



Türk Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü İçin; Avrupa Yeşil Mutabakatı

(AYM) Kapsamında;

Sürdürülebilirlik Kılavuzları

Fasikül 7: Hazır Giyim Sektöründe Sürdürülebilirlik Beyanı

İÇİNDEKİLER

- ➔ Sürdürülebilirlik Beyanı
 - Firma Misyonun ve Değerlerinin Sürdürülebilirlikle İlişkilendirilmesi
 - Sürdürülebilirlikle İlgili Strateji ve Taahhütlerin Belirlenmesi ve Açıklanması
 - Sürdürülebilirlik Sertifikalarının Alınması ve Yayımlanması
- ➔ Sürdürülebilirlik Raporlaması Mevzuatları
 - En Yaygın Raporlama Çerçeveleri Hangileridir?
 - Türkiye’de Sürdürülebilirlik Raporlaması Ne Durumdadır?
- ➔ Sürdürülebilirlik Performansının Raporlanması ve Paydaşlarla Paylaşılması
 - Firmalarda Sürdürülebilirlik Raporlama Süreci Nasıl İlerler?
 - Sürdürülebilirlik Raporlaması Sürecinde Hangi Veriler Toplanmalıdır?
 - Sürdürülebilirlik Raporlarının Paydaşlarla Paylaşımı Nasıl Olmalıdır?
 - Sürdürülebilirlik Raporu Geri Bildirim Süreci Nasıl İşler?
 - Sürdürülebilirlik Beyanının Doğrulanması
 - Paydaşlarla İş Birliği ve İletişim



TEB

Önsöz

Sürdürülebilirlik, günümüzün en önemli iş ve yaşam prensiplerinden biri haline gelmiş olup, bu anlayışın hazır giyim sektörüne entegrasyonu büyük önem arz etmektedir. Sürdürülebilirlik, yalnızca çevresel değil, aynı zamanda ekonomik ve sosyal boyutları da kapsayan bütünsel bir yaklaşımı gerektirmektedir.

Misyonun ve Değerlerin Sürdürülebilirlikle İlişkilendirilmesi bölümünde, firmaların misyon ve değerlerini sürdürülebilirlikle ilişkilendirmelerinin önemi ve bu sürecin firmaya nasıl fayda sağlayacağı üzerinde durulmaktadır. Firmaların sürdürülebilirlik stratejilerini belirleyip bu stratejileri şeffaf bir şekilde açıklamaları, uzun vadeli başarı ve güven inşası açısından kritik öneme sahiptir. İkinci bölümde, strateji geliştirme ve taahhütlerin paylaşılması süreci detaylandırılmaktadır. Sonraki bölümlerde uygun sertifikaların seçimi, alınması ve yayınlanması süreçleri ele alınmakta ve sürdürülebilirlik raporlamasıyla ilgili yasal düzenlemeler ve standartlar incelenmektedir. Firmaların sürdürülebilirlik performanslarını nasıl raporlayacakları ve bu bilgileri paydaşlarıyla nasıl paylaşacakları anlatılmaktadır.

Sunulan bilgiler, hazır giyim sektöründeki tüm paydaşlara hitap etmektedir. Hazır giyim sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik kapsamlı bir bilgi kaynağı sunarak, sektördeki tüm paydaşların bu konudaki bilgi ve farkındalıklarının artırılması hedeflenmektedir.

Başarılı ve sürdürülebilir bir gelecek dileğiyle,

İHKİB

Sürdürülebilirlik Beyanı

Sürdürülebilirlik beyanı, bir şirketin sürdürülebilirlik stratejilerini, faaliyetlerini ve hedeflerini açık ve şeffaf bir şekilde kamuoyuna sunması anlamına gelir. Bu beyanlar, şirketlerin çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerini değerlendirmelerini ve sorumlu bir şekilde hareket etmelerini gösterir.

**Sürdürülebilirlik
beyanında 3 temel
adım!**

Sürdürülebilirlik beyanında temel hedef, yanıtıcı beyanlardan sakınarak firmanın sürdürülebilirlik hedeflerini doğru aktarmasıdır. Bunun için aşağıdaki adımların takip edilmesi önemlidir:

➔ ***Mevcut durum analizi ve sürdürülebilirlik beyanının içeriğine göre iş süreçlerinin düzenlenmesi:***

Kurumsal ve ürün bazlı farklılaşan sürdürülebilirlik beyanı, sertifikalar ve standartların içeriğine göre firmanın iş süreçlerinin şekillenmesi önemlidir.

Beyan sürecinin, çevresel sosyal ve yönetim açısından da farklılaştığı dikkate alınarak, firmanın ilgili tüm birimlerinin koordinasyon halinde hareket etmesi gerektiği akılda tutulmalıdır.

➔ ***Paydaşlarla iş birliği ve beyan sürecinde edinilen sertifikanın en uygun sertifika olması önemlidir:***

Her sertifikanın halihazırda yürürlükte olan sürdürülebilirlik mevzuat ve düzenlemelerini karşılamadığından hareketle ve yanıtıcı sertifikalara yönelik oluşan hassasiyetler dikkate alınarak, hangi sertifikanın alınacağına dair alıcı ve diğer paydaşlarla iletişim halinde karar verilmesi gerekebilir.

➔ ***Risk analizi ve sürekli iyileştirme yaklaşımı ile sürdürülebilirlik beyanının her yıl güncellenmesi gerektiği unutulmamalıdır:***

Sürdürülebilirlik beyanının her yıl yapılması gerektiğinden hareketle, sürdürülebilirliğin ilgili mevzuat ve düzenlemelerle yaşayan ve firmanın bu mevzuat ve düzenlemelere uyum sağlama çabası ile yaşanan bir süreç olduğu her zaman akılda tutulmalıdır.

Hazır giyim sektörü hem çevresel etkileri hem de sosyal sorumluluk açısından oldukça önemli bir sektördür. Günümüzde tüketiciler, satın aldıkları ürünlerin işlevselliğinin yanı sıra etik ve çevre dostu olmasına da önem vermektedir. Bu bilinçlenme, hazır giyim firmalarını yalnızca sürdürülebilirlik uygulamalarına yöneltmekle kalmaz, aynı zamanda şirketlerin misyon ve değerlerini sürdürülebilirlik ilkeleriyle entegre etmelerini teşvik etmektedir. Firmaların misyon ve değerlerini sürdürülebilirlikle ilişkilendirmesi, sektörün geleceği ve tüketici algısı açısından büyük önem taşımaktadır.

Sürdürülebilir Beyanında Atılacak Adımlar:

Sürdürülebilir İş Modeline Geçiş Yapmak:

Sürdürülebilir iş modeline geçiş yapmak isteyen bir firma, öncelikle tedarik zincirindeki konumunu belirleyerek buna uygun bir iş planı yapmalıdır.

➔ **Sadece iç piyasaya üretim yapan firmalar:** Sürdürülebilirlik beyanlarını iç mevzuata uygun bir çerçevede yapmaktan sorumludurlar. Bu aşamada ülkemizin gerek AB ile Gümrük Birliği çerçevesinde AB mevzuatına uyum süreci, gerekse Birleşmiş Milletler Kalkınma Hedefleri çerçevesinde sürdürülebilirlik hedeflerinin bir sorumluluk olarak üst yaklaşım olduğunu hatırd tutarak hazırlık yapmaları önerilir.

