

# YAŞAM İÇİN DOĞRUSU

2023 SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU



## İÇERİK

Rapor Hakkında .....	3
CEO Mesajı .....	6
<b>CarrefourSA.....</b>	<b>8</b>
• CarrefourSA Hakkında .....	10
• Kurumsal Yönetim.....	17
• Risk Yönetimi .....	20
<b>Sürdürülebilirlik Yönetimi.....</b>	<b>24</b>
• Sürdürülebilirlik Yaklaşımı.....	26
• Sürdürülebilirlik Yönetimi.....	31
• Öncelikli Paydaş ve Konular .....	32
<b>Ekonomik Sorumluluğumuz .....</b>	<b>38</b>
• Ekonomik Katkı.....	44
• Gıda Atığı .....	51
• İş Etiği .....	53
<b>Doğru İş Yeri Sorumluluğumuz .....</b>	<b>56</b>
• Çalışan Memnuniyeti ve Gelişimi.....	59
• Çalışan Sağlığı ve Güvenliği .....	68
• Kapsayıcılık ve Eşitlik .....	71
<b>Değer Zincirinde Sorumluluğumuz .....</b>	<b>76</b>
• Sorumlu Tedarik Zinciri Uygulamaları .....	81
• Müşteri Memnuniyeti .....	92
• Dijitalleşme.....	102
<b>Çevresel Sorumluluğumuz.....</b>	<b>106</b>
• İklim Değişikliği .....	111
• Atık Yönetimi.....	120
<b>İndeksler .....</b>	<b>125</b>
• TSRS İndeksi .....	126
• Gıda Perakendecileri ve Distribütörleri SASB Metrikleri.....	127
• GRI İçerik İndeksi.....	129
Sınırlı Güvence Raporu .....	135
Künye.....	142



## 2023 SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU

### RAPOR HAKKINDA <sup>2-3</sup>

2023 yılı CarrefourSA Sürdürülebilirlik Raporu, şirketimizin Küresel Raporlama İnisiyatifi (GRI) Standartlarına uygun olarak hazırladığı üçüncü rapordur ve 1.1.2023 – 31.12.2023 dönemindeki faaliyetlerini kapsamaktadır. Amacımız, faaliyetlerimizin ekonomiye, iş yerimize, değer zincirimize ve çevreye olan etkilerini şeffaf bir biçimde sunmak ve bu alandaki ilerlemelerimizi açıkça paylaşmaktır. Yıllık olarak hazırladığımız raporlar öncelikli konularımız doğrultusunda yapılandırılmaktadır. Raporumuzu hazırlarken 01.01.2025 itibari ile tabii olacağımız Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları'na gönüllü olarak uyumu gözettilik ve SASB Gıda Perakendecileri ve Distribütörleri standardında belirtilen metriklerini beyanlarımıza dahil ettik. Ayrıca Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarına (SKA'lar) olan katkılarımıza raporumuzda yer verdik.

Yaşam İçin Doğrusu adını verdiğimiz sürdürülebilirlik yaklaşımımızı geliştirirken küresel standartlardan, ana hissedarımız H.Ö. Sabancı Holdingin yön gösterici çalışmalarından ve markasını taşıdığımız Carrefour Group'un emsal teşkil eden uygulamalarından yararlanmaktayız.

Şirketimizin çevresel, sosyal ve ekonomik alanlardaki performansına ek olarak ilgili kilit konularda hedeflerimizi de kapsamlı bir şekilde sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. Raporumuzun, sürdürülebilirlik alanında ilerlememizi takip eden tüm paydaşlarımıza değerli bilgiler sunacağını umuyoruz.

# YAŞAM İÇİN DOĞRUSU



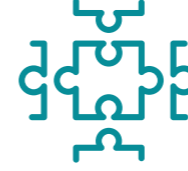
## Müşterilerimiz İçin Doğrusu

- 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.



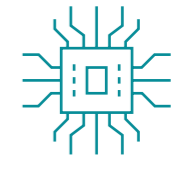
## Tüm Paydaşlarımız İçin Doğrusu

- 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.

"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.

## CEO Mesajı



### Değerli Paydaşlarımız,

Sabancı Holding ve Carrefour Group iştiraki ve Türkiye perakende sektörünün öncü markası CarrefourSA olarak, 57 ilde 1.000'den fazla mağazamız ve 11 bine yakın çalışanımız ile hizmet verirken, yenilikçi ve sürdürülebilir çözümlerle tüm paydaşlarımıza en yüksek kaliteyi sunmayı, toplumumuza değer katmayı ve sektörümüzün geleceğini şekillendirmeyi amaçlıyoruz. Hedeflerimize ulaşmak adına müşteri odaklı ve sürdürülebilir büyüme yaklaşımımızı sürekli olarak geliştirirken, değişen tüketici taleplerine hızla uyum sağlamak için, geniş mağaza ağı, depolarımız ve çevrim içi kanallarımız aracılığıyla her gün milyonlarca müşterimize en iyi hizmeti sunuyor, tüm paydaşlarımızla birlikte, "doğru" çözüm ortağı olmanın gururunu yaşamaya devam ediyoruz.

Sektörümüzün geleceği ve sürdürülebilirliği için önem taşıyan ve organize gıda perakende sektöründe 2020 yılında ilk kez CarrefourSA tarafından hayata geçirilen bayilik sistemimiz de her geçen gün büyümeye devam ediyor. Bilgi birikimimiz, lojistik ağıımız, pazarlama ve dijital teknoloji altyapımızla esnafımızın CarrefourSA markası altında ailemizin bir parçası olduğu bu sistemde, 341 bayiye ulaşarak esnaf ve yerel girişimcinin ulusal zincirlerle rekabet edebileceği güçlü bir yapı oluşturduk.

2023 yılı CarrefourSA için yeni iş modelleri ve dönüşümün yılı oldu. 2017 yılında Lezzet Arası ile başladığımız yeme-içme sektörü alanındaki yatırımlarımız bu yıl da hız kesmeden devam etti. Yeme-içme alanındaki tüm çalışmalarımızı Lezzet Arası ve CarrefourSA Mutfak'la büyütüyoruz. 6 ilde 14 Lezzet Arası restoranımız bulunuyor. CarrefourSA Profesyonel ile Antalya ve Bodrum'da otel, restoran ve kafelere hizmet vermeye devam ediyoruz. HORECA sektöründeki Profesyonel yatırımlarımızla, taze gıda başta olmak üzere geniş ürün yelpazemizle sektördeki tüm ihtiyaçlara çözüm sunuyoruz.

CarrefourSA olarak tarımda, hayvancılıkta ve balıkçılıkta sürdürülebilir üretimi teşvik eden bir yaklaşım benimseyerek, doğru ürünleri tüketicilerimize sunuyoruz. 2023 yılında yola çıktığımız Kent Tarımı ile "Şehirde Üretiyoruz; Taze ve Güvenli Tüketiyoruz" dedik. Metropoller etrafında yer alan kırsal bölgelerde ekonomik kalkınma ve istihdam sağlanması için de önemli bir rol oynayan Kent Tarımı projemiz kapsamında İstanbul mağazalarımızdaki yeşillik ürünlerinin yarısını "Kent Tarımı" yoluyla tedarik ediyoruz. Bu uygulama ile, söz konusu ürünlerin lojistik operasyonlarından kaynaklanan karbon emisyonunu %94 oranında azalttık ve yerel üreticilere destek vererek tarımsal çeşitliliği korumayı hedefledik. Projemiz, gıda atığını azaltma ve tarladan sofraya yolculuğu kısaltma amacıyla sürdürülebilir gıda üretimini teşvik ederek CarrefourSA'nın çevresel ayak izini azaltma hedeflerine katkıda bulunuyor.

Sürdürülebilir hayvancılıkta da yerli besi projemiz ile %100 yerli kırmızı et üretimi sağlıyoruz; hayvan refahını gözetiyor, kaliteyi artırıyor ve verimliliği yükselterek uygun fiyatlar sunuyoruz. Türkiye'de kafessiz yumurta hareketini başlatan ilk perakende zinciri markası olarak 2030 yılına kadar raflarımızda satılan tüm yumurtaların kafessiz olacağı taahhüdümüz kapsamındaki çalışmalarımız da hız kesmeden devam ediyor.

Balıkçılık sektöründe ise, üretimden satışa kadar her aşamada sürdürülebilirliği sağlıyor, onaylı çiftliklerle çalışarak, deniz yaşamının korunmasına katkı sağlıyoruz.

Yaşam için Doğrusu vizyonumuzla yaşanabilir bir gelecek için de sürdürülebilirliği tüm iş süreçlerimize adapte ediyoruz. Sabancı Holding'in 2050 Net Sıfır taahhüdü çerçevesinde, CarrefourSA olarak son altı yılda Kapsam 1 ve Kapsam 2 emisyonlarını %48 ve %25 oranında azalttık. 2022 itibarıyla Kapsam 3 emisyonlarının hesaplanması için çalışmaları

başlattık ve belirlediğimiz hedeflere ulaşmaya 2023 yılında da devam ettik. Faaliyet gösterdiğimiz sektörde İklim Değişikliği, Su Güvenliği ve Ormansızlaşma konularındaki performansımızı küresel standartlara göre izlemekte, performansımızı CDP'ye (Carbon Disclosure Project) düzenli olarak raporlamaktayız. Bu yıl dördüncü kez cevapladığımız CDP bünyesinde önemli başarımlara imza atmaya devam ettik. Bir önceki yıl ilk kez yanıtladığımız orman modülünde Palm Yağı, Kereste ve Soya başlıklarında almış olduğumuz "B" notunu bir üst seviyeye taşıyarak gerçekleştirdiğimiz çalışmaları "A-" ile taçlandırmış olduk.

"Görüntüsüne Aldanmayın Tadına Şans Verin" projemiz ile 82 ton gıda atığının engellenmesini sağladık. Kendi Kabinla Alışveriş projemizle plastik kullanımını azaltmaya yönelik çalışmalar yapıyoruz. Ayrıca, İş Dünyası Plastik Girişimi (IPG) ve UN Global Compact (UNGC) gibi uluslararası organizasyonlarla iş birliği yaparak çevre dostu çözümler ve yenilikçi sürdürülebilirlik stratejileri geliştiriyoruz.

Mağazalarımızda başlattığımız "Sıfır Atık" inisiyatifiyle, atıklarımızı en aza indiriyor ve geri dönüşüm süreçlerimizi sürekli iyileştiriyoruz. Bunun yanı sıra geri dönüştürülebilir ürünleri toplamak ve doğayı korumak için çeşitli projeler hayata geçiriyoruz.

Enerji verimliliği alanında yaptığımız yatırımların önemini arttığını sonuçlardan görüyoruz. Çatı üzeri güneş enerjisi sistemleri projemizi (GES) hızlandırarak temiz enerji kullanım hedefimize doğru ilerliyoruz. Mağazalarımızın tavan yüksekliklerinin düşürülmesi ile iklimlendirme hacimlerini azalttık, bu doğrultuda da 10,6 milyon kWh enerji tasarrufu sağladık.

CarrefourSA olarak sorumluluğumuz sadece çevreyle sınırlı değil. Sosyal şirket misyonumuzla sokak hayvanlarından üretime kadar pek çok farklı alanda önemli sosyal sorumluluk projelerimize de devam ediyoruz. Bu kapsamda temel ihtiyaçlara adil ve eşit şekilde ulaşılabilmesi için çalışmalar yürüten kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşu olan Temel İhtiyaç Derneği (TİDER) ile 12 yıldır iş birliği gerçekleştiriyoruz. TİDER iş birliği kapsamında oluşturulan Destek Market'e 2023'te de ürün tedarik ederek ihtiyaç sahibi kişilere ulaşılmasını sağladık. Gıda kaybıyla mücadelede Fazla Gıda ve Gıda Kurtarma Derneği ile iş birliği yaparak mağazalarımızda oluşan fazla gıdaları ihtiyaç sahiplerine ulaştırıyoruz. 2023 yılında 503 tondan fazla gıda kurtararak, 1,5 milyondan fazla ihtiyaç sahibine destek olduk.

Küresel sürdürülebilirlik için aktif bir sorumluluk bilinciyle doğal kaynakların korunması amacıyla gerçekleştirdiğimiz "Atık Pillerin Kitaba Dönüşümü" projemizle çevreyi korurken, ihtiyaç sahibi çocuklara kitap başışları yapıyoruz. Aynı şekilde, bitkisel atık yağların geri dönüşümüne yönelik projelerimizle su kaynaklarının kirlenmesini engelliyor ve elde ettiğimiz gelirle otizm farkındalığını artırmaya katkı sağlıyoruz. 2023 yılında 10 ton atık yağ toplayarak yaklaşık 10 milyon ton içme suyunun kirlenmesinin önüne geçtik.

2015 yılında HayKonFed ile başlattığımız Dost Hareketi projemizle ise sokakta ve barınaklarda yaşayan sahihsiz hayvanlara destek sağlamaya devam ediyoruz. 2023 yılında toplam 60 kg kedi maması ve 300 kg köpek maması desteğinde bulunduk.

Sabancı Topluluğu tarafından başlatılan ve bu yıl üçüncüsü düzenlenen Sabancı Cumhuriyet Seferberliği kapsamında, Adana'da Karataş Su Ürünleri Kooperatifi üyeleriyle bir araya geldik. Yerel üreticiler ve kadın girişimcilere sürdürülebilir üretim konusunda eğitimler verirken, gönüllülerimizle sahil ve su altı temizliği gerçekleştirdik. 300 gönüllümüzle birlikte sahil ve su altından 878 ton atık topladık ve bu atıkları geri dönüşüme kazandırdık. Sürdürülebilir üretimin bir diğer önemli ayağında ise kadın kooperatifleri üyeleriyle bir araya gelerek, kadın üreticilerimize gıda okuryazarlığı, hijyen ve gıda güvenliği eğitimleri verdik. Eğitimlerin ardından, 150 Sabancı gönüllümüzle birlikte zeytin kırma etkinliği düzenledik.

Sürdürülebilir bir başarının temel taşı olan toplumsal cinsiyet eşitliğinde de her geçen gün CarrefourSA olarak yol gösterici olmaya devam ediyoruz. Çalışanlarımızın %40'ı ve İcra Kurulumuzun %38'ini kadınlar oluştururken, bayilik sistemimizde de 77 kadın bayimiz bulunuyor. "Kadınların Gücü, CarrefourSA'nın Gücü" sloganıyla kadın çalışanlarımıza her alanda eşit fırsatlar sunuyoruz. "Geleceğin Kadın Kasap/Balık Reyon Görevlisi" eğitimlerimiz ile kadın çalışanlarımızın her alanda başarılı olabileceklerini gösteriyoruz. CarrefourSA mağazalarımızda da Heybeliada'da yaşayan kadınların ürettiği heybeleri satışa sunarak kadınların ekonomiye katılmasını destekliyoruz.

Ülkemizin yaşadığı en büyük doğal afetlerden biri olarak tarihe geçen 6 Şubat 2023 depremlerinde de CarrefourSA olarak her zaman vatandaşlarımızın yanında olduk. Yaşadığımız deprem felaketinde ülkece birlik ve beraberliğimizi ortaya koyarak yaralarımızı sarmaya çalıştık. Hepimizi derinden sarsan felaketin ilk anından itibaren tüm imkanlarımızı seferber ettik, hem merkezden hem de sahadan çalışmalarımızı gerçekleştirdik. Bu vesileyle depremlerde kaybettiğimiz vatandaşlarımıza bir kez daha rahmet diliyorum.

"Yaşam İçin Doğrusu" söylemiyle hayata geçirdiğimiz her çalışma sadece CarrefourSA'nın sürdürülebilir büyüme ve değer yaratma konusundaki kararlılığının bir göstergesi değil, aynı zamanda bu topraklar üzerinde her koşulda sorumluluklarımızı yerine getireceğimizin de göstergesidir. Ülkemiz ve sektörümüz için her zaman "doğrusu" vizyonuyla çalışmaya devam edeceğiz.

Saygılarımla,

**Kutay Kartallıoğlu**  
CarrefourSA CEO

# CARREFOURSA

*CarrefourSA Hakkında*

*Kurumsal Yönetim*

*Risk Yönetimi*

Carrefour



## CarrefourSA Hakkında <sup>2-1, 2-2, 2-6</sup>



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 almalarla 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 **1e1** 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 vermeye başlanmıştır: Hiper, Süper, Gurme ve Mini.

CarrefourSA, "Yeni Nesil Market" vizyonunu doğrultusunda ve "Doğrusu CarrefourSA'da" söylemi çatısı altında değişen müşteri ihtiyaçlarını ve tüketici alışkanlıklarını gözeterak yaptığı yatırımlar ve geliştirdiği süreçlerle müşterileri, çalışanları ve tedarikçileri başta olmak üzere tüm paydaşları için "Doğru" çözüm ortağı olmuştur.

Sağlıklı, güvenli ve çevreye duyarlı bir büyüme modelinin en doğru strateji olduğuna inanarak, 2019 yılında sektörde bir ilk olan bayilik sistemiyle, Türkiye'nin çeşitli bölgelerindeki girişimcilere ve yeni nesil esnaflara işlerini geliştirme ve ileriye taşıma fırsatı sağlanmıştır.

Bayilik sistemi ile esnaflar ve girişimcilerle büyüyerek 341 bayiye ulaşırken, ulusal zincirlerle rekabet edebilecek bir yapıya ulaşılmıştır. Fiziksel mağazalarının yanı sıra e-ticaret kanalında da büyüme hedeflerini sürdüren CarrefourSA, çoklu kanal perakendeciliğini etkin bir şekilde kullanarak 184 milyon ziyaretçiyi ağırlamış, e-ticarette 105 bine yakın yeni kartlı müşteri kazanarak 10,5 milyon sadakat kartlı müşteriye ulaşmıştır.

CarrefourSA, operasyonel alandaki başarılarının yanı sıra sürdürülebilir hayvancılık, balıkçılık ve yerli üreticilere destek vermeye devam etmiş, öz markalı ürünlerdeki yatırımlarını hız kesmeden sürdürmüştür. Cirosunun yüzde 15'ini oluşturan öz markalı ürünlerde, gıda ve gıda dışı kapsamında 600'den fazla ürün bulunmaktadır.

2023 yılında yeni büyüme stratejilerini başarıyla hayata geçiren CarrefourSA, ilk olarak,

CarrefourSA Profesyonel ile Antalya depo ve Bodrum Konacık Horeca mağazasını açarak profesyonel ürün portföyünü genişletmiş ve Türkiye'nin belli başlı metropollerine ve turizm merkezlerine yayılma hedefini uygulamaya başlamıştır.

Organize gıda perakendesinde yeme-içme alanında büyük bir potansiyele sahip olan Bulut Mutfak konseptinde yatırım yaparak çevrim içi yemek alışverişi sektörüne adım atmıştır.

Bu alandaki deneyim ve başarısını CarrefourSA Mutfak projesiyle taçlandırarak, 10 farklı markanın yer aldığı ilk Bulut Mutfak açılışını gerçekleştirmiştir.

CarrefourSA, 2023 sonu itibarıyla 11.000 çalışanı ile 57 ilde 564.894 m<sup>2</sup> satış alanına sahip 1.047 mağazası, 14 deposu ve carrefoursa.com ve CarrefourSA Online Market uygulaması ile 50 bin çeşit ürünü müşterilerine ulaştırmaktadır.

Büyüme ve değer yaratma potansiyeli olan tüm projeleri kendi kaynaklarıyla hayata geçirerek yatırımlarına devam eden CarrefourSA, müşterileri için her zaman "doğrusu"nu yapan, güvenilen ve tercih edilen öncü perakendecilerden biri olma rolünü sürdürmeyi hedeflemektedir.

Borsa İstanbul'da işlem gören CarrefourSA'nın 31.12.2023 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 <sup>2-28</sup>

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 Atıkların 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)	12 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 tanımda çocuk işçiliğinin sonlandırılması programına destek veriyoruz. Mağazalarımızda yüz yüze ekipleri ile projeleri müşterilerimize aktarıyor, bağışçı sayısını artırıyor ve dönemsel projelere destek veriyoruz.

## ÜYELİKLERİMİZ <sup>2-28</sup>

Kurum	Üye
Çevre Koruma ve Ambalaj Atıklarını Değerlendirme Vakfı (ÇEVKO)	Tayfun Akusta
Gıda Perakendeciler Derneği (GPD)	Kutay Kartallıoğlu
İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği	Bahar Tura
Leading Executives Advancing Diversity (LEAD Network)	Asude Gündoğdu, Bahar Tura, Berfe Karacaoğlu, Derya Arslangörür Kutlu, Gamze Mengüç Sunel, Melis Karatay Ebin, Özgür Saka Çalışkan, Senem Mutlu, Sevgül Karadağ, Sibel Yılmaz, Tayfun Akusta, Tuğçe Mert
Müşteri Deneyimi ve Teknolojileri Derneği	Gökhan Çakmak
Reklam Verenler Derneği	Burçin Çelik
Sales Network	Derya Arslangörür Kutlu, Gamze Mengüç Sunel, Gökhan Çakmak, Kutay Kartallıoğlu, Melis Karatay Ebin, Şenol Arpacı, Tayfun Akusta
Sürdürülebilirlik Akademisi	Gizem Öztürk, Melis Karatay Ebin, Merve Şahin, Tayfun Akusta
Süsbitkileri Üreticileri Alt Birliği (SÜSBİR)	Bahar Tura
Turizm Restoran Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmeleri Derneği (TURYİD)	Melis Karatay Ebin
Türk Fransız Ticaret Derneği	Kutay Kartallıoğlu, Şenol Arpacı
Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TÜSİAD)	Kutay Kartallıoğlu
Türkiye Etik ve İtibar Derneği (TEİD)	Tuğçe Mert
Türkiye İnsan Yönetimi Derneği (PERYÖN)	Asude Gündoğdu, Bahar Tura, Gamze Mengüç Sunel, Senem Mutlu
Türkiye Kurumsal İletişimciler Derneği	Melis Karatay Ebin
Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği	Hatice Kösalı, Kutay Kartallıoğlu, Sevgül Karadağ, Tuğçe Mert,
UFRAD	Hakan Kök, Halil Kölemen
UN Global Compact Türkiye	Kutay Kartallıoğlu
Uluslararası Yatırımcılar Derneği (YASED)	Asude Gündoğdu, Ayhan Çelik, Berfe Karacaoğlu, Bulut Batur, Burçin Çelik, Ceren Tura, Dilara Demir, Ezgi Baykut Arasoğlu, Kerem Daşdelen, Kutay Kartallıoğlu, Melis Karatay Ebin, Mustafa Erboğa, Namık Kuruca, Ömer Genç, Payede Afyon, Sevgül Karadağ, Tuğçe Mert



## H.Ö. Sabancı Holding Hakkında



Hacı Ömer Sabancı Holding A.Ş. (Sabancı Holding), Türkiye'nin önde gelen holding şirketlerinden olup, bağlı ortaklıkları ve iştirakleri aracılığıyla başta bankacılık, finansal hizmetler, enerji ve iklim teknolojileri, sanayi, yapı malzemeleri ve dijital olmak üzere çeşitli sektörlerde faaliyette bulunmaktadır.

Sabancı Holding, Topluluk şirketlerinin uygun rekabet koşullarıyla kârlı ve sürdürülebilir bir şekilde faaliyet göstermelerini teminen finans, strateji, iş geliştirme, hukuk, insan kaynakları ve sürdürülebilirlik fonksiyonlarını koordine etmekte

ve desteklemektedir. Holding, ayrıca, Sabancı Topluluğu genelinde geçerli olan yatırımcı ilişkileri ve kurumsal yönetim uygulamalarını belirlemekte ve takip etmektedir.

Sabancı Holding; İcra Kurulu Başkanı (CEO), Finans Grup Başkanı (CFO), Stratejik İş Kolu Başkanları ve fonksiyonel Grup Başkanlarının yer aldığı üst düzey yöneticilerden oluşan bir Yürütme Kurulu tarafından yönetilmektedir. Yürütme Kurulu temel olarak önemli sermaye dağılımı kararlarından sorumludur ve Holding'in nihai karar verici organı olan Yönetim Kurulu'na raporlamaktadır. Sabancı Holding'in Topluluk vaadi, sürdürülebilir

bir yaşam için öncü girişimler ile Türkiye'yi ve dünyayı birleştirmek olup Sabancı Holding bu vaadi ile paydaşlarına değer yaratmak için çalışmaktadır.

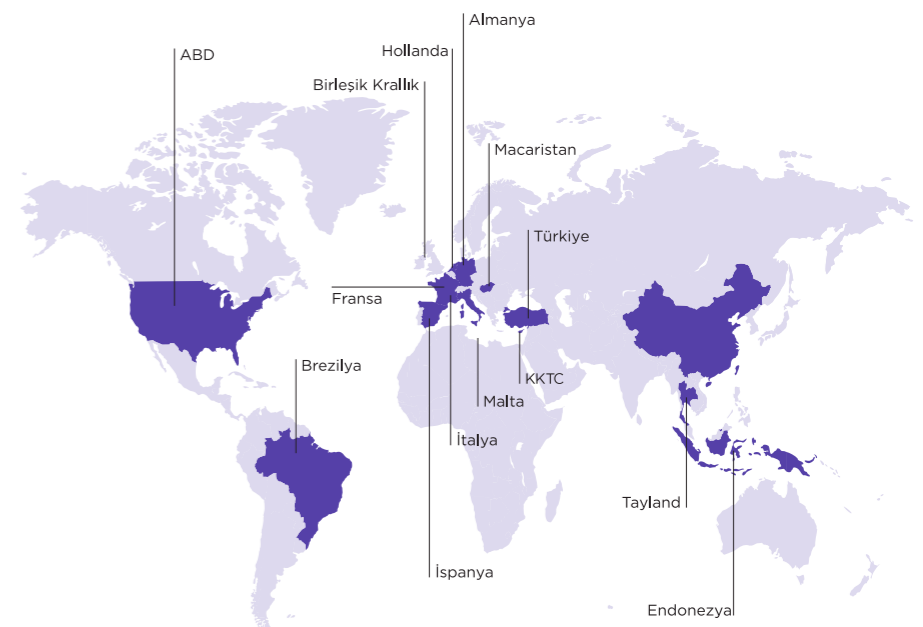
Sabancı Topluluğu şirketleri, 2023 yıl sonu itibarıyla 14 ülkedeki yatırımları ve 60 bini aşkın çalışanıyla ürün ve hizmetlerini dünyanın dört bir yanına ulaştırmaktadır. Sabancı Holding'in uluslararası iş ortakları arasında Ageas, Bridgestone, Carrefour, E.ON, Heidelberg Materials ve Skoda gibi dünyanın önde gelen şirketleri yer almaktadır.

*Sınırların Ötesinde Bir Orkestra: Sabancı'nın Küresel Ekosistemi*

**14** Ülke

**6** İş Ortağı

**60** Çalışan Sayısı  
bin +



Sürdürülebilirliği, temel odak noktalarından biri olarak kabul eden Sabancı Topluluğu, bu kapsamda, 2050 yılına kadar net sıfır emisyon ve sıfır atık hedefini benimsemiştir. Sabancı Holding, Türkiye'de menkul kıymetler piyasasının düzenleyici kuruluşu olan Sermaye Piyasası

Kurulu'na kayıtlı olup payları 1997 yılından bu yana Borsa İstanbul'da işlem görmektedir.

Sabancı Ailesi, Sabancı Holding'in en büyük hissedar grubunu oluşturmakta iken, Holding'in sermayesini oluşturan paylarının

%50,47'si halka açıktır. 2023 yıl sonu itibarıyla, Sabancı Holding ve halka açık 11 bağlı ortaklığının payları Borsa İstanbul'un toplam piyasa değerinin %5'ini oluşturmaktadır. 2023 yılında Sabancı Topluluğu 811 milyar TL kombine net gelir ve 15 milyar TL konsolide net kâr elde etmiştir.

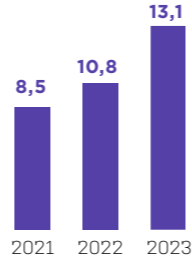
## Bankacılık

### AKBANK

11,2 milyon  
Aktif<sup>(1)</sup> Dijital Müşteri

%4,4  
Aktif Kârlılığı

Aktif Müşteri Tabanı  
(milyon)



%37,9  
Özkaynak Kârlılığı

%18,5  
Sermaye Yeterlilik Rasyosu<sup>(2)</sup>

2021'den beri  
+4,6 milyon aktif müşteri

<sup>(1)</sup> MIS verilerine dayanmaktadır. Aktif: Son 3 ayda giriş yapan

<sup>(2)</sup> Düzenlemeler hariç: Menkullerin gerçeğe uygun değerlendirme farkları & risk ağırlıklı kalemler hesaplamasında 2022 yıl sonu döviz kuru dikkate alınmıştır.

## Finansal Hizmetler

### AKSigorta

21,1 milyar TL  
Aktif Büyüklük

3,3 milyar TL  
Özkaynaklar

1,6 milyar TL  
Ödenmiş Sermaye

27,3 milyar TL  
Prim Üretimi

1,2 milyar TL  
Net Kâr

%6,7  
Pazar Payı

### AGESA

%18,7  
Emeklilik & Otomatik Katılım Pazar Payı

4,2 milyon  
Müşteri

%79  
Özkaynak Artışı

%12,7  
Hayat & Ferdi Kaza Pazar Payı

%101  
Prim Üretimi Artışı

%58  
Özkaynak Kârlılığı

## Enerji

### ENERJİSA Türkiye'nin Enerjisi

10,7 milyon  
Müşteri

1.780  
Eşarj Şarj Noktası

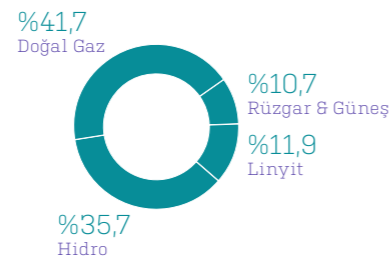
34,3 milyar TL  
Düzenlenmiş Varlık Tabanı

325.955 km  
Dağıtım Ağı

### ENERJİSA ÜRETİM

3.792 MW  
Kurulu Güç

26  
Santral



### SABANCI CLIMATE TECHNOLOGIES

504 MW  
ABD'de Devam Eden Güneş Enerjisi Yatırımı

ABD'de Girişim Sermayesi Yatırımı  
Start-up ve Fonlarda 5 yatırım

## Yapı Malzemeleri

### AKÇANSA

7,1 milyon ton  
Kapasite

%23  
Döviz Cinsi Gelir Payı

%23  
Gri Çimentoda Alternatif Yakıt Kullanımı

3 entegre tesis, 4 yurt içi terminal, 2 liman  
Üretim Tesisleri

### ÇİMSA

5,8 milyon ton  
Kapasite

%57  
Döviz Cinsi Gelir Payı

%29  
Gri Çimentoda Alternatif Yakıt Kullanımı

4 entegre tesis, ABD'de 1 öğütme tesisi, 5 uluslararası terminal  
Üretim Tesisleri

## Sanayi

### BRİSA

%50  
Türkiye'de Premium Tüketici Lastiklerinde Brisa Payı

%42  
Döviz Cinsi Gelir Payı

13,5 milyon  
Lastik Üretim Kapasitesi

83 Ülkede  
6.000+ Satış Noktası

### KORDSA

%33  
Dünya'da Her Bir Binek Otomobil Lastiğinde Kordsa Payı

%100  
Döviz Cinsi Gelir Payı

7 Lastik Güçlendirme 5 Kompozit Üretim Tesisleri

509  
Ar-Ge Patent Sayısı

### TEMSA

12x  
Satışlarda Artış 2020-2023 (TL)

%61  
Döviz Cinsi Gelir Payı

İlk  
Türkiye'de İlk Hidrojen Yakıtlı Şehirlerarası Otobüs<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> Caetano Bus ile birlikte Ar-Ge Programı aşamasındadır.

### TEMSA

12  
Yetkili Satıcı

31  
Yetkili Servis

## Dijital

### TEKNOSA

181  
Mağaza

105 bin m<sup>2</sup>  
Satış Alanı

1,9 milyon  
Yeni Müşteri Kazanımı

%68  
E-ticaret Brüt İşlem Hacmi Artışı

31x  
Online SKU Büyümesi

### SABANCI D<sub>x</sub>

60  
Ülkede Küresel Ayak İzi

5  
Ülkede Ofis

## Diğer

### Carrefour

1.047  
Mağaza

564 bin m<sup>2</sup>  
Satış Alanı

%3,6  
Pazar Payı

%76  
Online Satış Büyümesi

173 milyon  
Ziyaretçi

## Halka Açıklık Oranları

SABANCI HOLDİNG	AKÇANSA	CARREFOURSA	KORDSA
%50	%21	%11	%29
AGESA	AKSIGORTA	ÇİMSA	TEKNOSA
%20	%28	%45	%50
AKBANK	BRISA	ENERJİSA ENERJİ	
%53	%10	%20	

## Carrefour Group Hakkında



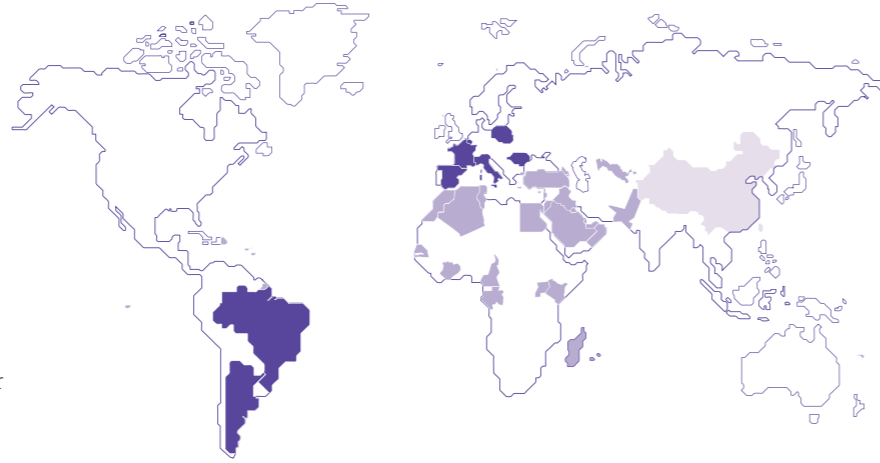
Carrefour Group, 2023 sonu itibarıyla 14.930 mağazası ile Avrupa'nın lider, dünyanın en büyük ikinci perakende zinciridir. İlk marketini 15 Haziran 1963'te Fransa'da açarak modern perakendeciliğin temelini oluşturmuş, Türkiye'de ise 1993 yılında Hiper market konseptini tüketicilerle buluşturmuştur.

