

mavi

2020

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU



İÇİNDEKİLER

01

RAPOR HAKKINDA

2

02

CEO MESAJI

4

03

MAVİ HAKKINDA

8

04

MAVİ'NİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK DÖNÜŞÜMÜ

4.1 All Blue Stratejisi: Daha Mavi. Daha İyi. Hepimizin Mavi'si.	28
4.2 Mavi'nin Sürdürülebilirlik Hedefleri	40
4.3 2020 Gelişmeleri	42
4.4 Sürdürülebilirlik Yönetimi	44
4.5 Sürdürülebilirlik Öncelikleri	45

05

İNSAN

GÜÇLENDİRİYORUZ

5.1 İnsan Odaklı Mavi Kültürü	54
• Fırsat Eşitliği ve Çeşitlilik	56
• Yetenek Yönetimi	58
• Çalışan Gelişimi	65
• Çalışan Katılımı	66
• Sağlıklı ve Güvenli Çalışma Ortamı	66
5.2 Kapsayıcı İş Modeli ve Sorumlu Değer Zinciri	68
• Tedarik Zincirinde Sürdürülebilirlik	69
• Sosyal Uygunluk Denetimleri	69

06

ÇEVRE

KORUYORUZ

6.1 İklim Krizi ile Mücadele	75
6.2 Ekosistem Restorasyonu	85

07

DENİM

DÖNÜŞTÜRÜYORUZ

7.1 Kalite Önceliği	92
• Ürün Kalitesi ve Güvenliği	93
• Perfect Fit Stratejisi	95
• Müşteri Memnuniyeti ve İletişim	97
7.2 Denim İnovasyonu	100
• All Blue: Mavi'nin En Sürdürülebilir Koleksiyonu	103
7.3 İnovasyon İş Birlikleri	105
7.4 Sorumlu Ham Madde Tedariki	109

08

TOPLUM

HAREKETE GEÇİRİYORUZ

Mavi'nin Etki Odaklı Dönüştürücü Gücü	112
---------------------------------------	-----

09

KURUMSAL YÖNETİM

9.1 İş Etiği	119
• Rüşvet ve Yolsuzlukla Mücadele	121
9.2 İnsan Hakları	122
9.3 Risk Yönetimi ve İç Kontrol Sistemleri	122
• İç Kontrol ve İç Denetim	125

10

EKLER

10.1 Marka Değerleri	128
10.2 Üyelikler	131
10.3 Pandemi Sürecindeki Uygulamalar	133
10.4 Çalışan Gelişimi-Eğitimler	136
10.5 Paydaş Diyaloğu	142
10.6 Performans Göstergeleri	143
• Sosyal Performans Göstergeleri	143
• Çevresel Performans Göstergeleri	147
10.7 İndeks	148
• UNGC Referansları	148
• WEPs Referansları	149
• GRI İçerik İndeksi	150

RAPOR HAKKINDA

Mavi Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin ilk Sürdürülebilirlik Raporu, şirketin 1 Şubat 2020 – 31 Ocak 2021 faaliyet yılını içeren sürdürülebilirlik performansı verileri temel alınarak hazırlandı. Raporda Mavi'nin sürdürülebilirlik stratejisi "All Blue. Daha Mavi. Daha İyi. Hepimizin Mavi'si" kapsamında yürütülen faaliyetlerin çevresel, sosyal ve yönetim alanlarındaki sonuçları yer alıyor.

Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative-GRI) Standartları "Temel" (Core) seçeneğine uygun olarak hazırlanan bu Rapor, şirket faaliyetlerinin Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'na (SKA'lar) sağladığı katkıyı da gösteriyor. Raporda Mavi'nin imzacısı olduğu Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne (UN Global Compact-UNGC) ve Birleşmiş Milletler Kadının Güçlenmesi Prensipleri'ne (Women's Empowerment Principles-WEPs) uygun çalışmaları da yer alıyor.

Sürdürülebilirlik önceliklerinden olan çevresel performansın bir göstergesi olarak Türkiye operasyonlarında Kapsam 1, Kapsam 2 ve atıklardan kaynaklı Kapsam 3 emisyonları PwC Türkiye'nin yaptığı çalışma ile sınırlı bağımsız güvence sürecinden geçmiştir.

Raporla ilgili tüm soru, görüş ve önerilerinizi sustainability@mavi.com adresine iletebilirsiniz.

**All Blue.
Daha Mavi.
Daha İyi.
Hepimizin Mavi'si.**



CEO MESAJI



Cüneyt Yavuz, CEO

Dünyanın öncü jean markalarından biri olarak, 30 yıllık denim uzmanlığımızla, her zaman ileriye bakmaya, en iyiye ulaşma yolculuğumuzda Mavi kalitesini odağımıza alarak tutkuyla çalışmaya devam ediyoruz.

Değerlerimiz ve kurumsal kültürümüzden de aldığımız güçle, **daha iyi bir Mavi ile, daha iyi bir dünyanın mümkün olacağına inanıyoruz.** Daha iyisi için sorumluluk alıyor, yeniyi denemekten ve keşfetmekten vazgeçmiyoruz. Birlikte attığımız adımların büyük dönüşümlerin habercisi olduğunu biliyoruz. Tam da bu nedenle, 2020'de İnsan, Çevre, Toplum ve Denim'i odağına alan All Blue yaklaşımımızla sürdürülebilirlik dönüşümümüze büyük hız kazandırdık.

Bugün bu yöndeki tüm çabalarımızı ve taahhütlerimizi ortaya koyan ilk sürdürülebilirlik raporumuzu siz paydaşlarımızla paylaşmanın mutluluğunu yaşıyoruz.

2020 ve sonrası tüm dünya için pandemi gölgesinde geçerken, aynı zamanda bireysel, kurumsal ve toplumsal olarak daha iyi bir dünyada yaşamak için sürdürülebilirliğin öneminin çok daha iyi anlaşıldığı bir dönem oldu.

Türkiye'nin öncü jean ve hazır giyim markası olarak, faaliyet gösterdiğimiz sektör de dahil olmak üzere iş dünyasının sürdürülebilir bir dönüşüme ihtiyaç duyduğunun ve üzerimize düşen lider marka sorumluluğunun farkındayız. Bu dönüşümün riskleri ve fırsatları etkin şekilde yöneten, ortak değer yaratmaya odaklanan kurumların uzun dönemli çabalarıyla mümkün olacağına inanıyoruz.

Kaliteyle sürdürülebilir büyüme üzerine kurduğumuz; İnsan, Çevre, Toplum ve Denim'i odağına alan **Mavi All Blue** stratejisi çerçevesinde, bu yıl sürdürülebilirliği şirket kültürüne, vizyonumuza, iş yapış şekillerine, ürünlere ve büyüme hedeflerimize entegre etmek üzere önemli yol aldık. Özellikle son yıllarda ivme kazanan sürdürülebilirlik çalışmalarımız sonucunda stratejimizi ve buna bağlı olarak kısa, orta ve uzun vadeli hedeflerimizi belirledik. **"All Blue. Daha Mavi. Daha İyi. Hepimizin Mavi'si"** mottosuyla çalışanlarımızla başlattığımız bu dönüşüme tüm paydaşlarımızı davet ediyor; her gün daha iyisi için çalışıyor ve bugünden başlayarak yarın için aksiyon alıyoruz. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'nı ve imzaladığımız Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni (UNG) destekleyen stratejimiz ile **Güçlendiriyor, Koruyor, Dönüştürüyor ve Harekete Geçiriyoruz.**

Gücümüzü her zaman insan odaklı Mavi kültüründen alıyor ve değer zincirimizdeki tüm paydaşlarımızı **daha iyiye ulaşmak için güçlendiriyoruz.** Çalışanlarımıza insan haklarını gözetken, çeşitlilik ve farklılıklara saygılı bir çalışma ortamı sunuyoruz. 2021 yılında Birleşmiş Milletler Kadının Güçlenmesi Prensipleri (WEPS) ve Yüzde 30 Kulübü imzacısı olarak toplumsal cinsiyet eşitliğine destekteki kararlılığımızı ortaya koyduk. Bu konudaki katkımızı %54 kadın çalışan, %46 kadın yönetici ve yönetim kurulunda %33 kadın üye temsiliyet oranlarına ulaşarak artırmaya devam ediyoruz. Bununla birlikte, sürdürülebilirlik odaklı ilke ve standartlarımızın yol gösterdiği kapsayıcı ve sorumlu bir değer zinciri yaratıyor, daha fazla şeffaflık ve izlenebilirlik sağlamak için tedarikçilerimizin faaliyetlerini etkin biçimde takip ediyoruz. %80'e ulaşan yerel tedarikçi oranımız ile yerel ekonomiye katkı sunmaya devam ediyoruz.

Doğayı koruma sorumluluğuyla üretmeyi en önemli önceliğimiz olarak görüyor, 2050 yılı itibarıyla iklim pozitif bir şirket olmayı taahhüt ediyoruz. Türkiye'de hazır giyim alanında karbon ayak izini açıklayan ilk ve tek marka olarak CDP (Carbon Disclosure Project) İklim Değişikliği Programı kapsamında B, aynı programın tedarikçi ilişkileri değerlendirmesinde ise A- puan alarak global sektör ortalamasının üzerinde bir performans gösterdik. 2021 Ocak ayı itibarıyla merkez ofisimizde ve yüzün üzerindeki mağazamızda yenilenebilir enerji kullanımına geçtik ve enerji verimliliği yüksek ilk doğa dostu mağazamızı İstanbul Zorlu AVM'de müşterilerimizle buluşturduk. Ürünlerimizin çevresel etkilerini analiz etmek için başlattığımız Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi (LCA) çalışmaları, bu etkileri azaltmaya yönelik aksiyonları almak noktasında da en önemli yol göstericimiz oluyor.

CEO MESAJI

İnovasyon ve teknolojiden güç alarak denimi dönüştürüyor ve 2030 yılına kadar tüm denim koleksiyonumuzun sürdürülebilir All Blue ürünlerinden oluşmasını amaçlıyoruz. Doğaya saygılı, sürdürülebilir, kaliteli ve döngüsel ekonomi odaklı ürünler tasarlayarak oluşturduğumuz All Blue koleksiyonumuz ile değişen tüketici taleplerine yanıt veriyor ve aynı zamanda tüketim alışkanlıklarının değişmesine de öncülük ediyoruz. Denimde yarattığımız inovasyonun en iyi temsilcisi olan All Blue koleksiyonunda daha az enerji, su, kimyasal kullanıyor; organik, geri dönüştürülmüş ve ileri dönüştürülmüş malzemeler tercih ediyoruz. Bu sene “Mavi Dönüşüm” söylemiyle koleksiyonumuza geri dönüştürülmüş plastik şişelerden ve malzemelerden üretilen Mavi Pro Sport Repreve® ürünlerini ekledik ve 593.750 plastik şişeyi geri dönüştürdük. Sürdürülebilir ham madde kullanımını her geçen gün artırdığımız All Blue koleksiyonu, geçtiğimiz yıl iki kat büyüdü ve 2020'deki ciro artışı %39'a, sürdürülebilir ürün gelirlerinin toplam ciro içindeki payı ise %6'ya ulaştı.

Mavi markasının toplumsal dönüşüm için harekete geçirme gücünün farkındayız. Etki odaklı ve ölçülebilir toplumsal projeleri hayata geçirerek gençleri ve kadınları güçlendirmeyi hedefliyoruz. 2025'ten itibaren FAVÖK'ün %1'ini toplumsal yatırımlara ayırmayı önceliklerimiz arasına aldık. Sosyal etkimizi artırarak sürdürülebilirlik konularındaki farkındalık projeleriyle her yıl 1 milyon kişiye erişmeyi, çalışanlarımızı ve müşterilerimizi de konunun merkezine koymayı hedefliyoruz. Biyoçeşitliliği korumayı ve bunu yaparken gönüllülük bilincini artırmayı hedeflediğimiz İndigo Turtles projesine de heyecanla devam ediyoruz. Deniz kaplumbağalarının yaşatılmasına yönelik Ekolojik Araştırmalar Derneği'nin uzman ekibi ve proje gönüllülerinin yoğun çabalarıyla bu sene denize ulaşabilen yavru sayısı 150 bini aşarken, projeye başladığımız yıla göre 3 katına çıktı.

Temeli ve finansal yönetimi sağlam bir şirket olmak için yıllardır verdiğimiz çaba, pandemi döneminde bize hep güç kattı. Sürdürülebilir kârlı büyümeye ve uzun vadeli hedeflerimize odaklanarak, riskleri doğru yönetmenin ve veriye dayalı kararlar almanın her zamankinden daha değerli olduğunu biliyor, finansal başarıımızı istikrarlı şekilde sürdürüyoruz.

Mavi bugün otuz yaşında. Bu yola çıkarken eşsiz bir marka hikâyesi yaratmayı hayal ettik. Mavi'yi, sahip olması gereken değerleri, kurumsal kültürünü hep geleceği düşünerek kurguladık. Geride kalan otuz yıl boyunca, hedeflerimizi sürekli yenileyip aldığımız stratejik kararlarla başlangıçtaki vizyonumuzu gerçeğe dönüştürdük. Bugün otuz yıl öncesinden çok farklı bir dünyada yaşıyoruz. Ekonomik, sosyal ve sektörel birçok değişime tanık olduk, öngördüğümüz ya da beklenmedik çeşitli zorlukları yönettik ve değişen koşullara uyum sağlama becerimizi en üst düzeye çıkardık.

“All Blue. Daha Mavi. Daha İyi. Hepimizin Mavi'si” stratejimiz de bugünden başlayarak yarını en iyiye ulaştırma hedefimizin temelini oluşturacak. Uzun yollar kat etmemiz gereken sürdürülebilirlik yolculuğuna katkı sağlayan başta Mavi çalışanları olmak üzere, tüm müşterilerimize, tedarikçilerimize, iş ortaklarımıza ve hissedarlarımıza teşekkür ediyorum. Stratejimiz ve ÇSY performansımızı yansıtan ilk raporumuzu sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyorum.

MAVİ HAKKINDA

1991 yılında İstanbul'da kurulan **Mavi**, **30 yıllık denim uzmanlığı**ndan aldığı güçle bugün **global bir lifestyle markası** konumunda. 2017'de halka açılan şirket, Türkiye, ABD, Kanada, Almanya, Rusya ve Avustralya'nın aralarında bulunduğu 33 ülkede, 439'u Mavi shop olmak üzere 4.500 noktada perakende, toptan ve online kanallar aracılığıyla müşterileriyle buluşuyor.

Güvenilir marka algısıyla yüksek kalite/doğru fiyat konumlandırması imkânı bulan Mavi'nin pazar konumu, hazır giyim orta üst ve premium ürünler segmenti arasında bulunuyor. **"Perfect Fit"** anlayışıyla müşterilerinin hayat tarzına, vücuduna ve kalite beklentisine mükemmel uyan jean'ler tasarlayan marka, dünya premium jean markaları arasında ilk sıralarda gösterilirken, lifestyle ürünlerde de kadın ve erkeklerin en çok tercih ettiği markalar arasında yer alıyor.

Türkiye'de sınıfının en iyisi olarak değerlendirilen ve 8 milyonun üzerinde üyesi bulunan müşteri sadakat programı Kartuş, müşteri verilerini analiz etme ve değerlendirmenin öncelikli aracı olarak görülüyor. Özellikle modayı yakından takip eden genç yetişkinler arasında güçlü bir marka algısına sahip olan Mavi, **En Mutlu Mavi Müşterileri** yaratma vizyonuylar **her yıl 1 milyon yeni müşteri** kazanıyor.

Mavi, Kaliteyle sürdürülebilir büyüme üzerine kurduğu; All Blue stratejisi çerçevesinde, sürdürülebilirliği şirket kültürüne, vizyonuna, ürünlerine ve büyüme hedeflerine entegre ediyor. **Daha iyi bir Mavi ile daha iyi bir dünyanın** mümkün olacağına inanıyor. Kalbi denim ile atan ve dünyanın en iyi, en inovatif jean'lerini geliştirmek için tutkuyla çalışan **4060 kişilik global Mavi ekibi** de, insan, çevre, denim ve toplum odaklı bu değerleri odağına alarak en iyiye ulaşma yolculuğunda markayı geleceğe taşıyor.



MİSYON

- Müşterisine yakın, jean odaklı bir moda markası olmak.
- Markayı yansıtan her noktada müşterimize yeni ve mutlu bir deneyim yaşatmak.
- Ürün kalitesinde tutkulu, tasarımda yenilikçi olmak.
- Marka iletişimi ve ürün çeşitliliği ile herkesi kapsayan, dijital dünya anlayışı ve alışveriş deneyimiyle öncü bir şirket olmak.
- Çalışanların güven duyduğu, müşterilerin gönül bağı kurduğu, iş ortaklarının kalıcı olduğu, insan ve sürdürülebilirlik odaklı kurum kültürünü sahiplenmek.

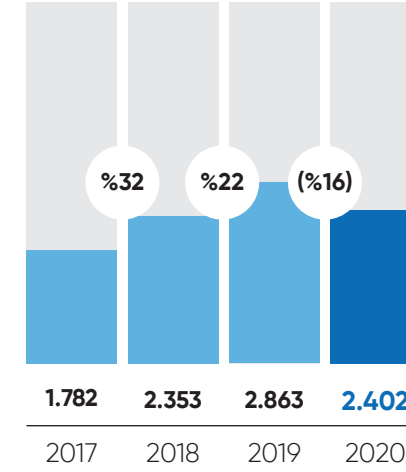
VİZYON

Jean odaklı, sürdürülebilirliği öncelik alan bir moda markası olarak bulunduğu pazarlarda lider olmak.

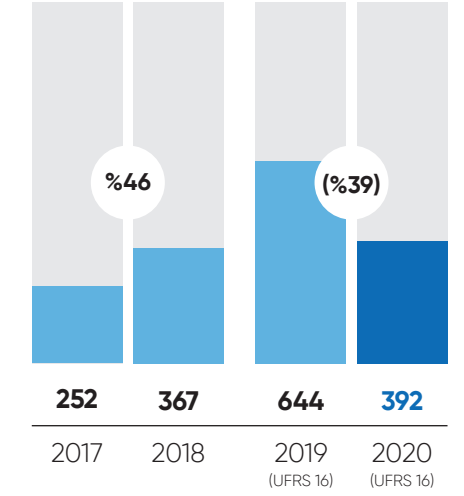


FİNANSAL PERFORMANS

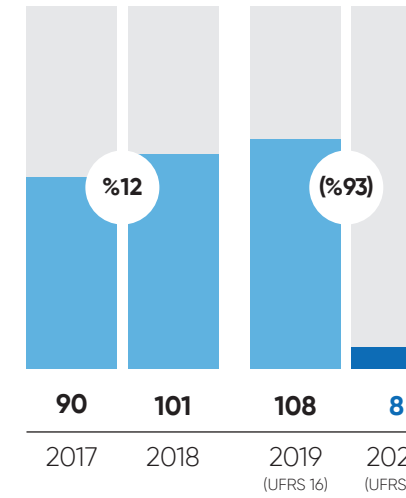
GELİR (milyon TL)



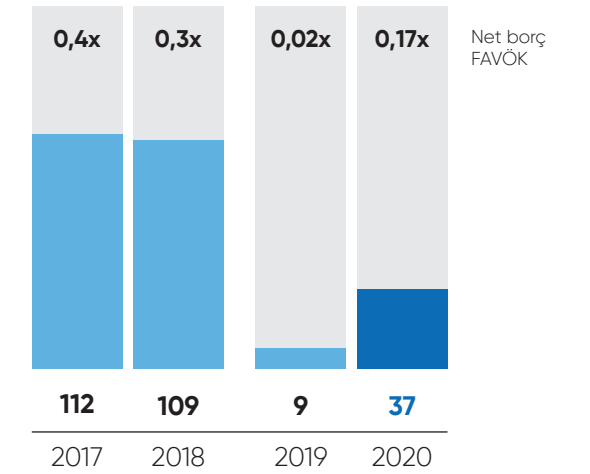
FAVÖK (milyon TL)



NET KÂR (milyon TL)



NET BORÇ (milyon TL)



Net borç
FAVÖK

GLOBAL KONSOLİDE BİLGİLER



TÜRKİYE

Perakende mağaza: **320**
Ortalama m²: **498**
Bayi: **64**
Toptan satış noktası: **563**
Merkez ofis ve showroom: **1**
Depo: **(3. parti)**
Çalışan sayısı: **3.729**



ABD

Toptan satış noktası: **~1.200**
Merkez ofis: **1**
Showroom: **3**
Depo: **1**
Çalışan sayısı: **65**



RUSYA

Perakende mağaza: **18**
Bayi: **15**
Toptan satış noktası: **139**
Merkez ofis ve showroom: **1**
Depo: **(3. parti)**
Çalışan sayısı: **141**



AVRUPA

Perakende mağaza: **1**
Toptan satış noktası: **~1.100**
Merkez ofis: **1**
Showroom: **10**
Depo: **(3. parti)**
Çalışan sayısı: **59**



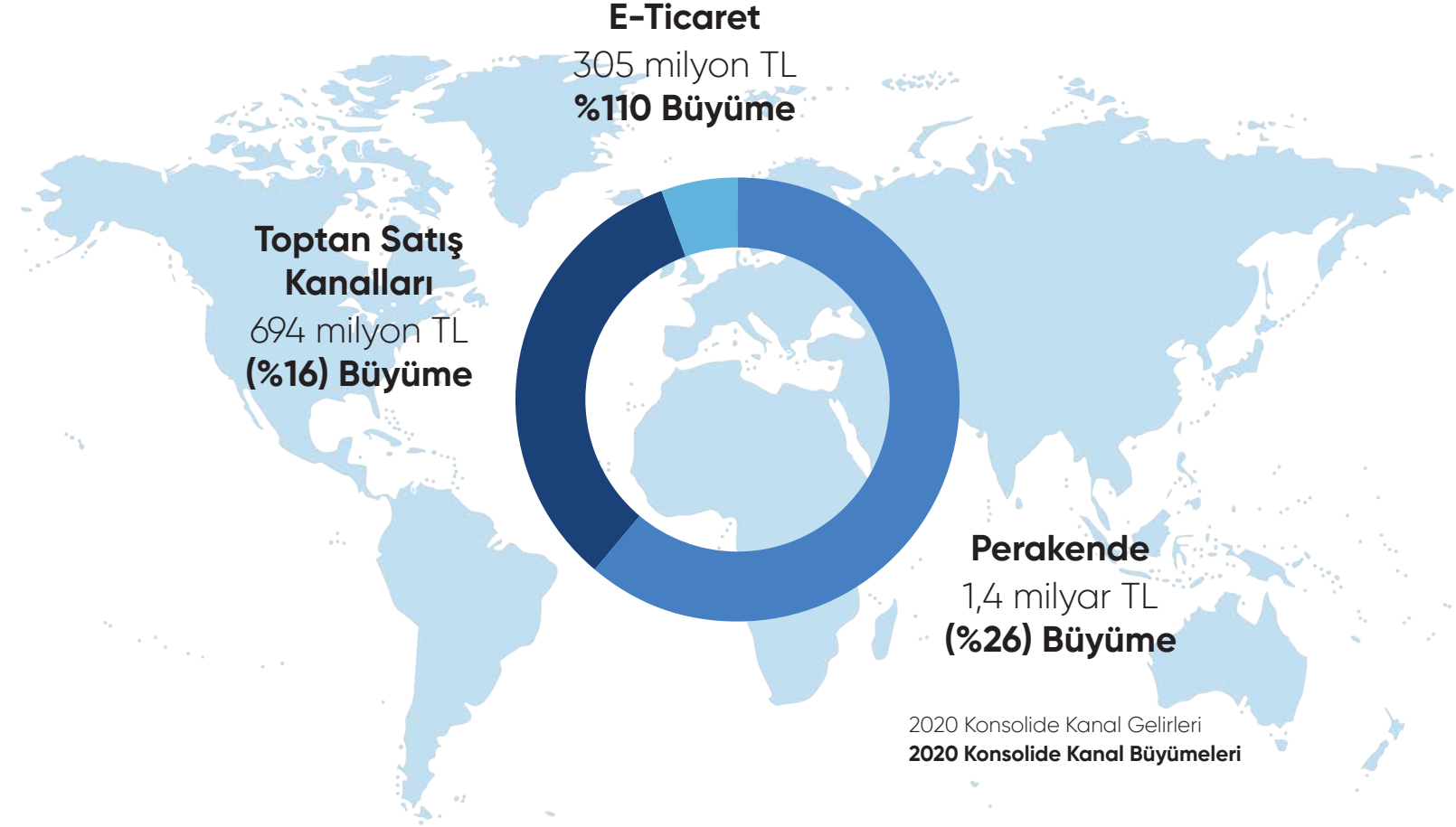
KANADA

Perakende mağaza: **4**
Toptan satış noktası: **~1.000**
Merkez ofis, showroom ve depo: **1**
Showroom: **3**
Depo: **1**
Çalışan sayısı: **66**



DİĞER ÜLKELER

Bayi: **17**
Toptan satış noktası: **37**



439

Monobrand
Mağaza
Global

384

Monobrand
Mağaza
Türkiye

55

Monobrand
Mağaza
Uluslararası

~4.500

Toptan Satış
Noktası
Global

BİR BAKIŞTA MAVİ

Global Rakamlar

2,4

Milyar TL
gelir

%81

Türkiye
satış payı

%19

Uluslararası
satış payı

33

Ülke

439

Monobrand
mağaza

~4.500

Satış
noktası

5

Net yeni
mağaza açılışı

(%26)

Perakende
gelir büyümesi

%110

E-ticaret
gelir büyümesi

%13

E-ticaret
gelir payı

4.060

Kişilik
istihdam

~%80

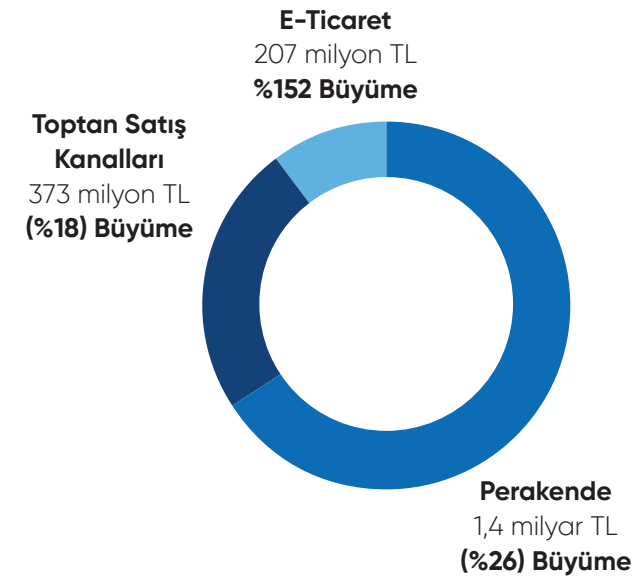
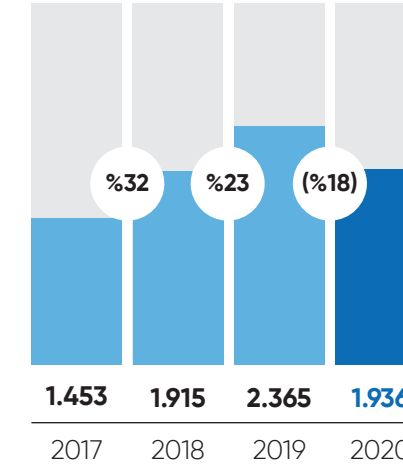
Yerel
tedarik oranı

120+

Global
tedarikçi

Türkiye'den Rakamlar

GELİR (milyon TL)



2020 TR Kanal Gelirleri
2020 TR Kanal Büyüme

320 perakende, **64** bayi mağazası,
563 toptan satış noktası

6 net yeni mağaza açılışı

7 mağaza genişlemesi

Toplam **159,4** bin m² perakende
satış alanı, **498** ortalama mağaza m²

%33 kadın, **%67** erkek,

%42 denim, **%58** lifestyle

ürün satış dağılımı

(TL-değer bazında)

5,1 milyonu son iki yıldır aktif,

8.1 milyon müşteri

%20¹ pazar payıyla jean'de liderlik

¹ IPSOS verilerine göre, 14+ yaş

ÇEŞİTLENDİRİLMİŞ VE GÜVENİLİR TEDARİK MODELİ

Denim odaklı bir hazır giyim markası olarak Mavi'nin herhangi bir üretim aktivitesi bulunmuyor. Global satın alma ağıımız aracılığıyla dünya standartlarında üretim yapan 120'nin üzerinde tedarikçiyle çalışıyoruz.

Kalite Odaklı Verimli Tedarik Yapısı

%42 Denim
%58 Lifestyle

- Türkiye perakende net satış ayrımı
- Satışlarda denim-lifestyle dengesi

~%80
Türkiye'de
üretiliyor

- Kaliteli tekstil ekosistemi
- Yakınlık sayesinde hızda ve ilk sevkıyatta doğruluk

~%20 ithal
ediliyor

- Çoğunlukla dış giyim ve aksesuarlar
- 9 ülkede 34 tedarikçi

+120 Sorumlu
tedarikçi (18'i
stratejik, 38'i kritik)
441 alt tedarikçi

- Köklü, uzun ömürlü ilişkiler
- Sosyal uygunluğu garanti eden iç denetim ekibi

MAVİ DENİM FAALİYETLERİ

Ürün Maliyetinin %50'si

Mavi bünyesinde

Mavi kontrolünde

Tasarım ve Geliştirme

- Çok uluslu denim tasarım ve geliştirme ekibi
- Mavi tarafından geliştirilen ve markaya ait olan kalıp blokları
- Yıkama reçeteleri ve geliştirmesi Mavi yönetiminde

Kumaş ve Ham madde

- Denim fabrikalarıyla doğrudan ilişki yönetimi Mavi ürün ekipleri sorumluluğunda
- Premium global denim markaları için üretim yapan Türkiye'nin en üstün kaliteli kumaş fabrikalarıyla iş birliği
- Kumaş Ar-Ge, özel geliştirme ve inovasyonla ayrılan ürün kalitesi ve görüntüsü

Üretici (Kesim, Dikim ve Yıkama)

- Kesim, dikim ve yıkama
- Yaklaşık %70, ERAK'tan tedarik
- En iyi fiyat/kalite için dört üretici arasında veriyeye dayalı karşılaştırma ile satın alma kararı

ERAK

- Sınıfının en iyisi üretim tesisi
- Küresel lider markaların tedarikçisi
- Teslim süresi ve kapasite avantajı
- Sürdürülebilirlik ve inovasyon projelerinde yetkin iş birliği
- Enerji ve su verimliliği sağlama



ÖDÜLLER



%60 TOM (Top of mind) ile Türkiye'de jean deyince akla gelen ilk marka. IPSOS verilerine göre %20 pay ile 14+ yaş denim pazarında lider, kadın ve erkek hazır giyimde ilk dört markadan biri



Tutum araştırmasına göre salgın konusunda gösterdiği tutum en çok onaylanan 10 marka arasında (Mediacat)



"Türkiye İtibar Endeksi" araştırmasına göre Türkiye'nin en itibarlı ilk 20 markası arasında (Türkiye İtibar Akademisi)



Reklam dünyasının en prestijli ödülleri arasında gösterilen Effie'de, moda kategorisinde Serenay Sarkaya'lı Mavi Benim kampanyasına bronz ödül



"Benim Markam" araştırmasına göre erkek giyimde en çok tercih edilen ilk 10 marka arasında (Z raporu)



A.C.E. Awards (Mükemmel Müşteri Memnuniyeti Başarı Ödülleri) kapsamında, hazır giyim kategorisinde altın ödül (Sikayetvar.com)



"Fortune 500" araştırmasına göre Türkiye'nin en büyük 500 şirketi arasında 123'üncü, jean markaları arasında 1'inci sırada (Fortune)



Brand Finance tarafından hazırlanan rapora göre "Türkiye'nin En Değerli ve Güçlü Markaları" arasında



"Franchise 100" araştırmasına göre 3'üncü sırada (Ekonomist)



"Social Media Awards Turkey Veri Analitiği Ödülleri"nde günlük giyim kategorisinde bronz ödül (Marketing Türkiye)



Mavi Elma Ödülleri'nde "Yılın en beğenilen iş birliği" ödülü: Team Mavi ile Merih Demiral (İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi)



"İyi Yaşam Markaları" araştırmasına göre hazır giyim markaları arasında ilk 3'te (Marketing Türkiye)



"Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri" araştırmasına göre hazır giyim ve mağazacılık kategorisinde en beğenilen ikinci marka (Capital)



"AR-GE 250" araştırmasına göre 47'nci sırada (Turkish Time)



"Culture 100" araştırmasına göre Türkiye'nin şirket kültürüyle dikkat çeken markaları arasında 52'nci sırada (Fast Company)



Kadın Dostu Şirketler arasında 40, kadın yönetici dostu şirketler arasında 22'nci sırada (Capital)

MAVİ'NİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YOLCULUĞU

%100 organik Ege pamuğuyla üretilen Mavi Organic koleksiyonu ile tüm dünyada organik denim hareketini başlatan markalardan biri oldu.

2006

2010

- » Mavi Premium serisiyle TENCEL™, modal gibi inovatif ve sürdürülebilir malzemeler kullanılmaya başlandı.
- » %100 organik pamukla Mavi Çocuk tişörtleri koleksiyonu yaratıldı.

- » Ekolojik Araştırmalar Derneği ile nesli tükenmekte olan deniz kaplumbağalarının korunmasını amaçlayan Indigo Turtles projesi başlatıldı.
- » %100 organik pamukla Indigo Turtles tişört koleksiyonu hazırlandı. Satışa sunulan her bir tişört yavru deniz kaplumbağalarını koruma çalışmalarına destek oldu.

2014

2017

- » Mavi halka açıldı ve Borsa İstanbul'da işlem görmeye başladı.
- » Tedarikçilerle sosyal uygunluk kuralları paylaşıldı ve sosyal uygunluk denetimleri başladı.
- » Mağazalarda enerji tasarrufu sağlamak üzere LED aydınlatmalara geçildi.

- » Mavi sosyal uygunluk taahhütnamesi sözleşmelere eklenerek tedarikçiler tarafından imzalandı.
- » Çevreye duyarlı süreçleriyle dikkat çeken Lenzing ile iş birliği yapılarak ürünlerde TENCEL™ markalı liyosel ve modal elyafların kullanımı artırıldı.

2018

2019

- » Mavi'nin sürdürülebilir ve doğa dostu ürünleri All Blue koleksiyonu çatısı altında toplandı.
- » Jean pantolonların arka etiketlerinde deri kullanımı tamamen kaldırıldı ve %100 vegan denimler yaratıldı.
- » Tüm ürün etiketlerinde kâğıt kullanımı yarıya indirildi ve geri dönüştürülmüş malzemeler kullanıldı.
- » Online kanalda kullanılan ambalaj malzemelerinin sayısı ve çeşidi üçten bire düşürüldü.
- » Reengen ile 10 pilot mağazada anlık takibe dayalı Uzaktan Enerji Yönetim Sistemi projesi başlatıldı.
- » Enerji tasarrufu için mağaza armatürleri LED teknolojisiyle değiştirildi.
- » The Rivet Awards tarafından "En Sürdürülebilir Koleksiyon Ödülü" Mavi All Blue'ya verildi.
- » Tedarikçiler için Etik Davranış Kuralları yayınlandı.

- » Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (UN Global Compact-UNGC) imzalandı.
- » Önceliklendirme analizi tamamlandı.
- » Sürdürülebilirlik Komitesi ve çalışma grupları kuruldu.
- » Sürdürülebilirlik stratejisi ve hedeflerini oluşturmaya yönelik çalışmalar başladı.
- » Mavi, Türkiye’de hazır giyim alanında karbon ayak izini şeffaf biçimde açıklayan ilk marka oldu. Karbon Saydamlık Projesi (CDP) İklim Değişikliği Programı’na ilk kez raporlama yapıldı ve global sektör ortalamasının üzerinde performansla B notu ile derecelendirildi.
- » CDP platformu tarafından tedarikçi ilişkileri derecelendirmesinde ise daha yüksek bir performansla (Supplier Engagement Rating-SER) A- puan aldı.
- » Sürdürülebilir All Blue koleksiyonu iki katına yükseldi.
- » All Blue koleksiyonu %100 organik pamuklu doğa dostu tişörtlerle zenginleşti.
- » Coca-Cola iş birliği ile organik pamuk ve geri dönüştürülmüş malzemelerden özel bir tişört koleksiyonu hazırlandı.
- » Yaşam döngüsü değerlendirmesi (Life Cycle Assessment-LCA) çalışmalarına başlandı.
- » Merkez ofis ve sayaç kontrolü olan mağazalarda yenilenebilir enerjiye geçildi.

2020

2021

- » Geri dönüştürülmüş plastikten üretilen jean’lerle Mavi Pro Sport Repreve® jean koleksiyonu yaratıldı ve Mavi Dönüşüm başladı reklam kampanyası hayata geçirildi.
- » Lüks sokak giyim markası Les Benjamins ile organik, geri dönüştürülmüş ve doğa dostu malzemeler kullanılarak sürdürülebilir Les Benjamins x Mavi koleksiyonu tasarlandı.
- » TENCEL™ ile küresel ölçekte iş birliği yapılarak sürdürülebilir elyafların kullanımı yaygınlaştırıldı.
- » 30’uncu yıla özel hazırlanan Akdeniz koleksiyonunda İyi Pamuk İnisiyatifi (Better Cotton Initiative-BCI) sertifikalı pamuk kullanıldı.
- » OCS (Organic Content Standard) ve RCS (Recycled Claim Standard) sertifikaları alındı.
- » CDP Su Güvenliği Programı ve Ormansızlaşma Programı için raporlama yapıldı. Türkiye’de CDP Ormansızlaşma Programı için raporlama yapan ilk ve tek Türk şirketi oldu.
- » Reengen ile Uzaktan Enerji Yönetim Sistemi projesi tüm Mavi mağazalarına yayıldı.
- » UNGC ve UN Women ortaklığındaki Kadının Güçlenmesi Prensipleri (Women’s Empowerment Principles-WEPS) imzalandı.
- » İş dünyasında çeşitliliği hedefleyen Yüzde 30 Kulübü’ne üye oldu.
- » CEO Water Mandate imzalandı.
- » Mavi CEO’su Cüneyt Yavuz Fast Company Sürdürülebilirlik Liderleri 50 Araştırması’na 18’inci sıradan girdi.
- » Yönetim Kurulu’nda Çeşitlilik, İnsan Hakları, Çeşitlilik ve Kapsayıcılık, Biyoçeşitlilik, Çevre ve Enerji, Orman ve Kâğıt Ürünleri ve Hayvan Refahı politikaları yayınlandı.
- » The Rivet Awards tarafından “En Sürdürülebilir Koleksiyon Ödülü” ikinci kez All Blue ile Mavi’ye verildi.