➔ **AB'ye ihracat yapan veya bu firmalara tedarik yapan firmalar:** AB'nin sürdürülebilirlik beyanı mevzuatı olan Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlaması Direktifinde yer alan standartlara uyum sağlamayı ilk etapta hedef olarak belirlemelidirler.

Sürdürülebilirlik Sorumluluklarına Dair İş Planı Yaparak Hedeflere Dair Yol Haritası Oluşturmak:

Sürdürülebilirlik sorumluluklarını oluşturan mevzuat ve düzenlemelere uyum belirli bir yatırım ve planlama gerektirmektedir. Yapılacak iş planı ile hedeflerin belirlenmesi ve bu hedeflerin gerçekleşmesine yönelik yol haritası çizilir.

Sürdürülebilirlik Olgunluğunun Sertifikalandırılması, Etiketlenmesi ve Raporlanması:

Sürdürülebilirlik mevzuat ve düzenlemelerine uyum sağlayan firmaların bu durumu her bir alan bazında kabul gören uluslararası ve AB kaynaklı sertifikalandırma programı ile kanıtlanması, bunu ürününde etiketlendirmesi ve raporlaması beklenir.

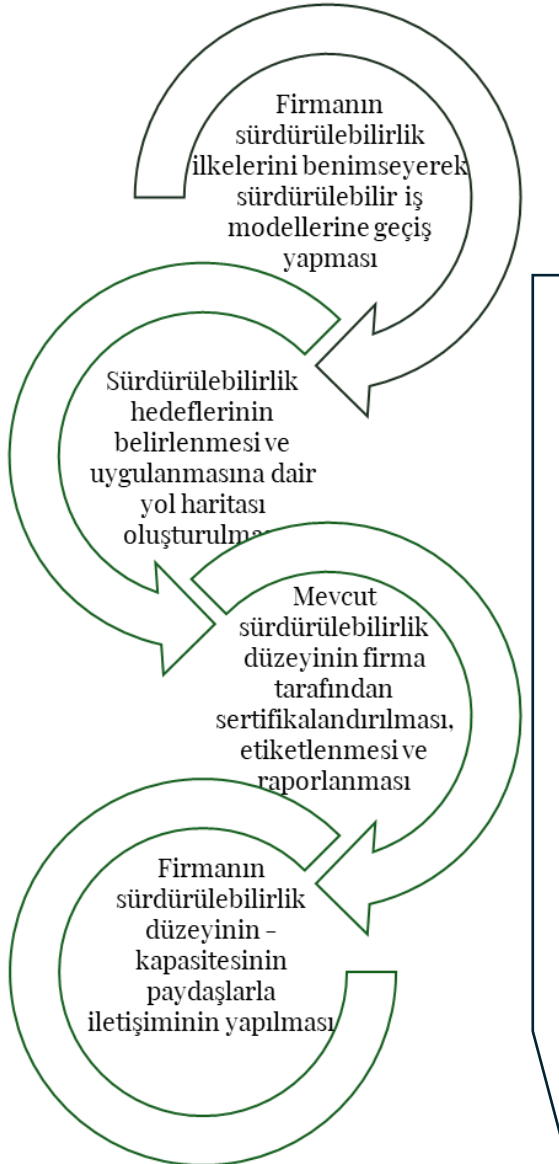
Sürdürülebilirlik Düzeyinin - Kapasitesinin Paydaşlarla İletişiminin Yapılması:

Paydaşlarla iletişimin etkili kılınması, sürdürülebilirliğin bir ürün pazarlama aracı olarak da firmayı bir adım öne çıkaracağı akılda tutulmalıdır.

Firma Misyonunun ve Değerlerinin Sürdürülebilirlikle İlişkilendirilmesi

Geçmişte sürdürülebilirlik beyanları çoğunlukla gönüllüydü ve sınırlı bilgiler içerirdi. Şirketler sadece çevresel performanslarını belirtir, genellikle geniş kapsamlı sosyal ya da ekonomik etkilerini açıklamazlardı. Sürdürülebilirlik beyanları günümüzde stratejik raporlama, ESG (Environmental, Social, Governance) raporları ve döngüsel ekonomi yaklaşımlarına dayanmaktadır.

Sürdürülebilirlik beyanlarının daha şeffaf, detaylı ve veri odaklı hale gelmesi sonucu firmalar artık sadece çevresel etkilerini değil, aynı zamanda sosyal sorumluluklarını da izlenebilirlik ve hesap verebilirlik ilkeleri doğrultusunda kamuoyuna sunmak durumundadırlar. Ayrıca dijitalleşme ve büyük veri analitiği sayesinde şirketler daha şeffaf, izlenebilir ve ölçülebilir hedefler sunabiliyor.



Sürdürülebilirlik beyanlarının doğrulanması:

- Çevre etiketlerine dahil olmak
- Dijital ürün pasaportu kullanmaya başlamak
- Tüketici güvenliği ve piyasa gözetimine uygun sertifikaları edinmek
- AB Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlaması çerçevesinde raporlama yapmak
- Paydaşlarla iş birliği ve iletişim



iHKiB
İSTANBUL HAZIR GIYİM &
KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ



TEB

Sürdürülebilirlik odaklı bir misyon, firmaların sadece kar elde etmeyi değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal sorumluluklarını da yerine getirmeyi hedefleyen bir yolculuğa çıkmasını sağlar. Bu misyon, firmanın tüm faaliyetlerini yönlendirir ve uzun vadeli başarısını sağlar. Hazır giyim firmalarının misyon ve değerlerini sürdürülebilirlik odaklı hale getirmeleri, sektördeki dönüşümün temelini oluşturur. Bu, sadece çevresel değil, aynı zamanda sosyal ve ekonomik etkileri de göz önünde bulunduran kapsamlı bir yaklaşım gerektirir.

Firmalar, üretim süreçlerinde doğal kaynakları koruyan, atık miktarını azaltan ve yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanan teknolojileri benimseyerek başlayabilirler. Organik pamuk, tencel gibi sürdürülebilir malzemelerin tercih edilmesi, kimyasal atık oluşumunu önler ve çalışan sağlığını korur. Ürünlerin tasarımı, uzun ömürlü, tamir edilebilir ve geri dönüştürülebilir olacak şekilde optimize edilmelidir. Tedarik zinciri şeffaştırılarak, tüm paydaşların sürdürülebilirlik performansı değerlendirilmeli ve etik üretim ilkeleri benimsenmelidir.

Tüketicilere doğru ve detaylı bilgi sunarak bilinçli tüketimi teşvik etmek de önemlidir. Firmalar, bu dönüşümü gerçekleştirirken çalışanlarını eğiterek, onların katılımını sağlayarak ve sürdürülebilirlik kültürünü firma genelinde yaygınlaştırarak daha güçlü bir etki yaratabilirler. Böylece, hazır giyim firmaları hem çevresel etkilerini azaltır hem de tüketicilerin güvenini kazanarak uzun vadede sürdürülebilir bir büyüme sağlayabilirler.

