasyon için çalışmalar yürütmek ve projeler geliştirmek, ilgili riskleri yönetmek, projeler

geliştirmek ve geliştirmek uygulamaya almaktan sorumludur. Gerekli görüldüğünde Alt Komiteler de kurularak spesifik alanlarda çalışmaktayız.

Komiteye başkanlık görevini yürüten CarrefourSA İnsan Kaynakları ve Sürdürülebilirlik Genel Müdür Yardımcılığı, sürdürülebilirlik konularındaki süreçlerin koordinatörü rolünü de üstlenmekte, süreçlerin takibini yerine getirmektedir. Aynı zamanda Sabancı Holding ve Carrefour Group başta olmak üzere paydaşlarımız tarafından yapılan sürdürülebilirlik iletişiminin merkezinde yer almaktadır.

Sürdürülebilirlik konularındaki üst yönetim görevini de üstlenen İcra Kurulumuz ise Genel Müdür ve Genel Müdür Yardımcılarından oluşmaktadır.

Haftalık olarak bir araya gelinen İcra Kurulunda stratejik ve taktik konular görüşülmekte, hedefler belirlenmekte ve üst seviye kararlar alınmaktadır. Sürdürülebilirlik hedefleri, Genel Müdürümüz dahil üst yöneticilerimizin kişisel performans hedefleri arasına yer almaktadır.

Sürdürülebilirlik Komitemiz tarafından dışardan stratejik danışmanlık hizmeti alınarak hazırlanan raporumuz, İcra Kurulu ve Yönetim Kurulumuzun geri bildirim ve onayları doğrultusunda son şeklini almış durumdadır.

CarrefourSA Sürdürülebilirlik Komitesi

Üye	Pozisyon
Ali Can Ertem	E-Ticaret Grup Müdürü
Asude Gündoğdu	Genel Müdürlük İnsan Kaynakları, Eğitim, Organizasyonel Gelişim ve Ücretlendirme Grup Müdürü
Elif Keskin	Risk Yönetimi Müdürü
Ertan Nağış	Öz Marka Kategori Grup Müdürü
Gamze Mengüç Sunel	Saha İK, Özlük, Bordro, Çalışma İlişkileri Grup Müdürü
Gökhan Çakmak	Müşteri Deneyimi Grup Müdürü
Gürol Sungun	Kurumsal Sistemler Grup Müdürü
Halit Nadir Gül	Lojistik Operasyonlar Grup Müdürü
Hatice Kösalı	SPK, Yatırımcı İlişkileri ve Finansal Servisler Müdürü
Kerem Daşdelen	Teknik Satın Alma ve Bakım Grup Müdürü
Melis Bozkurt	Satış Koordinasyon Grup Müdürü
Melis Karatay Ebin	Pazarlama ve Kurumsal İletişim Grup Müdürü
Naime Bahar Tura	İnsan Kaynakları ve Sürdürülebilirlik Genel Müdür Yardımcısı
Neşe Şenöz	Kalite Güvence Müdürü
Nihal Yaman	İç Satın Alma Müdürü
Nur Sibel Öztürk	CRM Grup Müdürü
Siyne Arslandök	İç Denetim Grup Müdürü
Tayfun Akusta	İSG, Kalite Güvence, Çevre ve Sürdürülebilirlik Grup Müdürü
Tuncay Odabaş	Taze Gıda Kategori Grup Müdürü
Turgut Körtemur	Sürdürülebilirlik Kıdemli Uzmanı
Vahit Onur Bayhan	Gıda Dışı Kategori Grup Müdürü
Vehbi Kerem Anlagan	Kuru Gıda ve İçecek Kategori Grup Müdürü

ÖNCELİKLİ PAYDAŞ VE KONULAR

Paydaşlarımız ve Katılım Platformları ²⁻²⁹

Paydaşlarımızla, yani aktivite, ürün ve hizmetlerimizden etkilenen ya da kurumsal strateji ve hedeflerimizi etkileyebilecek kişi ve kurumlarla, tüm birimlerimiz doğrudan veya dolaylı etkileşimdedir. Taşeron çalışanları dahil tüm çalışanlarımız, müşterilerimiz, tedarikçilerimiz

ve ana ortaklarımız Sabancı Holding ile Carrefour Group başta olmak üzere tüm paydaşlarımızın beklentilerini öğrenmeye ve bunlara en uygun şekilde cevap vermeye çalışmaktayız. Sürdürülebilirlik Komite Üyeleriyle yaptığımız çalışmalarda tanımlanan paydaş gruplarını ve katılım platformlarımızı aşağıda bulabilirsiniz:

Paydaş	Katılım Platformu
Carrefour Group	Üst Yönetim Toplantıları (sürekli), Proje Bazlı Toplantılar (ihtiyaç duyulduğunda)
Çalışanlar	Çalışan Memnuniyet Anketi (iki yılda bir), Destek Bülteni (aylık), Yaza Merhaba Buluşması (yılda bir), Yaza Veda Buluşması (yılda bir), Yönetim Paylaşım Toplantısı (yılda birkaç kez), Spor ve Sağlıklı Yaşam Festivali (yılda bir), 7/24 Destek Hattı (sürekli), Yalın Lider Toplantıları ve Bilgilendirmeler (sürekli), Sürdürülebilirlik Bültenleri (yılda 3-4 kez), Spor Aktiviteleri
Bayiler	Bayi Buluşmaları (yıllık), Toplantılar (sürekli), Bölge Müdürü Ziyaretleri (sürekli), Memnuniyet Anketleri (her yıl)
Hissedarlar	Genel Kurul Toplantıları (yıllık), Yatırımcı Sunumları (Sürekli), İnternet Sitesi (sürekli), Faaliyet Raporları (üç aylık), Sürdürülebilirlik Raporları (Yıllık) Yatırımcı İlişkileri Bölümü iletişim kanalları (sürekli)
Müşteriler	Çağrı Merkezi ve WhatsApp hattı (sürekli), Sosyal Medya (sürekli), carrefour-sa.com (sürekli), Değerlendirme Anketleri (iletişim izni olan müşterilerimizle, sürekli), Net Promoter Score Anketi (her yıl), Marka Sağlığı ve Algı Araştırması (sürekli), Müşteri Bildirim Hattı (sürekli)
Resmî Kurumlar	Farklı Bakanlık ve Resmî Kurumlarla Toplantılar (proje ve konu bazlı ihtiyaçlar doğrultusunda)
Sabancı Holding	Sabancı Holding Denetim Başkanlığı Toplantıları (yılda 4 defa), Tematik Görev Gücü Çalışmaları (sürekli)
Sendika	İSG Kurulları (Sürekli), Toplantılar (sürekli), Sendika ve İşveren Buluşması (yılda 4 kez)
Sivil Toplum Dernekleri (Genel)	Dernek Toplantıları ve Farklı Projelerde İş Birlikleri (sürekli)
Taşeronlar	Süreç Toplantıları (sürekli)
Tedarikçiler	Hukuk Büroları Toplantıları (iki ayda bir), NPS Firması toplantıları (gerek görüldükçe), Denetimler (sürekli), Reklam Ajansı Toplantıları (sürekli), Medya Planlama ve Satın Alma Ajansı Toplantıları (sürekli), PR Ajansı Toplantıları (sürekli), Araştırma ve Data Sağlayan Firmalarla Görüşmeler (sürekli)

Öncelikli Konularımız ^{2-14, 3-1, 3-2}

CarrefourSA Öncelikli Konularının belirlenmesi için çok farklı kaynaklardan yararlandık. Kendi ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerimizi inceledik, müşteri anketleri gibi paydaşlarımızın görüşlerinin belirtildiği çalışmaları değerlendirdik. Farklı paydaş gruplarından gelen yorumları ve eleştirileri inceleyerek analizlerde beklentilerinin kapsamını sağladık. Sektörümüzdeki genel eğilimleri ve öncelikli konuları araştırdık, SASB gibi bu konularda küresel olarak söz sahibi olan kurumların çalışmalarına başvurduk ve dışardan stratejik danışmanlık hizmeti aldık. 2022 yılında farklı paydaş gruplarını içeren ihtiyaç anketi de düzenledik ve öncelikli konularımızı gözden geçirdik. Markasının taşıdığı Carrefour Group'un öncelikli konularına ve bağlı olduğumuz Sabancı Topluluğunun Sürdürülebilirlik önceliklerine uyumlu, kendi strateji ve politikalarımızı da yansıtan, Yönetim Kurulumuzun belirlediği hedefleri de içeren 11 kurumsal öncelik belirledik.

Öncelikli konularımız, bu raporun yapısını oluşturduğu gibi faaliyetlerimizi, çalışma gruplarımızı ve ana performans göstergelerimizi de içeren konu başlıklarını oluşturmaktadır. Bütünlüğün sağlanabilmesi için her konudaki performansımızı farklı göstergelerle açıkladık. Bunu yaparken mümkün olduğunca ülkemizde kullanılan ve uluslararası tanımlanmış norm ve parametreleri kullandık ve önceki yıl verisiyle karşılaştırdık, böylelikle kıyaslama yapılabilmesi için sürdürülebilirlik bağlamını oluşturduk. Amacımız, bu alanlardaki performanslarımızı paydaşlarımızın beklentileri, sektörümüzün dinamikleri ve küresel standartlar doğrultusunda her yıl daha ileri götürmek. Sonuçlarımızı şeffaf bir şekilde paylaşmak istiyoruz; geliştirmemiz gereken konuları da tüm samimiyetimizle açıklayıp, ya alacağımız ilave önlemleri belirteceğiz, ya da hedeflerimizi revize edeceğiz.

Önceliklerimiz

EKONOMİK SORUMLULUĞUMUZ

- › Ekonomik Katkı
- › Gıda Atığı
- › İş Etiği

DEĞER ZİNCİRİNDE SORUMLULUĞUMUZ

- › Sorumlu Tedarik Zinciri
- › Müşteri Memnuniyeti
- › Dijitalleşme

DOĞRU İŞ YERİ SORUMLULUĞUMUZ

- › Çalışan Memnuniyeti ve Gelişimi
- › Çalışan Sağlık ve Güvenliği
- › Cinsiyet ve Fırsat Eşitliği

ÇEVRESEL SORUMLULUĞUMUZ

- › İklim Değişikliği
- › Atık Yönetimi

BİRLEŞMİŞ MİLLETLER KÜRESEL KALKINMA AMAÇLARINA KATKILARIMIZ

Öncelikli Konular	Amaçlar	İlgili SKA
Ekonomik Katkımız	Paydaşlarımıza ekonomik değer yaratmak.	
Gıda Atığı	Tüm Gıda Zincirindeki gıda atıklarının yol açtığı ekonomik etkiyi ortadan kaldırmak.	
İş Etiği	İş yapış biçimimizi ve tüm paydaşlarla olan ilişkimizi Etik Değerler çerçevesinde yerine gerçekleştirmek.	
Çalışan Memnuniyeti ve Gelişimi	Çalışanlar en iyi iş ortamını sunarak memnuniyetlerini yüksek seviyede tutmak, sürekli gelişimlerini desteklemek.	
Çalışan Sağlık ve Güvenliği	Güvenli bir çalışma ortamı oluşturmak.	
Cinsiyet ve Fırsat Eşitliği	Cinsiyet nedeniyle herhangi bir ayrımcılık yapılmasına asla izin vermemek, her türlü işlem ve uygulamada adil davranarak fırsat eşitliğini sağlamak.	
Sorumlu Tedarik Zinciri	Sürdürülebilir İş Modelleri ve Politikalarla tedarik zincirinin ekonomik, sosyal ve çevresel gelişimini sağlarken sürekliliğini garanti altına almak.	
Müşteri Memnuniyeti	Sağlık ve Güvenlik başta olmak üzere müşterimizin tüm süreçlerde üstün bir deneyim yaşamasını sağlamak; müşteri memnuniyeti tüm kanallarda ölçerek sürekli geliştirmek.	
Dijitalleşme	Mevcut süreçlerin daha etkin, verimli, hızlı, ucuz ve en önemlisi müşteri odaklı olarak yapılması için tüm değer zincirindeki dönüşümü gerçekleştirmek.	
İklim Değişikliği	Enerji ve Su Tüketimimizi, Karbon Ayak izimizi doğru yönetmek, tüm paydaşlarımızı bilinçlendirmek.	
Atık Yönetimi	Atıklarımızı 'Atık Piramidi' yaklaşımıyla önlemek, azaltmak, yeniden kullanmak veya geri dönüştürmek, çevreyle uyumlu bertaraf etmek.	

EKONOMİK SORUMLULUĞUMUZ

- › Ekonomik Katkı
- › Gıda Atığı
- › İş Etiği



EKONOMİK SORUMLULUĞUMUZ

Halka açık bir kurum olarak sürdürülebilirliğimizin temeli ekonomik başarıya dayanmaktadır. Başta hissedarlarımız, yatırımcılarımız, çalışanlarımız, tedarikçilerimiz ve diğer iş ortaklarımız göz önüne alındığında gıda zincirinde atıkların önlenmesi dahil önemli bir ekonomik etkimiz ve etik hareket etme sorumluluğumuz bulunmaktadır.

Öncelikli hedeflerimizden biri paydaşlarımıza sürdürülebilir ekonomik değer yaratmaktır. Sürdürülebilir değer ve ölçek ekonomisi yaratmak için büyümeye ve verimliliğe odaklanmaktayız. Mağaza sayılarımızdaki organik artışa ek olarak bayilik ve e-ticaret sistemleriyle büyümekte, ihracat konusunda da gittikçe daha da aktif hale gelmekteyiz.

Gıda zincirinde oluşan gıda atıklarını minimize etmek için doğru stok yönetimi prensibiyle hareket

etmekte, oluşan gıda atıklarını yeniden üretime kazandırmayı, böylelikle ekonomik kaybın da önüne geçmeyi hedeflemekteyiz. Yurtiçi ve yurtdışı farklı inisiyatiflere katılmakta, tüketime uygun gıda atıklarını da başlıyoruz.

Ekonomik sorumluluğumuzu yerine getirirken iş yapış biçimimizi de etik değerlere dayandırmaktayız. Doğruluk ve dürüstlük prensiplerine dayanan Etik Kurallarımız, tüm karar ve faaliyetlerimizde rehber görevi üstlenmektedir. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi ile de uyumlu olan kurallarımız doğrultusunda İnsan Haklarına tüm karar ve faaliyetlerimizde, her koşulda saygı göstermekteyiz ve tüm paydaşlarımızın da aynı şekilde davranmasını bekliyoruz.



EKONOMİK KATKI

EKONOMİK KATKI YAKLAŞIMI 3-3

Halka açık bir şirket olarak CarrefourSA'nın temel hedeflerinden biri paydaşlarına sürdürülebilir ekonomik değer yaratmaktır. Bunu gerçekleştirirken

- Ortak ve hissedarlarının yatırımlarına beklentiler doğrultusunda getiri sağlamayı,
- Çalışanlarının ücret ve yan haklarını rekabetçi seviyede karşılamayı,
- Bayilerine adil kazanç ve paylaşım imkânı vermeyi,
- Tedarikçileri için adil bir fiyatlandırma politikası uygulamayı,
- İş ortaklarının ekonomik büyümesine katkıda bulunmayı,
- Devlete karşı vergi ve diğer konulardaki mali yükümlülüklerini eksiksiz ve zamanında yerine getirmeyi,
- Ülkenin sosyal ihtiyaçlarına, özellikle etki alanındakilere, anlamlı katkıda bulunmayı amaçlamaktayız.

YARATILAN EKONOMİK DEĞER 201-

Sürdürülebilir değer ve ölçek ekonomisi yaratmak için büyümeye ve verimliliğe odaklanmaktayız. Büyüme konusundaki başarımız, başta bayilik ve e-ticaret konularında yakalanan başarı sonucunda gelmektedir. Ekonomik büyüme kapsamında yakalanan ivmenin sürekliliğini sağlayarak beklentilere cevap verebilmeyi hedefliyoruz.

ANA PERFORMANS GÖSTERGELERİ		2020	2021	2022
Ekonomik Katkı	Ciro (m TL)	7.915	9.368	19.198
	Vergi Öncesi Zarar (%)	-3,4	-4,8	-1
	Satış Alanı (000 m ²)	525	508	536
	m ² Satış (000 TL/m ²)	15,5	18,4	35,8
	Çalışan Sayısı (Toplam)	12.980	12.274	13.717
	Doğrudan İstihdam	11.032	10.174	10.663
	Dolaylı İstihdam	2.016	2.283	3.054
	Yerel Tedarik Oranı (%)	100	100	100
	İhracat (m TL)	3	8	53
	Mağaza Sayısı	699	754	895
Bayi Sayısı	24	72	200	
Depo Sayısı	10	12	14	
Etik Yaklaşım	Etik Eğitim Tamamlanma Oranı (%)	63	61	56
	Etik Araştırma Adedi	231	462	205
	Etik Araştırma Sonucu İş Akdi Sonlandırılan Çalışan Sayısı	149	174	131
	Toplu Sözleşme Kapsamındaki Çalışanlarımız (%)	69	69	69
Gıda Atığı	Gıda Atığı (ton)	6.116	7.952	15.062
	Gıda Atığı Ekonomik Değeri Ciro Oranı (%)	1,0	1,1	1,1
	Gıdanı Korumaya Kampanyası	-	Başlatıldı	Devam Ediyor
	WRI 10x20x30 Projesi	-	Başlatıldı	Devam Ediyor
	Yeniden Satış Kapsamında değerlendirilen Gıda (ton)	-	1	107

Temel Finansal Göstergeler	2020	2021	2022
Ciro (milyon TL)	7.915	9.368	19.198
Brüt Kâr (milyon TL)	2.113	2.577	4.800
Brüt Kâr Marjı (%)	26,7	27,5	25,0
Vergi Öncesi Zarar (milyon TL)	-272	-447	-210
Vergi Öncesi Zarar Marjı (%)	-3,4	-4,8	-1,0
Cari Oran	0,56	0,59	0,68
Likidite Oranı	0,28	0,25	0,27

Temel Operasyonel Göstergeler	2020	2021	2022
Mağaza Adedi (Toplam)	699	754	895
Mini	228	256	259
Süper	389	367	381
Hiper	30	28	23
Gurme	28	31	32
Bayi	24	72	200
Elektronik Ticaret Yapan Mağaza Adedi	54	57	58
Satış Alanı (000 m ²)	525	508	536
m ² Satış (000 TL/m ²)	15,5	18,4	35,8

İSTİHDAMA KATKI ²⁻⁸

Yarattığımız istihdamla sadece ekonomik değil aynı zamanda geniş bir sosyal etki alanına da sahibiz. On binden fazla doğrudan çalışmamız ve iki binden fazla iş ortaklarımızın çalışmanı bulunmaktadır.

CarrefourSA Çalışan Sayılarımız

Doğrudan İstihdam	2020	2021	2022
Çalışan Sayısı	11.032	10.174	10.663

Taşeron ve İş Ortağı Çalışan Sayılarımız

Hizmet	2020	2021	2022
Temizlik	718	513	626
Güvenlik	348	254	232
Servis-Vale	40	29	38
Personel Yemek	96	92	92
Lojistik Depolar	600	738	785
E-ticaret Depo	13	34	60
E-ticaret Taşıma	68	183	141
Bayiler (*)	133	440	1.080
Toplam	2.016	2.283	3.054

(*): 2021 bayi çalışanları rakamı 2022 Ocak sonu itibarıdır. Bayi sayısındaki artışa paralel olarak çalışan sayıları da artmış durumdadır.

Yaratılan istihdam sonucunda SGK teşviği de almaktayız. ²⁰¹⁻⁴

Teşvik	2020	2021	2022
SGK Teşviği (m TL)	52,7	57,4	79,8

Çalışanlarımızın yarıya yakını, Genel Müdürlüğümüzün de bulunduğu İstanbul'dadır. Ancak ülkemizin farklı bölgelerinde bulunan operasyonlarımız ve yerel istihdam politikamızla birlikte bölgesel ekonomiler için de önemli katkılarda bulunmaktayız.

Çalışanlarımızın Bölgesel Dağılımı

Bölge	2020	2021	2022
İstanbul	5.312	4.989	5.105
Ege-Akdeniz	2.995	3.004	3.267
İç Anadolu Karadeniz Doğu-Güneydoğu Anadolu	1.719	1.223	1.271
Marmara	1.007	959	1.020
Toplam	11.032	10.174	10.663

Yerel İstihdam

CarrefourSA'da yerel istihdamı destekliyoruz. Yeni mağaza açılışlarında ya da mevcut mağazalardaki istihdam taleplerinde İŞKUR istihdam ofislerinden yapılan başvurulara ya da mağazanın bulunduğu bölgede ikamet eden aday başvurularına öncelik vermekteyiz. Sezonluk mağazalarımızın ihtiyaçları için o bölgelerde bulunan adayları özellikle değerlendiriyoruz. Bunu yaparken de talep ve

ihtiyaçlar doğrultusunda mağazalarımızın bulunduğu illerde İŞKUR ve İstihdam ofisleri ile iletişime geçiyor ve istihdam fuarlarına katılmaktayız. Ayrıca T.C. Milli Eğitim Bakanlığı ile birlikte gerçekleştirilen çıraklık programı kapsamında işe alımlarımız devam etmektedir. 2022 yıl sonu itibarıyla 33 kişi istihdam edilmiştir.

**YEREL SATIN ALMA** ²⁰⁴⁻¹

CarrefourSA olarak, satışlarımızın %100'üne yakını yerel tedarikçilerden sağlamaktayız. Buna ek olarak, özellikle yerel tarımı desteklemek için doğrudan üreticilerle temasa geçerek ve böylelikle aracı kullanmadan doğru tohum yönlendirmesi yapmayı, kalite standartlarını teminat altına almayı ve fiyat avantajı yaratmayı amaçlıyoruz. Yasal ve muhasebesel şartlar sebebiyle de üreticilerimizden alımlarımızı kooperatifler vasıtasıyla yapmaktayız.

Satın Alma	2020	2021	2022
Tedarikçi sayısı	4.208	4.137	3.583
Yerel Tedarikçi Oranı (%)	99,7	99,7	99,9
Tedarikçilere Yapılan Ödemeler (satışların maliyeti) (m TL)	5.802	6.788	18.605
Yerel Tedarik Oranı (%)	100	100	100

DOLAYLI EKONOMİK KATKILARIMIZ ²⁰³⁻²

CarrefourSA'nın dolaylı yönden ekonomimize katkısı da bulunmaktadır. Mağazalarımızın bulunduğu yerlerde yarattığı ilave müşteri potansiyeli sebebiyle çevre esnafa olan katkısı ve tedarikçilerimizin gelişmesi sebebiyle onların çalışanları dahil iş ortaklarına olan katkı bunlara örnek olarak sayılabilir:

- **Tedarikçilerimize Ekonomik Değer:** Değer zincirimizin en önemli unsurunu oluşturan tedarikçilerimizin ekonomik sürdürülebilirliğine ve böylelikle yarattığı istihdama önemli bir katkıda bulunmaktadır.
- **Yerel İnşaat/Tedarik Firmalarına Ekonomik Değer:** Mağaza açılışları ve tadilat uygulamalarında, çalışmanın yapıldığı il ve ilçelerde yerel tedarikçi ve üreticiler, yerel inşaat firmaları öncelikli olarak kullanmakta, çalışma yapılan sözleşmeli firmaları, ilin sosyal koşullarını daha önceden tecrübe etmiş

ekiplerden seçmekteyiz. Bu yolla yatırımlarımız iş yapılan çevre ekonomisine de olumlu katkıda bulunmaktadır. Şirketimiz, stratejik hedefleri doğrultusunda her sene 150 - 200 mağazada çeşitli kapsamlarda tadilat işleri yapmaktadır.

- **Sürdürülebilir İş Modelleri ile Yaratılan Değer:** Sürdürülebilir tarıma desteğimizle çiftçilerimize, hayvancılık çalışmalarına ve et besicilerine, balıkçılık çalışmalarımızla balık çiftliklerine destek oluyoruz.
- **Bayilik Modeli:** Bayilik sistemimizle girişimcileri ve küçük esnafı destekleyerek, onların ve çalışanlarının CarrefourSA marka gücü ve güvencesiyle ticaret yapabilmelerini sağlıyoruz. Buldukları bölgede müşterilerine CarrefourSA kalite güvencesi ile ürün sunmalarını sağlayarak işlerini geliştirmelerine ve bölgelerinde istihdam yaratmalarına destek oluyoruz.

DEVLETE YAPILAN ÖDEMELER ²⁰¹⁻¹

Her ticari kuruluş gibi devletimize vergi ve diğer yükümlüklerimizden kaynaklanan sorumluluklarımızı tam ve zamanında yerinde getirme sorumluluğumuz bulunmaktadır. Bu kapsamdaki operasyonlarımızda Kurumlar Vergisi Beyannamesi ile Geçici Vergi Beyannamelerine ilişkin hesaplamalar Sabancı Holding Mali İşler Başkanlığı ekiplerince de eşzamanlı gözden geçirilmekte ve değerlendirmeler bu kapsamda yapılmaktadır. Bunların dışında ihtiyaç halinde bağımsız denetim firmalarından danışmanlık hizmeti kapsamında görüş ve öneri temin edilmektedir. Şirketimiz içinde (ürünlerin KDV hesaplaması dahil) tüm vergilerin doğru şekilde hesaplanması ve sadece konuya yetkili kişiler tarafından müdahaleler yapılabilmesi için sistemlere farklı denetim ve kısıtlamalar getirilmiştir.

Devlete Ödenen Vergi ve Cezalar	2020	2021	2022
m TL	434	563	736

İHRACATA KATKI

Operasyonlarımıza göre nispeten küçük ölçekte olan ancak hızlı büyüyen bir çalışmamız da ihracata yöneliktir. Ağırlıklı olarak gıda ve %70 Öz Marka ürünlerimizden oluşan bir portföyü KKTC, Polonya, Gürcistan ve Fransa'ya ihraç etmekteyiz. Bu ülkeler arasına yakın zamanda Ürdün, Özbekistan ve İtalya'nın da katılmasını bekliyoruz. Böylece dolaylı olarak yerel üreticilerimizin ihracata ve ekonomimize katkıda bulunmasını da destek olmaktadır.

İhracat Cirosu	2020	2021	2022
m TL	3	8	53

KADIN GİRİŞİMCİLERE DESTEK

Bayilik sistemimizde 2022 sonu itibarıyla 25 kadın işletme sahibi ve yöneticimiz bulunmaktadır. Ayrıca ülkemizdeki üretici kadınların da girişimlerini destekleyerek onların emeklerinin reyonlardan müşterilere ulaşmasına fırsat tanıyoruz:

- **Kadın Üretici Pazarı:** Kadınların ekonomiye katılımını artırmalarını desteklemek amacıyla 2019 yılından beri 8 Mart'ta İstinye'deki hipermarketimizde 'Kadın Üretici Pazarı' düzenlemekteyiz. Kadın üreticiler bu vesile ile son tüketici ile doğrudan iletişime geçerek ürünlerini ve markalarını tanıtmakta ve aldıkları geri bildirimlerle ürünlerini geliştirme fırsatı yakalayabilmekteler.
- **Heybeli'nin Heybeleri:** Kadın üreticileri desteklemek amacıyla hayata geçirilen proje kapsamında Heybeliada'da yaşayan kadınların ördükleri heybeler CarrefourSA mağazalarında satışa sunulmuştur. Böylelikle Heybeliadalı kadınların ekonomiye katılması sağlanmaktadır.

TOPLUMSAL YATIRIMLAR VE SOSYAL**DESTEKLER** ^{201-1, 203-1}

- 2015 yılından bu yana **UNICEF**'e destek veren CarrefourSA, 2022 yılında da tarımda çocuk işçiliği

konusunda farkındalık yaratmayı amaçlayan "Tarladan Okula" projesine destek olmaya devam etmiştir. UNICEF aracılığı ile pandemi döneminde Türkiye'de ilkökul çağındaki engeli olan 20 çocuğun eğitime erişimine katkı sağlamıştır. 20 Kasım Dünya Çocuk Günü'nde belirlenen hipermarketlerde çocuklara yönelik oyun alanları kurulmuş, UNICEF'in 'Yüz Yüze' ekipleriyle çocukların bir araya gelerek haklarını öğrenmeleri sağlanmıştır. Aynı zamanda CarrefourSA kasalarında bulunan UNICEF kumbaraları ile müşterileriyle birlikte UNICEF'e maddi destekte bulunmuş durumdayız.

- İnsanların temel ihtiyaçlarına adil ve eşit şekilde ulaşabilmesi için çalışmalar yürüten ve kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşu olan **Temel İhtiyaç Derneği (TİDER)** ile 11 yıldır iş birliği gerçekleştirmekteyiz. CarrefourSA, TİDER iş birliği kapsamında oluşturulan Destek Market'e 2022 yılında 46 ton ürün tedarik ederek bu ürünlerin ihtiyaç sahibi 22 bin kişiye ulaşmasını sağlamıştır.
- **HayKonfed** iş birliğiyle devam eden "Dost Hareketi" projesi çerçevesinde yenilebilir CarrefourSA, 2015 yılından beri HayKonfed iş birliğiyle sürdürdüğü "Dost Hareketi" projesi kapsamında Türkiye'nin dört bir yanındaki yenilebilir tüketim fazlası ürünleri,

HayKonfed gönüllüleri aracılığı ile sokak hayvanlarına ulaştırmaktadır. Böylece hem yiyeceklerin imha edilmesi engellenmekte hem de sokaktaki hayvanların beslenmesi sağlanmaktadır.

- Mağazalarda toplayarak geri dönüşüme yolladığımız atık piller karşılığında **AÇEV** tarafından ihtiyaç sahibi çocukları, çocuk kitapları ve öğrenmeyi destekleyici materyallerle buluşturmayı hedefleyen "Okuyan Bir Gelecek" kampanyasına kitap bağışında bulunmak üzere anlaşma imzalandı.
- CarrefourSA, Türkiye'de naylon poşet yasağı ile birlikte marketlerinde müşterilerine sunduğu geri dönüşümlü bez çantalarından elde ettiği gelirle Darüşşafaka, TİDER, HayKonFed'e destek olmaktadır.
- Sorumlu tüketim anlayışı doğrultusunda müşterilerimizle birlikte çevreyi ve su kaynaklarını korumak için mağazalarda gönüllü olarak müşterilerimizden bitkisel atık yağ toplamaktayız. Bu kapsamda 2022 yılında toplanan yaklaşık 13 ton atık yağın geri dönüşümünden elde edilen gelir otizm farkındalığını artırmak adına **Tohum Otizm Vakfı**'na bağışlanmıştır.
- **Çocuklar Tasarlasın Projesi** kapsamında Darüşşafaka Cemiyeti ile birlikte imza attığımız çalışmada Darüşşafaka Eğitim Kurumları'nda okuyan öğrencilerin yarattığı desenlerle tasarladığı çantaları

Türkiye genelinde seçili CarrefourSA mağazalarında satışa sunmaktayız. Satışlardan elde edilen tüm gelir Darüşşafaka'ya bağışlanmaktadır. Refah düzeyi yüksek bir toplumun eğitilmiş bireylerle mümkün olacağına inanmaktayız.

- Sabancı Holding'in, iştiraklerindeki gönüllülerin katılımıyla ikinci kez gerçekleştirdiği "**Sabancı Cumhuriyet Seferberliği**" kapsamında CarrefourSA, ÇEVKO Vakfı iş birliğiyle Aydos Ormanları'nda gerçekleştirilen çevre temizliği etkinliğinde bir ton atığı geri dönüşüme kazandırmıştır. Gıda Kurtarma Derneği'yle Dikili ve Gemlik'te gerçekleştirdiğimiz Gıda Kurtarma Hasatlarında ise zeytin bahçelerinde kalan iki ton zeytin ve domates tarlalarında kalan sekiz ton domates Sabancı gönüllüleri tarafından toplanarak toplamda on ton gıda ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmak üzere Gıda Kurtarma Derneği'ne bağışlandı.
- Çalışanlarımız **İstanbul Maratonu'nda** koşarak farklı STK'lar için bağış topladı.
- **Fazla Gıda** iş birliğiyle gerçekleştirdiğimiz webinar'da ise gıda atığı ve israfının önüne geçilmesiyle ilgili bilgiler paylaşıldı.
- 2022'de 1.381.864 TL tutarında **bağış** yapılmıştır.



EKONOMİK DEĞER YARATMAK İÇİN UYGULAMALAR



Yarattığımız ekonomik değerın sürekliliği ve artarak devam edebilmesi için farklı alanlarda çalışmalar gerçekleştirmekteyiz. Bunların başta gelenleri arasında Bayilik Sistemi, E-ticaret Uygulamaları, İşletici Modeli ve Yalın Yönetimi çalışmalarımız gelmektedir.

Bayilik Sistemi

CarrefourSA'nın ekonomik büyüme hedeflerinin desteklemesi amacıyla 2019 yılında Bayilik sistemini devreye aldık. Bunu yaparken Carrefour Grubunun uzun yıllardır tecrübe ettiği ve aldığı başarıları kendini ispatlamış sistemini, ülkemizin dinamiklerine göre geliştirdik. 2022 yılında 200 mağazaya ulaşan bayi ağımıza, 2023 yılında 200 ilave yapmayı hedefliyoruz.

Bayiler	2020	2021	2022
Mağaza	24	72	200

Bayi mağazalarının ciromuzu ve ölçek ekonomisi sayesinde karlılığımızı artırmasını hedeflerken, bayilerimizin de ekonomik beklentilerini karşılaması

gerekmektedir. Bu sebeple kazan-kazan formülüne göre işleyen ve iki tarafın da beklentilerini karşılayan bir iş modeli uygulamaktayız. Bugüne kadar Mini, Süper ve Ekspres market konseptlerinde uyguladığımız sistemi, 2023 yılında da yeni bölgelere genişletmeyi amaçlıyoruz.

Bayilerimizin CarrefourSA'nın imaj ve standartlarına tavizsiz uyum sağlanmasını da hedeflemekteyiz. Bunu gerçekleştirmek için, özellikle insan kaynakları konularında eğitimler, lojistik, pazarlama, reklam ve sosyal medya dahil birçok konuda bayilerimize destekte bulunuyoruz. Ayrıca hijyen, kalite, gıda güvenliği ile iş sağlığı ve güvenliği konularında protokoller ve denetimler yapmaktayız. Bayilerimizin çalışanlarına karşı olan temel yükümlülüklerini sözleşmelerimize dahil ediyoruz. Sistemin doğru çalışmasını garanti altına almak için bayilerimizle sürekli görüşüyor, karlılıklarını takip ediyor ve memnuniyet anketleri düzenliyoruz. 2022 yılında siparişlerin, cari hesapların ve ödemeleri çevrimiçi takiplerinin yapılabilmesi için web tabanlı bir portal hayata geçirilmiş olup 2023 yılında da ERP sistem

değişikliği ile daha verimli bir sisteme geçiş yapmak üzere planlama ve takvimler hazırlanmıştır.

E-Ticaret Uygulamaları

CarrefourSA olarak e-ticaret operasyonlarımız 2005 yılında başlatılmış, özellikle 2018 yılından itibaren yürütülen çalışmalarla büyük ivme kazanmıştır. 2022 sonu itibarıyla carrefoursa.com 20 ilde 59 mağaza ve 307 çalışanla hizmet vermektedir. Geniş ürün portföyümüz ve market alışverişinde önemli yer tutan "Taze Gıda" kategorisindeki ürün çeşidimiz, kalitemiz ve markamızın gücüyle birleşince e-ticaret satış hacmimiz tüm CarrefourSA satışları içinde de önemli bir yer teşkil etmeye başlamış durumdadır. Operasyonel süreçlerde verimliliğimizi en üst seviyeye çıkararak farklı projelerle e-ticaretin yarattığı "Karbon Ayak İzini" her geçen gün daha da azaltmayı hedefliyoruz.

İşletici Modeli

İşletici Modeli daha çok uzmanlığımız olmayan bazı konularda ve tedarikçi, lojistik gibi imkanların kısıtlı olduğu il ve bölgelerde bazı ürün reyonlarımızı bir başka tüzel kişiye devretmemize yönelik olarak geliştirdiğimiz bir modeldir. İlgili lokasyonlarımızda kuruyemiş, kasap, taze sebze/meyve ve unlu mamuller gibi ürünleri bu şekilde yönetmekteyiz. Uzmanlıklarından yararlanırken yerel girişimleri de destekleme fırsatı bulduğumuz bu model sayesinde 2022 sonu itibarıyla 696 mağazamızda 221 farklı işletici firma ile iş birliği yapmış durumdayız. Bu firmalar birden farklı mağazada bulunuyor olabileceği gibi bir mağazada farklı iş dalında birden fazla işletici de bulunabilmektedir.

Yalın Yönetimi

Yalın Yönetimi, operasyonel süreçlerde her türlü israfı ve kaybı önlemek, akışı hızlandırmak, müşteri istek ve beklentilerine uygun olarak değer tanımını sürekli iyileştirmek ve geliştirmek amacıyla sahip bir yaklaşımdır. Özellikle çalışanlarımızın katma değer yaratmayan süreçleri tespit etmesini ve verimliliğe katkısını desteklemek için CarrefourSA'da Yalın Yönetim uygulamalarını yaygınlaştırmaya çalışmaktayız. Böylelikle sürdürülebilir karlılığa da doğrudan katkıda bulunuyoruz.

CarrefourSA mağazacılık anlayışına ve ulaşılmak istenilen

'Yalın Mağaza' anlayışına uygun bir model geliştirmek için, kendimize uygun yalın yönetim kavramlarını tanımladık ve iç kaynaklarımızla uyumlu hale getirdik. Her bölgemizde, mağaza müdürlerimizden oluşan Yalın Kaptanları belirledik ve 2022 yılında 8.309 çalışanımıza eğitim vererek 700 mağazamızda uygulamaları başlattık. Bu uygulamaları aşağıdaki 5 araç sayesinde gerçekleştirdik:

- **5S (ayıkla, düzenle, temizle, standart hale getir, kontrol et):** Mağazanın tüm alanında uygulanan, tanımsız (o alana ait olmayan) malzemelerin çalışma ortamından uzaklaştırılmasını, ortamın, tanımlı malzemelerin düzeninin ve temizliğinin kolaylaşmasını sağlayan bir yalın yaklaşımdır. 5S sayesinde malzeme takibi kolaylaşmakta ve alanın verimli kullanımı sağlanmaktadır.
- **Standart İş Talimatları:** Yapılacak her iş için oluşturulan, bir işin nasıl yapılacağını açıklayan ve tüm mağazalarda işin aynı şekilde yapılmasını amaçlayan iş yapış kılavuzlarıdır.
- **Doğru İletişim, Bilgi Paylaşımı, Toplantı Sistematiği:** Tüm takip ve bilgilendirmelerin belirli bir düzene ve sisteme göre tüm kademelerde uygulanmasını ve paylaşılmasını sağlamaktadır. Bu uygulama ile mağaza içi iletişimin güçlendirilmesi hedeflenmektedir.
- **Akıllı Hedefler, Takip Edilen KPI'lar:** KPI takibi mağazalarımızın performansını ölçmek ve iyileştirmek için kritik bir araçtır. KPI'ların belirlenmesi, takibi ve analizi, mağazaların hedeflerine ulaşması ve iş süreçlerindeki zayıflıklarını ele alarak daha etkili ve verimli hale getirmesi için önemlidir. Önerisel satış, satış/FTE (tam zamanlı çalışan), taze gıda kayıp, NPS (net tavsiye skoru) ve SGS (stok gün sayısı) belirlenen KPI'lardandır.





- **Kaizen:** Sürekli gelişmeyi ve iyileşmeyi ifade eden yalın yönetim yaklaşımıdır. Düzenli olarak problem listesi, çalışan önerileri, fikirleri ve müşteri geri bildirimleri kaizen önerileri olarak toplanır ve iyileştirme çalışmaları ya da projeleri olarak takip edilirler.