2023 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 305.333 çalışana sahiptir ve konsolide brüt cirosunun %80'ini gerçekleştirmektedir. Türkiye'nin de dahil olduğu diğer bölgelerde ise yerel ortakları vasıtasıyla operasyonlarını sürdürmektedir.

Carrefour Group, 2023 yılında %4,3 büyüyerek 94,1 milyar Euro brüt satış gerçekleştirmiş, faaliyet geliri de 1,7 milyar Euro olmuştur.

Sürdürülebilirlik konusunda küresel liderlerden olan Carrefour Group'un ekonomik, sosyal ve yönetim performansı her yıl farklı kurumlar tarafından da değerlendirilmektedir.

Tüm dünyada 14.930 mağaza



Fransa\*  
**5.841**

Belçika  
**707**

Polonya  
**841**

Romanya  
**447**

Arjantin  
**651**

Brezilya  
**936**

İspanya  
**1.474**

İtalya  
**1.490**

Diğer  
**2.543**

■ Entegere Ülkeler/Bölgeler  
■ Franchise Ülkeler/Bölgeler  
■ Tayvan \*\*

\* Fransa Büyükşehirler

\*\* Carrefour, 30 Haziran 2023 tarihinde Carrefour Tayvan'ın Uni-President'e satışının tamamlandığını duyurmuştur.

İndeks/Kurum	2021	2022	2023
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-	B
ISS OEKOM	Prime C+	Prime C+	Prime C+
DJSI - S&P	72	69	67
MSCI	A	AA	AA
Moody's VIGEO	64	73	76

### 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 İlkelere 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	56	6	2	4

### Yönetim Kurulu ve Komitelerimiz

En yüksek yönetim organı olan Yönetim Kurulumuz 31.12.2023 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
Marc-Olivier Pierre Jean François Rochu	Üye	05.06.2023	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 Erkıralp	Üye	18.03.2021	2023 yılı Olağan Genel Kurulu
Gökhan Eyigün	Üye	10.03.2023	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

Yönetim Kurulu üyelerimizin bağımsızlığı, şirketimizin Esas Sözleşmesi'nin 31. Maddesi ve Sermaye Piyasası Kurulu'nun (SPK) zorunlu olarak belirlediği kurumsal yönetim ilkeleri doğrultusunda düzenlenmektedir. Bu kapsamda, bağımsız yönetim kurulu üyelikleri ve diğer kurumsal yönetim gerekliliklerine uygun olarak hareket etmekteyiz. Yönetim Kurulu üyeleri, SPK Kurumsal Yönetim İlkeleri'nde belirtilen niteliklere sahip olup, belli bir tecrübeye ve bilgi birikimine dayalı olarak görevlerini yürütmektedir.

Yönetim Kurulu üyeleri en fazla üç yıllık bir süre için seçilirler, ancak görev süresi sona eren üyeler yeniden seçilebilmektedir. Yönetim Kurulu'nda üyelerin görevde kalabilecekleri azami bir süre sınırı bulunmamaktadır, bu da tecrübeli üyelerimizin yeniden seçilmesi durumunda görevlerine devam edebilmesini sağlamaktadır. Yönetim Kurulu üyelerimizin hiçbirinde icra görevi bulunmamakta olup, Yönetim Kurulu'nun %33,33'ü bağımsız üyelere aittir. 2023 yılında Yönetim Kurulu 18 toplantı yapmış, bu toplantılara katılım oranı %85,41 olarak gerçekleşmiştir. Komite toplantılarına ise %100 katılım sağlanmıştır.

Şirketimizde, Yönetim Kurulu üyelerine yönelik sabit ücret, her yıl olağan genel kurul toplantısında belirlenmektedir. Bağımsız Yönetim Kurulu üyelerinin ücretlendirilmesinde ise şirketin performansına dayalı ödeme planları kullanılmamaktadır. Üst düzey yöneticilerin maaşları ise performans odaklı bir sistemle desteklenmektedir. Üst Düzey Yöneticilerimize, hem bireysel hem de şirket performanslarına dayalı olarak yıllık brüt maaşlarının belirli bir oranı kapsamında bir kez başan primi verilmektedir. Ayrıca icra kurulu üyelerimizin maaşları, çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) performanslarına bağlı olarak belirlenmektedir. Ücret yönetiminin ek faydalarla desteklenmesi için "yan haklar" (yan menfaatler) toplam ödül yönetiminin önemli bir parçası olarak ele alınmaktadır. Şirket olarak sağladığımız yan haklar, piyasa koşullarına uygun, rekabetçi ve adil olma esaslarını içermektedir. Bu paralelde, Üst Düzey

Yöneticilere, özel sağlık ve hayat sigortası ile şirket katkılı bireysel emeklilik sigortası, kurumsal hat ve şirket aracı gibi yan menfaatler de sağlanabilmektedir.

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<sup>2023</sup>

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 tecrübeye 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<sup>2022, 2015, 2018, 405-1</sup>

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	2021	2022	2023
Üye Adedi	12	12	12
Bağımsız Üye Sayısı	4	4	4
Kadın Üye Sayısı	2	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. Komitelerde raporlama döneminde hiçbir çıkar çatışması meydana gelmemiştir.

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://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com.tr/finansal-bilgiler/faaliyet-raporlari>



## RİSK YÖNETİMİ

### Kurumsal Risk Politikamız

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

**Uyum Riskleri:** Yasalar ve düzenlemelerde meydana gelebilecek değişiklikler veya süreç ve işleyişlerimizdeki düzenlemelerin yasal mevzuatlara uyumu konusundaki riskler

**Finansal Riskler:** Döviz kurları ve faizlerin dalgalanması veya nakit akışının planlanmasındaki belirsizlikler sebebiyle oluşabilecek riskler



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 indirgeyecek 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 oluşturulmasında **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, 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

Doğal Risk Değerlendirmesi	Olasılık			
	1	2	3	4
Etki				
1	DÜŞÜK	DÜŞÜK	ORTA	ORTA
2	DÜŞÜK	ORTA	ORTA	YÜKSEK
3	ORTA	ORTA	YÜKSEK	KRİTİK
4	ORTA	YÜKSEK	KRİTİK	KRİTİK

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 değerlendirilmekteyiz. 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 portaldan yaparlar.

Her ay düzenli olarak ARG sorumluları ile yapılan toplantılarla hem şirket risk envanteri, hem de aksiyon planlarını gözden geçirmekte ve güncellenmektediriz. Risk Envanteri

Portalımızı da buna göre revize ediyoruz.

- Risk Yönetim Raporunu iki ayda bir hazırlayarak Riskin Erken Saptanması Komitemize sunmaktayız.
- CarrefourSA 2023 yılı riskleri stratejik, finansal, operasyonel ve uyum olmak üzere dört ana kategoride tanımlanmış ve toplam 20 "risk" grubunda sınıflandırılmıştır.
- 2023 yılında toplam 225 ARG belirlenmiş, 50 "ARG Grubu" tanımında kategorize edilmiştir.
- Kritik öneme sahip 9 risk (2 stratejik, 3 finansal, 3 operasyonel ve 1 uyum) ise, Riskin Erken Saptanması Komitesinde aksiyon planları ve kontrol mekanizmaları ile birlikte değerlendirilmektedir.

### İklim Değişikliği Riskleri

İklim değişikliği kavramı doğrudan bir risk olmanın yanında kurumsal şirketlerin risk profillerinde her geçen gün daha fazla yer tutan dolaylı riskleri de beraberinde getirmektedir. İklim değişikliği ve beraberinde getirdiği riskler, hem kurumlara hem de sosyal çevrelere zarar verebilmektedir. Ancak orta ve uzun vadede bu risklerin, kurumların ekonomik performanslarına da doğrudan ve dolaylı olarak etkileri olacaktır. CarrefourSA olarak biz iklim değişikliğinin etkilerini çifte

## CARREFOURSA RİSK ENVANTERİ – 2023 YIL SONU

### KURUMSAL RİSKLERİMİZ

Kritik Riskler	9
Yüksek Riskler	9
Orta Riskler	2
Düşük Riskler	0
<b>Toplam Risk</b>	<b>20</b>

### CARREFOURSA RİSK ENVANTERİ

	Risk	ARG Grubu
2022	20	38
2023	20	50

önemlilik prensibi ile ele almakta ve çevresel, sosyal ve ekonomik olarak kurumumuzun ve tüm paydaşlarının etkilenebileceği bir risk kategorisi olarak değerlendirmekteyiz.

İklim değişikliğinin etkileri, her coğrafyada farklı şekillerde görülmektedir. Türkiye’de, ortalama sıcaklıkların artması ve yağışların düzensizliği nedeniyle özellikle temiz su kaynaklarında azalma yaşanmakta, bu durum da tarımda verim kayıplarına neden olmaktadır. Ayrıca, gıdaya erişimde zorluklarla karşılaşılması beklenirken, sel, taşkınlar ve orman yangınları gibi aşırı doğa olaylarının sıklığının artması öngörülmektedir.

Günümüzde iklim değişikliğinin etkileri, birçok farklı paydaşı bünyesinde barındıran perakende sektöründe hissedilmeye başlanmıştır. İklim düzenlerindeki değişiklikler ve aşırı doğa olayları, küresel tedarik zincirine entegre şekilde katkı sağlayan tarımsal uygulamalar ve tarımsal teknolojilerin yeni düzene uyum sağlamasını zorlaştırmakta ve kaynakların elde edilme yöntemlerinde düzenlemelere neden olmaktadır. Sürdürülebilir tarım ve tedarik zinciri pratiklerinin uygulanmaması durumunda bazı ham maddelerin tedarikinde, dolayısıyla bazı kritik ürünlerin arzında uzun vadeli problemler yaşanabilir. Bu sorunların sıklaşması ve olumsuz etkilerini hızla göstermeye başlamasıyla birlikte, ürünlerin kalitesi, fiyatı ve erişilebilirliği üzerindeki etkiler her yıl artmaktadır.

Değişen hava koşullarıyla birlikte mağazalarımızda, lojistik faaliyetlerde ve altyapı çalışmalarında daha 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 arttırmasına 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 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 anlayışımızın bir sonucu olarak, mağaza ve depolarımızdaki enerji tüketiminin ve soğutucu gazlardan kaynaklanan emisyonlarının azaltılması, enerji verimliliğinin artırılması, lojistik ve ulaşım kaynaklı CO<sub>2</sub> 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 zayıflar 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*



## Sürdürülebilirlik Yaklaşımı

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. Gönüllü kurum ve kuruluşların çevresel sürdürülebilirlik performansını ölçen ve şeffaflığı teşvik eden global platformlardan biri olan Karbon Saydamlık Projesi (CDP-Carbon Disclosure Project) kapsamında raporlama yapmaya başladık, 2022 yılında CDP raporlamaların kapsamını genişleterek İklim Modülüne Su ve Orman modüllerini ekledik; daha da önemlisi raporlamalarımızı ara vermeden devam ettirdik. 2023 yılında UNGC Küresel İlkeler Sözleşmesini imzalayarak insan hakları, iş gücü uygulamaları, çevre ve

yolsuzlukla mücadele konularındaki taahhütlerimizin altını çizdik.

Sürdürülebilirliğin tüm iş süreçlerine entegre edilmesi için İnsan Kaynakları ve Sürdürülebilirlik Genel Müdür Yardımcımızın icra sorumluluğu bulunmaktadır. Sürdürülebilirlik Komitemiz düzenli olarak toplanmakta, gerekli gördüğümüz alanlarda çalışma grupları kurulmaktadır. Diğer bir yandan, çalışanlarımızın farkındalığını artması amacıyla belirli periyotlarda sürdürülebilirlik bültenleri de yayımlamaktayız.

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.
- Bununla birlikte, 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. 2023 yılında ise çifte önemlilik analizi gerçekleştirildi, iç ve dış paydaşların katkıları ve küresel standartların yönlendirmeleriyle de öncelikli konular belirlendi. Sürdürülebilirlik konusundaki etkiler Kurumsal Risk Yönetimi sürecine dahil edildi.

Holding Ana Odak Alanlarını ve CarrefourSA'nın bu alanlara yönelik yaklaşımlarını aşağıdaki şekilde özetleyebiliriz:

- 1) **Teknolojik Dönüşüm ile Dijitalleşme ve İnovasyon:** Dijitalleşme ve inovasyonu

## Sabancı Holding Uzun Vadeli Strateji Odak Alanları



**Teknolojik Dönüşüm ile Dijitalleşme ve İnovasyon**



**İklim Krizi, Döngüsel Ekonomi ile Çevreye Duyarlılık**



**Yetenek Yönetimi, Eşitlik, Çeşitlilik ve Toplumsal Katkı ile İnsan & Toplum**

birçok faaliyetimizin merkezine alarak çevrim içi satış kanallarımız, çalışanlara yönelik uygulamalarımız başta olmak üzere süreçlerimizi geliştirmekte, özellikle müşteri memnuniyetine katkıda bulunan inovatif uygulamaları da hayata geçirmekteyiz.

**2) İklim Krizi, Döngüsel Ekonomi ile Çevreye Duyarlılık:** 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.

**3) Yetenek Yönetimi, Eşitlik, Çeşitlilik ve Toplumsal Katkı ile İnsan ve Toplum:** Performansımızın korunmasını ve güçlenmesini sağlayan, İnsan Kaynağına yönelik çalışmalarımızı ve paydaşlarımız için uzun vadeli ve sürdürülebilir değer yaratmak amacıyla yapılan projelerle iş ortaklıklarını raporumuzun farklı bölümlerinde paylaşmaktayız.

### Carrefour Group Sürdürülebilirlik Yaklaşımı

Sürdürülebilirlik konusunda küresel liderlerden olan **Carrefour Group'un stratejisinin** 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 (GIDA DÖNÜŞÜM) İNDEKSİ 2023

No	Kategori	Hedef	2023 Performansı	2023 Skoru
<b>ÜRÜNLER</b>				%111
1	Sertifikalı Sürdürülebilir Ürünler	2026 yılında sertifikalı sürdürülebilir ürünlerin cirosu 8 milyar Euro'ya ulaşmalı.	5,3	%93
2	Bitki Temelli Alternatifler	2026 yılında bitki temelli alternatif ürünlerin cirosu 650 milyon Euro'ya ulaşmalı.	514	%103
3	Ham Maddeler	Orman, hayvan sağlığı, toprak, deniz kaynakları ve insan hakları konusunda hassas ürünlerin %100'ü 2030 yılına kadar bir risk önleme planına dahil edilecek.	%70	%117
4	Ambalaj Malzemesi	2026 yılına kadar ambalaj malzemesi kullanımının azaltımı, toplu ambalaj ve yeniden kullanım ile ambalajların geri dönüşümü konusunda 3 hedef hayata geçirilecek		%136
		2025 yılında, 2017'ye göre kümülatif olarak 20.000 ton daha az ambalaj malzemesi kullanılmalı	20.738	%116
		Yeniden kullanılabilir ambalajı olan toplu ürünlerin ve ürünlerin satışı 300 milyon Euro'ya ulaşacak.	256	%200
		Yeniden kullanılabilir, geri dönüştürülebilir veya kompost edilebilir ambalajı olan ürünlerin satışı 100 milyon Euro'ya ulaşacak.	%69	%92
5	İş Ortağı Üreticiler	2026 yılında 50.000 İş Ortağı Üretici olmalı	46.013	%105
<b>MAĞAZALAR</b>				%105
6	Gıda Atığı	2016 yılına göre gıda atığı %50 azalmalı	-%36	%92
7	Atıklar	2025 yılında atıkların %100'ü geri dönüştürülmeli	%70	%92
8	İklim (Kapsam I ve II)	2019 yılına göre sera gazı emisyonları (kapsam 1 ve 2 için) 2030'da %50, 2040'ta %70 azalmalı	-%38	%121
9	İklim (Kapsam III)	En büyük 100 tedarikçi 1,5°C yolunda ilerliyor ve 20 megaton engellenmiş durumda olmalı		%117
		2026 yılında en büyük 100 tedarikçi 1,5°C yolunda ilerliyor olmalı	%44	%115
		2030 yılında 20 megaton engellenmiş durumda olmalı	947.000	%118
<b>MÜŞTERİLER</b>				%105
10	Besleyicilik ve Sağlık	2026 yılında, 2022 yılına göre Carrefour markalı ürünlerden 2.600 ton şeker eksiltilmeli	261	%101
		2026 yılında, 2022 yılına göre Carrefour markalı ürünlerden 250 ton tuz eksiltilmeli	78	
11	Müşteri Toplulukları	Grubun kendi operasyonlarını yürüttüğü 8 ülkede sağlıklı ve sürdürülebilir ürünler konusunda aktif müşteri toplulukları olmalı	3	%100
12	Tedarikçi Taahhütleri	2030 yılına kadar 'Food Transition Pact' imzacısı olan 500 tedarikçi olmalı	306	%133
13	'Act For Food' Programı	'Carrefour daha iyi beslenmenize yardımcı oluyor mu?' sorusu en az 75/100 olumlu yanıtlanıyor olmalı	63	%85
<b>ÇALIŞANLAR</b>				%119
14	Çalışan Katılımı	Çalışanlar tarafından verilen Carrefour'un tavsiye edilen iş yeri skoru en az 75/100 olmalı	83	%132
15	Cinsiyet Eşitliği	2025 yılında 200 üst yöneticinin %35'i kadın olmalı	%29	%99
16	Eğitim	Çalışanların en az %50'si her yıl eğitim almalı	%69	%138
17	Engelli Çalışanlar	2026 yılında engelli çalışanların sayısı 15.000'e ulaşmalı	13.358	%109

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

## CarrefourSA Sürdürülebilirlik Yaklaşımı

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 bulundurmada 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 gelişmelerini 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, izlenebilir 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 çalışmalar ile Sabancı Holding çatısı altında yapılan yönlendirmeler ve iyileştirmeler neticesinde belirlenen ilkelere büyük oranda

uyumu yakalamış durumdayız. Bununla beraber başta pay sahipleri olmak üzere tüm menfaat sahiplerinin yararını gözeterek 2024 yılında da söz konusu ilkelere uyum durumunu iyileştirme çalışmalarına devam etmeyi planlamaktayız.

CarrefourSA, 2023'te 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. 2023 yılında CarrefourSA'nın Sürdürülebilirlik İlkeleri'ne uyum durumu aşağıdaki tabloda özetlenmiştir:

Tür	Tam Uyum	Kısmi Uyum	Uyumsuz	İlgisiz
Genel	12	-	-	-
Çevre	21	-	-	3
Sosyal	16	2	-	-
Kurumsal Yönetim	2	-	-	-
Toplam	51	2	-	3

## SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YÖNETİŞİMİ

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

Yönetişim yapımızı organizasyonumuz içinde sürdürülebilirlik risk ve fırsatlarının en verimli şekilde izleyebilecek, yönetebilecek ve denetleyebilecek 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 riskler ve fırsatları yönetmek, projeler geliştirmek ve uygulamaya almaktan sorumludur. Komite, düzenli aralıklarla toplanmakta ve CarrefourSA için öncelikli

konuları görüşerek tavsiye kararları almaktadır. Sunumlar ve alınan kararlar yazılı olarak kayıt altına alınmakta ve tüm CarrefourSA yönetimiyle paylaşılmaktadır. Bu kararlar, ayrıca değerlendirilmeleri için İcra Komitesine ve ilgili departmanlara özel olarak iletilmektedir. Alınan kararların takibi ve sonuçları, bir sonraki toplantıda gündeme getirilmektedir. Gerekli görüldüğünde Alt Komiteler de kurularak spesifik konularda çalışılmaktadır.

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 risk ve fırsatlarıyla ilgili önemli performanslar düzenli aralıklarla Sürdürülebilirlik Komite Başkanı ve Sekreteri tarafından İcra Kurulunun görüş ve onayına sunulmaktadır.

Sürdürülebilirlikle ilgili risk ve fırsatların yönetilmesiyle ilgili hedefler, Genel Müdürümüz dahil üst yöneticilerimizin kişisel performans hedefleri arasına yer almaktadır. Sürdürülebilirlik Komite üyelerinin performansı her yıl gözden geçirilmekte, gerekli durumlarda üyeler yenilenmektedir.

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 SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KOMİTESİ

### ÜYELER

Genel Müdürlük İnsan Kaynakları, Eğitim, Organizasyonel Gelişim ve Ücretlendirme Grup Müdürü
Öz Marka Kategori Grup Müdürü
Saha İK, Özlük, Bordro, Çalışma İlişkileri Grup Müdürü
Müşteri Deneyimi ve E-Ticaret Grup Müdürü
Kurumsal Sistemler Grup Müdürü
Lojistik Operasyonlar Grup Müdürü
SPK, Yatırımcı İlişkileri ve Finansal Servisler Müdürü
Teknik Satın Alma ve Bakım Grup Müdürü
Satış Koordinasyon Grup Müdürü
Pazarlama ve Kurumsal İletişim Grup Müdürü
İnsan Kaynakları ve Sürdürülebilirlik Genel Müdür Yardımcısı
Kategori Operasyon Grup Müdürü
İç Satın Alma Müdürü
CRM Grup Müdürü
Risk Yönetimi Müdürü
İç Denetim Grup Müdürü
Gıda Dışı Kategori Grup Müdürü
İSG, Kalite Güvence, Çevre ve Sürdürülebilirlik Grup Müdürü
Baş Hukuk ve Uyum Müşaviri
Taze Gıda Kategori Grup Müdürü
Sürdürülebilirlik Kıdemli Uzmanı
Kuru Gıda ve İçecek Kategori Grup Müdürü

## ÖNCELİKLİ PAYDAŞ VE KONULAR

### Paydaşlarımız ve Katılım Platformları

Paydaşlarımızla, yani aktivite, ürün ve hizmetlerimizden etkilenen ya da kurumsal strateji ve hedeflerimizi etkileyebilecek kişi ve kurumlarla, tüm birimlerimiz doğrudan veya dolaylı etkileşimindedir. 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	KATILIM 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), carrefoursa.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

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 taşıdığımız 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 bizim yakın dönemde faaliyetlerimizi, çalışma gruplarımızı ve ana performans göstergelerimizi de belirleyeceğimiz 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.

## EKONOMİK

### SORUMLULUĞUMUZ

- Ekonomik Katkı
- Gıda Atığı
- İş Etiği

## DOĞRU İŞ YERİ

### SORUMLULUĞUMUZ

- Çalışan Memnuniyeti ve Gelişimi
- Çalışan Sağlık ve Güvenliği
- Kapsayıcılık ve Eşitlik

## ÖNCELİKLERİMİZ



- Sorumlu Tedarik Zinciri
- Müşteri Memnuniyeti
- Dijitalleşme



- İklim Değişikliği
- Atık Yönetimi

## DEĞER ZİNCİRİNDE

### SORUMLULUĞUMUZ

## ÇEVRESEL

### SORUMLULUĞUMUZ

**BİRLEŞMİŞ MİLLETLER SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA AMAÇLARINA KATKILARIMIZ**

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

## ÇİFTE ÖNEMLİLİK

### Etki, Risk ve Fırsatları Belirleme

Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları (TSRS) çerçevesinde sürdürülebilirlik konularımızı değer zincirimizin her aşamasında analiz etmek amacıyla kapsamlı bir Çifte Önemlilik çalışması gerçekleştirdik. Bu analiz sürecinde, Etki Önemliliği ve Finansal Önemlilik perspektiflerini dikkate alarak, çevresel, sosyal ve yönetim konularını değerlendirdik. Tüm süreç boyunca pozitif ve negatif etkilerimiz, bağımlılıklarımız, risk ve fırsatlarımız kısa, orta ve uzun vadeli olarak ele alındı.

Önemlilik değerlendirilmesinde Avrupa Finansal Raporlama Danışma Grubu'nun (EFRAG - European Financial Reporting Advisory Group) Uygulama Kılavuzu doğrultusunda başlatılan süreçte, TNFD LEAP (Locate, Evaluate, Assess, Prepare - Bul, Değerlendir, İncele, Hazırla) yaklaşımı temel alındı. Sosyal etkilerin değerlendirilmesinde ise Birleşmiş Milletler İş ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri ve OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü) Çok Uluslu İşletmeler için Rehber İlkelerinden faydalandık. CarrefourSA'nın erişiminde bulunan tüm makul ve desteklenebilir veriler önemlilik analizi için kullanılmış, dolaylı kaynaklardan gelen sektörel raporlar da tamamlayıcı kaynak olarak dikkate alınmış durumdadır.

Değer zincirimizin farklı aşamalarında ortaya çıkabilecek etkilerimizi daha iyi anlamak için CarrefourSA'nın 2022 Sürdürülebilirlik Raporundaki bulgular, etkilenen paydaşları anlamak üzere başlıca referans kaynağı olmuştur. CarrefourSA'nın genel finansal rapor kullanıcılarının beklentileri de ilgili ekiplerin değerlendirmeleri doğrultusunda ele alınmıştır. Ancak, bu çalışma sürecinde paydaş katılım planı gibi özel bir analiz yürütülmemiştir. Risk ve fırsatların belirlenmesi aşamasında ise CarrefourSA'nın iş modeli, tedarik zinciri ve değer zincirinin aşamalarına göre etkiler, Çevresel Etki, Sosyal Etki ve Risk & Fırsat tablolarına göre puanlanarak değerlendirilmiştir. ESG konuları, ESRS I standartlarına göre ölçek, kapsam ve geri döndürülebilirlik gibi kriterler doğrultusunda değerlendirilirken, insan hakları gibi sosyal alanlarda daha hassas bir yaklaşım benimsenmiştir.

Elde edilen tüm bilgiler CarrefourSA Riskin Erken Saptama Komitesinin belirlediği finansal ve operasyonel kriterler ışığında analiz edildi. Bu bağlamda, CarrefourSA risk değerlendirme süreçlerinde belirlemiş olduğu risk vadesi, risk etkisi ve kapsamı gibi konularda kabuller alınmıştır. Etki, risk ve fırsatlar; kısa (0-3 yıl), orta (3-10 yıl) ve uzun vadeli (10 > yıl) olarak ayrıştırılmıştır. Çalışma sonucunda, 122 etki ve 112 risk & fırsat belirlenmiş; bunlardan 40 etki ve 23 risk & fırsat CarrefourSA Çifte Önemlilik Konuları olarak tanımlanmıştır. Daha sonra bu konular içeriklerine göre birleştirildiğinde birleştirilerek toplamda 28 önemli konu ortaya çıkmıştır. Gelecek yıllarda yapılacak ek çalışmalarla çalışmamızın kapsamı daha da genişletilecektir. Bu süreçte, belirlenen her bir risk ve fırsat için ilgili CarrefourSA birimleriyle detaylı görüşmeler gerçekleştirilecek, böylece risk ve fırsatlarımızın önemliliği ve önceliği

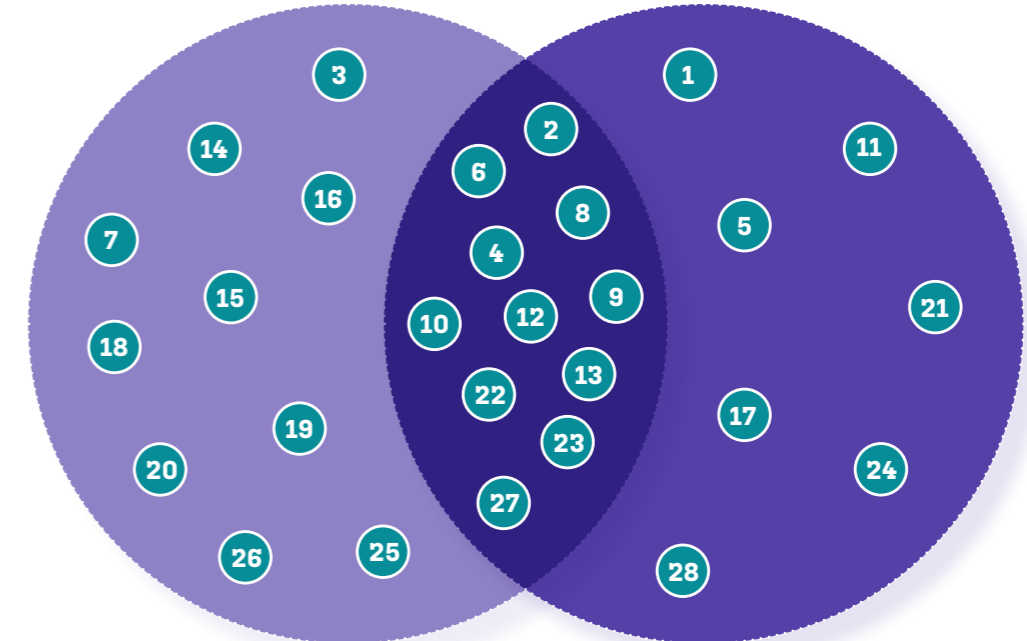
standart metodolojisine tam uyum gösterecek şekilde değerlendirilerek belirlenecektir. Değerlendirmeler sırasında, mümkün olan önemli konular için finansal etkiler de analiz edilip raporlanacaktır. Bu analiz, sürdürülebilirlik stratejimize yön vererek iş süreçlerimizde sürdürülebilirlik risklerini yönetmemize ve fırsatları daha etkin değerlendirmemize yardımcı olacaktır.

Çalışma sonucunda ortaya çıkan önemli konularımız grafik üzerindeki sütunların renklendirilmesi ile gösterilmektedir. Yapılan çalışma sırasında puanlama kriterlerince eşik değerinin altında kalmış ve önemli olarak belirlenmemiş olan Etki ve Risk & Fırsatlara grafik üzerinde yer verilmemiştir. Etki Önemliliği ve Finansal Önemlilik aşağıdaki gibidir

	Önemli Etki Önemliliği	Önemli Finansal Önemlilik
ESRS E1 İklim Değişikliği	İklim Değişikliği Adaptasyonu	İklim Değişikliğinin Azaltılması Enerji
ESRS E2 Kirlilik	Hava Kirliliği Su Kirliliği Toprak Kirliliği Canlı Organizmalar ve Gıda Kaynaklarının Kirliliği	Risk Teşkil Eden Maddeler Yüksek Risk Teşkil Eden Maddeler
ESRS E3 Su ve Deniz Kaynakları	Su Çekimi	Su Tüketimi
ESRS E4 Biyoçeşitlilik ve Ekosistemler	Biyoçeşitlilik Kaybının Doğrudan Etki Unsurları Türlerin Durumu Üzerindeki Etkiler Ekosistem Üzerine Etkiler ve Bağımlılıklar	
ESRS E5 Döngüsel Ekonomi	Kaynak Girdileri & Kullanımı Gıda Atığı Atık	
ESRS S1 Şirket İş Gücü	Çalışma Koşulları Eşit Davranış ve Fırsat Eşitliği	
ESRS S2 Değer Zincirindeki Çalışanlar	Çalışma Koşulları İş ile İlgili Diğer Haklar	
ESRS S3 Etkilenen Topluluklar	Toplulukların Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Hakları	
ESRS S4 Tüketiciler ve Son Kullanıcılar	Veri Gizliliği Kişisel Sağlık ve Güvenlik Sosyal Dahiliyet	
ESRS G1 İş Ahlakı	İhbarcılığın Korunması Hayvan Refahı Tedarikçilerle İlişkilerin Yönetimi	

CarrefourSA etkileyen veya işletme üzerinde etkisi olan tüm sürdürülebilirlik konuları, öncelik sıralamalarından bağımsız olarak alfabetik sıralanmıştır:

### ETKİ ÖNEMLİLİĞİ İÇTEN DIŞA



### FİNANSAL ÖNEMLİLİK DIŞTAN İÇE

1. Atık
2. Biyoçeşitlilik Kaybının Doğrudan Etki Unsurları
3. Canlı Organizmalar ve Gıda Kaynaklarının Kirliliği
4. Değer Zincirindeki Çalışanlar İçin Çalışma Koşulları
5. Ekosistem Üzerine Etkiler ve Bağımlılıklar
6. Enerji
7. Eşit Davranış ve Fırsat Eşitliği
8. Gıda Atığı
9. Hava Kirliliği
10. Hayvan Refahı
11. İhbarcılığın Korunması
12. İklim Değişikliği Adaptasyonu
13. İklim Değişikliğinin Azaltılması
14. İş ile İlgili Diğer Haklar
15. Kaynak Girdileri & Kullanımı
16. Kişisel Sağlık ve Güvenlik
17. Risk Teşkil Eden Maddeler
18. Sosyal Dahiliyet
19. Su Çekimi
20. Su Kirliliği
21. Su Tüketimi
22. Şirket İş Gücü İçin Çalışma Koşulları
23. Tedarikçilerle İlişkilerin Yönetimi
24. Toplulukların Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Hakları
25. Toprak Kirliliği
26. Türlerin Durumu Üzerindeki Etkiler
27. Veri Gizliliği
28. Yüksek Risk Teşkil Eden Maddeler

Çalışma sonucunda tespit edilen önemli konularımız ve alt başlıkları ile ilgili detaylı açıklamalar rapor içerisinde ilgili kısımlarda açıklanarak eklenmiştir. Konu başlıklarındaki linkleri kullanarak ilgili bölümlerdeki açıklamalara ulaşabilirsiniz.