Sürdürülebilirlikle İlgili Strateji ve Taahhütlerin Belirlenmesi ve Açıklanması

Hazır giyim sektöründe sürdürülebilirlikle ilgili strateji ve taahhütlerin belirlenmesi ve açıklanması, bir firmanın çevresel ve sosyal etkilerini azaltmak için uzun vadeli bir yol haritası oluşturması anlamına gelir. Bu süreç, firmanın tüm faaliyetlerini sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda yeniden şekillendirmesini gerektirir.

Firmalarda Sürdürülebilirlik Stratejisi ve Taahhütlerin Belirlenme Süreci Nasıl Olmalıdır?

Hazır giyim firmalarında sürdürülebilirlik stratejisi ve taahhütlerinin belirlenme süreci, kapsamlı bir değerlendirme ve planlama aşamasını içerir. Bu süreç, firmanın tüm departmanlarını ve paydaşlarını kapsayacak şekilde yürütülmelidir.

Firmalar, kapsamlı bir değerlendirme ve analiz süreci sonucunda sürdürülebilirlik stratejilerini ve taahhütlerini belirler. Bu stratejiler, firmanın çevresel ve sosyal etkilerini azaltmak, kaynakları verimli kullanmak ve uzun vadeli başarısını sağlamak için yol haritası niteliğindedir. Belirlenen bu stratejiler ve taahhütler, daha sonra farklı iletişim kanalları aracılığıyla tüm paydaşlara duyurulur. Firma, sürdürülebilirlik raporları, web sitesi, sosyal



iHKiB
İSTANBUL HAZIR GİYİM &
KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ



TEB

medya, basın bültenleri ve etkinlikler gibi çeşitli yöntemlerle şeffaflık ilkesini benimser ve taahhütlerinin arkasında durduğunu gösterir.

1. Sürdürülebilirlik Değerlendirmesi:

- ➔ Mevcut Durum Analizi: Firmanın mevcut üretim süreçleri, tedarik zinciri, ürün yaşam döngüsü ve çevresel etkileri detaylı bir şekilde analiz edilmelidir.
- ➔ Risk Değerlendirmesi: Sürdürülebilirlikle ilgili potansiyel riskler ve fırsatlar belirlenmelidir.
- ➔ Paydaş Analizi: Müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler, sivil toplum kuruluşları ve diğer paydaşların beklentileri ve endişeleri değerlendirilmelidir.

2. Hedef Belirleme:

- ➔ SMART Hedefler: Spesifik, Ölçülebilir, Ulaşılabilir, Alakalı ve Zamanlanmış hedefler belirlenmelidir.
- ➔ Kısa, Orta ve Uzun Vadeli Hedefler: Farklı zaman dilimlerinde ulaşılması gereken hedefler belirlenmelidir.
- ➔ Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SDG'ler): Firmanın hedefleri, Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile uyumlu hale getirilmelidir.

3. Strateji Geliştirme:

- ➔ Sürdürülebilirlik Vizyonu: Firmanın sürdürülebilir geleceđe dair vizyonu belirlenmelidir.
- ➔ Stratejik Yaklaşımlar: Sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için farklı stratejik yaklaşımlar (örneğin, döngüsel ekonomi, yeşil inovasyon, sosyal sorumluluk projeleri) değerlendirilmelidir.
- ➔ Eylem Planları: Her bir hedef için detaylı eylem planları oluşturulmalıdır.

4. Taahhütlerin Açıklanması:

- ➔ İç İletişim: Sürdürülebilirlik stratejisi ve taahhütler, tüm çalışanlara açıklanmalı ve çalışanların katılımı sağlanmalıdır.
- ➔ Dış İletişim: Sürdürülebilirlik raporları, web sitesi, sosyal medya ve basın bültenleri aracılığıyla paydaşlarla paylaşılmalıdır.
- ➔ Şeffaflık: Sürdürülebilirlik performansı düzenli olarak raporlanmalı ve hesap verilebilir olmalıdır.

5. Uygulama ve Takip:

- Sorumlulukların Belirlenmesi: Her bir eylem planı için sorumlu kişiler belirlenmelidir.
- Performans Takibi: Belirlenen hedeflere ne kadar ulaşıldığı düzenli olarak takip edilmelidir.
- Değişiklik Yönetimi: Gerektiğinde strateji ve eylem planlarında değişiklikler yapılmalıdır.

6. Sürekli İyileştirme:

- Geri Bildirim Mekanizmaları: Paydaşlardan gelen geri bildirimler değerlendirilmelidir.
- Sürekli Gelişim: Sürdürülebilirlik uygulamaları sürekli olarak iyileştirilmelidir.

Firmalarda Sürdürülebilirlik Stratejisi Belirlemede Önemli Noktalar Nelerdir?

Yönetim Desteği: Yüksek düzeyde yönetim desteği olmadan sürdürülebilirlik çabaları başarılı olamaz.

Çalışan Katılımı: Çalışanların sürdürülebilirlik süreçlerine dahil edilmesi, başarı için kritiktir.

Tedarik Zinciri Yönetimi: Tedarikçilerin de sürdürülebilirlik standartlarına uyması sağlanmalıdır.

Ölçülebilirlik: Hedeflerin ölçülebilir olması, ilerlemenin takip edilmesini sağlar.

Uzun Vadeli Düşünce: Sürdürülebilirlik, uzun vadeli bir yolculuktur. Kısa vadeli kazançlara odaklanmak yerine uzun vadeli hedeflere odaklanılmalıdır.

Sürdürülebilirlik stratejilerini açıklama yöntemleri, firmaların çevresel ve sosyal sorumluluklarına dair taahhütlerini paydaşlarıyla etkili bir şekilde paylaşmalarını sağlar. Bu yöntemler arasında sürdürülebilirlik raporları hazırlamak, firmanın web sitesi ve sosyal medya platformlarını kullanmak, basın bültenleri yayınlamak, etkinlikler düzenlemek, ürün etiketlerinde sürdürülebilirlik özelliklerini vurgulamak, çalışan eğitimleri düzenlemek ve tedarikçilerle iş birliği yapmak sayılabilir. Bu yöntemler sayesinde firmalar, tüketici güvenini artırır, marka itibarını güçlendirir, çalışan memnuniyetini yükseltir, yatırımcıları cezbeder ve yasal uyumluluklarını sağlar.

Sürdürülebilirlik Sertifikalarının Alınması ve Yayınlanması

Sürdürülebilirlik sertifikaları, bir firmanın çevresel, sosyal ve ekonomik performansını bağımsız bir kuruluş tarafından değerlendirilerek verilen belgelere denir. Hazır giyim sektöründe sürdürülebilirlik sertifikaları, bir firmanın çevresel ve sosyal sorumluluklarına verdiği önemi belirten önemli bir göstergedir.

Firmalar Alınacak Sürdürülebilirlik Sertifikalarını Belirlemek İçin Hangi Faktörleri Göz Önünde Bulundurmalıdır?

- Ürünler ve üretim süreçlerinde hangi malzemeler kullanılıyor?
- Üretimde hangi kimyasallar kullanılıyor?
- Enerji tüketimi nasıl?
- Atık yönetimi nasıl yapılıyor?
- Firmanın çevresel, sosyal ve ekonomik hedefleri neler? Örneğin, işçi hakları, adil ticaret gibi konulara odaklanılıyorsa Fairtrade sertifikası daha uygun olabilir.
- Hedeflenen müşteri kitlesi nedir?