2022 yılında:

- 59 oturum çevrimiçi eğitim, 213 oturum sınıf içi eğitim, 84 mağazada uygulamalı eğitim olarak 8.309 çalışana yalın eğitimi verildi.
- 700 mağazada 1.858 değerlendirme yapıldı:
 - 377 mağazada uygulama başarı sınırının (80 puan ve üzeri) üzerine taşındı.
 - 300 mağazada uygulama gelişim düzeyinde gerçekleşti. (60-79 puan aralığı)
 - 23 mağazada uygulama gelişim düzeyinin altında gerçekleşti. (60 puan altı)
 - 2021 yılında 512 değerlendirmenin ortalaması 68 puanken 2022 yılında bu rakam 1.858 değerlendirme için 80'e yükseldi.
- İyileştirme projelerine ağırlık verildi:
 - Tek Pos Çalışması,
 - Standart iş talimatları ve süreçlerde iyileştirmeler,
 - Mağaza sabah açılışı ön hazırlık süresinde standartlaşma,
 - Fiyat etiket uygulamalarının iyileştirilmesi,

- Mağaza depolarında iyileştirme çalışmaları,
- C-Mobil bölge müdürü kontrol formu,
- C-Mobil satış grup müdürü ziyaret kontrol formu,
- C-Mobil mağaza müdürü günlük, haftalık, aylık kontrol noktaları,
- Çalışan öneri sistemi uygulaması,
- Son Tüketim Tarihi takip raporu,
- Mağaza kokpit uygulaması.

2023 yılı hedeflerimiz:

- Verinin kullanılabilir hale gelmesi,
- Mağazalarda yapılan değerlendirmelerin sonuçlarının görünür hale getirilmesi,
- Hedeflerde ve sonuçlarda tek düzlem oluşturulması, bunların yayınlanmasında ve kullanımında tek bir şablon olması,
- Yalın lider geliştirme programlarının oluşturulması,
- Mal kabul süreçlerinin iyileştirilmesi (manuel sayımların dijitale aktarılması),
- Muhasebe süreçlerinin iyileştirilmesi (avans teslim tutanağının dijitalleştirilmesi),
- Mağaza çalışma programlarının dijitalleştirilmesi (esnek çalışma programı ile mağaza çalışanlarının görev atamaları ve süreleri otomatize edilecek, manuel işlem azaltılacaktır).

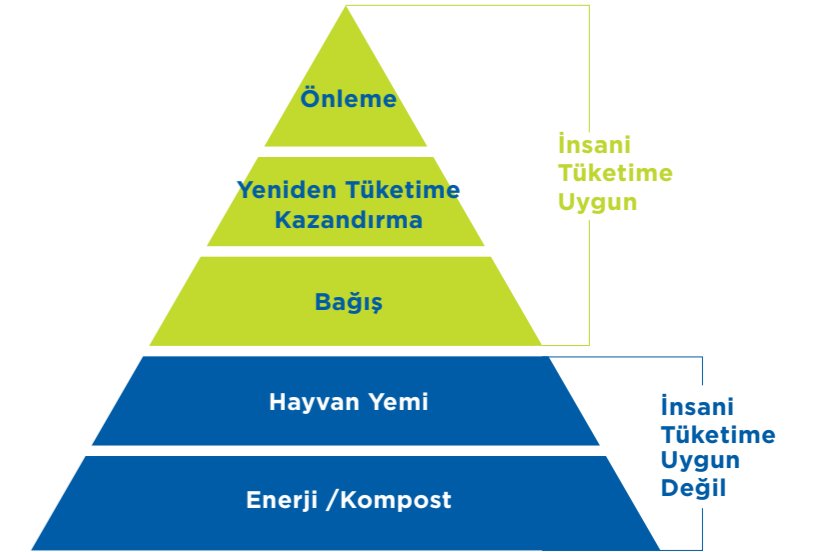
GIDA ATIĞI

GIDA ATIĞI YAKLAŞIMIMIZ ³⁻³

Gıda zincirinde oluşan gıda atıklarının ekonomik değeri doğrudan etki alanımızdadır. Gıda atıklarını minimize etmek için doğru stok yönetimi prensibiyle hareket etmekte, oluşan gıda atıklarını yeniden üretime kazandırmayı, böylelikle ekonomik kaybın da önüne geçmeyi hedeflemekteyiz. Tüketime uygun gıda atıklarını bağışlayarak sosyal çevremize destek olmakta, bu kapsamda paydaşlarımızla çalışarak ihtiyaç sahiplerine ulaşmasını sağlamaktayız.

Gıda atığı yönetimi konusunda başlangıç noktamızı kendi çalışanlarımızdan başlayarak, tedarikçi ve müşterilerimizi bilinçlendirmek oluşturmaktadır. Müşterilerimize israfı önleyici tüketim alışkanlıklarını benimseterek, tüketim alışkanlıklarında uzun soluklu değişimi amaçlıyoruz.

Gıda Atığı Yaklaşım Piramidi



Gıda Atıkları	2020	2021	2022
Gıda Atığı (ton)	6.116	7.952	15.062
Ciro Kaybı (m TL)	80,9	105,0	200,5
Ciroya Oranı (%)	1,0	1,1	1,0

GIDA ATIĞINI YÖNETMEK İÇİN PROGRAMLARIMIZ

Gıdanı Koru Kampanyası

2020 yılında azaltılması amacıyla T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı koordinasyonu ve FAO (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü) iş birliğinde 'Gıdanı Koru-Sofrana Sahip Çık' kampanyası başlatılmıştır. Kampanyanın amacı gıda kaybı ve israfını azaltmaya yönelik ulusal stratejiler ve eylemler geliştirmesidir.

İçeriği öncelikli konularımızdan olduğu için bu kampanyaya destek vermekteyiz. Bu amaçla, ilk olarak kampanyayı tüm çalışanlarımızla paylaştık ve farkındalık yaratmayı hedefledik. 2021 yılı Haziran ayında Manisa İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'nün düzenlediği 'Gıdanı Koru Mutfağı' etkinliğine, Carrefour markalı ürünler ile sponsor olduk. '**Arta Kalanı Değerlendir**' adı altında yaptığımız projemizde

israfı engellemeye yönelik olgun meyve veya sebzelerden tariflere Lezzet Arası restoranlarımızda yer verdik. İletişim kısmında ise müşterilerimizle olgun muzdan dondurma tarifi, arta kalan sebzelerden çorba tarifi, arta kalan meyve kabuklarından kış çayı tarifi gibi pratik tarifler paylaştık.

Gıdaları doğru saklama koşulları, nasıl daha uzun süre taze tutulacağı ile ilgili bilgilendirmeye yönelik içerikler hazırladık. Gıdanı Koru logosuna yer vererek doğru saklama koşulları ve 'mutfağa ilk giren ilk çıkar' gibi gıda güvenliğine değinerek tüketicilere israfı engellemeye yönelik iletişimler yapmayı planlamaktayız.



Gıdaları doğru saklama koşulları, nasıl daha uzun süre taze tutulacağı ile ilgili bilgilendirmeye yönelik içerikler hazırladık. Gıdanı Korumaya yer vererek doğru saklama koşulları ve 'mutfağa ilk giren ilk çıkar' gibi gıda güvenliğine değinerek tüketicilere israfı engellemeye yönelik iletişimler yapmayı planlamaktayız.

Görüntüsüne Aldanmayın Tadına Şans Verin

'Görüntüsüne Aldanmayın Tadına Şans Verin' sloganının arka planında olgun ve şekli bozuk gıdaların değerlendirilmesi amacıyla bir kampanya oluşturduk. Bu meyve ve sebzelerin atık olmaması amacıyla başlattığımız çalışmada bu ürünleri daha hesaplı olarak satışa sunmaya başladık. Meyve ve sebze reyonlarında satış vasfını yitirmiş ürünlerin içinde insan tüketimine uygun ancak şekli bozuk, rengi değişmiş, hafif ezilmiş, dış kabuğu zedelenmiş vb. ürünler seçilir ve tekrar satış için sınıflandırılmaktadır.

2022 Ocak ayı itibarıyla başladığımız projede ilk senenin sonunda, 144 mağazamızda uygulamaya geçerek 107 ton gıdayı atıktan kurtardık.

Toplam meyve-sebze reyonu atık miktarına bakıldığında yaklaşık %5 geri dönüşüm sağlandı.

10x20x30 Projesi

World Resources Institute (WRI)'in 10x20x30 Projesi ile 2030'a kadar gıda kayıplarını ve atıkları yarıya indirmek için taahhütte bulunarak projeye tedarikçilerimizle birlikte katıldık. Amacımız "Hedefle-Ölç-Eyleme Geç" yaklaşımı ile kendi tedarikçilerimizin 20 tanesi ile bir araya gelmek ve gıda kaybını ve atığını 2030'a kadar yarıya indirmek. Burada müşterilerimizde olduğu gibi tedarikçilerimizde de "Tüm zincir" yaklaşımında katalizör rolü oynayarak gıda kaybının ve atığının azaltılmasını desteklemeyi amaçlıyoruz.

Bu taahhüdün hayata geçebilmesi için en başta aldığımız aksiyonlardan biri çalışan eğitimleri ve çalışanların bilinçlenmesi ile gıda atıklarının yerinde, üretimde veya mağazada yönetilmesini mümkün kılmak. Bunun yanında tespit ettiğimiz sorunlu süreçlerin yeniden tasarlanmasına imkân verecek teknoloji ve yenilikler konusunda farklı firmalarla iş birliği içerisindeyiz.

Gıda Bağışı

Mağazalarımızda satış fazlası gıda ve gıda dışı ürünleri FAZLA ve Gıda Kurtarma Derneği ile ihtiyaç sahiplerine ulaştırıyoruz. Gıda kayıplarının doğru analiz edilmesi, kategorilendirilmesi, atık olmadan değerlendirilmesi için Fazla ve Gıda Kurtarma Derneği ile iş birliği halindeyiz. Bu kapsamda gıda bankacılığı aracılığıyla tüketime uygun kayıpları yeniden değerlendirerek ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmasını sağlıyoruz. Reyonda bekleme süresi dolmuş ama insani tüketime uygun ürünleri topluma kazandırıyoruz.

2022 yılında 5.000'in üzerinde bağış sayımızla gıda bankalarına ulaştık ve 250 tondan fazla gıdayı ve gıda dışı ürünü kurtardık. Hazır paketli gıda, şarküteri, temizlik ve hijyen malzemeleri, bakliyat, temel gıda, kozmetik gibi birçok reyonda bağış yapmaktayız.

Gıda Atıkları	Atık Miktarı (ton)	Gıda Bağışı	Atığın Bağışa Dönme oranı (%)
Toplam (2022)	67.537	3.674	5,4

Fazla İyi

Üzerinde çalışmakta olduğumuz projelerimizden biri olan 'Fazla İyi' uygulamasıyla mağazalarda gün sonunda tezgâhta kalan pasta ekmek grubu ürünlerinin (simit, poğaça, kruvasan gibi), son tüketim tarihi yaklaşan taze gıda ürünlerinin, tüketime uygun taze meyve-sebzeler ve şarküteri grubu ürünlerinin bir kutu içinde bir araya getirilerek indirimli olacak şekilde müşteriye satılmasını sağlayacağız. Bu uygulama 'To Good To Go' adıyla tüm dünyada çok yaygın olarak da kullanılmaktadır ve gıda israfı konusunda gerçek bir etki yaratmak için yapılmış inovatif çalışmalardan biridir. Biz de bu sayede hala tüketime uygun gıdaları kayıp olmaktan kurtararak, müşterilerimize daha uygun satın alma seçenekleri de sunmuş olacağız.

İŞ ETİĞİ ^{2-23, 2-24}

İŞ ETİĞİ YAKLAŞIMIMIZ ³⁻³

Çalışanlarımız ve iş ilişkisi kurduğumuz tüm paydaşlarla karşılıklı olarak sorumluluklarımızın çerçevesini Sabancı İş Etiği Kuralları ile belirliyoruz. Doğruluk ve dürüstlük prensiplerine dayanan kurallarımız, tüm karar ve faaliyetlerimizde rehber görevi üstlenmektedir. Kanunun ve düzenlemelerin ötesinde, İnsan Hakları Evrensel Beyanname ve Uluslararası Çalışma Örgütü'nün Temel Sözleşmeleri ile uyumlu olarak geliştirdiğimiz bu yaklaşımımız, Yönetim Kurulu üyelerimiz ve yöneticilerimiz dahil tüm çalışanlarımız için bağlayıcıdır. Ayrıca paydaşlarımızın da bu ilkelere uyumlu hareket etmelerini beklemekteyiz.

ETİK KURAL VE UYGULAMALARIMIZ ^{2-25, 2-26}

İş Etiği Kurallarımıza tüm paydaşlarımız internet sitemiz üzerinden erişilebilmektedir (<https://kurumsal.carrefoursa.com/tr/hakkimizda/politikalarimiz/is-etigi-kurallari>). Bu konu, Şirket kültürümüzün temelinde yer aldığı için tüm çalışanlarımıza daha işe başlarken İş Etiği eğitimi vermekteyiz, ayrıca kendilerinden 'Sabancı İş Etiği Bildirgesi Beyanını' imzalamalarını talep ediyoruz. İş Etiği konusunda çalışanlarımızın bilgi seviyesinin güncel kalmasına yardımcı olmak amacıyla kendilerine her yıl İnsan Hakları, Rüşvet ve Yolsuzlukla Mücadele gibi konuların da dahil olduğu eğitimler vermekteyiz.

Etik Eğitimleri	2020	2021	2022
Eğitim Saati	602	502	867
Tamamlanma Oranı (Tamamlanma/Atanma) (%)	63	61	56

Etik konularla ilgili çalışanlarımızın, gizlilik konusunda endişe duymadan kaygılarını ve sorunlarını iletebilmelerini sağlamak amacıyla kendilerine farklı olanaklar sunmaktayız. Bunlar için aşağıdaki kanallarımız bulunmaktadır:

- Etik Hat (0216 577 14 90),
- Etik E-Mail (etik@carrefoursa.com),
- Posta (CarrefourSA Genel Merkezi İç Denetim Başkanlığına)
- C-Mobil (CarrefourSA çalışanlarına özel uygulama)
- Sabancı Holding Etik Bildirim (0212 385 85 85),
- Müşteri Hizmetleri (444 10 00)
- Sabancı Etik E-Mail (etik@sabanci.com)
- Doğrudan Çalışan Beyanı (İç Denetim Başkanlığı ve İnsan Kaynakları Genel Müdürlüğüne)

Etik konulardaki bildirimlerin yarısından çoğu Etik Hattımız üzerinden yapılmaktadır. Bildirimleri titizlikle analiz etmekte, etik ihlal içerdiğine karar verdiğimiz konular içinse inceleme başlatılmaktadır. Etik konusunda taviz vermeyen duruşumuzu tüm paydaşlarımıza şeffaf bir şekilde gösterebilmek için ilgili rakamlarımızı da bu raporda paylaşıyoruz. Başvurular ve genel kontroller sonucu 2020 yılında etik konularda 691, 2021'de 1.036, 2022'de ise 1.030 inceleme başlatılmış, etik ihlal olma olasılığı bulunanlarla ilgili detaylı araştırmalar yapılmıştır.

İncelemeler sonucunda herhangi bir ihlal saptadığımızda, iş akdinin feshedilmesine varabilecek disiplin cezaları vermekteyiz. İhbar sonuçları ve incelemelerimiz aşağıdaki şekilde sonuçlanmıştır:

Aksiyon	2020	2021	2022
Etik Başvurular + Merkezden Başlatılan İncelemeler	691	1.036	1.030
Başlatılan Etik Araştırma Adedi	231	462	205
Verilen Disiplin Cezası Adedi	863	1.012	934
İş Akdi Sonlandırılan Çalışan Sayısı	149	174	131

RÜŞVET VE YOLSUZLUKLA MÜCADELE 205-1, 205-2

Rüşvet ve yolsuzluğa hiçbir koşulda müsamaha göstermemekteyiz. Sabancı Holding Rüşvet ve Yolsuzlukla Mücadele Politikası kapsamında tüm Şirket yöneticilerimizin ve çalışanlarımızın uyması gereken görev ve sorumluluklar belirlenmiş ve İnternet

sitemizde şeffaf bir şekilde tüm paydaşlarımıza sunulmuş durumdadır. (<https://kurumsal.carrefoursa.com/tr/hakimizda/politikalarimiz/rusvet-ve-yolsuzlukla-mucadele-politikasi>)

Her yıl tüm yönetici ve çalışanlarımıza verdiğimiz etik eğitimlerin kapsamına Rüşvet ve Yolsuzlukla Mücadele Politikasındaki konular da dahildir. Eğitimlerin tamamlanma durumları her yıl Sabancı Etik Kurulu tarafından Holding üst yönetimine de raporlanmaktadır.

Çalışanlarımız, rüşvet ve yolsuzlukla ilgili ihlal durumlarını, etik kanallarımız vasıtasıyla iletebilmektedir. İç Denetim Departmanımız tüm bildirimleri gizlilik ilkesi doğrultusunda dikkatle incelemek ve en kısa sürede çözüme kavuşturmakla yükümlüdür.

Rüşvet ve Yolsuzlukla Mücadele Politikamız, Şirket yöneticileri ve çalışanlarımız başta olmak üzere ilgili tüm paydaşlar için bağlayıcıdır. Ayrıca kamu otoriteleri ile koordinasyon halinde kara listeye alınmış kişiler ve şirketleri takip ediyor, herhangi bir nedenle sakıncalı veya riskli görülen, Şirket kültürümüze aykırı davranışlar sergileyen ve süreçlerimize uyumsuz davranmak konusunda ısrar edenlerle iş ilişkimizi sonlandırmaya varabilecek şekilde tedbirler alıyoruz. Sadece rüşvet ve yolsuzluk ihlali yapan kişi ve kurumlara değil, aynı zamanda aykırı davranışa sevk ve teşvik eden, yönlendiren, bu davranışı onaylayan veya davranış hakkında bilgisi olduğu halde buna göz yumarak gerekli bildirim yapmayan kişilere de yaptırım uygulamaktayız.

Rüşvet ve yolsuzlukla ilgili riskler, sektörümüzde özellikle satın alma işlemleri, kasa işlemleri, sadakat kart, ürün hırsızlığı, envanter/stok, kasa hırsızlığı, toptan satış ve genel gider konularında yüksek olarak değerlendirilmektedir. Bu amaçla düzenli denetimler ve senaryolar kapsamında mağaza ve genel müdürlük riskli süreçlerini düzenli olarak kontrol etmekteyiz.

İNSAN HAKLARI 2-23, 2-24

İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi ile de uyumlu olan Etik Kurallarımız doğrultusunda İnsan Haklarına tüm karar ve faaliyetlerimizde, her koşulda saygı gösteririz ve tüm paydaşlarımızın da aynı şekilde davranmasını bekleriz.



Her ne kadar Etik Kurallarımız doğrultusunda İnsan Haklarına yönelik konular kendi operasyonlarımız için bir teminat teşkil etse de, bununla yetinmeyip çalışanlarımıza eğitimler vermekte, sözleşmelerimize ilgili maddeleri dahil etmekte, tedarikçi ve bayilerimizde denetimler de yapmaktayız.

Çalışanlarımızın Toplu Sözleşme Hakkı 2-30

Şirketimizi rekabet edebilir işgücü maliyeti seviyesine taşıyacak ve çalışma barışının devamlılığını sağlayacak bir Toplu İş Sözleşmesi yaparak çevre, toplumsal cinsiyet eşitliği, engelliler için çalışma koşulları ve adil çalışma ortamının yaratılmasına yönelik konularda sendika ve CarrefourSA'nın sorumluluklarını belirlemekteyiz. Toplu sözleşmede çalışanlarımızın prim/ikramiyeleri, eğitim, evlilik, doğum ve vefat yardımları gibi konular yazılı olarak ayrıca teminat altına da alınmıştır. Toplu sözleşme hakkında yararlanan çalışanlarımızın oranı %69'dur.

Toplu Sözleşme Kapsamındaki Çalışanlarımız	2020	2021	2022
Çalışanlarımızın %si	69	69	69

Yatırım Sözleşmelerimizde İnsan Hakları

Yeni açılış, tadilat gibi tüm yatırım çalışmalarımızın hazırlık, sözleşme ve anlaşma aşamalarında çalışma koşulları, çalışanların iş güvenliği, müşteri güvenliği ve müşteri hakları, çalışanların maddi ve sosyal güvenceleri ile ilgili maddeler bulunmaktadır. Ayrıca doğrudan malzeme satın alma işleri dışında, insan – iş

unsurunun bulunduğu her sözleşmede çalışanlarını haklarını belirli maddelerle korumaktayız.

2022'deki 50 yeni mağaza açılışı ve farklı kapsamlarda tadilat işi için yapılan 8 ana sözleşmenin tamamında OSHA (Occupational Safety and Health Administration – İş Güvenliği ve Sağlığı İdaresi) standartları ile iş ve işçi sağlığı ve güvenliği yönetmeliği sözleşmelere tüm esaslarıyla entegre edilmiştir. Örneğin, yüklenicinin:

- Çalışmalara başlamadan önce saha çalışanlarına gerekli işbaşı eğitimlerini vererek, güvenli çalışma ortamı sağlanması için bilgilendirmeler yapması,
- Sözleşme konusu İş ile ilgili olan İş Güvenliği ve Çevre Risk Analizlerini yaparak İşverene raporlaması ve risklerle ilgili saha çalışanlarını bilgilendirmesi,
- İş'in ifası aşamasında tüm saha çalışanlarını denetleyerek, güvenlik eksiklerinin giderilmesi için gerekli raporlamaları yapması
- Hiçbir ihtara ve ikaza gerek kalmaksızın lüzumlu her türlü emniyet tedbirlerini zamanında alması ve kazalardan korunma usul ve çarelerini işçilerine öğretmesi sözleşmelerimizde zorunlu kılınmaktadır.

Operasyonlarımızın Sosyal, Çevresel ve İSG Açısından Etki Değerlendirmeleri

Mağaza açılışları ve tadilat uygulamalarında, yapılan işin sosyal ve çevresel etkilerini makro ve mikro ölçekte ele almaktayız. ⁴¹³⁻¹

- Makro ölçekte, mağazamızın açılacağı/tadilatın yapılacağı ilin sosyal ve ekonomik koşulları doğrultusunda ekiplerin niteliği, mağazada yapılacak çalışmanın, uygulanacak tasarımın ana hususları belirlenmektedir. Örneğin, bölgede daha önce çalışmış ekiplerin bulunması ve çalışanların konaklama koşulları, önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Tasarım kriterleri açısından da yoğun nüfuslu şehirlerde, yaya ulaşımı gibi hususlar ön planda yer alırken, yerleşimin daha yatay konumlandırıldığı bölgelerde, otopark koşulları, araçlara yönelik hizmetler ön plana çıkmakta, tasarım buna göre yapılmaktadır.
- Mikro ölçekte ise, mağazanın yeri yakın çevresinin niteliklerini ele almaktayız. Bulunulan alanın, çalışmalardan görsel ve fiziksel olarak ne oranda etkileneceğini (mal alımlarının nasıl yapılacağı, çalışmaların hangi saatler aralığında yapılacağı, yakın komşulardan alınacak müsaadeler vs.) değerlendirmekte ve tüm iş programını buna göre belirlemekteyiz.

Operasyonlarımızın potansiyel olarak yakın çevreye negatif etkisi olabilecek bazı süreçleri de bulunmaktadır. Bunlar içinde sayabileceğimiz riskler mağazalarımızda yapılan inşaat işleri sırasında oluşabilecek malzeme kirliliği, gürültü kirliliği, olağan dışı kalabalık, trafik gibi konuları ⁴¹³⁻² kapsamaktadır. Bu risklere yönelik farklı prosedürler devreye alınmış durumdadır. Örneğin:



- İnşaat atıkları hiçbir şekilde mağaza çevresinde bırakılmaz, günlük olarak belediyenin gösterdiği resmi döküm alanına götürülür, atığın doğru alana gönderildiği firmalarca belgelenir.
- İş başlangıcında, mal alım, sevkiyat konuları için bina, AVM yönetimleri ile yapılan görüşmelerle mutabık kalınan güzergahların kullanılması zorunludur.
- Yine ticari ve bireysel komşular ile mutabık kalınan saatler aralığında çalışma yapılır, hiçbir şekilde farklı sıra dışı saatlerde çalışma yapılamaz.
- Resmî kurumların izni olsa dahi herhangi bir mahalle, çevre, bina sakini şikâyeti söz konusu olduğunda, iş yapış şekli, uygun şekilde değiştirilir, yine şikâyet konusu olan hiçbir imalat, maddi kaybı ne olursa olsun, gerçekleştirilemez.

Bayilerimizde İnsan Hakları

Bayilik sistemi sayesinde CarrefourSA ailesine katılan mağazalarımızda çalışanların temel haklarıyla ilgili konuları sözleşmelerimize dahil ediyoruz. Bu sistemde bayimiz ayrı bir tüzel kişilik olduğu için mağaza çalışanları da doğrudan bayimizin çalışanları olmaktadır. Ancak maaş ve ilgili mevzuattan doğan tüm haklarının ve sigorta primlerinin tam ve zamanında ödenmesi, eğitimler dahil yükümlülüklerinin tam ve zamanında yerine getirilmesini hem yazılı hale getiriyoruz hem de takip ediyoruz.

Tedarik Zincirimizde İnsan Hakları ^{408-1, 409-1, 414-1, 414-2}

İnsan haklarına olan saygımız, iş süreçlerimizin ve tedarik zincirimizin temel bir önceliğidir. Bu yaklaşım, tedarik zincirimizde yer alan tüm paydaşlarımız için geçerli olmakla birlikte, özellikle kendi markamız adına üretim yapan tedarikçilerimizde daha da büyük bir sorumluluk taşır.

Carrefour markasına ait gıda ve gıda dışı ürünlerin üreticileri için sosyal performansı iyileştirmeyi amaçlayan bir yönetim sistemi geliştirdik. Bu sistem, yasal haklar ve uyum, çalışma koşulları, zorla ve zorunlu işçilikle mücadele, ayrımcılığın önlenmesi, çalışanların süreçlere katılımı, iş sağlığı ve güvenliği uygulamalarının geliştirilmesi ve çevresel etkilerin yönetimi gibi konuları içermektedir. 2022 yılında başlattığımız denetimlerle birlikte tedarikçilerimizde adil çalışma koşullarını güvence altına almayı amaçlıyoruz.

Bu çalışmalarımızın temel amacı, tedarik zincirimizdeki her aşamada insan haklarına saygıyı ve sosyal uygunluğu sağlamaktır. Bu şekilde, tedarikçilerimizin çalışanları, toplulukları ve çevreyi koruyarak sürdürülebilir bir gelecek inşa etmesine yardımcı olmayı hedefliyoruz. Tedarikçilerimizin BSCI (Business Social Compliance Initiative - İş Sosyal Uyum İnisiyatifi) ilkelerini benimsemelerini sağlamak için çalışmaktayız. ILO'nun (Uluslararası İşçi Organizasyonu) çalışan standartlarını temel alan ve tedarikçilerin sosyal performanslarının sürekli olarak iyileşmesini teşvik eden bu ilkelerin temel hedefi sürdürülebilir çalışma koşullarını dünya genelinde desteklemektir. Bu ilkeler arasında öncelikli olarak çocuk işçiliği önleme, ayrımcılık yapılmaması, adil ücretlendirme, iş sağlığı ve güvenliği, makul çalışma saatleri, etik iş davranışı, insanlık dışı muamele, borçların iş gücü ile ödenmesinin önlenmesi, çevrenin korunması yer almaktadır. Bu ilkeler için hedeflediğimiz üç ana faaliyet ise tespit etme, denetleme ve iyileştirme olacaktır. Tedarikçilerimizin hukuk kurallarına uymalarını, sosyal performansı artırmak için kısa, orta ve uzun vadeli hedefler belirlemelerini, faaliyetlerden öğrenilenleri düzenli olarak prosedürlerine dahil etmelerini sağlamayı amaçlamaktayız.

APSCA (Association of Professional Social Compliance Auditors - Profesyonel Sosyal Uygunluk Denetçileri Derneği), sosyal uygunluğu; maaşlar/ücretler, işçi hakları, işçi faydaları, cinsiyet, ırk, yaş, dezavantaj, inanç temelli ayrımcılıklar, sağlık ve acil durum planlarında asgari insani değerlerin üstünde standartlar yakalamak olarak tanımlamıştır. Sosyal uygunluk performans değerlendirmesi ise, firmaların kendi işletme çalışanlarının ve tedarik zincirlerinde yer alan işletme çalışanlarının çalışma koşullarını ve sağlanan sosyal haklarını ilgili kanunlar, yönetmelikler, uluslararası sözleşmeler açısından denetlemesi, değerlendirmesi ve raporlamasıdır.

2022 yılında başladığımız sosyal uygunluk denetimlerinden önce, Öz Marka tedarikçilerimizde risk değerlendirme anketi ile önceliklendirme ve sınıflandırma yaptık. Risk değerlendirmede dikkate aldığımız hususlar, firmaların çalışan sayıları, tesis bilgileri, üye oldukları sosyal uygunluk denetim platformları ve bu denetimler için planlanan ve yapılan tüm iyileştirme planlarıdır. Carrefour Grubunun global uygulamalarıyla uyumlu olarak geliştirdiğimiz sosyal denetimlerimize Öz Marka tedarikçilerimiz ile başladık, önümüzdeki yıllarda da diğer tedarikçileri sürece dahil etmeyi planlıyoruz.

PAYDAŞ GÖRÜŞÜ



Özyay Hukuk Bürosu olarak, yaklaşık 70 kişiden oluşan geniş kadromuzla, çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren yerel ve çok uluslu müvekkillerimize ulusal ve uluslararası düzenlemelere uyum kapsamında yüksek kalitede hukuki destek sağlamaktayız. Bu kapsamda ticari bakış açısıyla hareket etmek, süratli aksiyon almak ve müvekkillerimizin ihtiyaçlarını analiz ederek şirket politikalarına en uygun somut çözüm önerilerinde bulunmak birinci önceliğimizdir.

Kurucusu olduğum Özyay Hukuk Bürosu'nun kuruluşundan beri hukuki danışmanlık hizmeti verdiğim CarrefourSA ile iş birliğimiz, geçmiş dönemde CarrefourSA bünyesinde Hukuk Direktörü olarak görev almam sebebiyle uzun yıllara dayanmaktadır.

Faaliyetlerinin temas ettiği çeşitli konularda sağladığımız hukuki destek ve çözüm önerileri ile CarrefourSA'nın sektördeki hızlı gelişimine ve öncülüğüne tanık olmak bizler için mutluluk vericidir. Zaman içerisinde yakaladığımız bu ahengin ve keyifli iş birliğinin daha da artarak devam etmesini dileriz.

Sektörün öncü perakendecilerinden olan ve müşterilerinin ihtiyaç ve beklentilerini en doğru şekilde karşılama amacıyla hareket eden CarrefourSA'nın sürdürülebilirlik çalışmalarının da bir parçası olmaktan memnuniyet duyuyoruz.

CarrefourSA'ya, çevre ve sürdürülebilirlik konusundaki farkındalığın artırılmasına ilişkin çalışmaları için başarılar diliyor, toplumu ve dünyamızı ilgilendiren böyle önemli bir konuda olumsuz etkileri azaltmak adına attığı adımlar için ayrıca teşekkür ediyoruz.

Merter Özyay
Özyay Hukuk Bürosu

DOĞRU İŐ YERİ SORUMLULUĞUMUZ

- › alıŐan Memnuniyeti ve Gelişimi
- › alıŐan Sağlık ve Güvenliği
- › Cinsiyet ve Fırsat EŞitliği



DOĞRU İŞ YERİ SORUMLULUĞUMUZ

İnsan Kaynaklarımıza yönelik stratejimizin amacı, şirketin misyon, vizyon ve temel değerlerine uygun olacak şekilde;

- Nitelikli iş gücünü şirketimize kazandırmak ve yatırım yapmak,
- Çalışanların gelişimine katkı sağlamak,
- Organizasyonu geliştirmek ve güçlendirmek,
- Ücret yönetimi ve ödüllendirme sistemini yönetmek ve
- Çalışanların motivasyonunu ve bağlılığını artırmaktır.

Bu doğrultuda genç yeteneklerimize ayrı bir önem verirken istihdamı artırmayı, çalışan memnuniyetini yüksek seviyelerde tutmayı, sürekli gelişimi teşvik etmek için eğitimler vermeyi ve yapılandırılmış bir performans ve kariyer değerlendirmesi yapmayı hedeflemekteyiz.

Güvenli bir çalışma ortamı oluşturmak için İş Sağlığı ve Güvenliği politikamızı koşullara göre şekillendiriyor, sürekli gelişmesi farklı çalışmalar hayata geçiriyoruz. İSG Kurullarımızı verimli şekilde çalıştırıyor, iş kazası risklerini azaltmak için gerekli önlemleri alıyoruz.

Cinsiyet, din, dil, ırk gibi herhangi bir nedenle ayrımcılık yapılmasına asla izin vermemekteyiz. Gerek çalışanlarımız gerekse çalışma adayları için işe alım süreçleri, kariyer gelişimi ve bireysel gelişim süreçleri, ücretlendirme politikası gibi her türlü işlem ve uygulamada adil davranıyor, fırsat eşitliğini sağlıyoruz

Şirketimizi, çalışanlarımız için En Doğru İşyeri yapmak ve örnek gösterilebilecek uygulamalara imza atmak, öncelikli sorumluluklarımız arasındadır.



ANA PERFORMANS GÖSTERGELERİ		2020	2021	2022
Çalışan Memnuniyeti ve Gelişimi	Çalışan Sayısı	11.032	10.174	10.663
	Belirsiz Süreli Çalışan Oranı (%)	93	94	93
	Tam Zamanlı Çalışan Oranı (%)	99,7	99,9	99,9
	Yeni İşe Alım Oranı (%)	28	30	41
	Sirkülasyon Oranı (%)	24	38	36
	30 Yaş Altı Çalışan Oranı (%)	32	30	29
	Yeni İşe Alımlarda 30 yaş altı çalışan Oranı	68	71	67
	Çalışan Bağlılık Oranı* (%)	-	-	52
	Ortalama Eğitim Saati	7,5	14,1	14,3
	MAYA Programı Mezunu	89	208	18
Çalışan Sağlığı ve Güvenliği	İSG Kurulu Sayısı	39	39	39
	İş Kazası Sayısı	235	312	316
	İş Kazası Oranı	4,51	5,73	4,63
	Vefatla Sonuçlanan Kaza Sayısı	0	0	0
	Ağır Yaralanmayla Sonuçlanan Kaza Sayısı	0	0	0
Cinsiyet ve Fırsat Eşitliği	Mesleki Hastalık Oranı	0	0	0
	Kadın Çalışan Oranı (%)	35	37	39
	Kadın Yönetici Oranı (%)	29	26	27
	Kadın Yönetim Kurulu Üyesi Oranı (%)	8	17	17
	Terfilerde Kadın Oranı (%)	27	40	43
	Yeni İşe Alımlarda Kadın Oranı (%)	39	46	51
	Sirkülasyonda Kadın Oranı (%)	40	40	47
	Kadın Çalışan Maaş Oranı (%)	97	96	96
	Yatırımcı ve Yöneticisi Kadın Olan Bayi Sayısı	7	13	25
	Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Eğitimi Tamamlanma Oranı (%)	81	74	80
	Annelik İzni Sonrası İşe Dönüş Oranı	96	80	90
	Babalık İzni Sonrası İşe Dönüş Oranı	100	100	100
	Annelik İzni Dönüşü en az 12 Ay İşte Kalış Oranı	74	85	72
	Babalık İzni Dönüşü en az 12 Ay İşte Kalış Oranı	88	82	89
	Engelli Çalışan Oranı (%)	2,4	2,5	2,6

(*) Beyaz Yaka

ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ VE GELİŞİMİ

ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ VE GELİŞİMİ YAKLAŞIMI ³⁻³

CarrefourSA İnsan Kaynakları stratejileri, Yeni Neslin Sabancı'sı vizyonu doğrultusunda tasarlanmıştır. Bu vizyon, dünyanın içerisinde bulunduğu hızlı değişim koşullarını vurgulamakta ve her geçen gün "yeni" kavramının değiştiği dünya koşullarına Sabancı Topluluğu olarak en hızlı ve iyi şekilde adapte olma hedefini içermektedir. Performans kültürünün güçlendirilmesi, yüksek performans kültürü, çalışma ve operasyonel mükemmeliyet kaslarımızı daha da çok kullanabilme amacını ifade etmektedir. İnsan Kaynakları yönetimi ve uygulamalarımızın hedefi de bu doğrultuda; bireylere bir amaç ve kendini gerçekleştirme imkânı veren, adil, sürekli gelişimi, katılımı, yüksek performansı ve çeşitliliği destekleyen benzersiz bir çalışan deneyimi sağlayarak, CarrefourSA'yı mevcut ve potansiyel çalışanları için "En Çok Tercih Edilen İşveren" yapmaktır.

Yeni Neslin Sabancı'sı Kültürü:

- Müşterilerin ve tüm paydaşların, ihtiyaç ve beklentilerini odağına koyan,
- Farklı görüşlere değer veren ve kararlara geniş çaplı katılımı önemseyen,
- Yenilikçiliğin öncüsü olan,
- Hata yapmaktan korkmayan, bunu bir gelişim fırsatı olarak görüp, öğrenen,
- Uzun vadeli ve sürdürülebilir değer yaratmaya odaklanan bir kültürdür.



İSTİHDAM 2-7

10.000'den fazla kişiye doğrudan istihdam sağlamaktayız. 2023 yılında mevcut mağaza ve açılışlar için 3.000 kişiye ilave istihdam yaratılmasını da hedeflemekteyiz.

Çalışanlarımızın, 2022 sonu itibarıyla

- %76'sı mavi yakalı,
- %93'ü belirsiz süreli,
- %99,9'u tam zamanlı
- %29'u 30 yaş altında,
- %48'i İstanbul'dadır.

Pozisyona Göre Çalışan Sayısı (%)	2020	2021	2022
İcra Kurulu	0,1	0,1	0,1
Grup Müdürü	0,3	0,3	0,3
Müdür	0,9	0,9	1,1
Yönetici	0,8	0,9	0,9
Kıdemli Uzman	0,8	1,0	1,5
Uzman	1,8	2,1	2,1
Uzman Yardımcısı	0,6	0,4	0,3
Mağaza & Depo Müdürü	5,8	5,8	5,9
Mağaza & Depo Yöneticisi	11,7	12,5	11,8
Mavi Yaka	77,2	76,0	76,1
Toplam	11.032	10.174	10.663

Belirli ve Belirsiz Süreli Çalışan Sayısı (%)	2020	2021	2022
Belirli Süreli	7	6	7
Belirsiz Süreli	93	94	93
Toplam	11.032	10.174	10.663

Belirli ve Belirsiz Süreli Çalışanlarımızın Bölgelere Göre Dağılımı

Bölge	2020			2021			2022		
	Toplam	Belirli Süreli	Belirsiz Süreli	Toplam	Belirli Süreli	Belirsiz Süreli	Toplam	Belirli Süreli	Belirsiz Süreli
İstanbul	5.312	%8,3	%91,7	4.989	%5,7	%94,3	5.105	%3,3	%44,5
Ege-Akdeniz	2.995	%5,7	%94,3	3.004	%7,8	%92,2	3.267	%2,2	%28,5
İç Anadolu, Karadeniz, Doğu-Güneydoğu Anadolu	1.719	%5,7	%94,3	1.223	%4,0	%96,0	1.271	%0,5	%11,5
Marmara	1.007	%7,5	%92,5	959	%6,0	%94,0	1.020	%0,5	%9,0
Toplam	11.032	%7,1	%92,9	10.174	%6,2	%93,8	10.663	%6,5	%93,5

Tam ve Yarı Zamanlı Çalışan Sayısı (%)	2020	2021	2022
Yarı Zamanlı	0,3	0,1	0,1
Tam Zamanlı	99,7	99,9	99,9
Toplam	11.032	10.174	10.663

Yaş Grubu ve Pozisyona Göre Çalışan Sayısı

Pozisyon	2020				2021				2022			
	To-plam	30- (%)	30-50 (%)	50+ (%)	To-plam	30- (%)	30-50 (%)	50+ (%)	To-plam	30- (%)	30-50 (%)	50+ (%)
İcra Kurulu	9	0	8	11	8	0	63	38	8	0	63	38
Grup Müdürü	35	0	80	20	32	0	81	19	33	0	85	15
Müdür	97	0	95	5	93	0	92	8	113	0	90	10
Yönetici	85	4	87	9	87	6	88	7	94	3	90	6
Kıdemli Uzman	91	3	92	4	100	6	90	4	159	13	84	3
Uzman	202	22	76	2	213	31	68	1	224	36	63	1
Uzman Yardımcısı	69	48	49	3	42	64	31	5	32	63	34	3
Saha Beyaz Yaka Mağaza - Depo Müdürü	635	5	93	2	591	4	93	3	630	4	93	3
Saha Beyaz Yaka Mağaza - Depo Yöneticisi	1.295	19	80	1	1.273	21	78	1	1.254	18	79	3
Mavi Yaka	8.515	38	58	4	7.736	35	60	5	8.116	33	61	6
Toplam	11.032	32	64	4	10.174	30	65	4	10.663	29	66	5

Yeni İşe Alımlar ve Sirkülasyon 401-1

2022 yılında %41 yeni istihdam yapılmış ve 2021'e göre işe alım sayısında %35'e yakın artış gerçekleşmiştir. İşe alımların %55'i İstanbul dışı illerde yapılmıştır. Sirkülasyon oranı ise 2022'de %36 olmuştur. Ege ve Akdeniz bölgelerinde çıkışların yüksek olması sezonluk veya belirli süreli alınan çalışanlardan kaynaklanmaktadır. Turistik bölgelerdeki sezonluk mağazalarda her yıl yaklaşık 750 kişi istihdam edilmektedir.

