

---

# Arçelik

Kurumsal  
Vatandaşlık  
Politikası

---

Gezegenin ve toplumun ihtiyaçlarına cevap veren akıllı ve yenilikçi ürünler geliştirmek

### Dünyaya Saygılı, Dünyada Saygın

Arçelik dayanıklı tüketim malları ve elektronik sektörlerinde üretim, pazarlama ve satış sonrası destek ile uzmanlaşmıştır. 12 markasıyla dünya genelinde 150'ye yakın ülkede ürün ve hizmet sunar. Arçelik, benimsemiş olduğu "Dünyaya Saygılı, Dünyada Saygın" vizyonuyla, uzun vadeli sürdürülebilir büyümeyi güvence altına almayı, akıllı, yenilikçi ürünlerle tüketicilerin yaşamlarını iyileştirmeyi ve sorumlu bir şirket olma yolunda ön sıralarda olmayı amaçlar.

### Geleceği İyileştiren Teknoloji

Arçelik'te sürdürülebilirlik, iş modeli ve değer zincirinin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu, Arçelik'in tüm iş stratejilerinin ve faaliyetlerinin hem çevreye hem de topluma saygıya dayandığı anlamına gelir. Geleceği İyileştiren Teknoloji Arçelik'in, 2023 ve 2025 yılları için koyduğu ara hedeflerle birlikte 2030 yılına kadar gerçekleştirmeyi öngördüğü iddialı hedefleri içeren yeni sürdürülebilirlik iletişim stratejisidir. Strateji, BM Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA'lar) doğrultusunda ve 2019 yılında gerçekleştirilen önceliklendirme analizinin ışığında geliştirilmiştir. Geleceği İyileştiren Teknoloji, Arçelik'in gezegenin ve insanların ihtiyaçlarına cevap veren akıllı teknolojiler yaratma tutkusunun bir simgesidir.

Geleceği İyileştiren Teknoloji üç temel üzerinde yükselir:

#### 1. **İşimizi İyileştiren Teknoloji: Yenilikçi dünya vatandaşı olmak için çalışıyoruz**

Arçelik; çalışanlarıyla, ortaklarıyla ve müşterileriyle birlikte çalışarak, geleceğin iş yapış şekillerine öncülük edecek yenilikçi sistemler kurmayı taahhüt eder. Arçelik çalışanlarıyla yakın iş birliği içinde çalışarak, gezegeni ve yaşamları iyileştirmek için değer zinciri boyunca inovasyon ve dijitalleşme ilkelerinin içselleştirilmesini sağlamayı hedefler. Geliştirdiği iş birlikleriyle, sürdürülebilirlik alanındaki bilgi birikimini ve uzmanlığını tedarikçileri ve müşterileriyle paylaşır ve onların daha iyi ve sürdürülebilir seçimler yapmalarına yardımcı olmak için çalışır.

Öncelikli alanlar: Sorumlu tedarik zinciri; İnsana yakışır iş ve çeşitlilik; İş sağlığı ve güvenliği; Yetenek kazanımı ve gelişimi

#### 2. **Gezegeni İyileştiren Teknoloji: Yaşamsal varlıkları korumak için çevresel ayak izimizi azaltıyoruz**

Arçelik, dünyanın doğal varlıklarını korumak ve karbon emisyonlarını

azaltmak amacıyla, sürdürülebilirliği ürettiği her ürüne entegre etmeyi ve 2030 yılına kadar karbon nötr ve sıfır atık üreten bir şirket olma sürecini hızlandırmayı hedefler.

Arçelik, kilit paydaş gruplarıyla iş birliği yaparak, onların da çevresel ayak izlerini azaltmalarına yardımcı olurken, plastik kirliliği, gıda israfı ve iklim krizi gibi küresel sorunlarla mücadele için geliştirdiği çözümlerle kendi ayak izini de azaltır.

Öncelikli alanlar: İklim krizi, Atık, Plastik, Su, Yeşil kimya

#### 3. **Yaşamı İyileştiren Teknoloji: Sürdürülebilir yaşam için çalışıyoruz**

Arçelik, dijitalleşen hanelere güvenilir ve sürdürülebilir bir yaşam tarzı sunmak için çözüm ortağı olma hedefiyle çalışır. Sürdürülebilir yaşamı teşvik eden yenilikler ve teknolojiler geliştirerek, kitlelerin ulaşabileceği akıllı ve sürdürülebilir ürünler üretebilmek için kendisini ve faaliyet gösterdiği sektörü sürekli yeniler ve daha zorlu hedefler belirler. Bu ürün geliştirme faaliyetleriyle, yaşamları iyileştirmeyi ve yerel toplulukları güçlendirmeyi amaçlar.