Firmalar Sürdürülebilirlik Sertifikası Almak İçin Nasıl Bir Yol İzlemeli?

Firmalar sürdürülebilirlik sertifikası alırken ilk olarak, faaliyet alanlarına, hedeflerine ve büyüklüklerine en uygun sertifikayı seçmelerine odaklanmalıdır. Ardından, başvuru, değerlendirme, sertifika alma ve yayımlama gibi süreçlerde izlenmesi gereken adımlar detaylandırılır. Bu süreç boyunca düzenli denetimlerle sertifikanın devamlılığı sağlanır. Her sertifikaya göre bazı farklılıklar olabilese de bu bölüm firmaların genel sertifikalandırma sürecinde dikkat etmeleri gereken temel noktaları açıklar.

1. Sertifika Seçimi

➤ **Firmanın Özellikleri:** Firmanın faaliyet alanı, üretim süreçleri, hedefleri ve büyüklüğü gibi faktörler, uygun sertifikayı belirlemede önemlidir.

➤ **Sertifika Kapsamı:** Sertifikanın kapsamı, firmanın tüm faaliyetlerini veya belirli bir bölümünü kapsayabilir. Firma, kendi ihtiyaçlarına ve hedeflerine en uygun kapsamı seçmelidir.

➤ **Sertifika Kuruluşunun Güvenirliliği:** Sertifika kuruluşunun akreditasyonu, uluslararası tanınırlığı ve geçmiş performansı gibi faktörler göz önünde bulundurulmalıdır.

2. Başvuru

➔ **Başvuru Formu:** Firma, seçtiği sertifika kuruluşunun web sitesinden başvuru formu doldurarak süreci başlatır.

➔ **Gerekli Belgeler:** Firma, üretim süreçleri, kullanılan hammaddeler, atık yönetimi, enerji kullanımı gibi konularda detaylı bilgi içeren belgeleri sertifika kuruluşuna sunar.

3. Değerlendirme

➔ **Belge İncelemesi:** Sertifika kuruluşu, firmanın sunduğu belgeleri inceler ve uygunluk değerlendirmesi yapar.

➔ **Tesis Ziyaretleri:** Sertifika kuruluşunun uzmanları, firmanın üretim tesislerini ziyaret ederek yerinde incelemeler yapar.

➔ **Görüşmeler:** Firma yöneticileri ve çalışanlarıyla görüşmeler yaparak, sürdürülebilirlik uygulamaları hakkında daha fazla bilgi edinir.

4. Sertifika Verme

➔ **Uygunluk Raporu:** Değerlendirme sonuçlarına göre hazırlanan uygunluk raporunda, firmanın sertifika kriterlerine uygunluğu belirtilir.

➔ **Sertifika Teslimi:** Tüm kriterleri karşılayan firmalara sertifika verilir. Sertifika genellikle belirli bir süre için geçerlidir ve düzenli denetimlerle yenilenmesi gerekir.

5. Yayınlama

➔ **Web Sitesi:** Firma, web sitesinde sertifika logosunu ve ilgili bilgileri yayınlamak, sürdürülebilirlik çabalarını tüm paydaşlarına duyurur.

➔ **Ürün Etiketleri:** Ürün etiketlerinde sertifika logosu yer alarak, tüketicilere ürünün sürdürülebilirlik standartlarına uygun olarak üretildiğini gösterir.

➔ **Pazarlama Materyalleri:** Broşürler, kataloglar ve diğer pazarlama materyallerinde sertifika bilgileri yer alarak, firmanın sürdürülebilirlik imajını güçlendirir.

➔ **Sosyal Medya:** Sosyal medya platformlarında sertifika haberleri paylaşarak, daha geniş kitlelere ulaşılır.

6. Düzenli Denetim

- ➔ **Planlı Denetimler:** Sertifikanın geçerliliğini korumak için sertifika kuruluşu, belirli aralıklarla firmaları denetler.
- ➔ **Duyurulmamış Denetimler:** Sertifika kuruluşu, beklenmedik zamanlarda firmaları denetleyerek, sistemin sürekliliğini kontrol eder.
- ➔ **Düzeltilme İşlemleri:** Denetimler sonucunda eksiklikler tespit edilirse, firmanın bu eksiklikleri gidermesi için belirli bir süre verilir.

Sürdürülebilirlik Sertifikalarının Maliyeti Nelere Bağlıdır?

- ➔ **Sertifika programı:** Farklı sertifika programlarının farklı maliyetleri vardır.
- ➔ **Firmanın büyüklüğü:** Firmanın büyüklüğü, üretim kapasitesi ve ürün çeşitliliği maliyeti etkileyebilir. Çok sayıda farklı ürün üreten firmalar için, her ürünün sertifikalandırılması gerekebilir. Bu durum, sertifika sürecinin karmaşıklığını artıracak ve maliyeti yükseltecektir.
- ➔ **Üretim tesislerinin sayısı ve lokasyonu:** Birden fazla üretim tesisi varsa veya farklı ülkelerde üretim yapılıyorsa maliyet artabilir.
- ➔ **Yapılacak denetimlerin sıklığı:** Düzenli denetimler için ek maliyetler oluşabilir. Denetim sıklığı, sertifika programına ve firmanın risk profiline göre belirlenir.
- ➔ **Danışmanlık hizmetleri:** Firmalar, sertifika sürecinde dış danışmanlık hizmetlerinden yararlanabilirler.

Sürdürülebilirlik Raporlaması Mevzuatları

Hazır giyim firmaları için sürdürülebilirlik raporlaması, firmaların faaliyetlerinin çevre, sosyal ve yönetim (ESG) boyutlarında ne kadar sürdürülebilir olduğunu ölçmek, değerlendirmek ve paydaşlara şeffaf bir şekilde sunmak anlamına gelir. Sürdürülebilirlik raporları, firmaların sürdürülebilirlik konusundaki taahhütlerini gösterir ve şeffaflık sağlar. Son yıllarda, artan çevresel bilinç ve tüketici talepleri ile birlikte, sürdürülebilirlik raporlaması mevzuatları da önemli ölçüde gelişmiştir.

Birçok ülkede mevzuatın zorunlu kıldığı bu raporlama, yatırımcılar, müşteriler, çalışanlar ve diğer paydaşların firmaların sürdürülebilirlik performansı hakkında daha iyi bilgi sahibi olmalarını sağlayarak, güvenilirliği artırmaktadır.



TEB

Sürdürülebilirlik raporlamasının kökenleri, 1970'lerde çevresel konulara artan duyarlılıkla birlikte ortaya çıkmıştır. Başlangıçta, firmaların gönüllü olarak yayınladığı sürdürülebilirlik raporları, zamanla artan tüketici ve yatırımcı talepleri, düzenleyici kurumların baskısı ve küresel çevresel sorunlar sebebiyle daha standardize ve kapsamlı raporlama ihtiyacını doğurmuştur.

Önemli bir dönüm noktası, 1990'lı yıllarda Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative-GRI) gibi ilk uluslararası sürdürülebilirlik raporlama standartlarının ortaya çıkmasıdır. GRI, firmaların kendi sektörlerine ve boyutlarına uygun olarak raporlamalarını sağlayan esnek bir çerçeve sunmuştur. Bu standartlar, zaman içinde evrilerek ve birbirlerini etkileyerek daha kapsamlı ve etkili hale gelmektedir.