Yeni İşe Alım ve Sirkülasyon Oranları (%)	2020	2021	2022
Yeni İşe Alımlar	3.046	3.146	4.256
Yeni İşe Alım Oranı (Ortalama Çalışan Sayısına Göre) - %	28	30	41
Sirkülasyon	2.579	4.045	3.723
Sirkülasyon Oranı (Ortalama Çalışan Sayısına Göre) - %	24	38	36

Yeni İşe Alımların Bölgelere Göre Dağılımı

İşe Alımlar	Toplam	İstanbul (%)	Ege-Akdeniz (%)	Marmara (%)	İç Anadolu Karadeniz Doğu-Güneydoğu Anadolu (%)
2020	3.046	47	34	10	9
2021	3.146	43	42	10	5
2022	4.256	45	39	11	5

Sirkülasyonun Bölgelere Göre Dağılımı

Sirkülasyon	Toplam	İstanbul (%)	Ege-Akdeniz (%)	Marmara (%)	İç Anadolu Karadeniz Doğu-Güneydoğu Anadolu (%)
2020	2.579	47	32	13	9
2021	4.045	40	34	9	16
2022	3.723	47	38	11	4



Genç Yetenekler ⁴⁰¹⁻¹

Saha-MT programı kapsamında değerlendirilen ve mağaza pozisyonlarında yönetici olarak çalışmak üzere 2022 yılında 16 yeni üniversite mezunu göreve başlamıştır. Genel Müdürlük iş birimlerinde "Yeni Neslin Sabancı'sı" vizyonu ve kültürü ışığında şirkete genç yetenekleri katmak için ilki 2019 yılında hayat geçirilen Kariyere Log-In Management Trainee projemiz kapsamında 2022 yılında 13 genç yetenek şirketimize katılmıştır. Seçme değerlendirme süreci devam eden program ile daha da çok genç yeteneğin şirketimize kazandırılması planlanmaktadır. 2022 sonu itibarıyla çalışanlarımızın %73'ü Y jenerasyonundan oluşmaktadır, yaş ortalamamız ise 35,7'dir.

2022 sonu itibarıyla, 30 yaş altı çalışanlarımız

- Toplam işgücümüzün %29'unu,
- Yeni işe alınanların %67'sini,
- Sirkülasyonun %64'ünü oluşturmaktadır.

Jenerasyona Göre Çalışan Sayısı (%)	2020	2021	2022
BB	0,4	0,3	0,2
X	22,2	21,6	20,7
Y	74,8	74,6	73,3
Z	2,5	3,5	5,8

Yeni İşe Alımların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

İşe Alımlar	Toplam	30- (%)	30-50 (%)	50+ (%)
2020	3.046	68	31	1
2021	3.146	71	27	1
2022	4.256	66,6	31,7	1,8

Sirkülasyonun Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Sirkülasyon	Toplam	30- (%)	30-50 (%)	50+ (%)
2020	2.579	64	33	3
2021	4.045	57	40	3
2022	3.723	64	33	3

**ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ**

En önemli paydaşımız olan çalışanlarımızın memnuniyeti ve bağlılığı bizim için öncelikli konular arasında yer almaktadır. Bu amaçla memnuniyet seviyeleri ölçmek ve geliştirmek için farklı uygulamalar yapmaktayız.

Çalışan Memnuniyet Anketi

Bu amaçla çalışanlarımızın bağlılık düzeyini ve uygulamalarımızdan ne ölçüde memnun olduklarını ölçmek, talep ve önerilerini dikkate alarak iş süreçlerini daha verimli hale getirmek ve bağlantılı olarak memnuniyetlerini artırmak için Memnuniyet Anketleri yapmaktayız. Taşeronlarımızın çalışanlarının memnuniyeti ise kendi şirketleri tarafından ölçümlenmektedir.

2022 yılında beyaz yaka çalışanları kapsayan Çalışan Bağlılığı ve Memnuniyeti araştırmasını yaptık. Bağlılık sonucu %52, memnuniyet sonucu ise %89 olarak gerçekleşti.

Anket sonuçlarına göre somut aksiyonlar almakta, iyileştirmeler yapmaktayız. Son yapılan anketlerin değerlendirilmesinden sonra

- Açık pozisyonlar için mevcut çalışanlara imkân sağlanması,
- Mağaza fiziksel koşullarının çalışanlara yönelik geliştirilmesi, ve
- Sonuçları düşük çıkan mağazalara yönelik ilave önlemlerin alınması sağlanmıştır.

Koçluk ve Mentorluk Programları

Genel Müdürlükte kariyerlerine yeni başlayan çalışanlarımızın şirketimize, çalışacakları bölüme daha rahat ve kolay uyum sağlamaları

Çalışan Destek Programı (Avita)

Tüm çalışanlarımıza Avita Destek Programını ücretsiz olarak sunmaktayız. Bu program, çalışanın **ve aynı evi paylaşan aile bireylerinin** yararlanabildiği, kişi üzerinde stres yaratabilecek ve araştırma ihtiyacı hissedebileceği her alanda konusunun uzmanları tarafından 7/24 verilen danışmanlık ve bilgilendirme hizmetidir. Bu hizmet programında Pedagojik, tıbbi ve psikolojik vb. destek imkanları da mevcuttur.

daha tecrübeli çalışanlarımızın rehberliğinde gerçekleştirilmektedir. Deneyimli veya konusunda uzman bir çalışanın (mentor) bilgi ve deneyimini, diğer bir çalışana (danışan / menti) aktardığı ve ona örnek olduğu, kişiye özel öğrenme ve gelişim ilişkisi yürütülmektedir. Ayrıca sahada işbaşı eğitim sürecinde çalışanlarımıza da mentor mağaza yöneticisi atanarak işbaşı eğitiminin etkinliği artırmaktayız.

Diğer Uygulamalarımız

- Çalışanlarımıza, periyodik olarak, kişilerin ilgi alanlarına yönelik önerilerden oluşan mobil hizmetleri kapsayan **CarrefourSA Esenlik Bültenini** ve **CarrefourSA Aylık Bülteni** hazırlamaktayız. CarrefourSA Esenlik Bültenini pandemi başından beri tüm çalışanlarımıza yaklaşık 50 kez e-posta aracılığıyla ilettik. **CarrefourSA Aylık Bülten** içeriği ise bir önceki ay ve ilgili ay içinde yapılan tüm iç iletişim faaliyetleri ve etkinlikleri ile özel günlere dair etkinlik ve workshop önerilerini içermektedir.
- Pandemi geçici olarak kapattığımız **C4Fit Spor salonumuzu** yeniden açtık. Ayrıca her yıl 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nda farkındalık yaratmak için **Sağlıklı Yaşam ve Spor Festivali** düzenlemekteyiz.
- Sağlıklı beslenme sürecinde tercihleri ve uygulamaları doğru yapmayı desteklemek adına **gıda okuryazarlığı eğitimleri** verdik. Etiketlerin önemi, beslenme değerleri, gıda güvenliği gibi konulara değinildi.
- Çalışanlarımızın sağlıklı beslenme konularına olan ilgisini artırmak ve bilinçlendirmek için haftada 2 gün ücretsiz **diyetisyen** desteği vermekteyiz.
- Kızılay **Kan Bağışı** araçları şirketimize getirerek, yılda 2 kez çalışanlarımızın gönüllü olarak kan bağışı yapmasını destekliyoruz.
- Özel günlerde tüm çalışanlarımız adına TOG, AÇEV ve LÖSEV gibi STK ve derneklere **bağışta bulunarak sosyal sorumluluğumuzu** yerine getiriyoruz.
- **Sabancı Cumhuriyet Seferberliği** kapsamında tüm Türkiye'yi ilgilendiren sürdürülebilirlik konularında çalışanlarımızın çoğunluğunun aktif rol aldığı projeler düzenliyoruz.

ÇALIŞANLARA SAĞLANAN HAKLAR

Ücretlendirme ve Diğer Haklar ^{2-19, 2-20, 201-3}

CarrefourSA'daki tüm rollerin iş büyüklükleri; rolün temel sorumluluk seviyesi, organizasyona görece katkısı, rol için gerekli bilgi, beceri, deneyim ve yetkinliklerini dikkate alan objektif bir yöntem kullanılarak değerlendirilmektedir. İş değerlendirme sonucunda tüm rollerin göreceli değerleri belirlenmekte ve bu değerler baz alınarak oluşturulan iş kademesi yapısı, ücret ve yan haklar yönetimine baz oluşturmaktadır. Ücret yönetimi; makroekonomik veriler, piyasada geçerli ücret politikaları, şirketin büyüklüğü, uzun vadeli hedefleri dikkate alınarak oluşturulan ücret politikaları kullanılarak, kişilerin iş büyüklükleri, performansları, şirket içi ve şirket dışı ücret dengesi dikkate alınarak yasal yükümlülükler uygun olarak yapılmaktadır. Ücret yönetiminin ek faydalarla desteklenmesi için "Yan Haklar" ödül yönetiminin önemli bir parçası olarak ele alınmaktadır.

Beyaz Yaka çalışanlarımızın ücretlendirmelerini KornFerry Hay piyasa araştırmaları ışığında ve Sabancı Holding tarafından oluşturulmuş, rekabetçi SAPEER ücret veri tabanına göre yönetmekteyiz. Sürece makro ekonomik veriler, piyasa araştırmaları ve sendikamız dahil ilgili tüm paydaşlarımızın görüşleri de dahil edilmektedir.

Mavi Yaka çalışanlarımız Tez-Koop-İş sendikası ile örgütlenmiş durumdadır. Yapılan üç yıllık sendika sözleşmeleri ile maaş ve yan hakları yönetilmektedir. 2021-23 dönemini kapsayan toplu iş sözleşmemiz 21.05.2021'de imzalanmış durumdadır. Henüz sendikalı olmayan mavi yaka çalışanlarımız ise, sendikalı olana kadar asgari baz ücretle işe başlamakta, deneme süresi sonunda sendikaya üye olup sendikal haklarını kullanmaya başlamaktadır.

Genel yapıda tüm çalışanlarımıza maaş ve primlere ek olarak belirli bir seviye üstüne şirket arabası, servis, eğitim yardımı, doğum veya evlilik gibi özel günlerde sosyal yardım ödemeleri yapılmaktadır. Kısmi zamanlı çalışanlar için hesaplamalar fiili çalışma gün sayısına göre kazancın, aylık toplam tutarının gün sayısına bölünerek hesaplanmakta, geçici çalışanlar içinse maaş dışında sadece yol ücreti ödenmektedir ⁴⁰¹⁻².

Emeklilik Planları kapsamında SGK'ya ek olarak BES kapsamına genel müdür ve genel müdür yardımcılarının aylık ücretinin %3'ü işveren payı olarak ödenir; diğer ünvanlarda işveren katkısı bulunmamaktadır.

ÇALIŞAN GELİŞİMİ

Eğitimler

Gelişen ve değişen dünyada insan kaynağımızın sürdürülebilir başarımızın ardındaki en önemli faktör olduğu bilinciyle çalışanlarımızın gelişimine önem vermekteyiz. Yeni Neslin Sabancı'sı vizyonu doğrultusunda şirketimizin stratejisini destekleyen sürekli gelişim değerimiz ile çalışanlarımızın bilgi, beceri ve yetkinliklerini geliştirerek geleceğe en iyi şekilde hazırlanmalarını sağlayan eğitim ve gelişim faaliyetlerimizi **CarrefourSA Akademi** çatısı altında gerçekleştiriyoruz.

CarrefourSA Akademi genel ve ihtiyaca yönelik olarak ilgili çalışanlarımıza verdiğimiz temel eğitim kategorilerimiz aşağıdaki gibidir.

- Oryantasyon Eğitimleri
- Mesleki ve Teknik Eğitimler
 - Taze Gıda Okulu Eğitimleri
 - Hijyen ve Gıda Güvenliği Eğitimleri
 - Sistem Eğitimleri
 - Ürün Eğitimleri
- Yasal Zorunlu Eğitimler
- Kişisel Gelişim Eğitimleri
 - Yönetici Gelişim Programları
 - Yönetici Yetiştirme Programları
 - Liderlik Programları
 - Yetkinlik Gelişimi Eğitimleri

Yıllık Ortalama Eğitim Saati ⁴⁰⁴⁻¹ - Pozisyona Göre

Pozisyon	2020	2021	2022
İcra Kurulu	-	5,6	0,4
Grup Müdürü	0,8	29,8	35,1
Müdür	0,9	31,9	29,5
Yönetici	1,2	27,8	33,9
Kıdemli Uzman	1,1	13,9	26,0
Uzman	4,5	15,7	20,7
Uzman Yardımcısı	1,6	9,6	32,6
Saha Beyaz Yaka Mağaza - Depo Müdürü	6,4	28,5	27,7
Saha Beyaz Yaka Mağaza - Depo Yönetici	35,3	60,5	43,4
Mavi Yaka	3,5	5,3	7,6
Toplam	7,5	14,1	14,3

CarrefourSA'ya yeni başlayan tüm çalışanlarımızı karma eğitim metodolojisi ile tasarladığımız oryantasyon programı ile karşılamakta, şirketimize ve yeni görevlerine uyumu kolaylaştırabilmek için kendilerine oryantasyon programı süresince yol arkadaşlarının eşlik etmesini sağlamaktayız. Taşeronlarımızın çalışanları ise eğitimlerini kendi şirketlerinden almaktadır.

Yetenek Gelişim Programları 404-2

Yeteneklerin kazanılması, tutulması ve gelişimini sağlamak için çalışanlarımızın ihtiyaçlarına yönelik Yetenek Gelişim programları tasarlayarak aynı zamanda bağlılıklarını da artırmaya yönelik faaliyetler yürütüyoruz. Bu doğrultuda çalışanlarımızın eğitimler ile bilgisini artırırken ek sorumluluklar ve proje katılımları ile gelişim alanlarına yönelik deneyim yaşamasını sağlıyoruz. Bu kapsamda uyguladığımız yönetici yetiştirme programlarımız en az iki ay sürmektedir.

Yönetici ve Liderlik Programlarımız:

- **Mağaza Yönetici Adayı Yetiştirme Programı:** Mağazalarımızda çalışan potansiyeli ve performansı yüksek çalışanlarımızı mağazada yöneticilik pozisyonuna hazırlamak için çalışanlarımıza yönelik yetiştirme programı.
- **Yönetici Yetiştirme Programı (Dış Adaylar):** Perakende deneyimi olan ve şirketimize şirket dışından katılan yöneticilerimize yönelik yetiştirme programı.
- **Yönetici Yetiştirme Programı (Yeni Mezun Adaylar):** Üniversitelerden yeni mezun olmuş ve perakende sektöründe kariyer yapmak isteyen şirketimize yeni katılan yönetici adaylarına yönelik yetiştirme programı.
- **Müdür Yetiştirme Akademisi:** Mağaza Müdürlüğü pozisyonuna terfi eden yöneticilerimize yönelik yetiştirme programı.
- **CarrefourSA Liderlik Akademisi:** Yedekleme planlarımız çerçevesinde gelecekteki üst yönetim pozisyonuna hazırlamak için potansiyeli ve performansı yüksek yöneticilerimize sunduğumuz gelişim programı. Yaklaşık bir yıl süren bu programı Sabancı Üniversitesi - EDU iş birliği ile gerçekleştirmekteyiz; program içerisinde sınıf eğitimleri ile beraber CarrefourSA uygulamaları ve projeleri de yer almaktadır.

Performans ve Kariyer Değerlendirmeleri 404-3

Performans Yönetimi Süreci, çalışanların başarılı iş sonuçlarını, kurum kültürü ve değerlerine uygun davranışlarını ve yüksek performanslarını ortaya çıkarmayı amaçlayan bir süreçtir. Bu doğrultuda tasarlanmış ve yapılandırılmış bir süreç ile çalışanlarımız, şirket hedefleri ile ilişkili bireysel iş hedefleri ve odaklanmak istedikleri yetkinlik gelişim hedefleri üzerinde bir yıl boyunca çalışmakta

ve yıl sonunda yöneticileri ile bu doğrultuda gösterdikleri performansı karşılıklı geri bildirimler ile değerlendirmektedirler.

Tüm beyaz yaka çalışanlarımız her yıl performans değerlendirmesine tabii tutulur. Organizasyonel Başarı Planlama (OBP) kapsamında her yıl ortalama 1.200 çalışanımızın potansiyelleri değerlendirilir ve kariyer yolu çizilir. Beyaz yaka çalışanlarımızın yaklaşık %50'si (Mağaza ve Depo Müdürleri ile Genel Müdürlükteki Uzman ve üzeri pozisyonlar) bu kapsama dahil edilmektedir. Mavi yaka çalışanlarımız içinse performans değerlendirmesi yapılmamaktadır.

Mavi yaka çalışanlarımızda ise işleyişe hâkim, minimum bir yıl CarrefourSA'da bulunan, yöneticilerinin gözlemleri sonucu performansı ve potansiyeli yüksek çalışanlarımız terfi sürecine dahil olabilmektedir. Bu kapsamda iki programımız bulunmaktadır:

- **MAYA Programı:** Mağazalarımızda en az bir yıl çalışan potansiyeli ve performansı yüksek çalışanlarımız terfi sürecine dahil olabilirler. Kişilik envanterleri ve birebir mülakatlarda olumlu olan adaylar MAYA eğitim programına katılmaya hak kazanır. MAYA programına katılan çalışanımız, sınıf eğitimiyle birlikte farklı bir mağazada kendisine atanan Mentor Mağaza Yöneticisi yanında ihtiyaca göre tasarlanmış işbaşı eğitimini alır. İki aylık sınıf ve işbaşı eğitimi sonrası çalışanlarımız Mağaza Müdür Yardımcısı, Reyon Şefi, İdari Şef, Kasa Şefi gibi pozisyonlar için atanabilmektedir.

MAYA Programı	2020	2021	2022
Katılımcı	98	234	93
Mezun	89	208	18
Atama	40	99	61

- **MYA Programı:** Mağazalarımızda en az iki yıl yönetici olarak çalışan, performansı ve potansiyeli yüksek çalışanlarımız Müdür Yerleştirme Akademisi kapsamında terfi sürecine dahil olabilir. Terfi süreci değerlendirme merkezi aşamalarından oluşur. Değerlendirme merkezi uygulaması, iş başında sergilenen davranışların gözlemlenmesi amacıyla pozisyondan beklenen yetkinliklere göre uyarlanmış vaka grup çalışması, sunum ve 'role play' egzersizlerinden oluşur. 2020 yılında 67, 2021 yılında 45, 2022'de ise 145 Müdür Yardımcısı bu programa dahil olmuştur.

ÇALIŞAN SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ**ÇALIŞAN SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ YAKLAŞIMIMIZ** 3-3

CarrefourSA ailesi olarak kaliteli ve güvenli hizmeti gülen yüzümüzle müşterilerimize sunmak için var gücümüzle çalışıyoruz. Bu doğrultuda mutlu çalışan ve güvenli çalışma ortamı oluşturmak için T.C. İş Sağlığı ve Güvenliği politikamızı gelişmelere ve koşullara göre şekillendiriyor, sürekli gelişmesi için aşağıda çalışmalarını uyguluyoruz.

- Tüm çalışanlarımız, tedarikçilerimiz ve müşterilerimiz en öncelikli paydaşlarımızdır.
- İSG ile ilgili yasal mevzuat ve iyi uygulamalara uygun hareket etmeyi taahhüt ediyoruz.
- Temel prensibimiz sağlıklı ve güvenli çalışma ortamı oluşturmaktır.
- İSG sistemi oluşturmak ve performansını sürekli iyileştirmek için yöntemler geliştirip hedefler belirliyoruz.
- İş kazası ve meslek hastalıklarını önlemek için riskleri belirliyor, değerlendiriyor ve azaltmak için tedbirler alıyoruz.
- Güvenli çalışma kültürü oluşması ve farkındalık

sürekliliği için çalışıyoruz.

- Tüm bu konularda örnek bir kuruluş olmak için var gücümüzle çalışıyoruz.

Bu yaklaşımımız 6331 sayılı iş sağlığı ve güvenliği kanunu ve bu kapsamda yayımlanan yönetmeliklere dayanmaktadır ve çalışanlarımızın tamamını kapsamaktadır. 403-1

İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ

Yasal yükümlülüklerimiz gereği 'tehlikeli' işyeri sınıfında olan 10 lojistik depomuzda ve 'az tehlikeli' işyeri sınıfında olan ve 50'den fazla çalışanı olan 28 mağazamızda doğrudan işyeri hekimi ve iş güvenliği uzmanı görevlendiriyoruz. Yine "az tehlikeli" işyeri sınıfında olup 50'den az çalışanı olan 650 işyerimizde ise yetkili Ortak Sağlık Güvenlik Birimi firmalarından yönetmeliğin belirlediği periyotlarda çalışan sayısına göre belirlenmiş sürelerde iş güvenliği uzmanından hizmet alıyoruz.

- 2022 sonu itibarıyla az tehlikeli işyeri sınıfında 50'den fazla çalışanı olan 28 mağazamızda ve



tehlikeli işyeri sınıfında olan 10 lojistik depomuzda İSG Kurulu bulunmaktadır. 50'den az çalışanı olan diğer mağazalarımızın tüm süreçleri Genel Müdürlükten yürütülmektedir.

- Kurullarımızın üyeleri İşyeri Müdürü, İş Güvenliği Uzmanı, İşyeri Hekimi, Müdür Yardımcısı, Çalışan Temsilcisi (Sendika Temsilcisi), Güvenlik Yöneticisi, Bakım Sorumlusu, İnsan Kaynakları Sorumlusu ve Destek Personelinden. Her üye kendi konusunda gündem maddelerini aylık veya üç aylık periyotlarda toplanılan kurula getirerek görüşmeye açmaktadır. Görüşme sonrasında aksiyonlara karar verilmektedir. Tüm çalışanlarımız tespit ettikleri herhangi bir tehlike unsurunu veya riskli durumu çalışan temsilcisine aktararak aksiyon alınmasını sağlamaktadır. ⁴⁰³⁻⁴

Risklerin Yönetimi ⁴⁰³⁻²

İşyerlerimizdeki riskleri değerlendirilirken;

- İşyerinde yürütülen işler, bu işlerin süresi ve sıklığı,
- İşin yürütüldüğü yer,
- İşin kim veya kimler tarafından yürütüldüğü,
- Yürütülen işten etkilenebilecek olanlar,
- Alınmış olan eğitimler,

- İşin yürütümü sırasında kullanılacak makina ve ekipman ile bunların talimatları
- Kaldırılacak veya taşınacak malzemelerle bunların özellikleri,
- Kullanılan kimyasallar ve özellikleri,
- Mevcut korunma önlemleri,
- Daha önce meydana gelmiş olan kaza veya meslek hastalıkları dikkate alınmaktadır.

Yaptığımız risk tespitlerinden sonra öncelikle riskin kaynağında yok edilmesi için çalışmaktayız. Eğer kaynağında yok edilmeyen bir risk ise daha az riskli olanla değiştirilmesini sağlıyoruz. Bunlara ek olarak çalışanlarımıza kişisel koruyucu donanımlar da verilerek riski ortadan kaldırılmaya, mümkün olmaması halinde de kabul edilebilir seviyede tutmaya çalışıyoruz.

Bu kapsamda tüm işyerlerimiz iş güvenliği uzmanları tarafından ziyaret edilmektedir ve tüm teknik alanlar, üretim alanları, depolar, satış alanları, sosyal ve idari alanlar incelenmektedir.

İSG risk yönetimi, işyerlerimizdeki tehlikelerin tanımlanması, değerlendirilmesi ve kontrol edilmesi amacıyla disiplinli bir yaklaşım sağlamaktadır. Bu sayede hem şirketimize hem de çalışanlarımıza güvenli ve sağlıklı bir çalışma ortamı sağlamaktadır.

İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ UYGULAMALARIMIZ

10 depo merkezimizde ve 28 mağazamızda yasal yükümlülüklerimizle uyumlu olarak İş Güvenliği Uzmanı ve İşyeri Hekimi görevlendirmekteyiz. Bu hizmeti Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş kuruluşların uzmanlarından almaktayız. Görevlendirilen bu uzmanlar, ilgili depo veya mağazanın çalışan sayısına göre hesaplanan sürelerde (ayda 4, 6, 8, 16, 24 veya 32 saat) işyerini ziyaret ederek çalışma yapmaktadır. İlgili işyerinin mevzuata göre Risk Değerlendirmesini yapmak, Acil Durum Eylem Planı hazırlamak, çalışanlara İSG eğitimi vermek, saha gözetimi yapmak, İSG kurulu düzenlemek, talimat vb. evrak hazırlamak, işvereni bilgilendirmek, çalışanları dinlemek gibi görevleri bulunmaktadır.

Tüm çalışanlarımız ayrıca 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanununun 13. maddesine göre ciddi ve yakın tehlikeyle karşı karşıya kaldığında farklı iletişim kanalları kullanarak Çalışan Temsilcisine (Sendika Temsilcisi) ve İşyeri Müdürümüze durumun tespit edilmesini ve gerekli tedbirlerin alınmasını talep edebilir. İşyeri Müdürümüz Bölge Müdürümüz ile durumu inceleyip karara bağlar ve çalışanımıza bildirir. Ciddi ve yakın tehlikenin önlenemez olduğu durumlarda ise çalışanımız bu karara uymak zorunda olmaksızın işyerini veya tehlikeli bölgeyi terk ederek belirlenen güvenli yere gidebilir. Çalışanlarımızın bu hareketlerinden dolayı hakları kısıtlanamaz.

Tadilat, yeni mağaza açılışı gibi konularda hizmet aldığımız tedarikçilerimizin İSG kapsamındaki yapması gereken uygulamalar sözleşmelerle garanti altına alınmaktadır. ⁴⁰³⁻⁷

Çalışanlarımızın ve taşeron çalışanlarının tamamına ⁴⁰³⁻⁵ genel İSG Eğitimi doğrudan veya taşeronlarımız vasıtasıyla verilmektedir. Bu eğitim yüz yüze ve sanal ortam olmak üzere iki şekilde verilmektedir.



Ayrıca et işleme, unlu üretim, depolama mal kabul gibi mesleki yeterlilik gerektiren çalışanlarımıza Mesleki İSG Eğitimleri sunulmaktadır. Çalışanlarımız işe başlamadan önce de oryantasyon eğitimleri kapsamında temel İSG bilgilerine sahip olmaktadır.

İş sağlığı hizmetlerimiz ⁴⁰³⁻³ proaktif olarak tüm çalışanlarımızın ve riskin yüksek olduğu depolarımızdaki taşeron çalışanlarının sağlığını korumak ve kaza sonrasında yapılan müdahaleleri kapsamaktadır. Çalışanlarımızın kapsamlı sağlık taraması yapılmaktadır, yasal yükümlülük kapsamında işyeri hekimi bulundurulmakta ve işyeri sağlık birimleri oluşturulmaktadır. Sağlık bilgileri çalışanlarımızın dijital özlük dosyalarında, sadece yetkili kişilerin erişebileceği şekilde saklanmaktadır.

Kullandığımız makine ve ekipmanların çalışanlarımıza ek bir risk teşkil etmeyecek şekilde seçilmesi ve bu şekilde düzenlenmesi için sahadan topladığımız veriler ile koruyuculuğunun artırılması için çalışmalar yapmaktayız.

Yeni işyeri açılışlarımızda riskleri önceden tespit etmek için inşaat sürecini ve inşaat firmalarını denetliyoruz. Denetimler sonrasında tespit edilen uygunsuzlukların düzeltilmesi için ilgili bölümleri bilgilendiriyor ve uygulamaları takip ediyoruz. İşyerlerimizde farkındalığı artırmak ve



çalışanlarımızın bilgilerini güncellemek adına her operasyon için ayrı İSG el kitapları oluşturulmuş ve bu el kitapları kullandığımız mobil uygulama üzerinden dijital ortamda çalışanlar ile paylaşılmıştır. İşyeri yöneticilerimiz içinse İSG Yönetici Rehberi oluşturulmuş ve yine dijital ortamda paylaşılmıştır. Bu rehber sayesinde işyeri yöneticilerimiz hem İSG kuralları hem de mevzuat gereği bulunması zorunlu olan dokümanlar hakkında bilgi sahibi olmaktadır.

Çalışanlarımızın İSG uygulamaları konusunda aklına takılan konularda cevaplara ulaşabilmesi için şirket içi mobil uygulama üzerinden İSG asistanı oluşturulmuştur. 10 farklı konu başlığında 75 adet soru, 397 farklı şekilde sorularak cevaplar hazırlanmış ve çalışanların dijital ortam üzerinden bilgiye hızlı bir şekilde erişimi sağlanmıştır.

İŞ KAZALARI VE MESLEKİ HASTALIKLAR 403-2, 403-9, 403-10

Yapılan tüm risk değerlendirmeleri, eğitimler ve alınan önlemlere rağmen iş kazaları yine de olabilmektedir. Olası bir iş kazası veya meslek hastalığı durumunda işyerimizin müdürü anında tutanak düzenleyerek Genel Müdürlüğümüzdeki

ilgili bölüme durumu iletmektedir. İletilen bilgiler düzenli olarak kaydedilmektedir. Böyle bir durumda yapılması gerekenler veya raporlamayı etkileyecek durumlar ve aksiyonları prosedürlerle belirlenmiştir. Bu sebeple raporlama yapan kişilerin, raporlama yapmaları sebebiyle herhangi bir tepki almalarının da önüne geçilmiş durumdadır, her durum kayıt altına alınabilmektedir. Tüm çalışanlarımız, taşeron çalışanları, müşterilerimiz bu prosedürlerimize dahil edilmiş durumdadır.

Oluşan iş kazalarını ramak kala, basit yaralanmalı, ciddi yaralanmalı, uzuv kayıplı olarak ele almaktayız. Kazaları, belirli formlar yardımıyla kök neden analizi yaparak araştırıyoruz. Bu sayede daha sebepleri belirlerken alınması gereken önlemleri de belirliyoruz. Şirketimizdeki iş kazalarının ana sebepleri kayma düşme, kesilme ve ekipman sıkışmasıdır. Bunları azaltmak için eğitim organizasyonları yapıyor, konuya göre hazırlanmış kısa bilgilendirme animasyonları hazırlatarak çalışanlarımıza ulaştırılıyor ve teknik iyileştirmeler yapıyoruz.

İş Kazaları	2020	2021	2022
Vefatla Sonuçlanan Kaza Sayısı	0	0	0
Ağır Yaralanmayla Sonuçlanan Kaza Sayısı	0	0	0
Gün Kayıplı Kaza Sayısı	141	182	145
Toplam Kaza Sayısı	235	312	316
İş Kazası Oranı (Gün kayıplı kazalar baz alınmaktadır)	4,51	5,73	4,63

İş kazası Oranı = Gün kayıplı iş kazası sayısı / (Toplam çalışan sayısı x 1 yıl x günlük çalışma saati) x 1.000.000 saat

Mesleki Hastalıklar	2020	2021	2022
Vefatla Sonuçlanan Mesleki Hastalık Sayısı	0	0	0
Ağır Yaralanmayla Sonuçlanan Mesleki Hastalık Sayısı	0	0	0
Toplam Mesleki Hastalık Sayısı	0	1	0
Mesleki Hastalık Oranı	0	0	0

İş kazası Oranı = Gün kayıplı mesleki hastalık sayısı / (Toplam çalışan sayısı x 1 yıl x günlük çalışma saati) x 1.000.000 saat

CİNSİYET VE FIRSAT EŞİTLİĞİ

CİNSİYET VE FIRSAT EŞİTLİĞİ YAKLAŞIMIMIZ 3-3

CarrefourSA'da cinsiyet nedeniyle herhangi bir ayrımcılık yapılmasına asla izin vermiyoruz. Gerek çalışanlarımızın gerekse çalışma adayları için işe alım süreçleri, kariyer gelişimi ve bireysel gelişim süreçleri, ücretlendirme politikası gibi her türlü işlem ve uygulamada adil davranıyor, fırsat eşitliğini sağlıyoruz. Bu konudaki yaklaşımımız Etik Kurallarımızda da net bir şekilde belirtilmektedir:

- Sabancı Topluluğu insan kaynakları politika ve uygulamaları; işe alma, terfi-transfer-rotasyon, ücretlendirme, ödüllendirme, sosyal haklar vb. diğer tüm uygulamaların adil olmasını sağlar.
- Kurum içinde çalışanlar arasında dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, inanç, din, mezhep, yaş, fiziksel engel ve benzeri nedenler ile ayrımcılık yapılması kabul edilemez.
- Hiçbir çalışan farklı cinsiyet, din, dil, ırk nedeniyle ayrıcalıklı uygulama talep edemez, kimseye ayrıcalık gösteremez ve özel bir uygulamaya tabi tutulamaz. Cinsiyet, din, dil, ırk gibi farklılıklardan faydalanılarak taviz alma veya verme kabul edilemez.

KADIN ÇALIŞANLARIMIZ İÇİN VERDİĞİMİZ DEĞER 2-7, 401-1, 404-1, 405-1, 405-2

Kalkınmanın temel taşlarından olan toplumsal cinsiyet eşitliği sadece ülkelerin değil, dünya ekonomisinin de iyileştirilmesi için atılması gereken kritik bir adım. Kadın emeğinin, kadının istihdama katkısının ne demek olduğunu iyi bilen bir şirketiz. Bu noktada kadın - erkek dağılım dengesinin şirketimize kattığı değer farkında olarak, kadın istihdamını artırmak için önemli adımlar atmaktayız. 2022 sonu itibarıyla

- Çalışanlarımızın %39'u; İcra Kurulumuzun %38'i, yöneticilerimizin %27'si kadın.
- Terfi eden çalışanlarımızın %43'ü, yeni işe alımların %51'i ve sirkülasyonun %47'si kadın,
- Kadınların ortalama maaşı pozisyona göre değişiklik gösterse de erkeklerin yaklaşık %96'sı,
- Tam/yarı zamanlı veya belirli/belirsiz süreli çalışanlarımızda cinsiyet dağılımında belirgin bir fark bulunmamakla birlikte verdiğimiz eğitimlerde ortalama eğitim saati 14,3 kadın çalışanlarda ise 15,1
- 2022 yıl sonu itibarıyla bayilerde 25 yönetici bulunmakta.



Bu konuda iyi performans gösterdiğimiz alt başlıklar olsa da ilerlememiz gerek birçok alan da bulunmakta. Toplumsal cinsiyet eşitliği adına projeler geliştirmeye ve daha çok kadına iş yaratmaya devam edeceğiz.

Çalışanlarımızın Cinsiyete Göre Dağılımı									
Pozisyon	2020			2021			2022		
	Toplam	Kadın (%)	Erkek (%)	Toplam	Kadın (%)	Erkek (%)	Toplam	Kadın (%)	Erkek (%)
İcra Kurulu	9	22	78	8	38	63	8	38	63
Grup Müdürü	35	17	83	32	22	78	33	27	73
Müdür	97	34	66	93	27	73	113	35	65
Yönetici	85	34	66	87	48	52	94	46	54
Kıdemli Uzman	91	58	42	100	57	43	159	55	45
Uzman	202	50	50	213	51	49	224	53	47
Uzman Yardımcısı	69	55	45	42	50	50	32	28	72
Saha Beyaz Yaka Mağaza - Depo Müdürü	635	14	86	591	17	83	630	20	80
Saha Beyaz Yaka Mağaza - Depo Yönetici	1.295	24	76	1.273	26	74	1.254	27	73
Mavi Yaka	8.515	38	62	7.736	40	60	8.116	42	58
Toplam	11.032	35	65	10.174	37	63	10.663	39	61

Terfilerin Cinsiyete Göre Dağılımı									
Terfi Edilen Pozisyon	2020			2021			2022		
	Terfi Sayısı	Kadın (%)	Erkek (%)	Terfi Sayısı	Kadın (%)	Erkek (%)	Terfi Sayısı	Kadın (%)	Erkek (%)
İcra Kurulu	0	-	-	0	-	-	-	-	-
Grup Müdürü	0	-	-	4	75	25	5	60	40
Müdür	4	25	75	12	8	92	14	50	50
Yönetici	1	0	100	20	60	40	18	50	50
Kıdemli Uzman	0	-	-	32	50	50	51	55	45
Uzman	6	0	100	51	49	51	22	64	36
Uzman Yardımcısı	0	-	-	5	0	100	3	33	67
Saha Beyaz Yaka Mağaza - Depo Müdürü	70	26	74	35	29	71	74	34	66
Saha Beyaz Yaka Mağaza - Depo Yönetici	76	30	70	172	39	61	130	38	62
Toplam	157	27	73	331	40	60	317	43	57

Yeni İşe Alımlar - Cinsiyete Göre

Cinsiyet	2020	2021	2022
Kadın (%)	39	46	51
Erkek (%)	61	54	49
Toplam	3.046	3.146	4.256

Sirkülasyon - Cinsiyete Göre

Cinsiyet	2020	2021	2022
Kadın (%)	40	40	47
Erkek (%)	60	60	53
Toplam	2.579	4.045	3.723

Pozisyona Göre Kadın Maaş Oranları

Pozisyon	Ortalama Kadın / Ortalama Erkek Ücreti (%)		
	2020	2021	2022
İcra Kurulu	87	91	90
Grup Müdürü	102	86	95
Müdür	114	115	112
Yönetici	93	96	111
Saha Beyaz Yaka Mağaza - Depo Müdürü	88	88	87
Saha Beyaz Yaka Mağaza - Depo Yönetici	96	94	92
Kıdemli Uzman	99	99	95
Uzman	100	100	101
Uzman Yardımcısı	92	95	87
Mavi Yaka	95	95	94
Tüm Çalışanlar	97	96	96

Belirli ve Belirsiz Süreli Çalışanlarımızın Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	2020			2021			2022		
	Toplam	Belirli Süreli (%)	Belirsiz Süreli (%)	Toplam	Belirli Süreli (%)	Belirsiz Süreli (%)	Toplam	Belirli Süreli (%)	Belirsiz Süreli (%)
Kadın	3.908	9	91	3.760	9	91	4.161	11	89
Erkek	7.124	6	94	6.414	5	95	6.502	4	96
Toplam	11.032	7	93	10.174	6	94	10.663	7	93

Tam ve Yarı Zamanlı Çalışanlarımızın Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	2020			2021			2022		
	Toplam	Tam Zamanlı (%)	Yarı Zamanlı (%)	Toplam	Tam Zamanlı (%)	Yarı Zamanlı (%)	Toplam	Tam Zamanlı (%)	Yarı Zamanlı (%)
Kadın	3.908	99,7	0,3	3.760	99,8	0,2	4.161	99,8	0,2
Erkek	7.124	99,6	0,4	6.414	100,0	0,0	6.502	100,0	0,0
Toplam	11.032	99,7	0,3	10.174	99,9	0,1	10.663	99,9	0,1

Yıllık Ortalama Eğitim Saati - Cinsiyete Göre

Cinsiyet	2020	2021	2022
Kadın	6,3	14,1	15,1
Erkek	8,1	14,2	13,7
Toplam	7,5	14,1	14,3

Bayilerimiz - Cinsiyete Göre

Cinsiyet	2020	2021	2022
Yatırımcı ve Yöneticisi Kadın Olan Bayi Sayısı	7	13	25
Toplam Bayi Sayısı	24	72	200



KADINA YÖNELİK UYGULAMALARIMIZ

Cinsiyet Eşitliği Eğitimi

Her yıl tüm çalışanlarımıza Toplumsal Cinsiyet Eşitliği verilmektedir. 2022 sonu itibarıyla çalışanlarımızın %81'i bu eğitimi (2022 yılı veya öncesinde) almış durumdadır.

Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Eğitimi	2020	2021	2022
Eğitim Saati	1.220	1.355	2.231
Tamamlanma Oranı (Tamamlanma/Atanma) (%)	81	74	80

Annelere Yönelik Uygulamalarımız ve Ebeveynlik İzinleri ⁴⁰¹⁻³

Annelerimize, tüm çalışanlarımıza olduğu gibi Avita Çalışan destek hizmet sistemi sunulmaktadır. Bu hizmet programında pedagojik, tıbbi ve psikolojik vb. destek imkanları bulunmaktadır. Yeni doğum yapan kadın çalışanlarımıza süt izni günde iki saat olarak uygulanmaktadır. Ayrıca Genel Müdürlük ve Hiper formatlı mağazalarımızda emzirme odası bulunmakta, Genel Müdürlükte çalışan annelerimize kreş imkânı da sunulmaktadır.

Annelik ve babalık iznine hak kazanan çalışanlarımızın tamamı bu haklarından yararlanmış durumdadır. İzin dönüşü CarrefourSA'da kariyerlerine devam eden çalışanlarımızın %80'den fazlası da bir yıl sonra şirketimizde devam etmektedirler. Yeni ebeveynlerimizdeki sirkülasyonun genel sirkülasyonumuzdan çok daha düşük olması, anne ve babalarımızın ekonomik düşüncelerin ötesinde, iş-ev dengelerini kurabilmeleri için doğru yaklaşımlara sahip olduğumuzun da önemli bir göstergesidir.

Annelik ve Babalık İzin Hakkını...	2020	2021	2022
... Kazanan Kadın Çalışan Sayısı	209	199	236
...Kullanan Kadın Çalışan Oranı (%)	100	100	100
... Kazanan Erkek Çalışan Sayısı	303	283	283
... Kullanan Erkek Çalışan Oranı (%)	100	100	100
... Kazanan Toplam Çalışan Sayısı	512	482	519
... Kullanan Toplam Çalışan Oranı (%)	100	100	100
Annelik ve Babalık İzni Sonrası İşe Dönen...	2020	2021	2022
... Kadın Çalışan Sayısı	206	204	212
... Kadın Çalışan Oranı (%)	96	80	90
... Erkek Çalışan Sayısı	303	283	283
... Erkek Çalışan Oranı (%)	100	100	100
... Toplam Çalışan Sayısı	509	487	495
... Toplam Çalışan Oranı (%)	98	90	95
Annelik ve Babalık İzni Sonrası İşte Kalan...	2020	2021	2022
... Kadın Çalışan Sayısı	150	176	169
... Kadın Çalışan Oranı (%)	74	85	72
... Erkek Çalışan Sayısı	258	249	253
... Erkek Çalışan Oranı (%)	88	82	89
... Toplam Çalışan Sayısı	408	425	422
... Toplam Çalışan Oranı (%)	82	83	85

WEPs Üyeliği

Toplumsal cinsiyet eşitliğine verdiğimiz değeri Birleşmiş Milletler Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kadının Güçlenmesi Birimi (UN WOMEN) ve Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (UN Global Compact) ortaklığıyla oluşturulan Kadının Güçlenmesi Prensipleri (Women's Empowerment Principles - WEPs) Platformunun imzacıları arasında yer alarak küresel çapta gösteriyoruz. İlgili performansımızı da WEPs'e raporluyoruz. Bu konudaki taahhüdü ile CarrefourSA, Türkiye'de perakende sektöründe ilk olmuştur.

ENGELLİ ÇALIŞANLARIMIZ İÇİN FIRSAT EŞİTLİĞİ

İstihdama ilişkin tüm uygulama ve işlemlerde, engelliliğe dayalı ayrımcılığı yasaklayarak fırsat eşitliği sağlamak ve diğer çalışanlarla eşit koşullar altında adil ve uygun çalışma koşullarının oluşması için engelli çalışanlarımızın haklarını korumakta ve toplumda daha etkin rol almaları adına attıkları adımları desteklemekteyiz. Çalışanlarımızın yaklaşık %2,6'sını oluşturan engelli çalışanlarımız için bazı özel uygulamalar da yapmaktayız.

- Vardiya usulü ile sahada görev alan engelli çalışanlarımız için vardiya bitiş saatlerini en geç 20.00 olarak uygulamaktayız.
- Şirket bünyesinde görev alan işitme engelli çalışanlarımızın, müşterilerimizin farkındalığını artırmak ve daha uygun iletişim sağlamları adına işitme engelli olduklarına istinaden yakalarına takabilmeleri için talep etmeleri halinde engelli olduklarını belirten rozetler temin etmekteyiz.
- Konuşma ve işitme engelli çalışanlarımıza daha verimli olması İSG eğitimleri işaret dili ile vermekteyiz.

Engelli Çalışanlarımız	2020	2021	2022
Çalışan Sayısı	268	259	280
Çalışan Oranı (%)	2,4	2,5	2,6

ENGELLİ MÜŞTERİLERİMİZ İÇİN UYGULAMALARIMIZ

Alo Sipariş Hizmeti

Görme engelli müşterilerimiz "Alo Sipariş" hizmetimiz sayesinde siparişlerini güvenle oluşturarak evlerine teslim alabilmektedirler. Bu hizmet ile müşterilerimiz Alo Sipariş Hatlarımızı arayarak, sipariş vermek istediği mağaza adını sesli yanıt sistemi ile iletmekte, sonrasında mağazaya erişim sağlayarak siparişini verebilmektedir. Mağazanın meşgul ya da telefona cevap vermemesi durumunda, müşterimiz ilgili eğitimleri almış çağrı merkezi müşteri temsilcilerine bağlanarak siparişini oluşturabilmektedir. Çağrı merkezindeki müşteri temsilcimiz, iletişim-konuşma standartları, telefonda iletişim teknikleri kapsamında özel eğitimden geçmektedir. Mağazamıza ulaşan bu siparişler özenle ve hızla hazırlanarak ücretsiz bir şekilde müşterimiz için de uygun olan zaman diliminde teslim edilir. Alo Sipariş mağazalarımızın listesine internet sitemiz üzerinden ulaşılabilir.



Chat-Chatboot Hizmetleri

Değişen teknoloji ve müşteri gereksinimleri doğrultusunda, chat-chatboot hizmetleri önceliklendirildi.

Dijital Ekranlar

Mağazalarımızda konumlandığımız ekranlar vasıtası ile duyma engelli müşterilerimiz ile iletişime geçme ve mağaza içerisindeki aktivite bilgilerini paylaşabilme imkânı sağlayabilmekteyiz.

Alçak Kasa Uygulaması

Belirli mağazalarımızda engelli müşterilerimizin rahat, kolay ve hızlı bir şekilde ödemelerini gerçekleştirebilmelerini sağlayabilmek için alçak kasalarımız bulunmaktadır.

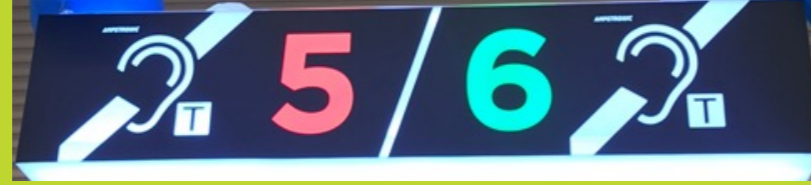
Hiper Mağazalarımızda Özel Hizmetler

Engelli ve kronik rahatsızlığı olan müşterilerimizin talepleri doğrultusunda kullanımları için temin ettiğimiz **tekerlekli sandalye** ile müşterilerimizin alışverişlerini daha rahat gerçekleştirebilmesi sağlanmaktadır.

Ortopedik engelli müşterilerimizin sandalyeleri ile rahatça alışveriş yapabilmeleri için **özel tasarlanmış müşteri arabaları** bulunduruyoruz.

Ayrıca engelli, hamile ve yaşlı müşterilerimiz için **özel kasa hizmetimiz** de bulunmaktadır.

Daha İyi İletişim için İndüksiyon Döngüsü



Birçok işitme engelli, işitme cihazı kullanmasına rağmen gündelik faaliyetlerini sürdürdüğü kapalı alanlarda, kalabalık ortamlarda ve hizmet noktalarında maruz kaldıkları arka plan sesleri ve çevresel gürültüler nedeniyle konuşmaları anlamakta zorluk yaşayabilmektedir. İndüksiyon döngü (İD) sistemleri, toplantı ve konferans salonları, sinema, tiyatro ve konser salonları, camiler, otel resepsiyonları, banka gişeleri, süpermarket kasaları, her türlü hizmet ve bilgi noktalarında yaşanan bu zorluğu gidermek için dünya çapında standart haline gelmiş bir hizmettir. İD sistemleri, özel olarak geliştirilmiş bir amplifikatör aracılığıyla mevcut sesleri manyetik dalgalara dönüştürür. İşitme cihazı kullanıcıları, cihazlarında bulunan 'telecoil' mekanizması sayesinde bu manyetik dalgaları hiçbir ek ürüne gereksinim duymadan algılayabilmektedir. Hipermarketlerimizde bazı özel kasalarda indüksiyon döngü sistemi kullanılmaktadır. Bu nedenle özel kasalarda müşterilerimiz işitme cihazını açarak mevcut gürültüden ayrışarak sadece kasa çalışanlarımızı duyabilmekte ve daha rahat iletişim kurabilmektedirler. Bu sistemin sinyalizasyonu ise ilgili kasaların üzerinde aşağıda yer alan görsel ile kasa üzerindeki kasa numaralarına eklenmiş ek görsel ile sağlanmaktadır.

İD sistemi olan mağazalarımız: Marmara Park Beylikdüzü, İstanbul Forum Bayrampaşa, Marmara Forum Merter, Acıbadem, Maltepe Park, İzmir Balçova, Marmaris, İstinye, Adana, İçerenköy, Avcılar, Sefaköy, Pendik, Mersin, Fulya



DEĞER ZİNCİRİNDE SORUMLULUĞUMUZ

- › Sorumlu Tedarik Zinciri Uygulamaları
- › Müşteri Memnuniyeti
- › Dijitalleşme



DEĞER ZİNCİRİNDE SORUMLULUĞUMUZ

Gıda değer zincirinin etki alanımızda yer alan tüm süreçlerinin başta sağlık ve güvenlik unsurları olmak üzere en yüksek standartlarda gerçekleşmesi için çalışmaktayız. Ürün ve hizmetlerimizin tedarikçilerinden başlayarak CarrefourSA süreçlerinde devam eden ve sonrasında müşterimize uzanan bu zincirin her halkasında farklı sorumluluklarımız bulunmaktadır. Geliştirdiğimiz Sürdürülebilir İş Modelleri ve Tedarik Politikaları ile tüm tedarik zincirimizin ekonomik, sosyal ve çevresel performansını artırmayı ve sürekliliğini garanti altına almayı amaçlıyoruz. Müşterilerimizin bizimle ilk temasa geçtikleri başlayan, alışveriş deneyimiyle devam eden, ürünlerin tüketimi

ve kullanılmasına kadar uzayan, daha sonra da oluşan atıkların bertarafına kadar giden süreçte memnuniyetlerini sürekli ölçmekte ve deneyimlerini geliştirmek için farklı uygulamalar geliştirmekteyiz. Tüm aşamalarda da sağlık ve güvenlik konuları her zaman ön planda yer almaktadır. Dijitalleşme anlayışımız mevcut sürecin aynı yöntemlerle daha iyi yapılması değil, işin kendisinin tamamen dönüştürülerek farklı bir şekilde, daha etkin, daha verimli, daha hızlı, daha ucuz ve en önemlisi müşteri odaklı olarak yapılmasını hedeflemekte, bu sebeple tüm değer zincirindeki dönüşümü hedeflemektedir.

ANA PERFORMANS GÖSTERGELERİ		2020	2021	2022
Sorumlu Tedarik Zinciri Uygulamaları	Öz Marka Ürün Adedi	483	483	510
	Organik Öz Marka Ürün Adedi	49	44	42
	Organik Öz Marka Ciro (m TL)	22,5	27,5	55
	Sürdürülebilir Hayvancılık - Hayvan Refahı Denetim Adedi (Tedarikçilerde)	1	4	8
Müşteri Memnuniyeti	Hijyen ve Gıda Güvenliği Denetim Adedi (Mağaza ve Depolarda)	1.286	1.283	1.517
	Kalite Denetim Adedi (Tedarikçilerde)	284	317	273
	Analiz Edilen Ürün Sayısı	2.221	2.037	1.845
	Ürün Analizleri Sonucu Reyondan Çekilen Ürün Oranı (%)	3	2	1
	Kontrol Edilen Öz Marka Kuru Gıda ve Şarküteri Ürün Sayısı (Depolarda)	23.064	25.780	14.904
	E-ticaret Temas Oranı (%) - (Not: küçük değer daha iyi)*	43,2	24,6	17,7
	E-Ticaret için Şikâyet Oranı (%)*	11,1	6,1	3,8
	Müşteri Tavsiye Skoru*	44,4	50,8	48,8
	Müşteri Memnuniyet Skoru*	-	35,3	34,2
	Müşteri Sorunu Ortalama Çözüm Süresi (Saat)*	108	65,5	8,6
	Sadakat Programına Kayıtlı Aktif Müşteri Sayısı	5 m	6,5 m	8,7 m
	Rafta Ürün Bulunurluğu (%)	96	95	94
	Gurme Mağaza Sayısı	28	31	32
	Lezzet Arası Restoran Sayısı	13	14	14
Duyusal Analiz Sayısı	75	167	228	
Dijitalleşme	E-ticaret Yapılan Mağaza Sayısı	54	57	58
	E-ticaret Sipariş Adedi (m)	1,4	3,5	3,0
	Robotik Optimizasyonu Yapılan Süreç Sayısı	18	33	38

(*): Yıl sonu değerleri olarak hesaplanmıştır.

SORUMLU TEDARİK ZİNCİRİ UYGULAMALARI

SORUMLU TEDARİK YAKLAŞIMIMIZ ³⁻³

Değer zincirimizin başlangıç noktasını ve dolayısıyla en önemli ayağını tedarik zincirimiz oluşturmaktadır. Kurumumuzun sürdürülebilirliği için tedarik zincirimizin de sürdürülebilir temellere dayanması gereklidir. Uygulamalarımızı hayata geçirirken başta tedarikçilerimiz olmak üzere sivil toplum örgütleri ve yasal düzenleyicilerle de iş birlikleri yapmaktayız. Bu konudaki yaklaşımımız rekabet üstü bir bakış açısını içermekte ve her gün yaklaşık 500.000 kişiye hizmet vermenin sorumluluğunu taşımaktadır. Alanımızdaki inovatif gelişimleri ilgiyle takip edip ilham almakta, biyoçeşitlilik gibi bazı hassas konulara yönelik de uygulamalar gerçekleştirmekte, tüm paydaşlarımızı bu yönde

teşvik etmekteyiz. Carrefour Group'un küresel politikaları, sorumlu tedarik yaklaşımımızda bize yol göstermektedir.

Türkiye'de ve Dünya çapında binlerce tedarikçiyle çalışan CarrefourSA, tedarik zincirinde riskleri değerlendirmeye, tedarikçilerinin sosyal ve çevresel uyumunu izlemeye ve değer zinciri boyunca sorumlu uygulamaları teşvik etmeye kendini adanmıştır. Sorumlu tedarik yaklaşımımız ile tedarikçilerimizin uyması gereken kural ve ilkeleri, ticari sözleşmelerimiz ve CarrefourSA Kalite Protokolleri ile tedarikçilerimizle paylaşmaktayız.

Sorumlu Satın Alma Politikamız:

- Çevresel, sosyal ve ekonomik değerlerin tedarikçilerimiz ile olan ilişkimizde merkeze alınması,
- Yasa ve yükümlülükler uyan, müşteri ihtiyaç ve beklentilerini ön planda tutan, kalite yönetim sistemlerini kurmuş veya bu konularda çeşitli iyileştirmeler yapan tedarikçilerimiz ile sağlam ilişkiler kurulması,
- Yasa dışı faaliyetlerden uzak duran tedarikçiler ile çalışılması,
- Değer zincirinin tüm paydaşlarına saygı duyulması,
- Gizliliğe önem veren ve kişisel verileri özenle koruyan tedarikçiler ile çalışılması ve aynı hassasiyetin tedarikçilerimize karşı bizim tarafımızdan gösterilmesi,
- Tüm operasyonlarında temel insan hakları, iş etiği, iş sağlığı ve güvenliği, çalışan hakları ve çevreyi korumaya öncelik veren; adil iş uygulamalarını sağlamak için sistem oluşturan tedarikçilerle çalışılması,
- İklim değişikliğinin bilincinde olup çalışma ve uygulamalarını bu farkındalık ile yürüten, topluma ve çevreye saygılı, enerji verimliliği kapsamında kaynak koruma, atık azaltma, yeniden kullanma ve geri kazanma vb. faaliyetlere önem veren, salınan gazların emisyon yönetimi ve zehirli madde yönetimi kapsamında çalışmalar yürüten tedarikçiler ile çalışılması,
- Çalışanlarına adil bir çalışma ortamı oluşturarak dil, ırk, cinsiyet, siyasi düşünce, felsefi inanç, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayırım gözetmeyen;
- kadın-erkek fırsat eşitliğine önem veren; hamile veya çocuk emziren kadınların çalışma koşullarını yasalara uygun şekilde düzenleyen; çalışanlarının fikirlerine değer veren ve sürekli iyileştirme faaliyetlerine dahil eden; çalışanlarının dokunulmazlık ve sendikalaşma haklarını koruyan; zorla veya zorunlu tutarak çalışmayı engelleyen; çocuk işçi çalıştırmayan; istihdam ve çalışma hayatıyla ilgili yürürlükteki tüm yasa ve düzenlemelere uyumlu tedarikçilerle çalışılması,
- İş sağlığı ve güvenliği konusunda yasal düzenlemelere ve CarrefourSA tarafından belirlenen gerekliliklere uyan, önleyici ve düzeltici yaklaşımlar ile süreçlerini sürekli iyileştiren, rol ve sorumlulukları çalışanlarla düzenli olarak paylaşan, iş sağlığı ve güvenliğini şirket kültürünün ayrılmaz bir parçası haline getirmiş, tüm yasal mevzuat ve standartlara uyarak mevzuat gerekliliklerinden daha iyisini yapma konusunda çaba gösteren tedarikçilerle çalışılması,
- Yönetim anlayışını rekabetçi maliyeti sürdürülebilir şekilde sağlayarak, doğru mal ve hizmeti, doğru zamanda ve miktarda temin etmek üzerine şekillendirmiş olan tedarikçilerle çalışılması,
- Finansal, stratejik ve operasyonel alanlarda risklerinin farkında olup bunları yönetebilen tedarikçilerle çalışılması,
- Paydaşların sürdürülebilirlik yönetiminde farkındalığını artırmak ve kaynak kullanımlarını iyileştirmelerine yardımcı olmak için gerektiği takdirde eğitim sağlanması.

CarrefourSA, satın alma kuralları gereğince ve kalite standartlarımızı korumak amacıyla, ticarete başlamadan önce tedarikçilerini ürün güvenliği kapsamında denetlemektedir. Ayrıca, tedarikçimizin sürdürülebilir kaynaklardan geldiğini takip edebilmek ve paydaşlarımıza gösterebilmek amacıyla uluslararası geçerliliği olan sertifikalara sahip tedarikçilerle çalışmaya öncelik vermekteyiz. Özellikle sığır, palm yağı, soya, kereste ve kâğıt ürünleri, kakao, kahve ve kauçuk gibi üretiminde ormansızlaştırma potansiyeli olan ve risk emtiası olarak nitelendirilen ham maddelerin sürdürülebilir kaynaklardan elde edildiğini sertifikalarla teyit etmeyi özellikle önemsemekteyiz. Çalışmaya başladığımız tedarikçilerimizde denetimleri, ürün kalite kontrollerini ve ürün analizlerini periyodik olarak gerçekleştirmekteyiz. Hayvansal ürün tedarikçilerimizin kümes, çiftlik ve mezbahalarında hayvan refahı denetimlerini de organize ediyoruz.

Bu kapsamda ilki 2022 yılında yapılan sosyal uygunluk denetimlerimizde Öz Marka tedarikçilerimizin faaliyet alanının çevreye olan etkisi, kendi işletme çalışanlarının ve tedarik zincirlerinde yer alan işletme çalışanlarının çalışma koşulları ve sağlanan sosyal hakların ilgili kanunlar, yönetmelikler, uluslararası sözleşmeler açısından yeterliliği değerlendirilmektedir.

Sosyal uygunluk denetimleri ile tedarikçilerimizde çalışan herkesin güvenli çalışma çerçevesi dahilinde ve temel hakları karşılanarak çalıştığından, çevrenin korunduğundan, paydaşlarla güvene dayalı ilişkiler kurulup, bu ilişkilerin devam ettirildiğinden ve işletmelerin gerçekleştirdikleri ve gerçekleştirmedikleri faaliyetler için sorumluluk üstlendiğinden emin olmayı amaçlamaktayız. Öz Marka tedarikçilerimizi 2023 yılında da sosyal uygunluk performansı açısından değerlendirmeye devam edeceğiz.

SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞ MODELLERİ

ÖZ MARKA

Öz Markalı ürünlerin geliştirilmesinde “Doğru Ürün, Doğru Tedarikçi, Doğru Kalite” temelinde sürdürülebilirlik ilkelerimizi de yansıtacak şekilde hareket ediyoruz. Ürünlerimizi sadece ekonomik açıdan değil, aynı zamanda sosyal ve çevresel açılardan da en iyi uygulamaları yansıtacak şekilde tasarlıyoruz.

2022 sonu itibarıyla, çoğunluğu gıda ürünlerinden oluşan 510 farklı Öz Markalı ürün sunmaktayız. Bu geniş ürün yelpazesine, müşterilerimize sadece kaliteli ve uygun fiyatlı ürünler sunmakla kalmıyor, aynı zamanda bu ürünlerin sosyal ve çevresel etkilerini de dikkate alarak geleceğe katkı sağlamayı hedefliyoruz.

‘Carrefour’ markası taşıyan ürünlerimizi ve tedarikçilerimizi belirlemek ve geliştirmek için farklı süreçlerimiz bulunmaktadır. Ürünlere ilişkin geliştirme aşamasında kriterler belirlenirken yasal mevzuatlar, Carrefour Grup kriterleri ve CarrefourSA gereklilikleri göz önünde bulundurulmaktadır. Uygulamalarımızı ‘Doğru Ürün’, ‘Doğru Tedarikçi’ ve ‘Doğru Kalite’ başlıklarında özetleyebiliriz.

Sürdürülebilirlik ilkelerini merkeze koyan “Doğru Ürün” anlayışıyla, Öz Markalı ürünlerimizi geliştirirken bir dizi kritik ilkeye öncelik vermekteyiz. Tedarikçilerimizle iş birliği yaparken, üretim süreçlerinin çevresel sürdürülebilirlik, etik değerler ve kalite standartlarına uygun olduğundan emin olmak için detaylı değerlendirmeler ve denetimler gerçekleştiriyoruz. Öz Markalı ürün portföyümüzde yer alan gıdaların içeriğini gözden geçirerek daha az yağ, tuz, şeker içerecek şekilde reçeteleri belirliyoruz. Bu adımla, müşterilerimize beslenme tercihlerine uygun



seçenekler sunarak daha dengeli bir beslenme tarzını teşvik ediyoruz. Doğal bileşenleri tercih ederek, müşterilerimize doğal ve sağlıklı bir alternatif sunmayı hedefliyoruz.

Ürünlerimizin alerjen içeriklerini ve besin öğelerini net bir şekilde beyan ederek, müşterilerimizin sağlıklı tercihler yapmalarını destekliyor ve alerjen hassasiyetlerini gözetiyoruz. Koruyucu ve katkı maddelerinin kullanımını Öz Markalı ürünlerimizde en aza indiriyor, mümkünse katkı maddesi kullanmadan üretim yapılması yönünde tercih yapılmakta ya da tedarikçinin üretim koşullarını buna uygun hale getirmesi istenmektedir. Renk ihtiyacı olan ürünlerimizde kullanımında sınır bulunmayan doğal gıda boyalarını tercih ediyoruz.

Öz Markalı ürünlerimizin ürün ve ambalajlarındaki hammaddelerin kaynaklarını takip ediyor ve sürdürülebilir kaynaklardan temin edilmesini önceliklendiriyoruz. Bu bağlamda, CDP Forest (Carbon Disclosure Project Forest) gibi sürdürülebilirlik inisiyatifleri ile de ilişkilendirilerek,

ormansal kaynakların korunması ve doğal yaşamın sürdürülebilirliği açısından faaliyetlerimizi yönlendiriyoruz.

Ürünlerimizin raf ömrünü belirlerken mikrobiyal, kimyasal ve duyuşal testler ve analizler ile desteklenen verilere dayanarak doğru bir yaklaşım benimsiyoruz. Ayrıca, ürünlerimizin satış koşullarını da dikkatlice değerlendirerek, mağaza sıcaklığı, ürün özelliği ve ambalaj koşulları gibi farklı faktörleri göz önünde bulunduruyoruz. Böylece, ürünlerimizin raf ömrünün sonuna kadar güvenli, lezzetli ve taze kalmasını sağlayarak müşterilerimize en doğru ürünleri sunuyoruz.

Öz Markalı kozmetik ve deterjan ürünlerimizde hayvansal kaynaklı hammaddelerin kullanımından kaçınarak, doğal kaynakların korunmasına ve hayvan refahına katkı sağlıyoruz. Aynı şekilde, ürünlerimizi hayvanlar üzerinde test etmeyerek etik değerlere olan duruşumuzu yansıtıyoruz. Alternatif test yöntemleri kullanarak ürünlerimizin güvenliğini ve kalitesini sağlarken, hayvanların yaşamlarına saygı duyuyoruz.

Özellikle ciltle temas eden ürünler ve kozmetik ürünlerde, kullanıcıların güvenliği ve cilt sağlığı önemli bir faktördür. Bu nedenle dermatolojik testleri hassas cilde sahip gönüllüler ile gerçekleştiriyoruz. Bu kapsamlı testler ile ürünlerin güvenli, etkili ve kullanıcı dostu olduğundan emin oluyoruz.

CarrefourSA olarak, kozmetik ve deterjan ürünlerimizin içeriğinde kullanılan esansların oranını Uluslararası Esans Birliği (IFRA) sınıflandırmasına uygun olarak belirliyoruz. Öz Markalı ürünlerimizin reçetelerini yasaklı bileşenler ve alerjenler içermemesi konusunda titizlikle kontrol ediyoruz.

Ürün geliştirirken ürünün kadar içinde bulunduğu ambalajın da güvenli olmasını sağlıyoruz. Gıda ürünlerimizde ambalaj malzemelerimizin gıdaya uygunluğunu kontrol etmek için ambalajlarda migrasyon testleri yapıyoruz. 2020 yılından bugüne 76 ambalaj çeşidimiz 1.048 parametrede analiz edilmiş ve kullanıma uygun bulunmuştur.

Her bir ürünümüzü, raflarda müşterilerimize sunmadan önce titizlikle değerlendirmek üzere, 60 kişilik uzman tüketici/kullanıcı grubuyla kapsamlı bir beğeni testine tabi tutmaktayız. Bu testler sayesinde ürünlerimizin tat, doku, aroma ve kullanım deneyimi gibi çeşitli yönlerini değerlendiriyoruz. Tüketici/kullanıcı testlerinden başarılı sonuçlar elde eden ürünlerimizi müşterilerimize sunuyoruz. Bu süreç, ürünlerimizin beklentileri karşılama ve en iyi kalitede deneyim sunmasını sağlamanın yanı sıra, müşteri odaklı yaklaşımımızı da yansıtmaktadır.

Ürün ve Gıda Güvenliği konusundaki taahhütlerimizi sağlamak için tedarik zincirimizde mevzuat ve uluslararası standartlar doğrultusunda kalite denetimlerini gerçekleştiriyoruz. Denetimler sonucunda doğru ve güvenilir sonuçlar elde edilmesi ve süreçlerinin sağlıklı yürütülmesi için süreci üçüncü



taraf akredite bağımsız denetçiler ile yönetiyoruz. Gerçekleştirdiğimiz denetimler tedarikçilerimizin ve ürünlerimizin kalitesini ve güvenliğini sağlarken tedarikçilerimizin güçlü ve zayıf yönlerini belirliyor ve bu bilgi doğrultusunda ihtiyaçlarına uygun gelişim planları noktasında tedarikçilerimiz ile iş birliği içinde oluyoruz.

Carrefour BIO Organik Ürünler

Pestisit kullanılarak yapılan tarımın çevresel ve biyoçeşitlilik açısından olumsuz etkilerini biliyoruz. Bu bilinçle, organik tarımın çevre dostu ve sağlıklı yaklaşımlarını benimseyerek organik ürün yelpazemizde sürekli olarak çalışıyoruz.

CarrefourSA olarak, organik ürünlerimizi hem Türkiye hem de Avrupa Birliği'nde geçerli olan Ecocert Sertifikasyon kuruluşu tarafından sertifikalandırarak Carrefour BIO markası altında dünya çapında müşterilerimize sunmaktayız. Süt, yumurta, kuruyemiş, kuru meyve, bakliyat, meyve suyu, reçel ve pamuk gibi ürünlerden oluşan organik ürün yelpazemizde reyonlarımızdaki payını artırarak iletişim çalışmalarısıyla ciromuzu yükseltiyoruz.

Öz Markalı Organik Ürünler	2020		2021		2022	
	Ürün Sayısı	Ciro (m TL)	Ürün Sayısı	Ciro (m TL)	Ürün Sayısı	Ciro (m TL)
Türkiye	49	21,2	44	26	42	52
İhracat	25	1,3	24	1,5	31	3
Toplam		22,5		27,5		55

Coğrafi İşaretli Ürünler

Coğrafi işaretli ürünler, belirli bir coğrafi bölgeye özgü özellikler taşıdığı için tüketiciler tarafından da özgünlük ve kalite sembolü olarak değerlendirilir. Bu ürünler, belirli bir coğrafi bölgeye özgü üretim yöntemleri, kalite standartları veya özelliklerine sahip olduğu için tanınmış ve korunmuş ürünlerdir. CarrefourSA olarak coğrafi işaretli ürünlerin değerini yükseltmek ve bu ürünlerin üreticilerine destek olmak amacıyla bu ürünlere ve üreticilerine büyük bir destek sunmaktayız. Carrefour markası ve güvencesi altında zengin tatları ve özgün üretim yöntemleri ile öne çıkan Ege Sultani Üzüm, Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini, Ege İnciri ve Hellim peynirine reyonlarımızda özel bir yer ayırıyoruz.

- Carrefour Bio markası ile, Ege bölgesinin dalından özenle toplanarak sulu, etli uzun ve yuvarlak, kurutulmuş sarı üzümün eşsiz lezzetindeki **Ege Sultani üzümü** Carrefour Bio Organik Kuru Üzüm adıyla hem organik hem de coğrafi işaretli olarak 2017 yılından bu yana reyonlarımızda yer almaktadır.
- Carrefour Bio markası ile, Ege bölgesinin dalından özenle toplanarak kurutulmuş eşsiz lezzetindeki **Ege kuru inciri** Carrefour Bio Organik Kuru İncir adıyla hem organik hem de coğrafi işaretli ürün olarak 2018 yılından bu yana reyonlarımızda yer almaktadır. İri, beyaza yakın açık renkli ve içi dolgun küçük çekirdekli ve ince kabukludur.
- Carrefour Bio markası ile, dalından özenle toplanarak doğal fermente edilmiş kahvaltılarımızın vazgeçilmezleri olarak **Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini** coğrafi işaretli ambalajlarıyla 2018 yılından bu yana reyonlarımızda yer almaktadır.
- Carrefour markası ile **Hellim peyniri**, tesciline uygun olarak Kıbrıs Güzelyurt bölgesinde üretilmektedir. Kıbrıs'ta yetişen bitkilerle beslenen süt hayvanlarının sütleri kullanılır. 2022 yılında ürün listemize dahil olmuştur.

CarrefourSA olarak milli değerlerimize sahip çıkmak ve bu nitelikli ürünlerin devamlılığı için kendi markamızla reyonlarımızda daha fazla coğrafi işaretli ürünlere yer vermeyi hedefliyoruz.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TARIM

Sebze-meyve projelerimizde, kooperatiflerle yaptığımız iş birlikleri sayesinde, yıl boyunca kaliteli,

güvenli ve uygun fiyatlı ürünlerle müşterilerimize hizmet sunmaktayız. Bu projeler kapsamında, taze yaş sebze ve meyve ürünlerini müşterilere sunarken, yerli tohum ve yerli mahsulü desteklemeyi de amaçlıyoruz. Yerli tohum ve yerli mahsul projemiz doğrultusunda kurduğumuz Bursa ve Antalya'daki taze gıda platformlarımız sayesinde ürünleri doğrudan reyonlarımıza taşıyor ve müşterilerimize geniş bir çeşitlilik ve tazelik sunuyoruz.

Anadolu'nun zengin lezzetlerini gelecek nesillere taşıma amacıyla reyonlarımızda, coğrafi işaretli ürünler de bulunmaktadır. Her gün farklı markalar altında tescilli alınmış bu ürünler, Anadolu'nun özgün tatlarını korumayı hedeflemektedir.

2020 yılında kamu kurumlarıyla iş birliği yaparak alım garantisi ile çalışılan sözleşmeli çiftçilere tohumdan ekime, hasattan ürünlerin reyona geliş aşamasına kadar her konuda eğitim desteği vererek ürünlerde verim kaybının da önüne geçilmiştir. Ayrıca yerli tohumu teşvik ederek üretim sürecinin yerinde kontrol edilmesiyle güvenli meyve - sebze ürünlerinin reyonlara gelmesi de sağlanmıştır.

SÜRDÜRÜLEBİLİR HAYVANCILIK

Ülkemizde Besi ve Hayvancılık sektörlerinin sürdürülebilir ve modern seviyelere taşınması, bu sayede tedarik sürekliliğini hedeflediğimiz kalite ve hijyen standartlarına uygun olarak sağlayabilmek adına Sürdürülebilir Hayvancılık konusunda çalışmaktayız. Bu yaklaşımımızla, müşterilerimize veteriner hekim gözetiminde, kaynağı belirli ve %100 yerli besi olan kırmızı et ürünlerini sunuyoruz. Temel hedefi yerli üreticiye destek olan projeye köylerde iş imkânı yaratılması, mera alanlarının değerlendirilip büyütülmesi, hayvan refahının sağlanması, yurt içinde yerli ırklarımızın sağlıklı gelişimi desteklenmesi, ekonomik ve karlı üretim imkânının sağlanması, yerli üreticilerle yerli ırk küçük ve büyükbaş hayvanlardan elde edilebilen değerlerin yükseltilmesi, kalite ve verimin artırılması ile doğru fiyat ile müşteriye sunulması gibi birçok farklı fayda ortaya çıkmaktadır.

Hayvansal ürün tedarikçilerimizle gerçekleştirdiğimiz iş birliği süreçleriyle tedarikçi denetimleri ve düzenli ürün analizleri yapmaktayız. İhtiyaç halinde tedarikçilerimize sahada eğitim veriyor, ayrıca üretim tesislerindeki veteriner hekimlerle dirsek

temasıyla çalışıyoruz. Kesim aşamasında izinsiz ve uygun yaşta olmayan hayvanların kesimini önlemek için T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı sistemine kayıtlı kulak küpe numaralarına sahip hayvanların kesimini gerçekleştirerek bu süreci veteriner sağlık raporu kontrolleriyle güvence altına alıyoruz.

Tedarikçi Denetimleri	2020	2021	2022
Denetlenen Firma Sayısı	25	22	22
GFSI (Küresel Gıda Girişimi İnisyatifi) Onaylı Firma Sayısı	22	22	23

Hayvan Refahı

Hayvan Refahı Politikamız ile CarrefourSA tedarik zincirindeki her hayvanın iyi bir yaşam sürmesini sağlayabilmenin temelinde, doğru hayvan bakımı uygulamalarının hem bilime hem de etik yükümlülüklerle ve değerlere dokunduğuna inanıyoruz. Kırmızı et tedarikçilerimize ait çiftlik ve mezbahalar ile Öz Marka organik ve gezen tavuk yumurta tedarikçilerimizin kümeslerinde hayvan refahı denetimleri gerçekleştirmekteyiz. Denetimlerimizde, Çiftlik Hayvanları Refahı Komitesi (FAWC) tarafından önerilen aşağıdaki Beş Özgürlük kapsamında kontrollerimizi yapıyoruz;

- Uygun beslenme ile açlık ve susuzluktan korunma özgürlüğü
- Uygun bir ortam sağlayarak rahatsızlıktan kurtulma özgürlüğü
- Önleme veya hızlı tanı ve tedavi ile ağrı, yaralanma veya hastalıktan kurtulma özgürlüğü
- Hayvanın kendi türüne uygun yeterli alan, uygun olanaklar sağlayarak normal davranışlarını ifade etme özgürlüğü
- Korku ve stresten kurtulma özgürlüğü

Hayvan Refahı Denetimleri	2022	2021	2022
Kırmızı Et tedarikçisi	-	2	4
Öz Marka Organik ve Gezen tavuk yumurta tedarikçisi	1	2	4
Toplam	1	4	8

Kafessiz Yumurta Taahhüdü

CarrefourSA olarak artan müşteri talebi ve sürdürülebilirlik bilinci doğrultusunda, hayvan refahına

verdiğimiz önemi vurgulayarak 2030 yılına kadar %100 kafessiz yumurta tedarik zincirlerine geçiş hedefini belirledik. Bu çerçevede şunları amaçlıyoruz:

- **Tedarikçi Bilinçlendirmesi ve Destek:** Kafessiz yumurta üretimine geçiş sürecinde, yumurta tedarikçilerimizi amaca uygun üretim yapmaları konusunda bilinçlendiriyor ve gerektiğinde destek sağlıyoruz. Tedarikçilerin uyum sağlamaları ve artan kafessiz yumurta talebini karşılayabilmeleri için gereken sistem yatırımları konusunda rehberlik ediyoruz.
- **Hayvan Refahı Odaklı Yaklaşım:** Tedarik ettiğimiz çiftliklerdeki tavukların hayvan refahını sağlamak amacıyla çeşitli önlemler alıyoruz. Tavuklara eşelenme, rahatça tüneklerde dinlenme, uyuma ve stresten uzak bir şekilde yumurtlama imkan sunulmasını sağlıyoruz. Bu yaklaşımımızla hayvanların doğal davranışlarını sergileyebilmelerini destekliyoruz.
- **Hayvan Refahı Denetimleri ve İş Birliği:** Hayvan refahını sağlamak adına çiftliklerde düzenli denetimler gerçekleştiriyor ve tedarikçilerimizle iş birliği içinde çalışarak doğru uygulamaların hayata geçirilmesini sağlıyoruz. Bu sayede hayvanların iyi bir yaşam kalitesine sahip olmalarını destekliyoruz.

2022 yılında satışa sunduğumuz Carrefour markalı yumurtalarımızın %46 kadarını, ulusal markalı yumurtaların ise %45'ini kafessiz yetiştiricilik sistemlerinden elde ediyoruz.

SÜRDÜRÜLEBİLİR BALIKÇILIK

Sağlık açısından zengin ve fonksiyonel bir besin kaynağı olan balık tüketiminin artması gerekliliğine inanarak, ekonomik, ekolojik ve sosyal boyutları içeren Sürdürülebilirlik Balıkçılık ilkesini benimsemekteyiz. Bu kapsamda, avlanan balıkların doğru yönetilmesini temel alan anlayışı benimseyerek, sürdürülebilir bir balıkçılık uygulamak amacıyla çeşitli adımlar atmaktayız.

Üretimden reyonla gelene kadar her süreci T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından kontrol edilen çiftliklerle çalışmaktayız. Doğada balıkların hayatta kalma oranı %5-10 seviyesinde iken bu oran kültür balıklarında %90-95'i bulabilmektedir. Doğada yaklaşık 1 milyon balık yumurtasından çok azı istenen boya ulaşabilmekteyken, çiftlik balıklarında bu sayı 250.000-300.000 adet kadardır. Aradaki farkın

Balık Satışları	2020	2021	2022
Toplam Satış (ton)	12.000	11.000	13.000
Avcılık Balığı Oranı (%)	13,5	9,9	32,2
Çiftlik Balığı Oranı (%)	65,0	56,6	36,7
İthal Balık Balığı Oranı (%)	13,0	21,3	18,5
Diğer Balık Oranı (%)	8,6	12,2	12,6
Avcılık Balığı /Çiftlik Balığı Oranı (%)	20,7	17,4	87,6

nedeni; çiftliklerde üretilen balıkların, yumurtadan başlayarak doğada üreyen balıkların karşılaştığı doğal avcılardan veya hastalık gibi etkenlerden mümkün olduğunca uzak tutulmasıdır.