04 MAVİ'NİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK DÖNÜŞÜMÜ

4.1 All Blue Stratejisi: Daha Mavi. Daha İyi. Hepimizin Mavi'si.

4.2 Mavi'nin Sürdürülebilirlik Hedefleri

4.3 2020 Gelişmeleri

4.4 Sürdürülebilirlik Yönetimi

4.5 Sürdürülebilirlik Öncelikleri

MAVİ'NİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK DÖNÜŞÜMÜ

Tekstil sektörü; iklim krizi, değişen tüketici davranışları, kısıtlı doğal kaynaklar, teknoloji ve dijitalleşme başta olmak üzere çeşitli küresel trendlerin etkisinde dönüşüyor. Bunun yanı sıra COVID-19 ile başlayan 2020 yılı ve devamındaki süreç, iş dünyasını ve özellikle de tedarik zincirlerini derinden etkiledi. Çevresel, sosyal ve yönetim (ÇSY) alanlarında riskleri ve fırsatları proaktif şekilde yöneten şirketlerin ise pandeminin getirdiği olumsuzluklardan daha az etkilendiği görüldü.

Türkiye'nin öncü jean ve hazır giyim markası olarak, sektörün sürdürülebilirlik lideri olma hedefiyle sürdürülebilirlik çalışmalarımıza 2020 yılında ivme kazandırdık. Stratejik öncelikli konuları temel alan, tekstil sektörünü etkileyen küresel trendlere yanıt veren ve Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'na (SKA'lar) katkı sağlayan bir sürdürülebilirlik stratejisi geliştirdik. **All Blue. Daha Mavi. Daha İyi. Hepimizin Mavi'si.** stratejisi kapsamında değer yarattığımız alanları ve bu alanlardaki hedeflerimizi belirledik.



4.1 ALL BLUE STRATEJİSİ: DAHA MAVİ. DAHA İYİ. HEPİMİZİN MAVİ'Sİ.

Daha iyi bir Mavi ile daha iyi bir dünyanın mümkün olacağına inanıyoruz. En iyiye ulaşma yolculuğumuzda Mavi kalitesini odağımıza alarak yetinmeden çalışıyoruz. Bu süreçte Mavi çalışanları başta olmak üzere dokunduğumuz herkesin desteğiyle daha iyisi için birlikte sorumluluk alıyoruz. Atacağımız her adımın, gerçekleştireceğimiz her eylemin büyük dönüşümler getireceğine inanıyor, yeniyi denemekten vazgeçmiyor, daha iyisine ulaşmak için sürekli keşfediyoruz.

Bugünü çok önemsiyor, bugünden başlayarak yarın için aksiyon alıyoruz.

Daha Mavi'yi seçenlerle güçleniyor, birbirimize ilham veriyor ve daha iyiye giderek yaklaşıyoruz. **Daha Mavi oldukça, hep birlikte Daha İyi oluyoruz.**

All Blue.
Daha Mavi.
Daha İyi.
Hepimizin Mavi'si.

İnsan, çevre, denim ve toplumdan güç alan değerlerimizle şimdi daha iyisi için;



GÜÇLENDİRİYORUZ



KORUYORUZ



DÖNÜŞTÜRÜYORUZ



HAREKETE GEÇİRİYORUZ



ALL BLUE STRATEJİSİ: DAHA MAVİ. DAHA İYİ. HEPİMİZİN MAVİ'Sİ.

İNSAN

- İnsan odaklı Mavi kültürü
- Kapsayıcı iş modeli ve sorumlu değer zinciri

ÇEVRE

- İklim krizi ile mücadele
- Ekosistem restorasyonu



TOPLUM

Mavi'nin etki odaklı dönüştürücü gücü

DENİM

- Kalite önceliği
- Denim inovasyonu ve iş birlikleri
- Sorumlu ham madde tedariki

DAHA İYİSİ İÇİN GÜÇLENDİRİYORUZ

BETTER. EMPOWER



İnsan odaklı Mavi kültüründen aldığımız güçle, daha iyi bir gelecek için dönüşümü değer zincirinden başlatıyoruz. Çalışanlarımıza, tedarikçilerimize ve iş ortaklarımıza adil bir yaşam ve çalışma koşulları sunma sorumluluğunu yerine getiriyoruz. Daha iyiye, en iyiye ulaşma yolculuğumuzda sorumluluğumuzu paylaşan çalışanlarımız ve tedarikçilerimizin gelişimini destekleyerek onlarla birlikte güçleniyoruz.

İNSAN ODAKLI MAVİ KÜLTÜRÜ:

Odağında insan olan bir çalışma kültürüne sahibiz. Mavi kültüründe insan haklarını gözetiyor, çalışanların çeşitlilik ve farklılıklarına saygı gösteriyor ve toplumsal cinsiyet eşitliğini destekliyoruz. Çalışanların Mavi'deki yolculuğu boyunca kariyer gelişimlerini destekleyen uygulamalar hayata geçiriyoruz.

KAPSAYICI İŞ MODELİ VE SORUMLU DEĞER ZİNCİRİ:

Mavi'nin çevresel, sosyal ve yönetim alanlarında belirlediği ilke ve standartların değer zinciri boyunca uygulanmasına önem veriyoruz. Tüm tedarikçilerin sürdürülebilirlik performansını iyileştirmeyi ve gelişimlerini desteklemeyi hedefleyen kapsayıcı bir iş modeli benimsiyoruz. Tedarikçilerimizi denetliyor, tedarik zincirini izlenebilir kılmaya çalışıyoruz.

DAHA İYİSİ İÇİN KORUYORUZ

BETTER. PROTECT

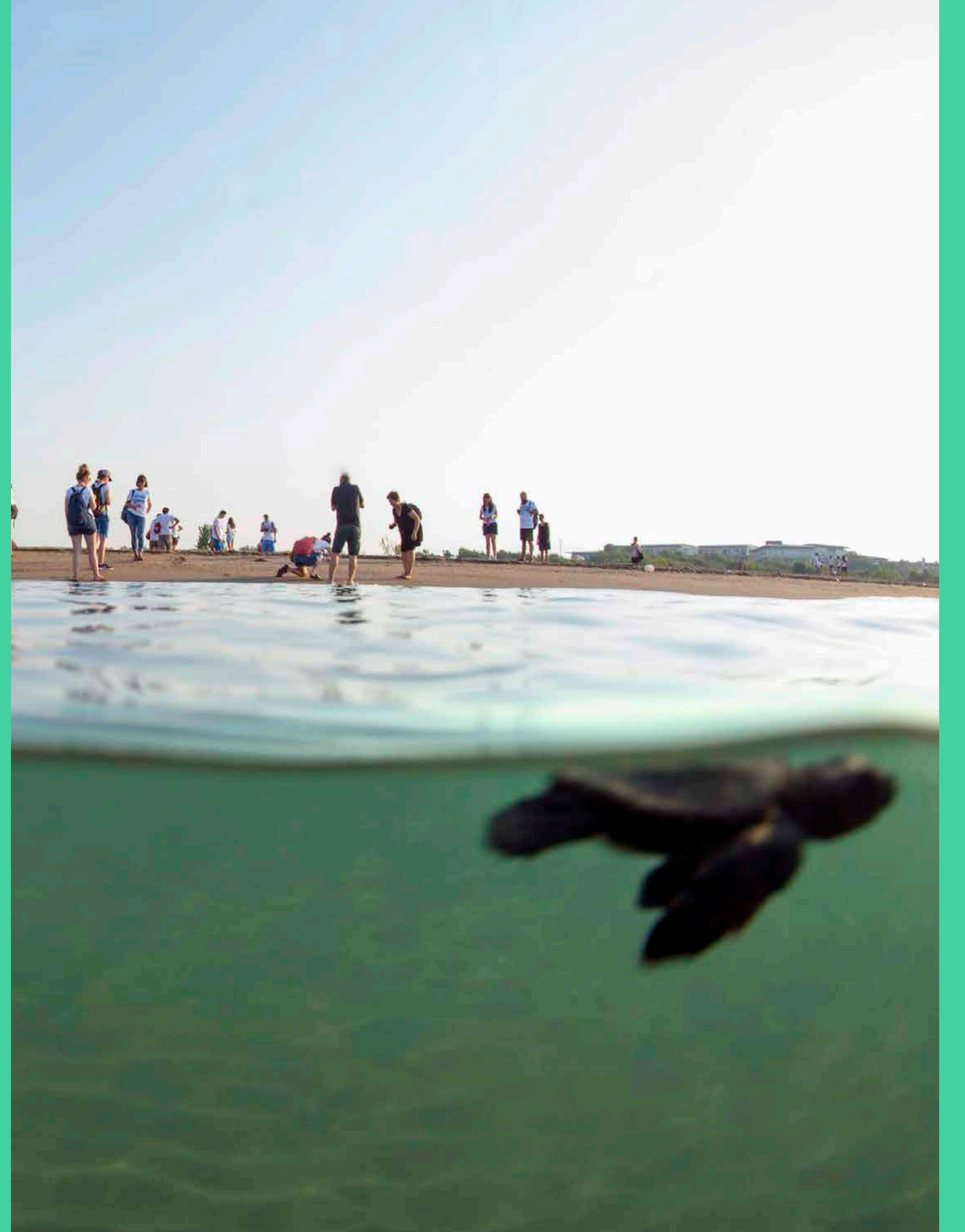
Denim odaklı bir marka olarak doğanın sunduklarını korumak ve yeniden canlandırmak en temel sorumluluğumuz. İklim kriziyle mücadele ederek net sıfır iş modelini destekliyor, doğal kaynakları korumayı ve ekosistemi onarmayı hedefliyoruz.

İKLİM KRİZİ İLE MÜCADELE:

Tekstil sektörü, tarladaki pamuk üretiminden tüketicinin aldığı son ürüne kadar değer zinciri boyunca önemli miktarda sera gazı emisyonuna neden oluyor. Mavi olarak, küresel iklim krizi ile mücadelemiz kapsamında tüm değer zincirimizde karbon ayak izimizi azaltmaya odaklanıyoruz. Bunun için tedarikçilerimizi de sürece katarak üretim süreçlerinde çevresel etkilerin azaltılmasını teşvik ediyor, yenilikçi ve sürdürülebilir ürünlerden oluşan koleksiyonlar tasarlıyor ve bu ürünlere ait satış gelirlerinin ciro içindeki payının kademeli şekilde artmasını amaçlıyoruz. Yenilenebilir enerji yatırımlarını artırıyor ve enerji verimliliğini merkeze alan eco mağaza gibi sektöre öncü olacak projeler hayata geçiriyoruz.

EKOSİSTEM RESTORASYONU:

Doğa üzerindeki baskıyı azaltmak ve bozulan ekosistemi korumak önceliğimiz. Bu doğrultuda, tedarik zinciri boyunca su kaynaklarının etkin kullanılması, kimyasalların kontrollü kullanımı, ambalaj ve atıkların yönetimi ve biyoçeşitlilik alanlarına odaklanıyoruz. Daha az su gerektiren sürdürülebilir ürünler üretilmesini ve üretim süreçlerinde suyun geri dönüştürülmesini teşvik ediyoruz. Üreticilerin ve tüketicilerin sağlığını korumak, çevre üzerindeki etkileri azaltmak üzere kimyasal tüketiminin azaltılmasını ve kullanılan kimyasalların Tehlikeli Atıkların Sıfır Deşarjı (Zero Discharge of Hazardous Chemical-ZDHC) kriterleriyle uyumlu olmasını hedefliyoruz. Ambalajların geri dönüştürülmüş malzemeden olmasına önem veriyor, tamamen Orman Yönetim Konseyi (Forest Stewardship Council-FSC) sertifikalı ambalaj kullanımına geçmeyi amaçlıyoruz. Atık yönetimine döngüsel ekonomi açısından yaklaşıyor, firelerin ve diğer atıkların yeniden sisteme dahil olması için çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Biyoçeşitliliğin korunması için toplumsal farkındalığı artıran projeler geliştiriyoruz.



DAHA İYİSİ İÇİN DÖNÜŞTÜRÜYORUZ BETTER. TRANSFORM



Yenilikçi özgün fikirlerimiz ve teknolojinin gücüyle denimi dönüştürüyoruz. Kaliteli ve sürdürülebilir ürünlerle müşterilerimizi sürdürülebilirlik dönüşümüne ortak ediyor ve tüketim alışkanlıklarını değiştiriyoruz. Döngüsel ekonomi modelini temel alan, çevresel etkisi düşük yenilikçi ürünlerin tüm sektöre ilham vermesini hedefliyoruz. Bu bakış açımızı inovasyon iş birlikleriyle besliyor, ortaklıklarla sürdürülebilir modanın geleceğine yön veriyoruz. Sorumlu ham madde tedariki ve üretimle bu dönüşümü tarladaki üreticiden son tüketiciye kadar değer zincirinin her alanına yayıyoruz.

KALİTE ÖNCELİĞİ:

Kuruluşumuzdan bu yana Perfect Fit anlayışımızla müşteri beklentilerini en doğru fiyat-kalite dengesiyle karşılıyoruz. Bunu bir adım daha ileri taşıyarak hem kaliteli hem de sürdürülebilir ürünleri tüm müşterilerimiz için erişilebilir kılmayı amaç edindik. Doğaya saygılı All Blue koleksiyonumuzla tüketicilerin daha iyi tercihler yapmalarında rol oynuyoruz.

DENİM İNOVASYONU:

En iyi denimin sürdürülebilir denim olduğuna inanarak, Ar-Ge ve ürün geliştirme süreçlerine yönelik yatırımlarımızı artırıyoruz. Doğa dostu koleksiyonumuza da adını veren sürdürülebilirlik yaklaşımımız All Blue'yu insan, doğa, inovasyon, dijitalleşme ve verimlilik üzerine kurduk. Yenilikçi yöntemlerle geliştirilen; daha az su, kimyasal ve enerji tüketen ve geri dönüştürülmüş, ileri dönüştürülmüş ve organik malzemeler içeren All Blue koleksiyonu ile sektörde denim inovasyonu gerçekleştirmeye devam ediyoruz.

İNOVASYON İŞ BİRLİKLERİ:

Faaliyet gösterdiğimiz sektörün sürdürülebilirlik dönüşümünde ve inovasyonun tetiklenmesinde iş birlikleri kilit rol oynuyor. Etki alanımızı genişletmek ve sektöre ilham vermek üzere farklı markalarla, tasarımcılarla ve üniversitelerle inovasyon alanında iş birlikleri yapıyoruz.

SORUMLU HAM MADDE TEDARİKİ:

Üreticilerin ham madde seçimlerinde sorumlu davranmalarını teşvik ediyor, üretim süreçlerini dönüştürüyoruz. Mavi ürünlerini oluşturan bileşenlerin içinde sürdürülebilir malzeme oranlarını (organik, geri dönüştürülmüş ve BCI sertifikalı pamuk; geri dönüştürülmüş metal vb.) takip ediyor ve sürekli artırıyoruz.

DAHA İYİSİ İÇİN HAREKETE GEÇİRİYORUZ BETTER. MOBILIZE

Toplumda ortak değerler yaratmayı amaçlıyor, daha iyiye ulaşmak için Mavi'nin dönüştürücü ve harekete geçiren marka gücünü kullanıyoruz. Toplumsal kalkınma için hiçbir grubun geride kalmaması adına özellikle gençlerin ve kadınların güçlenmesine odaklanıyoruz. Daha iyisi için Mavi'yi tercih eden müşterilerimizi ve diğer paydaşlarımızı bu harekete ortak ediyoruz.

MAVİ'NİN ETKİ ODAKLI DÖNÜŞTÜRÜCÜ GÜCÜ:

Mavi'nin marka gücünü kullanarak başta müşterilerimiz olmak üzere paydaşlarımızı harekete geçirmeyi amaçlıyoruz. Müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşlarını (STK'lar) sürece dahil eden etki odaklı ve ölçülebilir toplumsal projeleri hayata geçiriyoruz.



4.2 MAVİ'NİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK HEDEFLERİ



İNSAN GÜÇLENDİRİYORUZ



ÇEVRE KORUYORUZ



DENİM DÖNÜŞTÜRÜYORUZ



TOPLUM HAREKETE GEÇİRİYORUZ

ANA HEDEFLER

2030 yılında tamamıyla kapsayıcı ve sorumlu bir değer zincirine sahip olmak.

2050 yılı itibarıyla iklim pozitif şirket haline gelmek.

2030 yılına kadar tüm denim koleksiyonunun sürdürülebilir All Blue ürünlerinden oluşmasını sağlamak.

Etki odaklı ve ölçülebilir toplumsal dönüşümü tetiklemek.

TAKİP HEDEFLERİ

Çalışan memnuniyeti ve bağlılığı skorlarını her yıl %70'in üzerinde tutmak.

2023 yılına kadar kadın yönetici oranını %50 seviyesine çıkarmak ve bu dengeyi korumak.

2025 yılına kadar tüm ana tedarikçilerin ve onların alt yüklenicilerinin Global Satın Alma İlkeleri ve Tedarikçi Davranış Kuralları'na uyumunu sağlamak.

2030 yılında %100 izlenebilir bir tedarik zincirine sahip olmak.

2030 yılına kadar Kapsam 1 + 2 sera gazı emisyonlarını %50 azaltmak.

2030 yılına kadar satın alınan mal ve hizmetler kategorisindeki Kapsam 3 sera gazı emisyonlarını %20 azaltmak.

2040 yılına kadar karbon nötr bir şirket olmak.

2030 yılına kadar Mavi operasyonları için satın alınan elektrik enerjisinin %100'ünü yenilenebilir kaynaklardan elde etmeye devam etmek.

2025 yılına kadar kritik tedarikçiler ve ıslak işlem alt üreticilerinin çevresel denetimden geçmesini sağlamak.

2030 yılına kadar tüm stratejik tedarikçiler ve ıslak işlem alt üreticilerinin ZDHC MRSL¹ listesine uygun olmasını sağlamak.

2025 yılına kadar kullanılan etiket, karton ve kâğıt ambalaj malzemelerinin tamamının FSC² sertifikalı olmasını sağlamak.

2030 yılına kadar denim ürünlerinde kullanılan pamuğun %100'ünün sürdürülebilir kaynaklardan³ elde edilmesini sağlamak.

Ar-Ge çalışmaları ve iş birlikleriyle, sürdürülebilir All Blue koleksiyonundaki inovatif ürünlerin cirosunu her yıl bir öncekine göre %20 artırmak.

Toplumsal yatırım programlarının sosyal etkisini SROI⁴ seviyesinde tutmak.

2025'ten itibaren FAVÖK'ün %1'ini toplumsal yatırımlara ayırmak.

Sürdürülebilirlik konularındaki farkındalık projeleriyle her yıl 1 milyon kişiye erişmek.



¹ ZDHC MRSL uygunluk: Tehlikeli Kimyasalların Sıfır Deşarjı (Zero Discharge Hazardous Chemical-ZDHC) Üretimde Kullanımı Kısıtlı Maddeler Listesi (Manufacturing Restricted Substances List-MRSL)

² FSC: Orman Yönetim Konseyi (Forest Stewardship Council)

³ Sürdürülebilir kaynaklar: Organik, geri dönüştürülmüş, BCI sertifikalı pamuk vb.

⁴ SROI>1: Sosyal yatırım getirisinin (SROI) yapılan yatırımdan daha fazla olması.

4.3 2020 GELİŞMELERİ

GÜÇLENDİRİYORUZ

%54

Kadın
çalışan
oranı

%46

Kadın
yönetici
oranı

%80

Yerel
tedarikçi
oranı

DÖNÜŞTÜRÜYORUZ

%39

All Blue
koleksiyonunun
2020'deki ciro
büyümesi

%6

Sürdürülebilir
ürün gelirlerinin
ciro içindeki payı

593.750

Mavi Pro Sport
Repreve®
koleksiyonunda
kullanılan
pet şişe sayısı

KORUYORUZ

B

CDP iklim
Değişikliği
Programı'ndan
aldığımız not

101

Yenilenebilir
enerji kullanan
mağaza sayısı

43

Yaşam Döngüsü
Değerlendirmesi
(LCA) yapılan
ürün sayısı

HAREKETE GEÇİRİYORUZ

150.000

İndigo Turtles
projesiyle denize
ulaşan yavru deniz
kaplumbağası
sayısı

30

TEV Mavi Burs Fonu'yla
desteklenen üniversiteli
kız öğrenci sayısı

25.000

TEMA Vakfı'na
bağışlanan
fidan sayısı

%26*

Daha az
su tüketimi

%24*

Daha az
enerji
kullanımı

%54*

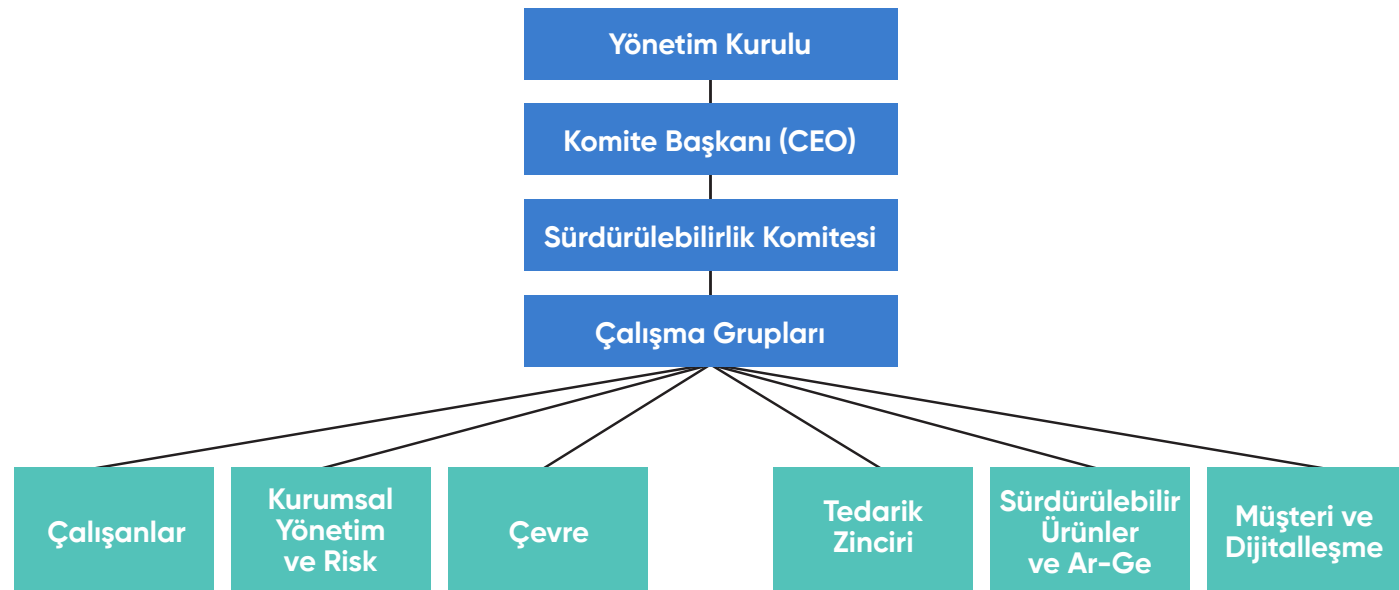
Lazer ve sürdürülebilir
yıkama işlemlerinden
geçen ürün oranı

*Stratejik iş ortağımız Erak ile gerçekleştirdiğimiz üretim sürecinde.

4.4 SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YÖNETİMİ

Sürdürülebilirlik yönetiminin, iş stratejimiz ve hedeflerimize entegre şekilde yürütülmesi için Mavi'nin Yönetim Kurulu'na bağlı bir Sürdürülebilirlik Komitesi faaliyet gösteriyor. CEO'nun başkanlık ettiği komitede üst yönetim ekibine bağlı çalışma grupları yer alıyor. Çalışanlar, Kurumsal Yönetim ve Risk, Çevre, Tedarik Zinciri, Sürdürülebilir Ürünler ve Ar-Ge, Müşteri ve Dijitalleşme olmak üzere altı çalışma grubunda, ilgili birimlerden 60'ın üzerinde çalışan görev alıyor. Sürdürülebilirlik hedeflerimizi gerçekleştirmek üzere her çalışma grubunun yol haritası bulunuyor. Bu gruplar, 2021 yılı itibarıyla yol haritasındaki eylemleri hayata geçirmek üzere şirketin gelecek planları ve küresel gelişmeler doğrultusunda aksiyonları takip ediyor ve güncelliyor.

Mavi Sürdürülebilirlik Komitesi Görev ve Çalışma Esasları'na buradan ulaşabilirsiniz.



Sektörün sürdürülebilirlik dönüşümünde öncü olmayı amaçlayan bir şirket olarak uluslararası sürdürülebilirlik platformlarında yer almayı önemsiyoruz. Dünyanın en büyük kurumsal sürdürülebilirlik inisiyatifi olan Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin (UNGC) imzacısıyız. Tüm iş yapış şekillerini UNGC'nin insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanlarındaki 10 ilkesiyle uyumlu hale getirmeyi taahhüt ettik. Bununla birlikte, Birleşmiş Milletler Kadının Güçlenmesi Prensipleri'ni (WEPs) imzalayarak ve Yüzde 30 Kulübü'ne katılarak toplumsal cinsiyet eşitliğine somut şekilde destek veriyoruz. Türkiye'de hazır giyim alanında karbon ayak izini şeffaf bir biçimde açıklayan ilk marka olarak Karbon Saydamlık Projesi (CDP) İklim Değişikliği Programı'na yaptığımız raporlamayla B notu aldık ve Tedarikçi İlişkileri Derecelendirmesi'nde (SER) A- olarak puanlandık. Türkiye'nin hazır giyim sektöründe bir ilki daha gerçekleştirerek UNGC girişimi olan CEO Water Mandate'i imzaladık ve su konusunda sürdürülebilir çözümler üretilmesine küresel ölçekte destek vermeye

başladık. Ayrıca, UNGC liderliğinde yürütülen İklim Hedefi Hızlandırma Programı'na katılarak sera gazı emisyonlarını azaltma konusunda bilime dayalı hedefler belirleme sürecinde ilerlemeyi amaçlıyoruz.

4.5 SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ÖNCELİKLERİ

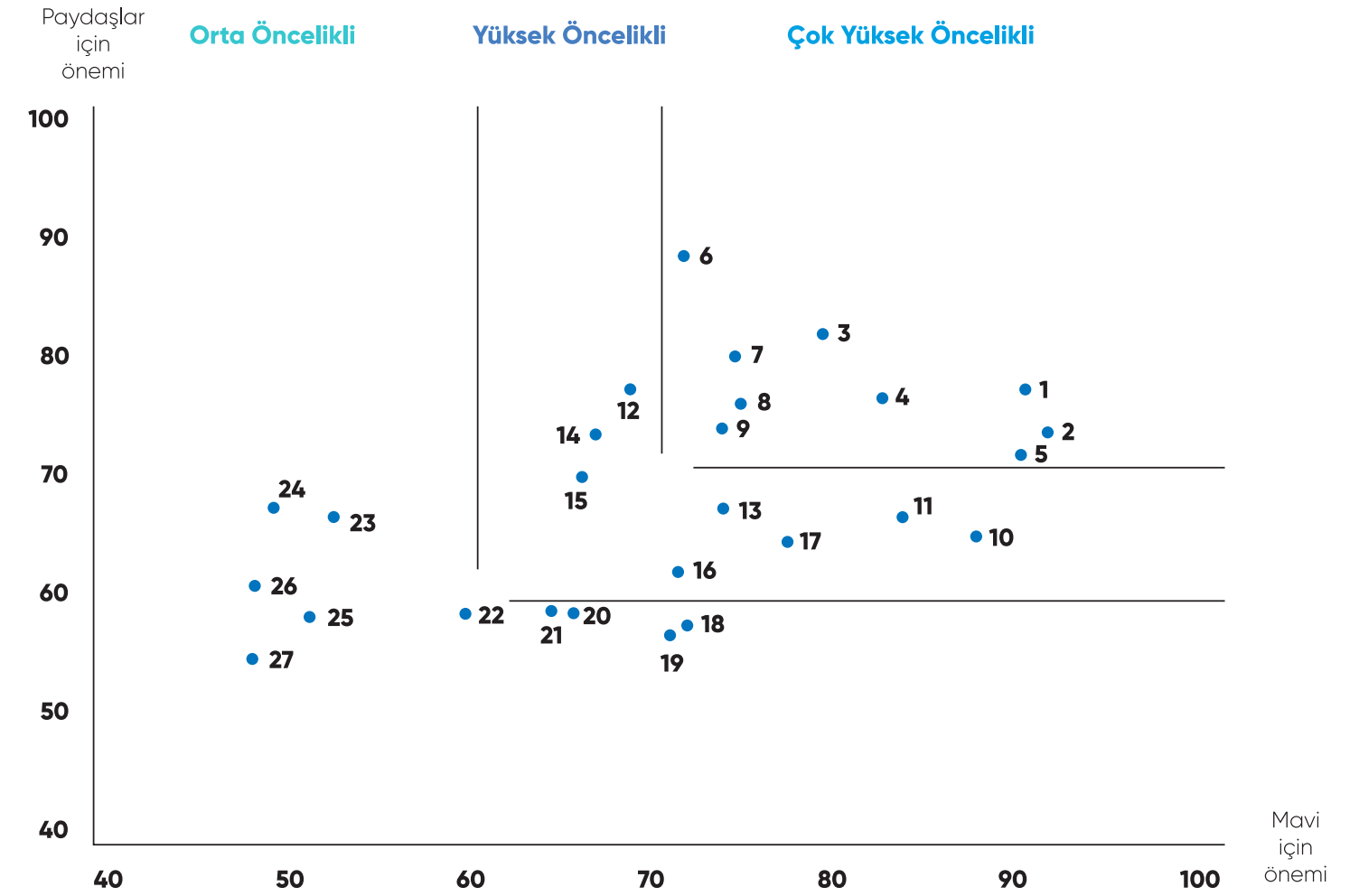
AA1000 Paydaş Katılım Standardı'na uygun şekilde, katılımcı bir paydaş analizi süreciyle sürdürülebilirlik alanında odaklanacağımız öncelikli konuları belirledik. Analiz kapsamında Mavi çalışanları ile bayiler, analistler, yatırımcılar, finansal kuruluşlar, iş ortakları, tedarikçilerin de aralarında bulunduğu farklı dış paydaşların görüşlerini aldık. Üst yönetimle birebir görüşmeler yapılırken, bayilerin görüşleri odak grup çalışması, diğer paydaşların görüşleri ise online soru formuyla toplandı. Dış trendler arasında Dünya Ekonomik Forumu'nun (World Economic Forum-WEF) yayımladığı küresel riskler, Sürdürülebilirlik Muhasebesi Standartları Kurulu'nun (Sustainability Accounting Standards Board - SASB)* sektöre özel hazırladığı öncelikli konular, SKA'lar ve sektörün önde gelen şirketlerinin öncelikleri yer aldı.

Bu çalışmada SASB'nin her konuyu farklı etkiler ve fırsatlar bakımından ele almaya imkân veren etki analizi metodolojisini kullandık. Önceliklendirme analizi sonucunda çok yüksek öncelikli ve yüksek öncelikli konuları belirledik ve bunları altı ana başlıkta toplayarak sürdürülebilirlik ekibimizle birlikte konular üzerinde çalışmaya başladık.

Paydaş Grubu	Paydaşlar	Yöntem
Doğrudan ekonomik etkisi olanlar	Üst Yönetim Çalışanlar Tedarikçiler Bayiler İş Ortakları Yatırımcılar Müşteriler	Online anket Bire bir görüşme Odak grup çalışması
Dolaylı ekonomik etkisi olanlar	Analistler Finansal kuruluşlar Medya STK'lar	Online anket Literatür taraması
Yeni fırsat, bilgi ve anlayış getirenler	Üniversiteler	Online anket Literatür taraması



ÖNCELİKLİ KONU MATRİSİ



Çok Yüksek Öncelikli

- 1 Su ve atık su
- 2 Müşteri memnuniyeti
- 3 Ar-Ge ve inovasyon
- 4 Ham madde yönetimi
- 5 Marka itibarı
- 6 İnsan hakları ve adil çalışma koşulları
- 7 İklim değişikliği ve enerji
- 8 Atıklar
- 9 Kimyasal yönetimi

Yüksek Öncelikli

- 10 Dijitalleşme ve müşteri deneyimi
- 11 Yetenek yönetimi
- 12 Tedarik zinciri yönetimi
- 13 Sürdürülebilir ürünler
- 14 Kadının güçlenmesi
- 15 Döngüsel ekonomi
- 16 İş etiği
- 17 Risk yönetimi

Orta Öncelikli

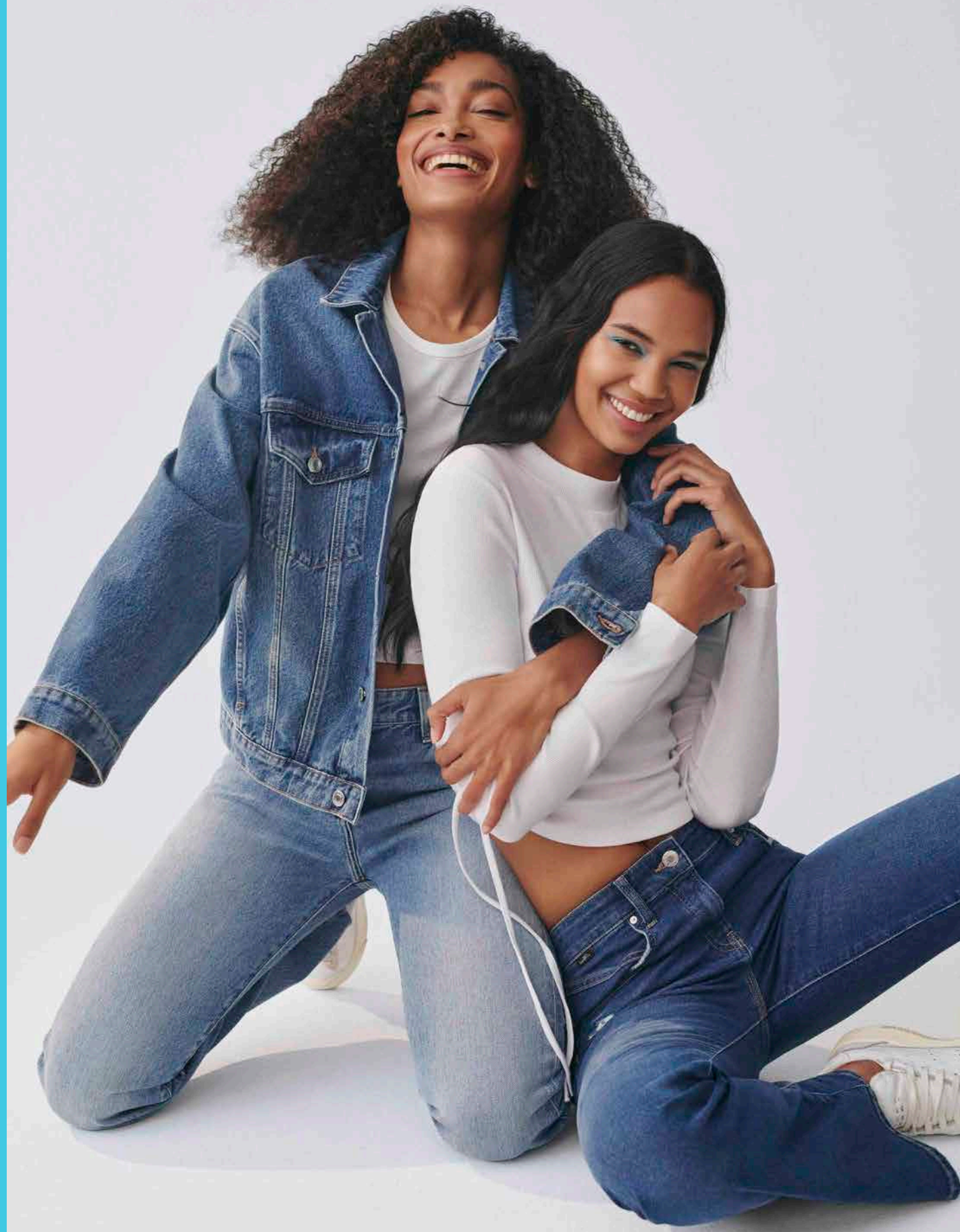
- 18 Çalışan bağlılığı ve memnuniyeti
- 19 Veri gizliliği ve güvenliği
- 20 İş sağlığı ve güvenliği
- 21 Kurumsal yönetim
- 22 Gençlerin güçlenmesi
- 23 Fırsat eşitliği ve çeşitlilik
- 24 Sektörel sürdürülebilirlik dönüşümü
- 25 Girişimcilik
- 26 Biyoçeşitlilik
- 27 Toplumsal yatırım programları