2000'li yıllarla birlikte, sürdürülebilirlik raporlaması, iklim değişikliği gibi küresel sorunların ön plana çıkmasıyla birlikte daha da önem kazanmıştır. Bu dönemde, Karbon Saydamlık Projesi (Carbon Disclosure Project-CDP) gibi iklim değişikliği odaklı raporlama çerçeveleri ve Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SDG'ler) gibi küresel hedefler, sürdürülebilirlik raporlamasını şekillendiren önemli faktörler olmuştur.

Finansal sektörün sürdürülebilirliğe olan ilgisinin artmasıyla birlikte, İklimle Bağlantılı Finansal Beyan Görev Gücü (Task Force on Climate-related Financial Disclosures-TCFD) gibi finansal kuruluşlara yönelik raporlama çerçeveleri geliştirilmiştir.

Avrupa Birliği, sürdürülebilirliği şirketlerin temel sorumluluklarından biri olarak kabul etmekte ve bu doğrultuda çeşitli yasal düzenlemeler yapmaktadır. Bu düzenlemelerin en önemlilerinden biri, **Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlama Direktifi (Corporate Sustainability Reporting Directive - CSRD)**'dir.

Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlama Direktifi (CSRD), büyük şirketlerin ve finansal kuruluşların sürdürülebilirlik performanslarını daha detaylı ve şeffaf bir şekilde raporlamalarını zorunlu kılan kapsamlı bir düzenlemedir. Bu direktif, firmaların iklim değişikliği, sosyal etkileri ve iş modeli ile ilgili daha fazla bilgi vermelerini gerektirerek, sürdürülebilirlik alanındaki şeffaflığı artırmayı hedeflemektedir. CSRD, aynı zamanda, SASB (Sürdürülebilirlik Muhasebe Standartları Kurulu) tarafından geliştirilen sektörler özel sürdürülebilirlik standartları, CDP (Karbon Saydamlık Projesi) tarafından sunulan iklim değişikliği ile ilgili finansal risk çerçevesi ve AB Taksonomisi gibi diğer önemli çerçevelerle de uyumlu çalışmaktadır. Özellikle Taksonomi, yeşil yatırımların tanımlanmasına ve yönlendirilmesine yardımcı olarak, CSRD'nin hedeflerini desteklemektedir. Ayrıca, NFRD (Mali Olmayan Bilgilendirme Direktifi) gibi daha önceki düzenlemelerin üzerine inşa edilen CSRD, sürdürülebilirlik raporlamasının kapsamını genişleterek, şirketlerin daha kapsamlı bir sürdürülebilirlik değerlendirmesi yapmalarını sağlamaktadır.

İhracat yapan firmalar için sürdürülebilirlik raporlama standardı seçimi, hem uluslararası pazarlarda rekabet avantajı sağlamak hem de farklı ülkelerdeki düzenlemelere uyum sağlamak açısından büyük önem taşır.

En Yaygın Raporlama Çerçevesi Hangileridir?

➔ **GRI (Küresel Raporlama Girişimi):** Dünyanın en yaygın kullanılan sürdürülebilirlik raporlama standardıdır. Esnek yapısı sayesinde farklı sektörlerdeki firmalara uyum sağlayabilir.

➔ **SASB (Sürdürülebilirlik Muhasebe Standartları Kurulu):** Sektörlere özel sürdürülebilirlik standartları geliştirir. Finansal performans ile sürdürülebilirlik arasında güçlü bir bağ kurar.

➔ **CDP (Karbon Saydamlık Projesi):** İklim değişikliği ile ilgili finansal riskleri ele alan bir çerçevedir. Özellikle karbon emisyonları ve iklim değişikliği etkileri üzerine odaklanır.

➔ **CSRD (Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlama Direktifi):** CSRD, belirli kriterleri karşılayan büyük şirketleri ve finansal kuruluşların çevresel, sosyal ve yönetimsel uygulamalarında sadece nicel verilerin değil, aynı zamanda nitel bilgilerin de sunulmasını gerektiriyor. Firmalar sürdürülebilirlik stratejilerini, hedeflerini, risklerini ve fırsatlarını detaylı bir şekilde açıklamak zorundalar.

➔ **TCFD (İklimle Bağlantılı Finansal Beyan Görev Gücü):** Finansal kuruluşların iklim değişikliği risklerini yönetimlerini destekleyen bir çerçevedir.

Hangi standardın daha uygun olacağı, aşağıdaki faktörlere bağlı olarak değişebilir:

Hedef Pazarlar: Firmanın ihracat yaptığı ana pazarlardaki yasal düzenlemeler ve tüketici beklentileri, kullanılacak standardı belirlemede önemli bir rol oynar. Örneğin, Avrupa Birliği pazarına odaklanan bir firma, CSRD kapsamında Avrupa Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları (ESRS) gibi AB düzenlemelerine uygun bir standart tercih edebilir.

Sektör: Farklı sektörlerde faaliyet gösteren firmalar için farklı standartlar daha uygun olabilir. Örneğin, finans sektöründe faaliyet gösteren bir firma, TCFD gibi finansal kuruluşlara yönelik bir standardı tercih edebilir.

Firma Büyüklüğü ve Karmaşıklık: Büyük ve karmaşık firmalar, daha kapsamlı bir standart olan GRI gibi bir standardı tercih edebilirken, küçük ve orta ölçekli işletmeler sektörlerine özel geliştirilmiş standartları tercih edebilirler.

Sürdürülebilirlik Hedefleri: Firmanın sürdürülebilirlik hedefleri, hangi standardın seçileceğini etkileyebilir. Örneğin, iklim değişikliği üzerine yoğunlaşan bir firma, CDP gibi bir standardı tercih edebilir.

Türkiye’de Sürdürülebilirlik Raporlaması Ne Durumdadır?

Türkiye’de sürdürülebilirlik raporlaması tüm firmalar için zorunlu değildir; ancak bazı düzenlemeler ve teşvikler bulunmaktadır. Özellikle büyük ve halka açık şirketler için bu raporlamalar giderek daha önemli hale gelmektedir. Türkiye’de sürdürülebilirlik raporlaması ile ilgili bazı önemli noktalar şunlardır:

➔ Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları (TSRS) ve “Uygulama Kapsamına İlişkin Kurul Kararları Resmî Gazete’de 29 Aralık 2023 tarihinde yayımlanmış ve belli şartları sağlayan işletmeler için 01/01/2024 tarihinden itibaren Sürdürülebilirlik Raporlaması zorunlu hale getirilmiştir. Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne uyum süreci kapsamında, sürdürülebilirlik raporlaması ve CSRD kriterlerine uyum konularında düzenlemelerin gelecekte daha da sıkı hale gelmesi beklenmektedir.

➔ Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) halka açık şirketler için çeşitli raporlama ve açıklama yükümlülükleri getirmiştir. Bu yükümlülükler arasında ESG (Çevresel, Sosyal ve Yönetişim) faktörleri de bulunmaktadır. Ancak, bu raporlama zorunluluğu henüz tüm şirketler için geçerli değildir.