Öncelikle, su ürünleri mevzuatına tam uyum sağlayarak av ve boy yasağına tabi ürünleri hassasiyetle takip ediyoruz. Sürdürülebilirlik yaklaşımımız doğrultusunda kültür balıklarına ve üretim balıklarına öncelik tanıyoruz. Bu doğrultuda, üretimden reyonla gelene kadar tüm aşamaları sıkı bir şekilde kontrol edilen çiftliklerle iş birliği yapıyoruz.

Depolarımızda ve mağazalarımızda avcılık ve yetiştiricilik ürünleri için gerekli mevzuat kontrollerini gerçekleştiriyoruz. Ürünlerin tazeliğini müşterilerimize kadar korumak adına soğuk zincirin devamlılığını depo ve mağaza reyonlarımızda sağlıyor ve süreçlerimizi takip ediyoruz. Mağaza çalışanlarımızda farkındalığın arttırmaya yönelik bilgilendirme doküman ve bültenler paylaşıyoruz. Aynı şekilde müşterilerimizi de sosyal medyada ve mağaza alanlarındaki iletişim araçlarımız ile bilgilendiriyoruz.

Su ürünleri çeşitlerimiz Tarım ve Orman Bakanlığının yayınlamış olduğu mevzuatlar doğrultusunda su ürünleri kalite güvence uzmanlarımız tarafından su ürünleri platformlarımızda kontrol edilmektedir. Su Ürünleri Platformlarımız, CarrefourSA tarafından satın alınan, avcılık ya da yetiştiricilik yoluyla elde edilmiş ithal ve yerli tüm su ürünlerinin mağazalarımıza sevk edilmeden önce toplandığı platformdur. Üç adet su ürünleri platformumuz bulunmaktadır (Gebze, İzmir ve Antalya'da). Özellikle ürünlerin tazelik kriterleri, av, boy ve tür yasakları kontrol edilerek mal kabul yapılmakta ve böylelikle mevzuata uygun ürünler reyonla konularak müşterilerimize ulaştırılmaktadır.

2022 sonu itibarıyla 405 mağazamızda balık satışı yapmakta ve 92 su ürünleri firması ile aktif olarak

çalışmaktayız. Satışlarımız ağırlıklı olarak yetiştiricilik balıklarındandır.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TEDARİK POLİTİKALARIMIZ

Etki alanımıza giren ve ekolojik çevreyi etkileyen bazı hassas konularda, bir gıda perakendecisi olarak ilave sorumluluklarımız bulunmaktadır. CarrefourSA dahil birçok kurumun çevresel etki alanında bulunan bu hassasiyetler, müşterilerimize sunduğumuz ürünlerin, yani tedarik zincirimizin doğrudan etkilediği ve etkilendiği alanları oluşturmaktadır. CarrefourSA olarak bu alanlarda kapsayıcı yaklaşımlar oluşturmak, tedarik zincirimiz başta olmak üzere bilinçlendirici ve teşvik edici uygulamalarda bulunmak sorumluluğumuzdur.

BIYOÇEŞİTLİLİK ³⁰⁴⁻²

Biyoçeşitlilik, tüm Dünya'da bulunan yaşam formlarının aralarındaki farklılıklardan doğan çeşitliliğidir. Bu çeşitlilik, canlı türlerinin hayatta kalabilmesi, sağlıklı bir şekilde nesillerini sürdürebilmesi ve sürdürülebilir bir ekolojik döngü için olmazsa olmazdır. Ne yazık ki son yıllarda biyoçeşitlilik kayıp hızı azalmadan devam etmekte ve türlerin yok olma risklerinin zamanla arttığı artık iyi bilinmektedir. Son 50 yılda canlı türlerinin popülasyonunda %68'lik azalma söz konusudur. Bu azalmaya küresel salgın ve felaketlerin yanı sıra ormansızlaşma, geleneksel tarım yöntemleri ve yasa dışı avlanma vb. insan aktiviteleri de katkı sağlamaktadır. Biyoçeşitlilik kaybının ve ekosistem işlevlerinin kaybının küresel ekonomiye tahmini yıllık maliyetinin 2050 yılına kadar 14 trilyon Euro olacağı öngörülmektedir.

Biyoçeşitliliğin korunması konusundaki yaklaşımımız için Birleşmiş Milletler Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesini referans olarak almaktayız. Çevre yaklaşımımız kapsamında da bulunan biyoçeşitlilik konusu için doğal yaşam alanlarını ve canlı yaşamını tehdit edecek her türlü aktiviteden kaçınıyor ve daha yaşanabilir bir dünya için çalışıyoruz.

Biyoçeşitlilik yaklaşımımız kapsamında amaçlarımız:

- Biyoçeşitlilik üzerindeki olası doğrudan ve dolaylı etkilerin izlenmesi ve varsa önlenmesi,
- Faaliyet gösterdiğimiz bölgelerde biyoçeşitliliğin korunmasına katkı sağlanması,
- Tedarik zincirindeki ürün temininde gübre ve tarım

ilacının yoğun olarak kullanıldığı geleneksel tarım yöntemleri ile yetiştirilen ürünler yerine hem insana hem çevreye duyarlı üretim yapan üreticilerle çalışmak, sorumlu ve sürdürülebilir bir tedarik zinciri yaratılması,

- Doğal kaynakların ve canlı yaşamının korunması konusunda ilgili STK ve organizasyonlarla ortak projeler yürütülmesi,
- Ormansızlaştırmaya neden olan faktörlerin önlenmesi ya da azaltılması,
- Soyu tükenmekte olan türlerin tespit edilip biyosistemlerine yakın yerlerde gösterilen faaliyetlerin denetlenmesi.

Biyçeşitlilik konusuna doğrudan önemli bir etkimiz olmasa da, faaliyet gösterdiğimiz alanlarda çevresel etkileri mümkün olduğu kadar sınırlamayı hedeflemekteyiz. Bu nedenle her mağaza, depo veya lojistik platformumuzun su tüketimini, enerji tüketimini ve atıklarını doğru yönetmesini ve optimize etmesini önemsemekteyiz. Buna ek olarak, çevreye ve biyolojik çeşitliliğe saygı duyan şartnamelere uygun olarak hareket ederek yeni mağazaların kurulmasına yatırım yapmaktayız. Ağaçlandırma faaliyetlerine ve biyçeşitliliğin korunmasını amaçlayan projelere katkı sağlamak gelecek planlarımız içerisinde yer almaktadır.

ORMANSIZLAŞMAYLA MÜCADELE

Ormanlar, canlı yaşamı için en temel bileşenlerden biridir. Karbon dioksit gazını absorbe edip oksijen üretmeleri ile gezegenimizin akciğerleri olarak da tanımlanırlar. Ormanlar aynı zamanda iklimlerin düzenlenmesine yardım etmektedir ve ekosistemimizde okyanuslardan sonra karbon dioksiti en çok azaltan ortamdır. Ormanlar karada yaşayan vahşi yaşama ev sahipliği yapmanın yanı sıra, bir milyardan fazla insanın da geçimini doğrudan sağlamaktadır.

Ormansızlaşma ve orman alanlarının azalmasının başlıca nedenleri arasında artan tarım alanı ihtiyacı ve ambalaj malzemeleri, kâğıt vb. gibi günlük kullanımlarda çok fazla ihtiyaç duyulan malzemelerin üretimi gösterilmektedir. Ormansızlaşma sonucunda bitki ve hayvan türlerinin doğal yaşam alanları yok olmaktadır. Yok edilen ormanlar sonucunda karbon dioksit giderimi potansiyelini de azaltmış

Orman risk emtiaları nelerdir? CarrefourSA'nın bu değer zincirinin neresindedir?

- Kereste ve kâğıt ürünleri, palm yağı ve türevleri, soya ve türevleri, sığır ürünleri, kahve ve ürünleri, kakao ve ürünleri, kauçuk ve ürünleridir.
- CarrefourSA direkt olarak bu emtiaları işlemez, üretmez ve satmaz. Bu emtiaları içeren Öz Marka ürünlerini tedarikçilerinde ürettirerek son kullanıcıya ulaştıran konumundadır.

Orman risk emtialarına bağımlılık durumumuz (yıllık toplam harcamadaki yüzdesi):

- Kereste ve Kâğıt Ürünleri: %6
- Palm yağı ve türevleri: %0,01
- Sığır Ürünleri: %6
- Soya ve türevleri (operasyon) :%0,004
- Soya ve türevleri (hayvan yemi): %3
- Kahve ve ürünleri: %0,08
- Kakao ve ürünleri o: %0,07
- Kauçuk ve ürünleri: %0,001

olan dünyamızda sera gazlarında artış meydana getirmektedir.

Bu artışın bir diğer sebebi ise ormanların hali hazırda absorbe etmiş olduğu sera gazlarını da atmosfere geri salmalarıdır. Bunun yanında geçimini ormancılık faaliyetlerinden sağlayan insanları da olumsuz etkilemektedir.

CarrefourSA'nın operasyonlarının ormansızlaşmaya doğrudan etkisi çok düşüktür. Operasyonlarımız, orman emtialarının üretiminde riskli bir bölge olmayan Türkiye'de yer almasına ve yasal olarak henüz Türkiye'de orman risk emtiaları özelinde herhangi bir yönetmelik mevcut olmasa da, dünyadaki en iyi uygulamalarda aktif olan yönetmelikler ile uyumlu olarak çalışmayı hedeflemekteyiz. CarrefourSA, Öz Marka ürünlerindeki risk emtialarının üretim ülkelerindeki yönetmeliklere de uygun olarak



üretildiğine dair tedarik zinciri denetimleri yapmaktadır.

CarrefourSA ve Öz Marka ürünler için birlikte çalıştığımız tedarikçilerin orman risk emtiaları içeren ürünlerin kullanımı, üretim ülke ve bölgesi, kullanım miktarı, sertifikasyon bilgileri gibi konularda şeffaf olarak paylaşımlarımızı sürdüreceğimizi taahhüt etmekteyiz.

Ormansızlaşmayla mücadele kapsamında amaçlarımız:

- Ormansızlaşmaya neden olacak faaliyetleri yapmamak veya desteklememek,
- Yerel mevzuatları takip edip, uygulamak,
- Ambalaj ve kâğıt atıklarının ayrı toplanarak geri dönüşümünü sağlamak ve kaynak kullanımını azaltmak, yasal ve sürdürülebilir kaynaklardan elde edilen kâğıt ve ahşap ürünleri (FSC sertifikalı) kullanmak,
- Ormansızlaşma konusunda üretici ve tedarikçiyle birlikte çalışmak,
- Ürün şeffaflığını ve izlenebilirliğini artırmak,

- Öz Marka tedarik zinciri denetimlerinde risk emtialarını üretildiği ülke ve bölgeye kadar izlemek için kapsamımızı genişletmek,

2022 yılında ilk kez CDP Orman modülü üzerinden orman risk emtiaları üzerindeki CarrefourSA etkileri öngörülen riskler ve tüketim değerleri şeffaf olarak paylaşılmıştır. Yapılan değerlendirme sonucunda tüm orman modüllerinde B (Management) puanı almaya hak kazanmış olan firmamız gelecek senelerde yapacağı çalışmalar ve alacağı aksiyonlarla bu konuda lider ve sektörde öncü olmayı hedeflemektedir.

CarrefourSA Öz Marka ürünlerinde kullandığı ormansızlaşmaya neden olan emtiaları 2025 yılına kadar %100 sürdürülebilir kaynaklardan temin etme hedefi kapsamında tüm tedarikçilerini sertifikalı ürünler üreten işletmeler arasından seçmeyi planlamaktadır. Her orman risk emtiasına özel olarak talep edilen sertifika örnekleri ve satın alım şartları aşağıdaki gibidir:

Palm Yağı ve Türevleri: 2022 yılında sertifikalı

emtia miktarımız %5,5'tir. 2025 yılı sonuna kadar hedefimiz bu oranı %100'e çıkarmaktır - satın alınan emtianın RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) sertifikasına sahip olması hedeflenmektedir.

Soya ve Türevleri: 2022 yılında sertifikalı emtia miktarımız %88'dir. CarrefourSA, gelecek yıllarda da bu oranı korumaya devam edecektir - satın alınan emtianın RTRS (Round Table on Responsible Soy Association) veya ProTerra sertifikasına sahip olması hedeflenmektedir.

Kereste ve Kağıt Ürünleri: 2022 yılında sertifikalı emtia miktarımız %33'tür. 2025 yılı sonuna kadar hedefimiz bu oranı %100'e çıkarmaktır - satın alınan emtianın FSC (Forest Stewardship Council) ve PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) sertifikasına sahip olması hedeflenmektedir.

Sığır Ürünleri: CarrefourSA, büyükbaş et ürünlerini %100 yerel kaynaklardan sağlamaktadır. Riskli bölgelerden (halen Brezilya, Bolivya gibi ülkelerden)

alım yapılmayacağını taahhüt etmekteyiz.

Kahve ve Ürünleri: 2022 yılında sertifikalı emtia miktarımız %86,5'tir. 2025 yılı sonuna kadar hedefimiz bu oranı %100'e çıkarmaktır - satın alınan emtianın RA (Rainforest Alliance) sertifikasına sahip olması hedeflenmektedir.

Kakao ve Ürünleri: 2022 yılında sertifikalı emtia miktarımız %0'dır. 2025 yılı sonuna kadar hedefimiz bu oranı %100'e çıkarmaktır - satın alınan emtianın RA (Rainforest Alliance) sertifikasına sahip olması hedeflenmektedir.

Kauçuk ve Ürünleri: 2022 yılında sertifikalı emtia miktarımız %0'dır. 2025 yılı sonuna kadar hedefimiz bu oranı %100'e çıkarmaktır - satın alınan emtianın FSC (Forest Stewardship Council) ve PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) sertifikasına sahip olması hedeflenmektedir.

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ YAKLAŞIMIMIZ 3-3

CarrefourSA'nın Vizyon ve Misyonunun temelinde müşteri memnuniyeti bulunmaktadır.

Vizyonumuz

Müşterisi için doğru ürünü doğru üreticiden alıp doğru fiyat politikasıyla sunarak güvenilen ve tercih edilen lider gıda perakendecisi olmaktır.

Misyonumuz

"Yeni Nesil Market" anlayışıyla müşterilerimizin ihtiyaç ve beklentilerini anlamak; doğru üreticiden doğru ürünü temin ederek doğru hizmet anlayışı ile doğru fiyata sunmaktır.

Bir gıda perakendecisi olarak müşterimizin memnuniyetinin, onlara sunduğumuz ürün ve hizmetlerden geçtiğinin bilincindeyiz. Bizimle ilk teması geçtikleri anda, kapıdan girdikleri zaman veya internet ya da çağrı merkezimizde başlayan bu süreçte, alışveriş deneyimiyle devam eden, ürünlerin tüketimi ve kullanılmasına kadar uzayan, daha sonra da oluşan atıkların bertarafına kadar giden bir süreci doğru yönetmemiz gerekmektedir. Gıda ürünleri, sağlığı etkileyebilecek en temel etkenlerin başında geldiği için de tüm aşamalarda da sağlık ve güvenlik konuları her zaman ön planda yer alıyor.

Bu konudaki çalışmalarımızı aşağıdaki başlıklar altında değerlendirmekteyiz.

- Sağlık ve Güvenlik (Mağazalarımızda)
- Hijyen ve Gıda Güvenliği (Mağaza ve Depolarımızda)
- Ürün Güvenliği (Ürün ve Tedarikçilerimizde)
- Müşteri Deneyimi

SAĞLIK VE GÜVENLİK 416-1

Müşterilerimizin sağlık ve güvenlikleri konusunda Genel Müdürlük birimlerimiz tarafından yayınlanan bütün kural, prosedür ve talimatlara tam uyum göstermekteyiz. Ayrıca resmi kurum denetimleri ve müşterilerimizin geri bildirimleri bize sürekli iyileşme noktasında katkı sağlamaktadır.

Mağazalarımızda Müşteri Sağlığına Yönelik Çalışmalarımız

Müşterilerin sağlık ve güvenliğinin sağlanabilmesi için mağazalarımızda birçok uygulamamız bulunmaktadır. Bunların bazıları aşağıdaki gibidir:

- Mağaza açılış saatine kadar tüm reyonlarımızın satışa hazır hale getirilmesini sağlıyor, reyon ve sepet aralarında koli, ekipman vb. ürünler kalmamasına özen gösteriyoruz.
- Mağaza girişlerimizde çalışan ve müşterilerimizin güvenliği kapsamında kar yağışı dönemlerinde düzenli aralıklarda tuz uygulaması yapıyoruz.
- Mağaza temizliği sırasında ve sonrasında kaygan zemin levhaları kullanıyoruz.
- Müşterilerimizin mağazalarımızda rahat alışveriş yapabilmeleri için her zaman reyon ve sepet aralarımızı düzenli tutuyoruz.

Mağazalarımızda Yaşanabilecek Kazalar

Mağazalarımızda müşterilerimizin yaşayabileceği kazalarla ilgili prosedürümüz de bulunmaktadır. Bu kapsamda, kaza sonrasında varsa revir sağlık çalışanımız, eğer yoksa ilkyardım eğitimi almış çalışanlarımız tarafından ilk müdahale yapılmaktadır. Sonrasında yaralanma derecesine göre 112'ye bilgi verilerek veya en yakın sağlık kuruluşuna, işyeri yöneticisi veya görevlendirilen refakatçi eşliğinde araçla götürülmektedir. Yakını aranarak durum uygun bir dille anlatılmakta, hastanede refakat edilmektedir. Akabinde, herhangi bir ihtiyaç olması halinde müşteriye iletişim bilgileri verilmektedir.

Acil Durumlar

Mağazalarımızda ayrıca olası acil durumlar için bir prosedür geliştirmiş durumdayız. Bu prosedürümüz sadece müşterilerimizi değil, tüm geçici ve daimi çalışanları, alt yüklenicileri, ziyaretçi ve iş takipçilerini ve stajyerleri de kapsamaktadır. Bu prosedürde Yangın, Deprem, Sel, Fırtına ve Kasırga, Bina Çökmesi / Toprak Kayması, Patlama, İş Kazası, Bomba İhbar, İşyerinde Şiddet, Silahlı Soygun, Gasp / Rehin Alma, Grev, Su Kirliliği, İntihar, Kimyasal Malzeme Dökülmesi /Sızıntı ve Trafik Kazası kapsamaktadır. Bu gibi acil durumları önleyici



tedbirlerin yanı sıra, olay sonrası izlenecek eylemleri de tanımlayarak olası riskleri yönetmekteyiz.

HİJYEN VE GIDA GÜVENLİĞİ ⁴¹⁶⁻¹

Entegre tesislerimizde, merkez depolarımızda ve mağazalarımızda doğru hizmeti vermek ve gıda güvenliğini sağlamak için mal kabul aşamasından müşterilerimize teslimeye kadar olan tüm süreci Kalite Güvence Ekibimiz tarafından yasal mevzuatlar ve global uygulamalar baz alınarak oluşturulan "CarrefourSA Kalite Yönetim Sistemi"ne göre yönetiyor ve kontrollerimizi sağlıyoruz.

Üretim ve paketleme işlemlerini gerçekleştirdiğimiz kasap reyonlarımızda veteriner hekimlerimiz ile ürünlerin güvenliği ve kalitesi sağlanmaktadır. Aynı şekilde, pasta ekmek reyonlarımızda ise gıda mühendislerimiz görev almaktadır. Entegre tesis ve platformlarımızda ise veteriner hekimler ve su ürünleri mühendislerinden oluşan uzman ekiplerimizin kontrolünde süreçleri yönetiyoruz.

Saha operasyonlarımızın temel taşı olan mağaza ekiplerimizin rolünün kritik olduğunun bilincindeyiz. Bu nedenle, CarrefourSA Kalite Yönetim Sistemini

kurumsal bir kültüre dönüştürmek amacıyla ekiplerimizle yakın temas halindeyiz ve uygulamalı eğitimler düzenliyoruz. Şirket içi kültürümüzü bu değerli sisteme entegre etmek adına, ekiplerimize yönelik yüz yüze eğitimler gerçekleştiriyoruz. Bayi operasyonlarımızda mağazaların CarrefourSA Kalite Yönetim Sistemine uyumları için 110 adet mağazada yüz yüze ve uygulamalı eğitimler düzenledik.

Mağazalarımız, entegre tesislerimiz ve depolarımız için temizlik kimyasallarını alana ve uygulamaya özel seçiyoruz. Kimyasal seçimlerimizi kimyasal etkinlik testleri ile doğruluyoruz. Çevresel duyarlılık ve sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda, hijyenik sonuçlar elde etmek için gereken kimyasal miktarını en aza indirmeye çalışıyoruz. Aynı zamanda, minimum eforla kullanımı kolay ve yenilikçi kimyasallar tercih ediyoruz. Bu yaklaşım, temizlik süreçlerini daha verimli hale getirirken çalışanlarımızın iş yükünü azaltmaya da yardımcı olmaktadır.

Hijyen standartlarımızın takibi için hazırladığımız çevresel izleme planlarımız kapsamında üretim ve ürün işleme süreçlerinin uygunluğunu akredite laboratuvarlarda yapılan gıda, su, ortam havası

Mağaza ve Depo Hijyen ve Gıda Güvenliği Denetimleri	2020	2021	2022
Denetimler (Toplam)	1.286	1.283	1.517
Mağaza	1.277	1.272	1.507
Depo	9	9	8
Entegre Et Tesisi	-	2	2
Denetimlere Birlikte Analiz Edilen Numune Sayısı	11.840	10.632	16.723
Denetimlere Birlikte Analiz Edilen Parametre Sayısı	27.559	27.055	40.354

ve ürünlerin temas ettiği yüzey numunelerini mikrobiyolojik ve kimyasal analizlerle kontrol ediyoruz. Analiz sonuçlarını değerlendirerek gerekli önlemlerin alınmasını sağlıyoruz.

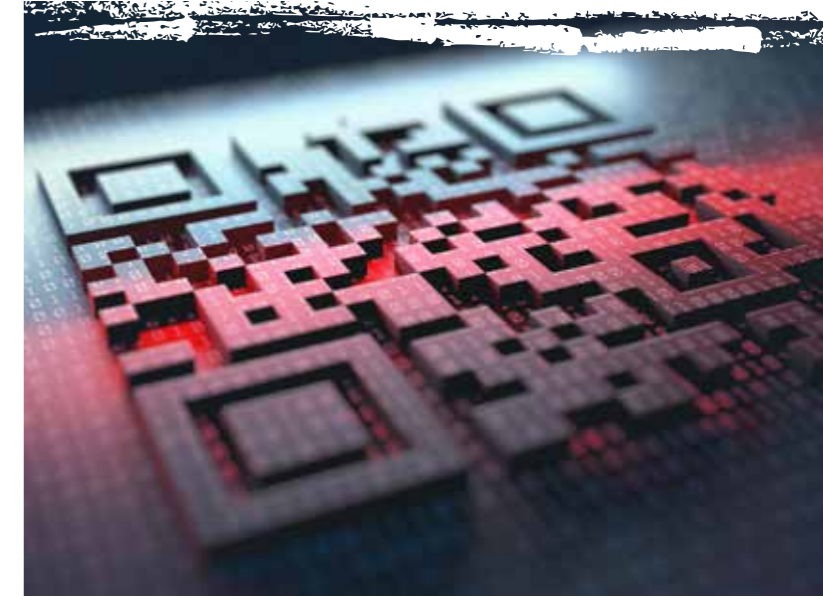
Mağazalarımızda ürettiğimiz ve işlediğimiz her ürün için raf ömrü çalışmalarını akredite laboratuvarlarda çalışıyor, sene içerisinde analizlerle kontrol ederek raf ömürlerimizi doğruluyor ve güvenli ürünleri reyonda bulunduruyoruz. Satışa sunduğumuz ürünlerin yanı sıra taze gıda reyonlarımızda ürün dilimleme ve paketlemede kullanmış olduğumuz ekipmanların ve yüzeylerin de güvenli olmasını önemsemekteyiz. Bu ekipman ve alanları da düzenli olarak analiz ederek temizlik etkinliğimizi kontrol ediyoruz.

Pest kontrol hizmetlerinin etkili bir şekilde yönetilmesi ve entegre tesisler, depo ve mağazalardaki risklerin en aza indirilmesi için altyapı, bina yaşı, şehir ve mevsimsel değişiklik gibi önemli parametreler üzerinde detaylı bir risk analizi gerçekleştiriyoruz. Bu analiz, her mağazanın özgün özelliklerini ve çevresel faktörlerini göz önünde bulundurarak, pest kontrol hizmeti ihtiyaçlarını belirlememizi sağlamaktadır. Pest kontrol hizmetlerimizde kimyasal kullanımını azaltmaya yönelik bir yaklaşım benimseyerek, doğal dengeyi koruma amacıyla çevresel etkilerimizi minimuma indirmeyi de hedefliyoruz. Geleneksel yöntemler yerine, kontrol yöntemlerinin çeşitlendirilmesi ve artırılması yoluyla pest kontrol operasyonlarımızı yönetiyoruz.

Mağazalarımızın belirlemiş olduğumuz hijyen ve gıda güvenliği standartlarına uyumunu uzman denetçi kadrosuyla gerçekleştirilen bağımsız denetimlerle kontrol ediyoruz. Bu denetim çıktılarıyla mağaza ve süreçlerimizde gerekli önlemleri alarak sürekli gelişimi, yasal uyumu

ve kendi standartlarımıza uyumun devamlılığını sağlıyoruz.

Denetimlerde lokasyonların faaliyet alanlarına göre mal kabul, depolama, lojistik, üretim ve satış aşamaları değerlendirilmektedir. Bu aşamalarda temizlik uygulamaları, soğuk zincir, ürün kontrol, izlenebilirlik, çalışan ve kalite kültürü, pest kontrol uygulamaları, dokümantasyon ve kalite yönetimi ile birlikte altyapı ve ekipman gibi temel gereklilikler değerlendirilmektedir.



Hijyen ve gıda güvenliği denetim süreçlerimiz için CarrefourSA'ya özel olarak tasarlanmış bir yazılım kullanılmaktadır. Bu yazılım sayesinde, hijyen ve gıda güvenliği denetimlerini, numune alımlarını, denetim sonuçlarının takibini ve tüm süreçle ilgili detaylı raporları tek bir entegre sistem içinde gerçekleştirebiliyoruz. Bu sistem ile zaman-ış verimliliği artırılırken operasyonda kullanılan kağıt kullanımını da ortadan kaldırıyoruz.

ÜRÜN GÜVENLİĞİ VE KALİTE ⁴¹⁶⁻¹

“Yaşam İçin Doğrusu” prensibiyle, ürünlerimizin güvenliği ve müşterilerimizin sağlığına verdiğimiz önem temel sorumluluğumuzdur. CarrefourSA olarak, “Doğrusu CarrefourSA’da” anlayışımızla, müşterilerimize doğru ürünleri ve doğru hizmeti sunma taahhüdümüzü her aşamada benimsiyoruz. Bu bağlamda, Carrefour Group’un kriterlerini, yasal mevzuat ve yönetmelikleri titizlikle göz önünde bulundurarak ürünlerimizin güvenliği ve kalitesinin teminatı olan CarrefourSA Kalite Standartlarını oluşturduk. Bu standartların gerekliliklerini titizlikle yerine getiriyoruz. Müşterilerimizin talep ve beklentilerini doğru şekilde anlamak ve karşılamak için çaba gösteriyor, memnuniyetlerini sağlamayı en büyük önceliklerimiz arasında tutuyoruz.

İş süreçlerimizin tüm aşamalarında yer alan paydaşlarımızı CarrefourSA Kalite Standartları konusunda bilgilendirme ve eğitime amacıyla özel bir çaba gösteriyoruz; müşterilerimizin güvenini kazanmak ve doğru kaliteyi sunmak adına kalite standartlarımızı herkesin anlayabileceği şekilde aktarıyoruz. Aynı zamanda iş ortaklarımızı da CarrefourSA Kalite Standartlarına uymaları için destekliyoruz. İş birliği içinde çalışarak, ürünlerin üretim, taşıma, işleme ve sunum aşamalarında standartlarımızı sağlamak için birlikte çaba harcıyoruz. Bu standartları benimseyen ve uygulayan iş ortaklarımızla birlikte, sadece kendi işimizi değil, aynı zamanda geniş etki alanımıza

katkıda bulunmayı amaçlıyoruz.

Üretim tesislerimizde, mağazalarımızın taze gıda reyonları ve lezzet arası restoranlarımızda, güvenli gıdanın hijyenik üretim kriterlerinde müşterilerimize sunulabilmesi için başlangıçtan son aşamaya kadar kalite süreçlerini titizlikle yürütüyoruz. Carrefour Öz Marka ürünlerinde bulunan “CarrefourSA Güvencesi Logosu” ürünlerimizin arkasında olduğumuzu vurgulayan yaklaşımın bir semboldür. Bu yaklaşım, “Doğru Ürün, Doğru Tedarikçi, Doğru Kalite” ilkesi üzerine kurulmuştur ve müşterilerimize güvenli, kaliteli ve tatmin edici alışveriş deneyimleri sunma misyonumuzu yansıtır.

Carrefour Kalite Güvence logosu altında 3D var. “Doğru Ürün, Doğru Tedarikçi, Doğru Kalite”

Tedarikçilerimizde Kalite Denetimleri

Hem Öz Markalı hem de Ulusal Markalı ürün tedarikçilerimizde tedarik sürecine başlanılmadan önce, ürünlerin satışa sunulduğu süre boyunca ve riskine göre belirlenen aralıklarla denetimler gerçekleştiriyoruz. Denetim sonuçlarına göre ticareti sonlandırabiliyor veya aksiyon için tedarikçilerimize süre tanıyarak ihtiyaca göre destek veriyoruz. Sürekli denetimler sayesinde, tedarikçilerimizin süreçlerinde gelişim ve gıda güvenliğini sağlama taahhütlerini yerine getirdiklerinden emin oluyoruz. Aynı zamanda tedarikçi performansını sürekli olarak



değerlendiriyor, iş birliğimizin devamlılığını ve müşteri memnuniyetini arttırmayı hedefliyoruz

Öz Markalı ürünlerimizde, üreticilerimiz ile ürün kalitesi ve müşteri güvenliğinin sağlanmasına yönelik kalite sözleşmesi yapıyoruz. Tedarikçilerimizin %56’sında GFSI (Global Food Safety Initiative) belgesi bulunmaktadır, ancak belgeleri bulunmasına rağmen hepsini CarrefourSA denetimlerine tabi tutuyoruz. Üretim koşullarını, CarrefourSA tarafından seçilen denetim ekibi ve CarrefourSA kalite güvence ekibi ile mutlaka yerinde denetliyoruz. Tedarikçinin risk değerlendirmesini yapıyor, kalite ve ürün güvenliği süreçlerinin sürekliliğini kontrol etmek için de değerlendirme sonucuna göre sene içerisinde tekrar denetliyoruz.

Denetimlerimizde, üreticilerimizin gıda güvenliği kültürünün yerleşmiş olması önceliğimizdir. Bu bağlamda, tedarikçilerimizde çalışan ekiplerin de gıda güvenliği kültürüne uyumlarını dikkatle değerlendiriyoruz. Çalışan ekiplerin, gıda güvenliği konusundaki bilinç düzeyini ve uygulamalarını gözlemleyerek analiz ediyor, gıda güvenliği kültürünün her seviyede benimsenip hayata

geçirildiğinden emin oluyoruz.

Denetimlerimizin kapsamı, ürün güvenliği ve kalitesini doğrudan etkileyen soruların yanında, belirlediğimiz ürün reçetesine uygunluğu da içermektedir. Bu kapsamda, ürünlerimizin tüm üretim aşamalarını titizlikle değerlendiriyor ve standartlarımıza uyumunu sağlamak için yoğun çaba sarf ediyoruz. Bu sayede müşterilerimize her seferinde tutarlı ve yüksek kalitede ürünler sunmayı hedefliyoruz.

Denetimlerde üzerinde durulan önemli konulardan biri de izlenebilirliktir. Tedarikçimiz, hammadde ve ürüne doğrudan temas eden ambalaj materyali kabulünden ve son ürünün CarrefourSA depolarına/ mağazalarına teslim edilmesine kadar geçen aşamalar için kendi izlenebilirlik uygulamasına sahip olmak zorundadır. Bu sayede uygun olmayan ürünlerin yönetimini de hedeflenen standartlarda yapabiliyoruz. Tedarikçilerimizin dahili süreç kontrollerini hem operasyonel hem de evrak üzerinde hammaddeden son ürüne kadar sağladığını denetimlerimizde kontrol ediyoruz. Diğer önemli konulardan biri de güncelliğini

Tedarikçilerde Kalite Denetimleri	2020			2021			2022		
	Denetim Sayısı	Tam Başarıyla Sonuçlanan Denetim Sayısı	Tam Başarıyla Sonuçlanmayan Denetim Sayısı	Denetim Sayısı	Tam Başarıyla Sonuçlanan Denetim Sayısı	Tam Başarıyla Sonuçlanmayan Denetim Sayısı	Denetim Sayısı	Tam Başarıyla Sonuçlanan Denetim Sayısı	Tam Başarıyla Sonuçlanmayan Denetim Sayısı
Mevcut Ulusal Marka Tedarikçileri	64	47	17	113	78	35	95	73	22
Ulusal Marka Olmaya Aday Tedarikçiler	23	11	12	20	8	12	10	5	5
Fırınlr	100	30	70	71	28	43	73	34	39
Mevcut Öz Marka Tedarikçileri	55	41	14	72	50	22	56	48	8
Öz Marka Olmaya Aday Tedarikçiler	42	20	22	41	21	20	39	20	19
Toplam	284	%52	%48	317	%58	%42	273	%66	%34

Not: Denetim sayılarına takip denetimleri dahil değildir.

koruyan alerjen yönetimidir. Son ürüne herhangi bir şekilde alerjen madde eklenme ve bulaşma riskinin ortadan kaldırılması için İyi Üretim Uygulamalarını kontrol ediyoruz. İyi Üretim Uygulamalarına rağmen alerjen bulaşması önlenemiyorsa, bulaşan alerjenin etiketlerde beyan edilmesi sağlanmaktadır.

Tedarikçi denetimlerimizde, gıda savunması öncelikli odak noktalarımızdan birini oluşturmaktadır. Gıda savunması, tedarik zinciri boyunca ürünlerin güvenliği ve bütünlüğünün korunması için alınan önlemleri içerir. Tedarikçilerimizin, ürünlerimizin güvenilirliğini tehdit edebilecek herhangi bir riski öngörüp, bu riskleri en aza indirmek adına gerekli adımları attığından emin olmak için gelişmiş denetim süreçleri uyguluyoruz.

Öz Markalı ürünlerimizde, coğrafi işarete sahip olan ürünlerimizin tedarikçi denetimlerinde, ürünlerin coğrafi işaret tescil belgesine uygunluğunu ve ürün kalitesinin korunmasını, ayrıca bilinen özelliklere uygun üretiminin sağlanmasını detaylı bir şekilde kontrol ediyoruz. Ürünlerin içeriğinde yer alan

hammadelerin özgünlüğünü ve doğru coğrafyadan temin edilip edilmediğini yerinde doğruluyoruz. Bu yaklaşım ile tüketicilerimize güvenilir ve coğrafi özelliklerine uygun ürünler sunuyoruz.

Ürün Güvenliği ve Kalite Analizleri

Müşterilerimize, yasal mevzuata uygun, kaliteli ve güvenli ürünleri sunma hedefi doğrultusunda, süreçlerimizi belirliyor ve sürekli olarak geliştiriyoruz. Tedarikçi denetimlerinin yanı sıra, hem Ulusal Markalarımızda hem de Öz Markalı ürünlerimizde, yasal gerekliliklere ve müşteri beklentilerine uygunluk sağlamak için resmi belge kontrolü, duysal değerlendirmeler ve ürün analizleri gibi çeşitli noktaları içeren detaylı kontrol planları oluşturuyoruz.

Kalite planlarımız, panel süreçlerimiz, analiz parametreleri ve yöntemleri ile analiz sonuçlarının değerlendirilmesi gibi tüm aşamaları, aynı zamanda uygun olmayan ürün yönetim süreçlerini de kapsayacak şekilde SAP QM modülü ile dijital olarak yönetiyoruz. Analiz sonuçlarına göre belirlenen

Ürün Güvenliği ve Kalite Analizleri	2020		2021		2022	
	Analiz Edilen Ürün Sayısı	Analiz Sonucu Reyondan Çekilen Ürün Sayısı	Analiz Edilen Ürün Sayısı	Analiz Sonucu Reyondan Çekilen Ürün Sayısı	Analiz Edilen Ürün Sayısı	Analiz Sonucu Reyondan Çekilen Ürün Sayısı
Ulusal Marka Ürünler	840	18	733	17	564	27
Öz Marka Ürünler	1.381	55	1.304	24	1.281	8
Toplam	2.221	%3	2.037	%2	1.845	%1

uygun olmayan ürünlerin yönetimi ve ilgili aksiyonların takibini de bu dijital süreç içinde gerçekleştiriyoruz.

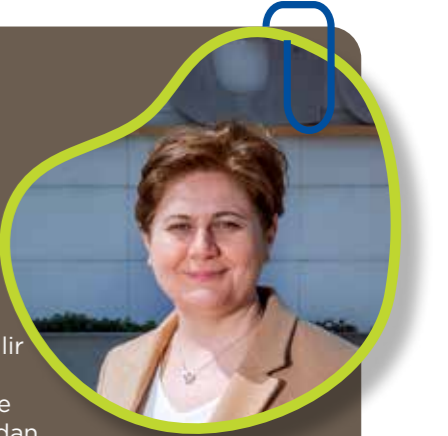
Ulusal Marka Ürünler

Ulusal Markalı ürünleri, satışa sunulmadan önce gerçekleştirilen tedarikçi denetimlerinin yanı sıra, analiz raporları, yasal izinler, sertifika kontrollerini de içeren CarrefourSA kriterlerine göre kontrol etmekte, kriterleri sağlamayan ürünleri satışa sunmamaktayız. Buna ek olarak, markalı ve lokal ürünler arasında risk değerlendirmesi bazlı seçilen ürünler yasal mevzuatlar ve ürün güvenliği açısından akredite laboratuvarlarda fiziksel, kimyasal ve mikrobiyolojik açıdan analiz edilmektedir.

Öz Marka Ürünler

Öz Marka ürünlerimize yaptırılan analiz kriterlerini tabi olunan mevzuatlar ve sürdürülebilir kalite için belirlenen CarrefourSA kalite kriterlerine göre seçmekteyiz. Bakanlık onaylı akredite laboratuvarlar tarafından ürün geliştirme aşamasında yapılan analizlere ilave olarak reyondardan rastgele seçilen ürünleri periyodik olarak analiz etmekteyiz. Carrefour marka ürünlerde risk analizi yaparken, Rapex, Gübis gibi Ulusal ve Uluslararası Güvensiz Ürün bildirimleri, Taklit Tağşiş kriterleri göz önünde bulundurulmakta, ayrıca dünya genelindeki veriyi tarayan ve

PAYDAŞ GÖRÜŞÜ



Gıda güvenliği ve sürdürülebilir tedarik konusunda hayata geçirdiği projelerle perakende sektörünün lider oyuncularından olan CarrefourSA ile uzun yıllardır iş birliği yapmaktan memnuniyet duyuyoruz. CarrefourSA'nın ürün izlenebilirliği, sürdürülebilir üretim, tarımın desteklenmesi ve sürdürülebilir tedarik zinciri hedefleriyle geliştirdiği projelerde partner olarak SGS Türkiye'yi seçmiş olmasının ardında her iki şirketin de global ölçekte deneyimi, etik ilkelere bağlı iş yapış biçimi, çok yönlü uzmanlığı ve sürdürülebilirliğe verdiği önem vardır.

CarrefourSA'nın, sorumlu satın alma politikaları ve değer zinciri boyunca sürdürülebilirliği odağına alan süreçleri içerisinde önemli bir yer tutan gıda güvenliği ve ürün güvenliği gibi yaşamsal konuların yönetiminde SGS Türkiye'ye sorumluluk vermiş olmasını, şirketimizin Türkiye'deki 90.yılı gururunu taçlandıran önemli bir gelişme olarak görüyoruz. CarrefourSA'yı tüketicinin sağlığı ve güvenliğini göz önünde bulundurarak ürettiği ürünlerde Gıda Güvenliği ve Ürün Güvenliği konularında bağımsız olarak desteklemekten mutluyuz.