Hem küresel hem de yerel düzeydeki gelişmeleri dikkate alarak potansiyel risk ve fırsatları dikkatle analiz ediyoruz. Stratejilerimizi şekillendirirken, sürdürülebilirlik prensiplerini ve farklı ekiplerin katkılarını göz önünde bulundurarak kapsamlı bir yaklaşım benimsemekteyiz. CarrefourSA'nın sürdürülebilirlik risk ve fırsatları, genel risk yönetimi sürecine henüz entegre edilmemiştir. Entegrasyon, 2025 yılında Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlaması standartlarına tam uyumu gözeterek başlatılacaktır.

# EKONOMİK SORUMLULUĞUMUZ

*Ekonomik Katkı*

*Gıda Atığı*

*İş Etiği*



# Ekonomik 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 başışlamaktayız.

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 Beyanname ile de uyumlu olan kurallarımız doğrultusunda İnsan Haklarına tüm karar ve faaliyetlerimizde, her koşulda saygı göstermekteyiz ve tüm paydaşlarımızın da aynı şekilde davranmasını bekliyoruz.

Enflasyon muhasebesine geçiş sebebiyle raporumuzda 2022 yılı finansal verileri yeniden hesaplanarak verilmiştir. Yapılan bazı ödemeler IAS29 kapsamında endekslenmemektedir fakat bu değerlerin okuyucu açısından karşılaştırılabilir olması için 2022 verileri 2023 alım gücüne getirilip sunulmuştur.

## ANA PERFORMANS GÖSTERGELERİ<sup>FB-FR-000.A</sup>

	2021	2022	2023	
Ekonomik Katkı	Ciro (m TL)		36.273	44.341
	Vergi Öncesi Kâr (%)		4,2	2,1
	Satış Alanı (000 m <sup>2</sup> )	508	536	565
	Çalışan Sayısı (Toplam)	12.274	13.717	14.193
	Doğrudan İstihdam	10.174	10.663	10.520
	Dolaylı İstihdam	2.283	3.054	3.674
	Yerel Tedarik Oranı (%)	100	100	100
	İhracat (m TL)		166	271
	Mağaza Sayısı	754	895	1.047
	Bayi Sayısı	72	200	341
Depo Sayısı	12	14	14	
Gıda Atığı	Gıda Atığı (ton)	7.952	15.062	15.396
	Gıda Atığı Ekonomik Değeri Ciro Oranı (%)		1,0	0,8
	Gıdanı Korumaya Kampanyası	Başlatıldı	Devam Ediyor	Devam Ediyor
Etik Yaklaşım	Yeniden Satış Kapsamında değerlendirilen Gıda (ton)	1	107	82
	Etik Eğitim Tamamlanma Oranı (%)	63	60	60
	Etik Araştırma Adedi	462	205	214
	Etik Araştırma Sonucu İş Akdi Sonlandırılan Çalışan Sayısı	174	131	114
Toplu Sözleşme Kapsamındaki Çalışanlarımız (%)	69	68	67	

## ÇİFTE ÖNEMLİLİK ETKİ, RİSK VE FIRSATLARI



### ETKİ ÖNEMLİLİĞİ

Konu	Alt Konu	Etkiler	Mevcut / Potansiyel	Negatif / Pozitif	Vade	İnsan Hakları Etkisi
E5 - Döngüsel Ekonomi	Kaynak Girdisi ve Kullanımı	Su kaynaklarındaki azalma, hem operasyonel su kullanımını hem de ürünle ilişkili su ihtiyacını etkileyerek mevcut envanterin ve ürün çeşitliliğinin azalmasına neden olabilir.	Potansiyel	Negatif	Kısa	Var
	Kaynak Girdisi ve Kullanımı	Pandemi, deprem veya sel gibi olaylar, tedarik zincirinde aksamalar yaratarak gecikmelere ve stok eksikliklerine yol açabilir.	Potansiyel	Negatif	Kısa, Orta, Uzun	Yok
	Kaynak Girdisi ve Kullanımı	Tarım ürünleri ve fosil bazlı ambalajlama için doğal kaynak kullanımı, kaynakların tükenmesine yol açmaktadır.	Mevcut	Negatif	Kısa, Orta, Uzun	Var
	Kaynak Girdisi ve Kullanımı	Geri dönüştürülebilir malzemelerin ambalajda kullanımı ile sağlanan kaynak verimliliği	Potansiyel	Pozitif	Orta, Uzun	Yok
	Gıda Atığı	Gıda atığı kaynağında azaltılması, geri kazanım döngüsüne entegre edilmesi kaynak verimliliğini artırır ve sürdürülebilir iş modelini destekler. Gıda bankacılığı yöntemi ile kullanılabilir fazla gıdanın ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması toplumsal sorumluluğunu güçlendirir.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta, Uzun	Var
S2 - Değer Zincirindeki Çalışanlar	Çalışma Koşulları	CarrefourSA'nın tedarik zincirindeki işçiler, hem üretim hem de dağıtım süreçlerinde iş sağlığı ve güvenliği risklerine maruz kalabilir. Üretim aşamalarında, hammadde çıkarımı, imalat ve ürün işleme gibi faaliyetlerde çalışan işçiler, tehlikeli makineler, kimyasallar ve fiziksel yorgunluk gibi faktörlerle karşılaşabilirken, dağıtım süreçlerinde ise taşıma, depolama ve lojistik operasyonları sırasında iş kazası ve yaralanma riski taşımaktadır.	Potansiyel	Negatif	Kısa, Orta	Yok
	İş ile İlgili Diğer Haklar	CarrefourSA, 2015'ten bu yana UNICEF'in tarımda çocuk işçiliğini ortadan kaldırma programını desteklemektedir. Bu destek, çocuk işçiliğine karşı verilen mücadelede güçlü bir sosyal sorumluluk örneği teşkil eder. CarrefourSA'nın mağazalarında UNICEF'in projelerini tanıtmaya olanak sağlayarak daha fazla işçi kazanılmasına yardımcı olması, toplumsal farkındalık yaratır ve bu konudaki mücadeleyi güçlendirir.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta	Var
S3 - Etkilenen Topluluklar	İş ile İlgili Diğer Haklar	CarrefourSA, tedarikçileri üzerinde gerçekleştirdiği denetimlerle çocuk işçiliği ve zorla çalıştırma gibi ciddi ihlalleri ortadan kaldırmayı hedeflemektedir. İş birliği yaptığı tedarikçilerin BSCI (Business Social Compliance Initiative) ilkelerini benimsemelerini sağlayarak, Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) standartlarına uygun çalışma koşulları oluşturulmasını teşvik etmektedir.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta	Var
	Toplulukların Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Hakları	CarrefourSA'nın Kent Tarımı Projesi, yeterli gıdaya erişim hakkı kapsamında hem tüketiciler hem de üreticiler için destekleyen bir girişimdir. Proje, yerel çiftçilerle yapılan garantili alım anlaşmaları ile tedarik zincirini kısaltarak gıda fiyatlarında tasarruf sağlarken, taze ve güvenli gıdayı tüketiciye sunmayı hedefler.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta	Var

Konu	Alt Konu	Etkiler	Mevcut / Potansiyel	Negatif / Pozitif	Vade	İnsan Hakları Etkisi
S3 - Etkilenen Topluluklar	Toplulukların Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Hakları	CarrefourSA'nın "Destek Paketleri, Seyyar Mutfak ve Üretime Doğrudan Destek" projeleri, depremde etkilenen toplulukların yeterli gıdaya erişimini sağlamak için hem acil hem de uzun vadeli çözümler sunmaktadır. Kriz anında, destek paketleri ile temel ihtiyaç malzemeleri depremzedelere hızla ulaştırılırken, Seyyar Mutfak projesi sayesinde afetzedelerin sıcak yemek ihtiyaçları karşılanmıştır. Ancak sadece kriz dönemine yönelik değil, uzun vadeli bir çözüm olarak devreye alınan Üretime Doğrudan Destek projesi, yerel üreticilerden taze gıdaların garantili alımını yaparak hem üreticileri desteklemiş hem de deprem bölgesinde toplulukların sürdürülebilir gıdaya erişimini güvence altına almıştır.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta	Var
		"Görünüşün Ötesine Geç ve Tadına Bak & İsrat Olmayacak Kadar İyi kampanyaları ile dış görünüşü kusurlu ancak insan tüketimine uygun meyve ve sebzeler, son tüketim tarihi yaklaşan gıdalar ile gün sonunda kalan unlu mamuller indirimli fiyatlarla satışa sunulmuş hem de gıda israfının önüne geçiliyor hem de yeterli gıdaya erişim destekleniyor.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta	Var
		Operasyonlardan kaynaklanan atık suyun yeterince arıtılmaması durumunda, yerel su kütüphanelerine taşınan kirleticiler su kalitesini bozarak insan sağlığını olumsuz etkileyebilir.	Potansiyel	Negatif	Uzun	Var
		CarrefourSA'nın markalı su üretimi, özellikle kireçli su gibi su kalitesinin düşük olduğu bölgelerde, sağlıklı içme suyuna erişimi kolaylaştırarak toplum sağlığını iyileştirebilir. Kireçli suyun neden olduğu sağlık sorunlarının önüne geçilmesi ve güvenli içme suyu sağlanması, toplulukların yaşam kalitesini artırırken, suya erişim hakkını destekler.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta	Var
		Tedarikçilerin sürdürülemez tarım uygulamaları (monokültür tarımı, aşırı pestisit kullanımı, doğal kaynakların aşırı kullanımı gibi) toprak bozulmasına yol açabilir. Toprak bozulması tarımsal verimliliği ve dolayısıyla da CarrefourSA'nın ürünlerini tedarik ettiği bölgelerdeki yerel ekonomileri olumsuz etkiler.	Potansiyel	Negatif	Orta, Uzun	Var
		Hayvan refahına yönelik yetersiz uygulamalar, şirketin yerel ve uluslararası düzenlemelere aykırı duruma sokabilir. Bu da cezalar ve itibar kaybına yol açabilir.	Potansiyel	Negatif	Kısa, Orta, Uzun	Var
G1 - İş Ahlakı	Tedarikçilerle İlişkilerin Yönetimi	CarrefourSA sosyal ve çevresel denetimler ve düzeltici faaliyetler konusunda şeffaflık sağlanmadığı takdirde, paydaşlar CarrefourSA'nın sorumlu kaynak kullanımını uygulamalarının etkinliğini sorgulayabilir.	Potansiyel	Pozitif	Kısa, Orta, Uzun	Var
		CarrefourSA, tedarikçilerin sosyal ve çevresel standartlara uyumunu yeterince izlemezse, tedarik zincirinde çevresel bozulma veya iş gücü ihlalleri gibi etik olmayan uygulamaların ortaya çıkma riski vardır.	Potansiyel	Negatif	Kısa, Orta, Uzun	Var

## FİNANSAL ÖNEMLİLİK

Konu	Alt Konu	Risk	Fırsat	Vade
E5 - Döngüsel Ekonomi	Atık		Ekonomik değere sahip atıkların geri kazandırılmasının şirket gelirlerine olumlu katkısı hedeflenebilir	Orta, Uzun
	Gıda Atığı	Gıda zincirindeki atıkların şirkete olan ekonomik kaybının artması durumunda ciroya etkisi önemli ölçüde olacaktır.		Kısa, Orta, Uzun
S2 - Değer Zincirindeki Çalışanlar	İş ile İlgili Diğer Haklar	Eğer tedarik zincirinde çocuk işçiliği ile ilgili sorunlar ortaya çıkarsa ve bu durum medyaya yansarsa, CarrefourSA ciddi bir itibar kaybı yaşar. Bu durum müşteri güvenini zedeleyebilir ve şirketin uzun vadeli gelirlerini olumsuz etkileyebilir. Ayrıca, çocuk işçiliğiyle ilgili tedarik zincirinde ihlaller tespit edilirse, CarrefourSA tedarikçilerini değiştirmek zorunda kalabilir, bu da operasyonel maliyetlerin artmasına yol açabilir.	CarrefourSA, su tüketimini azaltmaya yönelik projeler geliştirerek ICMA (International Capital Market Association) tarafından belirlenen Yeşil Tahvil Prensipleri (Green Bond Principles) veya Loan Market Association tarafından yayınlanan Yeşil Kredi Prensipleri (Green Loan Principles) ile uyumlu finansman fırsatlarından yararlanabilir.	Kısa, Orta
S3 - Etkilenen Topluluklar	Toplulukların Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Hakları		CarrefourSA'nın Kent Tarımı Projesi, yerel çiftçilerle iş birliği yaparak hem sürdürülebilir gıda üretimini destekliyor hem de tüketicilere daha uygun fiyatlı, taze ve güvenli gıda sağlıyor. Bu, CarrefourSA'nın finansal bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Sürdürülebilir tarım, uzun vadede lojistik maliyetlerini düşürebilir ve yerel gıda tedarikiyle maliyet avantajı yaratabilir.	Kısa, Orta, Uzun
	Toplulukların Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Hakları		Kısa vadede bu kampanyalar ürünlerin atık haline gelmesini önleyerek CarrefourSA'ya nakit akışı sağlayabilir ve satış hacmini artırabilir. Orta ve uzun vadede ise sürdürülebilirlik ilkeleriyle hareket ederek atığı önleyen bir şirket olarak CarrefourSA'nın finansmana erişimi kolaylaşabilir.	Kısa, Orta, Uzun
G1 - İş Ahlakı	İhbarcılığın Korunması	Misillemelere karşı yeterli bir şekilde korunma sağlanmaması, içsel suistimallerin bildirilmemesi riskini artırır ve bu da uzun vadede itibara zarar verebilir veya operasyonel sorunlar yaratabilir.		Kısa, Orta
	Hayvan Refahı	Hayvan refahı politikalarının tüm tedarikçilerde tutarlı bir şekilde uygulanmaması, hem iç standartlarla hem de dış düzenleyici gereksinimlerle uyumsuzluk riskini artırır. Tedarik zincirinde hayvan refahı ihlalleri ortaya çıkarsa, CarrefourSA itibar kaybı ve yasal işlemlerle karşı karşıya kalabilir.		Kısa, Orta, Uzun
	Tedarikçilerle İlişkilerin Yönetimi	CarrefourSA, etkin bir uygunluk takibi yapmadığı takdirde, kendi kaynak kullanımını standartlarını ihlal etme riskiyle karşı karşıya kalır ve bu da olumsuz tanıtım, yasal para cezaları ve önemli sertifikaların (ör. adil ticaret, organik) kaybedilmesiyle sonuçlanabilir. Tedarik zincirindeki uyumsuzluk, paydaşların ve tüketicilerin boykotlarına veya yasal işlemlere yol açabilir.		Kısa, Orta, Uzun

## EKONOMİK KATKI

### EKONOMİK KATKI YAKLAŞIMI <sup>ENB</sup>

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 <sup>2019</sup>

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.

Temel Finansal Göstergeler	2022	2023
Ciro (milyon TL)	36.273	44.341
Brüt Kâr (milyon TL)	6.965	9.124
Brüt Kâr Marjı (%)	19,2	20,6
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Öncesi Karı (milyon TL)	1.506	914
Vergi Öncesi Kâr Marjı (%)	4,2	2,1

Not: Aralık 2023 tarihindeki satın alma gücü ile ifade edilmiştir.

Temel Operasyonel Göstergeler	2022	2023
Mağaza Adedi (Toplam)	895	1.047
Mini	259	249
Süper	381	399
Hiper	23	22
Gurme	32	36
Bayi	200	341
Elektronik Ticaret Yapan Mağaza Adedi	58	75
Satış Alanı (000 m <sup>2</sup> )	536	565

### İSTİHDAMA KATKI <sup>ENB</sup>

Yarattığımız istihdamla sadece ekonomik değil aynı zamanda geniş bir sosyal etki alanına da sahibiz. On binden fazla doğrudan, üç binden fazla da taşeron ve iş ortağı çalışanımız bulunmaktadır.

CarrefourSA Çalışan Sayılarımız

Doğrudan İstihdam	2021	2022	2023
Çalışan Sayısı	10.174	10.663	10.520

Taşeron ve İş Ortağı Çalışan Sayılarımız

Hizmet	2021	2022	2023
Temizlik	513	626	578
Güvenlik	254	232	264
Servis-Vale	29	38	38
Personel Yemek	92	92	92
Lojistik Depolar	738	785	771
E-ticaret Depo	34	60	77
E-ticaret Taşıma	183	141	167
Bayiler	440	1.080	1.687
<b>Toplam</b>	<b>2.283</b>	<b>3.054</b>	<b>3.674</b>

Yaratılan istihdam sonucunda SGK teşviği de almaktayız. <sup>ENB</sup>

Teşvik	2022	2023
SGK Teşviği (m TL)	151,9	167,1

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	2021	2022	2023
İstanbul	4.989	5.105	4.942
Ege Akdeniz	3.004	3.267	3.331
İç Anadolu Karadeniz Doğu-Güneydoğu Anadolu	1.223	1.271	1.237
Marmara	959	1.020	1.010
<b>Toplam</b>	<b>10.174</b>	<b>10.663</b>	<b>10.520</b>

### Yerel İstihdam

CarrefourSA'da yerel istihdamı destekliyoruz. Yeni mağaza açılışlarında ya da mevcut mağazalardaki istihdam taleplerinde İŞKUR İstihdam 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. 2023 yılında insan kaynağı yönetimine dair İşe Alım ve Yetenek Merkezi yatırımını hayata geçirdik. Ayrıca T.C. Milli Eğitim Bakanlığı ile birlikte gerçekleştirilen staj ve çıraklık programı kapsamında işe alımlarımıza devam ederek 2023 yıl sonu itibarıyla 53 kişiyi istihdam ettik.

### YEREL SATIN ALMA <sup>ENB</sup>

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

Satın Alma	2022	2023
Tedarikçi sayısı	3.583	9.469
Yerel Tedarikçi Oranı (%)	99,9	99,9
Tedarikçilere Yapılan Ödemeler (satışların maliyeti) (m TL)	35.721	38.338
Yerel Tedarik Oranı (%)	100	100

### DOLAYLI EKONOMİK KATKILARIMIZ

CarrefourSA'nın dolaylı yönden de ülke ekonomisine önemli katkısı bulunmaktadır. Mağazalarımızın bulunduğu yerlerde yaratılan ilave müşteri potansiyeli sebebiyle çevre esnafa 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 bulunmaktayız.
- **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 çalışmalarını et besicilerine, balıkçılık çalışmalarımızla balık çiftliklerine destek oluyoruz.
- **Bayilik Modeli:** Bayilik sistemimizle girişimcileri destekleyerek CarrefourSA marka gücü ve güvencesiyle ticaret yapabilmelerini sağlıyoruz. Buldukları bölgede müşterilerine CarrefourSA kalite güvencesi ile ürün sunarak işlerini geliştirmelerine ve istihdam yaratmalarına destek oluyoruz.

### DEVLETE YAPILAN ÖDEMELER

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 değerlendirilmeler 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	2022	2023
m TL	1.663	1.495

### 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, Belçika ve Fransa dahil 11 ülkeye ihraç etmekteyiz. Böylece dolaylı olarak yerel üreticilerimizin ihracata ve ekonomimize katkıda bulunmasını da destek olmaktadır.

İhracat Cirosu	2022	2023
m TL	101	271



*Türkiye'de doğan ve hızlı tüketim ürünleri sektöründe dünya çapında faaliyet gösteren bir şirket olarak, yalnızca ürün ve hizmet kalitemizle değil, topluma ve çevreye duyduğumuz sorumlulukla da değer yaratmayı hedefliyoruz. Bu doğrultuda Hayat olarak, CarrefourSA ile uzun yıllara dayanan iş birliğimizi, sürdürülebilir bir gelecek vizyonu çerçevesinde her yıl daha da güçlendirmekten mutluluk duyuyoruz. Perakende sektörünün öncülerden biri olan CarrefourSA'nın, hem sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarını, hem de sosyal sorumluluk projelerini ilgiyle takip ediyoruz.*

*CarrefourSA'nın sürdürülebilirlik odağında perakende sektöründe yarattığı olumlu etki, topluma ve çevreye karşı sorumluluk duyan tüm paydaşlar için büyük önem teşkil ediyor. CarrefourSA'nın sürdürülebilirlik yolculuğunda başarılarının artarak süreceğine ve iş birliğimizin uzun vadeli pozitif etkiler yaratacağına inanıyoruz.*

**Sinan Coşkun**  
Türkiye Satış Direktörü  
Hayat Kimya



### KADIN GİRİŞİMCİLERE DESTEK

Bayilik sistemimizde 2023 sonu itibarıyla 55 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 yakalayabilmekte. 2023 yılında "Üretime Doğrudan Destek Günleri" çatısı altında gerçekleştirilen etkinlikte depremden etkilenen yerel üreticiler de misafir edilmiş ve ürünlerini tanıtmaya imkânı sağlanmıştır.
- **Heybeli'nin Heybeleri:** Kadın üreticileri desteklemek amacıyla hayata geçirilen proje kapsamında Heybeliada'da yaşayan kadınların ördükleri heybeler CarrefourSA mağazalarında satışa sunulmaktadır.

### TOPLUMSAL YATIRIMLAR VE SOSYAL DESTEKLER

- 2015 yılından bu yana UNICEF'e destek veren CarrefourSA, 2023 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 Gününde 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. Kumbaralardan toplam 55.020 TL bağış elde edilmiştir. İstanbul ve İzmir mağazaları dahil olmak üzere toplamda 11 mağazada gerçekleştirilen çalışmalar sonucunda 508.000 TL bağış toplanmış, bu bağışlar özellikle acil durum programları için kullanılmıştır.
- 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 12 yıldır iş birliği gerçekleştirmekteyiz. 2023 yılında CarrefourSA, TİDER ile iş birliğine devam ederek, tonlarca ürünün atığa dönüşmesi engellerken binlerce kişiye de gıda desteği 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. Proje kapsamında 2023 yılında toplam 60 kg kedi maması ve 300 kg köpek maması desteğinde bulunulmuştur.
- 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 bulunmaktayız.

- CarrefourSA, Türkiye'de naylon poşet yasağı ile birlikte marketlerinde müşterilerine sunduğu geri dönüşümlü bez çantalarla 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 2023 yılında toplanan yaklaşık 10 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.
- Sabancı Holding'in, iştiraklerindeki gönüllülerin katılımıyla gerçekleştirdiği **"Sabancı Cumhuriyet Seferberliği"** kapsamında CarrefourSA, önemli bir rol üstlenmiştir. Adana, Çorlu ve İstanbul'da düzenlenen etkinliklerle yerel üreticilerle

- ve kadın girişimcilere yönelik eğitimler organize edilmiştir. Bu eğitimlerin yanı sıra, Karataş'ta gerçekleştirilen temizlik faaliyetleriyle 878 ton atık toplanmış ve bu atıkların geri dönüşümü sağlanmıştır. Sürdürülebilir balıkçılık alanında Adana'da Karataş Su Ürünleri Kooperatifi üyeleriyle buluşulmuş ve su altı temizliği gerçekleştirilmiştir. Özellikle kadın kooperatifleriyle gerçekleştirilen eğitimlerde; katılımcılara gıda okuryazarlığı, hijyen ve gıda güvenliği konularında bilgilendirme yapılmıştır. Ayrıca, 150 Sabancı gönüllüsüyle birlikte zeytin kırma etkinliği düzenlenmiştir.
- Çalışanlarımız **İstanbul Maratonu'nda** koşarak farklı STK'lar için bağış toplamaktadır.
- 2023'te 3,6 milyon TL tutarında **bağış** yapılmıştır.
- CarrefourSA, sürdürülebilirlik ve yerel üretimin desteklenmesi vizyonu doğrultusunda "Kent Tanımı" projesini başlatmıştır. Bu projede, İstanbul mağazalarındaki yeşillik grubunda sunulan ürünlerin yarısı kent tanımı yoluyla tedarik edilerek, yerel üreticilere destek olunması ve müşterilere taze ve uygun fiyatlı ürünlere erişim imkânı sunulması hedeflenmiştir.
- **Lezzet Arası** restoran sistemi toplumsal fayda kapsamında 6 Şubat'ta gerçekleşen depremde

- sonra Kahramanmaraş halkına yemek desteği için kullanılmıştır. Kahramanmaraş'ta kurulan seyyar mutfakla 1 ay boyunca günde 12 bin depremzedeye sabah-öğle-akşam olmak üzere sıcak ve taze yemek ikram edilmiş, yemek ulaşamayan köylere ve engelli vatandaşlara da her gün yemek gönderimi sağlanmıştır. Bu çalışma kapsamında da toplam 300 bin kişiye yemek dağıtımı yapılmıştır.
- CarrefourSA, 13. Adana Kurtuluş Yarı Maratonu'nda Su Sponsoru olarak 10.000 adet Carrefour su ile katılımcılara destek verilirken; "Winter Run İstanbul", "Summer Run" ve "Beykoz Trail Run" koşularında koşuculara ikramlar yapılmıştır. Winter Run etkinliğinin gelirleri depremzedelere yardım amacıyla deprem bölgelerine aktarılmıştır. CarrefourSA Koşu Takımı "Run Team" Winter Run ve Beykoz Trail Run koşusunda 5. sırada yer alırken, Summer Run koşusunda 12 sporcusuyla birlikte Kadınlar Takım Kategorisinde 3. sırada yer almıştır.
- Bunlara ek olarak deprem farkındalığı kapsamında olası bir Marmara depremde profesyonel müdahale için Ankara ve İzmir'de 25'er kişilik CarrefourSA Arama Kurtarma Timi kurmak için **AKUT VAKFI** ile çalışmalar başlatılmıştır.



### EKONOMİK DEĞER YARATMAK İÇİN UYGULAMALAR

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

#### Bayilik Sistemi

CarrefourSA'nın ekonomik büyüme hedeflerinin desteklenmesi amacıyla 2019 yılında bayilik sistemini devreye aldık. Bunu yaparken Carrefour Grubunun uzun yıllardır tecrübe ettiği ve aldığı başarılı sonuçlarla kendini ispatlamış sistemini, ülkemizin dinamiklerine göre geliştirdik. ve 2023 yılı sonunda 341 mağazaya ulaştık.

Bayiler	2021	2022	2023
Mağaza	72	200	341

Bayi mağazalarının ciromuzu ve ölçek ekonomisi sayesinde kârlılığımızı 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, yeni bölgeler ile genişlettiğimiz 2023 yılını takiben 2024 yılında da 58 ilde hizmet vererek aynı doğrultuda ilerlemeyi amaçlıyoruz.

Bayilerimizin CarrefourSA'nın imaj ve standartlarına tavizsiz uyum sağlanmasını da hedeflemekteyiz. Bunu gerçekleştirmek için, özellikle insan kaynakları konularında eğitimler vererek 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 sözleşmelere dahil ediyoruz. Sistemin doğru çalışmasını garanti altına almak için bayilerimizle sürekli görüşüyor, kârlılıklarını takip ediyor ve memnuniyet anketleri düzenliyoruz. 2023 yılında ERP sistem değişikliği ile daha verimli bir sisteme geçiş yaparak bayilerimizin daha verimli çalışması da sağlanmıştır.

#### E-Ticaret Uygulamaları

E-ticaret operasyonlarımız 2005 yılında başlatılmış, özellikle 2018 yılından itibaren yürütülen çalışmalarla büyük ivme kazanmıştır. 2023 sonu itibarıyla

carrefoursa.com 20 ilde 75 mağaza ve 287 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 durumdayız. 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 2023 sonu itibarıyla 160 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 ve Süreç 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 kârlılığa da doğrudan katkıda bulunuyoruz.

CarrefourSA mağazacılık anlayışına ve ulaşılacak 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 belirleyerek, yapacağımız uygulamalar için 5 araç benimsedik:

- **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.

### 2023 yılında gerçekleştirdiğimiz çalışmalar:

- **Öneri Sistemi:** C-Mobil uygulaması üzerinden hayata geçirdiğimiz Öneri Sistemi uygulaması ile tüm çalışanlarımız iyileştirme, geliştirme önerilerini, problemlerini ve müşteri geri bildirimleri iletebilmektedir. İletilen konu başlıkları tek tek değerlendirilerek projelendirilip çözüme kavuşturulmaktadır.
- **STT Sistemi:** Reyonda Bekleme Süresi gelmiş ürünler C-Mobil

uygulaması üzerinden mağaza çalışanlarına günlük olarak iletilmektedir. Mağaza görevlileri iletilen bu listeyi günlük olarak kontrol ederek son tüketim tarihi ile ilgili problemi olan tüm ürünleri reyonlardan toplamaktadır.

- **Kokpit:** Dijital raporlama ekranı olan Kokpit, mağazaların günlük olarak takip etmek istediği raporları dijital olarak görüntüleyebilmektedirler. Oluşturulan tüm raporlar, Kokpit ekranının kütüphanesinde saklı tutulmaktadır ve e-posta yoluyla paylaşılmamaktadır. Bu sayede e-posta kirliliğinin önüne geçilmiş oluyoruz.
- **Depo Düzeni:** Yalın değerlendirmeler aracılığıyla tüm mağazaların depolarında 5S standartlarına uymayan aletler ile atıl ve hurda ekipmanlar mağazalardan uzaklaştırılmış ve tüm mağazaların depoları düzenlenmiştir.
- **Yalın Panosu:** Yalın Panosu geliştirilerek kullanılmaya devam edilmektedir. Her mağazada bulunan ve şeffaf bilgi sağlayan raporlar tüm

çalışanlarla paylaşılmaktadır.

- **Mağaza Değerlendirmeleri:** Mağazaların tamamı en az bir kez yalın değerlendirmeye alınmakta ve ihtiyacı olan mağazalara destek eğitimleri verilmektedir.

### 2024 yılı hedeflerimiz:

- **Mağaza Portal:** Mağaza Portal ekranı, tüm mağazaların erişebileceği intranet sistemidir. Mağazalar bu ekran sayesinde mağaza için yapabilecekleri birçok işlemi tek sayfa üzerinden gerçekleştirebilecek, kullanmak istedikleri diğer uzantılara kolaylıkla erişebilecek ve bülten ve duyuru takibi yapabilecektir. Portal ekranının açılması, geliştirilmesi ve iyileştirilmesi hedeflenmektedir.
- **Dijital İş Gücü Planlama Projesi:** Bu proje ile mağazalarda vardiya planlarının otomatik olarak oluşturulması sağlanacaktır. Vardiya planlarına ek olarak, iş yükü verisine dayalı olacak şekilde her çalışan için 30 dakikalık periyotlarda hangi görevde, hangi alanda yer alması gerektiğini planlamayı hedeflemekteyiz.
- **Değerli Ürün Mal Kabulünün El Terminali İle Yapılması:** Değerli ürün mal kabulü mevcut durumda iki kişi tarafından, form üzerinden kontrol edilerek, sayılarak ve işaretlenerek yapılmaktadır. Eksik fazla ürün tespiti durumunda form oluşturulmakta ve zimmet süreci başlatılmaktadır. El terminaliyle yapılacak olan mal kabullerde tek kişi tarafından, ürünler el terminaliyle okutulmuş sistemsel kayıtlarla ve otomatik oluşturulan formla yapılması hedeflenmektedir.
- **Taze Gıda Talep Toplama:** Taze gıda sektörü için sahadan mail yoluyla, özenli takip süreci yönetilerek talepler toplanmaktadır. Bu taleplerin C-Mobil üzerinden Bölge Müdürü onayıyla dijital olarak toplanması hedeflenmektedir.
- **Kokpit:** Kokpit ekranına yeni raporların eklenmesi süreci devam edecektir.