➔ Borsa İstanbul, sürdürülebilirlik performansı yüksek şirketleri içeren endeksler oluşturmuştur. Bu endekslere dahil olmak isteyen şirketler, belirli sürdürülebilirlik kriterlerine uymak zorundadır. Bu durum, şirketlerin sürdürülebilirlik performanslarını iyileştirmelerine ve raporlamalarını geliştirmelerine katkı sağlamaktadır.

Sürdürülebilirlik Performansının Raporlanması ve Paydaşlarla Paylaşılması

Sürdürülebilirlik raporlaması, firmaların şeffaflık ve hesap verebilirliklerini artırmaları için önemli bir araç haline gelmiştir. Bu raporlar, şirketlerin ürünlerin tasarımı, üretimi, dağıtımı ve geri dönüşümü süreçlerindeki etkilerini detaylı bir şekilde ortaya koyarak, firmaların sürdürülebilirlik hedeflerine ne kadar yaklaştığını göstermekte ve gelecekteki iyileştirmeler için yol haritası oluşturmaktadır.

Firmalarda Sürdürülebilirlik Raporlama Süreci Nasıl İlerler?

➔ **Hedef Belirleme:** Firma, sürdürülebilirlik hedeflerini belirlemeli ve bu hedeflere ulaşmak için bir yol haritası oluşturmalıdır.

➔ **Önceliklendirme Analizi:** Firmanın faaliyetlerinin çevresel ve sosyal etkileri üzerinde en büyük etkisi olan konular belirlenmelidir. Bu, genellikle paydaş görüşmeleri, sektör analizleri ve iç değerlendirmeler yoluyla yapılır.

- ➔ **Veri Toplama:** Belirlenen öncelikli konulara ilişkin veriler, firmanın ilgili birimlerinden toplanmalıdır.
- ➔ **Veri Analizi ve Değerlendirme:** Toplanan veriler analiz edilmeli ve firmanın performansı değerlendirilmelidir.
- ➔ **Raporun Hazırlanması:** Analiz sonuçları, firmanın sürdürülebilirlik stratejisi ve hedefleri doğrultusunda bir rapor haline getirilmelidir.
- ➔ **Bağımsız Doğrulama:** Raporun doğruluğu ve güvenilirliği, bağımsız bir kuruluş tarafından doğrulanmalıdır.
- ➔ **Yayımlama:** Rapor, firmanın web sitesinde ve diğer uygun platformlarda yayınlanmalıdır.
- ➔ **Paydaş İletişimi:** Rapor, paydaşlarla paylaşılmalı ve geri bildirimler alınmalıdır.

Sürdürülebilirlik Raporlaması Sürecinde Hangi Veriler Toplanmalıdır?

Sürdürülebilirlik raporlaması için gerekli veriler, şirketin farklı birimlerinden toplanan çeşitli bilgileri içerir. Muhasebe ve finans departmanlarından finansal performans, yatırım ve vergi ödemelerine dair veriler elde edilir. Üretim birimi, enerji tüketimi, su kullanımı, atık üretimi, emisyonlar ve hammadde kullanımı gibi çevresel performans göstergelerini sağlar. İnsan kaynakları departmanı, çalışan sayısı, memnuniyeti, eğitim ve gelişim gibi sosyal verileri sunar. Kalite kontrol departmanı, ürün kalitesi ve süreç iyileştirmelerine dair verilerle katkıda bulunur. Tedarik zinciri yönetimi departmanı ise tedarikçilerin sürdürülebilirlik performansları ve lojistik süreçlerdeki çevresel etkiler hakkında bilgi verir. İletişim ve pazarlama departmanı, müşteri geri bildirimleri ve pazarlama faaliyetleri ile ilgili verileri sunar. Yönetim ise stratejik planlama, risk yönetimi ve kurumsal yönetim konularında veriler sağlar. Bu verilerin doğru, tam ve güncel olması, raporun güvenilirliği ve şeffaflığı için büyük önem taşır. Veri toplama sürecinde, şirketin yapısı ve sektörü göz önünde bulundurularak farklı yöntemler kullanılabilir. Bu yöntemler arasında iç kayıtlar, anketler, enerji ve su sayaçları, atık takibi ve tedarikçi değerlendirmeleri sayılabilir. Sürdürülebilirlik raporlama yazılımları, veri toplama, analiz ve raporlama süreçlerini kolaylaştırarak daha verimli bir çalışma imkânı sunar.

Sürdürülebilirlik raporlamasında toplanması gereken veriler, firmanın sektörü, büyüklüğü ve hedeflerine göre değişiklik gösterse de genel olarak aşağıdaki başlıklar altında toplanabilir:

Çevresel Veriler:

- ➔ **Enerji Tüketimi:** Elektrik, doğal gaz, yakıt gibi enerji kaynaklarının tüketimi.
- ➔ **Su Tüketimi:** Proseslerde ve günlük hayatta kullanılan su miktarı.
- ➔ **Atık Üretimi:** Katı, sıvı ve gaz halindeki atıkların miktarı ve bertaraf yöntemleri.
- ➔ **Emisyonlar:** Hava, su ve toprağa bırakılan zararlı maddelerin miktarı.
- ➔ **Biyolojik Çeşitlilik:** Doğa üzerindeki etkiler (örneğin, habitat kaybı, biyolojik çeşitlilik üzerindeki etkiler).

- **Kaynak Kullanımı:** Hammadde kullanımı, geri dönüşüm oranları.

Sosyal Veriler:

- **Çalışanlar:** Çalışan sayısı, cinsiyet dağılımı, yaş ortalaması, çalışan memnuniyeti, ayrılma/işe başlama oranları, iş kazaları, eğitim ve gelişim programları.
- **İnsan Hakları:** Tedarik zincirinde insan hakları ihlalleri, çocuk işçiliği, zorla çalıştırma.
- **Topluluk İlişkileri:** Topluluk yatırımları, yerel halkla ilişkiler.
- **Tedarik Zinciri:** Tedarikçilerin sosyal performansı, etik süreçler.

Ekonomik Veriler:

- **Finansal Performans:** Gelir, gider, kâr marjı, yatırım, vergi ödemeleri.
- **Verimlilik:** Üretim süreçlerindeki verimlilik, kaynak kullanımı etkinliği.
- **İnovasyon:** Ar-Ge yatırımları, yeni ürün ve hizmet geliştirme.

Yönetişim Verileri:

- **Kurumsal Yönetim:** Yönetim kurulu yapısı, bağımsızlık, ücretlendirme politikaları.
- **Risk Yönetimi:** Risk yönetimi süreçleri, risk değerlendirmeleri.
- **Etik:** Etik ilkeler, şeffaflık, hesap verebilirlik.
- **Ürünlerin Çevresel Etkileri:** Ürünlerin yaşam döngüsü değerlendirmesi, ambalaj atıkları (Üretim, Pazarlama)

Sürdürülebilirlik Raporlarının Paydaşlarla Paylaşımı Nasıl Olmalıdır?