Her iki şirketin de sorumlu yaklaşımları ve dünyamız için tutkuyla hayata geçirdiği sürdürülebilirlik projelerindeki birlikteliğin gelecekte de devam etmesini diliyoruz.

Nadin Haçerestunç
Genel Müdür
SGS Türkiye

ürünlerle ilgili riskleri raporlayan dijital bir sistem kullanılmaktadır.

Merkez Depolarımızda Ürün Kalite Kontrolleri

Merkez depolar, tüm mağazalarımıza ürün transferinin yapıldığı ve depolamanın gerçekleştirildiği alanlardır. Merkez depolarımıza gelen ürünlerin kalite kontrolleri mal kabul aşamasında Depo Kalite Güvence Uzmanları tarafından yönetilmektedir. Ürüne özel olarak hazırlanmış kontrol planları doğrultusunda Öz Markanın tamamı başta olmak üzere ulusal markalarda dahil toplamda 207 farklı parametrede kontrolleri gerçekleştiriyoruz. Bu kontroller sayesinde ürünlerin standartlarına uygun, taze, güvenli ve kaliteli olduğundan emin oluyoruz. Kalite kontrol süreçlerimizi merkez depolarımızda Ziraat Mühendisi, Gıda Mühendisi, Kimyager, Gıda Teknikerlerinden oluşan uzman ekiplerimiz ile yönetmekteyiz.

2022 yılında depolarımıza gelen Öz Markalı kuru gıda ve şarküteri ürünlerinden 14.904 üründe 208.191 parametrede kalite kontrol yapılmıştır. Ayrıca 2022 yılında taze gıda meyve sebze ürünlerinden 82 bin ton ürün kontrolü sağlanmıştır.

Depo mal kabul sırasında gerçekleştirdiğimiz kontrollerin yanı sıra mağazalara sevkiyat yapan araçlarda sevkiyat aracının temizliğinin sevkiyata uygunluğu ve sıcaklık kontrollerini de yapmaktayız. Sevkiyat araçlarının sıcaklık kontrolünü 2018 yılından itibaren alarmlı, kameralı uzaktan izleme sistemleri ile gerçekleştiriyoruz.

Merkez depolarımızda ürünleri doğru muhafaza etmek, ürün güvenliğini sağlamak ve doğru koşullarda mağazalara sevkiyatını gerçekleştirmek için depo faaliyetlerimize özel hazırladığımız hijyen ve gıda güvenliği eğitimlerini de düzenli olarak vermekteyiz.

ÜRÜN SAĞLIK VE GÜVENLİĞİ İÇİN DİĞER UYGULAMALAR

ORGANİK EKMEK

2022 yılı sonu itibarıyla perakende sektöründe, organik ekmek üretimi gerçekleştiren tek perakendeci olarak faaliyet göstermeye devam

etmekteyiz. Hiper format mağazalarımızda ürettiğimiz organik ekmekleri "Doğa Tat Carrefour" markasıyla tüketicilerimize sunmaktayız. Organik ekmek süreçlerimiz her yıl Ecocert tarafından denetlenmekte ve sertifikalandırılmaktadır. Üretim süreçlerimiz, yasal mevzuatlar çerçevesinde titizlikle yürütülmekte; ambalajlama, etiketleme ve diğer kontrol aşamaları mağazalarımızdaki gıda mühendislerimiz tarafından takip edilmektedir.

Üretim prosedürleri, talimatlar ve mevzuata uyum konularında mağaza yetkililerimize düzenli eğitimler vererek Carrefour Güvencesini sağlanmaktadır. Mağazalarımızda üretilen organik ekmek süreçlerini gıda güvenliği kurallarına uygun olarak takip ediyor, kontrollerini izlenebilirlik kayıtları ve denetimlerle sağlıyoruz.

Organik ekmeklerin hammaddelerinin tarımında sentetik gübre, ilaç ve herhangi bir kimyasal madde kullanılmıyor. Aynı zamanda ürünlerimizin pestisit ve GDO da içermediğini akredite laboratuvar analizleri ile doğruluyoruz.

Müşterilerimize kaliteli ve lezzetli ürünleri sunmayı hedefleyerek organik ekmeğimizi geleneksel yöntemlerle üretiyoruz. Organik ekşi hamur mayası kullanılarak üretilen organik ekmek, kendine özgü lezzeti ve uzun süre tazeliğini koruma özelliği ile öne çıkar. Organik ekşi hamur mayamızı organik Carrefour marka kuru üzüm ve organik bal reçetemiz ile üretirken, su kullanımında ise Carrefour Discount marka doğal kaynak suyu tercih ediyoruz. Bu şekilde, yıl içinde düzenli olarak gerçekleştirdiğimiz analizler ve denetimlerle kontrol altında tuttuğumuz Carrefour marka ürünlerimizi kullanarak kalite standardımızı koruyoruz.

Organik ekmeğimizin Sade, Kepekli, Tam Buğday Unlu, Kavılcı, Siyezli ve Karakılçık çeşitleri bulunmaktadır. Kavılcı, Siyezli ve Karakılçık çeşitlerinden ekmek üreterek bin yıllık yerli buğday çeşitliliğinin tarımına da katkıda bulunuyoruz. Kavılcı buğdayı tam 13 bin yaşında olup, Anadolu'daki en eski buğday tiplerindedir ve Kars'ın yerli buğdayıdır. Siyez buğdayı Kastamonu'da yetişmektedir ve düşük glisemik indekse, yüksek proteine sahiptir. Karakılçık buğdayı ise Anadolu topraklarında gerçekleşen tarım



ıslah çalışmaları esnasında genetiği bozulmadan 12 bin yıllık lezzetini koruyan Şanlıurfa Göbekli Tepede bulunan ve üretimi devam eden eşsiz bir türdür. Tüm çeşitlerin tadı, ustalarımızın ellerinde özgün bir ekmeğe dönüşmektedir. Kullanılan buğday çeşitlerinin lif oranının yüksek, glüten oranı düşük olması sebebiyle de müşterilerimize doğru beslenme seçeneği sunuyoruz.

DOĞRU BAL

Arıcılık, insan hayatında büyük bir öneme sahip olan tarihi bir faaliyettir. Binlerce yıl öncesine dayanan bir geçmişi olan arıcılık, bilimsel olarak da arının olmadığı bir dünyada yaşamın sürdürülemez olduğunu göstermektedir. Arılar, sadece ana besin maddesi olan bal üretimiyle değil, aynı zamanda ekosistemin dengesini sağlamada da kritik bir role sahiptirler.

2017 yılından bu yana bal ve arıcılık konularına özel bir yaklaşım benimsedik. Özellikle Türkiye'nin bal tedarikçilerinin önemli bir bölümünü sağlayan Ardahan, Kars ve Adana gibi bölgelerde bulunan arıcılarımızla iş birliği içinde çalışarak, doğru bal üretimi, arıların sağlığı ve yaşatılması için gerekenler gibi birçok

alanda eğitimler sağladık. Tedarikçilerimizle iş birliği yaparak ürün güvenliği, hijyenik üretim ve kalite konularını öncelik olarak ele alıyor, özel kalite protokolleri üzerine anlaşmalar imzalıyoruz.

Bilincinde olduğumuz üzere bal sektöründe hileli ürün riski bulunmaktadır. Bu nedenle katı kriterlere sahip üçüncü taraf denetimler gerçekleştirerek, satışa sunduğumuz balların güvenilirliğini sağlıyoruz. Ürünlerimizde bağımsız akredite laboratuvarlarda analizler yapılmasını temin ederek, kaliteyi sürekli denetliyoruz. Denetimler, analizler ve tüketici testlerini düzenli olarak gerçekleştirirken, sonuçları tedarikçilerimizle paylaşarak onların gelişimini destekliyoruz. Bu şekilde, sağlıklı, kaliteli ve güvenilir bal ürünlerini müşterilerimize sunuyoruz.

MÜŞTERİ DENEYİMİ

MÜŞTERİ DENEYİMİ YAKLAŞIMIMIZ VE ÖLÇÜMLEME

Müşterilerimizin CarrefourSA deneyimini en üst seviyede gerçekleştirebilmek için tüm müşteri süreçlerini "Müşterinin iletişim kurmak istediği yerde ol" mottosuyla düzenlemekteyiz. Bununla birlikte, müşteri beklenti ve davranışlarının evrimine uyum sağlamanın, ürün ve hizmet kalitesini sürekli olarak yükseltmenin ve dijitalleşmeyle birlikte sürdürülebilirliğe odaklanmanın altını çiziyoruz.

Bu vizyonla, müşteri deneyimini geliştiren, proaktif bir anlayışla çalışan ve bir dizi farklı araç ve modüllerden oluşan yenilikçi bir sistem olarak **ProAct İlgörü: Müşteri Deneyimi Takip Sistemi** (ProAct Insight CX Tracking System) oluşturduk. Bu sayede;

- Müşteri geri bildirimlerini çevik ve etkili bir şekilde toplayan, analiz eden ve eyleme döken **Müşteri Deneyimi Nabzı** (CX Pulse) ile müşteri memnuniyeti ve çözüm performansını anında ölçebiliyor, gelişme alanlarına hızla müdahale edebiliyor ve etkili bir iş gücü yönetimi ile operasyonel verimliliği maksimize edebiliyoruz.
- En çok talep gören ürünleri ve bu ürünlerin hangi bölgelerde hızla tükendiğini **Teslimat Takip Ekranı** (No-Ship Dashboard) ile belirleyebiliyoruz. Bu bilgi, alternatif ürün seçeneklerini hızla belirlememize ve böylece müşteri memnuniyetini artırmamıza ve aynı zamanda şirketimizin ciro kaybını önlememize yardımcı olmaktadır.
- Müşterilere siparişlerini eksiksiz ve zamanında ulaştırmak için işleyiş verilerini **Histogramik Takip Ekranı** (Histogramic Dashboard) ile takip ve analiz ediyoruz. Her türlü gecikme durumunda, müşterilere önceden bilgi vererek memnuniyetlerini artırıp iş gücü kaynağının etkin kullanımını sağlıyoruz.
- Müşterilerimizin rahatlıkla kendi geri bildirimlerini oluşturup takip edebilecekleri **Müşteri Yankıları Uygulaması** (Customer Echoes) ile müşterilerimizin geri bildirim sürecine aktif olarak katılımını sağlarken, aynı zamanda çağrı merkezi

yoğunluğunu azaltıyor ve kaynak tasarrufuna olanak sağlıyoruz.

- Müşterilerimizin beklentilerini öğrenebileceğimiz, sağladıkları geri bildirimlerle veri havuzumuzu besleyeceğimiz bütünleşik bir yapı olan **İlgörü İzleme Aracı** ile Net Tavsiye Skoru (NPS), Müşteri Memnuniyet Skoru (CSAT), Müşteri Efor Skoru (CES) gibi metriklerin ölçümlenmesini yapabiliyoruz.

ProAct İlgörü: Müşteri Deneyimi Takip Sistemi, Aracısız Müşteri Hizmetleri (Agentless Customer Service) tasarımına giden yolda, müşterilerimizin geri bildirimlerini izleyebildiği, çağrı merkezi, sosyal medya, e-posta, bot ve diğer sanal ortam etkileşimleri dışında geri bildirimde bulunabildiği, bunların uçtan uca işlendiği ve çözümle bulunduğu servis için temel teşkil etmektedir.

Aldığımız bu aksiyonlar sayesinde aşağıdaki sonuçlara ulaştık.

- E-Ticaret Temas Oranı:** Pürüzsüz bir alışveriş deneyiminde, müşterinin herhangi bir desteğe ihtiyaç duymadan alışverişini tamamlayabilmesi önemli bir kriterdir. Müşterinin aldığı destek, yani Temas Oranı 2021'de %24,6'dan 2022'de %17,7'ye düşerek önemli bir iyileşme gerçekleşmiştir.
- Müşteri Tavsiye ve Memnuniyet Skorları:** Yapılan anketler sonucunda Müşteri Tavsiye skoru 2021'de 50,8'den 2022'de 48,8'e; Müşteri Memnuniyet skoru ise 2021'de 35,3'ten 2022'de 34,2'ye düştü. (Enflasyonist pazar görünümü, müşterilerimizin fiyat geçişlerinde hassasiyetini artırmıştır.)
- E-Ticaret Şikâyet Oranı:** Şikâyet oranımız 2021'de 6,1'den 2022'de %3,8'e düşmüştür. Bu konudaki gelişmemiz sayesinde 2022 yılında 16'sı global olmak üzere 18 ödül kazandık.
- Çözüm Süreleri:** Müşteri sorunlarının ortalama çözüm sürelerini 2021 yılında 65,5 saat, 2022'de ise 8,6 saat olarak gerçekleştirmiştir.

CarrefourSA Sadakat Programı

2022 sonu itibarıyla CarrefourSA Sadakat

Programına kayıtlı aktif müşteri sayımız, bir önceki yıla göre 2,1 milyon artarak 8,7 milyona ulaşmıştır. %8,1'i çevrimiçi olmak üzere bu müşterilerimizin ayda ortalama 2,1 milyonu marketlerimizi ziyaret etmektedir. Yıl boyunca, gelişmiş istatistiksel modellerle oluşturulan özel tekliflerin yanı sıra, puan kampanyaları ve indirimler gibi kampanyalarla müşterilerimize çeşitli avantajlar sunulmaktadır.

Mağazalarımızda Müşterilerimize Konforlu Bir Alışveriş Deneyimi Sunulması

Müşterilerimizin mağazalarımızda rahat ve konforlu alışveriş yapabilmelerini sağlamak için tüm mağazalarımızda uyulması gereken kuralları da bir prosedür kapsamında yazılı olarak çalışanlarımızla paylaşıyoruz. Ürün ve servisimizin müşterilerimizle bulunduğu her alan ve adımda hedeflediğimiz standartları tutturmaya ve müşterilerimize keyifli ve konforlu bir alışveriş deneyimi sağlamaya odaklanıyoruz.

ÜRÜN BULUNURLUĞU

Müşterilerimizin aradıkları ürünleri sürekli raflarda bulabilmeleri için farklı çalışmalar yürütmekteyiz. Bunu yaparken bir yandan stoğumuzu arttırırken, bir yandan da tüketim tarihlerini ve stok maliyetlerini doğru yönetmemiz gerekmektedir. Atıkların ve finansman maliyetlerinin artmamasını da hedeflemek zorundayız. Son beş yıldaki sonuçları değerlendirdiğimizde, yüzde yetmişlerden doksanlara çıkarak önemli bir artış sağlamış durumdayız.

Rafta Ürün Bulunurluğu	2020	2021	2022
%	96	95	94





CARREFOURSA GURME

Satış alanı 163 m² ile 2.200 m² arasında değişen Gurme mağazalarımızda, Türkiye ve dünya mutfağının en özel gurme lezzetlerini bir araya getirip müşterilerimize tasarım, ürün çeşitliliği ve ferah alışveriş imkânı ile farklı bir alışveriş deneyimi sunmaktayız. 2022 sonu itibarıyla 32 gurme mağazamızda balık ve deniz mahsullerinden kasap ürünlerine, yöresel ve ithal peynirlerden şarküteri ürünlerine, yaş meyve-sebzeden unlu mamullere kadar geniş bir yelpazede ürünler bulunmaktadır. Vegan, glütensiz, diyabet ya da organik ürünlerle beslenmeyi tercih edenlere yönelik reyonlarımız da bulunmaktadır.

2023 yılında Kendi Kabinla Gel ve Hazır Yemek uygulama satışlarına başlanacaktır.

LEZZET ARASI RESTORANLAR

Lezzet Arasını mevcut restoranlardan ayıran en önemli özelliği market bünyesinde olması dolayısıyla et, balık veya tavuk reyonlarından alınan herhangi bir ürünün ücretsiz olarak hemen pişirilebilmesi, restoranda reyon fiyatına bu ürünlerin tercih edilebilmesi veya paket hizmeti alınabilmesidir. Müşterilerimiz, alışverişin dışında yemek ihtiyacını da Lezzet Arasından gidermeye başlamış durumdadır. Nezih bir ortamda, uygun fiyata, kaliteli ve güvenilir bir yeme içme imkânı verilmektedir. Tüm restoranlarımızda her ay farklı yörelere ait yemekler çıkarmakta, vejetaryen menüler ile müşterilerimize çeşitlilik ve tercih hakkı sunmaktayız.

Lezzet Arası yatırımlarımız 2021-2022 yılında da devam etti. CarrefourSA market zincirleri içinde açılan Lezzet Arası restoranlarına, 2021 yılında Ankara Çayyolu şubesi ve 2022 yılında Batı Ataşehir Gurme Lezzet Arası restoran dahil edilerek 14 restorana ulaştık, "Gastronomik Özgürlük" söylemini yeni menüler ile derinleştirdik. Bugün Lezzet Arası restoranlarında ayda 320 bin kişiye hizmet vermekteyiz.

AL-GÖTÜR VE HAZIR YEMEK HİZMETLERİ

2022 yılında hijyenik koşullarda şubelerden Al-Götür hizmeti uygulamasına başladık. Yine 2022 yılı içinde, hazır paketli yemek hizmeti ile toplamda 50 mağazada hazır yemek hizmeti sunuldu. Hazır paketli yemek hizmeti Gurme, Süper ve Mini marketlerde doğru hijyen koşulları sağlanarak en lezzetli haliyle müşterilere sunulmaktadır.

DUYUSAL ANALİZ SÜREÇLERİ

Belirlediğimiz standartlara uygun ürünler sunma amacı doğrultusunda, Öz Markalı ürünlerimizi değerlendirmek üzere eğitimli panelistler tarafından müşteri beğenisi odaklı duyuşal değerlendirmeler gerçekleştirilmekteyiz. 2021 yılından itibaren, duyuşal değerlendirme süreçlerimizi tarafsızlık ve bağımsızlık ilkesiyle yönetmek amacıyla üçüncü taraf uzman kuruluşlarla iş birliği içerisinde yürütüyoruz.

Gıda ürünlerimiz, ürünler raflara yerleştirilmeden önce tat eşik testi yapılmış uzman panelistler

tarafından gerçekleştirilen duyuşal değerlendirmelerden geçerken, temizlik ve kozmetik ürünlerimiz ise önce alanında uzman laboratuvarlarda etkinlik testlerine tabi tutulur ve ardından duyuşal/performans değerlendirmeleri yine uzman panelistler tarafından gerçekleştirilir. Öz Markalı ürünlerimizin raflarda yerini almadan önce tüm bu değerlendirmelerden başarıyla geçmesi gerekmektedir. Duyuşal değerlendirmeler rutin olarak tekrarlanmaktadır, bu sayede, müşterilerimizin beğenisine uygun ürünlerin devamlılığını sağlamaktayız.

Duyuşal Analiz	2020	2021	2022
Adet	75	167	228

DOĞRU BİLGİLENDİRME VE ETİKETLEME ⁴¹⁷⁻¹

Türk Gıda Kodeksi Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği, gıda ürünlerinin etiketinde bulunması gereken yasal zorunlu bilgileri belirlemektedir. Bu bilgiler arasında ürün adı, içindekiler ve alerjen bilgileri, üretici firmanın adı ve adresi, ürünün menşei, net miktarı, son tüketim tarihi (STT) veya tavsiye edilen tüketim tarihi (TETT), parti numarası, özel muhafaza koşulları, işletme kayıt/onay numarası, ürünün tüketim/kullanım talimatı ve enerji besin öğeleri gibi temel detaylar yer alır. Bu bilgiler, tüketicilerin ürünleri doğru bir şekilde değerlendirmeleri ve güvenli bir şekilde tüketmeleri için gereklidir. Ürünlerin Türk Gıda Kodeksi Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği kapsamına uygunluğu değerlendirilir, böylece tüketicilere doğru ve güvenilir bilgiler sunulur.

Müşterilerimize en doğru ve eksiksiz bilgiyi sunarken Öz Markalı ürünlerimizin etiketlerini özenle hazırlıyoruz. Bu süreci başlatırken uzman ekibimiz, ürün bilgilerinin yasal mevzuatlara uygunluğunu sağlamak ve güncelliğini sürdürmek için titizlikle çalışmaktadır. Öz Markalı ürünlerimizin etiketlerinde yer alan enerji ve besin öğeleri bilgileri, akredite edilmiş analiz raporlarına dayanmaktadır. Etiketlerde yağ, doymuş yağ, karbonhidrat, şeker, protein, tuz ve lif gibi besin öğeleri detaylı olarak belirtilmektedir. Ayrıca, ürünlerimizde belirgin bir miktarda vitamin veya mineral bulunması durumunda bu bilgi de etikette

yer almaktadır. Tüketici bilgilendirmesi amacıyla her bir porsiyondaki enerji ve besin öğeleri miktarı ile günlük referans alım düzeyi de etiket üzerinde açıkça yer alarak, sağlıklı beslenme için rehberlik sağlamaktayız. Bu yaklaşımımızla, tüketicilerimizin sağlıklı seçimler yapabilmelerini desteklemek en önemli önceliklerimizden biridir.

Özellikle kozmetik ve deterjan gibi Öz Markalı ürünlerimizde, temel bilgilerin yanı sıra kullanım talimatları, uyarılar ve saklama koşulları gibi önemli bilgilere de genişçe yer vermekteyiz. Böylece ürünlerimizin güvenli ve etkili bir şekilde kullanılmasını hedefliyoruz. Bu yaklaşımımızla müşterilerimize sadece ürünlerimizi değil, aynı zamanda onları kullanma şekilleri ve güvenliği konusunda da doğru rehberlik etmeyi amaçlıyoruz. Etiketleme sürecimiz, müşteri memnuniyetini ve güvenliği ön planda tutan yaklaşımımızın bir yansımasıdır.

Rafımızdaki her üründe müşterilerimizi doğru bilgilendirmek için ürün içeriklerini yakından takip ediyoruz. Reyonlarımızda satışa sunduğumuz her ürünün etiket bilgilerinin mevzuata uygun olmasını dikkat ediyor, birçok noktada etiket kontrolünü yapıyoruz. Böylelikle mağazalarımızda satışa sunduğumuz farklı markaların ürünlerinin de bu konuda uymakla yükümlü olduğumuz yasa ve yönetmeliklere uygun olmasını sağlıyoruz.

Çevrimiçi satış platformlarımızda ürünlere ait etiket bilgilerini şeffaf bir şekilde müşteriye sunabilmek için gıda ürünlerimize yönelik bir 'ürün bilgileri butonu' bulunmakta ve ürüne ait detaylı bilgiler bu alanda yer almaktadır. Bu sayede müşterilerimiz satın almadan önce ürünle ilgili tüm bilgilere ulaşabilmektedirler.

CarrefourSA olarak, sosyal medya platformlarını, müşterilerimize ürün kalitesi, ürün muhafazası ve ürün güvenliği konularında doğru ve güvenilir bilgiler sunma amacıyla etkili bir iletişim aracı olarak kullanmayı amaçlıyoruz. Bu platformlar aracılığıyla, müşterilerimize sunduğumuz ürünlerin kalitesini ve güvenliğini vurgulayarak, onların güvenine layık olmayı da hedefliyoruz.

DİJİTALLEŞME

DİJİTALLEŞME YAKLAŞIMIMIZ ³⁻³

CarrefourSA Dijitalleşme anlayışı doğrultusunda, mevcutta devam eden iş veya sürecin aynı yöntemlerle daha iyi yapılması değil, işin kendisinin tamamen dönüştürülerek farklı bir şekilde, daha etkin, daha verimli, daha hızlı, daha ucuz ve en önemlisi müşteri odaklı olarak yapılması hedeflenmektedir.

Amaçlarımız:

- Güncel teknolojileri kullanarak ve müşterilerimize yenilikçi çözümler üreterek kitlelere daha fazla ulaşmak ve iş hacmini artırarak,
- Müşterilerimize dokunan noktalarda dijital araçların süreçlere entegre edilmesi ve teknolojik farkındalığın artırılması ile müşteri deneyimini iyileştirmek,
- Şirket çalışanlarının verimliliğini artırarak işleri daha hızlı ve pratik yollarla çözebilmek, dolayısıyla efor ve maliyet dengesini optimize edebilmek,
- Veri stratejisini belirleyerek sahip olunan veriyi zenginleştirmek, analiz etmek ve bu veriden değer elde etme senaryolarını çıkarmak,
- Gelişen ve değişen iş gücü yetkinliklerini ve yeni teknolojileri yakalayıp çevik bir çalışma ortamı yaratmak,
- Tüm iş süreçlerinin izlenebilir, ölçülebilir, raporlanabilir olmasını sağlamak.
- Teknolojiyi mümkün olan tüm süreçlerimiz ile entegre ederek çevreye verilen zararın önüne geçmek.

Dijitalleşme konusu Sabancı Topluluğunun da sürdürülebilirlik öncelikleri arasında yer almaktadır, bu sebeple performansımız belli dönemlerde kendilerine de raporlamaktayız.

DİJİTAL UYGULAMALARIMIZ

E-Ticaret

CarrefourSA'da e-ticaret operasyonlarımız 2005 yılında başlatılmış, özellikle 2018 yılında yapılan çalışmalarla ivme kazanmıştır. Mağaza süreçlerinin yapılandırılması devam etmekte

beraber Gebze'de tüm Türkiye dağıtımını için ayrı bir depo bulundurmaktayız. Araçla eve teslimin yanında müşterilerimizin mağazadan teslim alması, tedarikçilerin doğrudan müşterimize teslimi (dropshipment) gibi alternatifler veya pazaryeri uygulamaları (Hepsiburada, Trendyol, Amazon gibi) ile market uygulamaları (Hepsiexpress, Trendyol Go gibi) iş modelleriyle de çalışmaktayız. 2022 sonu itibarıyla 18 ilde, 58 mağazamız üzerinden 141 araçla hizmet vermekteyiz.

Geniş ürün portföyümüz ve market alışverişinde önemli yer tutan ultra taze tarafında çeşit ve kalitemiz, markamızın gücüyle birleşince e-ticaret hacmimiz tüm CarrefourSA satışları içinde de önem kazandı. Önümüzdeki yıllarda bölgesel olarak bu hizmetimizin kapsamını daha da genişletmeyi hedefliyoruz.

E-ticaret konusunda müşterimizin en önem verdiği konular zamanında teslimat, ürünlerin eksiksiz gelmesi ve fiyat avantajıdır. Biz de bu sıkıntıları azaltmak adına, bulunurluk takibi ve iyileştirecek aksiyonların alınması, e-ticarete özel stok tutulması, rekabette öne çıkacak kampanyalar gibi çalışmalar yapıyoruz. Süreçlerimizi dijitalleştirmek ve geliştirmek için farklı uygulamalar geliştirmekteyiz. 2023 sonu itibarıyla:

- Rota Optimizasyonu** projesi kapsamında sürücülerimizin teslimat yapacağı adreslerin otomatik olarak sıralanmasını ve bu sayede daha hızlı teslimat yapılmasını ve karbon tüketiminin minimum seviyeye indirilmesini sağlıyoruz.
- Mağaza içi Rotalama** projesi ile toplayıcıların müşteri siparişlerini toplarken mağaza haritasına ve ürün yerleşimine uygun sıra ile toplamasını ve bu sayede siparişlerin daha hızlı toplanmasını sağlayacak projeyi tamamladık ve kullanıma aldık.
- Reyon Bazlı Toplama** projesi ile aynı siparişin reyon bazlı bölünerek paralel toplanabilmesini, böylece daha hızlı bir toplama süreci oluşturmayı hedeflediğimiz verimlilik projesi hayata geçirildi.
- Tosla, Juzdan, GarantiPay** uygulaması gibi çeşitli ödeme sistemlerinin entegrasyonu yapılarak

müşterilerimize geniş ödeme seçenekleri sunma hedefiyle çalışmalar yürütüldü.

- Kızılay Bağış Projesi** ile müşterilerimizin Kızılay'a istedikleri tutarda bağış yapabilmesini sağlayacak geliştirme hayata geçirildi.
- Guest Checkout Projesi** ile İnternet sitesi üzerinden üyelik yapmak istemeyen müşterilerimizin de misafir olarak sipariş oluşturmasını sağlandı.
- Doğru teslimat için doğru müşteri adresine sahip olmanın, bunun için de adres giriş yöntemlerini değiştirmenin gerektiğini düşünerek haritadan adres pim'leme yada yazılan adresin doğru adrese tamamlanmasını sağlayacak proje hayata geçirildi.
- Müşterilerimize daha kullanıcı dostu, daha kullanışlı ve kolay bir arayüz sağlamak hedefiyle İnternet ve mobil uygulama tasarımlarımız yenilendi.
- Aynı zamanda yabancı telefon numarası ile üyelik oluşturulmasını sağlayacak proje çalışmaları başlatıldı.
- Paralelde Google Analytics, CPASS entegrasyonu yada Tiktok entegrasyonu gibi devam eden geliştirmeler ile pazarlama faaliyetlerine destek çalışmaları yürütülmektedir.
- Teknosa, Amazon FBA gibi çeşitli pazaryeri entegrasyon çalışmalarına devam edilmektedir.
- Omnichannel** projesi kapsamında müşterilerimizin fiziksel mağaza ve online alışveriş süreçlerini birleştirmeyi ve alışveriş yapılan her mecrada aynı deneyimi yaşamasını hedefleyerek CRM - Kasa ve E-Ticaret entegrasyon projeleri üzerinde çalışılmaktadır.

Bütün bu çalışmalarımızın sonucunda büyümemizin devamlılığını sağlamayı hedeflemekteyiz:

E-Ticaret	2020	2021	2022
Mağaza Sayısı (yıl sonu)	54	57	58
Sipariş Adedi (m)	1,4	3,5	3,0

C-MOBİL

C-Mobil, tüm CarrefourSA çalışanlarının kullanabildiği, içeriğinde İnsan Kaynakları, mağaza uygulamaları, raporlar, bülten, talep yaratma ve



onaylama işlemlerinin yapıldığı mobil uygulamadır. Günümüzün gereği olan dijitalleşmenin getirdiği hızlı dönüşüm ile beraber, perakende sektörünün de hızlı hayat döngüsüne cevap verme ve şirket içi iletişimi güçlendirme amacıyla ortaya çıkmıştır.

2022 yılında da C-Mobil üzerindeki modüllere 9 yenis eklenmiştir. Mevcut uygulamalar arasında aşağıdakiler bulunmaktadır:

- Farklı İnsan Kaynakları işlemleri,
- Mağazaların ERP işlemleri,
- Kamera ile fiyat etiketinin doğruluğunun kontrolü,
- Takip Ekranları,
- Kampanyalar ve duyurular,
- Performans takip uygulamaları,
- İstenilen kişi/gruplara anlık mesaj gönderme,
- Tüm talep ve siparişlerin onaylanması,
- İş güvenliği duyuruları,
- Telefon rehberi,
- Entegre Chatbot uygulaması ile tüm kullanıcıların sorularına otomatik cevap veren C-Asistan uygulaması. (Sık sorulan sorularda bu fonksiyon ile hem pratiklik he de zaman kazancı olmuştur.)

CRM - Mağazacılık Dijital Uygulamaları

CRM uygulamalarımızda amacımız müşterilerimizi



daha iyi tanıyarak, tahminsel modeller ve müşteri segmentlerini kullanarak hem kişiye özel hem de genel ürün ve hizmetler sunarak farklı faydalar sağlanmaktadır. Bu faydalar müşteriyi tutma ve müşteri sadakatini artırmada rekabet avantajları sağlarken aynı zamanda kayıp oranımızı da azaltmayı sağlamaktadır.

Müşterilerimizle ilgili analizleri CarrefourSA kart üyeliği üzerinden yapmaktayız. Yapılan alışverişleri, müşteri davranışlarını ve sepetleri analiz ederek müşterilerimizi çeşitli kırılımlarda (Yaşam evresi, Yaşam Stili, Değer segmenti vb.) segmente ediyoruz ve onları her açıdan tanımaya çalışıyoruz. Aynı zamanda müşterilerin gelecekteki ve farklı kategorilerdeki alışverişlerini ileri analitik yöntemleriyle öngörmeyi hedefliyoruz.

Müşterilerimizin kişisel verileri, üyelik sürecinde KVKK izni verdiği takdirde veri tabanına aktarılmaktadır. KVKK izni vermeyen müşteriler için herhangi bir veri kaydı bulundurulmaz. Müşterilerimizin kayıt yaptığı kanal, tarih ve izin durumları (KVKK, iletişim izni vb.) gibi bilgiler aynı veri tabanında detaylı bir şekilde tutulur. Bu veri tabanlarına CRM, iç denetim ve müşteri deneyimi ekiplerimiz ulaşabilmektedir. CRM ekibimiz analiz, iç denetim ekiplerimiz suistimal, müşteri deneyimi ekiplerimizse müşterilere destek olabilmek amacıyla bu verilere ulaşabilmektedirler.

Ayrıca CRM sistemimiz alt yapısında kurumsal kartlar, hediye kartları gibi yüksek gelir getirici kartlar olmakla birlikte ticari kart, yat kart, apartman kart gibi alt tipler ile de müşteri segmentasyonunu sağlayabilmekteyiz.

Mağazacılık dijital uygulamaları altında normal kasa, hızlı kasa ve mobil kasa seçeneklerimizle hizmet vermekteyiz. Normal kasa sistemlerimiz üzerinden çok sayıda ödeme yöntemi seçeneği sunmaktayız. Bunlar arasında Chippin, Sodexo QR, Metropol, Iwallet, Fastpay gibi yaygın ödeme seçeneklerini sayabiliriz.

Bunun yanında hızlı kasalarımızı da normal kasalardaki önemli özelliklerle donatarak sadece ödeme alınan değil aynı zamanda puan harcanabilen ve hızlı kart alınabilen kasalar haline getirmiş bulunmaktayız.

Son olarak Mobil kasamız ile kasa lokasyonuna bağlı kalmadan pos cihazı ve el terminaliyle istenilen yerden kasa işlemlerini yapabilme seçeneğimiz de devreye girmiştir.

ROBOTİK SÜREÇ OPTİMİZASYONU

Robotik Süreç Otomasyonu (RPA), insan gücü ile yapılan rutin, birbirini tekrar eden, kural bazlı ve yüksek hacimli işlerin, insanı taklit ederek yapıldığı

bir teknolojidir. İnsan kaynakları, Finans-Muhasebe, Satış, Bilgi Teknolojileri gibi birçok departmanda RPA teknolojisi ile 7/24 çalışma fırsatı sağlayarak verimliliği artırırken, hata olasılığını minimize ediyor ve işlerin daha hızlı sonuçlanmasını sağlıyoruz.

2022 yılı itibarıyla 38 sürecimiz ve ayda 8.349 iş robotlar (RPA) tarafından yürütülmektedir. Robotlarımız tarafından yapılan işlemler sonucunda yıllık 77 kişilik iş gücüne denk bir verimlilik sağlanmıştır.

GİZLİLİK VE VERİ GÜVENLİĞİ

Hem kurumsal verilerimizin hem de başta müşterilerimiz, ekiplerimiz, tedarikçilerimiz, iş ortaklarımız olmak üzere sahip olduğumuz tüm kişisel verilerin gizliliği ve güvenliği için azami gayret gösteriyoruz. Veri gizliliği ve güvenliği alınan teknik önlemlerin yanı sıra tüm çalışanlar, danışmanlar, dış kaynaklar ve süreçler tarafından desteklenmesi gereken bir ekip işidir.

Veri gizliliğini ve güvenliğini sağlamak için, sürekli artan ve gelişen siber saldırılara karşı kullanıcı farkındalığının yanı sıra bazı teknik önlemler almaktayız. Her yıl artan sayılarda siber atak aldığımızı düşündüğümüzde, bu yöndeki önlemlerimizin önemi daha da artmaktadır:

- E-posta güvenliği için çift katmanlı kontrol mekanizması uygulanmaktadır. Oltalama saldırıları ve içeriğinde zarar olan e-postalar engellenerek karantinaya alınmaktadır.
- Gönderdiğimiz bilgilendirmeler ile kullanıcılarımızın farkındalığına yönelik çalışmalar yapmaktayız.
- Kullanıcı bilgisayarlarında olası zararlılara karşı

güvenlik uygulamaları kullanılmakta, hızlı tespit ve aksiyon almak için projeler geliştirilmektedir.

- Kurduğumuz izleme sistemleri ile olası bir anomali için 7/24 izlemeler yapmaktayız.
- Kullanıcı bilgisayarlarında, kişilerin çalışmalarını etkilemeyecek şekilde sıkılaştırma ve iyileştirme çalışmaları gerçekleştirmekteyiz.
- Kullanıcıların şirket içi ve dışında zararlı sitelere erişiminin önüne geçmek için web güvenlik ürünleri kullanılmaktadır.
- Kullanıcı ve yetkili kullanıcı hesaplarının ve erişim yetkilerinin yönetilmesi için düzenli kontroller yapılmaktadır.
- Bilerek ya da bilmeden yapılabilecek veri sızıntısı risklerine karşı veri sızıntısı önleme yazılımları kullanılmaktadır.
- Olası siber güvenlik olaylarını erken tespit edebilmek için proaktif olarak log izleme yapılmakta, çeşitli kurallar çerçevesinde alarmlar üretilip, aksiyonlar alınmaktadır.
- Siber istihbarat toplanmakta, alan adları, sertifikalar, dijital izler takip edilmektedir.
- Geliştirdiğimiz uygulamalarda sızma testlerini ve kod analizlerini periyodik olarak uygulamaktayız.
- Olası sistem ve network açıklarına karşı sürekli taramalar yapmaktayız.
- Bağımsız skorlama platformlarından dış dünyadaki ayak izlerimize yönelik sürekli skorlama ve raporlar ile kontrollerimizi yaparak iyileştirmeleri hayata geçirmekteyiz.

Eğitim	Süre (Dakika)		Tamamlayan Kişi (2020)		Tamamlayan Kişi (2021)		Tamamlayan Kişi (2022)	
	Çevrimiçi Eğitim	Sınıf Eğitimi	Çevrimiçi Eğitim	Sınıf Eğitimi	Çevrimiçi Eğitim	Sınıf Eğitimi	Çevrimiçi Eğitim	Sınıf Eğitimi
Bilgi Güvenliği Farkındalık Eğitimi	12	-	2.965	-	2.533	-	2.505	13
Bilgi Güvenliği Eğitimi	25	120	183	203	247	338	164	160
Oryantasyon	2	40	2.381	975	2.461	959	2.585	2.012

ÇEVRESEL SORUMLULUĞUMUZ

- › İklim Değişikliği
- › Atık Yönetimi



ÇEVRESEL SORUMLULUĞUMUZ

Sürdürülebilir kalkınma ve dögüsel ekonomi ilkeleri doğrultusunda çevre performansımızın sürekli iyileşmesi ve çevrenin korunması amacıyla çalışmalarımızı düzenleriz;

- CarrefourSA ailesi olarak tüm müşterilerimiz ve çalışanlarımızla çevreci bakış açısını yaymak ve bu duyarlılığı paylaşmak önceliğimizdir,
- Çevre yasal konularında %100 uyum ve gönüllülük esaslı çalışmalarla çevresel performansımızı sürekli iyileştirmeyi hedefliyoruz,
- Tüm mağaza ve depolarımızda atık oluşumunu en aza indirecek aksiyonları alıyor,
- “Sıfır Atık” yaklaşımını benimseyerek geri dönüşüm / geri kazanım oranlarımızı sürekli iyileştiriyoruz,
- Gıda atıklarımızı en aza indirmek için doğru stok yönetimi prensibiyle hareket eder, oluşan gıda atıklarını yeniden üretime kazandırmayı hedefliyoruz. Tüketime uygun gıda atıklarını çeşitli

STK'lara bağışlayarak ülke ekonomisine destek oluyor, paydaşlarımız aracılığıyla bu ürünlerin ihtiyaç sahiplerine ulaşmasını sağlıyoruz,

- Üretim alanlarımızda başta su olmak üzere tüm doğal kaynakları verimli şekilde kullanıyor, yenilenebilir kaynaklardan elde edilen enerjiyi kullanmaya öncelik veriyoruz,
- “İklim Değişikliği ve Çevre Mevzuatı” kapsamında ulusal ve uluslararası gelişmeleri yakından takip ederiz, ve bu sürecin bir parçası olarak doğru uygulama konusunda öncü bir rol üstleniyoruz,
- Çevre dostu ürünler üretilmesi konusundaki gönüllü yaklaşımımızı, tedarikçilerimiz ile de paylaşarak onları da bu konuda destekliyor ve yönlendiriyoruz.