Önem Derecesi	Öncelikli Konu	Nasıl Yönetiyoruz?	Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile İlişkisi	Stratejideki Yeri ve İlgili Bölüm
Çok Yüksek Öncelikli	Su ve atık su	Daha az suya ihtiyaç duyan sürdürülebilir ürünler üretilmesini ve üretim süreçlerinde suyun geri dönüştürülmesini teşvik ediyoruz.	  	Koruyoruz – Ekosistem Restorasyonu
	Müşteri memnuniyeti	“En Mutlu Mavi Müşterileri”ni yaratmak için müşteri beklentilerini en doğru fiyat-kalite dengesi ve satış sonrası servis anlayışıyla karşılıyoruz.	 	Dönüştürüyoruz – Kalite Önceliği
	Ar-Ge ve inovasyon	Daha az su, kimyasal ve enerji tüketen ve sorumlu malzemeler içeren yenilikçi All Blue koleksiyonu başta olmak üzere hem sürdürülebilir hem de müşteri ihtiyaçlarına cevap veren ürünler sunmak için Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarına hız kesmeden devam ediyoruz.	  	Dönüştürüyoruz – Denim İnovasyonu
	Ham madde yönetimi	Mavi ürünlerini oluşturan bileşenlerin içindeki sürdürülebilir malzeme oranlarını sürekli artırmak üzere üreticileri ham madde seçimlerinde sorumlu davranmaya teşvik ediyoruz.	  	Dönüştürüyoruz – Sorumlu Ham Madde Tedariği
	Marka itibarı	Mavi’nin marka itibarının küresel ölçekte korunması ve artırılması amacıyla değer zinciri boyunca kaliteden ödün vermiyor ve marka gücümüzü kullanarak sürdürülebilirlik dönüşümüne paydaşlarımızı da dahil ediyoruz.	 	Dönüştürüyoruz – Kalite Önceliği Harekete Geçiriyoruz – Mavi’nin Etki Odaklı Dönüştürücü Gücü

Önem Derecesi	Öncelikli Konu	Nasıl Yönetiyoruz?	Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile İlişkisi	Stratejideki Yeri ve İlgili Bölüm
Çok Yüksek Öncelikli	İnsan hakları ve adil çalışma koşulları	Çalışanlarımız ve tedarikçilerimiz için insan haklarına saygılı ve adil çalışma ortamları sunmayı politikalarımız ve iş modelimizle güvence altına alıyoruz.	   	Güçlendiriyoruz – İnsan Odaklı Mavi Kültürü & Kapsayıcı İş Modeli ve Sorumlu Değer Zinciri Kurumsal Yönetim – İnsan Hakları
	İklim değişikliği ve enerji	İklim krizi ile mücadele kapsamında kendi operasyonlarımızda yenilenebilir enerji kullanıyor, tedarikçilerimizle birlikte enerji verimliliğini merkeze alan çalışmalar yürütüyoruz. Konvansiyonel ham madde tüketimimizi azaltıp, iklim etkisi daha düşük olan ham madde kullanımımızı artırıyoruz.	  	Koruyoruz – İklim Krizi ile Mücadele
	Atıklar	Döngüsel ekonomi yaklaşımıyla atıkları geri dönüşüm, yeniden kullanım ve enerji amaçlı geri kazanım kapsamında etkin şekilde yönetmek için çalışmalarımıza devam ediyoruz.	 	Koruyoruz – Ekosistem Restorasyonu
	Kimyasal yönetimi	Daha az kimyasal içeren ürünlerin oranını artırıyor ve üreticilerin ZDHC sertifikasına sahip olmasına özen gösteriyoruz.	 	Koruyoruz – Ekosistem Restorasyonu

Önem Derecesi	Öncelikli Konu	Nasıl Yönetiyoruz?	Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile İlişkisi	Stratejideki Yeri ve İlgili Bölüm
Yüksek Öncelikli	Dijitalleşme ve müşteri deneyimi	Mavi müşterilerine her zaman daha iyi bir deneyim sunmak ve müşteri memnuniyetini artırmak için alışveriş ve geri bildirim kanallarını da dijitalleşme yoluyla çeşitlendiriyor ve zenginleştiriyoruz. 2020'de SAP geçişiyle başlayan dijital dönüşüm ile tüm departmanların iş yapış şekillerini yeniden tasarlayarak operasyonlarımızı daha verimli ve dijital hale getirdik.	 	Dönüştürüyoruz – Kalite Önceliği & Denim İnovasyonu
	Yetenek yönetimi	Yeni yetenekleri şirketimize katmayı, mevcut yetenekleri elde tutmayı ve çalışanlarımızın gelişimini desteklemeyi amaçlıyoruz.	  	Güçlendiriyoruz – İnsan Odaklı Mavi Kültürü
	Tedarik zinciri yönetimi	Tedarikçilerimizin ÇSY performansını denetliyor, takip ediyor ve performanslarını iyileştirecek adımlar atıyoruz.	  	Güçlendiriyoruz – Kapsayıcı İş Modeli ve Sorumlu Değer Zinciri
	Sürdürülebilir ürünler	All Blue koleksiyonu ile daha az enerji, su, kimyasal kullanıyor ve organik, geri dönüştürülmüş ve ileri dönüştürülmüş malzemeler tercih ediyoruz. Sürdürülebilir ürün portföyünü genişletmeyi ve ciro içindeki payını artırmayı amaçlıyoruz.	  	Dönüştürüyoruz – Denim İnovasyonu

Önem Derecesi	Öncelikli Konu	Nasıl Yönetiyoruz?	Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile İlişkisi	Stratejideki Yeri ve İlgili Bölüm
Yüksek Öncelikli	Kadının güçlenmesi	Çalışanlar ve yöneticiler arasında kadın temsil oranının dengesini takip ederek şirket içinde etki odaklı projelerimizle toplumun genelinde kadınların güçlenmesine odaklanıyoruz.	  	Güçlendiriyoruz – İnsan Odaklı Mavi Kültürü Harekete Geçiriyoruz – Mavi'nin Etki Odaklı Dönüştürücü Gücü
	Döngüsel ekonomi	Döngüsel ekonomi yaklaşımıyla atık yönetimi yapıyor, firelerin ve diğer atıkların yeniden sisteme dahil olması için çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Bununla birlikte, çevresel etkisi düşük yenilikçi ürünlerin üretimi sırasında geri dönüştürülmüş ve ileri dönüştürülmüş malzemeler kullanıyoruz.	  	Koruyoruz – Ekosistem Restorasyonu Dönüştürüyoruz – Denim İnovasyonu
	İş etiği	Yerel ve uluslararası mevzuatla uyumlu etik iş anlayışımız doğrultusunda paydaşlarımızla adil, şeffaf, sorumlu ve hesap verebilir olma ilkeleri temelinde ilişkilerimizi yönetiyoruz.	 	Kurumsal Yönetim – İş Etiği
	Risk yönetimi	Finansal ve finansal olmayan riskleri entegre şekilde yönetiyor, proaktif davranarak risklerin etkilerini en aza indiriyor ve fırsatları değerlendiriyoruz.	 	Kurumsal Yönetim – Risk Yönetimi ve İç Kontrol Sistemleri



05 İNSAN GÜÇLENDİRİYORUZ

5.1 İnsan Odaklı Mavi Kültürü

- Fırsat Eşitliği ve Çeşitlilik
- Yetenek Yönetimi
- Çalışan Gelişimi
- Çalışan Katılımı
- Sağlıklı ve Güvenli Çalışma Ortamı

5.2 Kapsayıcı İş Modeli ve Sorumlu Değer Zinciri

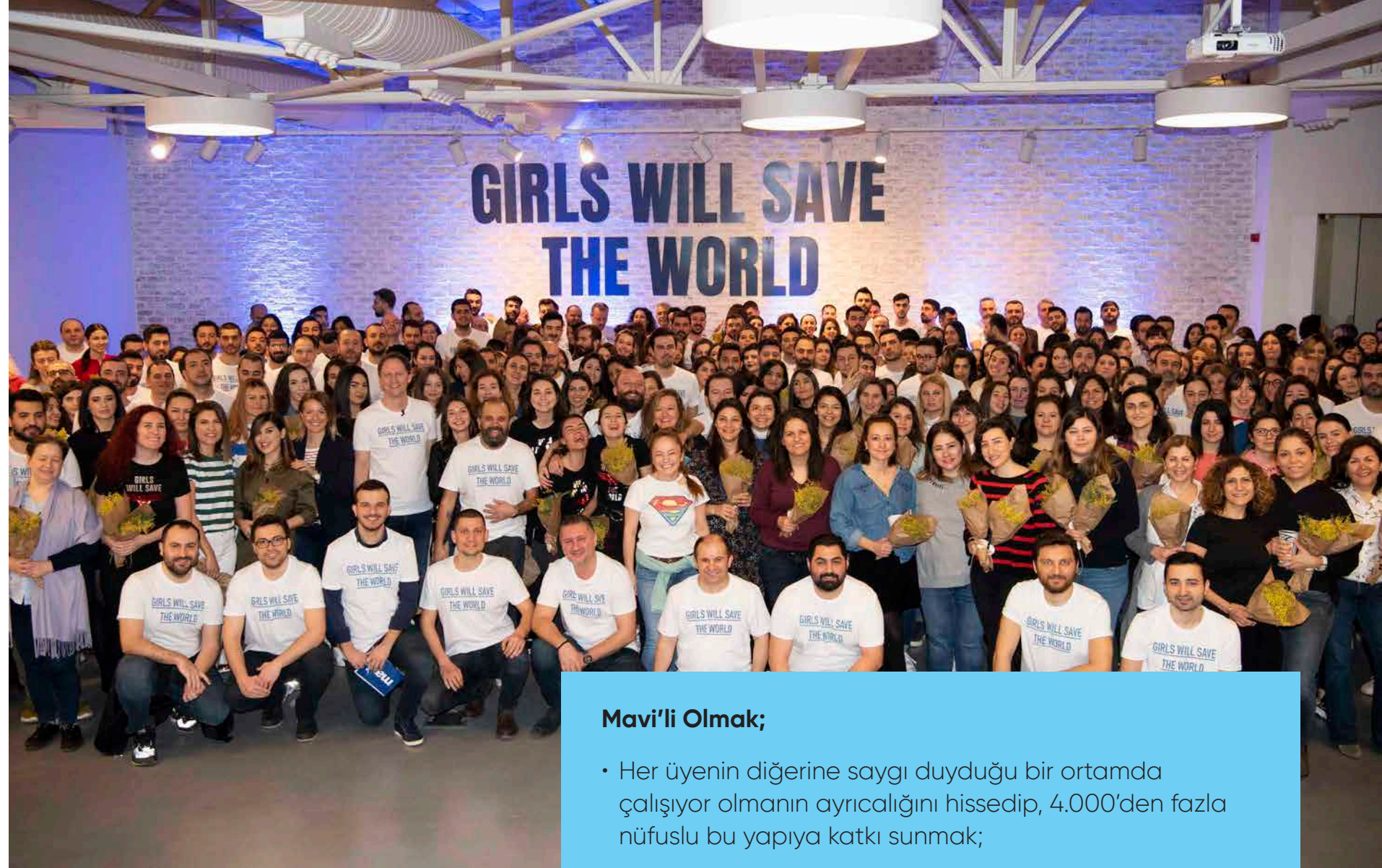
- Tedarik Zincirinde Sürdürülebilirlik
- Sosyal Uygunluk Denetimleri

5.1 İNSAN ODAKLI MAVİ KÜLTÜRÜ

İnsan odaklı Mavi kültüründen aldığımız güçle, daha iyi bir gelecek için dönüşümü değer zincirinden başlatıyoruz. Çalışanlarımıza, tedarikçilerimize ve iş ortaklarımıza adil bir yaşam ve çalışma koşulları sunma sorumluluğunu yerine getiriyoruz. Daha iyiye, en iyiye ulaşma yolculuğumuzda sorumluluğumuzu paylaşan çalışanlarımız ve tedarikçilerimizin gelişimini destekleyerek onlarla birlikte güçleniyoruz.

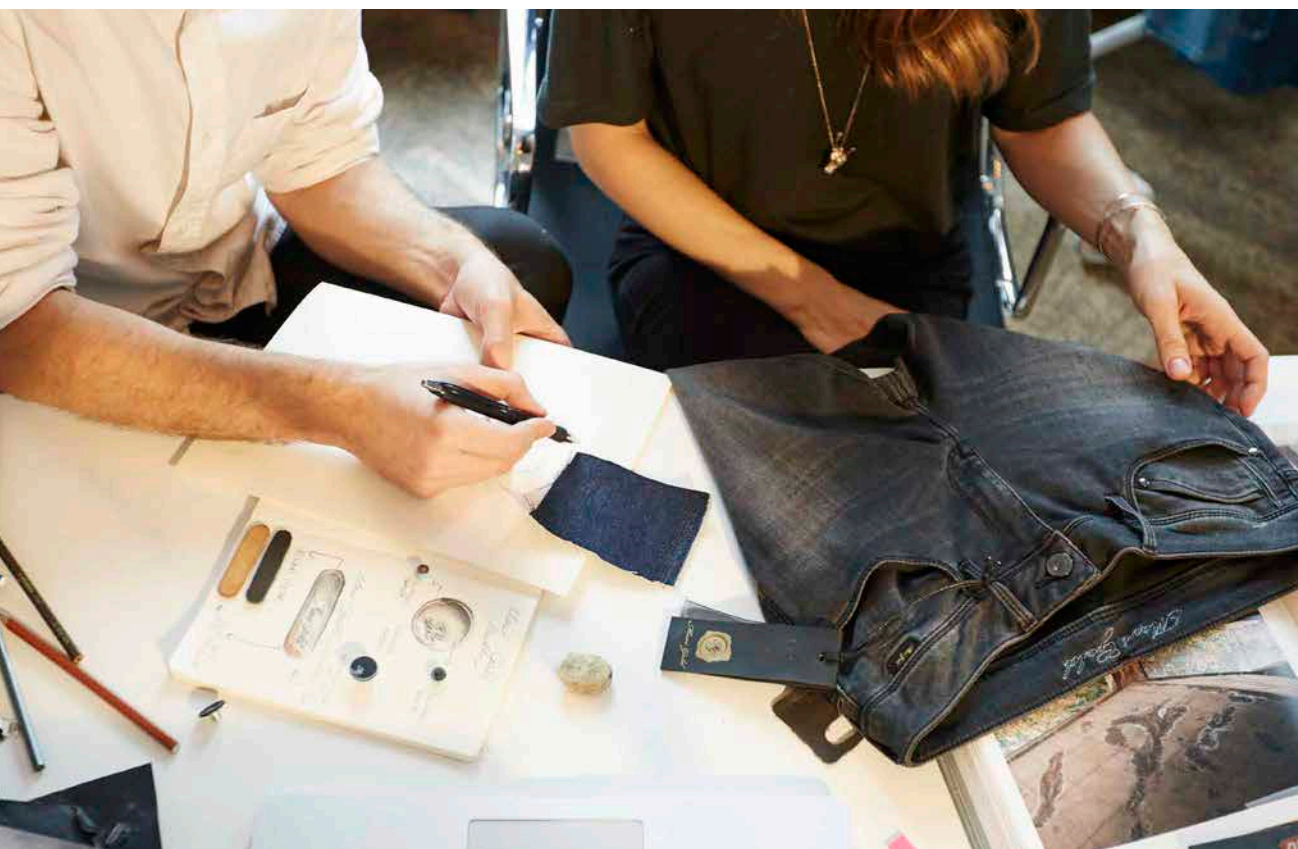
Odağında insan olan bir çalışma kültürüne sahibiz. Mavi kültüründe insan haklarını gözetiyor, çalışanlarımızın farklılıklarına saygı gösteriyor ve toplumsal cinsiyet eşitliğini destekliyoruz. Çalışanların Mavi'deki yolculuğu boyunca kariyer gelişimlerini destekleyen uygulamalar hayata geçiriyoruz.

Mavi'de Biz ve İlkelerimiz, insan kaynakları yaklaşımımızın temelini oluşturuyor. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, Birleşmiş Milletler (BM) Küresel İlkeler Sözleşmesi, BM Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Sözleşmeleri, Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü'nün (OECD) Çokuluslu Şirketler için Rehber İlkeleri, BM İş Hayatı ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri ve ulusal yasalarla uyumlu şekilde insan haklarına saygılı bir iş ortamı sunuyoruz.



Mavi'li Olmak;

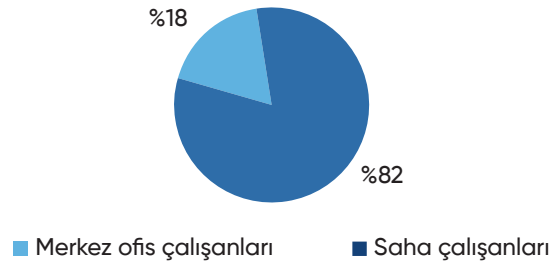
- Her üyenin diğerine saygı duyduğu bir ortamda çalışıyor olmanın ayrıcalığını hissedip, 4.000'den fazla nüfuslu bu yapıya katkı sunmak;
- Kişiliğinin ve becerilerinin en iyi değerlendirildiği, karşılığını bulduğu ve takdir gördüğü bir ortamda bulunmak;
- Sektöründe lider olan bir markanın üstlendiği misyon ve sorumlulukları paylaşmak, benimsemek ve sürdürmekte samimi olmak;
- Her gün, dünyanın her yerindeki insanlara iyi bir şeyler sunmak için çalışma bilinci kazanmak;
- Mavi kalitesini odağına alarak işini tutkuyla yapmak ve global Mavi ailesinin dünya üzerinde ilişkide bulunduğu milyonlarca insanın beklentilerini önemsemek;
- İşiyile ilgili her gelişmeyi takip etmek, yeniliklere açık olmak ve mesleki dinamizmi hiç kaybetmemek demektir.



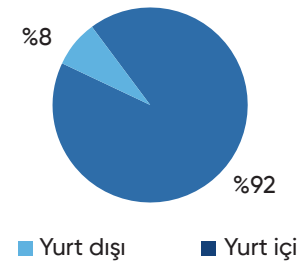
FIRSAT EŞİTLİĞİ VE ÇEŞİTLİLİK

Mavi olarak, 4.060 kişiden oluşan ekibimize, ulusal ve uluslararası ilkelerle uyumlu şekilde insan haklarına saygılı bir çalışma ortamı sunuyoruz. Ekibimizin %92'si Türkiye'de; %8'i ise dünyada faaliyet gösterdiğimiz diğer ülkelerde çalışıyor. İşgücümüzün %18'ini merkez ofis çalışanlarımız, %82'sini ise saha çalışanlarımız oluşturuyor. Mavi'de gençlere fırsat tanıyor, ülkenin genç ve dinamik işgücü potansiyelinden en üst seviyede faydalaniyoruz. Çalışanlarımızın yaş ortalaması 27 ve %74'ü 30 yaşın altında.

Çalışanların merkez ofis saha dağılımı



Çalışanların yurt içi yurt dışı dağılımı



Her bireye saygıyla yaklaşılmalı ve herkesin dahil edildiği uygulamaların yer aldığı bir ortamda iş verimliliğinin arttığını farkındayız. Bu nedenle kültürel çeşitliliği ve fırsat eşitliğini teşvik ediyoruz. Mavi'de işe alım, eğitim ve gelişim, performans ve yetenek yönetimi, kariyer yönetimi, ücretlendirme ve diğer insan kaynakları süreçlerinde cinsiyet, ırk, renk, dil, din, felsefi ve siyasi görüş, etnik köken, ekonomik durum, cinsel yönelim, sağlık durumu, engellilik, yaş ve dış görünüm ayrımı yapmaksızın [Çeşitlilik ve Kapsayıcılık Politikamıza](#) uygun olarak çalışanlarımıza eşit davranıyoruz.

Mavi'de kadın ve erkeğin kariyer gelişimi ve ücretlendirmesinde de eşitlik yaklaşımıyla hareket ediyor, çalışanlarımızın performansını ücretlendirme konusundaki tek farklılaştırıcı faktör olarak ele alıyoruz. Ücretlendirmenin toplumsal cinsiyetten bağımsız olduğundan emin olmak adına temel maaş ve ücretler üzerinden düzenli değerlendirmeler yapıyoruz. Buna göre 2020'de kadın çalışanların maaş ve ücret ortalaması erkek çalışanların ortalamasından mağazalarda %4, Genel Müdürlük'te (CEO hariç) %6 daha yüksek gerçekleşti.

Toplumsal Cinsiyet Eşitliği

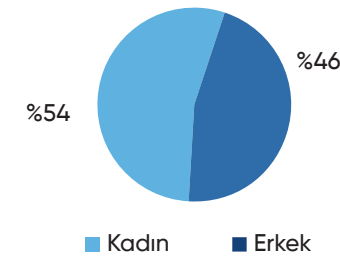
Sürdürülebilirlik stratejisi çalışmalarımız kapsamında kadının güçlenmesi konusuna odaklanarak 2021 yılı başında Birleşmiş Milletler Kadının Güçlenmesi Prensipleri'ni (WEPs) imzaladık. Ayrıca, şirketlerin yönetim kurullarında kadınların temsilini artırmayı hedefleyen Yüzde 30 Kulübü'ne katıldık. Cinsiyete dayalı ayrımcılığa neden olan her türlü engel ve önyargıyla mücadelede erkeklerin daha aktif katılımını önemsiyoruz ve bu konuda toplumsal hayattaki dönüşüme katkıda bulunmayı hedefleyen Yanındayız Derneği'nin üyesiyiz. Türk Eğitim Vakfı (TEV) Mavi Burs Fonu projesiyle de üniversiteli kız öğrencilerin yanında olmaktan mutluluk duyuyoruz. Bu platformların bir parçası olmak, farklı kademelerde toplumsal cinsiyet eşitliğine verdiğimiz desteği ortaya koyuyor.

Çalışanlarımızın %54'ü, yöneticilerimizin ise yaklaşık %46'sı kadınlardan oluşuyor. Sadece merkez ofisimizde kadın çalışan oranı %59, kadın yönetici oranı ise %66.

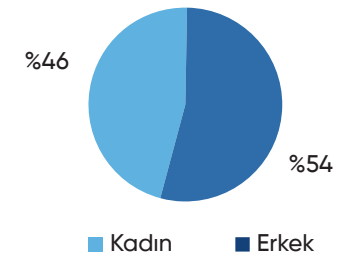
Kadın ve erkek çalışan oranı dengesini hem merkez ofiste hem de sahada gözetiyoruz. 2020'de mağazalarda işe alımımızın %56'sı kadın, %44'ü erkek oldu. Ayrıca 2020 yılında Kariyer Yönetimi Prosedürü kapsamında, mağazalarımızdaki terfi basamaklarının temelini oluşturan, görevi yer aldığı mağazadaki ekip arkadaşlarının ürün bilgisini artırmak, mağazaya giren her müşterinin doğru ürün ve kombinle mağazadan ayrılmasını sağlamak ve müşterilere kusursuz alışveriş deneyimi sunmak olan Maviolog unvanına terfi eden kişilerin %52'sini kadın çalışanlarımız oluşturuyor. Öte yandan 2020 yılında mağazalarda %42 olan kadın yönetici oranının, 2021 yılında %44'e yükseltilmesini hedefliyoruz.

Kadınların işgücüne katılımını teşvik etmek ve iş ve özel hayat dengesini kurmalarına destek olmak amacıyla tüm kadın çalışanlarımızın 1-6 yaş aralığındaki çocuklarına ücretsiz kreş, servis ve kahvaltı desteği sağlıyoruz. 2020 yılında 42 kadın çalışanımız doğum izninden faydalanırken bu çalışanlarımızın %90'ı izinleri bittikten sonra işe geri döndü. Kadın çalışanlarımıza ayrıca doğum sonrasında çocuklara yönelik indirimli teminat içeren geniş kapsamlı bir özel sağlık sigortası sağlıyoruz. 40 yaş ve üzeri kadın çalışanlarımız için ise ayrıcalıklı bir yıllık sağlık kontrolü imkânı sunuyoruz. Doğum izni sonrası çalışma hayatına dönen kadın çalışanlarımızın, annelik döneminin ilk zamanlarında süt saatlerini özel, rahat ve konforlu bir alanda geçirebilmeleri için süt odalarını yeniledik. Ayrıca hem annelerin hem de babaların ebeveynlik rollerini geliştirmek üzerine seminerler gerçekleştiriyoruz.

Çalışanların cinsiyete göre dağılımı



Yöneticilerin cinsiyete göre dağılımı



"Çalışma hayatında çalışan annelere yönelik yaratılan olumsuz algının yıkılmasını sağlayan bir şirkette çalışıyorum. 2017'den bu yana Mavi'nin sunduğu kreş imkânından faydalaniyorum. Mavi'nin çalışan anneleri bu şekilde desteklemesi, çocuklarımız için güvenli bir ortam yaratması çok memnuniyet verici."

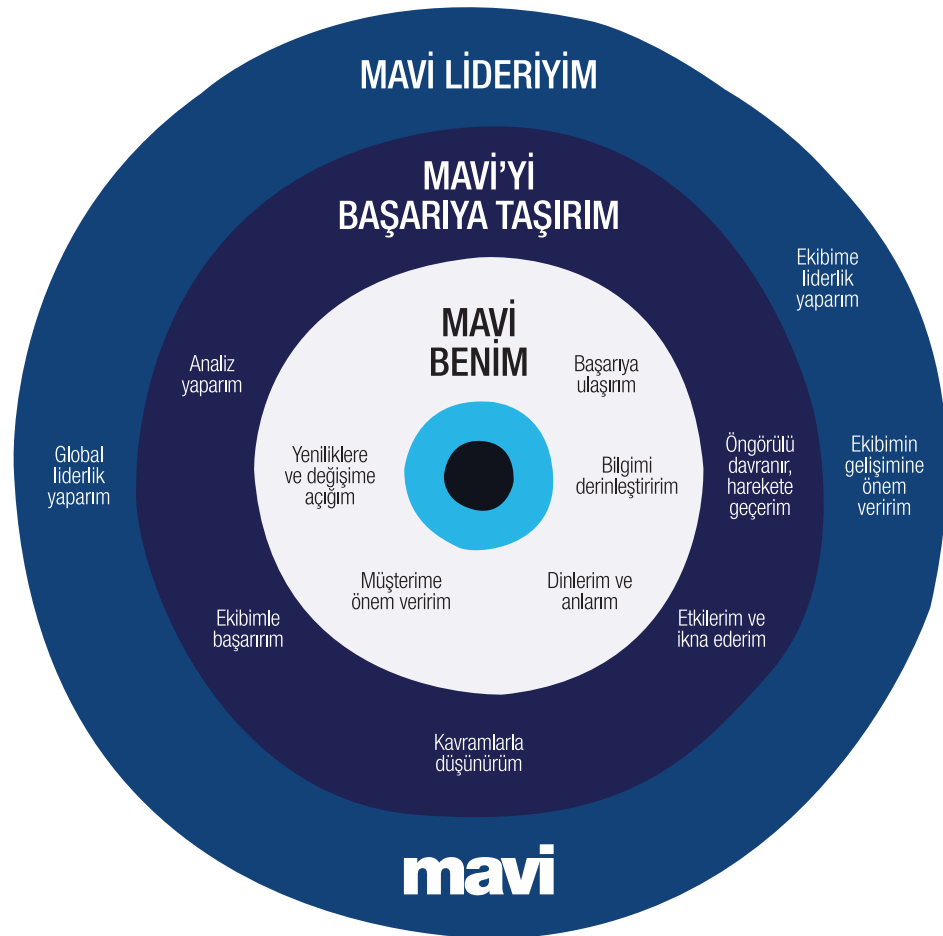
Mürüvvet Yaş, Fit Teknik Yöneticisi

YETENEK YÖNETİMİ

Sürdürülebilir kurumsal başarı için ihtiyaç duyduğumuz yetenekleri Mavi'ye çekmeyi, şirket bünyesindeki yeteneklerin potansiyellerini açığa çıkarmalarına olanak sağlamayı, yetenekleri elde tutmayı ve geleceğin liderlerini yetiştirmeyi amaçlıyoruz.

İnsan Kaynakları Politikası ve uygulamalarını Mavi'nin stratejik hedeflerini ve sürdürülebilir büyüme için gerekli performansını destekleyecek şekilde oluşturuyoruz. İnsan kaynaklarına yapılan tüm yatırımları en çok çalışılmak istenen şirket olma hedefiyle gerçekleştiriyoruz. En önemli değerimiz olan çalışanlarımızın en etkin ve verimli şekilde görevini yapabilmeleri; memnuniyet, bağlılık ve motivasyonlarının yüksek tutulması, temel kurumsal amaçlarımız arasında yer alıyor.

Yetenek yönetimi kapsamında şirketimizi ileriye taşıyacak yetkinlik ve davranış özelliklerini Mavi Yetkinlik Modeli ile tanımlıyoruz. Mavi Yetkinlik Modeli, şirket vizyonuna giden yolda çalışanların lider olabilmeleri için göstermeleri gereken kişilik ve davranış özelliklerini ortaya koyuyor.



Yeteneklerin Kazanılması ve Elde Tutulması

Etkin planlanmış yetenek çekme ve işe alım süreciyle genç yeteneklerin kazanılmasını amaçlıyoruz. Bu kapsamda üniversiteler ve öğrenci oluşumlarıyla yakın iş birlikleri yapıyor ve proje, staj, mülakat simülasyonları ve vaka çalışmalarlarıyla etkin programlar düzenliyoruz. Türkiye'nin farklı illerinde yer alan üniversiteleri bir araya getiren dijital platformlarla iş birliği yapıyoruz. Bu platformlarda Mavi'de kariyer olanaklarının, perakendeye özgü tüm birimlerin ve iş uygulamalarının öğrencilere aktarılmasını hedefliyoruz. 2020 yılında dijital platformlarda 40'ı aşkın etkinlikle Türkiye'de 100'den fazla üniversiteye, 8.000'den fazla öğrenciye ulaştık, 600 binden fazla erişim sağladık. 1.000'den fazla öğrenciye mülakat tüyoları ve iletişim odaklı eğitimler verdik, 256 öğrenciyle de mülakat simülasyonu gerçekleştirdik.

Şirket içinden başvuruların öncelikli olduğu iç başvuru sistemiyle çalışanlarımızın kariyer gelişimlerini destekliyoruz. Bu eksende Mavi'de tüm açık pozisyonları iç iletişim platformunda duyuruyoruz. İç ilan sistemi ile çalışanlara departmanlar arası ve/veya mağazadan merkeze geçiş imkânı tanıyoruz. 2020 yılında sekiz çalışanımız mağazadan merkez pozisyonlarına transfer olurken, 10 çalışanımız departman değişikliği yaptı. Kariyerine farklı ülkede devam etmek isteyen çalışanlarımız için ise Uluslararası Atama Programı bulunuyor. Merkez bünyesinde çalışan kişilerin edinmiş olduğu temel bilgi birikimlerini farklı kültürlere aktararak görev zenginliği yaratmalarını ve uluslararası alanda kariyer gelişimlerine destek olmayı amaçlıyoruz. Program kapsamında 2016 yılından bu yana altı kişi uluslararası Mavi operasyonlarında çalışma imkânı buldu.

Almanya'da Çalışan Önerme Programı'nı hayata geçirdik ve Mavi çalışanlarının açık olan pozisyonlara referans gösterilmelerini sağladık.

Çalışanlarımızdan gelen her türlü şikâyet ve geri bildirimde önem veriyoruz. Etik Hat üzerinden iletilen bazı konular insan ve çalışan haklarını, insan kaynakları uygulamalarını ilgilendiriyor. Bu kapsamdaki geri bildirimleri sürdürülebilir bir yaklaşımla çözüme kavuşturmak adına birtakım önlemler aldık. Etik uygunsuzluk bildiriminde bulunan çalışanlara, şikâyetlerinin sonuçları hakkında geri dönüş yapılmasını sistematik hale getiren ve şikâyetlerin incelenme sürecini tüm insan kaynakları yetkilileri için standart şekilde tanımlayan Perakende İK Etik Uygunsuzluk Takip Talimatı'nı hazırladık. Ayrıca mağaza çalışanlarının, mağazalar arası görev yeri değişikliği esaslarını içeren ve bu süreci standart hale getiren Görev Yeri Değişikliği Prosedürü'nü yayımladık.

İNSAN KAYNAKLARI İLKELERİ

Mavi'yi ileriye götürecek nitelikli gençleri ve tecrübeli profesyonelleri şirkete kazandırmak.

Çalışanların yetişmesine, gelişmesine, başarılı olmasına ve yükselmesine olanak sağlayacak sistemler oluşturmak ve yerleştirmek.

Çalışanların gelişimine sürekli yatırım yapmak; eğitim ihtiyaçlarını belirleyerek eğitim programlarını hazırlamak ve uygulamak.

Çalışanların bilgi ve yeteneklerine uygun görevlerde bulunmasını sağlamak, iş etkinliğini ve çalışma verimini yükselten düzenlemeler yapmak.

Kariyer fırsatları ve ödüllendirme süreçleriyle çalışanların şirkete bağlılığını artırmak.

Çevre, çalışan sağlığı ve iş güvenliği açısından güvenli, sağlıklı ve huzurlu bir çalışma ortamı yaratmak.

Yeni pozisyon ihtiyaçlarını mümkün olduğunca mevcut insan kaynağından gidermek.

Yeni personel alımında en uygun adayı sadece bugünün değil, gelecek günlerin ihtiyaçlarını da dikkate alarak seçmek, adaylara eşit fırsat sağlamak, kültürel çeşitliliği gözetmek.



Performans Yönetimi

Yetenek yönetimi kapsamında çalışanlarımızın sistemli bir yaklaşımla değerlendirilmesi ve kariyer planlamalarının bu doğrultuda gerçekleşmesi amacıyla nesnel kriterlere dayanan yıllık performans değerlendirme sürecini yürütüyoruz. Performans yönetim sisteminde elde edilen sonuçlar, kariyer planlama çalışmalarında, gelişim gereksinimlerinin belirlenmesinde ve performans bazlı ücretlendirme süreçlerinde dikkate alınıyor. Tüm çalışanlarımıza yıllık performans değerlendirmeleri, gelişim ve kariyer planları hakkında geri bildirim sağlıyoruz.

2020 yılında, mağaza çalışanlarımızın Mavi'deki ilk ikinci ve altıncı aylarında gerçekleştirilen değerlendirme sürecinin dijitalle entegre edilmesi üzerine çalıştık.

Kariyer planlaması kapsamında merkez ofiste 49, mağazalarda 144 olmak üzere (54 satış danışmanı, 66 Maviolog, 16 mağaza müdür yardımcısı ve sekiz ikinci müdür) toplam 193 çalışanımız bir üst ünvana terfi etti. Gönüllü çalışan devir oranı merkezde %12, mağazalarda ise %21 olarak gerçekleşti. 2020 yılında orta ve üst düzey yönetim kademesinde, istifa ile ayrılan yüksek performanslı çalışanların oranı %5 oldu.



Çalışanlara Sağlanan Toplam Ücret ve Yan Olanaklar

Çalışanlarımızın olumlu performansını teşvik etmek, Mavi'de memnuniyet ve bağlılıkla çalışmalarını sağlamak için sunduğumuz olanaklar ve hakları geliştiriyoruz.

Toplam Ücret ve Yan Olanaklar

Çalışanlarımızı yüksek performansı ödüllendiren rekabetçi ücret ve yan olanak uygulamalarıyla destekliyoruz. Şirketimizin etik değerleri, iç dengeleri ve stratejik hedefleriyle

uyumlu ücret ve yan olanaklar sunuyor, çalışanlarımızın en yüksek standartlara uygun şekilde performansları ve yarattıkları değer bazında ücretlendirilmesini sağlıyoruz. Mavi'de eşit işe benzer ücret politikasının uygulanması ve bireysel farklılaşmaların performans bazlı olmasını sağlamayı amaçlıyoruz. Kadın ve erkek çalışanlarımız arasında ücretlendirme açısından herhangi bir fark bulunmuyor. Çalışanlarımızın iş piyasasındaki pozisyonlarını korumalarını, ücret ve yan olanak paketlerinin dengeli ve rekabetçi olmasını sağlamak amacıyla ekonomik gelişmeleri sürekli takip ediyoruz. Ayrıca servis, yemek, özel sağlık sigortası, şirket aracı, Kartuş indirim, kahvaltı ve kreş desteği, doğum ve evlenme yardımı gibi çeşitli avantajlarla çalışanlarımızın sosyal ihtiyaçlarını karşılamak, iş ve yaşam standartlarını yükseltmek için çalışıyoruz. Pozisyon ve çalışma kategorilerine göre özel sağlık sigortası ve aile üyelerinin faydalanması kolaylığı ile yıllık sağlık kontrolü hakkı sağlıyoruz. Ayrıca merkez ofis çalışanlarımız için haftada iki gün doktor, hafta içi her gün hemşire hizmeti bulunduruyoruz.

Aylık maaşları; pazar ve/veya sektör koşulları, enflasyon oranı, çalışanın pozisyonu, kıdemi, nitelikleri ve bireysel performansını esas alarak belirliyoruz. Baz maaşları, Kurumsal Yönetim Komitesi'nin tavsiyeleri doğrultusunda her yıl revize ediyoruz. Bağımsız danışmanlık şirketlerinin gerçekleştirdiği maaş araştırmalarını da her maaş artış döneminde dikkate alıyoruz.

Aylık Satış Komisyonları

Aylık satış komisyonları; müşteri memnuniyeti (En Mutlu Mavi Müşterisi), ürün değerlendirmeleri, mağaza koordinasyonu, yeni müşteri kazanma ve satış miktarları, Kartuş'lu işlem oranı gibi çeşitli kriterlere göre mağaza çalışanlarının performansını ödüllendiren Mavi ücret ve yan haklar sisteminin ayrılmaz bir parçasını oluşturuyor.

Yıllık Prim Ödemesi

Prim, yöneticilerin kurumsal hedeflere ulaşma konusundaki verimliliğini artırmayı, performansın sürdürülebilirliğini sağlamayı, bireysel performansı vurgulayarak başarılı yöneticileri öne çıkarmayı ve şirket için katma değer yaratan yöneticileri ödüllendirmeyi amaçlıyor. Primler, Yönetim Kurulu'nun bir takvim yılı için onayladığı FAVÖK hedefinin aşılması durumunda ödeniyor ve her yöneticinin kendi performans göstergelerini (KPI) gerçekleştirme oranına göre hesaplanıyor. Üst düzey yöneticilerin performans göstergeleri arasında net borç seviyesi, faaliyet giderlerinin yönetimi, stok devri, sezon satış ve indirim oranları, yeni müşteri kazanımı, yeni mağaza yatırım getiri oranı, yatırım harcamaları yönetimi gibi kriterler yer alıyor.