Sürdürülebilirlik raporları, firmaların bu konudaki çalışmalarını paydaşlarıyla paylaşmaları için etkili bir araçtır. Bu paylaşım, genellikle firmanın web sitesinde raporun yayınlanması, sosyal medya hesapları üzerinden tanıtılması, basın bülteni hazırlanması ve paydaşlarla düzenlenen toplantılar aracılığıyla gerçekleştirilir. Web sitesi, raporun en kapsamlı şekilde sunulduğu ve herkesin erişimine açık olduğu bir platformdur. Sosyal medya ise daha geniş kitlelere ulaşmak ve etkileşimi artırmak için ideal bir kanaldır. Basın bülteni sayesinde geleneksel medya organlarında da yer alınabilir. Paydaş toplantıları ise rapor hakkında daha derinlemesine bilgi vermek, soruları yanıtlamak ve paydaşlardan geri bildirim almak için önemli bir fırsattır.

Sürdürülebilirlik Raporu Geri Bildirim Süreci Nasıl İşler?

Paydaşlardan gelen geri bildirimler, raporlama sürecinin önemli bir parçasıdır. Geri bildirimler, firmanın sürdürülebilirlik stratejilerini ve raporlama süreçlerini geliştirmeye yardımcı olur.

➔ Geri Bildirim Kanallarının Belirlenmesi:

Raporun içinde açık bir geri bildirim mekanizması: Raporun sonunda veya belirli bölümlerinde paydaşların geri bildirimde bulunabileceği bir e-posta adresi, çevrimiçi form veya anket linki belirtilmelidir.

Toplantılar: Paydaşlarla düzenlenecek özel toplantılar veya genel kurullar.

Sosyal medya: Şirketin sosyal medya hesapları üzerinden gelen yorumlar ve mesajlar.

➔ Geri Bildirimlerin Toplanması:

Belirlenen kanallar üzerinden gelen tüm geri bildirimlerin sistematik olarak toplanması: Bu süreçte, yazılı, sözlü veya görsel her türlü geri bildirim dikkate alınmalıdır.

Geri bildirimlerin kategorize edilmesi: Gelen geri bildirimler, konularına göre (örneğin, çevresel etkiler, sosyal sorumluluk, finansal performans) kategorize edilmelidir.

Geri bildirimlerin analiz edilmesi: Toplanan geri bildirimler, olumlu ve olumsuz yönleri, tekrar eden konular ve öneriler açısından detaylı bir şekilde analiz edilmelidir.

➔ Geri Bildirimlerin Değerlendirilmesi:

Önem sırasına göre sıralama: Gelen geri bildirimler, şirket için öncelikli olan konulara göre sıralanmalıdır.

Eyleme dönüştürme: Her bir geri bildirim için, ne gibi adımlar atılabileceği belirlenmelidir.

Sorumlulukların belirlenmesi: Her bir eylem için sorumlu kişi veya ekip belirlenmelidir.

➔ Paydaşlara Geri Bildirim:

Geri bildirimlerin değerlendirilmesi sonucu alınan kararların paydaşlara iletilmesi: Paydaşlara, geri bildirimlerinin dikkate alındığı ve bu doğrultuda neler yapıldığı hakkında bilgi verilmelidir.

Şeffaflık: Değişikliklerin nasıl yapılacağı ve hangi sonuçların beklendiği konusunda şeffaf olunmalıdır.



TEB

Sürdürülebilirlik Beyanının Doğrulanması

Sürdürülebilirlik beyanlarının doğrulanması, şirketlerin çevresel ve sosyal taahhütlerini güvenilir kılmak için önemli bir süreçtir. Bu süreçte çeşitli araçlar ve mekanizmalar kullanılabilir. Yeşil Beyanlar, firmaların çevreye duyarlı iddialarının gerçekliğini güvence altına alarak piyasada tüketici güvenliğini sağlar. Çevre etiketleri, ürünlerin sürdürülebilirliğe uygunluğunu göstermek için şeffaf bir değerlendirme sunar. Paydaşlarla iş birliği ve iletişim ise sürdürülebilirlik süreçlerinin şeffaflığını ve geniş katılımını artırır. Tüm bu doğrulama mekanizmaları, sürdürülebilirlik performansının izlenmesi, geliştirilmesi ve sorumlulukların yerine getirilmesi açısından kritik bir rol oynar.

Yeşil Beyanlar Yönergesi

Avrupa Yeşil Mutabakatı, alıcıların daha sürdürülebilir kararlar almalarını ve 'yeşil aklama' riskini azaltmalarını sağlamak için güvenilir, karşılaştırılabilir ve doğrulanabilir bilgiler almalarını sağlayarak yanlış çevresel iddialarla mücadele etme taahhüdünü ortaya koymaktadır.

Yeşil Beyanlar Yönergesi, Avrupa Birliği'ndeki şirketlerin çevresel iddialarını nasıl dile getirebileceğini düzenleyen önemli bir yasal çerçevedir. Bu yasa, firmaların ürün veya hizmetlerinin çevre dostu olduğunu iddia ederken bu beyanlarını doğrulamasını ve şeffaf hale getirmesini zorunlu kılmaktadır. Bu şeffaflık, daha çevreci ve ekolojik açıdan üstün ürünlerin tercih edilmesine katkı sağlayan bir piyasa aracı olarak değerlendirilmektedir. Yönergenin temel amacı, greenwashing olarak bilinen yanıltıcı çevreci iddiaları engelleyerek, tüketicilere doğru bilgiler sunmaktır.

Yönergeye göre, şirketler ürünlerinin çevresel avantajlarını iddia ederken, bu iddialarını bilimsel kanıtlara ve bağımsız denetim raporlarına dayandırmak zorundadır. Örneğin, bir ürünün "sürdürülebilir" veya "ekolojik" olduğunu iddia eden bir firma, bu beyanları destekleyecek somut verilere sahip olmalıdır. Aksi takdirde, yanıltıcı beyanlarda bulunan firmalar, para cezaları ve diğer hukuki yaptırımlarla karşılaşabilir.

Ayrıca, Yeşil Beyanlar Yönergesi, tüketicilerin çevre dostu ürünlere olan güvenini artırmayı, firmaların gerçek sürdürülebilirlik çabalarını öne çıkarmayı ve adil piyasa rekabetini sağlamayı amaçlamaktadır. Bu yasal düzenleme, şirketlerin sürdürülebilirlik taahhütlerini daha şeffaf ve güvenilir kılarak, tüketicilerin daha bilinçli ve sorumlu tüketim kararları almasına katkı sunar.



TEB

Çevre Etiketleri

Çevre etiketleri, çevresel iddiaların bir alt kategorisidir ve bir ürünün, sürecin ya da işletmenin çevreye duyarlılığına dikkat çeken, güven işareti veya kalite simgesi olarak kabul edilir. Bu etiketler, belirli çevresel standartları karşıladığını doğrulayan sertifikasyon süreçlerine dayanır ve bu uyumluluğun sürekli olarak izlenmesini sağlar. Özellikle hazır giyim firmaları için çevre etiketleri, sürdürülebilirlik taahhütlerini doğrulamanın ve tüketicilere güvence sunmanın güçlü araçlarıdır. Bu etiketler, üretim süreçlerinin çevre dostu olduğuna ve sosyal sorumluluk ilkelerine uygunluğuna işaret eder.