Çevresel sorumluluğumuz kapsamındaki konuları **İklim Değişikliği** ve **Atık Yönetimi** başlıkları altında değerlendirmekteyiz.

ANA PERFORMANS GÖSTERGELERİ		2020	2021	2022
İklim Değişikliği	Enerji Tüketimi (MWh)	222.838	211.191	206.220
	Farklı Kaynaklardan Kullanılan Yakıt (Doğrudan Enerji Tüketimi) Oranı (%)	11	10	8
	Elektrik Tüketimi (Dolaylı Enerji Tüketimi) Oranı (%)	89	90	92
	Enerji Yoğunluğu (m ² Başına Enerji Tüketimi - kWh/m ²)	424	417	385
	Emisyonlar (ton CO ₂) - Toplam	2.194.128	1.935.358	2.019.218
	Emisyonlar (ton CO ₂) - Kapsam I	170.170	150.700	131.323
	Emisyonlar (ton CO ₂) - Kapsam II	95.106	87.287	83.500
	Emisyonlar (ton CO ₂) - Kapsam III	1.928.852	1.697.371	1.804.395
	Projeler Sonucu Emisyon Azaltımı (ton CO ₂)	4.939	12.879	15.324
	Emisyon Yoğunluğu (Kapsam I&II için m ² başına emisyon oranı (ton CO ₂))	505	468	401
	Su Tüketimi (m ³)	317.667	326.243	385.490
	CDP İklim Değişikliği Notu (önceki yıl verilerine göre)	-	C	A-
	CDP Orman Notu (önceki yıl verilerine göre)	-	-	B
	CDP Su Güvenliği Notu (önceki yıl verilerine göre)	-	C	A
Yayınlanmış Sürdürülebilirlik Bülteni Adedi	-	3	1	
Atık Yönetimi	Temel Seviye Sıfır Atık Belgesi Sahibi Mağaza Sayısı	69	180	535
	Geri Dönüştürülmüş Tehlikesiz Atık Miktarı (Ambalaj, Kâğıt-Karton, Plastik, Cam) - ton	741	645	7.343
	Geri Dönüştürülmüş Tehlikeli Atık Miktarı (Bitkisel Atık Yağ, Tehlikeli Sıvı Atıklar, Pil) - ton	14	11	13
	Ekonomik Değere Sahip Atıkların 2. El Satışı ile Elde Edilen Gelir (m TL)	2,7	5,8	11,1

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ YAKLAŞIMIMIZ ³⁻³

Türkiye perakende sektörünün öncü kurumlarından olan CarrefourSA, ana ortakları H.Ö. Sabancı Holding ve Carrefour Group'un vizyonu ile, iklim değişikliğiyle mücadelede kararlı bir şekilde sorumluluk almaktadır.

CarrefourSA, iklim değişikliği üzerindeki etkilerini sınırlamaya ve tüm ticari faaliyetlerini sürdürülebilir bir şekilde yürütmeye çalışmaktadır. Günümüzün iklim sorunlarına sürdürülebilir çözümler bulmakta endüstri paydaşlarının oynayacağı kilit bir rol olduğuna inanıyoruz. İklim değişikliği politikamız, ekonomik olarak sürdürülebilir, maksimum verimlilik odaklı ve etkili bir şekilde emisyon azaltımlarını sağlamayı hedeflemektedir. İyi tasarlanmış iklim politikalarını şirket olarak destekliyor ve emisyonlarımızı azaltmak için çalışmalarda bulunmaya devam ediyoruz.

CarrefourSA operasyonlarında doğrudan salınan sera gazı emisyonları, çoğunlukla mağaza

aktivitelerinden kaynaklanmaktadır. Dolaylı emisyonlarımız ise ham maddelerden (içerikler ve ambalajlar), enerji tüketiminden ve filolardan oluşmaktadır.

CarrefourSA'nın “Yaşam İçin Doğrusu” stratejisi çatısı altında, tedarikçilerimize sorumlu satın alma politikasının uygulanması, mağazalarda ve depolarda enerji tüketiminin azaltılması ve verimliliğin artırılması, soğutucu gaz emisyonlarının azaltılması ve lojistik faaliyetlerinde CO₂ emisyonlarının azaltılması gibi çalışmalar ile iklim değişikliği tehlikesine karşı mücadele ediyoruz. Bu kapsamda CarrefourSA olarak, oluşturduğumuz İklim Değişikliği Politikamız çerçevesinde aşağıdaki taahhütleri sunuyoruz:

1. Şirketimizin Kapsam 1, 2 ve 3 emisyonunun yıllık olarak ölçülmesi ve makul azaltım hedeflerinin belirlenmesi,
2. Operasyonlarımızda kullanılan enerjinin verimli kullanılması,
3. Mağazalarımıza ek olarak sürdürülebilir enerji sağlamak için mümkün olan durumlarda güneş,





Net Sıfır Hedefi

Çatı kuruluşumuz Sabancı Holding iklim değişikliğine sebep olan sera gazı emisyonlarında 2050 yılına kadar "Net Sıfır"a ulaşmayı hedeflediğini duyurdu. Bizler de bu eksende Sürdürülebilirlik Komitemizin alt çalışma gruplarında aksiyonlarımızı detaylı bir şekilde planlanmakta ve ivmelendirmekteyiz. 2023'te bir önceki yıla kıyasla birim satış alanı başına sera gazı emisyonlarımızı %5 azaltmayı hedefliyoruz. Uluslararası standartlara göre hesapladığımız emisyon verilerimizi bağımsız dış kuruluşlar tarafından onaylanmaktadır. 2018 yılından beri Kapsam 1 ve 2 emisyonlarımızı düzenli olarak takip etmekteyiz. 2022 yılından itibaren ise Kapsam 1 ve 2 hesaplamalarımızla birlikte Kapsam 3 emisyonlarımızı da hesaplamak için geniş çaplı bir çalışma başlattık. Bu çalışmalar doğrultusunda 2022 yılında, 2021 yılına ait Kapsam 3 emisyonlarının tamamını hesapladık. 2023 yılından itibaren de bu emisyonların azaltılmasına ilişkin aksiyonlarımızı belirlemeyi hedeflemekteyiz. Kapsam 3 emisyonlarının hesaplanması yıllık hale getirilerek ülkemizde ve sektörde örnek olması ve CarrefourSA'nın karbon nötr olması için gerekli çalışmaların yapılması planlanmaktadır.

- rüzgâr vb. alternatif veya yenilenebilir enerji teknolojilerinin uygulanması,
4. Öz marka ürünlerimizin karbon ayak izini en aza indirmek için tedarikçilerimiz ile çalışılması,
 5. İklim değişikliğiyle mücadele için paydaşlarla etkileşim kurulması,
 6. İklim değişikliği etkilerinin azaltılması ve adaptasyonu için geliştirilmiş yeni teknolojilerin takip edilmesi ve operasyonlara uygulanması,
 7. İklim değişikliği etkilerini hafifletmek ve azaltmak için çözüm yolları arayan hükümet, sivil toplum kuruluşları veya sektörün diğer paydaşları tarafından oluşturulmuş çalışma gruplarında bulunulması ve etkin rol oynanması,
 8. Sera gazı emisyonlarımızın, iklim değişikliğiyle ilgili hedeflerimizin ve faaliyetlerimizin Sürdürülebilirlik Raporu, CDP Raporu vb. mecralarda açık bir şekilde rapor edilmesi.

ENERJİ KULLANIMI

Enerji Yönetimi Yaklaşımımız

CarrefourSA'da, enerji yönetiminin bir parçası olarak topluma fayda sağlayan yenilikçi ürün ve hizmetler sağlarken çevresel etkimizi azaltmayı ve çevreyi her zaman ön planda tutmayı amaçlıyoruz. Bu doğrultuda enerji performansımızı ve verimliliğimizi sürekli artırırken çevresel etkimizi azaltacak projeler yürütüyoruz. Bu kapsamda, oluşturduğumuz Enerji Politikası çerçevesinde temiz çevreyi ve enerji verimliliğini gözeterek aşağıdaki taahhütleri sunuyoruz:

1. Tüm yasal gereklilikler ve sözleşmelerden doğan yükümlülüklerimizin yerine getirilmesi,
2. Etkin bir enerji yönetiminin uygulanması,
3. Faaliyetlerimiz için enerji verimliliğini artırmaya yönelik ölçülebilir hedefler belirlenmesi,

4. Sera gazı salımlarını azaltmaya yönelik enerji verimliliği projelerinin geliştirilmesi ve sistemlerin iyileştirilmesi,
5. Enerji performansının sürekli izlenmesini ve periyodik olarak paydaşlar ile paylaşılması,
6. Ürün, tasarım ve hizmet satın alımlarında enerji verimliliğinin dikkate alınması,
7. Politikanın periyodik olarak gözden geçirilerek teknolojik gelişmelerle güncellenmesi.

Enerji Tüketimi ^{302-1, 302-2, 302-3}

Enerji tüketimimizin önemli bir kısmı elektrik kullanımına dayanmaktadır. En önemli kaynaklar ofis ve mağazalarımızdaki iklimlendirme ve aydınlatma sistemleridir. Diğer yakıt kaynakları ise doğalgaz, şirket araçları ve jeneratörler için benzin ve dizel yakıtlar, mağazalardaki fırınlar için de LPG/Propan kullanımındır.

Enerji Tüketimi (MWh)	2020	2021	2022
Farklı Kaynaklardan Kullanılan Yakıtlar (Doğrudan enerji tüketimi)	23.437	20.151	16.448
Elektrik Tüketimi (Dolaylı Enerji Tüketimi)	199.401	191.040	189.772
Toplam Enerji Tüketimi	222.838	211.191	206.220

Not: Yenilenebilir kaynaklardan enerji kullanımımız bulunmamaktadır. Enerji kullanım tablolarımızdaki tüm rakamlar geriye dönük olarak CDP raporlamamızdaki tanımlarla uyumlu olarak hesaplanmıştır.

Enerji Yoğunluğu	2020	2021	2022
m ² başına Enerji Tüketimi (kWh/m ²)	424	417	385
Ciro bazında Enerji Tüketimi (kWh/m TL)	28.154	22.544	10.741

Enerji Verimliliği Çalışmaları ³⁰²⁻⁴

CarrefourSA bünyesinde, enerji yönetimini en etkin şekilde idare edebilmek için Enerji Yönetimi Ekibi bulunmaktadır. Enerji yönetim faaliyetlerimizi Planla - Uygula - Kontrol Et - Önlem AI döngüsü doğrultusunda gerçekleştiriyoruz. 'Enerji Verimliliği Kanunu' ve bu kanuna bağlı, başta 'Enerji Kaynaklarının ve Enerjinin Kullanımında Verimliliğin Artırılmasına Dair Yönetmelik' olmak üzere tüm yayınları takip ediyoruz. İlgili kanun gereği her ne kadar yükümlü tesisimiz olmasa da enerji yönetimi ekibimizde T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı tarafından Bina Etüt - Enerji Yöneticisi - Ölçme ve Doğrulama Uzmanı olarak sertifikalandırılmış mühendisler istihdam edilmektedir.

Ülke genelinde 4 farklı formatta hizmet vermekteyiz. Bunlar, Hiper, Süper, Gurme ve Mini formatında mağazalardır. Önemli enerji kullanıcılarımız soğutma

sistemi, iklimlendirme sistemi, aydınlatma ve elektrik sistemi olarak 4 alt kırılımda takip edilmektedir. Mağazalarımızın önemli enerji kullanıcıları formatları gereği rakamsal olarak farklılık gösterse de oransal olarak yaklaşık değerlerde seyretmektedir. Tipik olarak bir mağazanın toplam enerji tüketiminin %40'ı soğutma, %25'i iklimlendirme %20'si aydınlatma %15'i elektrik sistemleri tarafından sarf edilmektedir.

Enerji yönetimini gerçekleştirirken her bir mağaza özelinde enerji referans çizgisi ve enerji performans göstergeleri belirlenmektedir. Bununla birlikte her bir mağaza özelinde Uluslararası Ölçme ve Doğrulama Protokolüne (IPMVP) dayandırarak gerekli analizler ve tüketim öngörülerini yapılmaktadır. Enerji tasarruf hedeflerimizi yapılan detaylı etüt çalışmaları neticesinde belirliyor ve verimlilik artırıcı projelerimizi sırası ile hayata geçiriyoruz.

Format	kWh/m ²			
	2021 Reel Tüketim	2022 Hedef Tüketim	2022 Reel Tüketim	2023 Hedef Tüketim
Mini	569	550	536	530
Süper	397	370	365	360
Gurme	481	475	474	470
Hiper	357	355	353	352

Mağazalarımızda tasarruf öngörümümüzü satış alanı (m²) değerine uyarlayarak ilan ediyoruz. Bu kapsamda hedeflenen kWh/m² yukarıdaki tabloda gösterilmiştir.

2020 ve 2021 yıllarında uyguladığımız en önemli verimlilik artırıcı projemiz tüm HVAC sistemlerinde ve aydınlatma sisteminde düşük verimli ekipmanların yüksek enerji verimli ekipmanlarla değiştirilmesi, ekipman değişimi yaparken mekanik ve elektrik tesisatlarında gerekli iyileştirmelerin yapılması ve tüketim optimizasyonu sağlamak amacıyla sistem tasarımını yenilemek oldu. 2022 yılı hedeflerimiz doğrultusunda, ekipman revizyonlarına ilaveten, atık ısı geri kazanımı, pompa-motor gruplarında ve kompresörlerde frekans sürücü kullanımı, kullanım sıcak suyu eldesinde güneş enerjisi kullanımı gibi birçok Verimlilik Artırıcı Proje (VAP) uygulamasına devam ettik.

2022 yılında gerçekleştirdiğimiz en önemli projemiz ise 2021 yılında hedeflediğimiz Enerjide Dijitalleşme projesinin hayata geçirilmesi oldu. Bu proje sayesinde proje merkezindeki bilgisayarlarımız üzerinden tüm mağazalarımızın enerji otomasyon sistemlerine doğrudan ve uzaktan erişebiliyor; mağaza içi nem değerinden, dolap içi sıcaklıklarına kadar ölçebiliyor, yemekhanede veya depo gibi mağazanın dışında bulunan tüm alanlarda da gereksiz enerji kullanımı varsa bunu fark ederek hızlıca ve kolaylıkla müdahale edebiliyoruz. Mağazada öngörülenin dışında bir tüketim olduğunda da bunu anında tespit edebiliyoruz. Yer/zaman fark etmeksizin bilgisayar, tablet veya telefonlarımızdan da süreci izleyebiliyoruz.

Proje kapsamı;

- İklimlendirme sisteminde, ortam-dış hava sıcaklığı, mağaza doluluk oranı ve hava kalitesi ölçümleri ile klimaları uzaktan yönetmek,

- Soğutma sisteminde, soğuk dolapların, dolap içi sıcaklıkları, çalışma saatleri, dolap kullanım süreleri ölçümleri ile cihazları uzaktan yönetmek,
- Aydınlatma sisteminde, mağaza içi aydınlık şiddeti ölçümleri, doğal aydınlatma etkisi ve mağaza çalışma saatlerini gözeterek, aydınlatmayı yüke göre uzaktan yönetmek,
- Elektrik sisteminde, mağazada bulunan tüm prizlerin uzaktan takibini yaparak mağaza ihtiyacı dışında priz kullanımını engellemek. Ana tüketimi ve önemli enerji kullanıcılarını izleyerek IPMVP protokolüne uygun analizlerle mağazanın ileriki dönem tüketimlerini öngörmek ve gerçekleşen tüketimle kıyaslayarak verimsiz tüketimleri anlık olarak yorumlamak şeklindedir.

2022 yılı sonu itibarıyla kazanımlarımız aşağıdaki gibidir.

- 100 mağazada uçtan uca enerji otomasyonu ile 8.760.300 kWh, bir diğer tabirle 100 mağazanın referans tüketimine kıyasla %17 oranında tasarruf kaydedilmiştir.
- Devam eden HVAC ekipman iyileştirmeleri ve VAP'lardan olan tasarrufumuz 5.840.000 kWh olarak gerçekleşmiştir.

Enerji Yönetimi faaliyetlerimizde 2023 için hedefimiz uygulanan VAP'ların takibini yaparak olası kayıpların önüne geçmek ve VAP'lar geliştirmeye devam etmektir.

SERA GAZI EMİSYONLARI

305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5

CarrefourSA, iştiraki olduğu Sabancı Holdingin 2050 Net Sıfır Taahhüdü kapsamında çalışmalarını geliştirmektedir. Firmamızda Kapsam 1-2-3

hesaplamalarını periyodik olarak yapılmakta ve tüm değer zincirindeki verimlilik ve döngüsellğe destek olabilecek cevaplar aranmaktadır.

Sabancı Holdingin kısa, orta ve uzun vadeli olmak üzere belirlenmiş 100'ün üzerindeki aksiyon planı ve inisiyatif, CarrefourSA tarafından yol gösterici olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda 2021 yılı itibarıyla hesaplanmaya başlayan Kapsam 3 emisyonları, günümüzde ve gelecekte de hesaplanmaya devam edecek olup yıl ve aktivite bazında karşılaştırmalar yapılarak azaltım hedefleri oluşturulmuştur.

Yaptığımız sera gazı emisyonu hesaplamalarında ülkemizde ve dünya çapında geçerliliği olan danışman firmalardan hizmet alınmaktadır. Bu sayede hesaplanan verilerimizin güvenilirliği ve şeffaflığı denetlenebilmektedir.

Sera gazı emisyonlarımızın başlıca sebepleri iklimlendirme cihazlarımızda kullandığımız soğutucu gazlar (HFCs) ve elektrik tüketimimizdir. Enerji verimliliği çalışmalarımız ve rota optimizasyonları sayesinde emisyonlarımızı sürekli azaltmak için çalışmaktayız.

Sera Gazı Emisyonları (ton CO ₂)	2020	2021	2022
Kapsam I (doğrudan emisyonlar)	170.170	150.700	131.323
Kapsam II (dolaylı enerji kaynaklı)	95.106	87.287	83.500
Kapsam III (dolaylı diğer)	1.928.852	1.697.371	1.804.395
Toplam	2.194.128	1.935.358	2.019.218

Kapsam I - Doğrudan Emisyonlar (ton CO ₂)	2020	2021	2022
Yakıt (motorin) tüketimi - şirket araçları	1.169	1.279	1.394
Yakıt (benzin) tüketimi - şirket araçları	15	6	70
Yakıt (doğalgaz)	3.463	2.738	3.028
LNG	3	3	0
LPG	2	1	0.01
Fuel Oil	32	32	18
R22	5.013	2.684	1.976
R410A	2.170	2.018	2.667
R404A	157.190	140.703	121.000
R407C	270	344	53
R134A	382	290	158
HFC 227	0	161	512
CO ₂ Yangın Söndürme Sistemi	2	2	1.8
Acil Durum Jeneratörleri (Dizel)	459	439	402
Acil Durum Jeneratörleri (Benzin)	0	0	0
Toplam	170.170	150.700	131.323

Kapsam II - Dolaylı Enerji Kaynaklı Emisyonlar (ton CO ₂)	2020	2021	2022
Elektrik Tüketimi	95.106	87.287	83.500
Toplam	95.106	87.287	83.500

Kapsam III – Diğer Dolaylı Emisyonlar (ton CO ₂)	2020	2021	2022
Kategori 1-Satın Alınan Mal ve Hizmetler	1.348.155	1.091.223	1.198.429
Kategori 2-Sermaye Malları	-	-	-
Kategori 3-Kapsam 1 ve 2'ye Dahil Olmayan Yakıt ve Enerji Bağlantılı Faaliyetler	-	-	-
Kategori 4-Ürünlerin Nakliyesi ve Depolanması	18.560	15.901	16.714
Kategori 5-Operasyondan Kaynaklı Atıklar	69.414	55.583	74.715
Kategori 6-İş Seyahatleri	103	66	266
Kategori 7-Personel Servisleri	387	335	371
Kategori 8-Kiralanan Varlıklar	-	-	-
Kategori 9-Satılan Ürünlerin Dağıtımı	270	674	1.085
Kategori 10-Satılan Ürünlerin İşlenmesi	-	-	-
Kategori 11-Satılan Ürünlerin Kullanımı	491.410	531.931	498.594
Kategori 12-Satılan Ürünlerin Kullanım	-	-	-
Kategori 13-İşletmenin Kiraladığı Varlıklar	-	-	-
Kategori 14-Bayilikler	553	1.659	14.221
Kategori 15-Yatırımlar	-	-	-
Toplam	1.928.852	1.697.371	1.804.395

Not: 2020, 2021 ve 2022 senesine ait emisyon değerlerimiz bağımsız denetim kuruluşu tarafından "Limitli Güvence Denetimi" kapsamında teyit edilmiştir.

Emisyon Yoğunluğu	2020	2021	2022
Kapsam I&II Emisyonlar / Ciro (ton CO ₂ /m TL)	33,5	25,4	11,3
Kapsam I&II için m ² başına emisyon oranı (ton CO ₂)	505	468	401

Emisyon Azaltımına Yönelik Faaliyetlerimiz (ton CO ₂)	2020	2021	2022
Binalarda ve Aydınlatmalarda Enerji Verimliliği	119	4.298	5.716
Ambalajlamada Tek Kullanımlık Plastiğin Azaltılması	1.047	1.174	1.486
Etiketleme Uygulamaları	1	1	1
Rota Optimizasyonu	3.772	3.552	2.993
Endüstriyel Soğutma Yenileme	-	1.096	1.457
Klima Yenileme	-	712	947
İklimlendirme Otomasyon	-	934	1.242
Tali Tasarruf Projeleri	-	1.113	1.479
Toplam	4.939	12.879	15.324

SU TÜKETİMİ

303-1

İklim değişikliğinin en önemli sonuçlarından birinin su kaynakları üzerinde olacağını bilincine suyun değerini biliyor ve tüm operasyonlarımızda su kullanımımızı doğru yöneterek azaltmayı hedefliyoruz.

İlkini 2020 yılında hazırladığımız Karbon Saydamlık Projesi (Carbon Disclosure Project) raporlamalarında Su Güvenliği alanında 2022 yılı itibari ile A (Leadership) puanı alarak bu alanda da sektörümüzde lider firmalar arasında olduğumuzu belgeledik.

Tüm mağazalarımızda su; temizlik, hijyen, unlu mamul üretimi ve buz yapımı amacı ile kullanılmaktadır. Aynı zamanda Öz Markalı ürünlerimizin üretiminde de süreç gereği su kullanılabilir. Öz Marka tedarikçilerimizde gerçekleştirdiğimiz denetimlerde su tasarrufu ile ilgili konular da irdelenme, gelişim ve farkındalık yaratmak için çabalanmaktadır.

Operasyonlarımızdaysa su tüketimi hijyen, temizlik, müşteriye ürün sunumu, çalışan ihtiyaçları ve müşteri ihtiyaçlarına yönelik olarak yapılmaktadır; atık sular ise doğrudan kanalizasyon sistemine^{303-4, 303-5} deşarj edilmektedir. Su tüketiminde genel hedefimiz, hijyen esaslarımız çerçevesinde, kullanımımızın artış göstermemesidir. Su tüketiminin azaltılması için teknik açıdan yapılabilecek çalışmalar, özellikle yeni mağaza çalışmalarında, fonksiyonların yalınlaştırılması ile ilgilidir. Bunun dışında su tüketimini sınırlandırmak amacıyla mağazalarımızda, doğal peyzaja ihtiyacın üzerinde su vermek üzere projelendirilme yapmamakta, iş, çalışan ve müşteri ihtiyaçları dışında su kullanılacak herhangi bir tesisat imal etmemekteyiz.

Ayrıca Öz Marka tedarikçilerimize uyguladığımız sosyal uygunluk denetimlerinde yıl içinde kullandıkları su miktarını ve CarrefourSA için harcadıkları miktarı düzenli şekilde takip etmekteyiz.

Su Tüketim Miktarlarımız

303-3

	2020	2021	2022
Su Tüketimi – Şebeke Suyu (m ³)	315.148	323.870	383.000
Su Tüketimi – Damacana (m ³)	2.519	2.373	2.490
Toplam	317.667	326.243	385.490

Not: Tüketim miktarları Genel Müdürlük, mağazalar (bayiler hariç) ve depolarımızın toplam rakamıdır.

ÇEVRESEL FARKINDALIK ÇALIŞMALARI

5 Haziran Dünya Çevre Günü kapsamında

- Çalışanlarımızın çocuklarının katıldığı çevre konulu bir yarışma düzenledik. Burada resim gönderen tüm çocuklarımıza eğitimlerine ve gelişmelerine katkıda bulunacak şekilde boya seti, kitap, boyama kitabı vs. gönderdik.
- WWF Türkiye ile birlikte tüm çalışanlarımızın katılabileceği "Evde Su Tasarrufu" ve "Organik Atıklardan Kompost Yapımı" seminerlerini düzenledik.
- Tüm İcra Kurulu üyelerimizin yer aldığı ve kendi fonksiyonlarının çevre ile ilgili katkılarının anlatıldığı videolar çekilmesini sağlayarak bunları çalışanlarımızla paylaştık.

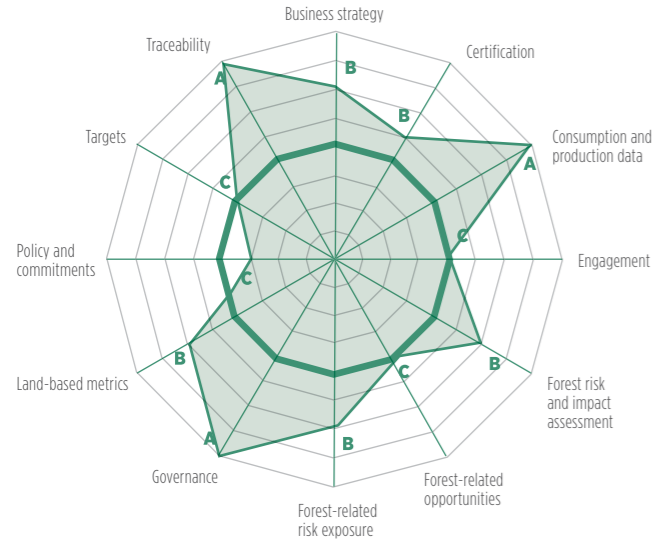
CDP Raporlaması

Faaliyet gösterdiğimiz sektörden kaynaklı olarak İklim Değişikliği, Su Güvenliği ve Ormansızlaşma konularındaki performansımızı, küresel standartlar doğrultusunda takip etmekteyiz. Yürüttüğümüz tüm bu faaliyetleri, göstergelerimizi, hedeflerimizi ve stratejimizi aynı zamanda dünyada en saygın çevresel inisiyatiflerinden olan Karbon Saydamlık Platformuna (CDP) beyan etmekteyiz. Sonuçlarını da özet olarak aşağıda tüm şeffaflığıyla paylaşmaktayız.

Bu seneki raporlamamızda 2020 ve 2021 senelerinden farklı olarak Ormansızlaşma konu başlığı altındaki çalışmalarımızın değerlendirmeye alınmasını sağladık. 4 alt başlıkta (Palm Yağı, Kereste, Soya, Sığır) oldukça kapsamlı ve şeffaf olarak şirketimizin aktivitelerini değerlendirerek tedarik ettiğimiz ürünlerin üretim aşamalarında doğrudan veya dolaylı olarak kullandığı risk emtialarının takibini daha sürdürülebilir ve şeffaf şekilde hesaplamış olduk. İlk kez 2022 senesinde yapmış olduğumuz bu çalışmada tüm modüllerde B (Management) puanı alarak sektörümüzde bu dereceyi alma hakkı kazanan sayılı firmalar arasında yer aldık. Bu sayede dünya üzerinde Ormansızlaşma modülünü raporlayan sayılı, 4 türünü de raporlayan tek perakende şirketi olduk. Gelecek senelerde belirleyeceğimiz hedefler ve alacağımız aktiviteler ile skorumuzu daha da yükseltmeyi amaçlamaktayız.

Orman Performansımız

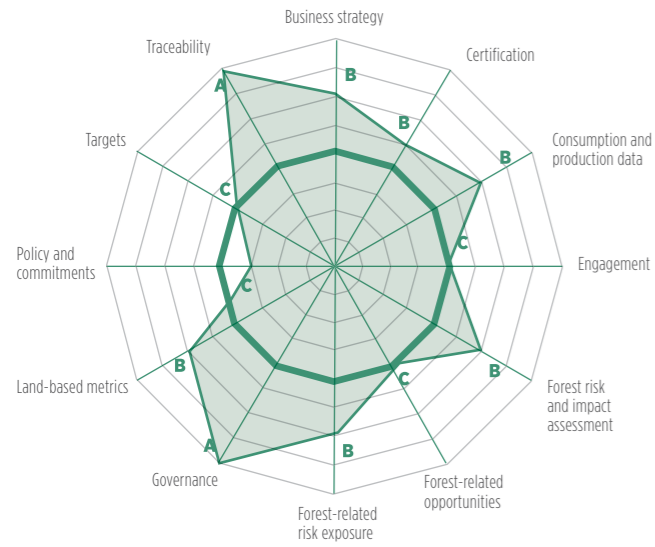
Orman - Palm Yağı - Skor: B (Management)



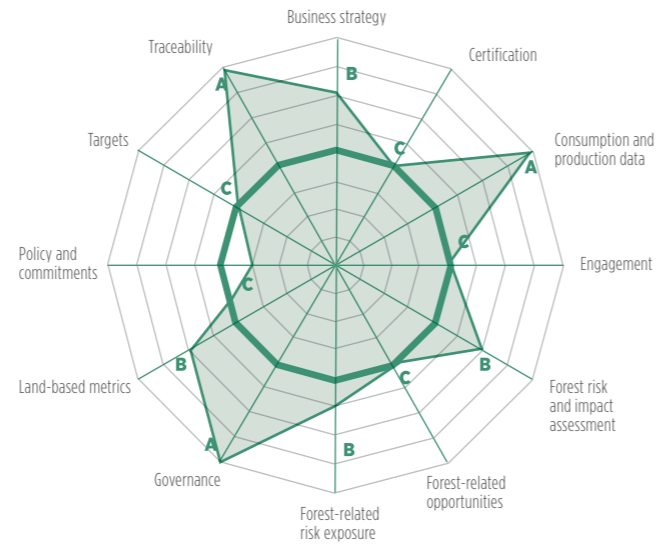
Orman - Kereste - Skor: B (Management)



Orman - Soya - Skor: B (Management)

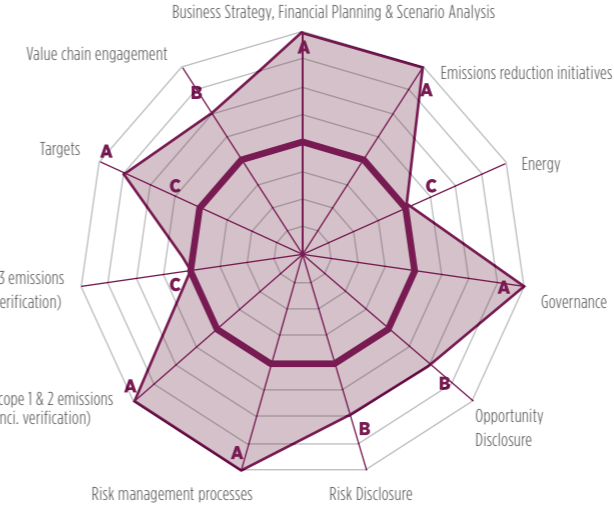


Orman - Sığır - Skor: B (Management)



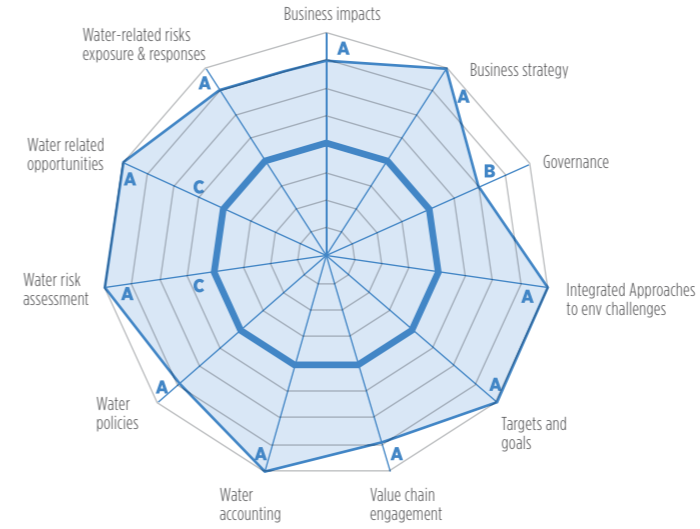
İklim Değişikliği modülündeki performansımızı 2022 yılında daha da üst seviyeye çekerek A- (Leadership) skoru almaya hak kazandık. Bu sayede yaptığımız çalışmalar ile 2020 ve 2021 yıllarından sonra büyük aşama kaydettiğimizi ve bu derecelendirmede lider şirketler arasında olduğumuzu açıkça göstermiş olduk.

İklim Değişikliği Performansımız - Skor: A-(Leadership)



Su Güvenliği modülündeki performansımızı 2022 yılında en üst seviye skor olan A (Leadership) skoru olarak taçlandırdık. Bu sayede yaptığımız çalışmalar ile 2020 ve 2021 yıllarından sonra büyük aşama kaydettiğimizi ve bu derecelendirmede lider şirketler arasında olduğumuzu açıkça göstermiş olduk.

Su Güvenliği Performansımız Skor: A (Leadership)



CDP raporlaması konusundaki çalışmalarımıza ciddi bir şekilde yaklaşmaktayız. 2023 yılı için çalışmalarımıza geçtiğimiz seneki başarılı sonuçlarımızı koruyarak ve daha da üzerine koyarak devam etmeyi hedefliyoruz.

Sürdürülebilirlik Bültenleri

Başta çalışanlarımız, tüm paydaşlarımızın bilinçlenmesi ve bilgilendirilmesi amacıyla CarrefourSA içinde gerçekleştirdiğimiz uygulamaları, ülkemizden ve dünyadan güncel konuları içeren bültenler hazırlamakta, internet sitemizden kamuya açık şekilde paylaşmaktayız



ATIK YÖNETİMİ

ATIK YÖNETİMİ YAKLAŞIMIMIZ ³⁻³

Atık Yönetimindeki temel amacımız, CarrefourSA'nın faaliyetleri sonucu ulaşabilecek atıkların en aza indirilmesini sağlamak ve bu atıkların çevre ve dolayısıyla canlı yaşamı üzerindeki olumsuz etkisini en aza düşürmektir. Tüm mağaza ve depolarımızda atık oluşumunu en aza indirecek aksiyonları almak, Sıfır Atık yaklaşımını benimseyerek geri dönüşüm / geri kazanım oranlarımızı sürekli iyileştirmeye çalışmak en önemli hedeflerimiz arasında yer almaktadır. Tedarik zincirimizin de aynı hassasiyette olmasını arzulamaktayız.

Bu kapsamda 'Atık Yönetim Piramidini' benimseyerek süreci en üstten en alt basamağa doğru değerlendiriyoruz. İlk aşamada atığın oluşumunun önlenmesi, önleyici faaliyet ve revizyonların gerçekleştirilmesi bulunmaktadır. Eğer bu sağlanamıyorsa atığın minimizasyonu için çalışma yapılır. Oluşan atığın en aza indirilmesi için kullanım alışkanlıklarının değiştirilmesinden, kullanılan malzemelerin üretimde azaltılmasına kadar geniş yöntemler kullanılır. Daha sonra atığın

yeniden kullanımı, eğer bu da mümkün olmuyorsa önce geri dönüşümü hedeflenir.

Tüm faaliyetlerimizde geri dönüştürülebilir atıkları değerlendirmek üzere ayrıştırıyoruz. Bunun yanında çevre ve atık yönetimde yasalara %100 uyum sağlıyor ve gönüllülük esaslı çalışmalarla çevresel performansımızı sürekli iyileştirmek için çalışıyoruz.

Sıfır Atık Yaklaşımı

Sıfır Atık inisiyatifi kapsamında tüm mağazalarımız için atık yönetimi sistemi kurarak atık ekipmanları, bilgilendirme panoları vb. yerleştirerek "Temel Seviye Sıfır Atık Belgesi" başvurusunda bulduk ve 2022 sonu itibarıyla 535 mağaza için sıfır atık belgesi aldık.

Bunun yanında mağazalarımızda tekstil ve elektronik atıkları toplamaya başlayarak müşterilerimize mağaza anonslarıyla bilgilendirmeler yapıyoruz. Sıfır atıkla daha temiz bir gelecek ve Yaşam İçin Doğrusu CarrefourSA'da mottomuzla müşterilerimizi bilinçlendiriyoruz.

'Değerli müşterilerimiz, kullanım ömrünü doldurmuş saat, telefon, ütü, mutfak robotu gibi elektronik atıkları mağazalarımızda bulunan mor renkli geri dönüşüm kutularına atın, kullanmadığınız kıyafetleri ve diğer tekstil ürünlerini mağazalarımızda bulunan pembe renkli kutulara atın, çöpe gitmesin, geri dönüşün!'

Üretim ve Paketleme için Kullandığımız Malzemeler ³⁰¹⁻¹

Bir gıda perakendecisi olarak, ürün ve paketleme için kullandığımız malzemeler ağırlıklı olarak ürün ambalajı, nakliye paketleme malzemeleri ve ofis/mağaza içi sarf malzemeleridir. Bunlardan tek kullanımlık olanlar, ürünlerin yapısı ve hijyen koşulları gereği reyonda kullanılması gerekli olan köpük, yapışkanlı etiketler, strafor kasalar, tek kullanımlık bardak, kasa poşetleri gibi malzemeler oluşturur. Tek kullanımlık ambalajlar aşağıdaki miktarlarda tüketilmektedir.

Tek Kullanımlık Sarf Malzemeleri (Ambalaj) - ton	2020	2021	2022
Metal	0,6	1,3	3,9
Kâğıt	343,3	395,1	394
Kompozit	1.475,0	502,9	248
Plastik	845,1	1.213,8	812,6
Toplam	2.664,0	2.113,0	1.458,5

Geri dönüştürülebilir malzemeler ise paketleme için kullanılan Öz Marka ürün ambalajları (koli, streç film, cam, PVC, alüminyum kapak) gibi malzemelerden oluşmaktadır.

Geri Dönüştürülebilir Malzemeler - ton	2020	2021	2022
Metal	124,1	150,6	124,0
Kompozit	184,1	224,2	247,3
Cam	450,7	653,1	528,0
Kâğıt	1.158,8	1.714,9	9.767,5
Plastik	1.131,9	1.021,6	2.261,5
Toplam	3.049,6	3.764,3	12.928,6

Kendi Kabinla Alışveriş

Sürdürülebilirlik politikamız kapsamında ürün ve hizmetlerimizi geliştirirken, etkilerini de yaşam döngüsü boyunca ele alarak çevresel duyarlılığı gözetiyoruz. Stratejimizin bir unsuru da sürdürülebilir bir gelecek ve temiz bir çevre için "Doğrusu"nu yapmaktır.

Sürdürülebilirlik yaklaşımımızın çatısını oluşturan "Yaşam İçin Doğrusu" sloganımız ile geliştirdiğimiz projelere bir yenisini daha ekleyerek ambalaj kullanımını azaltmak ve israfın önüne geçmek amacıyla " Kendi Kabinla Gel" dönemini başlattık. Taze gıda reyonlarında kullanılan köpük tabak, streç, plastik peynir ve zeytin kabı gibi tek kullanımlık malzemelerin kullanımını azaltmak için sürdürülebilir bir hizmet modeli oluşturduk.

Müşteriler kendi kaplarıyla gelerek et, balık, pasta-ekmek, bakliyat, kuruyemiş ve şarküteri reyonlarında ihtiyaçları kadar alıyor ve bu sayede israfın önüne geçilirken aynı zamanda tek kullanımlık plastik atıklar oluşmuyor. Bu projeye tüketicilerimizin alışkanlıklarını daha sürdürülebilir olması yolunda değiştiriyoruz ve sektörümüze önderlik ederek örnek bir dögüsel ekonomi modeli oluşturuyoruz. Sürdürülebilir bir gelecek ve temiz bir çevre için "Doğrusu"nu yayıyoruz.