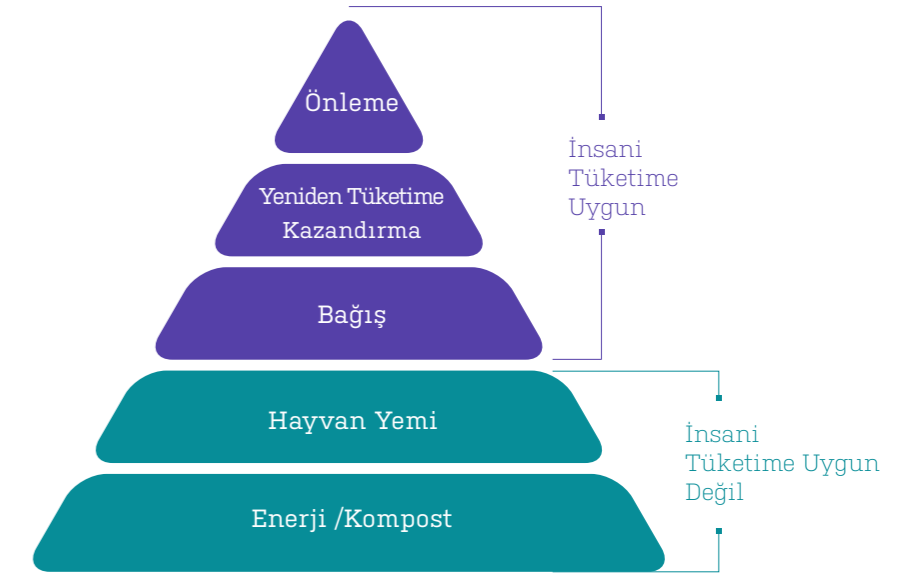
- **Çoklu Görev Matrisi:** Bu uygulama sayesinde mağaza içinde belirlenen ana görevlerde tüm çalışanların eğitimlerle desteklenerek yetkinleştirilmesi hedeflenmektedir. Uygulama C-Mobil üzerinde yapılacaktır, çalışanlar eğitim alıp kendilerini geliştirdikçe yetkinlik seviyeleri de ilerletilecektir.
- **Kobetsu Kaizen Projesi:** Bu çalışma sayesinde mağaza içi ekip iletişiminin artırılması, mağaza içinde çözülebilecek problemlerin beklemeden çözülmesi hedeflenmektedir. Bu proje C-Mobil uygulaması üzerinden yapılacaktır, böylece ekiplerin etkin takibi sağlanacaktır.

## GIDA ATIĞI

### GIDA ATIĞI YAKLAŞIMIMIZ

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	2022	2023
Gıda Atığı (ton)	15.062	15.396
Ciro Kaybı (m TL)	363	351
Ciroya Oranı (%)	1,0	0,8

## GIDA ATIĞINI YÖNETMEK İÇİN PROGRAMLARIMIZ



### Gıdanı Koru Kampanyası

2020 yılında azaltılması amacıyla 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 sebzelere 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 hazırlamaktayız. Gıdanı Koru logosuna yer vererek doğru saklama koşulları ve 'mutfağı ilk

giren ilk çıkar' gibi gıda güvenliğine değinerek tüketicilere israfı engellemeye yönelik iletişimler yapmaktayız.

### Görüntüsüne Aldanmayın Tadına Şans Verin

"Görüntüsüne Aldanmayın Tadına Şans Verin" sloganıyla 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 reyollarında 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, 2023'te ise 82 ton meyve ve sebzeyi atık olmaktan kurtardık. Toplam meyve-sebze reyonu atık miktarına bakıldığında yaklaşık %5 geri dönüşüm sağlandı. Bu oranı

Gıda Atıkları	2022	2023
Atık Miktarı (ton)	15.062	15.396
Gıda Bağışı (ton)	215	503
Atığın Bağışa Dönme oranı (%)	1,43	3,27

önümüzdeki yıllarda da minimum %5 seviyesinde tutmayı hedefliyoruz.

### Gıda Bağışı

Mağazalarımızda satış fazlası gıda ve gıda dışı ürünleri FAZLA ve Gıda Kurtarma Derneği ile ihtiyaç sahiplerine ulaştırmaktayız. 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.

2023 yılında 11.756 adet bağış sayımızla gıda bankalarına ulaştık ve 503 ton gıdayı ve gıda dışı ürünü kurtardık. Projenin başından itibaren ise 718 tona ulaştık. Hazır paketli gıda, şarküteri, temizlik ve hijyen malzemeleri, bakliyat, temel gıda, kozmetik gibi birçok reyonda bağış yapmaktayız.

## İŞ ETİĞİ

### İŞ ETİĞİ YAKLAŞIMIMIZ

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

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	2021	2022	2023
Eğitim Saati	1.646	1.919	1.517
Tamamlanma Oranı (Tamamlanma/Atanma) (%)	63	60	60

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](mailto: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](mailto: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 2023'te 974 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	2021	2022	2023
Etik Başvurular + Merkezden Başlatılan İncelemeler	1.036	1.030	974
Başlatılan Etik Araştırma Adedi	462	205	214
Verilen Disiplin Cezası Adedi	1.012	934	1.022
İş Akdi Sonlandırılan Çalışan Sayısı	174	131	114

### RÜŞVET VE YOLSUZLUKLA MÜCADELE

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/hakkimizda/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 223,224

İnsan Hakları Evrensel Beyanname'si 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 230,FBFR310a,2

Şirketimizi rekabet edebilir iş gücü 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 %67'dir.

Toplu Sözleşme Kapsamındaki Çalışanlarımız	2021	2022	2023
Çalışanlarımızın %si	69	68	67

#### 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.

2023'teki 30 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. 133

Mağaza açılışları ve 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 135 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 238,1,408,1,409,1,434,1,414,2,FBFR430a,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 performansını 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 haklarını

saygıyı ve sosyal uygunluğu sağlamaktır. Tedarikçilerimizin çalışanlarını, toplulukları ve çevreyi koruyarak sürdürülebilir bir gelecek inşa edilmesine yardımcı olmayı hedefliyoruz. Tedarikçilerimizin BSCI (Business Social Compliance Initiative – İş Sosyal Uyum İnisyatifi) 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 performansını arttırmak 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 diğer tedarikçileri de sürece dahil etmeyi planlıyoruz.

# DOĞRU İŐ YERİ

## SORUMLULUĞUMUZ

*Çalışan Memnuniyeti ve  
Gelişimi*

*Çalışan Sağlığı ve GÜvenliği*

*Cinsiyet ve Fırsat EŞitliği*



# Doğru İş Yeri 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 İş yeri yapmak ve örnek gösterilebilecek uygulamalara imza atmak, öncelikli sorumluluklarımız arasındadır.

## ANA PERFORMANS GÖSTERGELERİ

	2021	2022	2023	
Çalışan Memnuniyeti ve Gelişimi	Çalışan Sayısı	10.174	10.663	10.520
	Belirsiz Süreli Çalışan Oranı (%)	94	93	96
	Tam Zamanlı Çalışan Oranı (%)	99,9	99,9	99,7
	Yeni İşe Alım Oranı (%)	30	41	41
	Sirkülasyon Oranı (%)	38	36	28
	30 Yaş Altı Çalışan Oranı (%)	30	29	27
	Yeni İşe Alımlarda 30 yaş altı çalışan Oranı	71	67	64
	Çalışan Bağlılık Oranı* (%)	-	52	47
	Ortalama Eğitim Saati	14,1	14,3	9,7
MAYA Programı Mezunu	208	18	115	
Çalışan Sağlığı ve Güvenliği	İSG Kurulu Sayısı	39	39	29
	İş Kazası Sayısı	312	316	363
	İş Kazası Oranı	5,73	4,63	5,33
	Vefatla Sonuçlanan Kaza Sayısı	0	0	0
	Ağır Yaralanmayla Sonuçlanan Kaza Sayısı	0	0	0
Kapsayıcılık ve Eşitlik	Mesleki Hastalık Oranı	0	0	0
	Kadın Çalışan Oranı (%)	37	39	40
	Kadın Yönetici Oranı (%)	26	27	27
	Kadın Yönetim Kurulu Üyesi Oranı (%)	17	17	17
	Terfilerde Kadın Oranı (%)	40	43	38
	Yeni İşe Alımlarda Kadın Oranı (%)	46	51	51
	Sirkülasyonda Kadın Oranı (%)	40	47	42
	Cinsiyete Dayalı Ücret Farkı** (%)	4	4	3
	Yatırımcı ve Yöneticisi Kadın Olan Bayi Sayısı	13	25	77
	Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Eğitimi Tamamlanma Oranı (%)	74	80	62
	Annelik İzni Sonrası İşe Dönüş Oranı	80	90	83
	Babalık İzni Sonrası İşe Dönüş Oranı	100	100	100
	Annelik İzni Dönüşü en az 12 Ay İşte Kalış Oranı	85	72	69
	Babalık İzni Dönüşü en az 12 Ay İşte Kalış Oranı	82	89	87
	Engelli Çalışan Oranı (%)	2,5	2,6	2,8

(\*) Beyaz Yaka

(\*\*) Ortalama kadın çalışan ücretinin erkek çalışan ücretine göre yüzde kaç düşük olduğu (Gender Pay Gap)

## ÇİFTE ÖNEMLİLİK ETKİ, RİSK VE FIRSATLARI



### ETKİ ÖNEMLİLİĞİ

Konu	Alt Konu	Etkiler	Mevcut / Potansiyel	Negatif / Pozitif	Vade	İnsan Hakları Etkisi
S1 - Şirket İş Gücü	Çalışma Koşulları	CarrefourSA, çalışanlarına, anneler de dahil olmak üzere tüm işçilere Avita çalışan destek hizmeti sunmaktadır. Bu hizmet, pedagojik, tıbbi ve psikolojik destek gibi çeşitli yardımları içermektedir. Doğum izninden dönen çalışanlara her gün iki saat emzirme izni verilir. Ayrıca, genel merkez binasında ve hipermarketlerde bir emzirme odası bulunmaktadır ve genel merkez çalışanları için kreş hizmeti de sunulmaktadır.	Mevcut	Pozitif	Kısa	Var
		CarrefourSA'nın mağaza ve depo operasyonlarında, elektrikli ekipman kullanımı, kamyon yükleme/boşaltma, keskin aletlerle çalışma ve yemek pişirme sırasında yanma gibi tehlikeler iş kazası risklerini artırırken, depolarda yüksekte düşen paletler ve hareketli ekipmanlar ile yayaların karşılaşma riski gibi faktörler de ön plana çıkmaktadır. Bu tür riskler, uygun iş sağlığı ve güvenliği önlemleri alınmadığında çalışanların ciddi meslek hastalıkları ve kazalarla karşı karşıya kalmasına neden olabilir. Özellikle tekrarlayan görevler ve ağır çalışma koşulları, hem fiziksel hem de psikososyal açıdan çalışanları zorlayarak, kas-iskelet sistemi rahatsızlıklarına ve tükenmişliğe yol açabilir.	Potansiyel	Negatif	Kısa, Orta, Uzun	Var
	Herkes Eşit Davranış ve Fırsat Eşitliği	CarrefourSA, cinsiyet dağılımını iyileştirmek amacıyla önemli adımlar atmaktadır. Şirketin iş gücünde kadın çalışanların oranı %40 iken, yönetici pozisyonlarında bu oran %27'dir. Terfi edenlerin %38'i ve yeni işe alınanların %51'i kadınlardan oluşmaktadır. Bu veriler, CarrefourSA'nın liderlik pozisyonlarına kadın katılımını artırmaya yönelik çabalarını yansıtmakta ve mevcut cinsiyet dengesini daha eşit hale getirme hedefi doğrultusunda attığı adımları göstermektedir.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta,	Var
		CarrefourSA'da %3 olarak ölçülen kadın çalışan maaş farkı, toplumsal cinsiyet eşitliği ve "eşit değerde işe eşit ücret" ilkesine uyum sağlanmadığını göstermektedir. Kadın ve erkek çalışanlar arasında bu tür bir ücret eşitsizliği, kadın çalışanların eşit değerdeki iş için erkek meslektaşlarına göre daha az kazandığını göstermektedir. Bu durum, toplumsal cinsiyet eşitliğini olumsuz etkileyerek kadın çalışanların motivasyonunu ve iş tatminini düşürebilir.	Potansiyel	Negatif	Kısa, Orta	Var
Herkes Eşit Davranış ve Fırsat Eşitliği	CarrefourSA'nın NEET Geleceğini Kuran Genç Kadınlar Projesi kapsamındaki ilk işe alımı gerçekleştiren kurum olarak attığı adım, kadınların iş gücüne katılımını destekleme açısından önemli bir etki yaratmaktadır.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta	Var	
	CarrefourSA'nın engelli çalışanlar için yaptığı düzenlemeler engelli çalışanların iş yaşamına aktif olarak katılmalarını kolaylaştırıyor.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta	Var	

## FİNANSAL ÖNEMLİLİK

Konu	Alt Konu	Risk	Fırsat	Vade
S1 - Şirket İş Gücü	Çalışma Koşulları	Enflasyonist bir ekonomide, ücretlerin sürekli olarak yükselmesi, kısa vadede CarrefourSA'nın iş gücü maliyetlerini önemli ölçüde artırabilir. Özellikle çalışanlar enflasyona karşı maaşlarında düzenli artış beklerken, bu talebin karşılanmaması çalışan memnuniyetsizliğine ve personel devrinin artmasına neden olabilir. Bu durum, ek işe alım ve eğitim maliyetleri yaratabilir. Ayrıca, enflasyona karşı uyum sağlamak amacıyla artan maaşlar, CarrefourSA'nın maliyet yapısını olumsuz etkileyerek kısa vadede kârlılığı azaltabilir. Orta ve uzun vadede ise, enflasyonun yükselmesi halinde, sürekli maaş artışları sürdürülemez hale gelebilir, bu da CarrefourSA'nın mali açıdan baskı altında kalmasına neden olabilir.		Kısa, Orta, Uzun
		Taşeron çalışanların maaşlarının artırılmaması veya enflasyon karşısında yetersiz kalması, kısa vadede grevler ve iş durdurmalara yol açarak, CarrefourSA'nın tedarik zincirinde ürün tedarikinin kesintiye uğramasına ve stok yönetiminde zorluklara neden olabilir. Bu operasyonel aksaklıklar, gelir kaybı ve artan tedarik maliyetleri ile sonuçlanabilir.		Kısa, Orta, Uzun
		Ayrıca, bu tür grevler ve iş durdurular medyada geniş yer bulabilir, bu da CarrefourSA'nın marka itibarını zedeleyerek müşteri güvenini sarsabilir. Orta ve uzun vadede, olumsuz medya yansımaları ve müşteri sadakatindeki kayıplar, CarrefourSA'nın finansal performansına ve pazar payına olumsuz etki yapabilir.		Kısa, Orta, Uzun
		İş sağlığı ve güvenliği uygulamalarında eksiklikler olması, kısa vadede iş kazalarına yol açabilir. Özellikle mağazalarda ağır yük kaldırma, raflara ürün yerleştirme gibi fiziksel işlerde yaşanabilecek kazalar, iş gücü kaybına ve operasyonel aksaklıklara neden olabilir.		Kısa, Orta, Uzun
		Orta vadede, bu kazalar tazminat taleplerine ve hukuki süreçlere yol açabilir, bu da CarrefourSA için ek maliyetler yaratabilir. İş kazalarının artması, aynı zamanda çalışan memnuniyetini ve motivasyonu düşürebilir, bu da personel devrini artırarak yeni işe alım ve eğitim süreçlerinin maliyetini yükseltebilir.		Kısa, Orta, Uzun
		Uzun vadede, sürekli iş sağlığı ve güvenliği sorunları, CarrefourSA'nın itibarını zedeleyebilir ve çalışanların şirkete olan güvenini azaltarak müşteri memnuniyetini olumsuz etkileyebilir.		Kısa, Orta, Uzun

## ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ VE GELİŞİMİ

## ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ VE GELİŞİMİ YAKLAŞIMIMIZ

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 yönetim 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

10.000'den fazla kişiye doğrudan istihdam sağlamaktayız. Çalışanlarımızın, 2023 sonu itibarıyla

- %75'i mavi yakalı,
- %96'sı belirsiz süreli,
- %99,7'si tam zamanlı
- %27'si 30 yaş altında,
- %47'si İstanbul'dadır.

Pozisyona Göre Çalışan Oranı (%)	2021	2022	2023
İcra Kurulu	0,1	0,1	0,1
Grup Müdürü	0,3	0,3	0,3
Müdür	0,9	1,1	1,2
Yönetici	0,9	0,9	1,2
Kıdemli Uzman	1,0	1,5	1,9
Uzman	2,1	2,1	2,1
Uzman Yardımcısı	0,4	0,3	0,3
Mağaza & Depo Müdürü	5,8	5,9	6,1
Mağaza & Depo Yöneticisi	12,5	11,8	11,4
Mavi Yaka	76,0	76,1	75,4
<b>Toplam</b>	<b>10.174</b>	<b>10.663</b>	<b>10.520</b>

Belirli ve Belirsiz Süreli Çalışanlar	2021	2022	2023
Belirli Süreli (%)	6	7	4
Belirsiz Süreli (%)	94	93	96
Toplam	10.174	10.663	10.520

#### Belirli ve Belirsiz Süreli Çalışanlarımızın Bölgelere Göre Dağılımı

Bölge	2021			2022			2023		
	Toplam	Belirli Süreli (%)	Belirsiz Süreli (%)	Toplam	Belirli Süreli (%)	Belirsiz Süreli (%)	Toplam	Belirli Süreli (%)	Belirsiz Süreli (%)
İstanbul	4.989	5,7	94,3	5.105	3,3	44,5	4.942	0,0	100,0
Ege Akdeniz	3.004	7,8	92,2	3.267	2,2	28,5	3.331	8,1	91,9
İç Anadolu, Karadeniz, Doğu-Güneydoğu Anadolu	1.223	4,0	96,0	1.271	0,5	11,5	1.237	5,8	94,2
Marmara	959	6,0	94,0	1.020	0,5	9,0	1.010	7,7	92,3
<b>Toplam</b>	<b>10.174</b>	<b>6,2</b>	<b>93,8</b>	<b>10.663</b>	<b>6,5</b>	<b>93,5</b>	<b>10.520</b>	<b>4,0</b>	<b>96,0</b>

Tam ve Yarı Zamanlı Çalışanlar	2021	2022	2023
Yarı Zamanlı (%)	0,1	0,1	0,3
Tam Zamanlı (%)	99,9	99,9	99,7
Toplam	10.174	10.663	10.520

#### Yaş Grubu ve Pozisyona Göre Çalışan Sayısı

Pozisyon	2021			2022			2023					
	Toplam	30- (%)	30-50 (%)	50+ (%)	Toplam	30- (%)	30-50 (%)	50+ (%)	Toplam	30- (%)	30-50 (%)	50+ (%)
İcra Kurulu	8	0	63	38	8	0	63	38	8	0	63	38
Grup Müdürü	32	0	81	19	33	0	85	15	35	0	83	17
Müdür	93	0	92	8	113	0	90	10	123	0	88	12
Yönetici	87	6	88	7	94	3	90	6	121	3	90	7
Kıdemli Uzman	100	6	90	4	159	13	84	3	196	12	84	4
Uzman	213	31	68	1	224	36	63	1	224	42	56	1
Uzman Yardımcısı	42	64	31	5	32	63	34	3	32	56	41	3
Saha Beyaz Yaka Mağaza - Depo Müdürü	591	4	93	3	630	4	93	3	646	5	92	3
Saha Beyaz Yaka Mağaza - Depo Yönetici	1.273	21	78	1	1.254	18	79	3	1.203	16	81	4
Mavi Yaka	7.736	35	60	5	8.116	33	61	6	7.932	32	62	6
<b>Toplam</b>	<b>10.174</b>	<b>30</b>	<b>65</b>	<b>4</b>	<b>10.663</b>	<b>29</b>	<b>66</b>	<b>5</b>	<b>10.520</b>	<b>27</b>	<b>67</b>	<b>6</b>

#### Yeni İşe Alımlar ve Sirkülasyon

2023 yılında %41 yeni istihdam yapılmıştır. İşe alımların %55'i İstanbul dışı illerde yapılmıştır. Sirkülasyon oranı ise 2023'te %28 olmuştur. Ege ve Akdeniz bölgelerinde çıkışların yüksek olması sezonluk veya belirli süreli alınan çalışanlardan kaynaklanmaktadır. Sirkülasyon oranının ileriki yıllarda %30 seviyelerinde kalmasını hedeflemekteyiz.

Yeni İşe Alım ve Sirkülasyon Oranları (%)	2021	2022	2023
Yeni İşe Alımlar	3.146	4.256	4.375
Yeni İşe Alım Oranı (Ortalama Çalışan Sayısına Göre) - %	30	41	41
Sirkülasyon	4.045	3.723	3.009
Sirkülasyon Oranı (Ortalama Çalışan Sayısına Göre) - %	38	36	28

#### Yeni İşe Alımların Bölgelere Göre Dağılımı

İşe Alımlar	2021	2022	2023
İstanbul (%)	43	45	46
Ege Akdeniz (%)	42	39	39
Marmara (%)	10	11	10
İç Anadolu, Karadeniz, Doğu-Güneydoğu Anadolu (%)	5	5	6
<b>Toplam</b>	<b>3.146</b>	<b>4.256</b>	<b>4.375</b>

#### Sirkülasyonun Bölgelere Göre Dağılımı

Sirkülasyon	2021	2022	2023
İstanbul (%)	40	47	60
Ege Akdeniz (%)	34	38	26
Marmara (%)	9	11	8
İç Anadolu, Karadeniz, Doğu-Güneydoğu Anadolu (%)	16	4	7
<b>Toplam</b>	<b>4.045</b>	<b>3.723</b>	<b>3.009</b>

#### Genç Yetenekler

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 projesi kapsamında 2023 yılında 10 genç yetenek şirketimize katılmıştır. Seçme değerlendirme süreci devam eden program ile daha da çok genç yeteneğin şirketimize kazandırılması planlanmaktadır. 2023 sonu itibarıyla çalışanlarımızın %72'si Y jenerasyonundan oluşmaktadır, yaş ortalamamız ise 36'dır.

2023 sonu itibarıyla, 30 yaş altı çalışanlarımız

- Toplam iş gücümüzün %27'sini
- Yeni işe alınanların %64'ünü
- Sirkülasyonun %48'ini oluşturmaktadır.

Yeni işe alımların en az yarısının 30 yaş altı kişilerden oluşmasını, böylelikle 30 yaş altı çalışan oranının 2026 yılına kadar %29'a çıkmasını hedeflemekteyiz.

Jenerasyona Göre Çalışan Sayısı (%)	2021	2022	2023
BB	0,3	0,2	0,2
X	21,6	20,7	18,8
Y	74,6	73,3	72
Z	3,5	5,8	9

#### Yeni İşe Alımların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

İşe Alımlar	2021	2022	2023
30- (%)	71	67	64
30-50 (%)	27	32	33
50+ (%)	1	2	3
<b>Toplam</b>	<b>3.146</b>	<b>4.256</b>	<b>4.375</b>

#### Sirkülasyonun Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Sirkülasyon	2021	2022	2023
30- (%)	57	64	48
30-50 (%)	40	33	47
50+ (%)	3	3	5
<b>Toplam</b>	<b>4.045</b>	<b>3.723</b>	<b>3.009</b>

## 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 arttırmak için memnuniyet anketleri yapmaktayız. Taşeronlarımızın çalışanlarının memnuniyeti ise kendi şirketleri tarafından ölçümlenmektedir.

2023 yılında beyaz yaka çalışanları kapsayan Çalışan Bağlılığı ve Memnuniyeti araştırması yapılmış, bağlılık sonucu %47, memnuniyet sonucu ise %86 olarak gerçekleşmiştir.

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 daha tecrübeli çalışanlarımızın rehberliğinde gerçekleşmektedir. 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** hazırlamaktayız. **CarrefourSA Aylık Bülteni** ise bir önceki ay ve ilgili ay içinde yapılan tüm iç iletişim faaliyetleri ve etkinlikleri ile özel günlere dair etkinlik ve workshop önerilerini içermektedir.

- Her yıl 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramında farkındalık yaratmak için **Sağlıklı Yaşam ve Spor Festivali** düzenlemekteyiz.
- Sağlıklı beslenme sürecinde tercihleri ve uygulamaları doğru yapmayı desteklemek adına **gıda okuryazarlığı eğitimleri** vermekte, etiketlerin önemi, beslenme değerleri, gıda güvenliği gibi konulara değinmekteyiz.
- Çalışanlarımızın sağlıklı beslenme konularına olan ilgisini arttırmak ve bilinçlendirmek için haftada 2 gün ücretsiz **diyetsiyen** 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 getirmekteyiz.
- **Sabancı Cumhuriyet Seferberliği** kapsamında tüm Türkiye'yi ilgilendiren sürdürülebilirlik konularında çalışanlarımızın çoğunluğunun aktif rol aldığı projeler düzenliyoruz.
- Pandemi ile birlikte ara verilen Bowling Kulübü, Koşu Kulübü, Basketbol Kulübü, Kürek Kulübü, Tiyatro Kulübümüz yeniden faaliyete geçmiştir. Bowling ve Koşu Kulübümüz ile katıldığımız kurumsal yarış ve turnuvalardan derece ile döndük. Tiyatro Kulübümüz hazırladığı oyunu Sabancı Center ve İstanbul Türkan Saylan Kültür Merkezi'nde sahneledi. Çalışanlarımız için yelken eğitimleri düzenlendi.
- Bunun yanı sıra özel günlerde Deprem Farkındalığı, Ebeveyn Adaylarına Doğum Öncesi Eğitimi, Atatürk Hikayeleri gibi çeşitli webinarlar düzenlemekteyiz.

## ÇALIŞANLARA SAĞLANAN HAKLAR

### Ücretlendirme ve Diğer Haklar <sup>2019-2021</sup>

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 sözleşmesi 21.05.2021'de imzalanmış durumdadır, bir sonrakisi 2024 yılında yapılacaktır. 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 <sup>2021</sup>

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.



## Çalışan Destek Programı (Avita)

Tüm çalışanlarımıza Avita Destek Programını ücretsiz olarak sunmaktayız. Bu program, çalışanın **ve aynı evi paylaşan aile bireylerinin** yararlanabileceği, 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.

## 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 gerçekleştirmekteyiz.

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 <sup>2023</sup> – Pozisyona Göre

Pozisyon	2021	2022	2023
İcra Kurulu	5,6	0,4	0,3
Grup Müdürü	29,8	35,1	15,7
Müdür	31,9	29,5	22,6
Yönetici	27,8	33,9	11,0
Kıdemli Uzman	13,9	26,0	16,7
Uzman	15,7	20,7	12,9
Uzman Yardımcısı	9,6	32,6	19,9
Saha Beyaz Yaka Mağaza – Depo Müdürü	28,5	27,7	17,4
Saha Beyaz Yaka Mağaza – Depo Yönetici	60,5	43,4	25,4
Mavi Yaka	5,3	7,6	6,2
<b>Toplam</b>	<b>14,1</b>	<b>14,3</b>	<b>9,7</b>

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 <sup>2023</sup>

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 projeler de yer almaktadır.

### Performans ve Kariyer Değerlendirmeleri <sup>2023</sup>

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 değerlendirilerek kariyer yolu çizilmekte, tüm yönetim pozisyonları ve diğer kritik pozisyonlar için de yedekleme planları hazırlanmaktadır. 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. 2023 yılı performans değerlendirmesi yapılan çalışan oranımız yaklaşık %10'dur.

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.

- **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 uygulamaları, iş başında sergilenen davranışların gözlemlenmesi amacıyla pozisyondan beklenen yetkinliklere göre uyarlanmış vaka grup çalışması, sunum ve 'role play' egzersizlerinden oluşur. 2021 yılında 45, 2022 yılında 145, 2023 yılında ise 66 Müdür Yardımcısı bu programa dahil olmuştur.

MAYA Programı	2021	2022	2023
Katılımcı	234	93	122
Mezun	208	18	115
Atama	99	61	94

## ÇALIŞAN SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ



### ÇALIŞAN SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ YAKLAŞIMIMIZ

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 İş Sağlığı ve Güvenliği politikamızı gelişmelere ve koşullara göre şekillendiriyor, sürekli gelişmesi için aşağıda çalışmalarını uyguluyoruz.

- Tüm çalışanlarımız, tedarikçilerimiz ve müşterilerimiz en öncelikli paydaşlarımızdandır.
- 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 hastalıklarının 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.

### İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ

Yasal yükümlülüklerimiz gereği 'tehlikeli' iş yeri sınıfında olan 11 lojistik depomuzda ve 'az tehlikeli' iş yeri sınıfında olan ve 50'den fazla çalışanı olan 28 mağazamızda doğrudan iş yeri hekimi ve iş güvenliği uzmanı görevlendiriyoruz. Yine "az tehlikeli" iş yeri sınıfında olup 50'den az çalışanı olan 650 iş yerimizde ise yetkili Ortak Sağlık Güvenlik Birimi firmalarından yönetmeliğin belirlediği periyotlarda çalışan sayısına göre belirlenmiş sürelerde iş güvenliği uzmanından hizmet alıyoruz.

- 2023 sonu itibarıyla az tehlikeli iş yeri sınıfında 50'den fazla çalışanı olan 28 mağazamızda ve tehlikeli iş yeri sınıfında olan 11 lojistik depomuzda İSG Kurulu bulunmaktadır. 50'den az çalışanı olan diğer mağazamızın tüm süreçleri Genel Müdürlükten yürütülmektedir.

- İş denetimden geçen İSG sistemimize iş yerlerimizin %100'ü dahildir. 2024 yılında tamamlanamayan ve yeni açılan mağazalar için dış denetim planlanmasıyla birlikte mağazamızın %55'i dış denetime tabii olmuştur.
- Kurullarımızın üyeleri İş yeri Müdürü, İş Güvenliği Uzmanı, İş yeri 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.
- 2023 yılında 6.534 saat sınıf içi, 817 saat çevrim içi eğitim ile çalışanlarımıza İş Sağlığı ve Güvenliği eğitimi sağlamış bulunmaktayız.

### Risklerin Yönetimi

İş yerlerimizdeki riskleri değerlendirilirken;

- İş yerinde 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 kaldırmaya mümkün olmaması halinde de kabul edilebilir seviyede tutmaya çalışıyoruz.

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

İSG risk yönetimi, iş yerlerimizdeki 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

11 depo merkezimizde ve 28 mağazamızda yasal yükümlülüklerimizle uyumlu olarak İş Güvenliği Uzmanı ve İş yeri 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) iş yerini ziyaret ederek çalışma yapmaktadır. İlgili iş yerinin 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 İş yeri Müdürümüze durumun tespit edilmesini ve gerekli tedbirlerin alınmasını talep edebilir. İş yeri 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 iş yerini 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 yöneticilerimiz içinse İSG Yönetici Rehberi oluşturulmuş ve yine dijital ortamda paylaşılmıştır. Bu rehber sayesinde iş yeri yöneticilerimiz hem İSG kuralları hem de mevzuat gereği bulunması zorunlu olan dokümanlar hakkında bilgi sahibi olmaktadır.

Çalışanlarımızın ve taşeron çalışanlarının tamamına genel İSG Eğitimi doğrudan veya taşeronlarımız vasıtasıyla verilmektedir. 2023 yılından toplam 16.238 saat yüz yüze ve sanal İSG eğitimi yapılmıştır. 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 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 iş yeri hekimi bulundurulmakta ve İş yeri 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 iş yeri açılışlarımızda riskleri önceden tespit etmek için inşaat sürecini ve inşaat firmalarını denetlemekteyiz. Denetimler sonrasında tespit edilen uygunsuzlukların düzeltilmesi için ilgili bölümleri bilgilendiriyor ve uygulamaları takip ediyoruz.

İş yerlerimizde 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. İş yeri yöneticilerimiz içinse İSG Yönetici Rehberi oluşturulmuş ve yine dijital ortamda paylaşılmıştır. Bu rehber sayesinde iş yeri 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

Yapılan tüm risk değerlendirmeleri, eğitimler ve alınan önlemlere

rağmen iş kazaları yine de olabilmektedir. Olası bir iş kazası veya meslek hastalığı durumunda iş yerimizin 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. Son üç yıldır vefatla veya ağır yaralanmayla sonuçlanan iş kazası yaşamadık, hedefimiz bu durumun önümüzdeki yıllarda da devam etmesidir. Ayrıca 2026 yılına kadar gün kayıplı kaza sayısının 140'ın altında, iş kazası oranının da 5'in altında seyretmesini hedefliyoruz.

İş Kazaları	2021	2022	2023
Vefatla Sonuçlanan Kaza Sayısı	0	0	0
Ağır Yaralanmayla Sonuçlanan Kaza Sayısı	0	0	0
Gün Kayıplı Kaza Sayısı	182	145	155
Toplam Kaza Sayısı	312	316	363
İş Kazası Oranı (Gün kayıplı kazalar baz alınmaktadır)	5,73	4,63	5,33

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	2021	2022	2023
Vefatla Sonuçlanan Mesleki Hastalık Sayısı	0	0	0
Ağır Yaralanmayla Sonuçlanan Mesleki Hastalık Sayısı	0	0	0
Toplam Mesleki Hastalık Sayısı	1	0	1
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



## KAPSAYICILIK VE EŞİTLİK



### KAPSAYICILIK VE EŞİTLİK YAKLAŞIMIMIZ

CarrefourSA'da herhangi bir sebeple ayrımcılık yapılmasına asla izin vermiyoruz, tüm kesimlerin farklılıklarına saygı duyuyor ve fikirlerini etik ilkelerimiz kapsamında özgürce ifade etmelerini teşvik ediyoruz. 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 ayrımcılık uygulama talep edemez, kimseye

ayrımcılık 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

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. 2023 sonu itibarıyla



Çalışanlarımızın %40'ı



İcra Kurulumuzun %38'i



Yöneticilerimizin %27'si kadın.