Uzun Vadeli Teşvik Ödeneği

Yönetim Kurulu, üç yıllık dönemler (teşvik dönemi) için belirlenen net kâr ve pay fiyat artış hedeflerini dikkate alarak idari sorumlulukları olan yöneticilere yine kurulun kendisi tarafından belirlenen esaslar bazında performansa dayalı uzun vadeli teşvik ödenmesine karar verebiliyor.



ÇALIŞAN GELİŞİMİ

Sektördeki öncü marka kimliğimizi, şirketimizi her zaman daha ileriye taşıyan, değişime ve yeniliklere hızlıca ayak uydurabilen güçlü insan kaynağımızdan alıyoruz. Çalışanlarımıza kariyerleri boyunca yeteneklerini geliştirebilmeleri amacıyla çok çeşitli öğrenme ve gelişim imkânları sunuyoruz.

Kurum içi eğitime yaklaşımımız, temel eğitimlerden kişiselleştirilmiş ve hedefe odaklı eğitim programlarına dönüştü. 2015 yılından bu yana 24 Go grubunun yer aldığı atölye çalışmaları yapıyoruz.

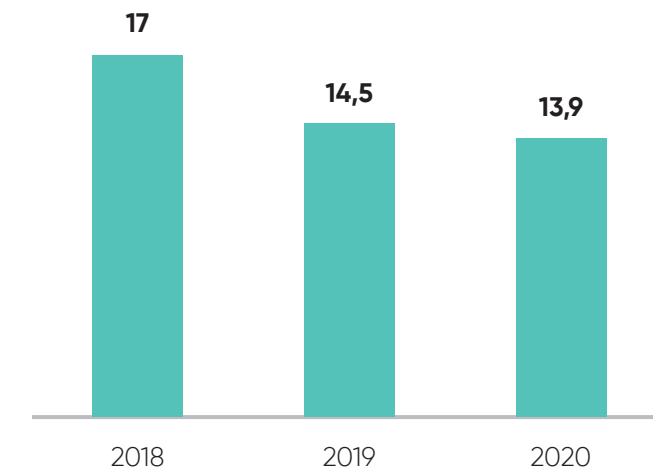
Eğitim ve gelişim programları konusundaki ihtiyaçları, performans sistemi sonuçlarından ve tüm departman yöneticilerimizle yapılan birebir görüşmelerden ortaya çıkan ihtiyaç analizleriyle tespit ediyoruz. Bu doğrultuda Mavi Yetkinlik Modeli paralelinde tüm çalışanlarımız için mesleki, teknik ve kişisel gelişim eğitimlerini içeren bireysel gelişim planları kurguluyoruz. Bunun yanında çalışanlarımız yurt içi ve yurt dışında çeşitli konularda konferans, seminer ve zirvelere katılım sağlayabiliyor, yabancı dil desteği alabiliyorlar.

Eğitimde dijital kaynaklardan faydalanmak için farklı araçlar geliştiriyoruz. Bu kapsamda Dijital Eğitim Kütüphanesi'ni kurduk, video eğitimler geliştirdik ve aynı zamanda online Yönetici Gelişim Programları tasarladık.

2020 yılında toplamda yaklaşık 57.000 saat eğitim sağlayarak çalışan başına ortalama 13,9 saat eğitim verdik.

Merkez Ofis ve Mağaza çalışanlarının gelişimiyle ilgili eğitim detayları için [tıklayınız](#).

Çalışan Başına Düşen Eğitim Saati



ÇALIŞAN KATILIMI

Çalışanlarımızın karar mekanizmalarında aktif olmalarını sağlamak ve yenilikçi fikirlerden beslenmek üzere bir öneri sistemi geliştirdik. Maviletişim platformu üzerinde yer alan öneri/ yorum alanına gelen her türlü öneriyi sistematik bir şekilde toplayıp değerlendiriyoruz. Ayrıca saha ekibimiz, Mavi Connect üzerinde yer alan "Jean Fikir" bölümünden de öneri ve şikâyetlerini paylaşabiliyorlar.

2021 yılında ilk çalışan bağlılığı ve memnuniyeti anketimizi gerçekleştirdik. Bu anketi düzenli aralıklarla gerçekleştirmeye devam edeceğiz. Böylece çalışanların talep ve ihtiyaçları doğrultusunda çalışma koşullarını gözden geçirecek ve çalışan memnuniyetini artırmaya yönelik aksiyonları hızlandıracaktır.

SAĞLIKLI VE GÜVENLİ ÇALIŞMA ORTAMI

Çevre, çalışan sağlığı ve iş güvenliği açısından güvenli, sağlıklı ve huzurlu bir çalışma ortamı yaratmak temel önceliğimiz. Bu nedenle yasal yükümlülüklerin ötesinde, iş sağlığı ve güvenliği (İSG) kültürü oluşturmak amacıyla faaliyetler tasarlıyoruz ve proaktif bir yaklaşımla sistematik olarak yönetiyoruz. İSG konu ve uygulamalarının düzenli bir şekilde gözden geçirilmesi, iyileştirme ve yaygınlaştırma önerilerinin geliştirilmesi ve mevzuata tam uyum sağlanması ile ilgili süreçler Mavi İş Sağlığı ve Güvenliği Kurulu tarafından yönetiliyor. İSG'den sorumlu üst düzey yönetici, CEO'ya doğrudan raporlama yapan CHRO (Global İnsan Kaynakları Direktörü)'dur.

Merkez ofiste ve mağazalarda İSG uzmanlarımız liderliğinde risk analizleri ve acil durum planları yapıyor ve elde edilen bulgulardan hareketle iyileştirici önlemler alıyoruz. İSG performansını düzenli olarak takip ediyoruz. Mavi'de herhangi bir ölümlü vaka gerçekleşmemiş olup kazaların tamamı küçük kazalar niteliğindedir.

Çalışanlarımızdan işe alım süreçlerinde sağlık bilgileri ve işe uygunluklarına yönelik sağlık raporları istiyoruz. İşyeri hekimlerimiz ve İSG uzmanlarımız aracılığıyla çalışanlarımıza gerekli hizmetleri sağlıyoruz. Müdür ve üzeri merkez çalışanlarımız işe başladıkları anda; merkezdeki diğer pozisyonlar, mağaza müdürü ve ikinci müdürü ise altı ayı doldurduktan sonra özel sağlık sigortasına hak kazanıyorlar.

İSG bilincinin pekiştirilmesi ve konu özelinde farkındalığın artırılması amacıyla eğitimler düzenliyoruz. Özellikle mesleğe bağlı olarak görülen sırt, bel ve boyun rahatsızlıkları gibi konularda da bilgilendirmeler yapıyoruz. Bu kapsamda 2020 yılında merkez ofis ve mağazalarda toplam 4.984 çalışan*saat ve kişi başı 8 saat; taşeronlara ise 4.524 çalışan* saat eğitim verdik. Eğitimler düzenli aralıklarla yenileniyor.

Ergonomik bir işyeri yaratmak üzere, aydınlatma ve iç mekânlardaki hava kalitesini artırmaya, gürültü, nem ve sıcaklığı optimal düzeye çekmeye ve kullanılan ekipmanları iyileştirmeye yönelik uygulamalarda bulunuyoruz.

İş Sağlığı ve Güvenliği Performansı	2018	2019	2020
Kaza sıklık oranı (IR)*	0,68	0,73	0,88
Meslek hastalığı oranı (ODR)	0,00	0,00	0,00
Kayıp gün oranı (LDR) **	1,06	0,65	1,30

* Kaza sıklık oranı hesaplanırken (kaza adedi x 200.000) / yıllık toplam çalışma saati formülü esas alınmıştır.

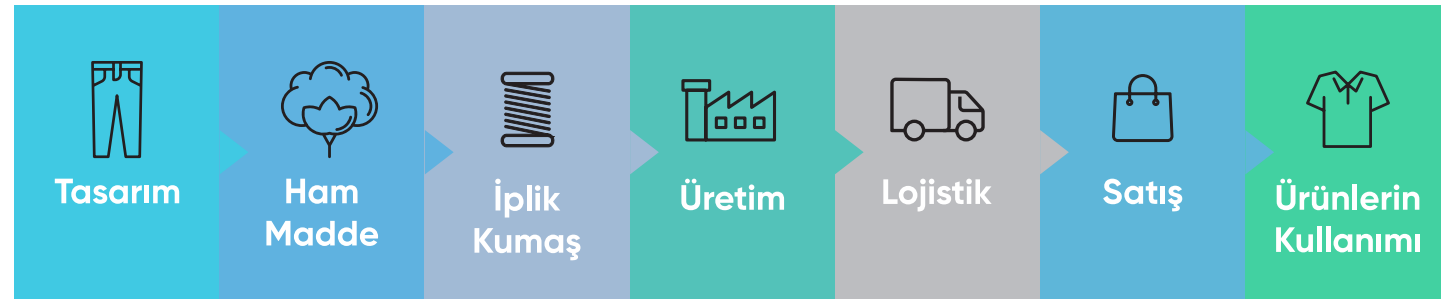
** Kayıp gün oranı hesaplanırken kazadan kaynaklı devamsızlık / yıllık toplam çalışma x 200.000 formülü esas alınmıştır.

5.2 KAPSAYICI İŞ MODELİ VE SORUMLU DEĞER ZİNCİRİ

Mavi'nin, denim odaklı bir hazır giyim markası olarak herhangi bir üretim aktivitesi bulunmuyor. Global satın alma ağıımız aracılığıyla dünya standartlarında üretim yapan 120'nin üzerinde sorumlu tedarikçi ve bu tedarikçiler aracılığıyla 441 alt üreticiyle çalışıyoruz.

Tedarikçilerimizi, ürün ve hizmet kalitesi ve kapasite gibi genel parametrelerin yanı sıra adet ve ciro büyüklüğü, hız ve esneklik, koleksiyon katkısı, özgün ürün yapabilme kabiliyeti, risk düzeyi, kapsam, uyum ve iş birliği gibi performans kriterlerine göre değerlendirerek stratejik ve kritik tedarikçilerimizi belirliyoruz. 18 stratejik ve 38 kritik tedarikçimiz başta olmak üzere tüm değer zincirimizin sürdürülebilirlik amaç ve hedeflerimize uyum göstermesi ve katkı sağlamasını bekliyoruz.

Mavi'nin ÇSY alanlarında belirlediği ilke ve standartların değer zinciri boyunca uygulanmasına önem veriyoruz. Tüm tedarikçilerin sürdürülebilirlik performansını iyileştirmeyi ve gelişimlerini desteklemeyi hedefleyen kapsayıcı bir iş modeli benimsiyoruz. Tedarikçilerimizi denetliyor, tedarik zincirini izlenebilir kılmaya çalışıyoruz.



Sürdürülebilir değer zinciri yönetiminde sorumlu satın alma stratejileri ve aksiyonları önemli rol oynuyor. Sürdürülebilirlik stratejimiz kapsamında, tüm değer zincirini gözeterek şekilde yenilikçi, kapsayıcı sürdürülebilir uygulamalar geliştirerek tedarik zincirinin izlenebilirliği ve devamlılığı için çalışmalar yürütüyoruz. Salgın döneminde de değer zinciri boyunca gerekli önlemleri hızlıca alarak üretimin devamlılığını sağlarken, insan hayatını işimizin merkezine koyuyoruz. Bu zorlu dönemde tedarikçi ve iş ortaklarımıza çeşitli destekler verdik, tedarikçilerimizin işlerinin devam etmesi için tedarik zincirini dayanıklı bir hale getirmeye odaklandık.

TEDARİK ZİNCİRİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

ÇSY alanında sorumluluklarımızı dikkate alarak kaliteli ve yenilikçi ürünler sunmak amacıyla faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. [Tedarikçiler İçin Etik Davranış Kuralları](#) ve Global Satın Alma Prensipleri doğrultusunda tedarikçilerimiz ile ilişkilerimizi düzenledik. Tedarikçilerimizin ÇSY performansını izlediğimiz bu kurallar, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, ILO ve UNGC'nin 10 İlkesiyle uyumludur. Tedarik zinciri yönetimi kapsamında belirlediğimiz yüksek standartları karşılayabilen tedarikçilerle çalışıyoruz ve tedarikçilerimizin gelişimini sürekli destekliyoruz. Üretimimizin büyük bir kısmı Türkiye'de gerçekleşiyor ve tedarikçilerimizin yaklaşık %80'i yerel üreticilerden oluşuyor. Şirketimiz, toplam ödemelerinin %75'ini yerel üreticilere yaparak ülkenin sosyoekonomik kalkınmasına destek oluyor.

SOSYAL UYGUNLUK DENETİMLERİ

Tedarik zincirine katılan tüm yeni tedarikçilerimiz için sosyal uygunluk değerlendirmesi gerçekleştiriyoruz ve bu denetimden geçen tedarikçilerle çalışıyoruz. Çocuk işçiliği ve yangın güvenliği konularını kritik görüyor; bu konularda uygunsuz tutumlarını tespit ettiğimiz şirketlerle çalışma başlatmıyor, çalışmakta olduğumuz bir şirkette tespiti halinde ise tedarikçiyle ilişkimizi sonlandırıyoruz. 2017 Mart ayında yayımlanan Tedarikçi Davranış Kuralları ve Global Satın Alma Prensipleri ile birlikte 2017 Haziran ayından itibaren tüm üretim kategorilerinde yer alan tedarikçi ve alt üreticileri için saha ve dokümantasyon denetimleri gerçekleştiriyoruz. Denetimler Kalite Güvence Direktörlüğü altındaki Sosyal Uygunluk Departmanı tarafından yapılıyor. Bu denetimlerde öncelikli olarak uluslararası standartlarla belirlenmiş çocuk işçiliği, sağlık, güvenlik ve çevre, çalışma saatleri, ödemeler, zorla çalıştırma, örgütlenme ve toplu sözleşme hakkı, ayrımcılık, disiplin uygulamaları ve etik ile yönetim sorumluluğu gibi konularda getirilen sınırlama ve kurallara uygunluğun tespiti yapılıyor. ILO sözleşmeleri, yerel mevzuat ve uluslararası kabul gören raporlama standartları (BSCI, SMETA, SA8000 gibi) çerçevesinde oluşturulan Sosyal Uygunluk Kriterleri'ne uyum; yerel mevzuat kapsamında oluşturulan çevresel kriterler başta olmak üzere yönetim sistemleri, operasyon etkinliği, ürün güvenliği ve risk değerlendirmesi başlıklarını da içeren entegre bir denetim yapısı ile doğrulanıyor.

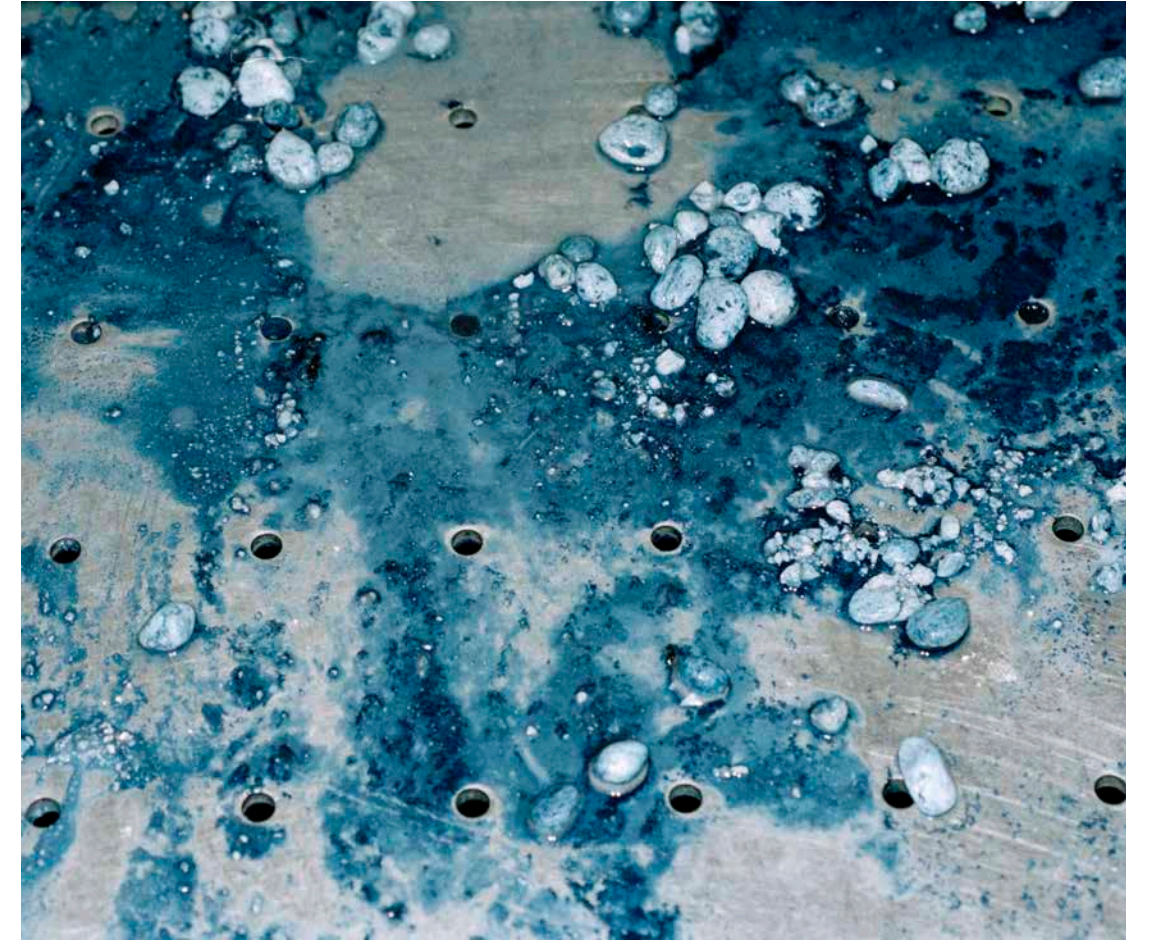
Salgın koşulları nedeniyle sosyal uygunluk denetimlerini yeniden şekillendirdik ve bu denetimlerin devam etmesi için denetim prosedüründe kritik olarak belirtilen başlıklar öncelikli olmak üzere COVID-19 uygunluk kriterlerini de kapsayan öz değerlendirme formları hazırlayarak yurt içi ve dışı tüm tedarikçi ve alt üreticilerle paylaştık. 2021 yılının ilk yarısında ise sürdürülebilirlik kriterlerini de kapsayan daha geniş kapsamlı bir öz denetim anketi yaptık. 160 sorudan oluşan anketi 396 tedarikçiye gönderdik. Tedarikçilerin ankete verdikleri cevaplara göre sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik performanslarını değerlendirebilmek amacıyla puanlama sistemleri hazırladık. Ankete yanıt veren her tedarikçiye sosyal ve çevresel riskler açısından puanladık. Bu çalışma önümüzdeki dönemde gerçekleştireceğimiz

çevresel denetimlerin kapsamını ve ÇSY riski yüksek tedarikçileri belirlememizde yol gösterici oldu.

2020 yılında salgın öncesi ve Temmuz döneminde 52 ana denetim ile 21 takip denetimi gerçekleştirdik. Mevcut tedarikçilerimizin %21'i denetimden geçti. Ana denetimde altı, takip denetiminde ise üç alt üreticimizde kritik uygunsuzluk tespit edilerek bu firmalardaki üretimimizi durdurduk. Ayrıca yeni tedarikçilerin %100'üne üretime başlamadan önce sosyal uygunluk değerlendirmesi yaptık.

Yurt dışında Ticari Sosyal Uyumluluk Girişimi (Business Social Compliance Initiative- BSCI), Tedarikçi Etik Veri Değişimi (Supplier Ethical Data Exchange-Sedex) gibi programlara üyeliği olan tedarikçiler ile çalışıyoruz.

Türkiye'de ise en büyük iki üreticimizden ERAK, BSCI sertifikasına sahip iken TAYEKS'in BSCI ve Sedex sertifikaları bulunuyor. Bu sertifikalar ve denetimlerle tüm üretim süreçleri boyunca çalışanların sağlığını ve sosyal güvencelerini ön planda tutup tedarikçilerin etkilerini en aza indirmeyi hedefliyoruz. Gerçekleştirdiğimiz denetimlerde sürdürülebilirlik performanslarını geliştirmek için tedarikçilerimize gerekli bilgilendirmeleri sık aralıklarla yapıyoruz.

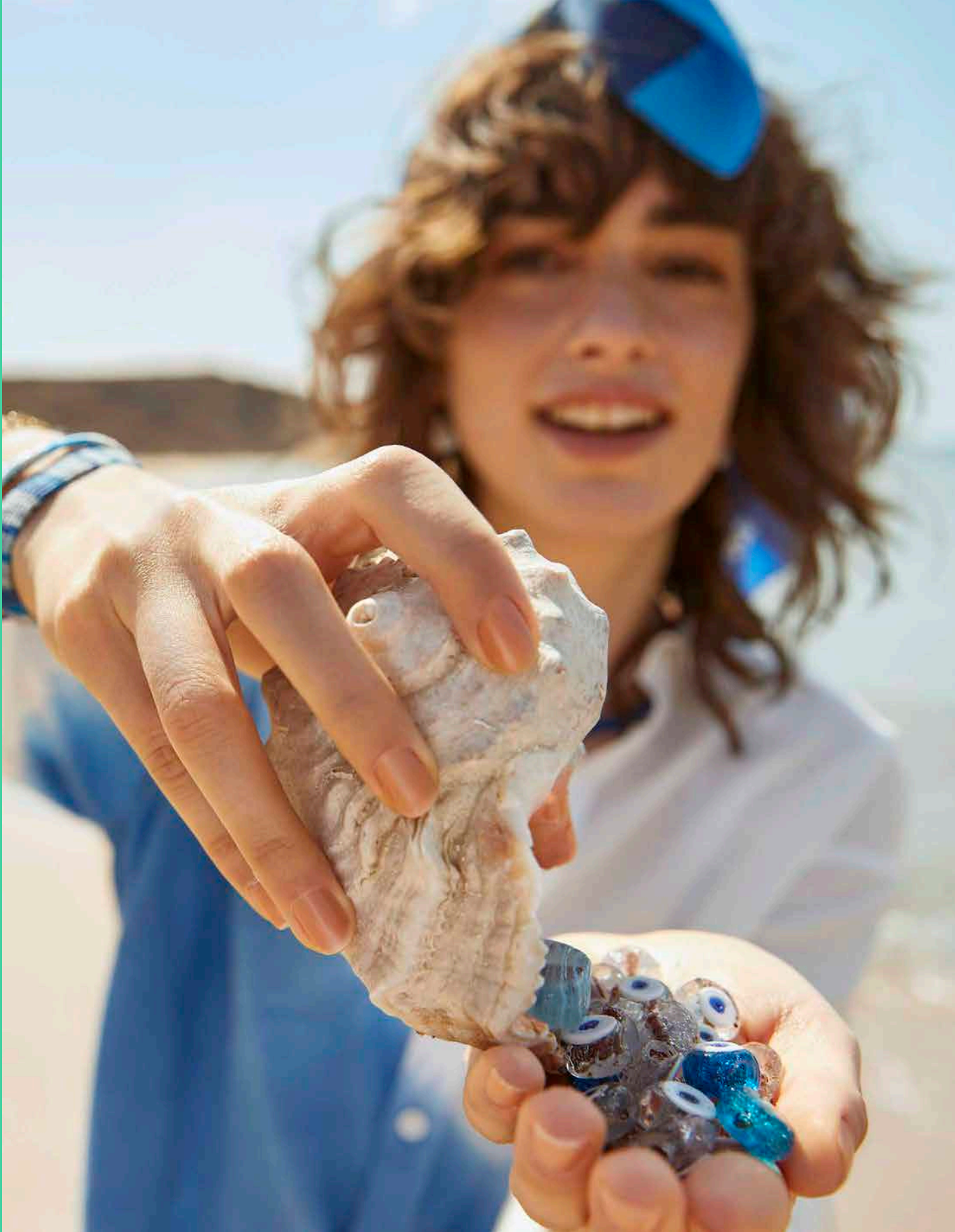


Sedex, BSCI gibi kurumların denetlemeleri en az 1 yıllık güncelliğe sahip ve sonuçları olumlu ise Mavi tarafından kabul ediliyor.

Ayrıca, ERAK ve TAYEKS; Sürdürülebilir Giyim Koalisyonu (Sustainable Apparel Coalition-SAC) tarafından geliştirilen, bir şirketin veya ürünün sürdürülebilirlik performansının ölçülmesini sağlayan araçlar sunan Higg Index'e dahildir.

Tedarik zincirinde çevresel performansı iyileştirecek aksiyonlar alıyoruz. Bu konuda detaylı bilgiye [Tedarikçiler ile Su, Enerji ve Kimyasal Yönetimi](#) bölümünden ulaşabilirsiniz.





06

ÇEVRE KORUYORUZ

6.1 İklim Krizi ile Mücadele

6.2 Ekosistem Restorasyonu

KORUYORUZ

Denim odaklı bir marka olarak doğanın sunduklarını korumak ve yeniden canlandırmak en temel sorumluluğumuz. İklim kriziyle mücadele ederek net sıfır iş modelini destekliyor, doğal kaynakları korumayı ve ekosistemi onarmayı hedefliyoruz.

Giyim endüstrisinin çevresel etkilerinin önemli bir kısmı ham madde tedariki ve tekstil üretimi aşamalarında oluşuyor. Ancak iklim krizi, çevresel kirlilik ve biyoçeşitlilik kaybının ulaştığı boyut operasyonel kapasite fark etmeksizin herkesin eyleme geçmesini gerektiriyor. Mavi olarak başta iklim değişikliği olmak üzere su, atık ve biyoçeşitlilik alanlarında çevresel performansımızı iyileştirmeye yönelik adımlar atıyor, proje ve uygulamalar geliştiriyoruz. Buna ek olarak, çevre konusunda ilgili kanun ve diğer yasal düzenlemelere uyum sağlıyoruz ve bunları kamuoyuna açıklıyoruz.

İklim değişikliğiyle mücadele, doğal kaynakların etkin yönetilmesi ve biyoçeşitliliğin korunması için çevre yatırım ve harcamaları gerçekleştiriyoruz. Bu kapsamda 2020 yılında 5,9 milyon TL yatırım yaptık.

B
CDP İklim Değişikliği
Programı puanı

5,9 milyon
TL yatırım

2.573,31 ton
CO₂ e. emisyon
azaltımı

6.1 İKLİM KRİZİ İLE MÜCADELE

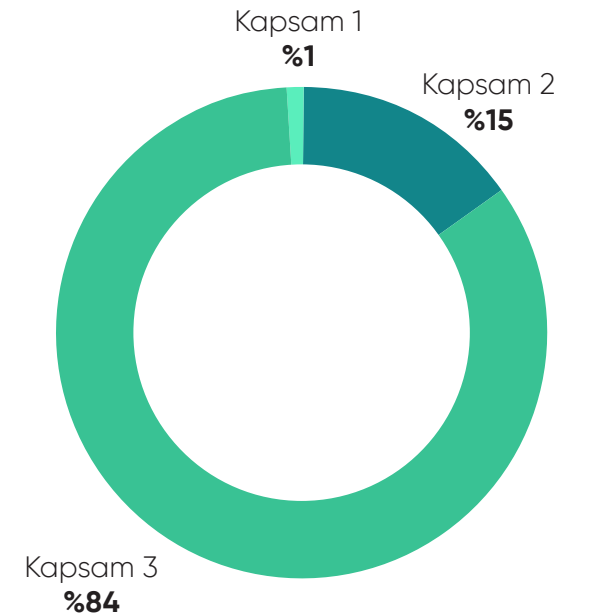
Tekstil sektörü, tarladaki pamuk üretiminden tüketicinin aldığı son ürüne kadar değer zinciri boyunca önemli miktarda sera gazı emisyonuna neden oluyor. Mavi olarak, küresel iklim krizi ile mücadelemiz kapsamında tüm değer zinciri boyunca karbon ayak izimizi azaltmaya odaklanıyoruz. Bunun için tedarikçilerimizi de sürece katarak üretim süreçlerinde çevresel etkilerin azaltılmasını teşvik ediyor, yenilikçi ve sürdürülebilir ürünlerden oluşan koleksiyonlar tasarlıyor ve bu ürünlere ait satış gelirlerinin ciro içindeki payının kademeli şekilde artmasını amaçlıyoruz. Yenilenebilir enerji yatırımlarını artırıyor ve enerji verimliliğini merkeze alan eco mağaza gibi sektöre öncü olacak projeler hayata geçiriyoruz.

Karbon Ayak İzinin Azaltılması

Dünyanın en büyük çevresel raporlama platformu olan CDP İklim Değişikliği Programı'na yaptığımız raporlamayla B notu aldık. Türkiye'de hazır giyim alanında karbon ayak izini şeffaf bir şekilde açıklayan ilk marka olarak, rapordan çıkan detaylı analizler çerçevesinde Tedarikçi İlişkileri Derecelendirmesi'nde (SER) A- olarak puanlandık. Bu puanlandırma, şirketlerin tedarikçileriyle iklim değişikliği üzerine olan ilişkilerini ölçmeyi amaçlıyor. Türkiye'nin en büyük halka açık şirketlerinin davet edildiği ve dünyanın en güvenilir derecelendirme metodolojilerinden biri olarak fark yaratan programa 2020'de ilk kez katılarak hem CDP İklim notu hem de SER puanımızla global sektör ortalamasının üzerinde performans sergiledik. 2020 yılı içinde gerçekleştirdiğimiz enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji satın alımı projeleri sayesinde yıllık 2.573,31 ton CO₂ eş değeri emisyonun önüne geçtik.

2020 yılında, araç ve bina yakıtlarının yanması gibi doğrudan sahip olunan veya kontrol edilen kaynakların sera gazı emisyonlarından oluşan Kapsam 1 emisyonları 773.9 ton CO₂e olarak ölçüldü. Satın alınan elektrik, ısıtma ve soğutmanın tüketilmesine bağlı olan Kapsam 2 sera gazı emisyonları 17.024,7 ton CO₂e (lokasyon bazlı) oldu. Çalışan ve iş seyahatleri, atık yönetimi ve satın alınan ürünler kaynaklı diğer dolaylı sera gazı emisyonları ise Kapsam 3 içerisinde ele alınıyor. Mavi olarak emisyonlarımızın %84'ünü oluşturan Kapsam 3 emisyonları 93.480 ton CO₂e olarak ölçüldü.

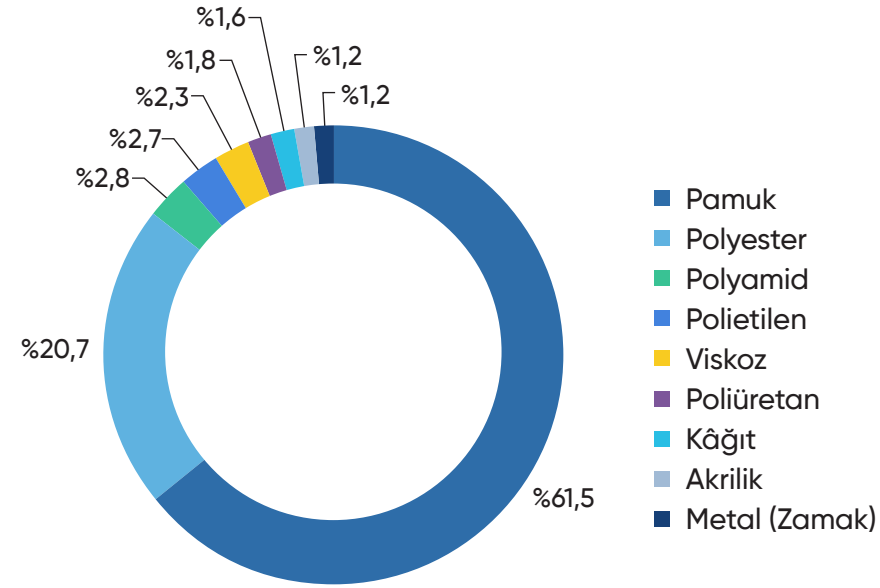
Kategorilerine Göre 2020 Yılı Sera Gazı Emisyonları



Karbon Saydamlık Projesi

2021 yılında CDP İklim Değişikliği Programı'na ek olarak Su Güvenliği ve Ormansızlaşma Programlarına da yanıt vermeye başladık. Programlar sayesinde tüm tedarik zincirinde su ve ham madde tüketimine odaklanarak bu alanlardaki risklerimizi belirleyeceğiz. Risklerin haritalandırılması ile iş birlikleri geliştirmeyi, su ve ham madde konularında verimliliği artırarak çevresel etkimizi azaltmayı hedefliyoruz.

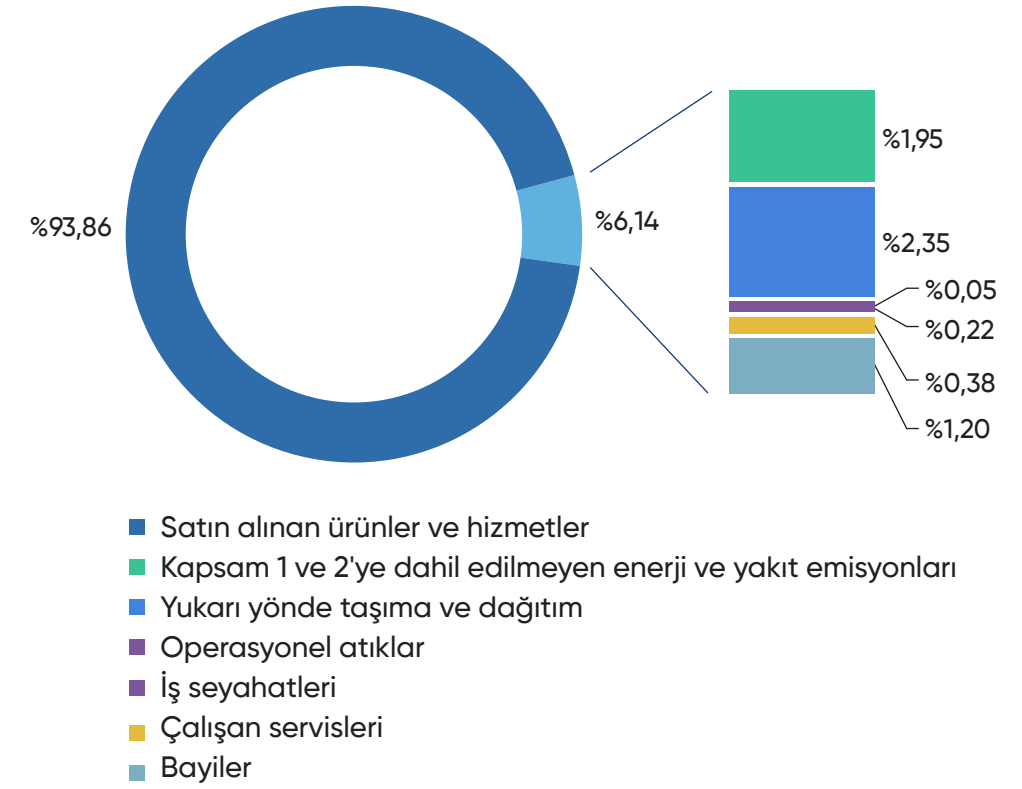
CDP Ormansızlaşma Programı'na yanıt veren ilk Türk şirketi konumundayız. Bu program ile yaklaşık malzeme/ ham madde ayak izimizi çıkardık. Ayak izimizin yaklaşık %82'si sadece polyester ve pamuktan oluşuyor. Mavi olarak bu elyaflara yoğunlaşmayı, haritalandırmayı daha da detaylandırarak sürdürülebilir ham madde hedefimizde ilerleme kaydetmeyi hedefliyoruz.



2021 CDP İklim Değişikliği Programı'na yaptığımız raporlamaya yurt dışı operasyonlarımızı da dahil ederek kapsamımızı genişlettik. Malzeme ayak izimiz kaynaklı sera gazı emisyonlarını da Kapsam 3 raporlamamıza dahil ederek değer zincirimizi eksiksiz olarak yansıtan emisyon profilimize bir adım daha yaklaştık. Önümüzdeki dönemde non-denim ürünlerimizin üretim süreçlerinde gerçekleşen sera gazı emisyonlarını da kapsamımıza almayı hedefliyoruz.

Programlara ek olarak, CDP Tedarik Zinciri Modülü ile iş ortaklarımızın çevresel etkilerini yönetmelerine yardımcı oluyoruz. Bu kapsamda, 2021 yılında 11 ürünümüzün spesifik karbon ayak izini bir iş ortağımız ile paylaşarak Kapsam 3 emisyonlarını ölçmelerine ve daha iyi yönetmelerine olanak sağladık.

Mavi Kapsam 3 Emisyonları



Yenilenebilir Enerji ve Enerji Verimliliği

Elektrik tüketiminden kaynaklı karbon ayak izimizi azaltmak amacıyla yenilenebilir enerji satın alımı konusunda önemli adımlar atıyoruz. Mümkün olan her noktada yenilenebilir enerji kaynaklı elektrik tüketimi için Selenka Enerji ile yenilenebilir enerji tedariki anlaşması yaptık. 2021 Ocak ayı itibarıyla elektrik sayaçları kontrolümüzde olan merkez ofis ve 101 Mavi mağazasında rüzgâr enerjisi kullanılmaya başladık. Yedi bayi mağazamız ise Mavi'nin yönlendirmesiyle rüzgâr santrallerinden enerji tedarik etmeyi gönüllü olarak tercih etti.