Öncelikli alanlar: Sağlıklı yaşam, Gıda israfıyla mücadele, Yerel topluluklar

## Kurumsal Vatandaşlık

Arçelik'in kurumsal vatandaşlığa yaklaşımının temelinde topluma saygı ve gelecek nesillere daha iyi bir dünya bırakma hedefi vardır. Arçelik, hem faaliyet gösterdiği coğrafyalarda hem de diğer bölgelerde, insan ihtiyaçlarına duyarlı farklı sosyal projeler hayata geçirir. Arçelik'teki kurumsal vatandaşlık aşağıdaki konulara odaklanır:

- Global markaları ile toplum ve çevre üzerinde değer yaratmak ve amaç odaklı çalışmak.
- Faaliyet gösterdiği bölgelerdeki toplulukların yerel ihtiyaçlarına ve önceliklerine cevap veren akıllı teknolojiler ve çözümler geliştirmek.
- Etki alanını genişletmek için sektörün ötesine geçerek farklı paydaşları dahil eden ortaklıklar kurmak, sürdürülebilirliği ve sosyal sorumluluğu desteklemek

### **Amacı olan küresel markalar geliştirmek**

Arçelik'in en büyük üç markası, şirketin kurumsal vatandaşlık yaklaşımının bir parçası olarak, kendi sosyal projeleriyle değişime öncülük etmeye ve hayatları iyileştirmeye odaklanır. Bu projeler, her markanın sosyal sorumluluk alanında sahip olduğu itibarı pekiştirerek müşteri havuzunu genişletmesini sağlarken, şirketin kurumsal vatandaşlık alanındaki öncelikleri doğrultusunda maksimum sosyal etki yaratmak için hayata geçirilmiştir.

- Sağlıklı Gelecek Nesiller: Beko, sağlıklı yaşam konusunda eğitim imkanları sunar ve aileleri, yenilikçi teknolojiler ve [Sampiyonlar Gibi Beslen Programı](#) yoluyla aileleri sağlıklı yaşam alışkanlıkları edinmeye teşvik eder.
- Gıda İsrafiyla Mücadele: Grundig, "[Gıdaya Saygı](#)" felsefesi ve Food for Soul Girişimi'yle yürüttüğü iş birliği çerçevesinde gıda israfına karşı mücadele eder.
- Yerel Topluluklara Destek: Arçelik, gençleri ve kadınları güçlendiren gönüllülük programları aracılığıyla Türkiye, Romanya, Güney Afrika ve Pakistan'daki yerel toplulukların ihtiyaçlarına yönelik çözümler geliştirir.

### **Çalışan gönüllülüğü**

Arçelik kurumsal gönüllülüğü, kurumsal vatandaşlığının temel bir ögesi olarak görür. 2030 yılına kadar, faaliyet gösterdiği her ülkede en az bir kurumsal gönüllülük platformu kurmayı ve çalışanlarının %50'sinden fazlasının gönüllülük faaliyetlerine katılımını sağlamayı taahhüt eder. Bu faaliyetler şu konulara odaklanmayı hedeflemektedir:

- Toplumsal cinsiyet eşitliğini ve kadınların güçlendirilmesini teşvik etmek
- Eğitim ve öğretim yoluyla teknik becerilerin kazandırılmasını sağlamak
- Dijital beceri ve yetkinliklerin kazandırılmasını sağlamak
- Çevresel sürdürülebilirlik, özellikle plastik ve iklim krizi konularında farkındalık yaratmak

### **Etki ölçümü ve iletişimi**

Arçelik, kurumsal vatandaşlık performansını ve sürdürülebilirlik faaliyetlerini sürekli olarak iyileştirme yaklaşımı çerçevesinde hem çevre hem de toplum üzerindeki etkisini ölçer. Arçelik, her sosyal proje için bir sosyal etki değerlendirmesi yapmayı amaçlar.

Arçelik, kurumsal vatandaşlık yaklaşımını ve performansını, Sürdürülebilirlik Raporu ile kurumsal web sitesi ve sosyal medya kanalları üzerinden tüm paydaşlarına aktarır.

### Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA'lar)

Arçelik'in kurumsal vatandaşlık anlayışı, BM Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile uyumludur ve 17 SKA'nın tamamının birbiriyle ilişkili ve birbiri için önemli olduğunu kabul eder. Şirketin kurumsal vatandaşlık stratejisi yedi küresel amacı desteklemeye odaklanır. Arçelik, kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarıyla beraber çalışmaya dayanan çok paydaşlı yaklaşımıyla Hedef 17'ye de katkıda bulunur.











### Yönetişim

Arçelik'in kurumsal vatandaşlık programlarının koordinasyonundan ve raporlanmasından Kurumsal Marka ve Projeler Yöneticiliği sorumluyken, şirketin sosyal ve çevresel performansından Genel Müdür sorumludur. Ekip, Global İletişim Direktörlüğü bünyesindeki Stratejik İletişim Grup Yöneticiliği öncülüğünde hem iç hem de dış paydaşlarla yakın iş birliği içinde çalışarak, Arçelik'in önemli gördüğü konularla uyumlu sosyal projeler hayata geçirir. Bu kurumsal vatandaşlık projeleri kapsamında yürütülen çalışan gönüllülük programları ise, İnsan Kaynakları Direktörlüğü bünyesinde görev yapan Sosyal Kulüpler Yöneticiliği tarafından koordine edilir.