- Terfi eden çalışanlarımızın %38'i, yeni işe alımların %51'i ve sirkülasyonun %42'si kadın,
- Kadınların ortalama maaşı pozisyona göre değişiklik gösterse de erkeklerin yaklaşık %97'si,
- Tam/yarı zamanlı veya belirli/belirsiz süreli çalışanlarımızda cinsiyet dağılımında belirgin bir fark bulunmamakla birlikte verdiğimiz eğitimlerde ortalama eğitim saati 9,7, kadın çalışanlarda ise 10,9
- 2023 yıl sonu itibarıyla Yatırımcısı veya Yöneticisi Kadın Olan Bayi Sayısı 77, oranı %23'tür. Bu oran önümüzdeki üç yıl boyunca %18-20 bandında seyretmesi öngörülmektedir.

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.

Kadın Çalışanlara Yönelik Hedeflerimiz (%)	2024	2025	2026
Kadın Çalışan Oranı	43	45	48
Kadın Yönetici Oranı	30	32	34
Yeni İşe Alımlarda Kadın Oranı	50	50	50
Sirkülasyonda Kadın Oranı	<50	<50	<50

Çalışanlarımızın Cinsiyete Göre Dağılımı									
Pozisyon	2021			2022			2023		
	Toplam	Kadın (%)	Erkek (%)	Toplam	Kadın (%)	Erkek (%)	Toplam	Kadın (%)	Erkek (%)
İcra Kurulu	8	38	63	8	38	63	8	38	63
Grup Müdürü	32	22	78	33	27	73	35	26	74
Müdür	93	27	73	113	35	65	123	36	64
Yönetici	87	48	52	94	46	54	121	38	62
Kıdemli Uzman	100	57	43	159	55	45	196	53	47
Uzman	213	51	49	224	53	47	224	53	47
Uzman Yardımcısı	42	50	50	32	28	72	32	41	59
Saha Beyaz Yaka Mağaza – Depo Müdürü	591	17	83	630	20	80	646	22	78
Saha Beyaz Yaka Mağaza – Depo Yönetici	1.273	26	74	1.254	27	73	1.203	26	74
Mavi Yaka	7.736	40	60	8.116	42	58	7.932	43	57
<b>Toplam</b>	<b>10.174</b>	<b>37</b>	<b>63</b>	<b>10.663</b>	<b>39</b>	<b>61</b>	<b>10.520</b>	<b>40</b>	<b>60</b>

Terfilerin Cinsiyete Göre Dağılımı									
Terfi Edilen Pozisyon	2021			2022			2023		
	Terfi Sayısı	Kadın (%)	Erkek (%)	Terfi Sayısı	Kadın (%)	Erkek (%)	Terfi Sayısı	Kadın (%)	Erkek (%)
İcra Kurulu	0	-	-	-	-	-	0	-	-
Grup Müdürü	4	75	25	5	60	40	2	0	100
Müdür	12	8	92	14	50	50	14	36	64
Yönetici	20	60	40	18	50	50	21	38	62
Kıdemli Uzman	32	50	50	51	55	45	45	58	42
Uzman	51	49	51	22	64	36	25	28	72
Uzman Yardımcısı	5	0	100	3	33	67	3	33	67
Saha Beyaz Yaka Mağaza – Depo Müdürü	35	29	71	74	34	66	91	36	64
Saha Beyaz Yaka Mağaza – Depo Yönetici	172	39	61	130	38	62	131	36	64
<b>Toplam</b>	<b>331</b>	<b>40</b>	<b>60</b>	<b>317</b>	<b>43</b>	<b>57</b>	<b>332</b>	<b>38</b>	<b>62</b>

Yeni İşe Alımlar – Cinsiyete Göre			
Cinsiyet	2021	2022	2023
Kadın (%)	46	51	51
Erkek (%)	54	49	49
<b>Toplam</b>	<b>3.146</b>	<b>4.256</b>	<b>4.375</b>

Sirkülasyon – Cinsiyete Göre			
Cinsiyet	2021	2022	2023
Kadın (%)	40	47	42
Erkek (%)	60	53	58
<b>Toplam</b>	<b>4.045</b>	<b>3.723</b>	<b>3.009</b>

Pozisyona Göre Kadın Maaş Oranları			
Pozisyon	Ortalama Kadın / Ortalama Erkek Ücreti (%)		
	2021	2022	2023
İcra Kurulu	91	90	87
Grup Müdürü	86	95	98
Müdür	115	112	109
Yönetici	96	111	108
Saha Beyaz Yaka Mağaza – Depo Müdürü	88	87	89
Saha Beyaz Yaka Mağaza – Depo Yönetici	94	92	92
Kıdemli Uzman	99	95	100
Uzman	100	101	102
Uzman Yardımcısı	95	87	91
Mavi Yaka	95	94	94
<b>Tüm Çalışanlar</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>97</b>

Cinsiyete Göre Başlangıç Maaşları			
Başlangıç Maaşının Asgari Ücrete Oranı	2021	2022	2023
Kadın (%)	150	158	150
Erkek (%)	150	158	150

Belirli ve Belirsiz Süreli Çalışanlarımızın Cinsiyete Göre Dağılımı									
Cinsiyet	2021			2022			2023		
	Toplam	Belirli Süreli (%)	Belirsiz Süreli (%)	Toplam	Belirli Süreli (%)	Belirsiz Süreli (%)	Toplam	Belirli Süreli (%)	Belirsiz Süreli (%)
Kadın	3.760	9	91	4.161	11	89	4.234	6	94
Erkek	6.414	5	95	6.502	4	96	6.286	3	97
<b>Toplam</b>	<b>10.174</b>	<b>6</b>	<b>94</b>	<b>10.663</b>	<b>7</b>	<b>93</b>	<b>10.520</b>	<b>4</b>	<b>96</b>

Tam ve Yarı Zamanlı Çalışanlarımızın Cinsiyete Göre Dağılımı									
Cinsiyet	2021			2022			2023		
	Toplam	Tam Zamanlı (%)	Yarı Zamanlı (%)	Toplam	Tam Zamanlı (%)	Yarı Zamanlı (%)	Toplam	Tam Zamanlı (%)	Yarı Zamanlı (%)
Kadın	3.760	99,8	0,2	4.161	99,8	0,2	4.234	99,5	0,5
Erkek	6.414	100,0	0,0	6.502	100,0	0,0	6.286	99,9	0,1
<b>Toplam</b>	<b>10.174</b>	<b>99,9</b>	<b>0,1</b>	<b>10.663</b>	<b>99,9</b>	<b>0,1</b>	<b>10.520</b>	<b>99,7</b>	<b>0,3</b>

Yıllık Ortalama Eğitim Saati – Cinsiyete Göre			
Cinsiyet	2021	2022	2023
Kadın	14,1	15,1	10,9
Erkek	14,2	13,7	8,9
<b>Toplam</b>	<b>14,1</b>	<b>14,3</b>	<b>9,7</b>

Bayilerimiz – Cinsiyete Göre			
Cinsiyet	2021	2022	2023
Yatırımcı ve Yöneticisi Kadın Olan Bayi Sayısı	13	25	77
Toplam Bayi Sayısı	72	200	341
Yatırımcı ve Yöneticisi Kadın Olan Bayi Oranı (%)	18	13	23

## KADINA YÖNELİK UYGULAMALARIMIZ

### Cinsiyet Eşitliği Eğitimi

Her yıl tüm çalışanlarımıza Toplumsal Cinsiyet Eşitliği verilmektedir. 2023 sonu itibarıyla çalışanlarımızın %78'i bu eğitimi (2023 yılı veya öncesinde) almış durumdadır. Yıllık eğitim tamamlanma oranının %80 üzerinde gerçekleşmesi hedeflenmektedir.

Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Eğitimi	2021	2022	2023
Eğitim Saati	1.355	2.231	2.187
Tamamlanma Oranı (Tamamlanma/Atanma) (%)	74	80	62

### Annelere Yönelik Uygulamalarımız ve Ebeveynlik İzinleri

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...	2021	2022	2023
... Kazanan Kadın Çalışan Sayısı	199	236	235
...Kullanan Kadın Çalışan Oranı (%)	100	100	100
... Kazanan Erkek Çalışan Sayısı	283	283	263
... Kullanan Erkek Çalışan Oranı (%)	100	100	100
... Kazanan Toplam Çalışan Sayısı	482	519	498
... Kullanan Toplam Çalışan Oranı (%)	100	100	100

Annelik ve Babalık İznı Sonrası İşe Dönen...	2021	2022	2023
... Kadın Çalışan Sayısı	204	212	196
... Kadın Çalışan Oranı (%)	80	90	83
... Erkek Çalışan Sayısı	283	283	263
... Erkek Çalışan Oranı (%)	100	100	100
... Toplam Çalışan Sayısı	487	495	432
... Toplam Çalışan Oranı (%)	90	95	92

Annelik ve Babalık İznı Sonrası İşte Kalan...	2021	2022	2023
... Kadın Çalışan Sayısı	176	169	133
... Kadın Çalışan Oranı (%)	85	72	69
... Erkek Çalışan Sayısı	249	253	230
... Erkek Çalışan Oranı (%)	82	89	87
... Toplam Çalışan Sayısı	425	422	363
... Toplam Çalışan Oranı (%)	83	85	78

Annelik ve Babalık İzin Dönüşü Hedeflerimiz	2024	2025	2026
Annelik ve Babalık İznı Sonrası İşe Dönen Toplam Çalışan Oranı (%)	94	95	96
Annelik ve Babalık İznı Sonrası İşte Kalan Toplam Çalışan Oranı (%)	85	87	89

### 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. 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 %2,8'ini 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 sağlamaları adına işitme engelli olduklarına istinaden yakalarına takabilmeleri için talep etmeleri halinde engelli olduklarını belirten rozetler ve yine işitme engelli olduklarını belirten iş kıyafetlerinin üzerine giyilebilecek polarlar temin etmekteyiz.
- Konuşma ve işitme engelli çalışanlarımıza daha verimli olması için ISG eğitimlerini işaret dili ile vermekteyiz.
- Lezzet arası restoranlarımızda down sendromlu bireyleri istihdam ederek onları topluma kazandırmakta ve farkındalık yaratmaktayız.

Engelli Çalışanlarımız	2021	2022	2023
Çalışan Sayısı	259	282	292
Çalışan Oranı (%)	2,5	2,6	2,8

### 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 ulaşabilmektedir.

#### Chat-Chatboot Hizmetleri

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

#### 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 girişleri, 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 ayrılarak sadece kasa çalışanlarımızı duyabilmekte ve daha rahat iletişim kurabilmekte. Bu sistemin sinyalizasyonu ise ilgili kasaların üzerinde aşağıda yer alan görsel ile kasa üzerindeki kasa numaralarına eklenmiş ek görsel ile sağlanmaktadır.



# DEĞER ZİNCİRİNDE SORUMLULUĞUMUZ

*Sorumlu Tedarik Zinciri  
Uygulamaları*

*Müşteri Memnuniyeti*

*Dijitalleşme*



# Değer Zincirinde 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 tedarik zincirinde devam eden ve sonrasında müşterimize uzanan bu zincirin her halkasında farklı sorumluluklarımız bulunmaktadır. Geliştirdiğimiz sürdürülebilir iş modelleri ve tedarik politikaları ile tüm tedarik zincirimizin ekonomik, sosyal ve çevresel performansını artırmayı ve sürekliliğini garanti

altına almayı amaçlıyoruz. Müşterilerimizin bizimle ilk teması geçtikleri anda 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 iyileştirmek için farklı uygulamalar geliştirmekteyiz. Tüm aşamalarda da sağlık ve güvenlik konularını her zaman ön planda yer almaktadır. Dijitalleşme anlayışımız mevcut sürecin aynı yöntemlerle daha iyi yapılmasını değil, işin kendisinin

tamamen dönüştürülerek farklı bir şekilde, daha etkin, daha verimli, daha hızlı, daha ucuz ve en önemlisi müşteri odaklı olarak gerçekleşmesini ve bu sebeple tüm değer zincirindeki dönüşümü hedeflemektedir.

ANA PERFORMANS GÖSTERGELERİ		2021	2022	2023
Sorumlu Tedarik Zinciri Uygulamaları	Öz Marka Ürün Adedi	483	510	533
	Organik Öz Marka Ürün Adedi	44	42	43
	Organik Öz Marka Ciro (m TL)			89
Müşteri Memnuniyeti	Sürdürülebilir Hayvancılık – Hayvan Refahı Denetim Adedi (Tedarikçilerde)	4	8	11
	Hijyen ve Gıda Güvenliği Denetim Adedi (Mağaza ve Depolarda)	1.283	1.517	762
	Kalite Denetim Adedi (Tedarikçilerde)	317	273	259
	Analiz Edilen Ürün Sayısı	2.037	1.845	1.850
	Ürün Analizleri Sonucu Reyondan Çekilen Ürün Oranı (%)	2	1	3
	Kontrol Edilen Öz Marka Kuru Gıda ve Şarküteri Ürün Sayısı (Depolarda)	25.780	14.904	106.239
	E-ticaret Temas Oranı (%)**	24,6	17,7	15,7
	Müşteri Tavsiye Skoru*	50,8	48,8	54,2
	Müşteri Memnuniyet Skoru*	35,3	34,2	39,7
	Müşteri Sorunu Ortalama Çözüm Süresi (Saat)*	65,5	8,6	6,8
	Sadakat Programına Kayıtlı Aktif Müşteri Sayısı	6,5 m	8,7 m	10,5
	Rafta Ürün Bulunurluğu (%)	95	94	94
	Gurme Mağaza Sayısı	31	32	36
	Lezzet Arası Restoran Sayısı	14	14	14
	Duyusal Analiz Sayısı	167	228	271
Dijitalleşme	E-ticaret Yapılan Mağaza Sayısı	57	58	75
	E-ticaret Sipariş Adedi (m)	3,5	3,0	2,9
	Robotik Optimizasyonu Yapılan Süreç Sayısı	33	38	92

(\*): Yıl sonu değerleri olarak hesaplanmıştır.

(\*\*): Küçük değer daha iyi

## ÇİFTE ÖNEMLİLİK ETKİ, RİSK VE FIRSATLARI



### ETKİ ÖNEMLİLİĞİ

Konu	Alt Konu	Etkiler	Mevcut / Potansiyel	Negatif / Pozitif	Vade	İnsan Hakları Etkisi
E4 - Biyoçeşitlilik & Ekosistemler	Biyoçeşitlilik Kaybının Doğrudan Etki Unsurları	Hem doğrudan (mağazalardaki enerji kullanımı) hem de dolaylı (tedarik zinciri faaliyetleri) operasyonlar sera gazı emisyonlarına neden olur. Bu emisyonlar, iklim değişikliğine yol açarak habitat kaybına, türlerin göçüne ve bazı türlerin yok olmasına yol açarak biyolojik çeşitliliği olumsuz etkiler.	Mevcut	Negatif	Orta, Uzun	Var
		CarrefourSA operasyonları içinde kullanılan ahşap ürünler, palm yağı, sığır ürünleri, soya, kakao, kahve hammaddelerinin sürdürülebilir olmayan şekilde tedarik edilmesi, ormansızlaşmaya ve habitat kaybına yol açarak biyolojik çeşitliliği etkiler.	Mevcut	Negatif	Kısa, Orta, Uzun	Var
		CarrefourSA'nın tedarikçi denetimleri ve izlenebilirlik süreçleri, orman riskli ürünler için belirlediği 2025 yılında tedarik zincirinde FSC, RSPO, RTRS ve Rainforest Alliance gibi üçüncü taraf sertifikasyonlarına %100 oranda ulaşma hedefleriyle birleştiğinde potansiyel olarak ormansızlaşmayı ve habitat kaybını önleme konusunda etki yaratmaktadır.	Potansiyel	Pozitif	Orta, Uzun	Var
		CarrefourSA'nın ürün gamında yer alan tarıma dayalı ürünlerin üretiminde, tedarikçiler tarafından aşırı su kullanımı, özellikle su stresi yüksek bölgelerde, su kıtlığını daha da kötüleştirebilir. Bu durum, tarım arazilerinin çevresindeki yerel tatlı su ekosistemlerini olumsuz etkileyerek, ekosistemlerdeki biyolojik çeşitliliği azaltabilir.	Potansiyel	Negatif	Orta, Uzun	Var
		CarrefourSA'nın su stresi yüksek bölgelerdeki operasyonları, su kaynaklarının yoğun kullanımı nedeniyle yerel tatlı su ekosistemlerini olumsuz etkileyebilir. Şirketin bu bölgelerdeki operasyonları, su kıtlığını artırarak, hem ekosistemlerin dengesini bozabilir hem de yerel halkın suya erişimini zorlaştırabilir.	Potansiyel	Pozitif	Uzun	Var
		CarrefourSA, çeşitli türlerde balık ve deniz ürünleri tedarik etmektedir. İzmir ve Antalya'da kurduğu Su Ürünleri Platformları ile sürdürülebilir balıkçılığın desteklenmektedir. 30 veteriner ve 25 su ürünleri mühendisi ile av yasaklarına, boy sınırlamalarına ve tazelik kontrollerine uygun balık temin edilmektedir. Tedarikçiler uluslararası standartlarda denetlenmekte ve ürünler düzenli olarak akredite laboratuvarlarda analiz edilmektedir. Bu uygulamalar, deniz ekosistemlerini koruyarak biyoçeşitliliği destekler.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta, Uzun	Var

E4 - Biyoçeşitlilik & Ekosistemler	Biyçeşitlilik Kaybının Doğrudan Etki Unsurları	CarrefourSA'nın faaliyetleri, istilacı türlerin yayılmasına katkıda bulunabilecek çeşitli riskler barındırmaktadır. Bu türlerin yayılması, çoğunlukla balast suyu, canlı bitki materyalleri veya tarım ürünlerinin taşınması yoluyla gerçekleşmektedir. CarrefourSA'nın tedarik zincirinde, Zebra Midyesi, Turunçgil Teke Böceği ve Kırmızı Ateş Karıncası gibi istilacı türlerin bulaşma riski bulunmaktadır.	Potansiyel	Negatif	Orta, Uzun	Yok
	Türlerin Durumu Üzerindeki Etkiler	CarrefourSA, Anadolu'nun tatlarını gelecek nesillere aktarma amacıyla, coğrafi işaretli ve kayıtlı ürünleri desteklemektedir. Bu çerçevede her geçen gün farklı markalar altında kayıtlı ve coğrafi işaretli ürünleri raflarına yerleştiriyor. Ayrıca izlenebilirlikle ilgili teknolojik altyapısını geliştirme çalışmalarına da başlamış durumda. Böylelikle yerel biyoçeşitliliğin korunmasına yardımcı oluyor.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta, Uzun	Yok
		CarrefourSA'nın tedarik ağı içinde kullanılan pestisitler, sucul hayvanların davranışlarını, gelişimlerini ve üremelerini değiştirebilir. Bu kimyasallar, türlerin popülasyonlarını azaltarak bazı türlerin küresel yok olma riskini artırabilir.	Potansiyel	Negatif	Orta, Uzun	Yok
S4 - Tüketiciler ve Son Kullanıcılar	Veri Gizliliği	Veri ihlallerine veya siber saldırılara karşı sürekli artan tehditler, her ne kadar güvenlik önlemleri alınsa da doğrudan CarrefourSA müşterilerini etkileme potansiyeli taşır. Müşteri verilerinin çalınması veya kötüye kullanılması, kimlik hırsızlığına, finansal kayıplara ve kişisel bilgilerin izinsiz ifşasına yol açabilir.	Potansiyel	Negatif	Kısa, Orta	Var
	Kişisel Sağlık ve Güvenlik	Carrefour Bio markası altında sunulan organik ürünler, kimyasal içeriklerden arındırılmış olmaları nedeniyle tüketici sağlığına daha az zararlı ürünler olarak öne çıkar. Organik ürünlerin besin değerlerinin konvansiyonel ürünlere kıyasla daha yüksek olması, tüketicilerin daha sağlıklı ve dengeli beslenmesine katkıda bulunur.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta	Var
		Mağazalarda, depolarda veya lojistikte hijyen ve kalite standartlarının ihlali, kontamine veya güvensiz ürünlerin zamanında raflardan kaldırılmaması, soğuk zincir sürecinin ve son kullanma tarihlerinin doğru yönetilmemesi tüketicileri gıda kaynaklı hastalıklara maruz bırakabilir.	Potansiyel	Negatif	Kısa, Orta	Var
		CarrefourSA'nın öz markalı temizlik ürünlerinde güçlü kimyasallar (örneğin, amonyak, çamaşır suyu) bulunur. Bu kimyasallar, ciltte tahrişe, solunum sorunlarına veya gözlerde yanmaya neden olabilir. Eğer temizlik malzemeleri yeterli talimat ve uyarılarla etiketlenmezse, tüketiciler bu ürünleri yanlış kullanabilir.	Potansiyel	Negatif	Kısa, Orta	Var
	Sosyal Dahiliyet	Glutensiz ürünler, organik gıdalar ve tatlandırıcılar gibi seçenekler, özel diyet ihtiyaçları olan müşterilere yönelik önemli bir erişim avantajı sağlar.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta	Var

## FİNANSAL ÖNEMLİLİK

Konu	Alt Konu	Risk	Fırsat	Vade
E4 - Biyoçeşitlilik & Ekosistemler	Biyçeşitlilik Kaybının Doğrudan Etki Unsurları	EU Deforestation Regulation benzeri yasal bir çerçevenin içinde kalması durumunda CarrefourSA finansal cezalara ve yaptırımlara maruz kalabilir.		Kısa, Orta, Uzun
		Su kaynaklarının azalması, tarımsal faaliyetlerde suyun verimli kullanılması için daha yüksek maliyetli su yönetim teknolojilerine yatırım yapılmasını gerektirebilir. Ayrıca, suyun kıt olduğu bölgelerdeki tarımsal üretim maliyetleri, artan su fiyatları nedeniyle yükselebilir. Tüm bunlar CarrefourSA'nın genel operasyonel maliyetlerini artırabilir ve kârlılığını olumsuz etkileyebilir.		Kısa, Orta, Uzun
		Tarımsal kirlilik, su ve toprak ekosistemlerine zarar vererek, biyolojik çeşitliliği azaltabilir ve tarımsal üretim kapasitesini düşürebilir. Bu durum, CarrefourSA'nın taze gıda tedarik zincirinde kesintilere neden olabilir ve ürün maliyetlerini artırabilir.		Uzun
Ekosistem Üzerine Etkiler ve Bağımlılıklar		Su kirliliği, balıkların ve diğer su ürünlerinin kalitesini olumsuz etkileyerek CarrefourSA'nın su ürünleri tedarik zincirinde ürün kalitesinin düşmesine ve gıda güvenliği risklerinin artmasına neden olabilir. Su kirliliği nedeniyle gıda güvenliği tehlikeye girerse, CarrefourSA yasal yaptırımlarla karşı karşıya kalabilir. Gıda güvenliği düzenlemelerine uyulmaması, yasal cezalara ve müşteri tazminat taleplerine yol açabilir. Gıda güvenliği riski öte yandan CarrefourSA'nın marka itibarını da zedeleyebilir. Müşterilerin güvenini kaybetmek, satışların azalmasına ve müşteri sadakatinin zayıflamasına neden olabilir.		Orta, Uzun
		Kaybın minimize edilmesi amaçlı sigorta ürünlerinin devreye alınması konusu geliştirilebilir.		
S4 - Tüketiciler ve Son Kullanıcılar	Veri Gizliliği	Bir veri ihlali, KVKK gibi düzenlemeler kapsamında maliyetli hukuki sorumluluklar, düzenleyici cezalar ve para cezalarına neden olabilir. Müşteri güveninin kaybı, satışların düşmesine ve müşteri kaybına neden olabilir, bu da CarrefourSA'nın gelirlerini olumsuz etkiler. Ayrıca, gelecekteki riskleri azaltmak için siber güvenlik yükseltmelerine yatırım yapılması gerekebilir, bunun sonucunda operasyonel maliyetler artabilir.		Kısa, Orta

## SORUMLU TEDARİK ZİNCİRİ UYGULAMALARI

## SORUMLU TEDARİK YAKLAŞIMIMIZ

Değer zincirimizin başlangıç noktasını ve dolayısıyla en önemli ayağını tedarik zincirimiz oluşturmaktadır. Kurumumuzun sürdürülebilirliği için tedarik zincirimizin de sürdürülebilir temellere dayanması gereklidir. Bu amaçla 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 ediyor, biyoçeşitlilik gibi hassas konulara yönelik uygulamalar gerçekleştiriyor ve tüm paydaşlarımızı bu yönde teşvik ediyoruz. Carrefour Group'un küresel politikaları, sorumlu tedarik yaklaşımımızda bize rehberlik etmektedir.

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 SATIN ALMA POLİTİKASI HEDEFLERİ



1. Çevresel, sosyal ve ekonomik değerlerin tedarikçilerimiz ile olan ilişkimizde merkeze alınması,
2. 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,
3. Yasadışı faaliyetlerden uzak duran tedarikçiler ile çalışılması,
4. Değer zincirinin tüm paydaşlarına saygı duyulması,
5. Gizliliğe önem veren ve kişisel verileri özenle koruyan tedarikçiler ile çalışılması ve aynı hassasiyetin tedarikçilerimize karşı bizim tarafımızdan gösterilmesi,
6. 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,
7. 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,
8. 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,
9. 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,
10. Yönetim anlayışını rekabetçi maliyeti sürdürülebilir şekilde sağlayarak, doğru mal ve hizmeti, doğru zamanda ve miktarda temin etmek üzerine şekillendirmiş olan tedarikçilerle çalışılması,
11. Finansal, stratejik ve operasyonel alanlarda risklerinin farkında olup bunları yönetebilen tedarikçilerle çalışılması,
12. Paydaşların sürdürülebilirlik yönetiminde farkındalığını artırmak ve kaynak kullanımını iyileştirmelerine yardımcı olmak için gerektiği takdirde eğitim sağlanması.

CarrefourSA, satın alma kuralları gereğince ve kalite standartlarını korumak amacıyla, ticarete başlamadan önce tedarikçilerini ürün güvenliği kapsamında denetlemektedir. Ayrıca, tedarikçimizin sürdürülebilir kaynaklardan geldiğinden emin olabilmek ve bunu paydaşlarımıza da 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 ormansızlaşma potansiyeli olan ve risk emtası olarak nitelendirilen ham maddelerin sürdürülebilir kaynaklardan elde edildiğini sertifikalarla teyit etmeyi özellikle önemsemekteyiz. Çalışmaya başladığımız tedarikçilerde denetimleri, ürün kalite kontrollerini ve ürün analizlerini periyodik olarak gerçekleştirmekteyiz. Ayrıca, hayvansal ürün tedarikçilerimizin kümes, çiftlik ve mezbahalarında

hayvan refahı denetimleri de organize ediyoruz.

2023 yılında başladığımız yeni çalışma ile ormansızlaşma konusunda tedarikçilerimizden kaynaklanabilecek riskleri tespit etmek amacıyla, emisyon profilimizde en fazla yeri kapsayan tedarikçilerimize detaylı bir soru seti ile ulaşarak bir tedarikçi haritalandırma yapmaktayız. Bu haritalandırma sonucunda ormansızlaşma konusundaki risklerimizi daha iyi belirleyip bu konuda hedefler vermeyi planlıyoruz.

İlki 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 fair trade (adil ticaret) prensiplerine uygun olarak, 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 2024 yılında da sosyal uygunluk performansı açısından değerlendirmeye devam edeceğiz.



## SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞ MODELLERİ

### ÖZ MARKA BB-FR-2606

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

2023 sonu itibarıyla çoğunluğu gıda ürünlerinden oluşan 533 farklı Öz Markalı ürün sunmaktayız. Daha da genişlemesini amaçladığımız bu 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.

Öz Marka Hedefleri	2024	2025	2026
Öz Markalı Ürün Adedi	590	670	735

'Carrefour' markası taşıyan ürünlerimizi ve tedarikçilerimizi belirlemek ve geliştirmek için farklı süreçlerimiz bulunmaktadır. Ürünlerle ilişkin geliştirme aşamasında kriterler belirlenirken yasal mevzuatlar, Carrefour Grup kriterleri ve CarrefourSA gereklilikleri göz önünde bulundurulmaktadır.

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 yapıyor ya da tedarikçinin üretim koşullarını buna uygun hale getirmesini talep ediyoruz. 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 – Karbon Saydamlık Projesi Orman) 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 dayanan 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 – International Fragrance Association) sınıflandırmasına uygun olarak belirliyoruz. Öz Markalı ürünlerimizin reçetelerini yasaklı bileşenler koyulmaması ve alerjen içerme halinde müşteri bilgilendirmesi 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 90 ambalaj çeşidimiz 1.252 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 Birliğinde 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 yelpazemize reyonlarımızdaki payını arttırarak iletişim çalışmalarıyla ciromuzu yükseltiyoruz.



Öz Markalı Organik Ürünler - Gerçekleşen	2021	2022	2023	
	Ürün Sayısı	Ürün Sayısı	Ürün Sayısı	Ciro (m TL)
Türkiye	44	42	43	79
İhracat	24	31	34	10
Toplam	44	42	43	89

Öz Markalı Organik Ürünler - Hedefler	2024		2025		2026	
	Ürün Sayısı	Ciro (m TL)	Ürün Sayısı	Ciro (m TL)	Ürün Sayısı	Ciro (m TL)
Toplam	50	115	58	130	70	145

### 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 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, Hellim Peyniri ve Ezine Peynirine reyonlarımızda özel bir yer ayırıyoruz.

- Carrefour Bio markası ile, Ege bölgesinin dalından özenle toplanarak sulu, etli uzun ve yuvarlak, kurutulan sarı üzümün eşsiz lezzetindeki **Ege Sultani üzümü** Carrefour Bio Organik Kuru Sultaniye üzümü adıyla hem organik hem de coğrafi işaretli olarak 2017 yılından bu yana reyonlarımızda yer almaktadır.

- Carrefour Bio markası ile, Ege bölgesinin dalından özenle toplanarak kurutulan eşsiz lezzetindeki **Ege kuru inciri** Carrefour Bio Organik Kuru İncir adıyla hem organik hem de coğrafi işaretli ürün olarak 2018 yılından bu yana satılmaktadır. İri, beyaza yakın açık renkli ve içi dolgun küçük çekirdekli ve ince kabukludur.

- Carrefour Bio markası ile, dalından özenle toplanarak doğal fermente edilmiş kahvaltılarımızın vazgeçilmezi olarak **Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini** coğrafi işaretli ambalajlarıyla 2018 yılından bu

yana reyonlarımızdadır.

- 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.
- Carrefour markası ile Çanakkale'nin Ezine ilçesinde üretilen ve coğrafi işaret almış bir peynir çeşidi olan **Tam Yağlı Olgunlaştırılmış Ezine Peyniri** 2023 yılı itibarıyla reyonlarımızda yer almaya başlamıştır. Koyun, keçi ve inek sütlerinin karışımı ile üretilen peynirde doğal şirden mayası ve deniz tuzunun haricinde hiçbir gıda katkı maddesi kullanılmamıştır.

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

### Sürdürülebilir Ürünler

CarrefourSA, sürdürülebilirlik ilkelerine olan bağlılığıyla müşterilerine çevre dostu ve sorumlu ürünler sunmayı taahhüt etmektedir. Sürdürülebilir ürünler, hammaddelerin çıkarılmasından nihai bertarafına kadar tüm yaşam döngüsü boyunca halk sağlığını ve çevreyi korurken çevresel, sosyal ve ekonomik faydalar sağlayan ürünlerdir. CarrefourSA, bu ürünleri geliştirme ve sunma sürecinde AB Taksonomi ilkelerini benimsemekte ve bu konuda her yıl yönetim kurulu seviyesinde belirlenen KPI'lar ile gelişmeleri takip etmektedir.

AB Taksonomi, sürdürülebilir yatırımların tanımlanmasına ve teşvik edilmesine yönelik bir sistemdir ve altı ana kriteri

bulunmaktadır:

- İklim Değişikliği ile Mücadele: Faaliyetler, iklim değişikliğini azaltmaya yönelik olmalıdır.
- İklim Değişikliğine Uyum: Faaliyetler, iklim değişikliğinin etkilerine uyum sağlamayı amaçlamalıdır.
- Su ve Deniz Kaynaklarının Sürdürülebilir Kullanımı: Faaliyetler, su ve deniz kaynaklarının korunmasına yönelik olmalıdır.
- Döngüsel Ekonomi: Faaliyetler, atıkların azaltılması, yeniden kullanılması ve geri dönüştürülmesi prensiplerine uygun olmalıdır.
- Kirliliğin Önlenmesi ve Kontrolü: Faaliyetler, çevresel kirliliğin önlenmesine ve kontrol edilmesine katkıda bulunmalıdır.
- Biyolojik Çeşitliliğin ve Ekosistemlerin Korunması: Faaliyetler, biyolojik çeşitliliği ve ekosistemleri korumayı hedeflemelidir.

Bu süreç, yalnızca ürünlerin çevre dostu olmasını değil, aynı zamanda toplum sağlığına olumlu etkilerde bulunmasını ve ekonomik sürdürülebilirliği desteklemesini de amaçlamaktadır.