"2006'dan bu yana Mavi bayiliği yapıyoruz. Mavi ile çalıştığımız süre boyunca birlikte büyüdüğümüzü, Mavi değerlerini kendi değerlerimiz olarak benimsediğimizi görüyorum. Mavi, All Blue ve Mavi Pro Sport Repreve® koleksiyonları ve sürdürülebilir mağaza konsepti gibi çalışmalarıyla çevreye duyarlı mağazacılık konusunda bize yol gösteriyor. Bu sayede kendi duruşumuzu değerlendirme fırsatı bulduk, bireysel ve kurumsal olarak yapabileceklerimiz hakkında çalışanlarla fikir alışverişi yaptık. 2020 yılında cadde mağazalarımızda kullanılan elektriği yenilenebilir olarak tedarik etmeye başladık."

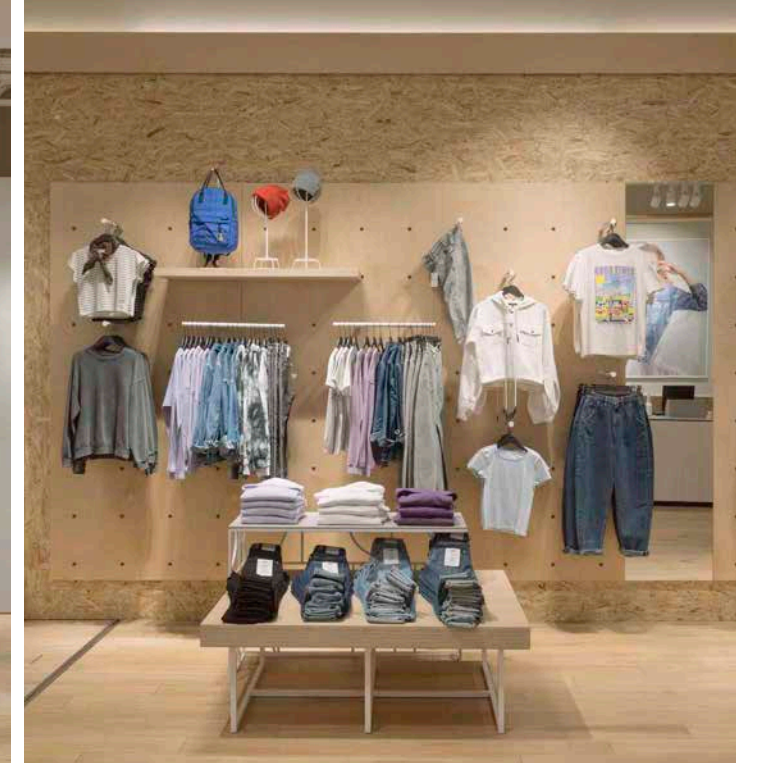
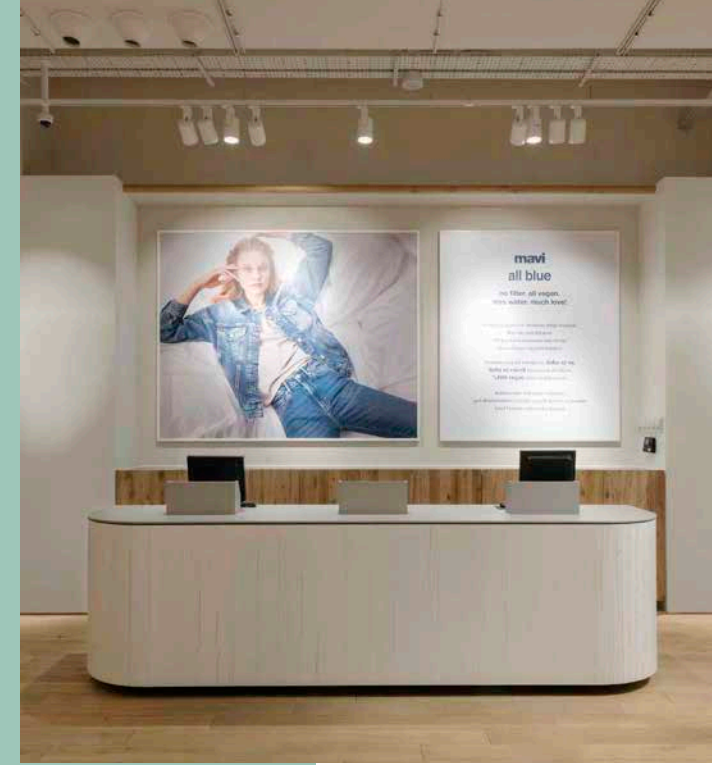
Cem Soydan, Mavi Bayisi

Uzaktan Enerji Yönetim Sistemi

2019 yılında mağazalarımızdaki enerji verimliliğini artırmak için entegre enerji alanında bir IoT (internet of things-nesnelerin interneti) platformu olan Reengen ile 10 mağaza özelinde pilot proje başlattık. Mağazalarımıza yerleştirdiğimiz enerji analizatörleri ile enerji tüketimlerini düzenli olarak izledik ve gereksiz enerji tüketimlerini belirledik. Pilot çalışmanın olumlu sonuçlarıyla birlikte, 2020 Ağustos ayında anlaşmayı genişleterek tüm Mavi mağazalarımızı kapsamasını sağladık. Kurduğumuz uyarı sistemleri sayesinde mağazalar ve merkez ofisimizdeki gereksiz enerji tüketiminin önüne geçtik. Pilot çalışmanın sonuçları ve Reengen'in benzer sektörlerde yürüttüğü çalışmalardan elde ettiği veriler ışığında, uyarı araçlarının devreye girmesi ve kullanıcı farkındalığının artması ile mağazalardaki enerji tüketimlerinde %8'lik bir azalma öngörüyoruz. Reengen sisteminin kurulması aynı zamanda Mavi'ye ait elektrik sayacı bulundurmeyen AVM mağazalarımızdaki enerji tüketimlerini takip edebilmemizi sağlıyor. Enerji tüketim verilerimizi 2021 itibarıyla eksiksiz olarak ve reel değerler ile raporlayacağız.

Mavi Eco Mağaza Konsepti

Mağazalarımızın başta karbon ayak izi olmak üzere çevresel etkisini azaltmak amacıyla sürdürülebilir bir mağaza konsepti tasarladık ve ilk eco mağazamızı İstanbul Zorlu AVM'de açtık. Mimari tasarımını daha az enerji tüketmek ve daha az ham madde kullanmak üzerine kurduğumuz mağazamızda sürdürülebilirlik ve sera gazı emisyonu belgesi olan malzemeler tercih ettik.



Bu mağazadan elde edilen verimlilik sonuçlarından hareketle, bir eco mağazanın, standart bir Mavi mağazasına göre %25 daha az enerji, %20 daha az su tükettiği ve inşaatı sırasında %30 daha az ham madde kullandığını görüyoruz.

- Eco mağazada kullandığımız toplam malzeme miktarını azaltabilmek adına, reyon sistemlerini yeniden tasarladık. Yeni tasarımda lake boyalı MDF paneller, dolap şeklinde reyonlar, alçı macun ve boya yerine ham OSB ve doğal kaplamalı duvarlar, doğal boyalı mantar duvar kaplamaları, iki boyutlu reyon ve dikme sistemleri kullandık.

- Yeni açık tavan sistemi tasarımı sayesinde eski tasarımda kullanılan birçok sistem ve malzeme kullanımının önüne geçerek kaynak tüketimini azaltıyoruz. İklimlendirilmiş havayı açık tavan sistemi ile doğrudan ortama vermeye başladık ve bu sayede iletim sırasında oluşan kapasite kayıplarını engelledik. Daha verimli aydınlatma armatürleri kullanılarak elektrik tüketimini azalttık, buna ek olarak mağazada aydınlatma kaynaklı oluşan atık ısı miktarını düşürdük.

- Eco mağaza tasarımı sürecinde seçilen ürünlerin yaşam döngüsü değerlendirmesi raporlarını inceleyerek, sürdürülebilirlik ile ilgili uluslararası sertifikalara sahip olma şartı aradık ve yerel üretim opsiyonlarına öncelik verdik.

1 ADET TESS GOLD LUX MOVE TENCEL™ JEAN PANTOLONUN ÜRETİM SONUNA KADAR YARATTIĞI ÇEVRESEL ETKİLER

(LOJİSTİK, SATIŞ VE MÜŞTERİ ETKİSİ HARİÇ)

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ

(KARBON AYAK İZİ)
7,64 KG CO₂ EQ.



ORTALAMA BİR ARAÇLA
30 KM YOLCULUK.

SU TÜKETİMİ

861 LİTRE

TÜRKİYE'DE 1 KİŞİNİN
3,8 GÜNLÜK SU KULLANIMI



ALAN KULLANIMI

3 M²/YIL

2 KİŞİ EL ELE
TUTUŞURSA, BU KARE
ŞEKLİNDEKİ ALANIN
BİR KENARINI
OLUŞTURABİLİR.



ÖTROFİKASYON

0,0132 KG PO₄ EQ.



ASİDİFİKASYON

32,3 GRAM SO₂ EQ.



OZON TABAKASI TÜKENMESİ

8,69 X 10⁻⁷ CFC-11 EQ.



FOTOKİMYASAL OKSİDASYON

1,5 GRAM C₂H₄ EQ.



- Mağazada kullanılan alçıpanlar, boyalar, kabin zeminlerindeki seramik kaplamalar ve kasa bankosunda kullanılan yüzey malzemesi Greenguard Gold sertifikasına sahip. Greenguard sertifikası, malzemelerin insan sağlığını tehlikeye sokmayacak seviyede uçucu organik bileşik salımı yaptığının garantisini veriyor.

- Mağazada kullanılan alçıpanların Çevresel Ürün Beyanları (EPD) belgesi bulunuyor. Bu belge, ürünlerin bütün yaşam döngüsü boyunca çevresel etkilerinin şeffaf ve uluslararası standartlarda tanımlanan bir şekilde paylaşılmasını sağlıyor.

- Kullanılan ağaç bazlı duvar kaplamaları, sürdürülebilir orman ürünleri sertifikası olan FSC sertifikasına sahip. Reyon duvarlarında kullanılan doğal mantar kaplama ise sürdürülebilir bir malzeme.

• Eco mağaza tasarımı sırasında yeni malzeme tedariki ve bu sebeple oluşacak çevresel etkinin azaltılması amacıyla mağazada halihazırda bulunan malzemeleri yeniden kullanmak üzere değerlendirdik. Bu yaklaşım ile kasa bankosunu, kasa arka duvarındaki ahşapları ve zemindeki parkeleri tekrar kullanarak atık oluşmasını ve yeni kaynak tüketimini önledik.

İnsan Odaklı Aydınlatma ve Etkileri Araştırması

Mağazalarımızda LED aydınlatma teknolojilerinin avantajlarını değerlendirerek daha verimli ve sağlıklı aydınlatma sistemlerinin geliştirilmesi üzerine çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bu kapsamda görsel mimari ekibimiz, çalışanlarımızın ve müşterilerimizin zamanlarının büyük çoğunluğunu geçirdiği mağazalarımızdaki aydınlatmaların insan sağlığı ve performansı üzerindeki etkilerinden yola çıkarak bir proje geliştirdi. TÜBİTAK-TEYDEB bünyesindeki Yenilikçi Destek Programı kapsamında bulunan "Siparişe Dayalı Ar-Ge" çağrısı altında başlattığımız projeye renk sıcaklığı ve ışık akısı değişebilir aydınlatma armatürleri geliştiriyoruz. Ayrıca ışık rengi ve aydınlık düzeyindeki değişimlerin çalışanların performanslarına ve müşteri alışveriş davranışına olan etkisi ve ilişkisini araştırıyoruz. Bu sayede, mağazalarımızda otomasyon sistemi ve LED kullanımı ile aydınlatma armatürlerinde enerji tasarrufu sağlarken, müşterilerimize daha sağlıklı ve konforlu bir alışveriş deneyimi, çalışanlarımıza ise daha verimli bir çalışma ortamı sunmayı ve sektördeki liderliğimizi pekiştirmeyi hedefliyoruz.

Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi (Life Cycle Assessment-LCA)

2020 yılında ürünlerimizin çevresel etkilerini belirlemek ve değerlendirmek üzere Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi (Life Cycle Assessment-LCA) çalışmalarına başladık. Bir ürün, servis, süreç veya aktivitenin çevresel etkilerini "beşikten mezara kadar" veya yaşam döngüsü aşamaları özelinde değerlendiren bu metodoloji sayesinde ürünlerin ilgili tüm üretim, sevkiyat, tüketici tarafındaki kullanım ve atık bertaraf süreçlerinde oluşan çevresel etkileri bilimsel yöntemlerle hesaplanabiliyor ve raporlanabiliyor. Bu yaklaşım ile bir ürünü tasarım aşamasından itibaren tüm yaşam döngüsü boyunca daha sürdürülebilir yönetmek mümkün hale geliyor.

Denim odaklı bir lifestyle markası olarak LCA çalışmalarında denim ürünlerine öncelik verdik. 2019 yılı denim siparişlerinde kullanılan kumaşları detaylı bir şekilde inceledik ve kumaş

sarfımızın %50'sinden fazlasını oluşturan 50 kumaşı belirledik. Kumaş seçiminin en çok sarfı yapılan kumaşların yanı sıra Mavi ürünlerinde en sık kullanılan, sürdürülebilir ham madde içeriğine sahip olan, Mavi'nin aktif olduğu bütün pazarlarda satışa sunulan ürünlerimize ait kumaşlardan örnekler içermesine özen gösterdik. Seçilen 50 kumaşın üreticisi olan yerli ve yabancı 12 tedarikçi ile kumaşlarının yaşam döngüsü envanterlerini oluşturabilmek adına veri alışverişi yaptık. Edindiğimiz veriler ile pek çok ürünümüzün yaşam döngüsü envanterinin temelini oluşturacak önemli bir kumaş veri tabanına sahip olduk.

Veri tabanının oluşturulmasını takiben, bu kumaşları en iyi şekilde temsil eden 70 ürün belirledik ve stratejik tedarikçilerimiz arasında yer alan ve denim üretiminin %70'ini sağlayan ERAK ile bu ürünlerin konfeksiyon tarafındaki yaşam döngüsü envanterini çıkardık. Bu envanterlere bağlı olarak iki denim aksesuarı tedarikçimiz ile 85 farklı denim aksesuarının envanterlerini oluşturduk. Düğme, rivet, plaka, flap ve çitçit aksesuarlarının etkilerini bu sayede ayırtırdık.

Toplanan envanter bilgisi ile seçtiğimiz 43 Mavi ürününün üretim süreçleri boyunca oluşan küresel ısınma potansiyeli (karbon ayak izi), ötrofikasyon, asidifikasyon, ozon tabakası incilmesi, fotokimyasal oksidasyon, kümülatif enerji tüketimi ve su tüketimi gibi çevresel etkilerini hesapladık.

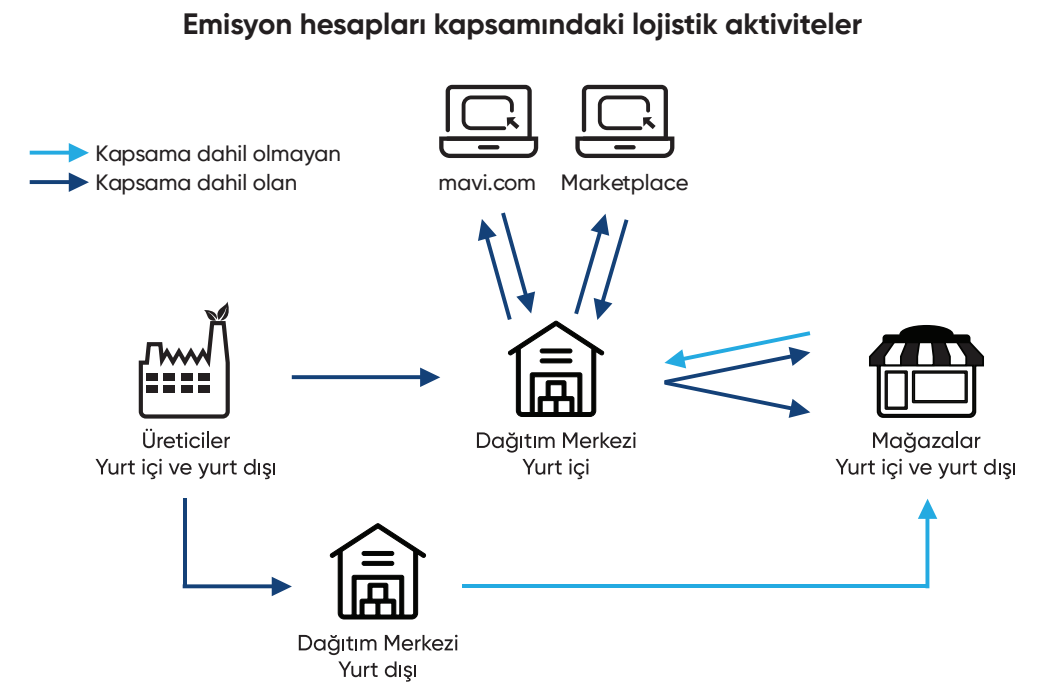
Gelecek politikalara hazır olmak adına hesaplanan çevresel etkilere ek olarak iyonlaştırıcı radyasyon, toksisite, alan kullanımı ve kaynak tüketimi etkilerini de içeren Environmental Footprint metodu ile her ürünün çevresel ayak izini de inceledik. Environmental Footprint, Avrupa Birliği'nin (AB) Product Environmental Footprint (PEF) programı tarafından yayınlanmış bir çevresel etki hesaplama metodu. PEF, Yeşil Ürünler İçin Tek Pazar Girişimi (Single Market for Green Products Initiative) altında, çevre dostu olarak pazarlanan ürünlere ölçümlemeye dayalı bir standardizasyon getirmeyi amaçlıyor. Bu program AB'nin gelecekteki politikalarında da kullanılmak üzere geliştiriliyor.

LCA sayesinde ürünlerin çevresel etki sonuçlarını, karbon ayak izi, su tüketimi ve çevresel ayak izi özelinde, tüm üretim aşamalarında inceledik. Değerlendirme sonuçlarının denim tasarım ve Ür-Ge ekiplerinin karar süreçlerinde girdi olarak kullanılmasını sağladık ve ürünlerin çevresel etkilerinin azaltılması konusunda bir yol haritası oluşturduk. Oluşturulan envanter sayesinde farklı kumaş tedarikçilerinin ve farklı kumaşların çevresel etkilerini de karşılaştırabiliyoruz. LCA çalışmalarımızı önümüzdeki dönemde non-denim kahraman ürün gruplarıyla da devam ettirerek ürün kapsamını genişletmeyi hedefliyoruz.

Lojistik Faaliyetler

Lojistik kaynaklı sera gazı emisyonlarımızı hesaplayabilmek adına tedarikçilerimizden edindiğimiz nakliye hacmi, çıkış ve varış noktaları ve motor sınıfı gibi verilerle lojistik ağıımızı haritalandırdık. Üreticilerden dağıtım merkezlerine, dağıtım merkezlerinden mağazalara, pazar yerleri (marketplace) ve Mavi.com müşterilerine kadar gerçekleşen lojistik aktivitelerimizin sera gazı emisyonlarını hesapladık. Lojistik ayak izimizde çok az bir paya sahip olan mağazalar arası sevkiyatlar, iadeler ve dış ülkeler içi transferleri önümüzdeki dönemde kapsamımıza dahil etmeyi hedefliyoruz.

2020 Aralık ayı itibarıyla, tedarikçimizle oluşturduğumuz iş birliği sayesinde Almanya'ya yaptığımız karayolu sevkiyatlarını intermodal taşıma yöntemiyle değiştirdik ve ürün nakliyesinin daha yakıt verimli olmasını sağladık. Yakıt tüketiminde sağlanan azalma sayesinde lojistik kaynaklı Kapsam 3 sera gazı emisyonunu azaltıyoruz.



"Mavi ile 10 yılı aşkın süredir tedarik zinciri merkezlerimizde ve taşımacılık hizmetlerimizle çözüm ortaklığı yürütüyoruz. Birlikte yürüttüğümüz ambalaj atıklarının azaltılmasına yönelik çalışmalar diğer operasyonlarımız için örnek teşkil ediyor. Aynı zamanda LED aydınlatma dönüşümleri, elektrik tüketimi ve buna bağlı sera gazı emisyonlarının azaltılması ile Mavi'nin operasyonlarını daha sürdürülebilir kılma çalışmalarına biz de katılmaktan mutluluk duyuyoruz."

Enise Ademoğlu Matbay, Ekol Kurumsal Sürdürülebilirlik Direktörü

Jean üretiminde Mavi'nin stratejik ortağı
olan **ERAK** ile, geçen yıla göre;

%26

DAHA AZ SU

%24

DAHA AZ ENERJİ

%54

LAZER VE
SÜRDÜRÜLEBİLİR
YIKAMA İŞLEMLERİYLE
DENİM ÜRETİMİ

6.2 EKOSİSTEM RESTORASYONU

Doğa üzerindeki baskıyı azaltmak ve bozulan ekosistemi korumak önceliğimiz. Bu doğrultuda, tedarik zinciri boyunca su kaynaklarının etkin kullanılması, kimyasalların kontrollü kullanımı, ambalaj ve atıkların yönetimi ve biyoçeşitlilik alanlarına odaklanıyoruz. Daha az su gerektiren sürdürülebilir ürünler üretilmesini ve üretim süreçlerinde suyun geri dönüştürülmesini teşvik ediyoruz. Üreticilerin ve tüketicilerin sağlığını korumak, çevre üzerindeki etkileri azaltmak üzere kimyasal tüketiminin azaltılmasını ve kimyasalların ZDHC kriterlerine uyumlu olmasını hedefliyoruz. Ambalajların geri dönüştürülmüş malzemeden olmasına önem veriyor, tamamen FSC sertifikalı ambalaj kullanımına geçmeyi amaçlıyoruz. Atık yönetimine döngüsel ekonomi açısından yaklaşıyor, firelerin ve diğer atıkların yeniden sisteme dahil edilmesine yönelik çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Biyoçeşitliliğin korunması için toplumsal farkındalığı artıran projeler geliştiriyoruz.

"Mavi'ye kurulduğu günden bu yana, tam 30 yıldır, lider marka yolculuğunda eşlik ettiğimiz ve denim uzmanlığı noktasında stratejik iş ortaklığımızı sürdürdüğümüz için çok mutluyuz. Daha sürdürülebilir bir dünya için üretimde yaptığımız her türlü inovasyonda, şüphesiz birlikte çalıştığımız dünya markalarının bu konudaki kararlılıkları da itici bir güç olarak büyük rol oynuyor. Mavi'nin değer odaklı yaklaşımı, her zaman en iyi ve en kaliteli jean'in peşinde tutkuyla koşması, Erak için de büyük bir motivasyon ve güven kaynağı. Mavi ile bu anlamda ortak bir sürdürülebilirlik vizyonunu paylaşmaktan memnunuz. Geçtiğimiz yıl birlikte yaptığımız çalışmalarla üretimde %26 daha az su, %24 daha az enerji kullandık, denim üretiminin %54'ünü ise lazer ve sürdürülebilir yıkama işlemleri ile gerçekleştirdik. Önümüzdeki dönemlerde teknolojinin de gücüyle inovasyon iş birliği alanlarımızı artıracığımıza inanıyoruz."

Erak yönetimi

Tedarikçiler ile Su, Enerji ve Kimyasal Yönetimi

Kendi operasyonlarımızın yanı sıra tedarik zinciri boyunca su, enerji ve kimyasal yönetimine odaklanıyoruz. Denetimlerle birlikte çeşitli projeler, iş birlikleri ve uygulamalar geliştiriyoruz. Jean tedarikinin yaklaşık %75'ini gerçekleştiren iki büyük üreticimiz ERAK ve TAYEKS'in enerji ve su kullanımı verimliliğinin artırılmasına yönelik uygulamalarımız bulunuyor.

2020 yılında ERAK, yenilediği makine parkuru ile geçen yıla göre %26 daha az su, %24 daha az enerji kullandı, denim üretiminin %54'ünü lazer ve sürdürülebilir yıkama işlemleri ile gerçekleştirdi.

Üretim süreçlerinde (özellikle yıkama ve kurutma makinelerinde) ortaya çıkan sıcaklık, sıcak su ve buharın tesis içinde tekrar kullanılmasıyla üretimde enerji verimliliği sağlanıyor. Bununla birlikte ERAK, son üç yılda kullandığı elektriğin %56'sını kojenerasyon yöntemiyle doğal gazdan elde etti.

Bu iki büyük üreticimizin kullandıkları tüm kimyasallar için geçerli olan ZDHC üyeliği bulunuyor. Bu kimyasallar test ve kontrollere tabi tutuluyor ve ancak uygun görülmeleri durumunda kullanılıyorlar. Uluslararası ve yerel yasal düzenlemeler doğrultusunda çalışanlarımızın bu kimyasallarla olan ilişkisinin azaltılması amacıyla çalışmalar yapıyor, sadece insan sağlığı için risk oluşturmayacak güvenli kimyasallar tercih ediyoruz.

Üretimde kullanılan suyun deşarj edildiğinde yasal sınırların altında olmasına ve üreticilerin tesislerinde mekanik, kimyasal ve biyolojik membran arıtma sistemi kullanılmasına dikkat ediyoruz. Bu doğrultuda yapılan iyileştirmelerle beraber süreçlerde daha az kimyasal, su ve enerji kullanıyoruz. Başta All Blue koleksiyonumuzda olmak üzere, su kullanımını azaltan E-flow teknolojisinin kullanımını artırmaya odaklanıyoruz.

Atık Yönetimi

Operasyonlarımız sonucunda 2020 yılında Geri Kazanım Payı (GEKAP) kapsamındaki ambalaj atıklarımız dahil olmak üzere 2.417 ton tehlikesiz atık oluşturduk. Döngüsel ekonomi yaklaşımıyla bu atıkların %17'sini geri dönüşüme gönderirken, %10'unda enerji geri kazanımı için yakım işlemi gerçekleştirdik. Lojistik tarafında, üreticilerimizin ürünlerimizi göndermek için kullandığı kolilerin %65'ini yeniden kullanıyoruz. Koli atıklarımızın tamamını geri dönüşüm için lisanslı atık toplayıcılarına teslim ediyoruz.

Biyoçeşitlilik

Tüm memeli, kuş, amfibi, sürüngen ve balık popülasyonları son 50 yılda yaklaşık %68 oranında azaldı.⁵ Hızla artan şehirleşme, ormansızlaşma ve değişen tüketici alışkanlıkları doğal yaşamı hiç olmadığı kadar etkilemeye devam ediyor. Doğa ile olan bu etkileşim COVID-19 pandemisiyle beraber daha da öne çıktı. Gelecekteki pandemileri önlemek, nesli tükenme

tehlikesiyle karşı karşıya olan türlerin yok olmasını durdurmak için biyoçeşitlilik üzerindeki etkilerin araştırılması ve türlerin yerlerinde etkili bir şekilde korunmasına yönelik program ve projelerin geliştirilmesi gerekiyor.

İndigo Turtles Projesi

Akdenizli bir moda markası olarak, sürdürülebilir bir doğa için gönüllülük bilincini geliştirmeyi amaçladığımız İndigo Turtles projesiyle 2014'ten bu yana Ekolojik Araştırmalar Derneği'nin (EKAD) çalışmalarına destek veriyor ve nesli tükenmekte olan deniz kaplumbağalarını korumaya devam ediyoruz. Biyoçeşitlilik konusunda farkındalığı artıran projemiz kapsamında, 110 milyon yıldır Akdeniz faunasında yaşayan Caretta caretta ve Chelonia mydas türlerinin devamlılığını sağlıyoruz. Akdeniz bölgesindeki en büyük yuvalama alanı olan Belek'te çalışmalarını sürdüren EKAD, son 22 yılda 1 milyondan fazla caretta caretta'nın denize ulaşmasına yardımcı oldu. Koruma çalışmaları başladığında bölgede sadece 500 yuva varken, bu sayı 2020'de 3.200'lere ulaştı. 2021'de denize ulaşan yavru sayısı 150 bini aşarken 2014 yılına göre rekor bir artışla üç katına çıktı. Birçok zorlukla karşı karşıya kalan yavru kaplumbağaların yalnızca %40'ı suya ulaşabilip her 1.000 yavrudan sadece biri hayatta kalabildiğinden, İndigo Turtles projesiyle deniz kaplumbağalarının hayatta kalma mücadelesini destekleme ve gönüllülüğün önemi konusunda farkındalık yaratıyoruz. İndigo Turtles kampında gönüllü gençler dört ay boyunca kamp kurarak, ergin dişi kaplumbağaların yumurtalarını dış faktörlerden korumak ve yumurtadan çıkan yavruların denize ulaşmasını sağlamak için her gün yakıcı güneş altında 30 km'lik sahilde hummalı bir çalışma yürütüyor. Türkiye ve dünyanın farklı yerlerinden yüzlerce üniversitelinin yanı sıra çalışanlarımız, müşterilerimiz, bursiyerlerimiz, sosyal medya takipçilerimiz ve marka yüzlerimiz de projede gönüllü olarak yer alıyor. Mavi çalışanlarından bugüne kadar 120 kişi; sosyal medya takipçisi, müşteri ve kadın bursiyerlerimizden ise 41 kişi her yıl haziran-eylül aylarında gerçekleşen İndigo Turtles kampına katılarak çalışmalara destek verdi. Projenin başlangıcından bu yana koleksiyonumuzda yer verdiğimiz İndigo Turtles tişörtlerini alanlar beş deniz kaplumbağası evlat edinerek projeye katkı sağlıyor. Tüm müşteri gruplarımız için özel tasarlanan tişörtler, Türkiye'nin yanı sıra Amerika, Kanada ve Almanya'daki online mağazalarımızda satılıyor. Her yıl binlerce müşterimiz aldığı tişörtler ile projenin gönüllü elçisine dönüşüyor. Üniversitelerde yaptığımız farkındalık seminerlerinin de eklenmesiyle desteğimiz, projenin bilinirliği açısından daha da etkili hale geliyor ve her yıl projeye gönüllü başvurularının artmasına katkıda bulunuyor. COVID-19 sebebiyle 2020 ve 2021 yılında projeye sadece üniversite gönüllüleri katılarak destek sağladı.

⁵ World Wildlife Foundation, Living Planet Report 2020



	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yuva Sayısı	1.998	2.111	2.478	2.283	2.069	2.165	3.191	3.850
Ergin kaplumbağa yumurta sayısı	149.850	151.992	183.372	157.527	144.830	155.880	232.943	300.300
Yumurtadan çıkan yavru sayısı	75.824	75.540	106.172	81.284	79.512	77.472	130.914	168.000
Denize ulaşabilen yavru sayısı	56.643	64.901	92.236	69.942	63.291	66.561	114.375	150.800

"Hızlı sanayileşme ve artan nüfusa bağlı olarak iklim değişikliği, çevre kirliliği, habitat ve biyolojik çeşitlilik kaybı insanlığın geleceğini tehdit ediyor ve bu konuda aksiyon alınmasını gerekli kılıyor. Mavi ile yürüttüğümüz, 2014'te başlayan İndigo Turtles projesiyle deniz kaplumbağaları başta olmak üzere doğanın korunması konusunda çalışıyoruz. Mavi'nin de desteğiyle yıllardır yüz binlerce deniz kaplumbağasını denizle buluşturuyoruz. Aynı zamanda bu proje sayesinde biyolojik çeşitliliğin korunmasına dair toplumsal farkındalık arttı. İndigo Turtles projesine her yıl katılmak isteyen gönüllülerin sayısındaki yükseliş de toplumda artan bilinci gözler önüne seriyor.**"**

Dr. Ali Fuat Canbolat, Ekolojik Araştırmalar Derneği (EKAD) Başkanı



07 DENİM DÖNÜŞTÜRÜYORUZ

7.1 Kalite Önceliği

- Ürün Kalitesi ve Güvenliği
- Perfect Fit Stratejisi
- Müşteri Memnuniyeti ve İletişim

7.2 Denim İnovasyonu

- All Blue: Mavi'nin En Sürdürülebilir Koleksiyonu

7.3 İnovasyon İş Birlikleri

7.4 Sorumlu Ham Madde Tedariki

DÖNÜŞTÜRÜYORUZ

Yenilikçi özgün fikirlerimiz ve teknolojinin gücüyle denimi dönüştürüyoruz. Kaliteli ve sürdürülebilir ürünlerle müşterilerimizi sürdürülebilirlik dönüşümüne ortak ediyor ve tüketim alışkanlıklarını değiştiriyoruz. Döngüsel ekonomi modelini temel alan, çevresel etkisi düşük yenilikçi ürünlerin tüm sektöre ilham vermesini hedefliyoruz. Bu bakış açımızı inovasyon iş birlikleriyle besliyor, ortaklıklarla sürdürülebilir modanın geleceğine yön veriyoruz. Sorumlu ham madde tedariki ve üretimle bu dönüşümü tarladaki üreticiden son tüketiciye kadar değer zincirinin her alanına yayıyoruz.

7.1 KALİTE ÖNCELİĞİ

Kuruluşumuzdan bu yana Perfect Fit anlayışımızla müşteri beklentilerini en doğru fiyat-kalite dengesiyle karşılıyoruz. Bunu bir adım daha ileri taşıyarak hem kaliteli hem de sürdürülebilir ürünleri tüm müşterilerimiz için erişilebilir kılmayı amaç edindik. Doğaya saygılı All Blue koleksiyonumuzla tüketicilerin daha iyi tercihler yapmalarında rol oynuyoruz.



ÜRÜN KALİTESİ VE GÜVENLİĞİ

Mavi olarak, değer zinciri boyunca yüksek standartlarımızı koruyarak müşterilerimize en kaliteli ve güvenli ürünleri sunmayı amaçlıyoruz. Global Satın Alma Direktörlüğü'ne bağlı çalışan uzman kalite kontrol ekibimiz, ürünlerimizin kalitesi ve güvenliğinden sorumlu olarak üretimden dağıtıma kadar düzenli kalite kontrol işlemlerini yapıyor. Üretim esnasında ara kontrol ve üretimi tamamlanan ürünler için final kontroller, Mavi Kalite kontrol ekibi ve akredite bağımsız gözetim kuruluşları tarafından gerçekleştiriliyor.

Düzenli olarak tedarik zincirinde bulunan şirketlerin kalite ölçüm ve puanlamalarını yapıyoruz. Üreticilerimizin belirtilen kalite ve güvenlik standartları ve prosedürleri çerçevesinde üretim yapmalarını güvence altına alıyoruz. Bu standartların prosedür haline getirildiği Mavi Üretici El Kitabı'nı tedarikçilerimiz ile paylaşıyoruz. Bu standartlar Global Satın Alma Prensipleri, Kumaş Performansları Standartları, Ekolojik ve Fiziksel Test Matrisleri, Denetim Prosedürü, Hata Tanımlamaları, Hata Örnekleri ve Ölçüm Kılavuzu'ndan oluşuyor.

Numune aşamasında fit, performans ve işlevselliğe uygun ürün teknikleri geliştiriyoruz. Ayrıca müşterilerimizin geri bildirimlerini değerlendiriyor, ürün geliştirme ve tedarik ekiplerimizle yaptığımız çalışmalar ve üreticilerimizle gerçekleştirdiğimiz iyileştirmeler sonucunda üst düzey ürün kalitesini ve müşteri memnuniyetini hedefliyoruz.

Üretilen her kumaş, model ve ona bağlı farklı opsiyonları uluslararası test laboratuvarlarında testlere tabi tutuyoruz. Uluslararası kuruluşların belirlediği dünya standartlarını birebir takip ediyoruz. Ürünlerimizin bildirilen standartlara uygun üretildiğini kontrol etmek amacıyla üreticilerimizden kimyasal madde analizleri ve kalite performans testleri talep ediyoruz. Ürünlerimiz, numune aşamasından başlayarak üçüncü taraf laboratuvarlarda kimyasal seviyeleri bakımından testlerden geçiyor. Ayrıca AB kimyasal mevzuatı (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals-REACH) kapsamında olan kimyasallara karşı da tedarikçi sorumluluğunda ham madde aşamasından itibaren testler yapılıyor. Belirlenen kriterlere göre, onaylanan test laboratuvarlarında her modeli test ediyor, test raporlarını değerlendiriyor ve onay verilen ürünlerin sevkiyatını gerçekleştiriyoruz. Her birim ürünümüzü mutlaka teste tabi tutuyoruz. Uygun olmayan ürünleri iptal ederek alımını gerçekleştirmiyoruz.

mavi
allblue

no filter
all vegan
less water
much love!



PERFECT FİT STRATEJİSİ

Perfect Fit yaklaşımımız, müşteri ihtiyaçlarını yakından izleyip anlama ve beklentileri en doğru fiyat-kalite dengesiyle karşılama temellerine dayanıyor. Faaliyet gösterdiğimiz tüm ulusal ve uluslararası pazarlarda, güncel moda trendlerini takip ederek hedef kitlemizin ihtiyaçlarına optimum seçenekler sunabilme kapasitemiz, kadın ve erkekte orta üst ve premium sınıfta fiyat konumlama olanağı yaratıyor. Bu unsurlar, uluslararası pazarların en kaliteli ürünlerini sunan denim odaklı lifestyle markası olmamızı sağlıyor.

2020’de genişleyen sürdürülebilir ürün koleksiyonumuz All Blue’yu; yeni teknolojik kumaşlarla rahatlığı en üst seviyeye taşıyan Efsane Jean Serisi’ni; her yaş grubu, stil ve bedene mükemmel uyan 15 yeni kadın jean fit’ini; zenginleşen sporty line’ımız Team Mavi’yi müşterilerimizle buluşturduk. Jean’in yanı sıra casual giyim alanında sunduğumuz ürünlerle, alışveriş davranışının değiştiği ve rahat-şık tarzın ön plana çıktığı salgın döneminde, her tip müşterimizi anlayıp ihtiyaçlarına yanıt vererek bu alanda fark yaratmaya devam ettik. Kadın müşterilerimizde pazar payımızı korurken erkek müşterilerde pazar payımızı artırdık.