Hazır giyim firmaları, OEKO-TEX® Standard 100, GOTS (Global Organic Textile Standard), Bluesign ve EU Ecolabel gibi etiketler sayesinde, ürünlerinin zararlı kimyasallardan arındırıldığını, organik materyallerden üretildiğini ve çevreye minimal etki ile üretildiğini kanıtlayabilirler. Bu etiketler, yalnızca üretim süreçlerinin çevre dostu olduğunu doğrulamakla kalmaz, aynı zamanda tüketicilere güvenilir bilgi sunar ve işletmelerin sürdürülebilirlik çabalarını güçlendirir.

Yeşil Beyanlar Yönergesi ile getirilen asgari gereklilikler, çevre etiketlerinin şeffaflığını ve güvenilirliğini artıracak, tüketicilerin daha bilinçli ve güvenilir seçimler yapmalarına olanak tanıyacaktır. Böylece, sürdürülebilirlik etiketlerine sahip ürünlerin minimum gereklilikleri karşıladığını bilerek, tüketiciler etik ve çevre dostu ürünlere olan güvenlerini artıracaklardır.

İşletmeler açısından ise, bu yönergeye uyum sağlanmadığında, asgari kriterleri karşılamayan çevresel iddiaların ürün ambalajlarından ve reklam materyallerinden çıkarılması gerekecektir. Bu düzenlemeler, firmaların yasal gerekliliklere ve sürdürülebilirlik standartlarına uyumlarını kolaylaştırırken, aynı zamanda rekabet avantajı kazanmalarına ve sürdürülebilir bir marka imajı oluşturmalarına da katkı sağlamaktadır. Ayrıca, çevre etiketleri pazarda rekabet avantajı kazanmalarına ve sürdürülebilir bir marka imajı oluşturmalarına katkı sağlar. Tüm bunlar, firmaların daha çevreci, etik ve uzun ömürlü bir iş modeline geçişini desteklemektedir.

Dijital Ürün Pasaportu

Dijital ürün pasaportu, bir ürünün tüm yaşam döngüsü boyunca takip edilebilmesini sağlayan, dijital bir kimlik kartı olarak düşünülebilecek bir kavramdır ve hazır giyim sektöründe şeffaflık, sürdürülebilirlik ve tüketici güvenine yönelik önemli bir dönüşümün öncülüğünü yapmaktadır.

Dijital ürün pasaportunda, ürünün üretiminden tüketimine, atık haline gelmesine kadar geçen süreçte elde edilen tüm veriler saklanmaktadır. Tedarik zinciri boyunca kullanılan malzemeler, üretim koşulları, enerji tüketimi gibi verilerin dijital bir platformda toplanması hem markaların itibarını güçlendirmekte hem de tüketicilerin bilinçli seçim yapmalarına yardımcı olmaktadır. Ayrıca, dijital ürün pasaportları, geri dönüşüm süreçlerinin optimize

edilmesi, atık miktarının azaltılması ve sürdürülebilir malzeme kullanımının teşvik edilmesi gibi konularda da önemli bir rol oynamaktadır. Pasaportta yer alan üretim, kullanım ve atık yönetimi verileri sayesinde, ürünlerin çevresel etkileri azaltılmakta ve döngüsel ekonomiye geçiş desteklenmektedir. QR kodları veya RFID etiketleri gibi teknolojiler sayesinde, ürünlerin tüm yaşam döngüleri boyunca izlenebilirliği sağlanmakta ve değer zinciri boyunca şeffaflık artırılmaktadır.

Avrupa Birliği'nin sürdürülebilirlik düzenlemeleri, bu pasaportların yaygınlaşmasını teşvik etmektedir. Aynı zamanda kamu kurumları, özel sektör ve teknoloji sağlayıcıları arasında güçlü bir iş birliği gerekmektedir. Ortak veri standartlarının oluşturulması, veri güvenliğinin sağlanması ve tedarik zinciri boyunca şeffaflığın artırılması gibi konularda atılacak adımlar, dijital ürün pasaportlarının etkinliğini artıracaktır. Ayrıca, tüketicilerin dijital ürün pasaportları hakkında bilinçlendirilmesi ve bu ürünlere olan talebin artırılması için kapsamlı eğitim ve bilinçlendirme kampanyaları düzenlenmelidir. Gelecekte, dijital ürün pasaportları, yapay zekâ ile entegre edilerek daha da gelişmiş analizler yapmaya ve kişiselleştirilmiş tüketici deneyimleri sunmaya olanak sağlayacaktır.

Dijital Pasaportta Neler Bulunur?

- ➔ **Ürünün kökeni:** Hangi malzemelerden üretildiği, nerelerde üretildiği gibi bilgiler.
- ➔ **Üretim süreci:** Üretimde kullanılan enerji miktarı, su tüketimi, karbon ayak izi gibi çevresel etkiler.
- ➔ **Kullanım talimatları:** Ürünün nasıl kullanılacağı, bakımı ve onarımı ile ilgili bilgiler.
- ➔ **Atık yönetimi:** Ürünün kullanım ömrü sonunda nasıl bertaraf edileceği, geri dönüşüm veya tamir imkanları gibi bilgiler.
- ➔ **Sürdürülebilirlik metrikleri:** Ürünün çevresel ve sosyal etkileriyle ilgili detaylı bilgiler, sertifika bilgileri.

Paydaşlarla İş Birliği ve İletişim

Sürdürülebilirlik beyanlarının doğrulanmasında paydaşlarla iş birliği ve iletişim kritik bir rol oynar. Bu süreçte, paydaşlarla kurulan etkili iş birliği, şirketin tüm değer zinciri boyunca çevresel ve sosyal sorumluluklarını izleme ve geliştirme fırsatlarını artırır. Örneğin, tedarik zincirindeki tüm paydaşlarla şeffaf ve sürekli bir iletişim kurulması, sürdürülebilirlik beyanlarının yalnızca şirketin kendi faaliyetleriyle sınırlı kalmayıp, tedarikçi ve taseronların da çevresel ve sosyal sorumluluk ilkelerine uyup uymadığını izlemek açısından önemlidir.

Ayrıca, bağımsız denetim süreçlerinde paydaşlardan alınan veriler ve bilgiler, beyanların doğrulanmasını kolaylaştırır. Bu sayede şirketler, sürdürülebilirlik iddialarını bilimsel



iHKiB
İSTANBUL HAZIR GIYİM &
KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ



TEB

kanıtlar ve bağımsız sertifikasyonlarla desteklerken, iş birliği yaptıkları paydaşların katkılarıyla iddialarını güçlendirebilirler. Sosyal sorumluluk, özellikle işçi hakları ve etik üretim gibi konularda da paydaşlarla iş birliği yapılması, bu iddiaların güvenilirliğini artırır.

Paydaşlarla sürekli iletişim kurmak, şirketin toplumsal itibarını güçlendirir ve güvenilir bir marka imajı oluşturmasına katkı sağlar. Böylece, tüketiciler, tedarikçiler ve diğer paydaşlar, firmanın sürdürülebilirlik çabalarına daha fazla güven duyar ve şirketin iddialarının doğruluğuna dair şeffaf bir bilgiye sahip olurlar. Sonuç olarak, paydaşlarla iş birliği ve iletişim, sürdürülebilirlik beyanlarının güvenilirliğini ve şeffaflığını artıran temel faktörlerden biridir.