### Sürdürülebilir Ürün Örneklerimiz

#### Carrefour Eco Planet Mangal Kömürü

Carrefour Eco Planet Mangal Kömürü hiçbir ağaç kesilmeden, bir tarım atığı olan fındık kabukları kullanılarak üretilmektedir. Carrefour Eco Planet Mangal Kömürü çevresel açıdan bakıldığında, odun kömürü üretiminde kullanılan ağaç kesimlerinin azaltılmasına ve bu şekilde ormanların tahribatını engellemeye, bunun yanında

da kömür üretimi sırasında ortaya çıkan gazların ve karbon salımının azaltılmasına yardımcı olmaktadır. Sosyal açıdan ise, tarım atıkları değerlendirilerek ekonomik bir fayda saplanır ve doğa dostu ürünlerin tüketimini teşvik edilmesi ile toplumun çevre bilincini artmasına ve sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarının yaygınlaşmasına destek olmaktadır.

#### Carrefour Eco Planet Kağıt Havlu

Carrefour Eco Planet Kağıt Havlu hiçbir ağaç kesilmeden, tamamen geri dönüştürülmüş kağıtlar kullanılarak üretilmekte ve ormanların korunmasına yardımcı olurken karbon ayak izini azaltmaktadır. Öte yandan, geri dönüştürülmüş malzeme kullanımı, atık miktarını azaltarak çevresel kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlar. Carrefour'un çevre dostu yaklaşımıyla üretilen bu kağıt havlu, tüketicilere hem kaliteli bir ürün sunarken hem de doğaya duyarlı bir tercih yapma imkânı sunar. Böylece, her kullanımda çevreye olan olumlu etkisini göstererek sürdürülebilir tüketim alışkanlığını teşvik eder.

#### 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 de 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 ırkların sağlıklı gelişiminin desteklenmesi, ekonomik ve kârlı 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 tedarikçilerimizde denetimler 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 Tarım ve Orman Bakanlığı sistemine kayıtlı kulak küpe numaralarına sahip hayvanların kesimini gerçekleştirerek bu süreci veterinerler sağlığı raporu kontrolleriyle güvence altına alıyoruz.

Sürdürülebilir Ürünler	2022	2023
Sürdürülebilir Ürün Sayısı	72	87
Sürdürülebilir Ürün Cirosu (milyon TL)	231	223
Sürdürülebilir Ürün Cirosunun Toplam Öz Marka Cirosuna Oranı	%9	%10
Sürdürülebilir Ürün Cirosunun Toplam Ciroya Oranı	%0,64	%0,50

Tedarikçi Denetimleri	2021	2022	2023
Denetlenen Firma Sayısı	22	22	26
GFSI (Küresel Gıda Girişimi İnisyatifi) Onaylı Firma Sayısı	22	23	21

### 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 2019 yılından beri 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 – Gerçekleşen	2021	2022	2023
Kırmızı Et tedarikçisi	2	4	6
Öz Marka Organik ve Gezen Tavuk Yumurta Tedarikçisi	2	4	5
<b>Toplam</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>11</b>

Hayvan Refahı Denetimleri – Hedefler	2024	2025	2026
Kırmızı Et tedarikçisi	8	10	12
Öz Marka Organik ve Gezen Tavuk Yumurta Tedarikçisi	7	9	11
<b>Toplam</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>23</b>



### 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 yumurta açılım 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 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 T.C. 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.

2023 sonu itibarıyla 576 mağazamızda balık satışı yapmakta ve 63 su ürünleri firması ile aktif olarak çalışmaktayız.

Balık Satışları	2021	2022	2023
Toplam Satış (ton)	11.000	13.000	13.000
Avcılık Balığı Oranı (%)	9,9	32,2	16,3
Çiftlik Balığı Oranı (%)	56,6	36,7	41,8
İthal Balık Balığı Oranı (%)	21,3	18,5	19,8
Diğer Balık Oranı (%)	12,2	12,6	22,1
Avcılık Balığı /Çiftlik Balığı Oranı (%)	17,4	87,6	38,9

### 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 kendilerine rehberlik ediyoruz.
- Hayvan Refahı Odaklı Yaklaşım: Tedarik ettiğimiz çiftlik tavuklarının hayvan refahını sağlamak amacıyla çeşitli önlemler alıyoruz. Tavuklara eşelenme, rahatça tüneklere 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.

2023 yılında satışa sunduğumuz Carrefour markalı yumurtalarımızın %36 kadarını, ulusal markalı yumurtaların ise %48'ini kafessiz yetiştiricilik sistemlerinden elde ettik.



## SÜRDÜRÜLEBİLİR TEDARİK POLİTİKALARIMIZ

Etik 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

Biy çeşitlilik, dünya genelinde yaşayan tüm canlı türleri arasındaki genetik, tür ve ekosistem seviyelerindeki çeşitliliği ifade eder. 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 kaybı, hızla 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 salgınlar ve felaketlerin yanı sıra ormansızlaşma, geleneksel tarım yöntemleri ve yasadışı 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.

Biy çeşitliliğin 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.

Biy çeşitlilik 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,
- Ormansızlaşmaya neden olan faktörlerin önlenmesi ya da azaltılması,
- Soyu tükenmekte olan türlerin tespit edilip biyosistemlerine yakın yerlerde gösterilen faaliyetlerin denetlenmesi.

Biy çeşitlilik 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 biyoçeşitliliğin 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 emilim potansiyelini de azaltmış olan dünyamızda sera gazlarında artış meydana gelmektedir. Bu artışın bir diğer sebebi ise ormanların hali hazırda absorbe etmiş olduğu sera gazlarını da atmosfere geri salmalarınıdır.

Ormansızlaşma, geçimini ormancılık faaliyetlerinden sağlayan insanları da olumsuz etkilemektedir.

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 üretirerek son kullanıcıya ulaştıran konumundadır.

CarrefourSA'nın operasyonlarının ormansızlaşmaya doğrudan etkisi çok düşüktür. Operasyonlarımız, orman emtialarının üretiminde riskli bir bölge olmayan Türkiye'de

## Orman Risk Emtialarına Bağımlılık Durumumuz\*

\*Yıllık toplam harcamadaki yüzdesi

- Kereste ve kâğıt ürünleri: %4
- Palm yağı ve türevleri: %0,07
- Sığır ürünleri: %6
- Soya ve türevleri (operasyon) :%0,02
- Soya ve türevleri (hayvan yemi): %4
- Kahve ve ürünleri: %0,07
- Kakao ve ürünleri: %0,08

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 durumu gibi bilgileri şeffaf olarak paylaşmayı 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 ilk yıl tüm orman modüllerinde B (Management) puanı almaya hak kazanmış olan firmamız sonraki senelerde puanlarını artırmıştır 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:** 2023 yılında sertifikalı emtia miktarımız %11'dir. 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:** 2023 yılında sertifikalı emtia miktarımız %94'tür. 2025 yılı sonuna kadar

hedefimiz bu oranı %100'e çıkarmaktır - satın alınan emtianın RTRS (Round Table on Responsible Soy Association) veya ProTerra sertifikasına sahip olması hedeflenmektedir.

### Kereste ve Kağıt Ürünleri:

2023 yılında sertifikalı emtia miktarımız %18'dir. 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:** 2023 yılında sertifikalı emtia miktarımız %87'dir. 2025 yılı sonuna kadar hedefimiz bu oranı %100'e çıkarmaktır - satın alınan emtianın RA (Rainforest Alliance) sertifikasına sahip olması hedeflenmektedir.

**Kakao ve Ürünleri:** 2023 yılında sertifikalı emtia miktarımız %73'tür. 2025 yılı sonuna kadar hedefimiz bu oranı %100'e çıkarmaktır - satın alınan emtianın RA (Rainforest Alliance) sertifikasına sahip olması hedeflenmektedir.

## MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

### MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ YAKLAŞIMIMIZ

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 temasa geçtikleri anda, kapıdan girdiklerinde 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

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 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 bir prosedürümüz 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, iş yeri 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

Acil durum prosedürümüz sadece müşterilerimizi değil, tüm geçici ve daimi çalışanları, stajyerleri, alt yüklenicileri, ziyaretçi ve iş takipçilerini de kapsamaktadır. Bu prosedürde Yangın, Deprem, Sel, Fırtına ve Kasırga, Bina Çökmesi / Toprak Kayması, Patlama, İş Kazası, Bomba İhbar, İş yerinde 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

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 Sistemine göre yönetiyor ve kontrollerimizi sağlıyoruz.

Üretim ve paketleme işlemlerini gerçekleştirdiğimiz kasap reyonlarımızda veteriner hekimlerimiz ile ürünlerin güvenliği ve kalitesi sağlanmaktadır. Aynı şekilde, pasta ekme 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 2023 yılında bayi mağazalarımızda yerinde ve çevrim içi olarak hijyen ve gıda güvenliği uyumlandırma çalışmalarını gerçekleştirmiştir.

Temizlik kimyasallarını alana ve uygulamaya özel seçiyoruz. Kimyasal seçimlerimizi 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 ve ürünlerin temas ettiği yüzey numunelerini mikrobiyolojik ve kimyasal analizlerle kontrol ediyoruz. Analiz sonuçlarını değerlendirerek gerekli önlemlerin alınmasını sağlıyoruz.

Merkezi HACCP ile yönetilen CarrefourSA mağazalarında, Horeca kanalındaki yeni girişimizle CarrefourSA Profesyonel HACCP planlarını ekleyerek, CarrefourSA Kalite Güvence standartlarına ve yasal gerekliliklere uyumu sağlıyoruz. Mağazada dökme olarak satışa sunulan taze gıda ürünlerinin raf ömrü analizlerinin doğruluğunu kontrol ediyoruz. Mağazalarımızda ürettiğimiz ve işlediğimiz her ürün için raf ömrü çalışmalarını akredite laboratuvarlarda çalışıyor, sene içerisinde analizlerle kontrol ederek raf ömürlerini 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 etkinliğini 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. 2023 yılında bölgesel bazlı olacak şekilde belirli aralıklarla pest kontrol firması ile yaklaşık 92 mağaza ziyareti gerçekleştirdik. Pest kontrol hizmetlerimizde kimyasal kullanımını azaltmaya yönelik bir yaklaşım benimseyerek, doğal dengeyi koruma amacıyla çevresel

etkilerimizi minimuma indirmeyi de hedefliyoruz.

Mağazalarımızda gıda tedarikçiden son tüketici arzına kadar genel gıda hijyeni kurallarına uygunluğu sağlamak için depo, mağaza, entegre ve e-ticaret lokasyonlarında İç Denetim Başkanlığı tarafından organize edilen habersiz hijyen ve gıda güvenliği denetimleri de gerçekleştiriyoruz. Bu denetimler, üçüncü taraf bağımsız firmaların ekipleri tarafından yapılmaktadır. Denetim sonuçlarına dayanarak, mağazalarımız ve süreçlerimizde gerekli önlemleri alarak sürekli gelişimi, yasal ve CarrefourSA standartlarına uyumun devamlılığını sağlıyoruz. Hijyen ve gıda güvenliği denetimleri öncesi ve sonrasında tespit edilen uygunsuzluklara istinaden gıda güvenliği kültür çalışmalarını planlayarak süreç iyileştirmeleri yapıyoruz. Bu

kültür çalışmalarında, faaliyet alanlarına göre mal kabul, depolama, üretim, lojistik ve satış aşamalarındaki temizlik ve sanitasyon uygulamaları, soğuk zincir muhafaza koşulları, izlenebilirlik, ürün güvenliği, pest kontrol uygulamaları, altyapı ve ekipman gibi temel gereklilikleri yerinde kontrol ediyoruz.

#### ÜRÜN GÜVENLİĞİ VE KALİTE

"Yaşam İçin Doğrusu" prensibiyle, ürünlerimizin güvenliği ve müşterilerimizin sağlığı 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 sağlamak için 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 işimize 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"  
Carrefour SA

#### Tedarikçilerimizde Kalite Denetimleri

Hem Öz Markalı hem de Ulusal Markalı ürün tedarikçilerimizde tedarik sürecine başlanmadan 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 %51'inde 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 gerekirse sene içerisinde tekrar denetliyoruz.

Mağaza ve Depo Hijyen ve Gıda Güvenliği Denetimleri	2021	2022	2023
Denetimler (Toplam)	1.283	1.517	762
Mağaza	1.272	1.507	762
Depo	9	8	-
Entegre Et Tesisi	2	2	-
Denetimlere Birlikte Analiz Edilen Numune Sayısı	10.632	16.723	7.605
Denetimlere Birlikte Analiz Edilen Parametre Sayısı	27.055	40.354	13.155

Not: 2023 yılı depo ve entegre et tesisi denetimleri 2024 yılına taşınmıştır.

Tedarikçilerde Kalite Denetimleri	2021			2022			2023		
	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	113	78	35	95	73	22	98	47	51
Ulusal Marka Olmaya Aday Tedarikçiler	20	8	12	10	5	5	12	6	6
Fırınlarda	71	28	43	73	34	39	76	43	33
Mevcut Öz Marka Tedarikçileri	72	50	22	56	48	8	56	42	14
Öz Marka Olmaya Aday Tedarikçiler	41	21	20	39	20	19	17	9	8
<b>Toplam</b>	<b>317</b>	<b>%58</b>	<b>%42</b>	<b>273</b>	<b>%66</b>	<b>%34</b>	<b>259</b>	<b>%56</b>	<b>%44</b>

Not: Denetim sayılarına takip denetimleri dahil değildir.

Tedarikçilerde Kalite Denetim Sayısı Hedefleri	2024	2025	2026
Mevcut Ulusal Marka Tedarikçileri	102	106	110
Ulusal Marka Olmaya Aday Tedarikçiler	14	17	20
Fırınlarda	80	83	85
Mevcut Öz Marka Tedarikçileri	58	61	64
Öz Marka Olmaya Aday Tedarikçiler	20	22	25
<b>Toplam</b>	<b>274</b>	<b>289</b>	<b>304</b>

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 ediyoruz, gıda güvenliği kültürünün her seviyede benimsenip hayata geçirildiğinden emin oluyoruz.

Denetimlerimizin kapsamı, ürün güvenliği ve kalitesini doğrudan etkileyen sorunların 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 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 hammaddelerin 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 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 reyonlardan 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 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 271 farklı parametrede kontrolleri gerçekleştiriyoruz. Bu kontroller sayesinde ürünlerin standartlarına uygun, taze, güvenli ve kaliteli olduğundan emin oluyoruz. Kalite kontrol

Ürün Güvenliği ve Kalite Analizleri	2021		2022		2023	
	Analiz Edilen Ürün Sayısı	Analiz Sonucu Reyonlardan Çekilen Ürün Sayısı	Analiz Edilen Ürün Sayısı	Analiz Sonucu Reyonlardan Çekilen Ürün Sayısı	Analiz Edilen Ürün Sayısı	Analiz Sonucu Reyonlardan Çekilen Ürün Sayısı
Ulusal Marka Ürünler	773	17	564	27	396	32
Öz Marka Ürünler	1.304	24	1.281	8	1.454	20
Toplam	2.037	%2	1.845	%2	1.850	%3

Ürün Güvenliği ve Kalite Analizleri – Analiz Edilecek Ürün Sayısı Hedefleri	2024	2025	2026
Ulusal Marka Ürünler	400	405	410
Öz Marka Ürünler	1.600	1.680	1.710
Toplam	2.000	2.085	2.110

süreçlerimizi merkez depolarımızda Ziraat Mühendisi, Gıda Mühendisi, Kimyager ve Gıda Teknikerlerinden oluşan uzman ekiplerimiz ile yönetmekteyiz.

2023 yılında depolarımıza gelen Öz Markalı kuru gıda ve şarküteri ürünlerinden 106.239 üründe 250.310 parametrede kalite kontrol yapılmıştır. Ayrıca 2023 yılında taze gıda meyve sebze

ürünlerinden 105 bin ton ürünün 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.

*Çevre Gıda ve Endüstriyel Analiz Laboratuvarları olarak yaklaşık 145 kişiden oluşan deneyimli kadromuz ile sektörde öncü perakende hizmeti veren CarrefourSA'ya akredite laboratuvar analiz hizmeti vermekteyiz. Laboratuvarımız yurtiçi ve yurtdışında geniş kapsamlı analiz kapasitesi ve teknolojik altyapısı ile kalite kontrol analizleri yaparak tüketiciye güvenli ürün sunulmasında önemli rol oynamaktadır. Bu bağlamda paydaşları ile şeffaf bir iletişimde bulunan ve kendini sürekli geliştiren CarrefourSA ile çalışmak bizler için mutluluk vericidir.*

*CarrefourSA marketlerinden alınan numunelerin operasyon, analiz ve raporlama süreçleri bizlerin de gelişimimize katkı sağlamaktadır. Sürdürülebilirlik alanında yurtiçinde öncü fikir ve uygulamaları hayata geçirerek laboratuvarımızı dengeli bir şekilde geliştirmeyi hedefliyoruz. Bu uygulamalarla birlikte paydaşlarımızdan da yeni şeyler görmek ve bu bilinci paylaşabilmek bizlere önemli değerler katmaktadır.*

*CarrefourSA'ya sürdürülebilirlik konularında gerçekleştirdiği çalışmalar konusunda başarılar diliyoruz. Başta ülkemizi ve sonrasında dünyamızı direk etkileyen bu önemli konudaki her bir adımı için teşekkür ediyoruz.*

**Tugay Tekin**  
Çevre Gıda Analiz Laboratuvarı  
Genel Müdür



## ÜRÜN SAĞLIK VE GÜVENLİĞİ İÇİN DİĞER UYGULAMALAR

### ORGANİK EKMEK

2023 yılı sonu itibarıyla perakende sektöründe, organik ekmeğin üretimi gerçekleştiren tek perakendeci olarak faaliyet göstermeye devam etmekteyiz. Hiper format mağazalarımızda ürettiğimiz organik ekmeğin "Doğa Tat Carrefour" markasıyla tüketicilerimize sunmaktayız. Organik ekmeğin 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 ekmeğin süreçlerini gıda güvenliği kurallarına uygun olarak takip ediyor, kontrollerini izlenebilirlik kayıtları ve denetimlerle sağlıyoruz.

Organik ekmeğin 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 ekmeğin, 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 ekmeğin üretilen bin yıllık yerli buğday çeşitliliğinin tarımına da katkıda bulunuyoruz. Kavılcı buğdayı tam 13 bin yaşındadır, Anadolu'daki en eski buğday tiplerindendir 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, gluten oranı düşük olması sebebiyle de müşterilerimize doğru beslenme seçeneği sunuyoruz.

### DOĞRU BAL

Arcılık, insan hayatında büyük bir öneme ve binlerce yıl öncesine dayanan bir geçmişe sahiptir. Bilimsel olarak arının olmadığı bir dünyada yaşamın sürdürülemez olduğunu bilmekteyiz. 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 tedarikinin 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.

Müşteri odaklılık bakış açısını tüm organizasyonun sahiplenmesi ve müşterinin sesini anlık takibine olanak tanıyan **ProAct İlgörü: Müşteri Deneyimi Takip Sistemini** (ProAct Insight CX Tracking System) oluşturduk. Bu sayede

- Kritik temas noktalarını belirleyerek, sorunsuz bir müşteri etkileşimi sağlayabiliyoruz.
- Veri analitiği ve tahmine dayalı modelleme teknikleri kullanarak churn etme olasılığı yüksek olan müşterileri belirleyebiliyoruz.
- Müşterileri tutundurmak için proaktif adımlar atarak müşteri kaybını önemli ölçüde azaltıp uzun vadeli müşteri sadakatini destekleyebiliyoruz.
- Ortaya çıkabilecek herhangi bir sorunun çözüme kavuşma süresini tahminleyip müşterilerimizi bilgilendirebiliyoruz.



- Sosyal medya platformlarını yakından takip ederek müşteri duyarlılığındaki eğilimleri izleyebiliyoruz.

ProAct İlgörü: Müşteri Deneyimi Takip Sistemi, müşteri geri bildirimlerini toplayıp analiz etmesinin yanı sıra etkili bir iş gücü yönetimi ile operasyonel verimliliği maksimize etmeyi amaçlamaktadır. ProAct İlgörü modelimiz ile 2023 yılında 14'ü global olmak üzere 16 ödül kazandık.

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 2022'de %17,7'den

2023'te 15,7'ye düşerek önemli bir iyileşme gerçekleşmiştir.

- Müşteri Tavsiye ve Memnuniyet Skorları:** Yapılan anketler sonucunda Müşteri Tavsiye skoru 2022'de 48,8'den 2023'te 54,2'ye; Müşteri Memnuniyet skoru ise 2022'de 34,2'den 2023'te 39,7'ye çıktı.
- Çözüm Süreleri:** Müşteri sorunlarının ortalama çözüm süreleri 2022'de 8,6 saat iken 2023'te 6,8 saat olarak gerçekleşmiştir.

#### CarrefourSA Sadakat Programı

2023 sonu itibarıyla CarrefourSA Sadakat Programına kayıtlı aktif müşteri sayımız, bir önceki yıla göre 1,8 milyon artarak 10,5 milyona ulaşmıştır. %6,9'u çevrim içi olmak üzere bu müşterilerimizin ayda ortalama 2,4 milyonu marketlerimizi

Müşteri Memnuniyeti Hedefleri	2024	2025	2026
E-Ticaret Temas Oranı (%)	<15,4	<12,6	<10,0
Müşteri Tavsiye Skoru	>55	>57	>60
Müşteri Memnuniyet Skoru	>40	>42	>45
Çözüm Süreleri (saat)	<6,8	<6,4	<6





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 buluştuğu 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	2021	2022	2023
%	95	94	94

Rafta Ürün Bulunurluğu Hedefleri	2024	2025	2026
%	94	95	95

#### CARREFOURSA GURME

Satış alanı 163 m<sup>2</sup> ile 2.200 m<sup>2</sup> 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. Toplamda 36 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, glutensiz, diyabet ya da organik ürünlerle beslenmeyi tercih edenlere yönelik reyonlarımız da bulunmaktadır.

2023 yılında Kendi Kabınla Gel ve Hazır Yemek uygulama satışlarına başlanmıştır.

#### 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 pişirtilebilmesi, 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. 2023 sonu itibarıyla 14 Lezzet Arası restorana sahibiz, 2026 yılı sonuna kadar bu rakamı 24'e çıkarmayı hedefliyoruz.

#### LEZZET ARASI MUTFAK

Lezzet Arası Mutfak, Lezzet Arası restoranlarımızda bölgesel olarak sunduğumuz gastronomik deneyim hizmetini; benzer fiyat dengesi ve ürün çeşitliliğini koruyarak, tüm yaşam alanlarına teslimat yapabildiğimiz bulut mutfak konseptindeki çevrim içi operasyon modelimizdir.

Lezzet Arası Mutfak projemizi 2023 yılında ilk olarak kapalı devre bulut mutfak sistemiyle hayata geçirdik. Türkiye'nin en çok tercih edilen yemek siparişi platformları aracılığıyla, çeşitli mutfak türlerinde oluşturduğumuz 8 sanal marka aracılığıyla müşterilerimize ulaştırıyoruz. Teknolojik veri devriminin gıda sektörüyle

buluşma noktası olan bulut mutfak projemizde müşterilerimizin marka ve ürünlerimize verdiği tepkiyi hızlı bir şekilde ölçebilmekteyiz. Müşterilerimizin tepkisine göre, markayı zincirleştirme, alternatif marka/ürün oluşturma ya da markayı/ürünü sonlandırma gibi aksiyonlar almaktayız. Ayrıca, Lezzet Arası restoranlarımızda karşılaştığımız yüksek işletme maliyeti, mevsimsel ve bölgesel talep değişiklikleri, stok ve envanter yönetimi gibi problemleri; bulut mutfak projemiz ile daha teknolojiye dayalı çözümlerle; esnek, verimli ve sürdürülebilir bir şekilde yönetebiliyoruz.

#### DUYUSAL ANALİZ SÜREÇLERİ

Belirlediğimiz standartlara uygun ürünler sunma amacı doğrultusunda, Öz Markalı ürünlerimizi değerlendirmek üzere eğitimli panelistler tarafından müşteri beğenisi odaklı duyusal değerlendirmeler gerçekleştirilmekteyiz. 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 duyusal değerlendirmelerden geçerken, temizlik ve kozmetik ürünlerimiz ise önce alanında uzman

laboratuvarlarda etkinlik testlerine tabi tutulur ve ardından duyusal/performans değerlendirmeleri yine uzman panelistler tarafından gerçekleştirilir. Öz Markalı ürünlerimizin raflarda yerini almadan önce tüm bu değerlendirmelerden başarıyla geçmesi gerekmektedir. Duyusal değerlendirmeler rutin olarak tekrarlanmaktadır, bu sayede, müşterilerimizin beğenisine uygun ürünlerin devamlılığını sağlamaktayız.

Duyusal Analiz – Gerçekleşenler	2021	2022	2023
Adet	167	228	271

Duyusal Analiz – Hedefler	2024	2025	2026
Adet	280	300	320

#### DOĞRU BİLGİLENDİRME VE ETİKETLEME

Türk Gıda Kodeksi Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği, gıda ürünlerinin etiketinde bulunması gereken 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. Ürünlerimizin bu yönetmeliğe uygunluğunu değerlendirecek doğru ve güvenilir bilgilerin sunulduğundan emin oluyoruz.

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 sağlamaktadır. Bu yaklaşımımızla, tüketicilerimizin sağlıklı seçimleri





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 olmasına 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.

Çevrim içi 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** 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 üretmekle kitlelere daha fazla ulaşmak ve iş hacmini arttırmak,
- 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 yakalayarak 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 etmekle 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, Trendyolgo gibi) iş modelleriyle de çalışmaktayız. 2023 sonu itibarıyla 20 ilde, 75 mağazamız üzerinden 162 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 kazanmaktadır. 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 konularda olabilecek sıkıntıları azaltmak adına, bulunurluk takibi ve iyileştirici aksiyonların alınması, e-ticarete özel stok tutulması, rekabette öne çıkacak kampanyalar gibi çalışmalar yapmaktayız. Süreçlerimizi dijitalleştirmek ve geliştirmek için farklı uygulamalar da geliştirmekteyiz. 2023 sonu itibarıyla

- **Rota Optimizasyonu** projesi kapsamında sürücülerimizin teslimat yapacağı adreslerin otomatik olarak sıralanmasını ve bu sayede daha hızlı

teslimat yapılmasını ve karbon emisyonunun 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** ya da 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.
- Google Analytics, CPASS entegrasyonu ya da 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	2021	2022	2023
Mağaza Sayısı (yıl sonu)	57	58	75
Sipariş Adedi (m)	3,5	3,0	2,9

#### 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.

2023 yılında da C-Mobil üzerindeki modüllere beş yenisi 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 hem de zaman kazancı olmuştur.)

2023 yılında eklenen yeni modüller:

- Personel Öneri Sistemi,
- SKT (Son Kullanım Tarihi) takibinin uygulama üzerinden pratik bir şekilde sağlanabilmesi,
- Personel maaş bordrolarının Tübitak Zaman Damgası ile damgalama işleminin sağlanması,
- Karbon Ayak İzi modülü (günlük hayat rutinlerinden yola çıkarak karbon ayak izinin hesaplanması ve karbon emisyonunun azaltılmasına yönelik tavsiye ve çalışmalar),
- Masraf modülü (iş süreçlerine dahil olan masraf girişlerinin sağlandığı, pratik bir biçimde muhasebe onayına gönderdiği bir uygulama).

#### 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 sunularak 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 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 kontrolü, müşteri deneyimi ekiplerimizle müşterilere destek olabilmek amacıyla bu verilere ulaşabilmektedirler.

Ayrıca CRM sistemimiz altyapısında kurumsal kartlar, hediye kartları gibi yüksek gelir getirici kartlar olmakla birlikte ticari kart, yat kart, apartman kart, üni kart gibi alt tiplerle de müşteri segmentasyonunu sağlayabilmekteyiz. 2023 yılında kurumsal kart ürün ailesine eklediğimiz esnek kart ile belirlenen reyonlarda geçen ve sadece bu

reyonlardan alışveriş yapabilen bir kart oluşturduk. Buna göre özellikle firmalardan talep edilen bu kart tipi ile alışveriş reyonunu sınırlandırmak isteyen firmalar için bir satış opsiyonu sunmuş olduk.

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 seçenekleri bulunmaktadır.

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

Mobil kasa geliştirmelerinin tamamlanmasıyla birlikte artık az yer kaplayan ve internetin olduğu her yerde satış yapabilen mobil kasalar, müşterilerin alışveriş sırasında sıraya girmeden ödeme yapabilmelerini sağlamaktadır. Bu, özellikle yoğun saatlerde mağaza içi trafiği azaltarak müşterilerin hızlı bir şekilde alışverişlerini tamamlamalarına yardımcı olmaktadır. Mobil kasalar, mağaza içinde farklı yerlere taşınabilmekte ve farklı zamanlarda farklı alanlarda kullanılabilir. Bazı mağazalarda ise yedek kasa olarak konumlandırılabilir. Bu esneklik, mağaza düzeninin optimize edilmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca mobil kasalar mağaza yönetim sistemleri ve envanter yönetimi ile entegre edilebilecektir. Bu, stok takibinin daha etkin yapılmasına ve tedarik zinciri yönetiminin iyileştirilmesine yardımcı olacaktır.

2023 yılında Fiş Kısaltma ve Kredi Kartı İş Yeri Nüshası Slip Basmama Projemizi hayata geçirdik. Projemizin tasarım aşamasında, ilgili departmanlar, müşterilerimiz ve saha çalışanlarımızla gerçekleştirdiğimiz görüşmeler doğrultusunda bu projenin büyük bir gereklilik olduğunu belirledik. Proje kapsamında, alışveriş fişlerinin

uzunluğunu %30 ila %40 oranında kısaltarak, müşterilerimize daha yalın bir fiş sunmayı hedefledik. Aynı zamanda, her kredi kartı alışverişinde pos cihazından çıkan iş yeri nüshası sliplerini tamamen kaldırarak kağıt israfını azaltmayı başardık.

Mağaza Portal çalışması, mağazalarımızın ihtiyaç duyduğu tüm uygulamalara tek bir platform üzerinden erişim sağlayan, tamamen iç kaynaklarla geliştirilen bir uygulamadır. Bu sayede mağazalar, bilgi teknolojilerinden taleplerini doğrudan Mağaza Portal üzerinden iletebilmekte ve işlemlerini hızla gerçekleştirebilmektedir. Ayrıca, tüm duyuru ve bildirimler de bu platform üzerinden yapılmakta olup, e-posta, WhatsApp grupları gibi ek iletişim kanallarının kullanımına gerek kalmamıştır.

Salesforce Marketing Cloud ürününü kendi verilerimizle entegre ederek, müşteri davranışları, alışkanlıkları ve harcama geçmişine dayalı hedef kitle bazlı iletişim stratejileri oluşturmaya başladık. Bu sayede, müşteri sadakatini artırmaya yönelik aksiyonlar olarak ciro artışını destekleyen verimli kampanyalar geliştirdik. Salesforce Marketing Cloud ile tüm e-posta, push bildirimleri ve SMS iletişimimizi, müşteri yolculuklarını dikkate alarak akıllı ve planlanabilir bir yapıya kavuşturduk. Bu platform, kişiselleştirilmiş ve etkili iletişim oluşturma yeteneği sağlarken, süreçlerin daha stratejik ve hedef odaklı yönetilmesine olanak tanımaktadır.

#### 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 sağlıyor.

2023 yılı itibarıyla 92 sürecimiz ve ayda 13.954 iş robotlar (RPA) tarafından yürütülmektedir. Robotlarımız tarafından yapılan işlemler sonucunda yıllık 183 kişilik iş gücüne denk bir verimlilik sağlanmıştır. Bun kapsamında her yıl 6-10 süreci RPA kapsamına almayı hedefliyoruz.

#### 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 yapılmaktadır.
- 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 yapılmaktadır.
- Kullanıcı bilgisayarlarında, kişilerin çalışmalarını etkilemeyecek şekilde sıkılaştırma ve iyileştirme çalışmaları gerçekleştirilmektedir.
- 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 uygulanmaktadır.
- Olası sistem ve network açıklarına karşı sürekli taramalar yapılmaktadır.
- Bağımsız skorlama platformlarından dış dünyadaki ayak izlerimize yönelik sürekli skorlama ve raporlar ile kontroller yapılarak iyileştirmeler hayata geçirilmektedir.
- 2023 yılında veri güvenliğinin ihlali ile ilgili bir vaka yaşanmamıştır.

Eğitim	Tamamlayan Kişi (2021)		Tamamlayan Kişi (2021)		Tamamlayan Kişi (2021)	
	Çevrim içi Eğitim	Sınıf Eğitimi	Çevrim içi Eğitim	Sınıf Eğitimi	Çevrim içi Eğitim	Sınıf Eğitimi
Bilgi Güvenliği Farkındalık Eğitimi	2.533	-	2.505	13	2.160	-
Bilgi Güvenliği Eğitimi	247	338	164	160	83	199
Oryantasyon	2.461	959	2.585	2.012	1.187	3.715

# 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 ederek, oluşan gıda atıklarını yeniden üretime kazandırmayı hedefliyoruz. Tüketime uygun gıda atıklarını çeşitli STK'lara başıyarak 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 ederek 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.