%20 pazar payıyla Türkiye denim pazarının lideri olarak hazır giyim pazarında kadın ve erkek giyimin ilk dört markası arasındayız. Marka bilinirliğinde ilk sırada yer almanın yanında, kadın ve erkek tüketicilerin en çok tercih ettiği jean markası olarak da öne çıkıyoruz. Farklı kültürlerden gelen tasarım ekibi ile teknik uzmanlıkla güçlenen Ar-Ge ekibinin yetkinliği sayesinde, tüm pazarları kapsayan geniş denim koleksiyonumuzda 200’ün üzerinde fit ve 1.500’ün üzerinde model seçeneği bulunuyor. Jean fit’leri ve müşteri demografisi matrislerinin analizinde kullanılan CRM uygulamalarıyla rakiplerimizden ayrışıyoruz. Küresel salgın döneminde de en iyi yaptığımız işe odaklanarak değişimi jean kültürü üzerinden yorumlamaya ve jean’de inovasyonla liderliği korumaya devam ettik.

mavi
allblue

no filter
all vegan
less water
much love!



MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE İLETİŞİM

En öncelikli konularımızdan biri “En Mutlu Mavi Müşterileri”ni yaratmak. Müşteri memnuniyetini her zaman odak noktasına koyduğumuz bu anlayışı sahaya yayabilmek için GoCustomer adında özel bir proje grubu oluşturduk. Pazarlama, insan kaynakları, satış ve eğitim departmanlarımızdan çalışanların aktif olarak yer aldığı proje grubu, yıl boyunca müşterilerimize üst düzey ürün ve servis kalitesiyle mükemmel bir alışveriş deneyimi sunmak üzere çalışmalarını yürütüyor.

2007 yılında hayata geçirdiğimiz ve sektörde sınıfının en gelişmiş örneği olan müşteri sadakat programımız Kartuş’a üye olan 8,1 milyon müşterimiz bulunuyor. Kartuş verilerini etkin bir şekilde kullanarak müşterilerimizin beklenti ve ihtiyaçlarına en uygun fırsat ve avantajları geliştiriyor; müşteri frekansını, sepet tutarını ve yaşam boyu değerini artırmaya yönelik kişiselleştirilmiş kampanya ve iletişimler yürütüyoruz.

Müşterilerimizin değişen ihtiyaçlarına ve beklentilerine yanıt vermek önemli bir rekabet avantajı yaratıyor. İnsan kaynağından veri tabanlı araçlara kadar becerilerini ve varlıklarını, değişen tüketici davranışlarını anlamak üzere kurgulayan şirketlerin değişen koşullara hızla uyum sağlayabildiğini görüyoruz. Mavi olarak, moda sektörünün hızla değişen dinamiklerini, kaliteden ve müşterilerimizde yarattığımız marka itibarından ödün vermeden yakalıyor; “En Mutlu Mavi Müşterileri”ni yaratmaya devam ediyoruz. Bu çabamızın bir sonucu olarak 2020 yılında, A.C.E. Awards (Mükemmel Müşteri Memnuniyeti Başarı Ödülleri) kapsamında, hazır giyim kategorisinde altın ödüle layık görüldük.

Mavi müşterilerine her zaman daha iyi bir deneyim sunmak ve müşteri memnuniyetini artırmak için alışveriş ve geri bildirim kanallarını da dijitalleşme yoluyla çeşitlendiriyor ve zenginleştiriyoruz. 2020’de SAP geçişiyle başlayan dijital dönüşüm ile tüm departmanların iş yapış şekillerini yeniden tasarlayarak operasyonlarımızı daha verimli ve dijital hale getirdik.

Müşterilerimiz ürün ya da hizmetlerle ilgili geri bildirimlerini, Mavi’yle ilgili düşüncelerini, her türlü önerilerini, telefon, e-posta, sosyal medya kanalları ve mağazalar aracılığıyla bize iletebiliyor. 2019 yılı Kasım ayında önemli bir organizasyonel değişiklik yaparak Global Bilgi’yle gerçekleştirdiğimiz anlaşma ile şirket bünyemizdeki çağrı merkezini farklı bir uzmanlıkla yönetmeye başladık. Bu yeni kurguya göre merkez ofisimizdeki müşteri ilişkileri ekiplerimiz hizmetlerine devam ederken, çağrı merkezimizde 48 kişiden oluşan Mavi’ye özel bir ekip bulunuyor. Mağazalar ve e-ticaretteki müşteri çağrı merkezi süreçlerini entegre eden yapıyla birlikte müşterilerimize yedi gün boyunca 08:00-00:00 saatleri arasında hizmet veriyoruz. Çağrı merkezi ekibimiz, Mavi’ye ulaşan tüm bilgi akışını yönetiyor ve gerekli aksiyonları alarak müşterilerimize yanıt veriyor. 2020’de Mavi’ye iletilen şikâyetlerin %89’unu çözüme kavuşturduk. Çağrı merkezi üzerinden müşterilerimizle yaptığımız memnuniyet anketinin sonucuna göre, 2020 itibarıyla müşteri memnuniyetimiz %91,79 olarak gerçekleşti.



En mutlu Mavi müşterilerimizden biri

“ Üniversiteyi İlk kazandığım yıllarda Mavi Jeans markası da henüz yeni doğmuştu.

Daha yeniydi, tazeydi bizim gibi; kıpır kıpırdı...

İşte 1991 yılında aldım ilk Mavi Jeans pantolon ve montumu ki o zaman logosu da farklı idi (montumun, pardon :) artık kızımın montunun üstünde logo hala duruyor).

Harika bir Türk markası doğmuştu.

Kızım bu yıl Ege Üniversitesi Moda Tasarımı bölümünü kazandı ve benim eski montuma bayılıyor ve üstünden hiç çıkartmıyor.

Annesini o montla ilk öpmüştüm, ilk gezilerimiz heyecanımız o montla olmuştu. Bilse...

Evet 30 yıllık hikayesi var bizde.

Sizi de ortak etmek istedim bu mutluluğumuza.

Sevgiler, selamlar ”

Mavi’de müşteri ilişkilerini, EN 15838-Müşteri İletişim Merkezleri Hizmet Sağlama Gereklikleri ve ISO 10002 Müşteri Memnuniyet Yönetimi Sistemi Sertifikası çerçevesinde yönetiyoruz. Mağazalarımızda satış danışmanı ve yöneticilerine; müşteri psikolojisi, müşteri itirazlarını yönetme, en mutlu Mavi müşterisi, kusursuz alışveriş deneyimi, müşteri ilişkileri yönetimi, yeni nesil müşteri deneyimi gibi konularda 16.111 saat müşteri ilişkileri eğitimleri verdik. Tüm mağazalarımızın uymak zorunda olduğu kuralları içeren bir Müşteri İade ve Değişim Prosedürü de bulunuyor.

Müşterilerimizin sosyal medyada Mavi hakkında yaptığı paylaşımları takip edebilmek üzere üçüncü taraf bir şirketten hizmet alıyoruz. Bu hizmet sayesinde, Mavi’yle ilgili çok sayıda görüş toplayabiliyor ve cevap verilmesi gereken konulara hızlıca geri dönüş yapabiliyoruz. Hakkımızda sosyal medyada paylaşılan içeriklerin ve yapılan konuşmaların %90’dan fazlası olumludur.

Ürünlerimiz ve reklam kampanyalarımızla ilgili düzenli olarak yaptığımız araştırmalarla, Mavi markasının tüketici algısındaki konumu ve müşteri alışveriş alışkanlıklarıyla ilgili bilgi topluyoruz. Mavi mağazalarını ve bayilerini kapsayan gizli müşteri araştırmalarımız ise her bir perakende satış noktasını denetleyebilmemizi ve verdiğimiz hizmet kalitesinin raporlanıp takip edilebilmesini sağlıyor. Gizli müşteri anketleri ile Net Tavsiye Skoru’nu (NPS) takip ediyoruz. 2020’de gizli müşteri anketinin sonucu perakende ortalamasının üzerinde bir skorla, NPS 41,6 olarak gerçekleşti.

Bilgi Güvenliği Politikası kapsamında bilgi güvenliğinin gerçekleştirilmesi, işletimi, izlenmesi, gözden geçirilmesi, bakımı ve iyileştirilmesi için gereken aksiyonları alıyoruz. Ayrıca müşterilerimiz, Kişisel Verilerin Korunması Aydınlatma Metni’ne mağazalarımızdan, [web sitemizden](#), Mavi mobil uygulaması veya çağrı merkezi üzerinden her zaman erişebiliyor.

7.2 DENİM İNOVASYONU

En iyi denimin sürdürülebilir denim olduğuna inanarak, Ar-Ge ve ürün geliştirme süreçlerine yönelik yatırımlarımızı artırıyoruz. Sürdürülebilir koleksiyonumuz olan All Blue'yu insan, doğa, inovasyon, dijitalleşme ve verimlilik üzerine kurduk. Yenilikçi yöntemlerle geliştirilen; daha az su, kimyasal ve enerji tüketen ve geri dönüştürülmüş, ileri dönüştürülmüş ve organik malzemeler içeren All Blue koleksiyonu ile sektörde denim inovasyonu gerçekleştirmeye devam ediyoruz.

Türkiye'nin denim kumaşı ve blue jean üretimindeki Ar-Ge yatırımları ve yenilikçi teknoloji geliştirme konusunda lider konumu, sektöre şekil verme konusunda bize önemli bir avantaj sağlıyor. Denim uzmanlığını yetkin ürün geliştirme ekibiyle birleştirerek, Türkiye'deki kaliteli tedarik ekosisteminden en iyi şekilde yararlanıyoruz. Denim alanındaki yenilikçiliğimizle, pazardaki kalite ve fiyat seviyesini belirlemede rol sahibiyiz. Teknik uzmanlıklarıyla moda trendlerini, marka ve müşteri için en doğru şekilde yorumlamak tasarım ve ürün ekiplerimizin önceliğini oluşturuyor. Müşteriye yaşatmak istediğimiz yumuşaklık, rahatlık ve giyim konforunu sağlayabilmek amacıyla tedarikçilerimizle birlikte, detaylı kumaş araştırma, ürün deneme ve giyim testlerini içeren Ar-Ge çalışmaları yürütüyoruz.

2020'de Ar-Ge'ye ayrılan bütçe, ciromuzun %1,4'ünü oluşturdu. Sürdürülebilir ürün kategorisindeki ürünlerden elde edilen gelirimiz de ciromuzun %6,07'sine ulaştı. All Blue koleksiyonumuzun gelirleri ise önceki yıla göre %39 arttı. Toplam denim ürünlerimizin %2,3'ünün üzerinde LCA* değerlendirmesi gerçekleştirdik. Beyaz yaka çalışanlarımızın da %3'ünü Ar-Ge birimi çalışanlarımız oluşturuyor.

*LCA ile ilgili detaylı bilgiye [Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi](#) bölümünden ulaşabilirsiniz.

2020 Yılında Mavi'nin Denim İnovasyonları:

- Gold koleksiyonundaki TENCEL™ kumaşlar için Lenzing ile iş birliğimiz devam etti. Lüks elyaf karışımları ile (TENCEL™, viskon, modal vb.) yumuşak ve yüksek kaliteli görüntü sunduk.
- Özel görüntüye sahip kumaş ve yıkamalar, yeni tekniklerle geliştirilen aksesuarlar ve detaylarla, sokak modasının en güncel öğelerini yeniden yorumlayarak Street ICON Kadın Denim Serisi'ni yarattık.
- 2020 Sonbahar/Kış ve 2020 İlkbahar/Yaz koleksiyonumuzda yer alan A.C.A.İ.P modeline özel olarak tasarladığımız yeni teknolojili lastik kemer ile her ölçüde bedene tam oturan ve giyim konforunu artıran denim geliştirdik.
- Tekno-reflektör detaylarıyla tasarladığımız Mavi Black Pro koleksiyonu ile erkek ürün grubunda son moda, genç ve konforlu bir giyim deneyimi sunduk.
- KRMZBYZ ile modernize şerit, KVNÇ ile yeni baskı tekniği, TOKK ile giyim konforlu gerçek denim görüntüsü taşıyan Efsane Jean Serisi'ni tasarladık.

"Sürdürülebilir moda, bugün artık bir moda trendinin ötesinde çevreye duyarlı tüketicilerin yaşamının bir parçası olarak konumlanıyor. Mavi, tüm iş süreçlerinde yürüttüğü sürdürülebilirlik uygulamalarıyla Türkiye'deki öncü hazır giyim markalarından biri. Sürdürülebilirlik yol haritası çizerek, kaliteden ödün vermeden sürdürülebilir materyaller ve üretim teknikleri kullanıyor, tüm bunları yalın ve şeffaf bir şekilde tüketiciyle paylaşıyor. TENCEL™ markası olarak Mavi ile çalışmaktan mutluluk duyuyoruz."

Bengi Ergon Kaya, Lenzing Türkiye Pazarlama Müdürü – TENCEL™





ALL BLUE: MAVİ'NİN EN SÜRDÜRÜLEBİLİR KOLEKSİYONU

Mavi'nin sürdürülebilir ürün koleksiyonu All Blue, doğaya olan sevgimizi farklı şekillerde yansıtırken tüketicilerde de sürdürülebilir ürünlere yönelik bilinç oluşturarak alışveriş alışkanlıklarının dönüşümünü tetikliyor. Geçtiğimiz yıl iki kat büyüttüğümüz All Blue, inovatif tekniklerle daha az su ve enerji harcanarak, sürdürülebilir ve yeniden hayat bulan malzemelerle üretiliyor.

Mavi All Blue koleksiyonundaki ürünlerde; organik, geri dönüştürülmüş ya da BCI sertifikalı pamuk, geri dönüştürülmüş polyester, TENCEL™ modal ve liyosel, pamuklaştırılmış kenevir ve ileri dönüştürülmüş sürdürülebilir malzemeler kullanılıyor. Kumaş karışımlarındaki sürdürülebilir elyaf içeriği, Mavi'nin kalite önceliği, tasarım anlayışı ve ürün performans özellikleri göz önünde bulundurularak şekilleniyor.

All Blue ürünleri sürdürülebilir elyaf özelliklerinin yanı sıra konvansiyonel üretim tekniklerine göre daha az su ve daha az enerji harcayan verimli teknolojilerle üretiliyor. Stratejik iş ortakları ERAK ve Tayeks ile iş birliği yapılarak, su, enerji ve kimyasal tüketimini azaltan E-flow teknolojisi; ürün standardını sağlayan, kimyasal kullanımını azaltan ve işçi sağlığını koruyan lazer teknolojisi; yıkama kimyasallarının makinelere eklenme sürecinde kişiye bağlı yanlış ve fazla kimyasal kullanımını ortadan kaldıran dozajlama sistemi kullanılıyor. Bu süreçler, EIM Score ve LCA gibi çevresel etki ölçümleme metodları kullanılarak değerlendirilebiliyor.

Sürdürülebilir yöntemlerle geliştirdiğimiz bu ürünler %100 vegan olma özelliği taşıyor, etiketlerinde ise geri dönüştürülmüş içerikli kâğıt kullanılıyor.

Sürdürülebilirlik konusunda üstlendiğimiz öncü rol, müşterilerimiz tarafında karşılık bulurken uluslararası alanlarda da takdir ediliyor. All Blue, 2021 yılında global denim modasında sürdürülebilir çözümleri benimseyen, en yenilikçi ve yaratıcı markaların ödüllendirildiği The Rivet Awards kapsamında "En Sürdürülebilir Koleksiyon" ödülüne layık görüldü. Dünyanın en önemli sektörel yayınlarından Sourcing Journal'a bağlı Rivet, Las Vegas fuarı boyunca denim tasarımı, ürün geliştirme ve sürdürülebilirlik konusunda yaptığı yeniliklerle fark yaratan markaları değerlendirdi. Yapılan değerlendirmeler sonucu yedi farklı kategoride en iyi jean markaları ödüllendirildi. Mavi, 2019'da da The Rivet Awards tarafından aynı kategoride ödüllendirilmişti.

2020 Yılında Sürdürülebilir Ürün Odak Alanları

- Çevre dostu ürünler geliştirmeyi ve sürdürülebilir ürün koleksiyonunu her yıl genişleterek devam ettirmeyi hedefliyoruz.
- Sonbahar 2020 sezonunda All Blue denim koleksiyonumuzu iki kat büyüttük.

- Kumaşlarımızda geri dönüştürülmüş ve organik ham madde kullanımını artırdık. (2020 İlkbahar/Yaz koleksiyonuna özel, atık kumaşlardan iki ileri dönüştürülmüş (upcycled) ürünü müşterilerimizle buluşturduk.)
- Kumaş, yıkama süreçleri ve aksesuarlarda su, enerji ve kimyasal kullanımını azalttık.
- Çevreye duyarlı elyaflar sunan TENCEL™'in koleksiyonlardaki kullanımını artırdık.
- Ürünlerimiz üzerindeki eskitme işlemlerinde yıkama yerine geçen lazer kullanımını artırdık. (2019'a kıyasla %2 artarak %54'e ulaştı.)
- Ürünlerimizin üzerinde yer alan aksesuarlarda tamamen vegan malzemeler kullandık.
- All Blue koleksiyonumuzdaki ürünlerin tamamında yer alan kemer içi dokuma etiketlerde en az %60 geri dönüştürülmüş iplik kullandık.
- FSC belgesine sahip kâğıt etiket üreticilerini tercih ettik.
- Ürün üzerinde kullanılan kâğıt malzemelerde ortalama %50 geri dönüştürülmüş ve geri dönüşüme uygun kâğıt kullandık.
- Kullanılan jakron arka etiketleri FSC sertifikalı ham maddeleri kullanarak ürettik.
- 2020 Sonbahar/Kış ve 2020 İlkbahar/Yaz sezonlarında küresel pazarlar için geliştirdiğimiz numune sayısını %18 azalttık ve koleksiyon hazırlama süreçlerimizi daha verimli hale getirdik.

DOĞA DOSTU ÜRÜNLER

Doğa Dostu" koleksiyonumuz toprak, enerji ve su kaynaklarını korumak amacıyla organik pamuk ve geri dönüştürülmüş iplikten ürettiğimiz ürünlerden oluşuyor. Çevreye karşı sorumlu olmaya dikkat çeken grafikleri ile bu özel ürün grubumuzu her sezon genişletmeye devam ediyoruz.

"Geri dönüştürülmediği takdirde, doğada yok olması 400 yıldan fazla sürecektir olan atık PET şişeler, Mavi ve Unifi iş birliğiyle Mavi Pro Sport Repreve® ürünlerinde yeniden hayat buluyor. Bu sayede Mavi, ürünlerinde karbon ayak izini azaltıyor ve çevresel sürdürülebilirlik yönünde önemli bir adım atmış oluyor."

Özgür Atsan, Unifi Türkiye Genel Müdürü

7.3 İNOVASYON İŞ BİRLİKLERİ

Faaliyet gösterdiğimiz sektörün sürdürülebilirlik dönüşümünde ve inovasyonun tetiklenmesinde iş birlikleri kilit rol oynuyor. Etki alanımızı genişletmek ve sektöre ilham vermek üzere farklı markalarla, tasarımcılarla ve üniversitelerle inovasyon alanında iş birlikleri yapıyoruz.

Geri Dönüşümün En Yeni Hali: Mavi Pro Sport Repreve® Koleksiyonu

All Blue sürdürülebilirlik stratejimizi "Mavi Dönüşüm Başladı" söylemiyle 2021'de daha da ileriye taşıyoruz. Sürdürülebilir bir gelecek için doğaya saygılı ürünler geliştirmeye devam ederken, 593.750 plastik şişenin geri dönüştürülmesiyle elde edilen Repreve® karışımı kumaşlarla Mavi Pro Sport koleksiyonunu tasarladık. Pro Sport'taki ürünlerin her birinde sekiz adet geri dönüştürülmüş pet şişe kullanıldı.

En gelişmiş geri dönüşüm tesislerinin başında gelen Unifi tarafından, Repreve® adındaki geri dönüştürülmüş polyesterden üretilen doğa dostu kumaşlar; her an nefes alıyor, nem ve ısıyı düzenliyor, OEKO-TEX EK-6 Hijyen sertifikasıyla üst düzey sağlık ve hijyen şartları sunuyor.

Mavi Pro Sport Repreve® Koleksiyonu;

- Geri dönüştürülmüş pet şişelerden oluşmuş Repreve® karışımı sürdürülebilir kumaş,
- Her an nefes alan doku, nem ve ısı düzenleme,
- Hareket performansını artıran teknoloji ve inovasyon,
- Yüksek elastikiyeti sayesinde gün boyu formunu koruyan esnek yapı,
- Mavi Black Pro'nun dikkat çekici detayları ve Sporty jean'lerin rahatlığı,
- OEKO-TEX EK-6 Hijyen sertifikasıyla üst düzey sağlık ve hijyen şartlarına uygunluk özelliklerini taşıyor.

Aynı zamanda daha az su ve daha az enerji harcanarak üretilen All Blue koleksiyonunun bir parçası olan Mavi Pro Sport Repreve® %100 vegan. Bu koleksiyon, tamamı doğa dostu ürünleri içermesinin yanı sıra yüksek elastikiyeti sayesinde gün boyu formunu koruyan ve hareket performansını artıran teknolojisiyle çok rahat ve şık bir deneyim de sağlıyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR GELECEK İÇİN “MAVİ DÖNÜŞÜM” BAŞLADI

Geri dönüştürülmüş plastik şişeler
Mavi'nin 30 yıllık uzmanlığıyla jean oldu.



mavi
Geri dönüşümün en yeni hali

#maviallblue

Les Benjamins X Mavi

2021'de lüks sokak giyim markası Les Benjamins ile SS21 özel koleksiyonu için iş birliği gerçekleştirdik. Mavi'nin 30 yıllık denim arşivinden ilham alan koleksiyonda Les Benjamins'in kentsel çizgi ve halı desenleri, jean'in işlevselliği, güncelliği ve her dönem gençlikle birleşen değerleri sürdürülebilir malzemelerle buluştu. Kadın ve erkekler için ayrı tasarlanan yaklaşık 50 parçalık koleksiyondaki denim ve non-denim ürünlerin tamamı organik, geri dönüştürülmüş ve doğa dostu malzemelerle sunuldu.

Coca-Cola x Mavi

Coca-Cola ile yaşanabilir bir geleceğe katkıda bulunmak amacıyla iş birliği yaptık. Coca-Cola Vakfı, Doğa Koruma Merkezi (DKM) ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın (UNDP) ortak ve pilot çalışması olan Kollekt kapsamında Kemer'de pet şişeler toplandı. Bu pet şişeler, Coca-Cola X Mavi Koleksiyonu'nda kullanıldı. Koleksiyon, doğaya saygısını farklı şekillerde ifade eden, geri dönüştürülmüş PET, pamuk veya %100 organik pamuktan üretilmiş dokuz farklı tişörtten oluşuyor.

Üniversite İş Birliği

Doğal ham madde içeren boyalar ile renklendirilmiş, sürdürülebilir ve doğa dostu bir ürün grubu yaratmak üzere Marmara Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü ile iş birliği gerçekleştirdik. Denim dışı ürün gruplarını kapsayan, Örne Yüzeylerin Renklendirilmesinde Sürdürülebilir Yaklaşımlar isimli proje ile sürdürülebilir moda tasarımı yaklaşımına uygun ve çevre kirliliğine etkisi düşük ürünler tasarlanmasını hedefliyoruz.

"Orta Anadolu olarak amacımız kaynaklarımızı verimli kullanarak, uzun ömürlü, dayanıklı, yüksek kalitede ve düşük çevresel ayak izli döngüsel ürünler üretmek, insana ve çevreye duyarlı bir denim ekosistemi yaratmak. Hızlı moda akımı ve kullan at tüketim modeline karşıyız. Bizim ürettiğimiz, sizin sattığınız, tüketicilerin satın aldığı ürünler çok değerli. Onlarla güzel zaman geçirilsin, değerli hatıralar yaşansın istiyoruz. Uzun ömrünü tamamlayan kıyafetler de tekrar sisteme ham madde olarak dönebilsin. Bizler bu amaçla üretimimizde kullandığımız her kaynağın sonsuz kullanımı ve yeniden dönüşümü hedefiyle teknolojik harikalar yaratacak yeni nesil sürdürülebilirlik çözümlerine yatırımlar ile her geçen gün daha da güçleniyoruz. Bu yolda bizlerle aynı vizyona sahip çözüm ve iş ortakları ile çalışmanın ve işbirliklerinin gücüne inancımız tam. Sürdürülebilir bir gelecek için çıkılan bu yolda, bütüncül bir bakış açısı ile kaliteyle sürdürülebilir büyüme hedefini misyon edinen Mavi ile de yan yana yol almaktan dolayı gururluyuz."

Dr. Sedef Uncu Akı, Direktör, Orta Anadolu



7.4 SORUMLU HAM MADDE TEDARİKİ

Üreticilerin ham madde seçimlerinde sorumlu davranmalarını teşvik ediyor, üretim süreçlerini dönüştürüyoruz. Mavi ürünlerini oluşturan bileşenlerin içinde sürdürülebilir malzeme oranlarını (organik, geniş dönüştürülmüş ve BCI sertifikalı pamuk, geri dönüştürülmüş metal vb.) takip ediyor ve sürekli artırıyoruz.

2021 yılında OCS ve RCS sertifikalarını alarak organik ve geri dönüştürülmüş içeriği tedarik zinciri boyunca kanıtlanmış ürünleri satışa sunma hakkı kazandık. RCS sertifikası geri dönüştürülmüş, OCS sertifikası ise organik olarak yetiştirilen içeriği doğrulayarak, bu içeriklerin kaynaktan nihai ürüne kadar izlenebilmesini sağlıyor. 2022'den itibaren yeni koleksiyonlarımızda RCS ve OCS sertifikası olan ürünlerimizi müşterilerimizle buluşturmayı hedefliyoruz. İki büyük tedarikçimiz olan ERAK ve TAYEKS ile birlikte Rimaks'ın da Global Organic Textile Standard (GOTS) ve OCS uluslararası sertifikaları bulunuyor. Toplamda 24 tedarikçimiz organik ürün üretebiliyor.

2022 yılında ayrıca BCI sertifikalı pamuk kullanarak, dünyanın en iyi pamuk üretim programları arasında gösterilen bu küresel girişimi desteklemeyi planlıyoruz. BCI; pamuk üretimini çevresel, sosyal ve ekonomik yönleriyle ele alarak; çiftçileri gerekli bilgi, beceri ve araçlarla donatıyor, tarım uygulamalarını sürekli olarak iyileştirmeyi amaçlıyor. Böylece, bitki koruma uygulamalarının zararlı etkilerinin en aza indirilmesi, su kaynaklarının yönetilmesi ve etkin kullanımı, toprak sağlığına özen gösterilmesi, biyoçeşitliliğin korunması ve geliştirilmesi, lif kalitesinin korunması, tarım çalışanlarının refahının artırılması gibi konulara dikkat ederek üretim yapan çiftçiler, uluslararası geçerliliği olan bir standarda ulaşmış oluyor. Biz de Mavi olarak, pamuk tüketimimizi bunun gibi sürdürülebilir kaynaklardan sağlayarak daha sorumlu ham madde tedariki üzerine yoğunlaşmaya devam ediyoruz.



08

TOPLUM HAREKETE GEÇİRİYORUZ

Mavi'nin Etki Odaklı Dönüştürücü Gücü

HAREKETE GEÇİRİYORUZ

Toplumda ortak değerler yaratmayı amaçlıyor, daha iyiye ulaşmak için Mavi'nin dönüştürücü ve harekete geçiren marka gücünü kullanıyoruz. Toplumsal kalkınma için hiçbir grubun geride kalmaması adına özellikle gençlerin ve kadınların güçlenmesine odaklanıyoruz. Daha iyisi için Mavi'yi tercih eden müşterilerimizi ve diğer paydaşlarımızı bu harekete ortak ediyoruz.

Mavi'nin Etki Odaklı Dönüştürücü Gücü

Mavi'nin marka gücünü kullanarak başta müşterilerimiz olmak üzere paydaşlarımızı harekete geçirmeyi amaçlıyoruz. Müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler, üniversiteler ve STK'ları sürece dahil eden etki odaklı ve ölçülebilir toplumsal projeleri hayata geçiriyoruz.



İndigo Turtles

2014 yılından bu yana Ekolojik Araştırmalar Derneği'nin (EKAD) çalışmalarına destek vererek İndigo Turtles projesi kapsamında 110 milyon yıldır Akdeniz faunasında yer alan ve nesli tükenmekte olan Caretta caretta ve Chelonia mydas türünün korunmasına destek oluyoruz. Birçok zorlukla karşı karşıya kalan yavru kaplumbağaların yalnızca %40'ı suya ulaşabilip her 1.000 yavrudan sadece biri hayatta kalabildiğinden, İndigo Turtles projesiyle deniz kaplumbağalarının hayatta kalma mücadelesini destekliyor ve gönüllülüğün önemi konusunda farkındalık yaratıyoruz. İndigo Turtles kampında gönüllü gençler dört ay boyunca kamp kurarak, ergin dişi kaplumbağaların yumurtalarını dış faktörlerden korumak ve yumurtadan çıkan yavruların denize ulaşmasını sağlamak için her gün yakıcı güneş altında 30 km'lik sahilde hummalı bir çalışma yürütüyor. Türkiye ve dünyanın farklı yerlerinden yüzlerce üniversitelinin yanı sıra çalışanlarımız, müşterilerimiz, bursiyerlerimiz, sosyal medya takipçilerimiz ve marka yüzlerimiz de projede gönüllü olarak yer alıyor. Mavi çalışanlarından bugüne kadar 120 kişi; sosyal medya takipçisi, müşteri ve kadın bursiyerlerimizden ise 41 kişi her yıl haziran-eylül aylarında gerçekleşen İndigo Turtles kampına katılarak çalışmalara destek verdi. Projenin başlangıcından bu yana koleksiyonumuzda yer verdiğimiz İndigo Turtles tişörtlerini alanlar beş deniz kaplumbağası evlat edinerek projeye katkı sağlıyor. Tüm müşteri gruplarımız için özel tasarlanan tişörtler, Türkiye'nin yanı sıra Amerika, Kanada ve Almanya'daki online mağazalarımızda satılıyor. Her yıl binlerce müşterimiz aldığı tişörtler ile projenin gönüllü elçisine dönüşüyor. Üniversitelerde yapılan farkındalık çalışmaları da projenin bilinirliğini sağlayarak her yıl projeye gönüllü başvurularının artmasına katkıda bulunuyor. COVID-19 sebebiyle 2020 ve 2021 yılında projeye sadece üniversite gönüllüleri katılarak destek sağladı.

Mavi Burs Fonu

2016'dan bu yana Türk Eğitim Vakfı aracılığıyla her yıl Mavi'nin yaşı kadar sayıda kız öğrenciye burs sağlıyoruz. 2020-2021 dönemi için 30 öğrenciyi eğitimleri boyunca destekledik. Ayrıca kısıtlı eğitim imkânlarıyla üniversiteye hazırlanarak, yerleştirme sınavında en üst %1'lik dilim içinde olduğu halde Koç Üniversitesi'nde burslu eğitim görme hakkı elde edemeyen bursiyer adaylarına ikinci bir fırsat sunan Anadolu Bursiyerleri Programı kapsamında bir öğrenciye eğitim desteği verdik.

Toplumsal Fayda Yaratan Çalışmalarımız

- "Toplumun Yanı Başındayız" mottosu ile COVID-19 salgınıyla mücadelede üreticilerimizle birlikte koruyucu maske üretimi yaptık. Küresel salgınla mücadelede zorlu şartlarda çalışan sağlık çalışanlarına tıbbi maske ve tulumların yanı sıra temiz giysi sağladık. Toplumsal dayanışma için Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'na maddi destek verdik.

- Temmuz 2021'de gerçekleşen orman yangınlarından etkilenen tüm şehirlerde koordineli ve planlı olarak çalışmalarını sürdüren Ahbap Derneği ve hayvanların kurtarılması, tedavi ve nakliyesi için seferber olan Hayvan Hakları Federasyonu'nun (HAYTAP) çalışmalarını destekleyerek afetten etkilenenlerin yanında olduk.

- Orman yangınları nedeniyle zarar gören bölgelerin tekrar ağaçlandırılması için tüm Mavi ailesi adına TEMA Vakfı'na 25 bin fidan bağışladık.

- Gençlerden ilham alarak başlattığımız sosyal sorumluluk etkinlikleri, onları güçlendirmeyi ve sürdürülebilir bir toplumsal fayda yaratmayı hedefliyor. "Mavi Üniversite Öğrencilerinin Yanı Başında!" sloganından yola çıkarak 2021'de üniversite öğrencilerine ihtiyaç duyabilecekleri ürün ve hizmetlerin ücretsiz sunulmasını sağlayan bir sosyal girişim olan Askıda Ne Var'ın #GençlikYaşamPuanı kampanyasını destekledik. Kampanya kapsamında 100 öğrenci için askıya 250 TL değerinde Mavi hediye çeki bırakarak okula dönüş döneminde üniversite öğrencilerinin yanında olduk.

- Gençlerle birlikte hareket etmenin gücüne inanarak 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nda futbol oyuncusu Merih Demiral'ın katılımı ve Türk Eğitim Vakfı aracılığıyla genç sporcuların eğitimine destek olduk.

- 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı UNICEF Türkiye'nin yürüttüğü her çocuğun eğitime erişimini hedefleyen Kapsayıcı Eğitim çalışmalarını ve Sosyal Ben Vakfı'nın 23 Nisan'a özel hayata geçirdiği müzik, resim, dans, oyun ve icat atölyelerini destekleyerek kutladık.

- Anneler Günü'nde ebeveynlik yolculuklarında annelerin yanında olan ve onları güçlendiren Anne Çocuk Eğitim Vakfı'nı (AÇEV) destekledik.

- Babalar Günü'nde babaların çocuklarıyla daha çok vakit geçirerek sağlıklı iletişim kurabilmesine, onların ihtiyaçları konusunda farkındalık kazanarak şiddet yerine sevgi içeren davranışlar geliştirmesine katkı sağlayan AÇEV'in "Baba Destek Programı"nı destekledik.

- Çevre kirliliğine dikkat çekmek ve çöp körlüğünü yenmek adına tüm dünyada aynı anda düzenlenen ve ülkemizde Let's Do It Türkiye tarafından organize edilen Dünya Temizlik Günü etkinliğinde Mavi gönüllüleri olarak yer aldık.

- 43. İstanbul Maratonu'nda Mavi Koşu Takımı olarak TEMA Vakfı'nın Ağaç Kardeşliği projesi için iyilik peşinde koştuk. Topladığımız bağışlarla çocukların doğa eğitimi almasına ve Hayrettin Karaca Ağaç Kardeşliği Ormanı'nda çocuklar adına fidanların yetişmesine katkıda bulunduk.





09

KURUMSAL YÖNETİM

9.1 İş Etiği

- Rüşvet ve Yolsuzlukla Mücadele

9.2 İnsan Hakları

9.3 Risk Yönetimi ve İç Kontrol Sistemleri

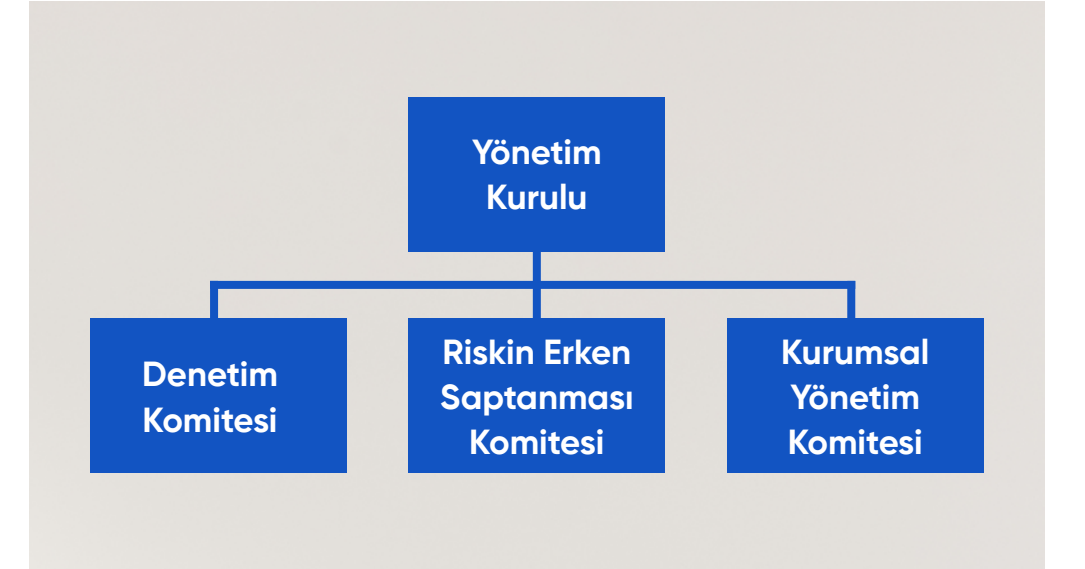
- İç Kontrol ve İç Denetim

KURUMSAL YÖNETİM

Yıllar içerisinde oluşturduğumuz insana ve çevreye saygılı, sorumlu ve kârlı iş modelimiz kurumsal yönetim ilkeleri ile uyumludur. Bu doğrultuda adil, şeffaf, hesap verebilir ve sorumlu bir iş anlayışıyla çalışıyor; çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, yatırımcılar ve hissedarlarımızla birlikte tüm paydaşlarımız için ortak değer yaratmayı amaçlıyoruz.

Kurum kültürümüzün temelinde müşterisine yakın, kaliteli ürünler sunan, işine bağlı çalışanlara sahip, tüketicilerin güvenini kazanmış ve iş ortaklarıyla kalıcı ilişkiler sürdüren bir şirket olmak var. ÇSY alanlarında sürdürülebilir iş modeliyle güçlü kurumsal yönetim anlayışımızı birleştirerek başarılarımızda devamlılık sağlıyoruz.