Arçelik'te kurumsal vatandaşlık birçok politika ve ilkeler çerçevesinde şekillenir: [Global İş Etiği İlkeleri](#), [Global Rüşvet ve Yolsuzlukla Mücadele Politikası](#), [Bağış Politikası](#), [Kurumsal Gönüllülük Politikası](#), [Sivil Toplum İş Birliği Politikası](#).

**Kurumsal Vatandaşlık Öncelikleri ve Kilit Performans Göstergeleri (KPI'lar)**

Öncelikler	SKA'lar	İş sonuçlarına yönelik KPI'lar	Sosyal/Çevresel KPI'lar
Sağlıklı Gelecek Nesiller		Arçelik, Beko markası ile, Şampiyonlar Gibi Beslen Programı ve sağlıklı yaşam girişimleriyle aşağıdakileri amaçlar: <ul style="list-style-type: none"> <li>Beko'nun marka kimliğini güçlendirmek ve farklı pazarlardaki marka bilinirliğini artırmak.</li> <li>Beko'nun pazar payını artırmak.</li> <li>Beko'nun cirosunu ve satış hacmini artırmak.</li> <li>Yeni ürün ve hizmetler geliştirmek.</li> </ul>	<b>2023 yılına kadar</b> 25,6 milyon kişiye sağlıklı yaşam bilinci kazandırmak. Sağlıklı yaşamı teşvik eden teknoloji ve projeler geliştirmek. Eğitim yoluyla sağlıklı yaşam konusunda farkındalık ve bilgilendirme sağlamak. Sağlıklı yaşam alışkanlıkları kazanabilmeleri için aileleri harekete geçirmek. <b>2025 yılına kadar</b> 35,5 milyon kişiye sağlıklı yaşam bilinci kazandırmak. <b>2030 yılına kadar</b> 80 milyon kişiye sağlıklı yaşam bilinci kazandırmak.
Gıda İsrafiyla Mücadele		Arçelik, Grundig markası ile, "Gıdaya Saygı" felsefesi ve Food For Soul Girişimi'yle yürüttüğü iş birliği ile aşağıdakileri amaçlar: <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundig'in farklı pazarlarda marka bilinirliğini artırmak.</li> <li>Marka performans skorlarını, markayı değerlendirme/seçim setine girme rakamlarını ve marka sağlığı endeksini artırmak.</li> <li>Grundig'in pazar payını artırmak.</li> <li>Grundig'in cirosunu ve satış hacmini artırmak.</li> <li>Yeni ürün ve hizmetler geliştirmek.</li> </ul>	<b>2023 yılına kadar</b> 1,1 milyon kişiye gıda israfiyla mücadele konusunda farkındalık kazandırmak. Gıda israfiyla mücadele etmek ve farklı paydaşlarla yapılan projelerle sorumlu tüketimi teşvik etmek. 500 ton gıdanın israf olmasını engellemek ve Food For Soul Girişimi kapsamında ihtiyaç sahibi 210.000 kişiye 420.000 öğün ulaştırmak. It Starts At Home marka söylemi kapsamında insanlara, daha iyi bir gelecek için her gün evlerinde bir şeyler yapmaları konusunda ilham vermek ve farkındalık yaratmak <b>2025 yılına kadar</b> 1,5 milyon kişiye gıda israfiyla mücadele konusunda farkındalık kazandırmak. 800 ton gıdanın israf olmasını engellemek ve Food For Soul Girişimi kapsamında ihtiyaç sahibi 300.000 kişiye 600.000 öğün ulaştırmak. <b>2030 yılına kadar</b> 3,5 milyon kişiye gıda israfiyla mücadele konusunda farkındalık kazandırmak. 1.200 ton gıdanın israf olmasını engellemek ve Food For Soul Girişimi kapsamında ihtiyaç sahibi 500.000 kişiye 1 milyon öğün ulaştırmak.

Yerel Topluluklara Destek	     	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kamu kurumları, özel şirketler ve STK'lar ile iş birliği yaparak teknolojileri, ürünleri ve hizmetleri daha geniş bir kitleye ulaştırmak.</li><li>• Toplulukların ihtiyaçlarına cevap veren yeni iş modelleri ve ürünler geliştirmek.</li></ul>	<p><b>2023 yılına kadar</b> 250.000 genci 21.yy becerileri ve dijital yetkinlikler ile güçlendirmek. Toplumsal cinsiyet eşitliğini desteklemek - İş yetkinlikleri ve ekonomik fırsatlar yoluyla STEM ve erkek yoğun alanlarda kadınların konumunu güçlendirmek. Çocukların ve gençlerin iklim krizi hakkında farkındalığını artırmaya yönelik proje ve programlar geliştirmek.</p> <p><b>2030 yılına kadar</b> Türkiye, Romanya, Güney Afrika ve Pakistan'da lider markalar ile yerel toplulukların ihtiyaçlarını desteklemek.</p>
---------------------------	--	---	--