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

ANA PERFORMANS GÖSTERGELERİ		2021	2022	2023
İklim Değişikliği	Enerji Tüketimi (MWh)	211.191	206.220	197.386
	Farklı Kaynaklardan Kullanılan Yakıt Oranı (%)	10	8	11
	Elektrik Tüketim Oranı (%)	90	92	89
	Enerji Yoğunluğu* (kWh/m <sup>2</sup> )	416	385	350
	Emisyonlar (ton CO <sub>2</sub> ) - Toplam	1.308.822	2.019.218	2.648.429
	Emisyonlar (ton CO <sub>2</sub> ) - Kapsam I	150.700	131.323	114.211
	Emisyonlar (ton CO <sub>2</sub> ) - Kapsam II	87.287	83.500	77.733
	Emisyonlar (ton CO <sub>2</sub> ) - Kapsam III	1.070.135	1.804.395	2.456.485
	Projeler Sonucu Emisyon Azaltımı (ton CO <sub>2</sub> )	12.879	15.324	8.561
	Emisyon Yoğunluğu** (ton CO <sub>2</sub> )	0,47	0,40	0,34
	Su Tüketimi (m <sup>3</sup> )	326.243	385.490	372.409
	CDP İklim Değişikliği Notu	C	A	A-
	CDP Orman Notu***			
		Palm Yağı	B	A-
	Soya	B	A-	
	Kereste	B	A-	
	Sığır	B	B	
	CDP Su Güvenliği Notu	C	A	A
	Yayınlanan Sürdürülebilirlik Bülteni Adedi	3	1	1
Atık Yönetimi	Temel Seviye Sıfır Atık Belgesi Sahibi Mağaza Sayısı	180	535	691
	Geri Dönüştürülmüş Tehlikesiz Atık Miktarı (Ambalaj, Kâğıt-Karton, Plastik, Cam) - ton	645	7.343	1.741
	Geri Dönüştürülmüş Tehlikeli Atık Miktarı (Bitkisel Atık Yağ, Tehlikeli Sıvı Atıklar, Pil) - ton	11	13	10
	Ekonomik Değere Sahip Atıkların 2. El Satışı ile Elde Edilen Gelir (m TL)	5,8	11,1	16,5

(\*) m<sup>2</sup> Başına Enerji Tüketimi

(\*\*) Kapsam I/II için m<sup>2</sup> başına emisyon oranı

(\*\*\*) CDP Orman modülü raporlaması 2022 yılında başlamıştır.

## ÇİFTE ÖNEMLİLİK ETKİ, RİSK VE FIRSATLARI



### ETKİ ÖNEMLİLİĞİ

Konu	Alt Konu	Etkiler	Mevcut / Potansiyel	Negatif / Pozitif	Vade	İnsan Hakları Etkisi
E1 - İklim Değişikliği	İklim Değişikliği Etkilerinin Azaltılması	CarrefourSA'nın tedarik ettiği ürünlerin üretim, nakliye ve satış süreçleri sonrasında oluşan Kapsam 3 emisyonları.	Mevcut	Negatif	Kısa, Orta, Uzun	Var
		CarrefourSA'nın kendi operasyonlarını devam ettirmek için kullandığı enerji, fosil yakıt ve soğutucu gazlar sebebiyle oluşan Kapsam 1 emisyonları.	Mevcut	Pozitif	Kısa, Orta, Uzun	Var
	İklim Değişikliği Adaptasyonu	CarrefourSA, sürdürülebilir ürün gamı kapsamında iklim dostu ve düşük karbon ekonomisini destekleyen organik, eko sertifikalı, katkısız, geri dönüştürülmüş malzeme ve ambalaj tedarik ederek, tüm tedarik zincirinde iklim değişikliğine olan olumsuz etkisini azaltmayı hedeflemektedir.	Potansiyel	Pozitif	Kısa, Orta, Uzun	Var
		İklim odaklı ürünler: Bu ürünlerin tercih edilmesi, ürün kullanım aşamasında çevre ve insan sağlığı üzerindeki negatif etkiyi azaltmaktadır.	Potansiyel	Pozitif	Kısa, Orta, Uzun	Var
Enerji	Mağazacılık operasyonlarında fosil bazlı enerji kullanımı	Mevcut	Negatif	Kısa, Orta, Uzun	Var	
E2 - Kirlilik	Hava Kirliliği	CarrefourSA'nın tedarik ettiği hammaddelerin üretimi esnasında oluşan hava emisyonları	Mevcut	Negatif	Kısa, Orta, Uzun	Var
	Su Kirliliği	CarrefourSA'nın tedarik ettiği hammaddelerin üretimi esnasında oluşan su emisyonları	Mevcut	Negatif	Kısa	Var
	Toprak Kirliliği	CarrefourSA'nın tedarik ettiği hammaddelerin üretimi esnasında oluşan toprak emisyonları	Mevcut	Negatif	Kısa	Var
		CarrefourSA'nın ürün kullanım aşaması ve yaşam sonunda ortaya çıkan mikro plastik ve ambalaj malzemesi kirliliği	Mevcut	Negatif	Kısa, Orta, Uzun	Var
	Canlı Organizmaların ve Gıda Kaynaklarının Kirliliği	Tarım süreçlerinden kaynaklanan pestisitler ve herbisitler, CarrefourSA'nın tedarik zinciri dikkate alındığında, mahsul üzerinde kalıntılar bırakabilir ve bu kalıntılar zararlı olabilir.	Mevcut	Negatif	Kısa, Orta, Uzun	Var
	E3 - Su ve Deniz Kaynakları	Su Çekimi	CarrefourSA'nın mağazalarında ve dağıtım merkezlerinde yapılan su çekimleri, yerel çevrede tatlı suyun kullanılabilirliğini azaltır. Böylelikle, yerel su kaynaklarını ve bu kaynaklara bağımlı olan doğal yaşam alanlarını etkileyebilir.	Mevcut	Negatif	Kısa, Orta

## FINANSAL ÖNEMLİLİK

Konu	Alt Konu	Risk	Fırsat	Vade
E1 - İklim Değişikliği	İklim Değişikliği Etkilerinin Azaltılması	Yatırımcılar ve kreditorler, emisyonları azaltmaya yönelik stratejiler geliştirmeyen veya iklim değişikliği ile ilgili politika ve hedeflere sahip olmayan şirketlere daha yüksek faiz oranları uygulayabilir veya finansman sağlamayabilir.		Orta, Uzun
		Dünyadaki ve Türkiye'deki emisyon azaltım stratejilerine CarrefourSA'nın uyum sağlayamaması ve emisyon azalımı için kısa vadede tedarik zincirini yönetememesi durumunda tedarik olumsuz etkilenebilir.		Orta, Uzun
		Türkiye'de, yasalasması beklenen florlu sera gazlarına (F-gazları) ilişkin taslak bir yönetmelik bulunmaktadır. F-gazları, CarrefourSA'nın operasyonları için kritik önemli taşıyan soğutma işlemlerinde kullanıldığından söz konusu düzenleme ek maliyet oluşturabilir.		Kısa, Orta, Uzun
	İklim Değişikliği Adaptasyonu	İklim değişikliği nedeniyle oluşan sıcaklık değişiklikleri, CarrefourSA'nın sattığı ürünlerin ve/veya hammaddelerin verimliliğini etkiler, arz ve fiyatlar olumsuz etkilenebilir		Orta, Uzun
	Enerji	Küresel enerji fiyatlarında artış, TR'de enerji fiyatlarında %100 artış, 2023 cirosu üzerinden %2'lik dolaylı bir maliyet oluşturabilir.		Kısa, Orta
E2 - Kirlilik	Hava Kirliliği	CarrefourSA, enerji kullanımı, fosil yakıtlar ve soğutucu gazlardan kaynaklanan emisyonlarla ilgili hava kalitesi yönetmeliklerine daha sıkı uyum gerekliliği nedeniyle cezalar ve artan uyum maliyetleri ile karşılaşabilir.		Orta, Uzun
	Risk Teşkil Eden Maddeler	CarrefourSA'nın ürünlerinde veya tedarik zincirinde endişe verici maddelerin (SoC) kullanımı, düzenleyici incelemelere yol açabilir ve bu da tedarik zinciri kesintileri ve artan uyum maliyetleri ile sonuçlanabilir.		Orta, Uzun
	Yüksek Risk Teşkil Eden Maddeler	CarrefourSA'nın ürünlerinde SVHC'lerin bulunması, tüketici tepkisine, pazar payı kaybına ve olası düzenleyici cezalara yol açabilir.		Kısa, Orta
E3 - Su ve Deniz Kaynakları	Su Tüketimi	Yüksek su tüketimi, özellikle su kıtlığı yaşanan bölgelerde yerel su kaynakları üzerinde baskı oluşturur, bu da düzenleyici riskler ve itibar kaybı riskine yol açabilir.	CarrefourSA, su tüketimini azaltmaya yönelik projeler geliştirerek ICMA (International Capital Market Association) tarafından belirlenen Yeşil Tahvil Prensipleri (Green Bond Principles) veya Loan Market Association tarafından yayınlanan Yeşil Kredi Prensipleri (Green Loan Principles) ile uyumlu finansman fırsatlarından yararlanabilir.	Kısa, Orta
		Yetersiz arıtma sonucu suya karışan kirlenmeler, yerel su kalitesinin bozulmasına ve sağlık sorunlarına yol açabilir, bu da yasal yaptırımlar ve çevresel zararlara neden olabilir.	CarrefourSA, atık su yönetimi ve arıtma projelerini geliştirerek ICMA'nın Yeşil Tahvil Prensipleri veya Loan Market Association'ın Yeşil Kredi Prensipleri ile uyumlu olarak finansman sağlayabilir.	Kısa, Orta

## İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ



## İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ YAKLAŞIMIMIZ

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

CarrefourSA, iklim değişikliği üzerindeki etkilerini azaltmaya ve tüm ticari faaliyetlerini sürdürülebilir bir şekilde yürütmek amacıyla çalışmaktadır. İklim değişikliğiyle mücadele etmek ve sürdürülebilir endüstri paydaşlarının kritik bir rol oynadığına biliyor, paydaşlarımızla iş birliğini güçlendirmenin, etkili ve uzun vadeli çözümler yaratmak adına büyük önem taşıdığına inanıyoruz. Yaşam için Doğrusu vizyonumuzla yaşanabilir bir gelecek için de sürdürülebilirliği tüm iş süreçlerimize adapte ediyoruz. Enerji verimliliği, atıkların kaynağında önlenmesi, doğal kaynaklar üzerindeki etkilerin azaltılması gibi konularda projeler geliştiriyor, hedeflerimiz

doğrultusunda sera gazı emisyonlarımızı azaltmak için faaliyetlerde bulunuyoruz.

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 ve soğutucu gaz tüketiminin azaltılması, iklimlendirme ve lojistik faaliyetlerinin optimize edilmesi gibi çalışmalar emisyonlarımızı en aza indirmeyi hedefliyor ve 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, 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,

## 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 ekseninde Sürdürülebilirlik Komitemizin alt çalışma gruplarında aksiyonlarımızı detaylı bir şekilde planlanmakta ve ivmelendirmekteyiz. 2024'te bir önceki yıla kıyasla birim satış alanı başına sera gazı emisyonlarımızı %5 azaltmayı hedefliyoruz. Greenhouse Gas (GHG) Protokolüne göre hesapladığımız emisyon verilerimizi bağımsız dış kuruluşlar tarafından onaylanmaktadır. 2018 yılından beri Kapsam 1 ve 2 emisyonlarımızı düzenli olarak takip etmekteyiz. 2023 yılında ise, 2017'den 2023 yılına kadar olan tüm Kapsam 3 emisyonlarımızı hesapladık. Bu emisyonların azaltılmasına ilişkin aksiyonlarımızı belirlemek için çalışmalarımıza devam etmekteyiz. Kapsam 3 emisyonlarının hesaplanmasını yıllık hale getirerek ülkemizde ve sektörde örnek olması ve CarrefourSA'nın karbon nötr olması için gerekli çalışmaları yapmayı planlamaktayız.



8. Sera gazı emisyonlarımızın, iklim değişikliğiyle ilgili hedeflerimizin ve faaliyetlerimizin Sürdürülebilirlik Raporu, CDP Raporu vb. mecralarda açık bir şekilde rapor edilmesi.

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 almalarında enerji verimliliğinin dikkate alınması,

7. Politikanın periyodik olarak gözden geçirilerek teknolojik gelişmelerle güncellenmesi.

### Enerji Tüketimi

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 kullanımudur.

### Enerji Verimliliği Çalışmaları

CarrefourSA bünyesinde, enerji yönetimini en etkin şekilde idare edebilmek için Enerji Yönetimi Ekibi bulunmaktadır. Enerji yönetim faaliyetlerimizi Planla - Uygula - Kontrol Et - Önlem Al 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 dört farklı formatta hizmet vermekteyiz. Bunlar, Hiper, Süper, Gurme ve Mini formatında mağazalardır. Önemli enerji kullanıcılarımız soğutma sistemi, iklimlendirme sistemi, aydınlatma ve elektrik sistemi olarak dört alt kırılımda takip edilmektedir. Mağazalarımızın önemli enerji kullanıcıları formatları gereği rakamsal olarak farklılık gösterse de oransal olarak benzer 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. Mağazalarımızda tasarruf öngörümüzü satış alanı (m<sup>2</sup>) değerine uyarlayarak ilan ediyoruz. Bu kapsamda hedeflenen kWh/m<sup>2</sup> aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

tasarruflarımızı korumaya ve verimlilik düzeyimizi artırmaya devam ettik. Projelerimiz arasında:

- Endüstriyel soğutma cihazları kapasite optimizasyonu ve inverter dönüşümü,
- Eski teknoloji klima cihazlarının inverter tip ile değişimi ve optimizasyonu,
- Güneş alan cephelere siyah film çekilmesiyle iklimlendirme talebinin azaltılması,
- Kapağı eksik/hasarlı dolapların tamir ve bakımının yapılması ile kayıp ve kaçakların önlenmesi bulunmaktadır.
- Ayrıca mağazaların tavan yükseklikleri düşürülerek,

Enerji Tüketimi (MWh)	2021	2022	2023
Farklı Kaynaklardan Kullanılan Yakıtlar (Doğrudan enerji tüketimi)	20.151	16.448	20.720
Elektrik Tüketimi (Dolaylı Enerji Tüketimi)	191.040	189.772	176.666
Toplam Enerji Tüketimi	211.191	206.220	197.386

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

Enerji Yoğunluğu	2021	2022	2023
m <sup>2</sup> başına Enerji Tüketimi (kWh/m <sup>2</sup> )	416	385	350
Ciro bazında Enerji Tüketimi (kWh/m TL)		5.685	4.452

Format	kWh/m <sup>2</sup>				
	2022 Hedef Tüketim	2022 Reel Tüketim	2023 Hedef Tüketim	2023 Reel Tüketim	2024 Hedef Tüketim
Mini	570	536	530	505	500
Süper	370	365	360	326	315
Gurme	475	474	470	490	470
Hiper	355	353	352	330	310

iklimlendirilecek hacimlerin düşürülmesi projeleri ile 10,6 milyon kWh enerji tasarrufu gerçekleştirilmiştir.

Yatırım yapmaya başladığımız günden bugüne yapılan birebir kıyaslamada enerji tasarruf miktarımız 40 milyon kWh'a yaklaşmıştır. 2024 yılında ise VAP projelerimize devam ederken yerinde elektrik üretimi yapmak suretiyle Çatı GES projelerimizi hızlandırarak temiz enerji kullanım oranımızı artırmayı hedefliyoruz.

#### SERA GAZI EMİSYONLARI

CarrefourSA, iştiraki olduğu Sabancı Holdingin 2050 Net Sıfır Taahhüdü kapsamında çalışmalarını geliştirmektedir. Firmamızda Kapsam 1, 2 ve 3 hesaplamaları 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 kabul edilmektedir. Bu kapsamda 2021 yılı itibarıyla hesaplanmaya başlanan ve geriye dönük de olmak üzere 2017'den itibaren günümüze kadar olan hesaplanan Kapsam 3 emisyonlarımız, gelecekte de hesaplanmaya devam edilecektir. Hesaplamalar sonucunda 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 verilerin

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 <sub>2</sub> )	2021	2022	2023
Kapsam I	150.700	131.323	114.211
Kapsam II	87.287	83.500	77.733
Kapsam III	1.697.371	1.804.308	2.456.485
Toplam	1.935.360	2.019.407	2.648.429

Kapsam I – Doğrudan Emisyonlar (ton CO <sub>2</sub> )	2021	2022	2023
Yakıt (motorin) tüketimi – şirket araçları	1.279	1.394	555
Yakıt (benzin) tüketimi – şirket araçları	6	70	1.169
Yakıt (doğalgaz)	2.738	3.028	2.305
LNG	3	0	0
LPG	1	0.01	7
Fuel Oil	32	18	20
R22	2.684	1.976	933
R410A	2.018	2.667	4.549
R404A	140.703	121.000	103.396
R407C	344	53	474
R134A	290	158	7
HFC 227	161	512	774
CO <sub>2</sub> Yangın Söndürme Sistemi	2	1.8	2
Acil Durum Jeneratörleri (Dizel)	439	402	330
Acil Durum Jeneratörleri (Benzin)	0	0	-
Toplam	150.700	131.323	114.615

Kapsam II – Dolaylı Enerji Kaynaklı Emisyonlar (ton CO <sub>2</sub> )	2021	2022	2023
Elektrik Tüketimi	87.287	83.500	77.733
Toplam	87.287	83.500	77.733

Kapsam III – Diğer Dolaylı Emisyonlar (ton CO <sub>2</sub> )	2021	2022	2023
Kategori 1-Satın Alınan Mal ve Hizmetler	1.091.223	1.198.429	1.755.695
Kategori 2-Sermaye Malları	-	-	-
Kategori 3-Kapsam 1 ve 2'ye Dahil Olmayan Yakıt ve Enerji Bağlantılı Faaliyetler	-	-	-
Kategori 4-Ürünlerin Nakliyesi ve Depolanması	15.900	16.714	17.992
Kategori 5-Operasyondan Kaynaklı Atıklar	55.583	74.715	89.182
Kategori 6-İş Seyahatleri	55	266	447
Kategori 7-Personel Servisleri	903	371	520
Kategori 8-Kiralanan Varlıklar	-	-	-
Kategori 9-Satılan Ürünlerin Dağıtımı	463	1.085	1.023
Kategori 10-Satılan Ürünlerin İşlenmesi	-	-	-
Kategori 11-Satılan Ürünlerin Kullanımı	531.931	498.594	566.909
Kategori 12- Satılan Ürünler İçin Kullanım Ömrü Sonu İşlemi	-	-	-
Kategori 13-İşletmenin Kiraladığı Varlıklar	-	-	-
Kategori 14-Bayilikler	1.659	14.221	24.717
Kategori 15-Yatırımlar	-	-	-
Toplam	1.697.371	1.804.308	2.456.485

Not: 2021,2022 ve 2023 senesine ait emisyon değerlerimiz bağımsız denetim kuruluşu tarafından "Limitli Güvence Denetimi" kapsamında teyit edilmiştir.

Emisyon Yoğunluğu	2021	2022	2023
Kapsam I&II Emisyonlar / Ciro (ton CO <sub>2</sub> /m TL)		5,9	4,3
Kapsam I&II için m <sup>2</sup> başına emisyon oranı (ton CO <sub>2</sub> )	0,47	0,40	0,34

Emisyon Azaltımına Yönelik Faaliyetlerimiz (ton CO <sub>2</sub> )	2021	2022	2023
Binalarda ve Aydınlatmalarda Enerji Verimliliği	4.298	5.716	1.289
Ambalajlamada Tek Kullanımlık Plastiğin Azaltılması	1.174	1.486	-
Rota Optimizasyonu	3.552	2.993	3.719
Endüstriyel Soğutma Yenileme	1.096	1.457	1.518
Klima Yenileme	712	947	956
İklimlendirme Otomasyon	934	1.242	483
Tali Tasarruf Projeleri	1.113	1.479	594
Kent Tarımı	-	-	24
Toplam	12.879	15.324	8.561

## Kent Tarımı

Taze gıdaya erişimi kolaylaştıran, küçük ve yerel çiftçilerin üretimlerini sürdürülebilir kılan, biyoçeşitliliği artıran ve karbon ayak izimizi azaltan Kent Tarımı projemiz ile tüketicilerimize yüksek besin değeri olan doğru gıdaya ulaşma imkânı sunuyoruz. Aynı zamanda kırsal bölgelerde küçük üreticilere ekonomik kalkınma yaratmak ve istihdam sağlamak konusunda da önemli bir rol oynuyoruz.

Çiftçilere, doğru standartlarda ürettikleri ürünleri satın alma garantisi veriyoruz. Böylece çiftçilerin pazar arayışı ve ürünlerini satma kaygısı ortadan kalkıyor, üretimlerine güvenle devam edebiliyorlar. Kent Tarımı projemizde şu anda İstanbul'da toplam 380 dönüm alanda 20 çiftçi ile çalışıyoruz. Bu kapsamda Kent Tarımı, yaklaşık bin kişiye dolaylı ekonomik etki yaratmış ve onların yaşam standartlarını iyileştirmiştir. Bu etkileşim, sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda sorumlu üretim ve tüketim alışkanlıklarının desteklenmesine de katkı sağlamaktadır.

Kent Tarımı projesi kapsamında, 2023 yılında başlatılan faaliyetler neticesinde, toplam 490 bin bağ yeşillik üretimi gerçekleştirilmiş ve bu ürünler doğrudan CarrefourSA mağazalarında tüketiciye sunulmuştur. Bu süreçte, yaklaşık şehirler arası taşıma yapılmasına oranla %94 daha az karbon emisyonu salınmasına neden olmuştur.

Projemiz, yerel üreticilere destek sağlayarak ve tarımsal çeşitliliği koruyarak sürdürülebilir gıda üretimini teşvik etmektedir. Bu da CarrefourSA'nın çevresel ayak izini azaltma ve biyoçeşitliliği koruma amacıyla örtüşmektedir. Ayrıca, projemiz kapsamında sağlanan satın alma garantileri ve üreticilerle yapılan doğrudan iş birlikleri, gıda atığını azaltarak ve tarladan sofraya yolculuğu kısaltarak CarrefourSA'nın karbon salınımını azaltma hedeflerine katkıda bulunmaktadır. Bu çerçevede, "2050 Net Sıfır" taahhüdümüze uygun adımlar atıyor ve kaynakların etkin kullanımını sağlayarak ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliği destekliyoruz.

### Karbon Saydamlık Projesi (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 tüm şeffaflığıyla kamuoyu ile paylaşmaktayız. 2024 yılı için çalışmalarımıza geçtiğimiz seneki başarılı sonuçlarımızı koruyarak ve daha da üzerine koyarak devam etmeyi hedefliyoruz.



### Orman Performansımız

Bu seneki raporlamamızda Ormansızlaşma konusundaki dört alt başlıkta (Palm Yağı, Kereste, Soya, Sığır) şirketimizin faaliyetlerini kapsamlı bir şekilde değerlendirdik. Tedarik ettiğimiz ürünlerin üretim aşamalarında doğrudan veya dolaylı olarak kullanılan risk emtialarının takibini daha detaylı hesaplamış olduk. İlk kez 2022 senesinde yapmış olduğumuz bu çalışmada geçtiğimiz sene tüm modüllerde B (Management) puanı olarak sektörümüzde bu dereceyi alma hakkı kazanan sayılı firmalar arasında yer almıştık. 2023 senesindeki çalışmalarımız sayesinde ise Palm Yağı, Soya ve Kereste kategorilerinde B olan puanımızı A- (Leadership) seviyesine yükselttik. Bu sayede global olarak Ormansızlaşma modülünü raporlayan sayılı perakende şirketlerinden biri ve dört türünü de raporlayan tek perakende şirketi olma unvanımızı 2023 yılında da sürdürdük. Gelecek senelerde belirleyeceğimiz hedefler ve uygulayacağımız stratejilerle skorumuzu daha da yükseltmeyi amaçlamaktayız.

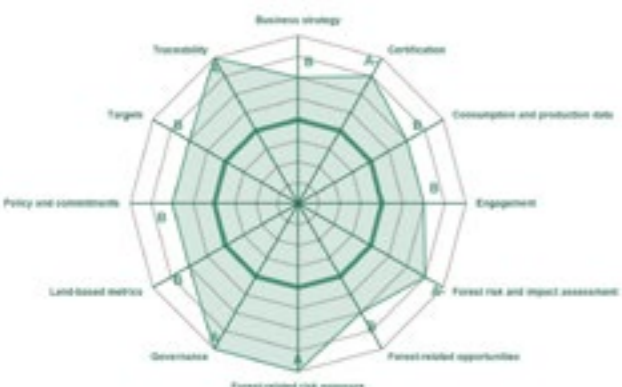
### Orman – Palm Yağı: A- (Leadership)



### Orman – Kereste: A- (Leadership)



### Orman – Soya: A- (Leadership)



### Orman – Sığır: B (Management)



### İklim Değişikliği Performansımız

İklim Değişikliği modülündeki performansımızı 2023 yılında da üst seviyede tutarak A- (Leadership) skoru almaya hak kazandık. Yaptığımız çalışmalar ile geçtiğimiz sene büyük aşama kaydetmiş ve bu derecelendirmede dünya çapındaki lider şirketler arasında olduğumuzu açıkça göstermiştik. 2023 yılında da A- (Leadership) puanı olarak üst seviyedeki standardımızı koruduğumuzu ve sürdürülebilirlikte istikrarlı bir başarı sağladığımızı kanıtladık.

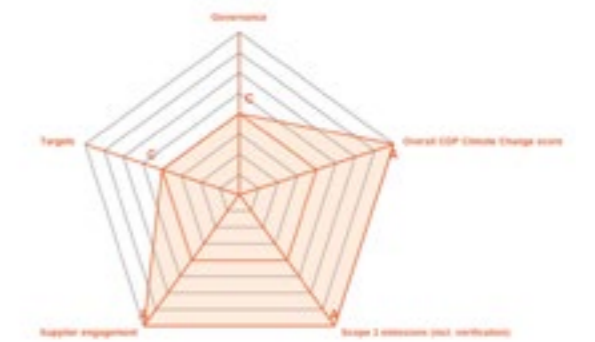
### İklim Değişikliği: A- (Leadership)



### Tedarik Etkileşim Performansımız

CDP kuruluşların tedarikçileriyle iklim değişikliği konusundaki etkileşimlerini değerlendirmektedir. Satın alma yapan kuruluşlar, tedarikçileriyle olan etkileşimleri aracılığıyla önemli çevresel değişiklikleri teşvik edebilme potansiyeline sahiptir. CDP, tedarikçi etkileşimini değerlendirerek ve en iyi uygulamaları tanıyarak, tedarik zinciri emisyonları konusunda küresel eylemi hızlandırmayı hedeflemektedir. CarrefourSA, bu değerlendirmelere tabi tutulmuş ve yapılan değerlendirmeler sonucunda A- leadership puanı almaya hak kazanmıştır.

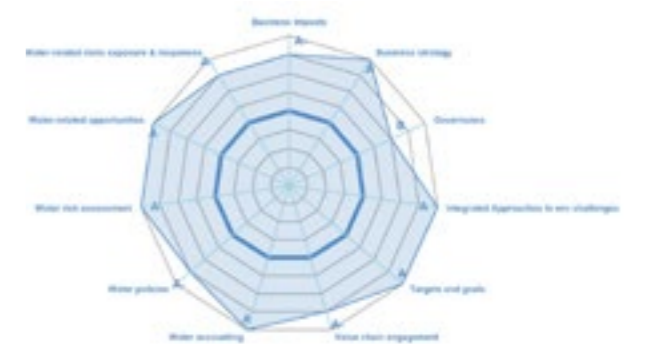
### Tedarik Etkileşimi: A- (Leadership)



### Su Güvenliği Performansımız

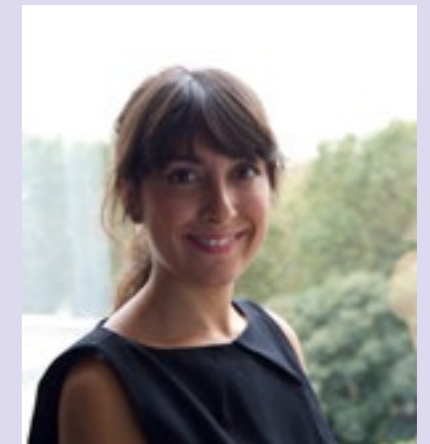
Su Güvenliği modülündeki performansımızı 2023 yılında da en üst seviye skor olan A (Leadership) skoru olarak taçlandırdık. Bu sayede yaptığımız çalışmalar ile kendi standardımızı koruduk ve sektörümüzde ve değerlendirmeye giren diğer tüm sektörlerde de örnek bir performans sergilediğimizi gösterdik.

### Su Güvenliği: A (Leadership)



CarrefourSA, 2020 yılından bu yana CDP kapsamında çevresel verilerini düzenli bir şekilde raporlayarak sürdürülebilirlik konusundaki şeffaf ve kararlı yaklaşımını ortaya koydu. 2023 yılında, CDP'nin İklim Değişikliği, Su Güvenliği ve Ormansızlaşma programlarının tümüne Türkiye'den yanıt veren üç şirketten biri oldu. Bununla da kalmadı, bu üç program kapsamında verdiği yanıtlar, çevre alanında dünyanın en prestijli derecelendirme metodolojisine sahip olan CDP tarafından değerlendirildi ve CarrefourSA tüm kategorilerde A derecelendirme bandında yer almayı başardı. Bu da CarrefourSA'nın çevre alanında yaptığı çalışmalarla dünya liderleri arasında yer aldığını kanıtlıyor.

**Mirhan Köroğlu**  
CDP Türkiye  
Ülke Müdürü





### SU TÜKETİMİ <sup>8024</sup>

İklim değişikliğinin en önemli sonuçlarından birinin su kaynakları üzerinde olacağını bilinciyle 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 2023 yılı itibarı ile A (Leadership) puanı olarak bu alanda da sektörümüzde lider firmalar arasında olmayı sürdürdük.

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 irdelenmekte, gelişim ve

farkındalık yaratmak için çabalanmaktadır.

Operasyonlarımızda su tüketimi hijyen, temizlik, müşteriye ürün sunumu, çalışan ihtiyaçları ve müşteri ihtiyaçlarına yönelik olarak yapılmaktadır; atık sularımız ise doğrudan kanalizasyon sistemine <sup>8024, 8025</sup> deşarj edilmektedir. Su tüketiminde genel hedefimiz, hijyen esaslarımız çerçevesinde, kullanımımızın artış göstermemesidir. Su tüketiminin azaltılması için teknik açıdan yapılabilecek çalışmalar, özellikle yeni mağaza planlamalarında, 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.

### Atık Su Deşarjı

CarrefourSA, faaliyetleri sırasında kullandığı suyu şube ve depolarının bulunduğu idarenin kanalizasyonlarına deşarj etmektedir. Deşarj öncesinde, yönetmeliklerle belirlenmiş kirletici parametrelerin limit değerlerinin altında kaldığını teyit etmek için ölçümler yapılmaktadır. Atık su arıtma tesisleri tarafından gerçekleştirildiğinden, CarrefourSA herhangi bir arıtım faaliyeti gerçekleştirmemekte ancak tüm deşarj noktalarında atık yağ ve kum tutucu bulundurmaktadır.

Su Kullanım Miktarlarımız (m <sup>3</sup> ) <sup>8026</sup>	2021	2022	2023
Su Çekimi – Şebeke Suyu	323.870	383.000	371.096
Su Kullanımı – Damacana	2.373	2.490	1.312
Toplam	326.243	385.490	372.409

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

### ÇEVRESEL FARKINDALIK ÇALIŞMALARI

#### Mağaza Anonsları

5 Haziran Dünya Çevre Günü vesilesiyle, çevre bilincini artırmak ve daha sürdürülebilir bir gelecek için önemli adımlar atma çağrısında bulduk. Çevremizi koruma konusunda toplu bir taahhütte bulunarak, atıklarımızı geri dönüştürmenin, enerji ve suyu tasarruflu kullanmanın önemini vurguladık. Ayrıca, plastik kullanımını azaltmak amacıyla müşterilerimizi alışverişlerini tekrar kullanılabilir çantalarla yapmaya teşvik ettik.

#### Bez Çanta Dağıtımı

Tüm müşterilerimize Çevre

Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığının öncülüğünde yürütülen Sıfır Atık projesi kapsamında 5 Haziran'da ücretsiz bez çanta dağıtımını yaptık.

#### Şirket İçi Ekran Koruyucular

Çevre, sürdürülebilirlik projeleri ve güncellemeleri ile ilgili şirket içi iletişim çalışmalarını gerçekleştirdik.

#### Yaratıcı Çocuk Festivali

CarrefourSA, Yaratıcı Çocuk Festivalinde "Doğrusu Kent Tanımı" atölyesiyle yer aldı. Gerçekleştirilen atölyede, 780 çocuk tohumdan sebze ye doğanın döngüsünü keşfederek Kent Tanımının sürdürülebilirliğini öğrenmiş oldu.