[Yönetim Kurulu'nda Çeşitlilik Politikası](#) kapsamında üyelerin farklı bilgi, beceri, sektör tecrübesi, profesyonel geçmiş ve görev süreleriyle karar alma süreçlerini geliştireceğine ve tüm paydaşlarına fayda sağlayacağına inanıyoruz. Yönetim Kurulu'nda üçü bağımsız olmak üzere toplam altı üye bulunuyor. Kadın üyeler, Yönetim Kurulu'nun %33'ünü oluşturuyor. Yönetim Kurulu Başkanlığı ve CEO görevleri farklı kişiler tarafından yürütülüyor.



Yönetim Kurulu'na bağlı olarak Denetim Komitesi, Riskin Erken Saptanması Komitesi ve Kurumsal Yönetim Komitesi bulunuyor.

2017'den bu yana halka açık bir şirket olarak paylarımız Borsa İstanbul'da işlem görüyor. Bu çerçevede, Sermaye Piyasası Kurulu'nun (SPK) Kurumsal Yönetim Tebliği kapsamında zorunlu olan tüm kurumsal yönetim ilkelerini işimize hızlıca uyguladık. Zorunlu olmayan ilkelere azami uyum sağlamak için ise yoğun bir şekilde çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bununla birlikte, SPK Sürdürülebilirlik İlkeleri Uyum Çerçevesi'ne ilişkin uyum durumumuzu [2020 Faaliyet Raporumuzda](#) beyan ettik ve ÇSY performansımızı iyileştirmek için atacağımız adımlarla ilgili taahhütte bulunduk.

9.1 İŞ ETİĞİ

Tüm iş uygulamalarında benimsediği ilkelerle ilerleyen, bu sayede tüketicinin güven duyduğu, çalışanların bağlı ve mutlu olduğu, tedarikçilerin saygın iş ortağı konumunda yer alan bir kurumuz. Dürüstlük, adil muamele, yasalara ve etik kurallara tam uyum, kuruluşumuzdan bu yana ödün vermeden devam ettirdiğimiz kurum kültürümüzün temel ilkeleri arasında yer alıyor. Mavi bünyesinde çalışmak; tüm koşullarda profesyonel ve dürüst davranışı, kişisel itibarı marka ve kurumsal yapı itibarından ayrı tutmadan kollamayı gerektirir. Bu nedenle, her Mavi çalışanından kurumsal iş etiğini tümüyle benimsemiş, doğaya saygılı ve sosyal sorumluluk bilincine sahip olmasını bekliyoruz.

Sahip olduğumuz marka itibarını, iş etiği anlamında uygunsuz her türlü davranıştan kaçınarak koruyoruz. Bu kapsamda, [Mavi'de Biz ve İlkelerimiz](#) kitapçığı etik kurallarımızın çerçevesini tanımlıyor, tüm iş süreçlerinde bize yol gösteriyor. Kitapçığı, kurumsal internet sitemiz ve Maviletişim iç iletişim kanalında yayımlayarak tüm ilgili kişilere duyuruyoruz. Çalışanlarımızdan, Mavi'nin etik anlayışını benimsemelerini ve etik kural ve prosedürlere tam uyum göstermelerini bekliyoruz. Etik kurallar, marka çıkarlarını koruma, şirket varlıklarını koruma, gizlilik ve bilgi güvenliği, ayrımcılık yapılmaması, rüşvet ve yolsuzlukla mücadele gibi temel alanları kapsıyor; çalışanların ve yöneticilerin sorumluluklarını belirliyor.

Çalışanlar, iş ortamında etik olmayan bir davranışla karşılaştıklarında Etik Hat aracılığıyla bildirimde bulunabiliyor. Etik Hat tamamen bağımsız bir şirket tarafından işletilen, Mavi çalışanlarının uygunsuzlukları paylaşabildiği ve soru sorabildiği kesintisiz hizmet veren bir destek hattı servisi sunuyor. Çalışanlar, telefon, e-posta veya internet sitesi üzerinden Etik Hat ile iletişime geçebiliyor:

- Etik Hat Tel: 0212 979 70 09
- Etik Hat e-posta: mavi@etikhat.com
- Etik Hat web sitesi: www.remedetikhat.com.tr

Etik Hat'ta her çalışan ana dilinde iletişim kurarak şikâyetini kimliğini açıklama zorunluluğu olmadan iletebiliyor. Yazılı iletişim kurmak isteyerek e-posta gönderenler için tam gizlilik sağlanıyor ve kimliğini saklamak isteyenlerin IP numarası da dahil olmak üzere hiçbir bilgisi Mavi ile paylaşılmıyor.

Etik Hat'ın tüm paydaşlara açılması için çalışmalarımız devam ediyor. [Tedarikçiler İçin Etik Davranış Kuralları](#) kapsamında etik kuralların ihlali ile ilgili şikâyet prosedürümüz bulunuyor. Kuralların ihlali hakkındaki şikâyetler veya ihbarlar isimsiz bir şekilde compliance@mavi.com e-posta adresine iletebiliyor. Ayrıca, müşteriler mevzuata aykırı ve etik açıdan uygun olmayan işlemleri telefon ya da e-posta ile paylaşabiliyor.

Üç asil ve bir yedek üyeden oluşan Etik Kurul, etik kuralların ihlaline yönelik tüm şikâyet ve bildirimlerin değerlendirilmesinden sorumludur. Etik Kurul başkan ve üyeleri, bağlı oldukları bölüm yöneticileri ve kurum içi hiyerarşiden bağımsız ve kimseden etkilenmeden hareket eder. Kurula hiçbir baskı yapılamaz ve alınan kararlar derhal uygulamaya konulur. 2020 yılında Etik Hat'a gelen 127 bildirim tamami hakkında inceleme başlatıldı, 113'ü (%89) çözüme kavuşturuldu. Ayrıca çalışanlarımızın bu konudaki farkındalığını ve bilgi seviyesini artırmaya yönelik çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Merkez ofis çalışanları için "Kurumsal Uyum ve Etik" eğitimi düzenliyoruz. Bu eğitim, [Rüşvet ve Yolsuzlukla Mücadele Prosedürü](#) ve eki mahiyetindeki Hediye ve Ağırlama Kabulüne İlişkin Uygulama Kılavuzu kapsamında iki başlığı içeriyor. 2020'de Mavi'de Kurumsal Uyum ve Etik eğitimine müdür ve üzeri pozisyonda 103 kişi katıldı.

RÜŞVET VE YOLSUZLUKLA MÜCADELE

Mavi'de rüşvet ve yolsuzluğun hiçbir türüne hiçbir koşulda tolerans göstermiyoruz. Rüşvet ve yolsuzluk konusundaki şirket politikasını belirleyen [Rüşvet ve Yolsuzlukla Mücadele Prosedürü](#)'nü kurumsal internet sitemizde ve iç iletişim kanalımız olan Maviletişim'de tüm menfaat sahiplerine duyuruyoruz. Bu prosedürle, faaliyet gösterdiğimiz tüm ülkelerdeki rüşvet ve yolsuzluk karşıtı yasa ve düzenlemelere, etik ve mesleki ilkelere ve evrensel kurallara uyulmasını hedefliyoruz. Prosedür, Yönetim Kurulu üyeleri, Mavi'nin Türkiye'deki ve yurt dışındaki şirketleri, yöneticileri ve çalışanlarının yanı sıra mal ve hizmet aldığı firmaları ve çalışanlarını, Mavi bayilerini ve danışmanlar, avukatlar, dış denetçiler de dahil olmak üzere tüm iş ortaklarını kapsıyor. Yayımlanan [Mavi'de Biz ve İlkelerimiz](#), rüşvet ve yolsuzlukla mücadele konusunu içeriyor, konuya ilişkin prosedürleri açıklıyor.

Rüşvet ve yolsuzlukla mücadele konusundaki başlıca ilkelerimiz şu şekildedir:

- Rüşvet ve yolsuzluk hiçbir koşul altında kabul edilmez.
- Çalışanlar görevlerini yürütürken komisyon ya da başka bir ad altında maddi çıkar sağlayamaz, bu yönde bir teklifte bulunamaz,
- Kamusal ya da özel kişi veya kurumlardan işle ilgili ya da ilgisiz herhangi bir avantaj sağlamak amacıyla, doğrudan ya da aracı kullanarak hiçbir avantaj teklifinde bulunamaz, sözlü ya da yazılı anlaşma yapamaz,
- Üçüncü kişi ve kurumlarla ilişkilerinde ayrıcalık sağlama karşılığı avantajlı durum yaratamaz ve bu yönde teklifleri kabul edemez,
- Farklı bir niyetle yaptığı davranışın bile bu yönde şüphe ve izlenim uyandırmaması için azami dikkat gösterir.

[Tedarikçiler İçin Etik Davranış Kuralları](#)'nda ise rüşvet ve yolsuzlukla mücadele doğrultusunda tüm iş ortaklarımız ve çalışanlarımızın her türlü kişisel bağımlılık, yükümlülük veya etkilenmeden kaçınacak şekilde davranmakla yükümlü olduğunu belirtiyoruz. Tüm çalışanlarımızın ve iş ortaklarımızın özellikle adalet anlayışıyla ve yürürlükteki ulusal ve uluslararası düzenlemelerle tam uyum içinde profesyonelce davranmasını bekliyoruz.

Tedarikçilerle ve resmi kurumlarla ilişkileri, ödeme, insan kaynakları, muhasebe ve satın alma süreçlerini yüksek yolsuzluk riski taşıyan faaliyetler olarak değerlendiriyoruz. Yüksek risk içeren operasyonel süreçlerin yönetimini Denetim Komitesi gerçekleştiriyor. Her yıl bağımsız Yönetim Kurulu üyelerinden oluşan Denetim Komitesi onayı ile denetim takvimi hazırlanıyor. 2020 yılı içerisinde yolsuzluk riski içeren süreçlerin %75'i denetimden geçti ve bulgular şirket üst yönetimi ve Denetim Komitesi ile paylaşıldı. 2020 yılında Etik Hat'a rüşvet ve yolsuzlukla mücadele ile ilgili bildirim gelmedi.

9.2 İNSAN HAKLARI

Tüm iş süreçlerimizi insan haklarına saygılı şekilde yürütüyoruz. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, UNGC, BM Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, ILO Sözleşmeleri, OECD'nin Çokuluslu Şirketler için Rehber İlkeleri, BM İş Hayatı ve İnsan Hakları Rehber İlkeleri ve ulusal yasalarla uyumlu şekilde insan haklarına saygılı bir iş ortamı sunuyoruz.

Mavi'de Biz ve İlkelerimiz ve Mavi İnsan Hakları Politikası ile çalışanların; Tedarikçiler için Etik Davranış Kuralları ile tedarikçiler ve iş ortaklarının insan hakları konusunda sorumluluklarını ortaya koyuyoruz. Tedarikçi ve iş ortaklarımız, temel insan haklarını ve çalışma koşullarını yerine getirmeyi taahhüt etmekle yükümlüler. Talep doğrultusunda, çalışma ortamlarının ve üretim tesislerinin etik davranış kurallarına uyumu açısından sosyal denetimlere tabi tutulmalarına izin verilmesini zorunlu tutuyoruz. Denetimler sırasında uygunsuzlukların tespit edilmesi halinde, tedarikçiler ve iş ortaklarının derhal düzeltici ya da iyileştirici aksiyonlar almasını bekliyoruz. Etik davranış kurallarının ihlali durumunda, ihlalde bulunan şirket ile iş ilişkimizi feshetme hakkını saklı tutuyoruz. Sosyal uygunluk denetimleri kapsamında insan hakları riskleri açısından İSG ve mesleki düzenlemeleri değerlendiriyoruz. 2020 yılında pandemi öncesi ve Temmuz döneminde 52 ana denetim ile 21 takip denetimi gerçekleştirdik. Mevcut tedarikçilerimizin %21'i sosyal uygunluk denetiminden geçti.

9.3 RİSK YÖNETİMİ VE İÇ KONTROL SİSTEMLERİ

Riskin Erken Saptanması Komitesi, Mavi'nin varlığını, gelişmesini ve devamını tehlikeye düşürebilecek risklerin erken teşhisi, tespit edilen risklerle ilgili gerekli önlemlerin uygulanması ve riskin yönetilmesi konularından sorumlu olarak Yönetim Kurulu'na destek veriyor. Komite, Yönetim Kurulu'na her toplantıda raporlama yapıyor ve bu rapor bağımsız denetim şirketine de gönderiliyor. Yönetim Kurulu, Riskin Erken Saptanması Komitesi üzerinden şirketi etkileyen risklere dair düzenli olarak değerlendirmede bulunuyor.

Riskin Erken Saptanması Komitesi yılda en az altı defa Yönetim Kurulu'na raporlama yapıyor. Komite 2020 yılında, kurumsal risk yönetimi çalışmaları dahilinde kurumsal risklerin teşhisi ve bunlardan kaçınmak için gerekli adımların ve alınacak aksiyonların belirlenmesi ve bu aksiyonların ilerleme aşamalarının değerlendirilmesi kapsamında dört, şirketin sermaye yapısının korunduğunun ve risk yönetim ve iç kontrol mekanizmalarının etkinliğinin değerlendirilmesi kapsamında iki kez olmak üzere Yönetim Kurulu'na toplamda altı kez yazılı bildirimde bulundu.

Risk yönetimi ve raporlama sorumluluğu, CFO liderliğinde, diğer direktörlüklerle koordineli bir şekilde yürütülüyor. Periyodik olarak yapılan analiz ve değerlendirmeler ile maruz kalınabilecek riskler etki ve olasılık değerleri ile belirleniyor. Akabinde bu riskler, risk seviyeleri

doğrultusunda önceliklendirilerek aksiyonların alınması için risk sorumlularına atanıyor. Bu süreç doğrultusunda "Çok Yüksek" ve "Yüksek" seviyeli risklere ilişkin aksiyonları çok sık takip ediyoruz. Mavi'nin maruz kaldığı başlıca riskleri, finansal riskler ile operasyonel ve stratejik riskler, itibar riskleri ve yasal risklerinin oluşturduğu finansal olmayan riskler olarak dört ana başlıkta takip ediyoruz. Ayrıca 05.01.2018 tarih 30292 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Bilgi Sistemleri Yönetimi Tebliği'ne tam uyum sağlamaya yönelik çalışmalar kapsamında ISO 27001 Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemi sertifikası aldık ve tüm süreçleri ISO standardına uygun şekilde yürütüyoruz. Ek olarak, 2020 yılından beri uygulamaya aldığımız ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi standardı doğrultusunda sağladığımız ürün ve hizmeti, müşterilerimize bekledikleri seviyede ve süreklilik arz eden bir kalitede sunmaya devam ediyoruz.

İş akışları içerisinde yer alan standart tanımlar, görev tanımları, yetkilendirme sistemi, politikalar ve yazılı prosedürler iç kontrol sistemini teşkil ediyor. İç kontrol mekanizmasının yürütülmesinden, şirket üst yönetimi ve bağlı ortaklıklarının üst yönetimi sorumlu. Etkin bir İç Kontrol Sistemi kurulması ve yönetilmesi için İç Denetim Departmanı, Denetim Komitesi gözetiminde periyodik denetim ve değerlendirmeler yaparak İç Kontrol Sistemi'nin etkinliğini kontrol ediyor.

Risk Kategorisi	Tanımı ve Yönetimi
Finansal riskler	Farklı para birimlerinden varlık ve yükümlülüklerin yanı sıra satışlarımız ve maliyetlerimiz içinde yer alan döviz endeksli kalemler bakımından döviz kuru riski, işletme sermayesi yönetimindeki sorunlar ya da satışların kesintiye uğraması sonucu oluşabilecek likidite ve nakit akışı riskleri, finansal borçlanma stratejisi kapsamında doğabilecek faiz riski problemleri başlıca finansal risklerimiz arasında yer alıyor. Finansal riskleri yönetirken net finansal borç/FAVÖK, likidite oranları, döviz pozisyonu ve borçların vade dağılımı başta olmak üzere finansal göstergeleri takip ediyor, belirlediğimiz limitler dahilinde kalmalarını sağlıyoruz. Kur riskinin yönetilmesinde öncelikli olarak doğal korunmada (natural hedge) olmayı tercih ediyor, ayrıca ithal edilen mallara ilişkin finansal korunma enstrümanlarını sürekli ve sistematik olarak kullanıyoruz. 2020 yılında bilanço açık pozisyonunun minimum seviyede tutulması kararı doğrultusunda bilançoda bulunan tüm yabancı para yükümlülükleri finansal korunma enstrümanları ile riskten arındırıldı. İklim değişikliğinin kronik fiziksel etkileri ve artan talepler üzerine sürdürülebilir ham maddelerde yaşanan maliyet değişikliğini de finansal risklerimiz kapsamında takip ediyoruz. Ekonominin büyümesindeki yavaşlama, tüketici güven endeksindeki düşüş ve tüketim harcamalarının daralması gibi makroekonomik gelişmeleri de finansal riskler arasında değerlendiriyoruz. Bu kapsamda oluşabilecek risklerin erken teşhisi için belirli makroekonomik göstergeleri düzenli olarak takip ederek minimum likidite seviyesinin altına düşmemek, borçluluk seviyelerini düşük tutmak ve yeterli ve çeşitli kredi kanalına sahip olmak gibi stratejik öncelikler belirledik.

Operasyonel ve stratejik riskler	Operasyonel risklerimiz arasında ihtiyaç duyulan perakende alanının temin edilememesi nedeniyle büyüme planlarının gerçekleşmemesi, stokların etkin yönetilememesi sebebiyle işletme sermayesi ihtiyacının artması ve kârlılığın azalması, tedarikçilerin hizmetlerinde kesinti yaşanması, iklim değişikliğinin doğal felaketler gibi etkileri sonucu kapasite kaybı veya hizmetlerinin durması bulunuyor. Operasyonel süreçlerimizi daha verimli hale getirmek için tüm iş süreçlerinde sürekli iyileştirmeler yapıyoruz. Bu amaçla fonksiyonlar arası faaliyet gösteren bir proje ekibi (Go Operations) kurduk, son üç yıldır ölçümlenebilen somut hedefler doğrultusunda çalışmalar yürütüyoruz. Stratejik risklerimiz arasında kısa, orta ve uzun vadeli iş planlarında yapılacak önemli varsayım ve ölçüm hataları, eksik yatırım yapma ya da yatırımları yanlış yönlendirme, değişen tüketici tercihlerini, moda trendlerini ve rekabetçi ortamı öngörememek gibi şirketin gelecekteki varlığını ve sürdürülebilirliğini olumsuz etkileyebilecek konu ve kararlar bulunuyor. İlk yılı detaylı, son iki yılı makro olmak üzere üç yıllık stratejik yol haritaları yapıyor; her yıl bu yol haritasını son gelişmeler ışığında gözden geçirerek güncelliyoruz. Stratejik olarak faaliyet göstereceğimiz pazarları çok dikkatli seçerek riskli coğrafi bölgelerde direkt yatırım yapmaktan kaçınıyoruz. Sahip olduğumuz Ar-Ge ve inovasyon kültürü de rekabetçi gücümüzü korumamızı sağlıyor. Bu risk grubu altında ayrıca Dünya Ekonomik Forumu’nun 2021 Küresel Riskler Raporu’nda belirtilen, gelecek 10 yıl için en yüksek olası riskler arasında olan bulaşıcı hastalıklar, aşırı hava olayları, iklim krizi ile mücadelede başarısızlık, insan kaynaklı çevresel hasarların yanı sıra dijital güç konsantrasyonu, dijital eşitsizlik ve siber güvenlik yer alıyor. Bu konulara dair çalışma gruplarında alınabilecek önlemler ile ilgili çalışmalar gerçekleştiriliyor.
İtibar riskleri	Doğrudan kontrolümüzde olmayan bayilik faaliyetleri kapsamında bayilerin ve toptan satış yapılan diğer müşterilerin şirketin ürün kalitesi, fiyat stratejisi, pazarlama ve diğer şartlarına uygun hareket etmemeleri, marka ürünlerinin üretimden satışa tüm yaşam döngüsü sürecinde oluşabilecek tedarikçi, bayi, satış personeli ya da destek personeli kaynaklı sosyal ve/veya çevresel ihlaller gibi marka imajını zedeleyebilecek riskler, itibar riskleri altında yer alıyor. Bu kapsamda, tüm taraflarla olan sözleşmelerimize ilgili konularda çeşitli yükümlülükler getiren maddeler ekledik, uyum ile ilgili kontrol ve denetim süreçleri oluşturduk.
Yasal riskler	Yasal riskler altında değerlendirdiğimiz riskler arasında, rekabetçi gücü azaltacak yasal düzenleme ve değişiklikler, faaliyet gösterdiğimiz veya tedarik sağladığımız ülkelerle olan ticareti olumsuz etkileyebilecek sosyal, hukuki veya siyasi istikrarsızlık ya da önemli mevzuat değişiklikleri, üçüncü kişilerin müşteri bilgilerine erişimiyle sonuçlanabilecek güvenlik ihlalleri, çevre hukuku, mesleki düzenlemeler, kişisel verilerin korunması mevzuatı, İSG ve tüketicinin korunması hususları kapsamındaki kanuni ve diğer düzenleme hükümlerine uymakta bir aksilik yaşanması bulunuyor.

İÇ KONTROL VE İÇ DENETİM

2017 yılında halka arz sürecinde kurulan İç Denetim Departmanı, bağımsızlık ilkesi gereği şirket organizasyon yapısında Yönetim Kurulu üyelerinden oluşan Denetim Komitesi’ne doğrudan raporlama yapıyor. İç Denetim Departmanı’nın başlıca görevleri arasında, şirket ve bağlı ortaklıklarının finansal tablolarının güvenilirliğini ve doğruluğunu kontrol etmek, faaliyetlerin yasalara ve şirketin kabul edilmiş etik kurallarına uygun olarak yürütülmesini sağlamak, operasyonların etkinliği ve verimliliğini artırmak amacıyla süreçleri analiz ederek ve risk yönetimi araç ve yöntemlerini kullanarak mevcut ve potansiyel riskleri tespit edip bu risklerin en aza indirilmesini sağlayacak çözümlerin bulunmasına katkı sunmak bulunuyor.

İç Denetim Departmanı tarafından her yıl süreçler gözden geçirilerek risk odaklı yıllık denetim planı oluşturuluyor, iç denetim faaliyetleri bu plan doğrultusunda gerçekleştiriliyor. 2021 yılında ayrıca merkez ofis çalışanları için Kurumsal Risk Yönetimi eğitimleri düzenlendi.

Yönetim Kurulu, başta pay sahipleri olmak üzere menfaat sahiplerini etkileyebilecek olan risklerin etkilerini en aza indirebilecek risk yönetim bilgi sistemleri ve süreçlerini de içerecek şekilde iç kontrol sistemlerini, ilgili Yönetim Kurulu komitelerinin görüşlerini de dikkate alarak oluşturuyor. İş akışları içerisinde yer alan standart tanımlar, görev tanımları, yetkilendirme sistemi, politikalar, yazılı prosedürler iç kontrol sistemini teşkil ediyor. İç kontrol mekanizmasının yürütülmesinden, şirket üst yönetimi ve bağlı ortaklıklarının üst yönetimi sorumlu. İç kontrol sistemi düzenli olarak İç Denetim Departmanı tarafından değerlendirmeye tabi tutuluyor, sistemin etkinliği denetleniyor. İç kontrol sistemi ve iç denetim faaliyetleri hakkında Denetim Komitesi düzenli aralıklarla bilgilendiriliyor.



10 EKLER

- 10.1 Marka Değerleri
- 10.2 Üyelikler
- 10.3 Pandemi Sürecindeki Uygulamalar
- 10.4 Çalışan Gelişimi-Eğitimler
- 10.5 Paydaş Diyalogu
- 10.6 Performans Göstergeleri
 - Sosyal Performans Göstergeleri
 - Çevresel Performans Göstergeleri
- 10.7 İndeks
 - UNGC Referansları
 - WEPs Referansları
 - GRI İçerik İndeksi

10.1 MARKA DEĞERLERİ

Mavi'nin odağı insan, özü ve temel iş alanı jean'dir. Mavi jean hayat tarzından ilham alır.

Mavi'nin Temel Değerleri

Kalite: Mavi çalışanlarına, müşterilerine ve tüm paydaşlarına dokunduğu her noktada kalite sunar.

- Mavi için en önemli değer insandır; sahip olduğu insan kaynakları ve hizmet verdiği müşterileridir.
- Mavi markalı ürünlerin kalitesi segmentinin en iyi düzeyindedir.
- Mavi kalite düzeyini hizmet verdiği her alana yansıtır.
- Mavi'yi yansıtan her iletişim faaliyeti marka değerleriyle tutarlıdır ve kalite devamlılığını gözetir.

Güvenilirlik:

- İnsan odaklılık ve dürüstlük Mavi'nin marka kimliğindeki öncelikli değerlerdir.
- Mavi verdiği sözü yerine getirir; planları tutarlı, faaliyetleri istikrarlıdır.
- Mavi yönetimi aldığı kararların arkasında durur.

Liderlik:

- Mavi bulunduğu her alanda liderlik sorumluluklarının bilincinde hareket eder.
- Mavi üretici köklerinden aldığı güçle denimin gerçek uzmanıdır.
- Mavi kendisi için belirlediği standartlarla her zaman pazarının en iyisi olmayı hedefler ve inovasyon becerisiyle ilham kaynağı olarak pazarı yönlendirir.
- Mavi faaliyet gösterdiği pazarları derinlemesine analiz ederek her müşterisine seslenen ürün ve hizmetler tasarlayıp sunar.

Samimiyet:

- Mavi herkesin kendinden bir şey bulabileceği ve kendini ait hissedebildiği bir markadır.
- Mavi'nin yarattığı Perfect Fit kavramı, herkesin kendine yakıştıracağı ve rahat edeceği bir Mavi ürünü olduğunun ifadesidir.
- Mavi erişilebilir, hakiki, doğal, sıcak ve olumlu değerler yansıtan bir markadır.

Tamamlayıcı Değerler

Müşteri Sevgisi

Mavi her müşterisiyle sevgi bağı kurar ve müşteri sadakatinin bu yolla sağlandığını bilerek kurduğu ilişkilerin sağlıklı yürümesi için çok titiz davranır. Müşterisiyle kurduğu duygusal bağ, "En Mutlu Mavi Müşterisi" ilkesinin ayrılmaz parçasıdır.

İlham Verme

Jean'in ruhundaki gençlik ve yaratıcılıktan beslenerek kendini sürekli güncelleyen Mavi, insanlara farklı bakış açıları kazandırmak, hayatlarına değer ve yenilik katmak için çalışır; ilham verici olmayı en önemli kazanımlardan biri olarak görür.

Değişim ve Farklılık Açık Olma

Mavi her zaman güncel, yeniklere uyum sağlayan ve bugünü yansıtan bir marka olmak için sürekli zamanın ruhunu koklar, farklılıklara saygı duyarak geleceği önceden algılayıp yenilikleri içselleştirir.

Sorumluluk

Mavi insana, doğaya, çevresine, bulunduğu ekosisteme ve küresel dengelere karşı duyarlıdır. Sahip olduğu sorumlulukla bu bilinci topluma yayma ve gözlemlerle yetinmeyip aksiyon alma odaklı davranır.



10.2 ÜYELİKLER

- Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (UNGC)
- Birleşmiş Milletler Kadının Güçlenmesi Prensipleri (WEPs)
- Yüzde 30 Kulübü
- CEO Water Mandate
- Yanındayız Derneği
- Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)
- Etik ve İtibar Derneği (TEİD)
- Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği (TÜYİD)
- Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği (TKYD)
- Türkiye İç Denetim Enstitüsü Derneği (TİDE)
- İstanbul Ticaret Odası



Merhaba Mavi

Yeniden birlikte olmak çok güzel.

Sosyal mesafe ve üstün hijyen koşullarıyla tasarladığımız güvenli alışveriş deneyimiyle sizlerle buluşuyoruz.

Mavi mağazaları sizin için Yeni Nesil Nano Teknolojik Antimic Sistemle sürekli sterilize ediliyor.

Birbirimizi koruyarak sağlıklı ve mutlu kalmak dileğiyle.

mavi



10.3 PANDEMİ SÜRECİNDEKİ UYGULAMALAR

Çalışma Modeli, Sosyal Mesafe ve Hijyen Önlemleri

Her zaman olduğu gibi pandemi sürecinde de “Önce İnsan” yaklaşımını esas alıyoruz. Sürecin başında farklı departmanlardan kişilerin ve konusunda uzman bir profesörün görev aldığı Pandemi Kurulu oluşturarak çok detaylı bir önlem planı hazırladık ve tüm çalışanlarla paylaştık. Çalışanlarımızın, müşterilerimizin ve iş ortaklarımızın sağlığını koruyabilmek için Mart ayında tüm mağazalarımızın faaliyetine ara verdik ve merkez ofiste uzaktan çalışma modeline geçiş yaptık.

İki ay boyunca tüm hijyen ve sosyal mesafe önlemlerini alarak Haziran ayında tüm mağazalarımızı yeniden açtık, ofislerimizde ise vardiyalı çalışma sistemine geçtik. Yeni süreçte ekiplerimiz, iş yoğunlukları doğrultusunda, sosyal mesafe kurallarına uygun şekilde kişi sayılarını belirli seviyede tutup dönüşümlü olarak (bir hafta ofis, bir hafta evden) ofise döndü. Böylece ofisteki kişi yoğunluğunu yarı yarıya indirdik. Hamileler, 12 yaş altı çocuğu olan anneler, evinde 65 yaş üstü yaşlı olanlar, kronik rahatsızlıkları veya fiziksel engeli bulunan çalışanlar ise evden çalışma düzeniyle devam etti. Mağazalarımızda da vardiya planlarını ve vardiya saatlerini sosyal mesafe kurallarına göre maksimum kişi kapasitelerini dikkate alarak yeniden düzenledik, mağaza açılış-kapanış saatlerini kısıtlamalara uygun olarak organize ettik.

Çalışanlarımıza en güvenilir ve hijyenik çalışma ortamını sağlamak için üst düzey teknolojik çözümlerden faydalandık. Klasik hijyen önlemlerinin yanı sıra ofis ve mağazalarımızı, antiviral, antibakteriyel ve doğa dostu olan, özellikle hastanelerde kullanılan yeni nesil Nano Teknolojik Antimic Sistemi ile dezenfekte ettirdik ve bu işlemi periyodik olarak uygulamaya devam ettik. Ortamdaki havayı sürekli olarak temizleyebilmek amacıyla aynı teknolojiyi havalandırma sistemlerinde de kullandık. Ayrıca ofis ve cadde mağazalarımızın girişine yerleştirdiğimiz Antimic sistemi ile kaplanmış dezenfeksiyon paspaslarıyla içeriye ayakkabılarla virüs taşınmasının önüne geçtik. Tüm ortak kullanım alanlarına el dezenfektanı yerleştirdik.

Tüm çalışanlarımıza maske, ihtiyaç olması halinde siperlik ve eldiven temin ettik. Ana bina girişinde termal ateş ölçen kameralar ile tüm çalışanlara ateş ölçümü yaptık. Ateşi 38 derecenin üzerinde olan birini tespit ettiğimizde diğer çalışanlarımızdan ve iş ortamından uzaklaştırarak izolasyon odasına aldık ve gereken aksiyonlar işyeri hekimi/işyeri hemşiresi tarafından belirlendi.

Sosyal mesafe ve hijyen önlemleri kapsamında ofis ve mağazalarımızın mimari yapısında değişiklikler yaptık. Ofislerimizde tüm masalar arasına ve resepsiyon alanına, mağazalarımızda ise kasa önlerine sosyal mesafenin korunması için şeffaf seperatörler yerleştirdik. Ofis pencerelerinin tamamını taze hava alabilmek için açılabilir hale getirdik, ortak kullanım alanlarına etkin hava temizleyicileri yerleştirdik.

Merhaba Mavi

Yüzümüzü gülümseten, sıcak mesajlar için mağazalarımıza çok teşekkürler...



Çok güzel bir hafta sonu dileriz,

Mavi

Hello Mavi

The Mavi US Specialty Team has a note to all of us!

Hello from the Mavi US Specialty Store Team! Here is a glimpse of our weekly team meeting, which has helped us to feel more connected by seeing each other and sharing our experiences...



Lots of love,
Mavi

Hello Mavi

Today we would like to share recommendations from the **Marketing Team from Mavi Germany**:



Lena

Listen: J Balvin - *Colores* (Good vibes 😊)

Read: Lee Miller: A Life (Biography)
(She is an American war photographer and photojournalist, Vogue's "modern girl", model, muse and reporter)

Watch: Unorthodox Mini Series



Kathleen

Listen: Adriano Celentano - *Azzurro*

Cook: Pasta and Cappuccino 😊

Watch: The Awakening of
Moffi Wolkenbruch



Elena

Read: The Bad Girl by Mario Vargas Llosa

Watch: Stranger Things and Dark



Please keep in touch and send your photos, videos, notes and tips to hellomavi@mavi.com

Keep in touch.
Best,

Mavi

Temasları en aza indirmek amacıyla ofisteki tüm kapıları temassız fotoselli kapılar ile değiştirdik ve bina girişlerinde temassız kartlı geçiş sistemini uygulamaya başladık.

Dünya Sağlık Örgütü'nün sosyal mesafeyle ilgili yönlendirmelerini dikkate alarak mağazalarımızda da 2 metre sosyal mesafe kuralına göre maksimum kişi kapasitelerini belirledik ve mağaza girişinde yer alan hijyen sorumluları ile kapasiteye uygun olarak girişleri sınırlandırdık. Ödeme kısımlarımızda kasiyerlerimiz ve müşterilerimiz arasındaki şeffaf seperatörlerin yanı sıra sosyal mesafeyi koruyacak şekilde kasalarımızı birer boşluk bırakarak kullandık.

Toplantı odalarımızın kişi kapasitelerini sosyal mesafe kurallarına göre yeniden belirledik, fiziksel olarak toplanılması gerektiğinde bu sayılara uygun hareket ettik. Toplantıların dijital platformlar üzerinden yapılmasını sağladık.

Ofis içerisinde bulunan yemekhane ve kafeterya için de çeşitli düzenlemeler yaptık. Yemekhane belli saatlerde, ekiplerimiz tarafından dönüşümlü olarak kullanıldı. Ayrıca teması önlemek üzere kahvaltı ve öğle yemeklerinde binada hazırlanıp paketlenmek kaydı ile breakfast box/lunch box hizmeti verdik.

Yeni dönemde servis ve ulaşım ile ilgili sosyal mesafe kurallarını gözeterek düzenlemeler yaptık. Servisleri kullanacak kişi sayısını sosyal mesafe kuralları doğrultusunda yeniden düzenledik, gerekli durumlarda ek araçlar organize ettik. Tüm servislerde el dezenfektanı bulundurarak servis içerisinde bulunan herkesin maske kullanmasını zorunlu hale getirdik. Ayrıca tüm şirket araçlarımız, önde sadece sürücü, arkada ise tek bir yolcu olacak şekilde maksimum iki kişilik kapasite ile kullanıldı. Tüm araçlarımız sıklıkla dezenfekte edildi.

Kesintisiz İletişim

COVID-19 nedeniyle 2020 yılında büyük katılımlı rutin toplantıların çoğunu gerçekleştiremedik, ancak çalışanlarımızla iletişimimizi kesintisiz olarak sürdürmek adına online MassMavi toplantıları düzenledik. Marka kültürümüzden gelen güçlü iletişimi sürdürebilmek adına, çalışanlarımızın her sabah güne "Merhaba Mavi" e-postaları ile daha yüksek bir motivasyonla başlamasını sağladık, haftalık hazırlanan "I love Mavi" e-postaları ile de karantina günlerini daha verimli geçirmelerini hedefledik. Şirket içi iletişim portalı Maviletişim'i, kullanıcı dostu özellikleri ve tasarımıyla yeniledik ve uygulama versiyonuyla mobilden de ulaşılabilir hale getirdik. Ayrıca Mavi Connect uygulaması sayesinde mağaza çalışanlarımızla da aralıksız iletişim kurduk. Pandemi süresince Mavi Yönetim Ekibi, her sabah düzenli olarak toplanarak Türkiye ve global ofisler arasında bilgi paylaşımları yaptı ve aksiyon planlarını güncelledi. Merkez ve mağaza çalışanlarımızın ve ailelerinin 7/24 psikolojik destek alabileceği bir çalışan destek programını hayata geçirdik. Çalışan destek programı ile çalışanlarımızı ve ailelerini pandemi sürecinin olumsuz etkilerinden korumayı hedefledik. Ayrıca anne-babalar için bu dönemle başa çıkmayı kolaylaştıracak çalıştaylar organize ettik. Yetenek çekme ve işe alım stratejisini online platformlara taşıdık. İşe alım görüşmeleri ve tüm oryantasyon eğitimlerini adayların ve çalışanlarımızın sağlığını korumak amacıyla online olarak yaptık. İşveren markasına yönelik çalışmalarımızı ise dijital kariyer platformlarıyla iş birliği yaparak zenginleştirdik.

10.4 ÇALIŞAN GELİŞİMİ-EĞİTİMLER

Merkez Ofis Çalışanlarının Gelişimi

Merkez ofis çalışanlarımızın mesleki, teknik ve bireysel gelişimlerine yönelik eğitim imkânı sunuyor, sınıf içi eğitimler ile zirve, seminer ve konferans gibi etkinliklere katılımlarını planlıyoruz. Verilen eğitimlerle çalışanlarımızdan beklenen davranışların anlaşılması, rol için gerekli olan davranışların sergilenmesi ve bir sonraki role hazırlanılması için temel ve fonksiyonel yetkinlikler bazında bireysel gelişim planlamasını amaçlıyoruz. 2020 yılında merkez ofisimizde toplam 457 çalışanımız 2.525 kişi*saat eğitimden faydalandı.

İşe yeni başlayan çalışanlarımızın kurum kültürünü, faaliyetleri, organizasyon yapısını ve uygulamaları yakından tanıyarak yeni görevlerine daha kolay uyum sağlamaları amacıyla oryantasyon programları düzenliyoruz.