Dünyada tüketilen plastiğin yüzde 40'ı ambalajlama için kullanıldığı düşünülürken başlattığımız "Kendi Kabinla Alışveriş" projemizle doğa için doğru bir adım atmış olduk. Projede ambalaj atığını azaltmak amacıyla; Selamiçeşme gurme mağazamızda refill istasyonları kurarak pilot olarak başlattığımız uygulama, aynı zamanda İstinye Hiper, Fulya Hiper, Metropol Hiper ve 33 gurme ile toplam 36 mağazamızın tamamında taze gıda reyonlarında uygulanmaktadır.

Bunun yanında müşterilerimizde farkındalık oluşturmak amacıyla, müşterilerimiz kendi kabıyla aldıkları ürünler için %10 indirim hakkı kazanmaktadırlar.



Atıklar ve Bertaraf Yöntemlerimiz

306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5

Atıklarımızın önemli bir kısmını ambalaj malzemeleri, gıda ve ev/ofis atıkları oluşturmaktadır. Genelde çevre için önemli bir olumsuz etki yaratacak atığımız çok kısıtlıdır (pil, temizlik kimyasalları gibi) ve bunlar kaynağında ayrıştırılarak lisanslı firmalara bertaraf/geri dönüşüm için gönderilmektedir. Gıda Atıklarımız, sektörümüzün ve bizim öncelikli konuları arasında yer almakta ve değer zincirimizdeki tüm oyuncular için önemli bir ekonomik değer ifade etmektedir; bu sebeple ilgili performansımız raporumuzda ayrı bir bölümde anlatılmaktadır. Ayrıştırılmamış evsel atıklarımız ise doğrudan ilgili belediyeler tarafından toplanmaktadır.

Operasyonlarımızda atıklar çok farklı şekillerde oluşabilmektedir. Bunları aşağıdaki şekilde özetleyebiliriz:

- Mağazalarımıza depolardan gelen paketli ürünlerin açılması sırasında oluşan karton koliler, streç film, plastik ambalaj ve çemberler,
- Mağaza çalışanlarımızın kullanımından

kaynaklanan tek kullanımlık plastik ve karton bardak, tabak atıkları,

- Ofis içi kullanımlardan oluşan kâğıt, pil, elektronik atıklar, teknik cihazlar
- Mağaza içi restoranlarda ve yemekhanelerimizde oluşan plastik ambalaj, kâğıt-karton ambalaj, organik atık ve evsel atıklar,
- Mağazada müşterilerimizin oluşturduğu karışık ambalaj atıkları ve evsel atıklar,
- Depo ve mağazalarımızda tarihi geçen, ambalajı zarar gören ve bozulan, kullanılmayacak durumda olan ürünler.

Geri Dönüştürülebilir Atıklar

Mağazalarımıza gelen ürünlerin çoğunluğu karton koli gibi ambalajlara sahip olduğundan en çok oluşan atık türlerinden birini 'karışık ambalaj atıkları' oluşturmaktadır. Bu atıkları, ayrıca kâğıt-karton, plastik ve cam metal atıklarımızı tüm ofis, mağaza ve depolarımızda diğer atıklardan ayrı topluyor ve geri dönüşüm alanlarında biriktiriyoruz. Plastik, yapısı gereği yaklaşık olarak %70, diğerleri de

Evsel atıklar dışında oluşan atıkların türlerine göre dağılımı ve bertarafı şu şekildedir:

Üst Başlık	Atık Türü	Miktar (Ton) - 2020	Miktar (Ton) - 2021	Miktar (Ton) - 2022	Bertaraf Yöntemi
Geri Dönüştürülebilir Atıklar (*)	Karışık Ambalaj Atığı	709	617	6.681	Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları
	Kâğıt - Karton	29	25	647	Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları
	Plastik	3	3	15	Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları
	Cam	0,42	0,36	0,22	Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları
Gıda Atıkları		6.116	7.952	15.062	Belediyeler/ Özel Firmalar
Çevreye Olumsuz Etkisi Olabilecek Atıklar	Bitkisel Atık Yağ	14	10	13	Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları
	Tehlikeli Sıvı Atıklar	0	0,37	0	Lisanslı Bertaraf Firmaları
	Pil	0,10	0,24	0,44	Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları
Ekonomik Değere Sahip Atıklar	Elektronik Atık	Liste satışı yapılmaktadır			Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları
	Atık Ekipman	Liste satışı yapılmaktadır			Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları
	Ahşap Palet ve Kasalar	3.260	2.891	2.494	Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları

(*): Sadece Öz Marka ürünler için geçerli olan değerlerdir.

Linerless Etiket

Hiper mağazamızdaki toplam 40 terazide linerless (arka taşıyıcı kâğıdı olmayan) etiket uygulamasına geçtik. Bu uygulama ile sağladığımız kâğıt tasarrufu sonucu yıllık 62 ağacın kesilmesini engellemiş olduk.

%100 oranda geri dönüştürülebildiği için bunların tamamının yetkili lisanslı firmalar tarafından alınmasını sağlıyoruz. Böylelikle 2022 yılında mağaza ve depolarımızdan toplanan 7.343 ton atığı geri dönüşüm/geri kazanıma göndermiş olduk.

Gıda Atıkları

Ciddi bir ekonomik değere sahip olan gıda atıklarının yönetimini detaylı olarak raporumuzun 'Gıda Atığı' bölümünde ele aldık. Özetle, mağaza ve depolarımızda firmaya iade anlaşması olmayan, kalite kaybına uğramış veya satış vasfını kaybetmiş ürünleri insani tüketime uygun olması halinde bağışlamakta, değilse anlaşmalı yerel idareler ve firmalara teslim ederek imha edilmelerini sağlamaktayız.

Çevreye Olumsuz Etkisi Olabilecek Atıklar

Bitkisel yağları potansiyel olarak çevreye önemli etkisi olabileceği için üç farklı çalışmayla biriktiriyor ve bertaraf ediyoruz

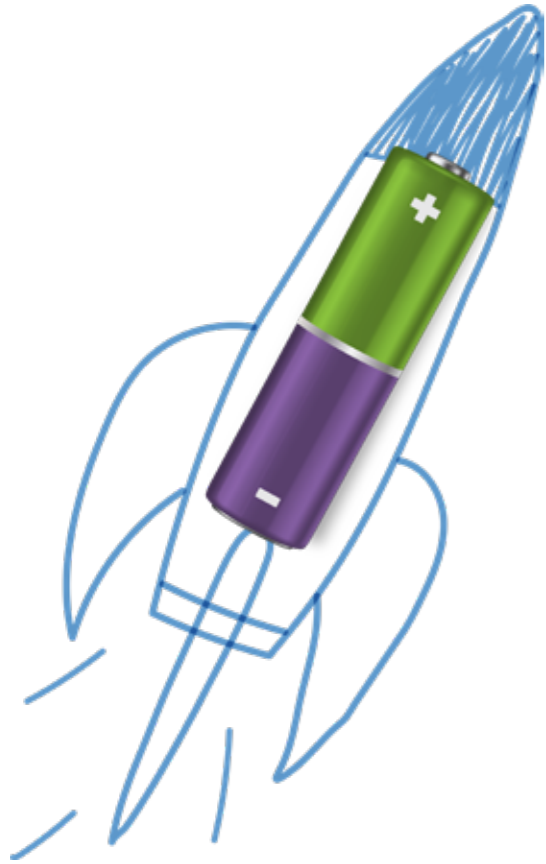
- Lezzet Arası Restoran bulunan mağazalarımızda

da yemek pişirmede kullandığımız bitkisel yağları, kullanım ömrünü tamamladıktan sonra ayrı sızdırmaz bidonlarda biriktiriyoruz.

- Müşterilerimizden atık yağları toplamak ve bu atıkların çöpe gitmesini, suya karışmasını engellemeyi amaçlayan, müşterilerimize de bu bilinci aşlamayı hedeflediğimiz gönüllü çalışmamız kapsamında, belli mağazalarda müşterilerimizin evlerinden bitkisel atık yağ getirebileceği kutular bulunduruyoruz.
- Depolarımızda tarihi geçen, ambalajı zarar gören, kullanılmayacak durumda olan yağları ayrıca topluyoruz.

Bu sayede 2022 yılında 13 ton atık yağ toplayarak biyodizele dönüştürülmesini sağladık. Toplanan atık yağlardan elde edilen gelirin tamamını da otizm konusunda farkındalık yaratmak amacıyla Türkiye Tohum Otizm Erken Tanı ve Eğitim Vakfına bağışladık.





Depolarımızda bakım işlemlerinde kullanılan boya, tiner, temizlik kimyasalları, yağlar gibi malzemelerin kullanım ömrü dolduktan sonra oluşan tehlikeli atıkları diğer atıklardan ayrı toplayarak bakanlığın atık portalı üzerinden kayıt altına alıyor ve lisanslı bertaraf firmalarına gönderiyoruz.

Piller yapısı ve içeriği sebebiyle özel mühendislik yöntemiyle düzenli depolama yapılarak, çevreden her biri ayrı olarak izole edilmiş kapalı alanlarda depolanabilir. Mağaza ve depolarımızda ofis kullanımlarından kaynaklanan pil atıkları oluşmaktadır. Hem kendi atık pillerimizi hem de tüm mağazalarımızda bulunan kutularımız sayesinde müşterilerimizin atık pillerini toplamaktayız. Bu sayede pillerin diğer atıklardan ayrı toplanarak çöpe karışmasını engelliyor ve TAP derneğine (Taşınabilir Pil Üreticileri ve İthalatçıları Derneği) gönderiyoruz. AÇEV (Anne ve Çocuk Eğitim Vakfı) ve TAP Derneği ile oluşturduğumuz ortak proje sayesinde topladığımız her bir ton atık pil karşılığında ihtiyaç sahibi çocuklara kitap bağışında bulunmaktayız.

Ekonomik Değere Sahip Atıklar

Şirketimizde elektronik atıklar ve araçlar da dahil,

teknik tüm cihazların bertarafı, ikinci el satışı, yeniden değerlendirilmesi prosedüre bağlıdır. Hiçbir üçüncü parti, taşeron ya da müteahhit bu ürünleri CarrefourSA'daki yetkili kişilerin bilgisi dışında mağaza dışına çıkaramaz ve bertaraf edemez. Bu tip atık malzemeler CarrefourSA kontrolünde geri dönüşüm, yeniden kullanım gibi amaçlar doğrultusunda yönlendirilir. Burada ana amaç, çıkan malzemelerden para kazanılmasından ziyade, ürünlerin değerleri doğrultusunda tekrar kullanımının veya ayrıştırılmasının sağlanmasıdır.

- Elektronik atıkları lisanslı geri dönüşüm/geri kazanım firmalarına vererek değerlendirmekteyiz. Buralarda tamir edilebilir ürünler ve parçaları diğer elektronik cihazların içinde kullanılmak üzere ayrıştırılır, kullanılmayan kalan hurda kısımlar ise geri dönüşümde değerlendirilmektedir.
- Diğer Ekipman: Konseptle uyumsuz hale gelmiş, enerji tüketimi verimsiz, işlevsizleşmiş, hasar veya başka nedenle kullanım niteliğini yitirmiş teknik ekipman ve dolap, raf gibi mağaza ekipmanların ikinci el satışı ile ekonomik gelir elde edilmektedir.
- Mağaza ve depolarımızda kullanım dışı kalmış, hasarlı veya hurda durumdaki ahşap palet ve kasaların ikinci el satışı ile geri dönüşümü sağlanmakta ve ekonomik gelir elde edilmektedir. Bunun yanında atığı oluşmadan önlemek için nakliye aşamasında çok kullanımlık kasalar kullanıyoruz.
- Elektronik atıklar, diğer ekipman ve ahşap paletlerin ikinci el satışı sonucunda 2020 yılında 2,7m TL, 2021'de 5,8m TL, 2022'de ise 11,1m TL gelir sağlanmıştır.

Yeni Çalışmalar

Atık yönetimini daha da etkili kılabilmek amacıyla 2022 yılında tüm atıklarımızı kendi lojistik depolarımızda yöneteceğimiz sistemler kurmak için çalışmalara başladık. Bu sayede her bölgede yerel organizasyonlarla çalışmalardan kaynaklanabilen kayıpların önüne geçmeyi hedefliyoruz. Amacımız, geri dönüştürülebilen kağıt, karton, plastik gibi atıklarımızı daha doğru ayrıştırarak türlerine göre dağıtım depolarımızda biriktirerek, bu atıkların değerini korumak ve ekonomiye kazandırılmasını sağlamak.

GRI İÇERİK İNDEKSİ



CONTENT INDEX
ESSENTIALS SERVICE

2023

CarrefourSA, 01.01.2022-31.12.2022 dönemini kapsayan Sürdürülebilirlik Raporunu GRI Standartlarına göre hazırlamıştır. GRI Hizmetleri, Content Index - Essentials Service kapsamında, GRI içerik indeksinin Standartlarla tutarlı olarak açık bir şekilde sunulup sunulmadığını ve 2-1 ile 2-5 arası, 3-1 ve 3-2 numaralı bildirimler için referansların raporun ilgili kısımlarıyla tutarlılığını incelemiştir. Bir sektör standardı kullanılmamıştır. Hizmet raporun Türkçe versiyonu üzerinde gerçekleştirilmiştir.

GRI Standardı	Bildirim	Sayfa/Bağlantı/Açıklama	
GRI 1: Temel 2021			
1) Organizasyon ve Raporlama Uygulamaları			
	2-1	Organizasyonel ayrıntılar	8, 134
	2-2	Sürdürülebilirlik raporlamasına dahil olan kurumlar	8, CarrefourSA'nın %100 pay sahibi olduğu Adana Gayrimenkul Geliştirme ve İşletme A.Ş., 15 Ekim 2014 tarihinde kurulmuş ve 3 Eylül 2021 tarihinde imzalanan hisse devir sözleşmesi ile tamamen devredilmiştir. Bunun dışında CarrefourSA'nın konsolide finansal bilgilerinde sadece CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş. bulunmaktadır.
	2-3	Raporlama dönemi, sıklığı ve iletişim noktası	1, 134
	2-4	Bilgilerin yeniden ifade edilmesi	Yenilenebilir enerji verilerimizi CDP raporlamamızdaki tanımlarla tam uyumlu hale getirdik ve önceki yıl verilerini bunlara göre beyan ettik.
	2-5	Dış denetim	28, Finansal verilerimiz için KPMG firmasından denetim almaktayız (https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/tr/finansal-bilgiler/finansal-raporlar), Çevresel ve sosyal verilerimiz içinse PWC firmasından kısmi güvence raporumuz bulunmaktadır (s.114)
2) Aktiviteler ve Çalışanlar			
	2-6	Aktiviteler, değer zinciri ve diğer iş ilişkileri	8, Şirketimizin organizasyon yapısı, hissedarlık yapısı veya tedarik zincirinde raporlama döneminde önemli bir değişiklik olmamıştır.
	2-7	Çalışanlar	56, 67
	2-8	Kurum çalışanı olmayan işçiler	38
3) Yönetişim			
	2-9	Yönetişim yapısı ve bileşimi	14, 22, 28, https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/uploads/pdf/genel-kurul/2022/4edb371b-835d-43ff-b3a3-836726bab090CarrefourSA-Faaliyet-Raporu2022.pdf s.100
	2-10	En yüksek yönetim organının aday gösterilmesi ve seçilmesi	https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/uploads/pdf/genel-kurul/2022/4edb371b-835d-43ff-b3a3-836726bab090CarrefourSA-Faaliyet-Raporu2022.pdf s.119
	2-11	En yüksek yönetim organının başkanı	Yönetim Kurulu Başkanının CarrefourSA'da icrai görevi bulunmamaktadır. Kendisi aynı zamanda Sabancı Holding Finans Grup Başkanlığı görevini yürütmektedir.
	2-12	En yüksek yönetim organının etkilerin yönetimini denetlemedeki rolü	15, 22, 28
	2-13	Etkilerin yönetilmesine ilişkin sorumluluğun devredilmesi	22, 28
GRI 2: Genel Bildirimler 2021			

GRI Standardı	Bildirim	Sayfa/Bağlantı/Açıklama	
GRI 2: Genel Bildirimler 2021	2-14	Sürdürülebilirlik raporlamasında en yüksek yönetim organının rolü	28, 31
	2-15	Çıkar çatışmaları	15, https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/uploads/pdf/genel-kurul/2022/4edb371b-835d-43ff-b3a3-836726bab090CarrefourSA-Faaliyet-Raporu2022.pdf s.119
	2-16	Kritik kaygıların iletişimi	Görüşülen maddeler arasında kritik diye tanımlanan bir konu bulunmamaktadır, https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/uploads/pdf/genel-kurul/2022/4edb371b-835d-43ff-b3a3-836726bab090CarrefourSA-Faaliyet-Raporu2022.pdf s.117, 119
	2-17	En yüksek yönetim organının kolektif bilgisi	İlgili bilgilendirmeler gerekli durumlarda yapılmaktadır, https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/uploads/pdf/genel-kurul/2022/4edb371b-835d-43ff-b3a3-836726bab090CarrefourSA-Faaliyet-Raporu2022.pdf s.117, 119
	2-18	En yüksek yönetim organının performansının değerlendirilmesi	15
	2-19	Ücretlendirme politikaları	59, İcra Kurulu Üyeleri için KornFerry Hay Danışmanlık firmasının Üst Yönetici seviyesi için kullandığı TOPEX piyasa araştırması kullanılmaktadır.
	2-20	Ücret belirleme süreci	15, 28, 60
	2-21	Yıllık toplam ücret oranı	KVKK kapsamında bu konuda beyanat verilmemektedir.
	4) Strateji, Politikalar ve Uygulamalar		
	2-22	Sürdürülebilir kalkınma stratejisine ilişkin beyanat	4
	2-23	Politika taahhütleri	47, 48
2-24	Politika taahhütlerinin entegrasyonu	47, 48	
2-25	Olumsuz etkileri iyileştirmeye yönelik süreçler	47	
2-26	Tavsiye alma ve kaygıları dile getirme mekanizmaları	47	
2-27	Yasa ve yönetmeliklere uyum	2022 yılı içinde şirketimiz aleyhine verilmiş önemli bir nakdi/gayri nakdi ceza bulunmamaktadır.	
2-28	Dernek üyelikleri	9, 9	
5) Paydaş Katılımı			
2-29	Paydaş katılımına yaklaşım	30	
2-30	Toplu iş sözleşmeleri	49	
Öncelikli Konular			
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-1	Öncelikli konuların belirlenme süreci	31
	3-2	Öncelikli konuların listesi	31, Raporlama döneminde değişiklik olmamıştır.
Ekonomik Katkı			
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi	37
GRI 201: Ekonomik Performans 2016	201-1	Üretilen ve dağıtılan doğrudan ekonomik değer	37, 40,40
	201-2	İklim değişikliğinin finansal sonuçları ve diğer risk ve fırsatları	18
	201-4	Devletten alınan finansal destek	38
GRI 202: Pazar Varlığı 2016	202-1	Cinsiyet bazında standart işe giriş ücretinin yerel asgari ücrete oranı	2022 yıl sonu itibarıyla asgari ücret alan çalışan oranımız %41'dir. Ancak ikramiye ve diğer yan hakları eklediğimizde salt asgari ücret alan çalışanımız bulunmamaktadır. Kadın ve erkek çalışanlar için ayırım yapılmaksızın ortalama işe giriş ücreti, asgari ücretin %58 üstündedir.

GRI Standardı	Bildirim	Sayfa/Bağlantı/Açıklama	
	202-2	Yerel üst seviye yöneticilerin oranı	Genel Müdür ve Genel Müdür Yardımcılarının % 100'ü Türkiye Cumhuriyeti vatandaşıdır.
GRI 203: Dolaylı Ekonomik Etkiler 2016	203-1	Altyapı yatırımları ve desteklenen hizmetler	40
	203-2	Önemli dolaylı ekonomik etkiler	39
GRI 204: Satın Alma Uygulamaları 2016	204-1	Yerel tedarikçilere yapılan harcamanın oranı	39
GRI 415: Kamu Politikası 2016	415-1	Politik katkılar	Raporlama döneminde politik amaçlı herhangi bir bağış ya da desteğimiz olmamıştır.
Gıda Atığı			
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi	45
İş Etiği			
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi	47
GRI 205: Yolsuzlukla Mücadele 2016	205-1	Yolsuzlukla ilgili riskler açısından değerlendirilen operasyonlar	48
	205-2	Yolsuzluk politika ve prosedürleriyle ilgili iletişim ve eğitimler	48, Yönetim Kurulu Üyelerine raporlama döneminde İş Etiği Eğitimi verilmemiştir.
	205-3	Onaylanmış yolsuzluk vakaları ve alınan aksiyonlar	Raporlama döneminde yolsuzluk vakasıyla karşılaşmamıştır.
GRI 206: Rekabet Dışı Davranış 2016	206-1	Rekabet dışı davranış, anti-tröst ve tekellik uygulamalarıyla ilgili yasal aksiyonlar	2022 yılında Rekabet dışı davranış sebebiyle alınan ceza bulunmamaktadır. Bununla birlikte Rekabet Kurulu'nun 28.10.2021 tarih ve 21-53/747-360 sayılı kararı uyarınca Şirketimiz hakkında uygulanan 142.469.772,07 TL tutarındaki idari para cezasına karşı yargı yoluna başvurulmuş olup 12.03.2023 tarihli ve 32130 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 7440 Sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun kapsamında yapılan başvuru neticesinde ödenen idari para cezası tutarının %50 oranında yeniden yapılandırılarak 53.426.164,52.-TL'nin Şirketimize iadesine karar verildiği 06.06.2023 tarihinde Şirketimize bildirilmiştir. Şirketimiz tarafından Ankara ilgili İdare Mahkemesi'nde açılan idari para cezasının iptali davasından feragat edilmiştir. Böylece, Rekabet Kurumu'nun 28.10.2021 tarihli ve 21-53/747-360 sayılı kararı kapsamında ödenen tutar 53.426.164,53.-TL olarak kesinleşmiştir.
GRI 407: Örgütlenme ve Toplu Sözleşme Özgürlüğü 2016	407-1	Örgütlenme ve toplu sözleşme özgürlüğünün riskte olması muhtemel operasyonlar ve tedarikçiler	Toplu Sözleşme Hakkının riskte olduğu operasyon veya tedarikçimiz bulunmamaktadır.
GRI 408: Çocuk İşçiliği 2016	408-1	Belirgin düzeyde çocuk işçiliği vakası riskine sahip operasyonlar ve tedarikçiler	50, Risk değerlendirmesi sonucu yüksek riskli olduğu tespit edilen Öz Marka tedarikçilerde başlatılan denetimler 2023 yılında genişletilecektir.
GRI 409: Zorla ve Cebren Çalıştırma 2016	409-1	Belirgin düzeyde zorla ve cebren çalıştırma vakası riskine sahip operasyonlar ve tedarikçiler	50, Risk değerlendirmesi sonucu yüksek riskli olduğu tespit edilen Öz Marka tedarikçilerde başlatılan denetimler 2023 yılında genişletilecektir.

GRI Standardı	Bildirim	Sayfa/Bağlantı/Açıklama
GRI 410: Güvenlik Uygulamaları 2016	410-1	İnsan hakları politika veya prosedürleriyle ilgili eğitim verilmiş güvenlik çalışanları
GRI 411: Yerel Toplulukların Hakları 2016	411-1	Yerel halkın haklarının ihlal edilmesiyle ilgili vakalar
GRI 413: Yerel Topluluklar 2016	413-1	Yerel topluluk katılımı, etki değerlendirmeleri ve geliştirme programları içeren operasyonlar
	413-2	Yerel topluluklar üzerinde belirgin düzeyde mevcut ve potansiyel olumsuz etkileri olan operasyonlar
GRI 414: Tedarikçi Sosyal Değerlendirmesi 2016	414-1	Sosyal kriterler kullanılarak taranmış yeni tedarikçiler
	414-2	Tedarik zincirinde olumsuz sosyal etkiler ve alınan aksiyonlar
Çalışan Memnuniyeti ve Gelişimi		
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi
GRI 201: Ekonomik Performans 2016	201-3	Tanımlanmış haklarla ilgili plan yükümlülükleri ve diğer emeklilik planları
GRI 401: İstihdam 2016	401-1	Yeni çalışan işe alımları ve çalışan sirkülasyonu
	401-2	Geçici veya yarı zamanlı çalışanlara sağlanmayan, tam zamanlı çalışanlara sağlanan haklar
GRI 402: Çalışan-Yönetim İlişkileri 2016	402-1	Operasyonel değişikliklerde asgari yasal ihbar süreleri
GRI 404: Eğitim ve Öğretim 2016	404-1	Çalışan başına yıllık ortalama eğitim saati
	404-2	Çalışan becerilerinin geliştirilmesine yönelik programlar ve geçiş destek programları
	404-3	Düzenli performans ve kariyer gelişimi değerlendirmeleri alan çalışanların yüzdesi
Çalışan Sağlığı ve Güvenliği		
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi
GRI 403: İş Sağlığı ve Güvenliği 2018	403-1	İş sağlığı ve güvenliği yönetim sistemi
	403-2	Tehlike tanımlama, risk değerlendirme ve olay inceleme
	403-3	İş sağlığı hizmetleri
	403-4	İş sağlığı ve güvenliği konusunda işçi katılımı, danışma ve iletişim
	403-5	İş sağlığı ve güvenliği konusunda işçilerin eğitimi
	403-6	İşçi sağlığının teşvik edilmesi
	403-7	İş ilişkileriyle doğrudan bağlantılı iş sağlığı ve güvenliği etkilerinin önlenmesi ve azaltılması

GRI Standardı	Bildirim	Sayfa/Bağlantı/Açıklama
GRI 403: İş Sağlığı ve Güvenliği 2016	403-8	İş sağlığı ve güvenliği yönetim sistemi kapsamındaki işçiler
	403-9	İşle ilgili yaralanmalar
	403-10	İş kaynaklı sağlık sorunları
Cinsiyet ve Fırsat Eşitliği		
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi
GRI 401: İstihdam 2016	401-1	Yeni çalışan işe alımları ve çalışan sirkülasyonu
	401-3	Ebeveynlik izinleri
GRI 405: Çeşitlilik ve Fırsat Eşitliği 2016	405-1	Yönetişim organlarının ve çalışanların çeşitliliği
	405-2	Kadınların temel maaş ve ücretlerinin erkeklere oranı
GRI 406: Ayrımcılığın Önlenmesi 2016	406-1	Ayrımcılık vakaları ve alınan düzeltici aksiyonlar
Sorumlu Tedarik Zinciri		
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi
GRI 304: Biyoçeşitlilik 2016	304-1	Koruma altındaki alanlar ile koruma altındaki alanlar dışında bulunan ancak yüksek biyoçeşitlilik değerine sahip alanların içinde veya yanında bulunan; sahip olunan, kiralanılan ya da yönetilen faaliyet alanları
	304-2	Aktivite, ürün ve hizmetlerin biyoçeşitliliğe önemli etkileri
	304-3	Koruma altındaki veya restore edilen habitatlar
	304-4	Faaliyetlerin yaşam alanını etkilediği IUCN Kırmızı listesindeki ve ulusal koruma listesindeki türler
Müşteri Memnuniyeti		
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi
GRI 416: Müşteri Sağlığı ve Güvenliği 2016	416-1	Ürün ve hizmet kategorilerinin sağlık ve güvenlik etkilerinin değerlendirilmesi
	416-2	Ürün ve hizmetlerin sağlık ve güvenlik etkileriyle ilgili uyumsuzluk vakaları
GRI 417: Pazarlama ve Etiketleme 2016	417-1	Ürün ve hizmetlerin bilgi ve etiketlemeleriyle ilgili gereklilikler
	417-2	Ürün ve hizmetlerin bilgi ve etiketlemeleriyle ilgili uyumsuzluk vakaları
	417-3	Pazarlama iletişimiyle ilgili uyumsuzluk vakaları
Dijitalleşme		
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi

GRI Standardı	Bildirim	Sayfa/Bağlantı/Açıklama
GRI 418: Müşteri Veri Gizliliği 2016	418-1	Müşteri veri gizliliğinin ihlali ve müşteri verisinin kaybıyla ilgili doğrulanmış şikayetler
		2022 yılında şirketimiz aleyhine bir gerçek kişi tarafından veri güvenliğinin ihlali iddiasıyla Kişisel Verileri Koruma Kurumuna yapılmış bir şikayet bulunmaktadır. Şikayete ilişkin savunma Şirketimiz tarafından kuruma iletilmiştir.
İklim Değişikliği		
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi
		107
GRI 302: Enerji 2016	302-1	Organizasyon içindeki enerji tüketimi
	302-2	Organizasyon dışındaki enerji tüketimi
	302-3	Enerji yoğunluğu
	302-4	Enerji tüketiminin azaltılması
	302-5	Ürün ve hizmetlerin enerji ihtiyacının azaltılması
		Sattığımız ürünlerin enerji tüketimine yönelik bir çalışmamız bulunmamaktadır.
GRI 303: Su ve Sıvı Atıklar 2018	303-1	Paylaşılan bir kaynak olarak suyla etkileşimler
	303-2	Su deşarjına bağlı etkilerin yönetimi
	303-3	Su çekme
	303-4	Su deşarjı
	303-5	Su tüketimi
		113, Operasyonlarımızda kullandığımız su dolayısı ile önemli ölçüde etkilenen bir su kaynağı bulunmamaktadır.
		Atık sular doğrudan kanalizasyon sistemine deşarj edilmektedir.
		113, Mağaza ve dağıtım merkezlerimizde kullandığımız suyun tamamı yerel belediyelerden gelmektedir. Mağazalarımızın bulunduğu illere göre kullanımın %90'ı yüksek su stresi gösteren bölgelerdendir.
GRI 305: Emisyonlar 2016	305-1	Doğrudan (Kapsam 1) sera gazı emisyonları
	305-2	Dolaylı enerji (Kapsam 2) sera gazı emisyonları
	305-3	Diğer dolaylı (Kapsam 3) sera gazı emisyonları
	305-4	Sera gazı emisyonları yoğunluğu
	305-5	Sera gazı emisyonlarının azaltılması
	305-6	Ozon tabakasına zarar veren maddelerin emisyonu
	305-7	Azot oksitler (NOx), kükürt oksitler (SOx) ve havaya yapılan diğer önemli emisyonlar
		110
		110
		110
		110
		110
		Ozon tabakasına zarar veren gazların üretimi, ithalatı ya da ihracatı faaliyetimiz yoktur.
		Yakma sistemlerimiz olmadığı için NOx, SOx gibi gazlara ait ölçümlerimiz yoktur.
GRI 308: Tedarikçi Çevresel Değerlendirmesi 2016	308-1	Çevresel kriterler kullanılarak taranmış yeni tedarikçiler
	308-2	Tedarik zincirinde olumsuz çevresel etkiler ve alınan aksiyonlar
		2022 yılında başlatılan tedarikçi sosyal ve çevresel denetimlerinin adedi 2023 yılında artırılabacaktır.
		Öz Marka tedarik zincirinde önemli bir çevresel vakayla karşılaşmamıştır.
Atık Yönetimi		
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi
		116
GRI 301: Malzeme 2016	301-1	Kullanılan malzemenin ağırlık veya hacmi
	301-2	Kullanılan geri dönüştürülmüş malzeme
	301-3	Geri alınan ürünler ve bunların ambalaj malzemeleri
		117
		Geri dönüştürülüp kullanılan bir malzeme bulunmamaktadır.
		Geri alıp kullanılan bir ürün ya da ambalaj bulunmamaktadır.
GRI 306: Atık 2020	306-1	Atık üretimi ve atıkla ilgili önemli etkiler
	306-2	Atıklarla ilgili önemli etkilerin yönetimi
	306-3	Üretilen atık
	306-4	Bertaraf edilen atıklar
	306-5	Bertaraf edilecek atıklar
		118
		118
		118
		118
		118, Evsel atıklarımızın miktarı ölçülmemektedir.

SINIRLI GÜVENCE RAPORU



Limited Assurance Report

To the Board of Directors of Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.

We have been engaged by Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş. ("Carrefoursa" or the "Company") to perform a limited assurance engagement in respect of the Selected Sustainability Information stated in the Appendix 1: Carrefoursa 2022 Data Table ("Data Table") for the year ended 31 December 2022 and listed below.

Selected Information

The scope of the Selected Information for the year ended 31 December 2022, which is subject to our limited assurance work is summarised below:

Social Performance Indicators

- Occupational Health and Safety Indicators
 - Number of incidents (#)
 - Number of fatalities (#)
 - Number of occupational diseases (#)
 - Injury-related absenteeism (#)
 - Total working hours (h)
 - Lost Day Rate (LDR) (%)
 - OHS Training Hours (h)
- Total number of employees (#)
- Distribution of Female Employees
 - Female employees' rate (%)
 - Distribution of Female Managers (%)
 - Share of Women Managers in Revenue-Generating Roles (%)
 - Share of Women Employees in STEM Roles (%)
 - Total Number of Employees on Maternity Leave (#)
 - Total Number of Employees on Paternity Leave (#)
 - Total Number of Employees Returned to Work After Maternity Leave (#)
 - Total Number of Employees Returned to Work After on Paternity Leave (#)
 - Ratio of the Employees who Returned to Work After Maternal Leave (%)
- Trainings
 - Total Hours of Trainings by Gender (h)
 - Total Hours of Trainings by Age (h)
 - Total Hours of Trainings by Managerial Level (h)
 - Total Hours of Trainings by training types (h)
 - Total Training Cost (TL)
 - Average Training Costs per Person (TL)

- Total Number of Employees Hired
 - Number of Employees Hired by Gender, Age, Managerial Level (#)
- Total Number of Employees Left
 - Number of the Employees Left by Gender, Age, Managerial Level (#)
- Turnover Rates
 - Turnover Rates by Gender, Age, Managerial Level (%)
- People Reached Through Inclusion Programs in Reporting Period (#)

Environmental Performance Indicators

- Energy Consumption by Fuel Type
 - Total energy consumption (MWh)
 - Purchased heat/steam/cooling (kg)
 - Sold heat/steam/cooling (kg)
- Share of Renewable Energy Consumption in Total Energy Consumption
 - Renewable Energy Generation (MWh)
 - Renewable Energy Consumption (MWh)
 - Purchased Renewable Energy (MWh)
- Intensity Indicators
 - Energy intensity (MWh/ million TL)
 - Greenhouse gas emission intensity (ton CO₂e/ million TL)
- Total Yearly Business Air Travel in Kilometers (km)
- Total Yearly Employee Commuting in Kilometers (km)
- Greenhouse Gas Emissions (ton CO₂e)
 - Scope 1
 - Scope 2 (Market Based & Location Based)
 - Scope 3
- Water Consumption
 - Water Consumption (m³)
 - Total Amount of Discharged Water (m³)
 - Water Recycled & Reused (m³)
- Waste
 - Percentage of waste reused and recycled (%)
 - Percentage of waste reused and recycled including ash (%)
 - Hazardous Waste (ton)
 - Non-Hazardous Waste (ton)
 - Non-Hazardous Waste including ash waste (ton)
 - Total waste without ash waste (ton)
 - Total waste with ash waste (ton)
 - Plastic consumption (ton)

PwC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.
 BJK Plaza, Süleyman Seba Caddesi No:48 B Blok Kat:9 Akaretler Beşiktaş 34357 İstanbul-Turkey
 T: +90 212 326 6060, F: +90 212 326 6050, www.pwc.com.tr Mersis Numaramız: 0-1460-0224-0500015



Economic Performance Indicators

- Sustainable Business Model
 - Number of SDG-linked Products and Services (#)
 - SDG-linked Product and Service Revenue (TL)
 - R&D and Innovation Investments (TL)
 - SDG Linked R&D and Innovation Investments (TL)
 - Ratio of SDG Linked R&D and Innovation Activities (%)
- Environmental Investments and Expenditures
 - Environmental Investments by Type (TL)
 - Savings and Reduction Based on Environmental Investments (TL)
 - Environmental Expenditures by Type (TL)

Our limited assurance work was with respect to the year ended 31 December 2022 information only and we have not performed any procedures with respect to earlier periods or any other elements, other than Selected Information included in the Data Table and, therefore, do not express any conclusion thereon.

Criteria

The criteria used by the Company to prepare the Selected Information is set out in section Appendix 2: Carrefoursa 2022 Data Table - Reporting Principles” (“Reporting Principles”).

The Company’s Responsibility

The Company is responsible for the content of Selected Information in the Data Table and the preparation of the Selected Information in accordance with the Reporting Principles. This responsibility includes the design, implementation and maintenance of internal control relevant to the preparation of Selected Information that is free from material misstatement, whether due to fraud or error.



Inherent Limitations

Non-financial performance information is subject to more inherent limitations than financial information, given the characteristics of the subject matter and the methods used for determining such information.

The absence of a significant body of established practice on which to draw to evaluate and measure non-financial information allows for different, but acceptable, measures and measurement techniques and can affect comparability between entities. The precision of different measurement techniques may also vary. Furthermore, the nature and methods used to determine such information, as well as the measurement criteria and the precision thereof, may change over time. It is important to read the Selected Information in the context of the Reporting Principles.

In particular, the conversion of different energy measures and energy used to carbon emissions is based upon, inter alia, information and factors generated internally and/or derived by independent third parties as explained in the Reporting Principles. Our assurance work has not included examination of the derivation of those factors and other third-party information.

Our Independence and Quality Management

We have complied with the independence and other ethical requirements of the Code of Ethics for Professional Accountants issued by the International Ethics Standards Board for Accountants, which is founded on fundamental principles of integrity, objectivity, professional competence and due care, confidentiality and professional behavior.

Our firm applies International Standard on Quality Management 1, which requires the firm to design, implement and operate a system of quality management including policies or procedures regarding compliance with ethical requirements, professional standards and applicable legal and regulatory requirements.

Our Responsibility

Our responsibility is to form a limited assurance, based on limited assurance procedures, on whether anything has come to our attention that causes us to believe that the Selected Information has not been properly prepared in all material respects in accordance with the Reporting Principles. We conducted our limited assurance engagement in accordance with International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised), “Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information”, and, in respect of greenhouse gas emissions, International Standard on Assurance Engagements 3410, “Assurance Engagements on Greenhouse Gas Statements”, issued by the International Auditing and Assurance Standards Board.



A limited assurance engagement is substantially less in scope than a reasonable assurance engagement under ISAE 3000 and ISAE 3410. Consequently, the nature, timing and extent of procedures for gathering sufficient appropriate evidence are deliberately limited relative to a reasonable assurance engagement.

The procedures we performed were based on our professional judgment and included inquiries, observation of processes performed, inspection of documents, analytical procedures, evaluating the appropriateness of quantification methods and reporting policies, and agreeing or reconciling with underlying records.

Given the circumstances of the engagement, in performing the procedures listed above we:

- made inquiries of the persons responsible for the Selected Information;
- understood the process for collecting and reporting the Selected Information. This included analysing the key processes and controls for managing and reporting the Selected Information;
- evaluated the source data used to prepare the Selected Information and re-performed selected examples of calculation;
- performed limited substantive testing on a selective basis of the preparation and collation of the Selected Information prepared by the Company.; and
- undertook analytical procedures over the reported data.

Limited Assurance Conclusion

Based on the procedures we have performed and the evidence we have obtained, nothing has come to our attention that causes us to believe that the Company's Selected Information for the year ended 31 December 2022 is not properly prepared, in all material respects, in accordance with the Reporting Principles.



Restriction of Use

This report, including the conclusion, has been prepared for the Board of Directors of the Company as a body, to assist them in reporting Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.'s performance and activities related to the Selected Information. We permit the disclosure of this report within Company's Data Table for the year ended 31 December 2022, to enable the Board of Directors to demonstrate they have discharged their governance responsibilities by commissioning an independent assurance report in connection with the Selected Information. To the fullest extent permitted by law, we do not accept or assume responsibility to anyone other than the Board of Directors of Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş. as a body and Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş. for our work or this report save where terms are expressly agreed and with our prior consent in writing.

PwC Bağımsız Denetim ve
Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.

Mehmet Cenk Uslu, SMMM
Partner

Istanbul, 25 July 2023

KÜNYE

CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş. 2-1

CarrefourSA Plaza Cevizli Mah. Tugay Yolu Cad.
No: 67/A Blok: B, 34846 Maltepe/İstanbul
www.carrefoursa.com
T 0850 755 10 00

Raporumuzla ilgili her türlü iletişim ve sorularınız için: 2-3

surdurulebilirlik@carrefoursa.com
T +90 (216) 655 00 00

Finansal Sürdürülebilirlik Danışmanlığı

FCS Finansal İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.
www.finansaliletisim.com
T +90 (212) 283 41 46

Tasarım

Demirbağ Yayın ve Tasarım
www.demirbag.net
T +90 (212) 347 47 80