### 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

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 azaltacak aksiyonları almak, Sıfır Atık yaklaşımını benimseyerek geri dönüşüm ve 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 yönetiminde yasalara %100 uyum sağlıyor ve gönüllülük esaslı çalışmalarla

çevresel performansımızı sürekli iyileştirmek için çalışıyoruz.

### Üretim ve Paketleme için Kullandığımız Malzemeler

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, straför kasalar, tek kullanımlık bardak, kasa poşetleri gibi malzemeler oluşturur. Tek kullanımlık ambalajlar aşağıdaki miktarlarda tüketilmektedir.

Tek Kullanımlık Sarf Malzemeleri (Ambalaj) – ton	2021	2022	2023
Metal	1,3	3,9	1,2
Kâğıt	395,1	394	2,5
Kompozit	502,9	248	784,3
Plastik	1.213,8	812,6	2.148,2
Toplam	2.113,0	1.458,5	2.936,2

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	2021	2022	2023
Metal	150,6	124,0	142,3
Kompozit	224,2	247,3	326,6
Cam	653,1	528,0	666,6
Kâğıt	1.714,9	9.767,5	1.374
Plastik	1.021,6	2.261,5	1.803
Toplam	3.764,3	12.928,6	4.313,3

## 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 2023 sonu itibarıyla mağazalarımızın neredeyse tamamı için sıfır atık belgesi aldık. Çalışanlarımıza toplamda 1489 saat Sıfır Atık bilgilendirme eğitimi, Sıfır Atık ve Atık Yönetimi eğitimi verdik.

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!'

## Kendi Kabınla 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 Kabınla 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 yapıyoruz.

Dünyada tüketilen plastiğin yüzde 40'ı ambalajlama için kullanıldığı düşünüldüğünde başlattığımız "Kendi Kabınla 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 mağazamızda taze gıda reyonlarında uygulanmaktadır.

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



### Atıklar ve Bertaraf Yöntemlerimiz

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 aynı 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.

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

Üst Başlık	Atık Türü	Miktar (Ton) – 2021	Miktar (Ton) – 2022	Miktar (Ton) – 2023	Bertaraf Yöntemi
Geri Dönüştürülebilir Atıklar (*)	Karışık Ambalaj Atığı	617	6.681	290	Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları
	Kâğıt – Karton	25	647	1.089,3	Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları
	Plastik	3	15	361,5	Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları
	Cam	0,36	0,22	0,3	Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları
Gıda Atıkları		7.952	15.062	15.396	Belediyeler/ Özel Firmalar
Çevreye Olumsuz Etkisi Olabilecek Atıklar	Bitkisel Atık Yağ	10	13	10	Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları
	Tehlikeli Sıvı Atıklar	0,37	0	0	Lisanslı Bertaraf Firmaları
	Pil	0,24	0,44	0,25	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	2.891	2.494	2.262	Lisanslı Geri Dönüşüm Firmaları

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

### 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 %100 oranda geri dönüştürülebildiği için bunların tamamının yetkili lisanslı firmalar tarafından alınmasını sağlıyoruz. 2023 yılında ambalaj atığının daha iyi ayrıştırılması sonucu atıklarımız daha doğru şekilde geri dönüştürülebilmiştir. Böylelikle 2023 yılında mağaza ve depolarımızdan toplanan

1.741 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

## Fiş Kısaltma

Alışveriş fişleri regülatif olarak müşterilere verilmesi gereken zorunlu bir belge olduğu gibi aynı zamanda müşterilerin de bilgilenmek için talep ettikleri bir kılavuздur. CarrefourSA günlük 500 bini aşan fiş sayısına sahiptir. Fiş Kısaltma projesini hayata geçirdiğimiz günden bugüne 130 milyondan fazla fiş çıktısı alınmış ve 90 milyondan fazla kredi kartı ile işlem yapılmıştır.

Alışveriş fişinin kısaltılması, kredi kartı iş yeri nüshasının kaldırılması, müşterilerimize daha yalın bir fiş sunmayı ve çevre duyarlılığı ile karbon ayak izimizi azaltmayı amaçladık. Konuyla ilgili tüm departmanlar ve müşterilerimiz ile yaptığımız görüşme ve geri bildirimler, saha çalışanlarımızın önerileri doğrultusunda projemizin büyük bir gereklilik olduğunu görerek hayata geçmesini sağladık.

Alışveriş fişlerini her fiş için ortalama %30 ila %40 arasında kısalttık ve her kredi kartı alışverişinden sonra pos cihazından çıkan iş yeri nüshasını tamamen kaldırdık. Projemizin hayata geçtiği 8 aylık süre içerisinde doğal kaynakların bilinçli kullanımı, yenilenebilir enerji kaynaklarının teşviki, atık yönetimine katkı sağlamak ve çözüm bulmanın yanı sıra sağladığımız faydalar şu şekildedir:

- Sürdürülebilirlik kapsamında kağıt tasarrufu ile daha çok ağaç kesilmesinin önüne geçtik ve daha az atık yarattık.
- CarrefourSA'da yılda yaklaşık olarak 130 milyondan fazla fiş basılmaktadır. Fiş kısaltma projesinden önce 1 ağaçtan 27.740 adet fiş elde ediliyordu, proje ile bu sayıyı 41.500'e çıkardık. Böylece senede 1.599 ağacı kesilmekten kurtardık.
- 1 ağaçtan 83.000 adet kredi kartı iş yeri nüshası elde edilmektedir. Yapılan alışverişlerin %70'ine kadarı kredi kartı kullanılarak gerçekleştirildiği için bu belgeyi de kaldırarak 1.096 ağacı kesilmekten kurtarmış olduk.
- Bu proje ile kurtardığımız toplam ağaç sayısı 2.695 olmuştur. Bu sayede kurumumuz için tasarruf sağlarken gelecek nesiller adına da çevre duyarlılığı yaklaşımıyla projemizi başarılı bir şekilde hayata geçirmekten mutluluk duyuyoruz.

Bunların yanında;

- Fiş rulosu maliyetini azaltarak ekonomik tasarruf sağladık,
- Gereksiz depolama maliyetlerimizi azalttık,
- Müşterilerimiz için daha yalın ve anlaşılabilir bir fiş ortaya çıkardık,
- Daha kısa bir fiş ile daha hızlı kasa deneyimine katkı sağladık.

tüketime uygun olması halinde başlamakta, 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 aynı sızdırmaz bidonlarda biriktiriyoruz.

- Müşterilerimizden atık yağları toplamak ve bu atıkların çöpe gitmesini, suya karışmasını engellemeyi amaçlayan, müşterilerimize de bu bilinci aşılamayı 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 2023 yılında 10 ton atık yağ toplayarak biyodizele dönüştürülmesini sağladık. Toplanan atık yağlardan elde edilen gelirin tamamını da otizm konusunda farkındalık yaratmak amacıyla Tohum Türkiye 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 attığımız 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

## 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.

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 çıkarmaz 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.
- Konseptle uyumsuz hale gelmiş, enerji tüketimi verimsiz, işlevsizleşmiş, hasar veya başka nedenle kullanım niteliğini yitirmiş teknik ekipman ve dolap, raf gibi mağaza ekipmanlarının 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 kullanılmaktadır.
- Elektronik atıklar, diğer ekipman ve ahşap paletlerin ikinci el satışı sonucunda 2021'de 5,8m TL, 2022'de 11.1m TL, 2023'te ise 16,5m 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 dönüştürülebilir kağıt, karton, plastik gibi atıklarımızı daha doğru ayrıştırarak türlerine göre dağıtım depolarımızda biriktirerek, bu atıkların değerini korumak ve ekonomiyi kazandırılmasını sağlamak.

Dağıtım depolarımızın yarısından fazlasında izin süreçlerimizi 2023 yılı içerisinde tamamlayarak

mağazalarımızda çöpe karışan, geri dönüşüme gönderilemeyen atıkları toplamaya başladık. Bu proje ile yerel belediyeler veya lisanslı geri dönüşüm firmaları aracılığı ile mağazalarımızdan tek tek toplanması gereken atıkları tersine lojistik ile topladık ve ilave nakliye ihtiyacını tamamen ortadan kaldırmış olduk. Bu sayede nakliyeden kaynaklanan karbon emisyonunda da ciddi bir azaltıma katkı sağladık.

# İNDEKSLER

## *TSRS İndeksi*

## *Gıda Perakendecileri ve Distribütörleri SASB Metrikleri*

## *GRI İçerik İndeksi*

# TÜRKİYE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORLAMA STANDARTLARI (TSRS) UYUM TABLOSU

## TSRS 1: Sürdürülebilirlikle İlgili Finansal Bilgilerin Açıklanmasına İlişkin Genel Hükümler

• Yönetişim.....	26-35
• Strateji.....	36-37
> Sürdürülebilirlikle İlgili Risk ve Fırsatlar.....	41, 60, 79, 109
> İş Modeli ve Değer Zinciri.....	41, 60, 79, 109
> Strateji ve Karar Alma.....	40, 58, 78, 108
> Dirençlilik.....	36
• Risk Yönetimi.....	20-23, 36-37
• Metrikler ve Hedefler.....	40, 58, 78, 108, 127

## TSRS 2: İklimle İlgili Açıklamalar

• Yönetişim.....	26-35
• Strateji.....	36-37
> İklimle İlgili Risk ve Fırsatlar.....	109
> İş Modeli ve Değer Zinciri.....	22, 111
> Strateji ve Karar Alma.....	111
> İklim Dirençliliği.....	36
• Risk Yönetimi.....	20-23, 36-37
• Metrikler ve Hedefler.....	108, 127

# GIDA PERAKENDİCİLERİ VE DİSTRİBÜTÖRLERİ SASB METRİKLERİ

2023 yılına ait ilgili verilerimizi aşağıda paylaşmaktayız. Lokasyonlarımıza kendi mağaza ve depolarımız dahildir, Bayi mağazaları dahil değildir. Ürün ve ilgili cirolarımız aksi belirtilmedikçe Öz Marka ürünlerimiz için hesaplanmıştır.

KONU	METRİK	KATEGORİ	ÖLÇÜ BİRİMİ	KOD	CEVAP/ SAYFA
Filo Yakıt Yönetimi	Filo yakıtı tüketimi, yenilenebilir yüzdesi	Nicel	Gigajoule (GJ), Yüzde (%)	FB-FR-110a.1	0, - (Kendi filomuz bulunmamaktadır)
Soğutma Kaynaklı Hava Emisyonları	Soğutuculardan kaynaklanan brüt küresel 1. Kapsam emisyonları	Nicel	Ton (t) CO-e	FB-FR-110b.1	109.068
	Sıfır ozon tüketme potansiyeli olan soğutucu yüzdesi	Nicel	Yüzde (%)	FB-FR-110b.2	%98,8
	Ortalama soğutucu emisyon oranı	Nicel	Yüzde (%)	FB-FR-110b.3	%56,8
Enerji Yönetimi	(1) Operasyonel enerji tüketimi, (2) şebeke elektriği yüzdesi, (3) yenilenebilir enerji yüzdesi	Nicel	Gigajoule (GJ), Yüzde (%)	FB-FR-130a.1	(1) 636 milyon GJ (2) %100 (3) %0
Gıda İsrar Yönetimi	(1) Oluşan gıda israfı miktarı, (2) atık akışından uzaklaştırılan yüzdesi	Nicel	Ton (t), Yüzde (%)	FB-FR-150a.1	(1) 15.396 t (2) %11,4
Veri Güvenliği	(1) Veri ihlalleri sayısı, (2) kişisel veri ihlallerinin yüzdesi, (3) etkilenen müşteri sayısı	Nicel	Sayı, Yüzde (%)	FB-FR-230a.1	(1) s.105 (2) s.105 (3) s.105
	Veri güvenliği risklerini tanımlama ve ele alma yaklaşımı	Tartışma ve Analiz	n/a	FB-FR-230a.2	s.105
Gıda Güvenliği	Yüksek riskli gıda güvenliği ihlal oranı	Nicel	Oran	FB-FR-250a.1	Öz Marka gıda ürünlerinde %0,38 oranında yüksek gıda güvenliği riski bulunan analiz uygunsuzluğu çıkmıştır.(toplam 6.978 parametrede 27 parametre)
	(1) Geri çağırılmaların sayısı, (2) geri çağırılan birim sayısı, (3) geri çağırılan birimler arasında Öz Marka ürünlerin yüzdesi	Nicel	Sayı, Yüzde (%)	FB-FR-250a.2	(1) 14 adet öz marka (2) 17,379 (3) %100
Ürün Sağlığı ve Beslenme	Sağlık ve beslenme özellikleriyle etiketlenmiş veya pazarlanan ürünlerden elde edilen gelir	Nicel	TL	FB-FR-260a.1	223 milyon TL
	Tüketicilerin beslenme ve sağlıkla ilgili endişelerini belirleme ve yönetme süreci	Tartışma ve Analiz	n/a	FB-FR-260a.2	s.84
Ürün Etiketleme ve Pazarlama	Endüstriyel veya düzenleyici kurumların etiketleme/pazarlama kurallarına uyumsuzluk sayısı	Nicel	Sayı	FB-FR-270a.1	1

KONU	METRİK	KATEGORİ	ÖLÇÜ BİRİMİ	KOD	CEVAP/ SAYFA
	Pazarlama veya etiketleme uygulamalarıyla ilgili hukuki işlemler sonucunda oluşan mali kayıpların toplamı	Nicel	TL	FB-FR-270a.2	347 bin TL
	(1) Genetiği değiştirilmiş organizmalar (GDO) içeren ve (2) GDO içermeyen olarak etiketlenen ürünlerden elde edilen gelir	Nicel	TL	FB-FR-270a.3	(1) 0 (2) 1.891 milyon TL
İş Gücü Uygulamaları	(1) Ortalama saatlik ücret ve (2) minimum ücret kazanan mağaza ve dağıtım merkezi çalışan yüzdesi (bölge bazında)	Nicel	TL, Yüzde (%)	FB-FR-310a.1	Ticari sır sebebiyle açıklanmamaktadır
	Sendika sözleşmeleri altında istihdam edilen aktif iş gücünün yüzdesi	Nicel	Yüzde (%)	FB-FR-310a.2	s.54
	(1) İş durdurma sayısı ve (2) toplam bekleme gün sayısı	Nicel	Sayı, Bekleme gün sayısı	FB-FR-310a.3	(1) 0 (2) 0
	İş kanunu ihlalleri ve istihdam ayrımcılığı ile ilgili hukuki işlemler sonucunda oluşan mali kayıpların toplamı	Nicel	TL	FB-FR-310a.4	Bu konularla ilgili toplam 509 dava mevcuttur.
Tedarik Zincirinde Çevresel ve Sosyal Etkilerin Yönetimi	Çevresel veya sosyal sürdürülebilirlik sertifikalı ürünlerden elde edilen gelir	Nicel	TL	FB-FR-430a.1	645 milyon TL (Öz Marka ürünlerimizde sürdürülebilirlikle ilgili en az 1 sertifikası olan ürünlerimizden kaynaklanan geliri. Bu sertifikalar ürün, ürünün içeriğinde veya ambalajında kullanılan malzemeler için alınmış olabilir.)
	(1) Kafesiz ortamdan elde edilen yumurtalardan ve (2) gestasyon kafesleri kullanılmadan üretilmiş domuz etinden elde edilen gelir yüzdesi	Nicel	Yüzde (%)	FB-FR-430a.2	Öz Marka için (1) %35 (2) %0
	Tedarik zincirinde çevresel ve sosyal riskleri yönetme stratejisi (hayvan refahı dahil)	Tartışma ve Analiz	n/a	FB-FR-430a.3	s.87, s.55
	Ambalajın çevresel etkisini azaltma stratejileri	Tartışma ve Analiz	n/a	FB-FR-430a.4	s.120

FAALİYET METRİĞİ	KATEGORİ	ÖLÇÜ BİRİMİ	KOD	CEVAP/ SAYFA
(1) Perakende lokasyonlarının ve (2) dağıtım merkezlerinin sayısı	Nicel	Sayı	FB-FR-000.A	(1) s.40 (2) s.40
(1) Perakende alanı ve (2) dağıtım merkezlerinin toplam alan	Nicel	Metrekare (m <sup>2</sup> )	FB-FR-000.B	1) 565 bin m <sup>2</sup> (2) 162 bin m <sup>2</sup>
Ticari filodaki araç sayısı	Nicel	Sayı	FB-FR-000.C	0 (filomuz bulunmamaktadır, taşeronlardan hizmet almaktayız)
Katedilen ton-kilometre	Nicel	Ton-kilometre	FB-FR-000.D	0 (Kendi filomuz bulunmamaktadır)

# GRI İÇERİK İNDEKSİ



2024

CarrefourSA, 01.01.2023-31.12.2023 dönemi için GRI standartlarına uyumlu olarak raporlama yapmıştır. GRI Hizmetleri, Content Index – Essentials Service kapsamında, GRI içerik indeksinin GRI Standartlarında raporlamanın gereklilikleriyle uyumlu olarak sunulduğunu ve indeksteki bilginin açık bir şekilde sunularak paydaşlar tarafından erişilebilir olduğunu incelemiştir. Bir sektör standardı kullanılmamıştır. Hizmet raporun Türkçe versiyonu üzerinde gerçekleştirilmiştir.

GRI Standardı	Bildirimler	Sayfa/Bağlantı/Açıklama	
GRI 1: Temel 2021			
1) Organizasyon ve Raporlama Uygulamaları			
	2-1	Organizasyonel ayrıntılar	10, 142
	2-2	Sürdürülebilirlik raporlamasına dahil olan kurumlar	10, CarrefourSA'nın konsolide finansal bilgilerinde sadece CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş. bulunmaktadır.
	2-3	Raporlama dönemi, sıklığı ve iletişim noktası	3, 142
	2-4	Bilgilerin yeniden ifade edilmesi	2022 yılı finansal verilerimizi enflasyon muhasebesine göre yeniden beyan ettik.
	2-5	Dış denetim	31, 136, Finansal verilerimiz için KPMG firmasından denetim almaktayız ( <a href="https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/tr/finansal-bilgiler/finansal-raporlar">https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/tr/finansal-bilgiler/finansal-raporlar</a> ), Çevresel ve sosyal verilerimiz içinse PWC firmasından kısmi güvence raporumuz bulunmaktadır (s.130)
2) Aktiviteler ve Çalışanlar			
	2-6	Aktiviteler, değer zinciri ve diğer iş ilişkileri	10, Şirketimizin organizasyon yapısı, hissedarlık yapısı veya tedarik zincirinde raporlama döneminde önemli bir değişiklik olmamıştır.
	2-7	Çalışanlar	61, 71
	2-8	Kurum çalışanı olmayan işçiler	44
3) Yönetişim			
	2-9	Yönetişim yapısı ve bileşimi	17, 26, 31, <a href="https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/uploads/pdf/faaliyet-raporlari/e2889978-cdb3-4c30-b05b-bf916a38ea98CSA23FaaliyetTRtek2compressed-1compressed-2.pdf">https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/uploads/pdf/faaliyet-raporlari/e2889978-cdb3-4c30-b05b-bf916a38ea98CSA23FaaliyetTRtek2compressed-1compressed-2.pdf</a> (sayfa 120)
	2-10	En yüksek yönetim organının aday gösterilmesi ve seçilmesi	<a href="https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/uploads/pdf/faaliyet-raporlari/e2889978-cdb3-4c30-b05b-bf916a38ea98CSA23FaaliyetTRtek2compressed-1compressed-2.pdf">https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/uploads/pdf/faaliyet-raporlari/e2889978-cdb3-4c30-b05b-bf916a38ea98CSA23FaaliyetTRtek2compressed-1compressed-2.pdf</a> (sayfa 141)
	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	19, 26, 31
	2-13	Etkilerin yönetilmesine ilişkin sorumluluğun devredilmesi	26, 31
GRI 2: Genel Bildirimler 2021			

GRI Standardı	Bildirimler	Sayfa/Bağlantı/Açıklama	
GRI 2: Genel Bildirimler 2021	2-14	Sürdürülebilirlik raporlamasında en yüksek yönetim organının rolü	31, 33
	2-15	Çıkar çatışmaları	19
	2-16	Kritik kaygıların iletişimi	Görüşülen maddeler arasında kritik diye tanımlanan bir konu bulunmamaktadır, <a href="https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/uploads/pdf/faaliyet-raporlari/e2889978-cdb3-4c30-b05b-bf916a38ea98CSA23FaaliyetTRtek2compressed-1compressed-2.pdf">https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/uploads/pdf/faaliyet-raporlari/e2889978-cdb3-4c30-b05b-bf916a38ea98CSA23FaaliyetTRtek2compressed-1compressed-2.pdf</a> (sayfa 141)
	2-17	En yüksek yönetim organının kolektif bilgisi	İlgili bilgilendirmeler gerekli durumlarda yapılmaktadır, <a href="https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/uploads/pdf/faaliyet-raporlari/e2889978-cdb3-4c30-b05b-bf916a38ea98CSA23FaaliyetTRtek2compressed-1compressed-2.pdf">https://yatirimciiliskileri.carrefoursa.com/uploads/pdf/faaliyet-raporlari/e2889978-cdb3-4c30-b05b-bf916a38ea98CSA23FaaliyetTRtek2compressed-1compressed-2.pdf</a> (sayfa 141)
	2-18	En yüksek yönetim organının performansının değerlendirilmesi	19
	2-19	Ücretlendirme politikaları	65
	2-20	Ücret belirleme süreci	18, 31, 65
	2-21	Yıllık toplam ücret oranı	KVKK kapsamında bu konuda beyanat verilmemektedir.
	<b>4) Strateji, Politikalar ve Uygulamalar</b>		
	2-22	Sürdürülebilir kalkınma stratejisine ilişkin beyanat	6
	2-23	Politika taahhütleri	53, 54
	2-24	Politika taahhütlerinin entegrasyonu	53, 54
	2-25	Olumsuz etkileri iyileştirmeye yönelik süreçler	53
	2-26	Tavsiye alma ve kaygıları dile getirme mekanizmaları	53
	2-27	Yasa ve yönetmeliklere uyum	2023 yıl sonu itibarıyla CarrefourSA'nın faaliyetlerini etkileyebilecek nitelikte bir dava bulunmamaktadır.
	2-28	Dernek üyelikleri	11, 12
	<b>5) Paydaş Katılımı</b>		
	2-29	Paydaş katılımına yaklaşım	32
	2-30	Toplu iş sözleşmeleri	54
	<b>Öncelikli Konular</b>		
	GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-1	Öncelikli konuların belirlenme süreci
	3-2	Öncelikli konuların listesi	33
<b>Ekonomik Katkı</b>			
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi	44
GRI 201: Ekonomik Performans 2016	201-1	Üretilen ve dağıtılan doğrudan ekonomik değer	44, 46, 47
	201-2	İklim değişikliğinin finansal sonuçları ve diğer risk ve fırsatları	21
	201-4	Devletten alınan finansal destek	45
GRI 202: Pazar Varlığı 2016	202-1	Cinsiyet bazında standart işe giriş ücretinin yerel asgari ücrete oranı	71
	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	47
	203-2	Önemli dolaylı ekonomik etkiler	46
GRI 204: Satın Alma Uygulamaları 2016	204-1	Yerel tedarikçilere yapılan harcamanın oranı	45
GRI 415: Kamu Politikası 2016	415-1	Politik katkılar	Raporlama döneminde politik amaçlı herhangi bir bağış ya da desteğimiz olmamıştır.

GRI Standardı	Bildirimler	Sayfa/Bağlantı/Açıklama	
<b>Gıda Atığı</b>			
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi	51
<b>İş Etiği</b>			
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi	53
GRI 205: Yolsuzlukla Mücadele 2016	205-1	Yolsuzlukla ilgili riskler açısından değerlendirilen operasyonlar	53
	205-2	Yolsuzluk politika ve prosedürleriyle ilgili iletişim ve eğitimler	53, 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	Rekabet Kurumu'nun 28 Ekim 2021 tarih ve 21-53/747-360 sayılı kararı uyarınca; Şirket hakkında 142.469.772 TL idari para cezası uygulanmasına karar verilmiştir. İlgili tutar, %25'lik oranda peşin ödeme indiriminden yararlanılmak suretiyle, 106.852.329 TL olarak 11 Şubat 2022 tarihinde ödenmiş ve cezaya karşı yasal yollara başvurulmuştur. 12 Mart 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 53.426.165 TL'nin Şirketimize iadesine karar verilmiştir. Bu kapsamda, Şirketimiz tarafından açılan idari para cezasının iptali davasından, 29 Mayıs 2023 tarihinde feragat edilmiştir. Böylece, Rekabet Kurumu'nun 28 Ekim 2021 tarihli ve 21-53/747-360 sayılı kararı kapsamında ödenen tutar 53.426.164 TL olarak kesinleşmiştir (belirtilen tutarlar işlem tarihindeki satın alma gücü ile ifade edilmiştir).
			GRI 407: Örgütlenme ve Toplu Sözleşme Özgürlüğü 2016
GRI 408: Çocuk İşçiliği 2016	408-1	Belirgin düzeyde çocuk işçiliği vakası riskine sahip operasyonlar ve tedarikçiler	55, risk değerlendirmesi sonucu yüksek riskli olduğu tespit edilen Öz Marka tedarikçilerde denetimler gerçekleştirilmektedir.
GRI 409: Zorla ve Cebren Çalıştırma 2016	409-1	Belirgin düzeyde zorla ve cebren çalıştırma vakası riskine sahip operasyonlar ve tedarikçiler	55, risk değerlendirmesi sonucu yüksek riskli olduğu tespit edilen Öz Marka tedarikçilerde denetimler gerçekleştirilmektedir.
GRI 410: Güvenlik Uygulamaları 2016	410-1	İnsan hakları politika veya prosedürleriyle ilgili eğitim verilmiş güvenlik çalışanları	Güvenlik hizmeti dış alımla gerçekleştirilmektedir. İlgili çalışanlara doğrudan eğitim verilmemektedir.
GRI 411: Yerel Toplulukların Hakları 2016	411-1	Yerel halkın haklarının ihlal edilmesiyle ilgili vakalar	Raporlama döneminde yerel halkın haklarının ihlaline ilişkin bir olay yaşanmamıştır.

GRI Standardı	Bildirimler	Sayfa/Bağlantı/Açıklama
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
	403-8	İş sağlığı ve güvenliği yönetim sistemi kapsamındaki işçiler
	403-9	İşle ilgili yaralanmalar
	403-10	İş kaynaklı sağlık sorunları

GRI Standardı	Bildirimler	Sayfa/Bağlantı/Açıklama
Kapsayıcılık ve Eşitlik		
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, kiralanmış ya da yönetilen faaliyet alanları
	304-2	Aktivite, ürün ve hizmetlerin biyoçeşitliğe 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 418: Müşteri Veri Gizliliği 2016	418-1	Müşteri veri gizliliğinin ihlali ve müşteri verisinin kaybıyla ilgili doğrulanmış şikayetler
İklim Değişikliği		
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi
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

GRI Standardı	Bildirimler	Sayfa/Bağlantı/Açıklama	
GRI 303: Su ve Sıvı Atıklar 2018	303-1	Paylaşılan bir kaynak olarak suyla etkileşimler	118, Operasyonlarımızda kullandığımız su dolayısı ile önemli ölçüde etkilenen bir su kaynağı bulunmamaktadır.
	303-2	Su deşarjına bağlı etkilerin yönetimi	Atık sular doğrudan kanalizasyon sistemine deşarj edilmektedir.
	303-3	Su Çekme	119, Mağaza ve dağıtım merkezlerimizde kullandığımız suyun tamamı yerel belediyelerden gelmektedir. Mağazalarımızın bulunduğu illere göre kullanımın yaklaşık %90'ı yüksek su stresi gösteren bölgelerdendir.
	303-4	Su deşarjı	118
	303-5	Su tüketimi	118
GRI 305: Emisyonlar 2016	305-1	Doğrudan (Kapsam 1) sera gazı emisyonları	114
	305-2	Dolaylı enerji (Kapsam 2) sera gazı emisyonları	114
	305-3	Diğer dolaylı (Kapsam 3) sera gazı emisyonları	114
	305-4	Sera gazı emisyonları yoğunluğu	114
	305-5	Sera gazı emisyonlarının azaltılması	114
	305-6	Ozon tabakasına zarar veren maddelerin emisyonu	Ozon tabakasına zarar veren gazların üretimi, ithalatı ya da ihracatı faaliyetimiz yoktur.
	305-7	Azot oksitler (NOx), kükürt oksitler (SOx) ve havaya yapılan diğer önemli emisyonlar	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	2023 yılında 16 yeni tedarikçi ile çalışılmaya başlanmıştır. Tedarikçi sosyal ve çevresel denetimleri risk önceliklendirmesine göre yapılmaktadır.
	308-2	Tedarik zincirinde olumsuz çevresel etkiler ve alınan aksiyonlar	Öz Marka tedarik zincirinde önemli bir çevresel vakayla karşılaşılmanmıştır.
<b>Atık Yönetimi</b>			
GRI 3: Öncelikli Konular 2021	3-3	Öncelikli konuların yönetimi	120
GRI 301: Malzeme 2016	301-1	Kullanılan malzemenin ağırlık veya hacmi	120
	301-2	Kullanılan geri dönüştürülmüş malzeme	Geri dönüştürülüp kullanılan bir malzeme bulunmamaktadır.
	301-3	Geri alınan ürünler ve bunların ambalaj malzemeleri	Geri alıp kullanılan bir ürün ya da ambalaj bulunmamaktadır.
GRI 306: Atık 2020	306-1	Atık üretimi ve atıkla ilgili önemli etkiler	121
	306-2	Atıklarla ilgili önemli etkilerin yönetimi	121
	306-3	Üretilen atık	121
	306-4	Bertaraf edilen atıklar	121
	306-5	Bertaraf edilecek atıklar	121, 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 2023 Data Table (“Data Table”) for the year ended 31 December 2023 and listed below.

#### Selected Information

The scope of the Selected Information for the year ended 31 December 2023, 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 (#)
  - Lost day rate (%)
  - OHS Training Hours (h)
- Employee
  - Total number of employees (#)
  - Number of Employees by Nationality (#)
  - Women Employees’ Rate (%)
  - Ratio of women 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 (#)
  - Ratio of the Employees who Returned to Work After Maternal Leave (%)
  - Number of Employees Hired by Age (#)
  - Number of Employees Left by Gender (#)
  - Number of Employees Left by Age (#)
  - Turnover Rates by Gender (%)
  - People Reached Through Inclusion Programs in Reporting Period (#)
  - Total hours of training (h)
  - Average training hours per employee (h)
  - Total Hours of Trainings by training types (h)
  - Total Training Cost (TL)
  - Average Training Costs per Person (TL)

#### Environmental Performance Indicators

- Energy Consumption:
  - Total energy consumption (MWh)
  - Renewable Energy Consumption (MWh)
  - Purchased Heat/Steam/Cooling (kg)
- Intensity Indicators:
  - Energy intensity (MWh/ million TL)
  - Greenhouse gas emission intensity (ton CO<sub>2</sub>e/ million TL)
- Greenhouse Gas Emissions:
  - The Greenhouse Gas Emissions (GHG) Consolidation Approach
  - Scope 1 (tCO<sub>2</sub>e)
  - Scope 2 (Location Based) (tCO<sub>2</sub>e)
  - Scope 2 (Market Based) (tCO<sub>2</sub>e)
  - Scope 3 (tCO<sub>2</sub>e)
    - Category 1 - Purchased Goods and Services
    - Category 4 - Upstream Transportation and Distribution
    - Category 5 - Waste Generated in Operations
    - Category 6 - Business Travel
    - Category 7 - Employee Commuting
    - Category 9 - Downstream Transportation and Distribution
    - Category 11 -Use of Products Sold
    - Category 14 -Franchises
- Deforestation (Certified Ratio) (%)
  - Timber Products
  - Palm Oil
  - Soy
  - Cattle Products
  - Cocoa
- Water Consumption
  - Water Consumption (m<sup>3</sup>)
  - Water Withdrawal by Source (m<sup>3</sup>)
  - Water Recycled and Reused (%)
  - Total Amount of Discharged Water (m<sup>3</sup>)
- Waste:
  - Total Hazardous Waste (tonnes)
  - Total Non- hazardous Waste (tonnes)
  - Non- hazardous waste including ash waste (tonnes)
  - Total waste without ash waste (tonnes)
  - Total waste with ash waste (tonnes)
  - Percentage of waste reused and recycled (%)
  - Percentage of waste reused and recycled including ash (%)
  - Plastic consumption (tonnes)



### Economic Performance Indicators

- Sustainable Business Model
  - Number of SDG-linked Products and Services (#)
  - SDG-linked Product and Service Revenue (TL)
  - SDG-Linked R&D and Innovation Investments (TL)
  - Ratio of SDG-Linked R&D and Innovation Activities (%)
  - Savings and Reduction Based on Environmental Investments (MWh - tCO<sub>2</sub>e)
- Investments and Expenditures
  - Environmental Investments by Type (TL)
  - Environmental expenditures by Type (TL)

Our assurance was with respect to the year ended 31 December 2023 information only and we have not performed any procedures with respect to earlier periods or any information 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 2023 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 did not include 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 (Revised) 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 2023 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 2023, 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.

Ali Yörük, SMMM  
Independent Auditor

Istanbul, 26 September 2024

# KÜNYE

## **CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.** <sup>2-1</sup>

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:** <sup>2-3</sup>

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