Çalışanlarımızın Mavi Yetkinlik Modeli'nde yer alan her bir yetkinliğin tüm seviyeleri için iş başında veya bireysel zamanlarında yararlanabileceği gelişim aktivitelerini barındıran Mavi Gelişim Kılavuzu'nu hazırladık. Bu kılavuz ile çalışanlarımızın sadece iş için değil, hayatlarının farklı alanlarında da bu aktivitelerden yararlanarak davranış değişikliği geliştirmesini destekliyoruz.

MaviKampüs Programıyla Liderlik Gelişim Modeli

Mavi'yi stratejik hedefler doğrultusunda ileriye taşıyacak olan yöneticilerimizin kişisel ve mesleki anlamda gelişmelerini hedefleyen MaviKampüs programını 2016 yılında hayata geçirdik. Koç Üniversitesi iş birliğinde gerçekleştirilen program kapsamında Mavi'nin liderlik gelişim modeli ve stratejik önceliklerini esas alıyoruz. Yöneticilerimiz kişisel gelişim alanları ile ilgili farkındalık kazanarak, liderlik ve yönetsel becerilerini geliştiriyorlar.

"2017'den bu yana Mavi'de çalışıyorum. Katıldığım MaviKampüs programı sayesinde olaylara farklı açılardan bakmayı, sürekli değişen ve gelişen bir ortamda güncel kalmayı öğrendim; liderliğe dair önemli beceriler edindim. Özellikle 'Dijital Dönüşüme Ayak Uydurmak' ve 'Yaşarken ve Çalışırken Farkında Olmadıklarımız' derslerinin beni geliştirdiğine inanıyorum. Kişisel gelişimim açısından çok faydalı olan bu programda aynı zamanda farklı departmanlardaki çalışanları tanıma fırsatı edindim."

Yasin Can Kayalı, Mavi Ürün Planlama Müdürü

Mentorluk Programı

Mavi'de kurum kültürünün güçlendirilmesi, bilgi ve tecrübelerin yeni nesil çalışanlara aktarılması amacıyla mentorluk programını hayata geçirdik. Mentor ve mentinin etkileşimiyle her iki tarafa da kişisel ve profesyonel gelişim imkânı sunan programımız ile çalışanlarımızın bireysel gelişimlerine katkıda bulunmayı ve bağlılıklarını artırmayı amaçlıyoruz.

2020 yılında beşinci dönemini başlattığımız programımızda 32 menti ve 28 mentor eğitim aldı, ancak pandemi nedeniyle program 11 menti ve 10 mentor ile tamamlandı.

Teknoloji ve Ürün Geliştirme Eğitim Programı

İstanbul Teknik Üniversitesi iş birliğiyle, tasarım ve ürün geliştirme ekiplerimizin teknik bilgi gelişimini desteklemek amacıyla Teknoloji ve Ürün Geliştirme Eğitim Programı'nı düzenledik. Eğitimin kumaş yapılarını ilgilendiren modülüne 29; renk konusundaki modülüne 26; lif, iplik, sürdürülebilir elyaf konusundaki eğitimlerine ise 22 çalışanımız katıldı.

Türkiye Satış Grubu Gelişim Merkezi Uygulaması

Mavi Türkiye satış ekibimizin gelişimini sağlamak ve yöneticilerin liderlik becerilerini desteklemek amacıyla Gelişim Merkezi Uygulaması'nı hayata geçirdik. Bu çalışma ile Mavi Yetkinlik Modeli çerçevesinde satış grubu özelinde belirlenen yetkinliklere ilişkin detaylı bir değerlendirme yaptık. Uygulamaya 12 çalışanımız katıldı. Gelişim Merkezi Uygulaması'nın ardından katılımcıların iki yıllık kişiselleştirilmiş gelişim yol haritalarını tasarladık.

Bölge Yöneticisi Gelişim Programı

Bu programla çalışanlarımızın mevcut performansını artırmayı ve işlerini yaparken sahip olmaları gereken yetkinlikler ile bireysel yetkinlikleri arasındaki güçlü ve gelişime açık yönlerinin tespit edilmesini hedefliyoruz. 2020 yılında programa 24 çalışanımız katıldı.

Haydi Sahaya

En Mutlu Mavi Müşterisi vizyonu ile merkez ofis çalışanlarımızı mağazalarımızla buluşturmayı hedefleyen "Haydi Sahaya" hareketini devam ettirerek İstanbul, Ankara ve Moskova'daki mağazalarımıza geziler düzenledik. Merkez ve saha arasındaki ilişki ve iletişimi güçlendiren bu harekete merkez ofisteki tüm farklı departman ve pozisyonlardan 32 çalışanımız gönüllü olarak katıldı ve bir gün boyunca mağaza müdürümüzün ev sahipliği ve yönetiminde mağazadaki farklı görevlerde yer aldılar. Bu projeye gönüllü katılımcılar yoğun dönemlerinde sahaya destek olurken, yaptıkları işlerin sahadaki yansımalarını görme ve süreçlerdeki gelişime açık noktaları müşterilerimiz ile temasa geçerek tespit edebilme imkânı elde ettiler.

Go Mavi Kültürü

Sürekli ilerlemeyi ve gelişimi hedefleyen Go Mavi kültürümüzle, çalışanlarımızla farklı çalışma ve proje grupları oluşturuyor, yönetime katılmalarına yönelik aylık, yıllık ve sezonluk geniş kapsamlı toplantılar düzenliyoruz.

- **MassMavi Toplantıları:** Tüm merkez ofis çalışanlarımızın katılımıyla yüz yüze gerçekleşen, departmanların aylık iş planlarını birbiriyle paylaştığı toplantılardır.

- **Yönetim Forumu Toplantıları:** Tüm merkez ofis çalışanlarımızın katılımıyla yılda iki kez gerçekleştirilen, şirketin yarı yıl sonuçlarının değerlendirildiği kapsamlı toplantılardır.

- **Pazarlama Öncelikleri (Marketing Direction) Toplantıları:** Marka stratejisi ve önceliklerinin müşteri, pazar, ürün ve rekabet analizleriyle birlikte değerlendirildiği, satış ve kategori departmanları başta olmak üzere yönetim ekiplerimizle paylaşıldığı sezonluk toplantılardır.

- **Go Mavi:** Mavi'nin sürekli ilerlemeyi ve gelişimi hedefleyen Go Mavi kültürü çerçevesinde orta ve üst düzey yönetici ekibimizin katılımıyla şirketin tüm fonksiyonlarını kapsayacak şekilde oluşturulan proje gruplarıdır. Sene başında Mavi'nin öncelikleri ve şirket hedeflerinin belirlendiği GoForward toplantısında bir araya gelen gruplar, hedeflerin gerçekleşmesine yönelik olarak yıl boyunca ekip halinde koordineli olarak çalışmalarını yürütüyor. GoMutluMaviMüşterisi, GoJeans, GoYouth, GoYouthJeans, GoYouthWomen, GoYouthMen, GoYouthAccessories, GoRetailefficiency, GoB-C, GoSocialCompliance, GoWholesale, GoOnlineDigital, GoStockTurnover, GoMarkdown, GoProductCosting, GoSavingCash, GoSystems GoSystems-FinanceReporting, GoSystems-BI, GoSystems-Product/Master, GoSystems- Retail, GoInternational, GoTalent başlıklı toplantılarda çeşitli alanlardan uzmanlar da birikimlerini aktarıyor.

- **Saha Strateji ve Hedef Toplantıları:** Mağaza müdürleri ve müdür yardımcılarımız için düzenlenen outdoor toplantılardır. Direktörlerin şirket stratejisini paylaştığı sunumlarla, ortak Mavi hedeflerinin ve kültürünün oluşturulması sağlanıyor.

COVID-19 nedeniyle 2020 yılında büyük katılımlı rutin toplantıların çoğu gerçekleştirilemese de çalışanlarımızla iletişimimizi kesintisiz olarak sürdürmek adına daha sık online MassMavi toplantıları düzenledik.

GoSocial ile İş Hayatına Renk Katmak

Mavi olarak, çalışanlarımızın aidiyet duygusunu ve takım ruhunu güçlendirmek, şirket içi iletişimi kuvvetlendirmek, kendilerine zaman ayırmalarını sağlamak ve sosyal hayatlarına katkıda bulunmak için çok sayıda sanatsal ve sportif aktivite düzenliyoruz. GoSocial çatısı altında yoga, fotoğrafçılık, yelken, resim-el sanatları ve kürek kulüpleri yer alıyor. Ayrıca yıl

içinde çalışanlarımız basketbol, koşu, bowling, tenis gibi farklı branşlarda düzenlenen şirketler arası turnuvalarda Mavi'yi temsil ediyorlar. 2020 yılında kulüp etkinlikleri pandemi sebebiyle çok aktif hayata geçirilememekle beraber, çalışanlarımızın sağlıklı ve zinde kalmaları için yoga dersleri online olarak devam etti. Ayrıca geleneksel yılbaşı partimizi online olarak gerçekleştirdik.

Sürdürülebilirlik Eğitimleri

2021 yılında Boğaziçi Üniversitesi Yaşam Boyu Eğitim Merkezi ile üst yönetim, Sürdürülebilirlik Komitesi ve gönüllü çalışanların dahil olduğu 120 kişilik bir grup sürdürülebilirliğin temelleri, sistem dönüşümü, entegre yaklaşım ve ÇSY yönetimi, inovasyon, kurum içi girişimcilik, gönüllülük, kapsayıcılık ve çeşitlilik gibi konu başlıklarında on hafta süren ve 10 modülden oluşan sürdürülebilirlik eğitimini tamamladı. Önümüzdeki dönemlerde eğitimlerden daha fazla çalışanın faydalanmasını hedefliyoruz.

Mağaza Çalışanlarının Gelişimi

"En Mutlu Mavi Müşterileri"ni yaratmak, saha ekibimizin en önemli önceliği. Mağaza çalışanlarımızın Mavi müşterilerine dünya standartlarında hizmet sunabilmesi için yıl içinde yoğun eğitimler veriyoruz. 2020 yılında dijital altyapının güçlendirilmesi sayesinde eğitim ve iletişim frekansını yüksek seviyede devam ettirdik ve eğitimlerdeki dijital içeriklerin payını bir önceki yıla kıyasla üç katına çıkardık.

Mağaza Müdürlerine Yönelik Genel Eğitimler

Oryantasyon Eğitimleri: Yeni başlayan ya da terfi eden toplam 36 mağaza müdürü ve ikinci müdüre oryantasyon eğitimi verdik.

Sınıf Eğitimleri: 338 mağaza müdürü ve ikinci müdüre toplam 1.648 kişi*saatlik sınıf eğitimi, Mağaza Müdürü Temel Sorumluluk, Deneyim Atölyesi, Ekip Yönetimi ve Gelişim Programı altında liderlik eğitimleri verdik.

İşbaşı Eğitimleri: 345 mağaza müdürü ve ikinci müdüre 3.501 kişi*saatlik işbaşı eğitimi verdik.

Dijital Eğitimler: Dijital eğitim ve iletişim platformu Mavi Connect ile 347 mağaza müdürü ve ikinci müdüre yıl boyunca toplam 2.083 kişi*saatlik eğitim atadık.

Liderlik Gelişim Eğitimleri: Liderlik yetkinliklerinin geliştirilmesi için tasarlanmış olan bu eğitimler müdür üzeri rolleri kapsıyor. Mesleki ve teknik eğitimlerimiz her fonksiyona özel, ihtiyaç duyulan başlıklardan oluşuyor.

Mağaza Müdürü Gelişim Programı

Mağaza Müdürü Gelişim Programı kapsamında mağaza müdürlerine, stratejik önceliklerimiz doğrultusunda liderlik ile ilgili ve teknik konularda bilgi, beceri ve yetkinliklerini geliştirme imkânı sunuyoruz. Program sekiz ana, üç ara modül olmak üzere toplam 11 modülden ve bir bitirme projesinden oluşuyor. Her ay bir modül olacak şekilde ilgili departmanlar ile eğitim planlıyoruz. Ana modüller temel sorumluluk alanlarını kapsayacak teknik konulardan, ara modüller ise davranışsal yetkinliklerini geliştirecek konulardan oluşuyor. Her eğitim dönemi sonrası, tamamlanan modüllerle ilgili teknik bilgiyi ölçümlemek üzere sınav yapıyoruz. Sınav sonuçları ve değerlendirme verileri mağaza müdürlerimizin karnesini oluşturuyor. Eğitim süreci tamamlandıktan sonra mağaza müdürlerimiz kendilerine verilen konu üzerine bir proje hazırlayarak seçim komitesine sunuyorlar. Programa 2020 yılında dokuz çalışmamız katıldı.

“Mağaza Müdürü Gelişim Programı kişisel ve kariyer gelişimimiz için oldukça faydalı modüller sunuyor. Aldığımız eğitimler, bir yandan Mavi’deki kariyer yolculuğumuzu şekillendiriyor, diğer yandan bireysel ve sosyal anlamda bizi besliyor ve birçok farklı beceri kazandırıyor. Benim için iletişimin çok değerli olduğu bir dönemde güçlü iletişim kurmayı, sonuç ve çözüm odaklı olmayı öğrendiğim; güçlü ve gelişime açık yönlerimi keşfettiğim bir dönem oldu.”

Hafize Şahin, Mavi Mağaza Müdürü

Mağaza Mentorluk Programı

Mavi mağaza müdürlerinin, Mavi’nin kurum kültürünü, bilgi ve tecrübelerini yeni nesil çalışanlara aktarmasını sağlamak ve çalışanların liderlik ve bireysel gelişimlerini artırmak üzere mentorluk programı düzenliyoruz. Mevcut satış yönetim ekibinin süreci içselleştirmesinin ardından, mentorluk programının mağazalara indirgenmesi hedefleniyor. 2020’de programa müdür ve üstü unvanlardaki yönetim ekibini içeren 12 mentor; mağaza müdürü, bölge sorumlusu ve satış yöneticisini içeren 31 menti katıldı.

Mağaza Müdür Yardımcısı/Maviolog/Satış Danışmanı/Kasiyer/Depoculara Yönelik Eğitimler

Oryantasyon Eğitimleri: Mağaza müdürü ve ikinci müdür dışındaki pozisyonlarda yeni başlayan toplam 236 mağaza çalışanına 1.573 kişi*saatlik oryantasyon eğitimleri verildi.

Sınıf Eğitimleri: İlgili pozisyonlardaki toplam 1.850 çalışanına Mavi’li Olmak, Müşteri İlişkileri Yönetimi, Müşteri İtirazları Bilgilendirme, Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) gibi başlıklar altında toplam 5.650 kişi*saatlik eğitim verildi.

İşbaşı Eğitimleri: Toplam 1.850 saha çalışanına, Satışın 7 Temel Adımı Modülleri, İkna Etme, İlave Satış, Müşteri İtirazları, Müşteri Psikolojisi gibi başlıklar altında 15.405 kişi*saat işbaşı eğitimi verildi.

Dijital Eğitimler: 2.810 mağaza çalışanına yıl boyunca toplam 15.446 kişi*saatlik dijital eğitim atandı.

Mavi Strateji ve Hedef Toplantıları

Her yıl mağaza müdürlerimiz için üç gün süren outdoor toplantılar gerçekleştiriyoruz. Direktörlerimizin şirket stratejisini paylaştığı toplantılarda ortak Mavi hedeflerinin ve kültürünün oluşturulmasını sağlıyoruz. Pandemi süreci nedeniyle bu toplantıları 2020 yılında gerçekleştiremedik.

Maviolog

Maviolog’un iş tanımı, görev aldığı mağazalarımızdaki ekip arkadaşlarının ürün bilgisini artırmak, mağazaya giren her müşterimizin doğru ürün ve kombinle mağazadan ayrılmasını sağlamak ve müşterilerimize kusursuz alışveriş deneyimi yaşatmaktır. Denim uzmanı ve moda markası kimliğimiz doğrultusunda, müşterilerimize ürün ve stil konusunda danışmanlık yapmak üzere, çalışanlarımızı özel olarak eğitiyoruz. 2012’den bu yana yürüttüğümüz program kapsamında, Mavi’de çalışan Maviolog sayısı 2020 sonunda 208’e ulaştı.

Maviolog’ların kombin becerilerini geliştirmek, en doğru ürünü, en doğru müşteriye ulaştırmalarını sağlamak için içeriklere müşteri stillerini anlamaya, farklı vücut tiplerine göre ürün önermeye, renklerin dilini kavramaya ve pratik kombin önerileri yapmaya yönelik dijital eğitim içerikleri ekledik. “Bugün Ne Giydirsem?, Kap-Gel ve Nereye Gidiyoruz?” konseptiyle teorik bilgiyi pekiştiren üç farklı uygulama gerçekleştiriyoruz.

Gizli Müşteri Araştırmaları ve Saha Gelişimi

Saha ekibimizin performansını değerlendirmek üzere yılda 12 kez gizli müşteri araştırması yapılıyor ve araştırma sonuçları, satış, pazarlama, eğitim ve İK ekiplerimiz tarafından düzenli olarak takip ediliyor. 2020 yılında pandemi nedeniyle Mart’ın yarısı, Nisan, Mayıs, Aralık aylarında, 2021’de ise Ocak ayında saha ziyaretlerini gerçekleştiremedik. 2020 yılında toplam 68 şehirde 380’den fazla mağazada 2.934 ziyaret gerçekleştirdik. Yıl boyunca yaptığımız tüm ziyaretlerde objektif ve öznel standartlarla Net Tavsiye Skoru’nu (Net Promoter Score-NPS) ölçümledik, gelişim fırsatları olan alanları ve mağazaları tespit ederek mağaza eğitimleri planladık.

10.5 PAYDAŞ DİYALOĞU

Paydaş Grubu	İletişim Yöntemi
Çalışanlar	Maviletişim ve Maviconnect iç iletişim portalları, dijital kanallar (web sitesi ve sosyal medya platformları), iç toplantılar (Massmavi, Yönetim Forumu, Go toplantıları vs.), bilgilendirme e-postaları, çalışan memnuniyeti anketi, kampanya etki anketleri, gönüllülük aktiviteleri, sosyal kulüpler, saha ziyaretleri, faaliyet ve sürdürülebilirlik raporları
Müşteriler	Satış noktaları (mağazalar, mavi.com ve pazar yerleri), dijital kanallar, çağrı merkezi, memnuniyet araştırmaları, faaliyet ve sürdürülebilirlik raporları, basın yansımaları
Tedarikçiler	Tedarikçi toplantıları, saha ziyaretleri, denetimler, inovasyon projeleri, faaliyet ve sürdürülebilirlik raporları, dijital kanallar
Bayiler	Bayi toplantıları, saha ziyaretleri, birebir görüşmeler, faaliyet ve sürdürülebilirlik raporları, dijital kanallar
Hissedarlar, Yatırımcılar ve Analistler	Genel Kurul toplantıları, özel durum açıklamaları, basın açıklamaları, birebir görüşmeler ve yazışmalar, aracı kurum ve banka raporları, dönemsel bilgilendirmeler, faaliyet ve sürdürülebilirlik raporları, dijital kanallar
Sivil Toplum Kuruluşları	Sosyal sorumluluk projeleri, birebir görüşmeler, toplantı ve çalışma gruplarına katılım, seminerler ve konferanslar, faaliyet ve sürdürülebilirlik raporları, dijital kanallar
Üniversiteler	Eğitimler, staj programları, kariyer günleri, konferanslar, Mavi Burs Fonu, sektörel projeler, dijital kanallar, faaliyet ve sürdürülebilirlik raporları
Medya	Basın toplantıları ve lansmanlar, özel haber ve röportajlar, basın bültenleri, dijital kanallar, faaliyet ve sürdürülebilirlik raporları

10.6 PERFORMANS GÖSTERGELERİ

SOSYAL PERFORMANS GÖSTERGELERİ

Cinsiyete ve Kategoriye Göre Çalışanlar	2018		2019		2020	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Toplam çalışan sayısı	2.071	1.840	2.209	1.877	2.211	1.849
Merkez ofis çalışanları	422	301	420	289	418	296
Mağaza çalışanları	1.635	1.472	1.775	1.519	1.793	1.553
Engelli çalışanlar	14	67	14	69	16	73
Toplam	3.911		4.086		4.060	

Çalışma Şekline Göre Çalışanlar	2018		2019		2020	
	Tam zamanlı	Yarı zamanlı	Tam zamanlı	Yarı zamanlı	Tam zamanlı	Yarı zamanlı
Çalışan sayısı	3.101	810	2.862	1.224	2.790	1.270

Faaliyet Bölgelerine Göre Çalışanlar	2018		2019		2020	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Amerika Birleşik Devletleri	38	24	33	23	37	28
Kanada	42	22	49	25	43	23
Rusya	76	36	84	46	97	44
Avrupa	47	38	40	27	33	26
Türkiye	1.868	1.720	2.003	1.756	2.001	1.728

Cinsiyete Göre Taşeronlar	2018		2019		2020	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Cinsiyete göre toplam taşeron sayısı	21	73	20	82	18	91
Çalışma süresine göre taşeronlar	Tam zamanlı	Yarı zamanlı	Tam zamanlı	Yarı zamanlı	Tam zamanlı	Yarı zamanlı
Çalışma süresine göre toplam taşeron sayısı	84	10	92	10	97	12

Çalışma Yılına Göre Çalışanlar	2018		2019		2020	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
0-5 yıl	1.688	1.480	1.781	1.472	1.715	1.338
5-10 yıl	296	281	332	318	377	395
10 yıl ve üzeri	87	79	96	87	119	116

Yeni İşe Alınanlar*	2018		2019		2020	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Yeni işe alınan toplam çalışan sayısı	1.482	1.045	1.470	1.030	705	555
30 yaş altı	1.680	1.388	1.784	1.391	1.727	1.281
30-50 yaş arası	380	437	413	465	466	543
50 yaş üstü	11	15	12	21	18	25

*Yeni işe alınan çalışan sayısı yalnızca Türkiye operasyonlarını kapsamaktadır.

Çalışan Devri*	2018		2019		2020	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
İşten ayrılan toplam çalışan sayısı	1.179	976	1.326	978	662	557
30 yaş altı	1.129	914	1.264	903	618	519
30-50 yaş arası	50	62	62	74	44	37
50 yaş üstü	0	0	0	1	0	1

*İşten ayrılan çalışan sayısı yalnızca Türkiye operasyonlarını kapsamaktadır.

Cinsiyete ve Yaşa Göre Yöneticiler	2018		2019		2020	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
30 yaş altı	72	92	63	77	50	50
30-50 yaş (30 ve 50 yaş dahil olmak üzere)	157	208	176	212	202	238
50 yaş üstü	2	5	1	8	4	12
Yönetici unvanına sahip tüm çalışanların sayısı	315	351	324	359	344	370
İlk kademe yönetici sayısı	229	292	227	289	231	303
Orta kademe yönetici sayısı	40	30	51	32	62	33
Kıdemli yönetici sayısı	46	29	46	38	51	34
Satış gibi gelir getiren fonksiyonlardaki çalışan sayısı	1.687	1.592	1.828	1.644	1.834	1.629
Yönetim Kurulu	1	5	1	5	2	4

Performans Yönetimi	2018		2019		2020	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Düzenli bir performans ve kariyer gelişim değerlendirmesine tabi tutulan toplam çalışanlar	289	197	288	194	294	185
Ölçülebilir hedeflerin gerçekleştirilmesiyle değerlendirilen çalışanlar	289	197	288	194	294	185

Ebeveynlik İzni*	2018		2019		2020	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Ebeveynlik izninden yararlanan çalışan sayısı	90	0	59	0	42	0
Ebeveynlik izninin sona ermesinden sonra işe dönen çalışan sayısı	79	0	52	0	38	0

*İşten ayrılan çalışan sayısı yalnızca Türkiye operasyonlarını kapsamaktadır.

Eğitim Saatleri	2018	2019	2020
Toplam eğitim saati	66.535	59.082	56.505
Çalışan başına ortalama eğitim saati	17,0	14,5	13,9

İSG Eğitim Saatleri	2018	2019	2020
Toplam eğitim saati	2.192	8.264	4.984
Çalışan başına ortalama eğitim saati	4	8	8

Taşeronların İSG Eğitim Saatleri	2018	2019	2020
Toplam eğitim saati	1.756	3.212	4.524
Çalışan başına ortalama eğitim saati	18,7	31,5	41,5

ÇEVRESEL PERFORMANS GÖSTERGELERİ

Sera Gazı Emisyonları (ton CO ₂ e)*	2018	2019	2020
Kapsam 1***	-	-	773,9
Kapsam 2 (Lokasyon bazlı)**	-	-	17.024,7
Kapsam 2 (Pazar bazlı)**	-	-	14.676,6
Kapsam 3	-	-	93.480

*Sera gazı emisyon hesaplarımızı GHG Protocol'e uygun olarak yapıyoruz. Kapsam 1, Mavi bünyesindeki doğal gaz ve akaryakıt tüketimleri kaynaklı emisyonları; Kapsam 2, Mavi bünyesi için satın alınan elektrik ve ısı enerjisi kaynaklı emisyonları; Kapsam 3 ise bayiler, çalışan servisleri, iş seyahatleri, operasyonel atıklar, yukarı yönde taşıma ve dağıtım, diğer kapsamlar içinde olmayan enerji tüketimini, satın alınan hizmet ve ürünleri içermektedir.

**Kapsam 1 ve Kapsam 2 emisyonları Türkiye, ABD, AB, Kanada ve Rusya operasyonlarını kapsamaktadır.

Ambalajlamada Kullanılan Ham Madde ve Malzemeler (ton)	2018	2019	2020
Kâğıt	-	-	1.895,57
Plastik	-	-	85,43
Cam	-	-	23,02

Tehlikesiz Atık Miktarı (ton)	2018	2019	2020
Toplam tehlikesiz atık	-	-	417,11
Geri dönüştürülen	-	361,19	413,10
Yakılmış (Enerji olarak geri kazanılan)	-	165,23	244,84

Su Çekim Miktarı (m ³)	2018	2019	2020
Şebeke suyu	-	-	8.849,94

10.7 İNDEKS

UNGC REFERANSLARI

Alan	İlkeler	Raporun İlgili Bölümü
İnsan Hakları	İlke 1: İş dünyası, ilan edilmiş insan haklarını desteklemeli ve haklara saygı duymalı.	Güçlendiriyoruz – İnsan Odaklı Mavi Kültürü & Kapsayıcı İş Modeli ve Sorumlu Değer Zinciri Kurumsal Yönetim – İnsan Hakları
	İlke 2: İş dünyası, insan hakları ihlallerinin suç ortağı olmamalı.	
Çalışma Standartları	İlke 3: İş dünyası, çalışanların sendikalaşma ve toplu müzakere özgürlüğünü desteklemeli.	Güçlendiriyoruz – İnsan Odaklı Mavi Kültürü & Kapsayıcı İş Modeli ve Sorumlu Değer Zinciri
	İlke 4: Zorla ve zorunlu işçi çalıştırma uygulamasına son verilmeli.	
	İlke 5: Her türlü çocuk işçi çalıştırılmasına son verilmeli.	
	İlke 6: İşe alım ve işe yerleştirmede ayrımcılığa son verilmeli.	
Çevre	İlke 7: İş dünyası, çevre sorunlarına karşı ihtiyati yaklaşımları desteklemeli.	Koruyoruz – İklim Krizi ile Mücadele & Ekosistem Restorasyonu
	İlke 8: Çevresel sorumluluğu artıracak her türlü faaliyete ve oluşuma destek vermeli.	
	İlke 9: Çevre dostu teknolojilerin gelişmesini ve yaygınlaşmasını desteklemeli.	
Yolsuzlukla Mücadele	İlke 10: İş dünyası, rüşvet ve haraç dahil her türlü yolsuzlukla savaşmalı.	Kurumsal Yönetim – İş Etiği

WEPs REFERANSLARI

İlkeler	Raporun İlgili Bölümü
Prensip 1: Toplumsal cinsiyet eşitliği için üst düzey kurumsal liderlik sağlanması	Güçlendiriyoruz – Fırsat Eşitliği ve Çeşitlilik Kurumsal Yönetim (Giriş bölümü)
Prensip 2: Tüm kadın ve erkeklere iş yaşamında adil davranılması, insan haklarına ve ayırım yapmama ilkesine saygı gösterilmesi, bu ilkelerin desteklenmesi	
Prensip 3: Tüm kadın ve erkek çalışanların sağlık, güvenlik ve refahının sağlanması	
Prensip 4: Kadınların eğitim, kurs ve profesyonel gelişim olanaklarının desteklenmesi	
Prensip 5: Kadınların güçlenmesi için girişimci gelişimi, tedarik zinciri ve pazarlama yöntemlerinin uygulanması	
Prensip 6: Toplumsal girişimler ve savunuculuk çalışmalarıyla eşitliğin teşvik edilmesi	
Prensip 7: Toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin elde edilen başarıların değerlendirilmesi ve halka açık raporlanması	

GRI İÇERİK İNDEKSİ

GRI Standardı	Göstergeler	Sayfa Numarası/ Doğrudan Kaynak	Verilmeyen Bilginin Açıklaması
GRI 101: Temel Esaslar 2016			
GRI 102: Genel Göstergeler 2016			
GRI 102: Genel Göstergeler 2016	Kurumsal Profil		
	102-1	2	-
	102-2	8	-
	102-3	160	-
	102-4	12, 13	-
	102-5	Ortaklık Yapısı ve İştirakler	-
	102-6	12, 13	-
	102-7	14, 15	-
	102-8	143, 144	-
	102-9	17, 68	-
	102-10	Şirketin ilk sürdürülebilirlik raporudur.	-
	102-11	122-124	-
	102-12	131	-
	102-13	131	-
	Strateji		
	102-14	4-7	-
	102-15	122-124	-
	Etik ve Dürüstlük		
	102-16	119, 120	-
	102-17	120	-
	Yönetişim		
	102-18	44, 118, 119	-

GRI Standardı	Göstergeler	Sayfa Numarası/ Doğrudan Kaynak	Verilmeyen Bilginin Açıklaması
GRI 102: Genel Göstergeler 2016	102-19	44	-
	Paydaş Analizi		
	102-40	45, 142	-
	102-41	Toplu iş sözleşmesi kapsamında çalışan bulunmamaktadır.	-
	102-42	45, 142	-
	102-43	45, 142	-
	102-44	47-51	-
	Rapor Profili		
	102-45	11	-
	102-46	2	-
	102-47	47-51	-
	102-48	Şirketin ilk sürdürülebilirlik raporudur.	-
	102-49	Şirketin ilk sürdürülebilirlik raporudur.	-
	102-50	2	-
	102-51	Şirketin ilk sürdürülebilirlik raporudur.	-
	102-52	Rapor yıllık olarak yayımlanmaktadır.	-
	102-53	2	-
	102-54	2	-
	102-55	150-156	-
	102-56	2	-
GRI 200: Ekonomik Standart Serileri 2016			
Ekonomik Performans			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	2020 Faaliyet Raporu, s. 31	-
	103-2	2020 Faaliyet Raporu, s. 31	-
	103-3	2020 Faaliyet Raporu, s. 31	-

GRI Standardı	Göstergeler	Sayfa Numarası/ Doğrudan Kaynak	Verilmeyen Bilginin Açıklaması
GRI 201: Ekonomik Performans 2016	201-1	11	-
	202-3	2020 Faaliyet Raporu, s. 257-258	-
GRI 300: Çevresel Standart Serileri 2016			
Enerji			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	49, 74	-
	103-2	49, 74	-
	103-3	49, 74	-
GRI 302: Enerji 2016	302-1	Mavi CDP 2021 İklim Değişikliği Raporu, s. 20, 21	-
Su ve Atık Sular			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	48, 86	-
	103-2	48, 86	-
	103-3	48, 86	-
GRI 303: Su ve Atıksular 2018	303-3	147	-
Biyçeşitlilik			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	86, 87	-
	103-2	86, 87	-
	103-3	86, 87	-
GRI 304: Biyçeşitlilik 2016	304-3	87	-
Emisyonlar			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	49, 74, 75	-
	103-2	49, 74, 75	-
	103-3	49, 74, 75	-

GRI Standardı	Göstergeler	Sayfa Numarası/ Doğrudan Kaynak	Verilmeyen Bilginin Açıklaması
GRI 305: Emisyonlar 2016	305-1	75, 147	-
	305-2	75, 147	-
	305-3	75, 147	-
	305-4	Mavi CDP 2021 İklim Değişikliği Raporu, s. 19	-
Atık			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	49, 86	-
	103-2	49, 86	-
	103-3	49, 86	-
GRI 306: Atık 2020	306-3	86, 147	-
	306-4	86, 147	-
GRI 400: Sosyal Standart Serileri			
İstihdam			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	54, 55, 61	-
	103-2	54, 55, 61	-
	103-3	54, 55, 61	-
GRI 401: İstihdam 2016	401-1	144	-
	401-2	57, 62, 63	-
	401-3	57, 146	-
İş Sağlığı ve Güvenliği			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	66-67	-
	103-2	66-67	-
	103-3	66-67	-

GRI Standardı	Göstergeler	Sayfa Numarası/ Doğrudan Kaynak	Verilmeyen Bilginin Açıklaması
GRI 403: İş Sağlığı ve Güvenliği 2018	403-1	66-67	-
	403-2	66-67	-
	403-3	66-67	-
	403-5	67, 146	-
	403-9	66	-
	403-10	66	-
Eğitim ve Öğretim			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	65	-
	103-2	65	-
	103-3	65	-
GRI 404: Eğitim ve Öğretim	404-1	65	-
	404-2	65	-
	404-3	62, 145	-
Çeşitlilik ve Fırsat Eşitliği			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	56, 57	-
	103-2	56, 57	-
	103-3	56, 57	-
GRI 405: Çeşitlilik ve Fırsat Eşitliği 2016	405-1	56, 57, 145	-
	405-2	56	-
Tedarikçilerin Sosyal Açıdan Değerlendirilmesi			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	68-71	-
	103-2	68-71	-
	103-3	68-71	-
GRI 414: Tedarikçilerin Sosyal Açıdan Değerlendirilmesi 2016	414-1	69-71	-

GRI Standardı	Göstergeler	Sayfa Numarası/ Doğrudan Kaynak	Verilmeyen Bilginin Açıklaması
Özel Bildirimlerde Karşılığı Olmayan Öncelikli Konular			
Müşteri Memnuniyeti			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	48, 97-99	-
	103-2	48, 97-99	-
	103-3	48, 97-99	-
Ar-Ge ve İnovasyon			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	48, 100-107	-
	103-2	48, 100-107	-
	103-3	48, 100-107	-
Ham Madde Yönetimi			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	48, 86, 93	-
	103-2	48, 86, 93	-
	103-3	48, 86, 93	-
Marka İtibarı			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	48, 92, 112	-
	103-2	48, 92, 112	-
	103-3	48, 92, 112	-
Kimyasal Yönetimi			
GRI 103: Yönetim Yaklaşımı 2016	103-1	49, 85, 86, 93	-
	103-2	49, 85, 86, 93	-
	103-3	49, 85, 86, 93	-

TEŞEKKÜRLER

Okuduğunuz bu rapor aracılığıyla sizlere sürdürülebilirlik stratejimiz "All Blue. Daha Mavi. Daha İyi. Hepimizin Mavi'si" kapsamında yürüttüğümüz faaliyetleri anlatabildiğimiz için çok mutluyuz. Daha iyi bir Mavi ile daha iyi bir dünyanın mümkün olacağına inanıyoruz. Türkiye'nin öncü jean ve hazır giyim markası olarak üzerimize düşen lider marka sorumluluğu ile çalışmaya devam edeceğiz.

Raporla ilgili tüm soru, görüş ve önerilerinizi **sustainability@mavi.com** adresine iletebilirsiniz.



Künye

Mavi Giyim Sanayi ve Tic. AŞ.
Eski Büyükdere Cad. No: 53
34418 Kağıthane, İstanbul, Türkiye
T: +90 (212) 371 20 00
F: +90 (212) 282 60 60
sustainability@mavi.com

Raporlama Danışmanlığı
S360 Sürdürülebilirlik ve İletişim Hizmetleri
info@s360.com.tr
www.s360.com.tr
T: +90 (212) 351 91 76

YASAL UYARI

Bu Sürdürülebilirlik Raporu ("Rapor") Mavi Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş. ("Şirket") tarafından hazırlanmıştır.

Rapor, sadece bilgilendirme amacıyla hazırlanmış olup herhangi bir yatırım kararı için temel oluşturma amacı taşımaz. Şirket, bu Rapor'da yer alan verilerin güvenilir kaynaklar tarafından hazırlandığına inanıyor olsa da bu verilerin doğruluğunu ve tamlığını bağımsız olarak teyit etmemiştir. Buna ilave olarak, Rapor'da kullanılan bazı endüstri, pazar ve rekabet ortamı verileri Şirket'in faaliyet gösterdiği pazarlarda Şirket Yönetimi'nin bilgi ve tecrübesi çerçevesinde Şirket'in kendi araştırma ve tahminlerine dayalı olarak verilmiştir. Şirket, bu araştırma ve tahminlerin güvenilir olduklarına inanmaktadır ancak bu araştırma ve tahminler ile bunlara ilişkin metodolojilerin ve varsayımların doğruluğu ve tamlığı bağımsız kaynaklar tarafından teyit edilmemiştir. Şirket, Şirket Yönetimi ve/veya çalışanları ve/veya diğer ilgili şahıslar, bu verilerin kullanımı nedeniyle doğabilecek doğrudan veya dolaylı kayıp ve zararlardan sorumlu tutulamazlar.

Bu Rapor ve uyarı metni Türkçe ve İngilizce dillerinde hazırlanmıştır. Rapor ve uyarı metninin Türkçe ve İngilizce versiyonları arasında bir farklılık olması durumunda Türkçe metin geçerli olacaktır. Bu Rapor'un yayımlandığı tarih itibarıyla Rapor'da yer alan tüm bilgilerin doğru olduğuna inanılmaktadır ve Şirket, yazım ve basım aşamalarında oluşabilecek yanlışlıklar nedeniyle hiçbir sorumluluk kabul etmemektedir.

www.mavicompany.com