

MPR

GLOBAL COMPACT İLERLEME RAPORU

2016-2017



26.10.2017

İÇİNDEKİLER

- Rapor Hakkında
- İnsan Hakları/İDA Etik Kuralları
 - Çevre, İş Sağlığı, İş Güvenliği Politikası
 - Çalışanlara Verilen Sertifika Programları
 - Çalışanlara verilen "Cuma" Eğitimleri
- Çevre Dostu Projelerimiz
- Enerji Tasarrufu Amaçlı Çalışmalar
- Atık Tüketimi
- Sosyal Sorumluluk Projeleri

RAPOR HAKKINDA

Global Compact Raporu



MPR İletişim Danışmanlığı A.Ş., Küresel İlkeler Sözleşmesi'nde belirtilen maddeler doğrultusunda yönetimin her aşamasında bu maddelere uygun hareket ettiğini, uygulayıcısı ve takipçisi olduğunu taahhüt eder.

Raporda Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (Global Compact) maddelerine bağlı kalınarak şirket içinde 2008 yılından 2017 yılına kadar yapılan çalışmalardan ve 2018 yılı için belirlediği hedeflerden söz etmektedir. Sürdürülebilirlik çalışmalarını gerek iş süreçlerimize yansıtmak, gerekse çalışan, müşteri ve tedarikçilerimize benimsetmek hedeflerimiz arasındadır. Raporumuza www.mpr.com.tr web sitemizden pdf formatında ulaşılabilir.

KÜRESEL İLKELER SÖZLEŞMESİ

Küresel İlkeler Sözleşmesi

MPR, 2008 yılında insan hakları, çalışma standartları, çevre, yolsuzlukla mücadele alanlarında sözleşme ilkelerini benimseme, destekleme ve hayata geçirme taahhüdünde bulundu. 2010 yılından günümüze çalışmalarını şeffaf bir şekilde küresel ağda paylaştı.

Halkla ilişkiler meslek ahlakı ilkelerinin gözetilmesi konusunda ilgili tüm uluslararası meslek kuruluşları, Türkiye'de halkla ilişkiler sektörünü temsil eden diğer meslek ve medya kuruluşları ile dayanışma ve bilgi alışverişinde bulunmaya ve bu kuruluşların meslek ahlakı ilkeleri doğrultusunda hareket etmeyi hedefler.

UN Global Compact 10 ilke;

İnsan Hakları

İlke 1: İş dünyası, ilan edilmiş insan haklarını desteklemeli ve haklara saygı duymalı.

İlke 2: İş dünyası, insan hakları ihlallerinin suç ortağı olmamalı.

Çalışma Standartları

İlke 3: İş dünyası, çalışanların sendikalaşma ve toplu müzakere özgürlüğünü desteklemeli.

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.

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.

BAŞKAN/CEO'dan MESAJ



Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni 29 Mayıs 2008'de imzalayarak gönüllü olarak kendimizi evrensel kurallarla bağladık. MPR'ı Sözleşme'nin ulusal ve uluslararası organlarının denetimine açtık.

Bu süre içinde çalışanlarımıza, topluma ve çevreye saygı göstermek gibi soyut algılanabilecek tutumların aslında ölçülebilir ve geliştirilebilir süreçler olduklarını gördük. Bu sözleşmenin, şirketimize daha fazla disiplin, şeffaflık, çalışma barışı, çevre ve topluma daha fazla duyarlılık kazandırdığına memnuniyetle tanık oldum.

Sürdürülebilirlik Raporu'nda da görüleceği gibi, şirketimize ait düzenli olarak kayıt altına alınan verilerde, pozitif yönde ilerlemeler sağlandığını ifade etmek isterim.

2008-2017 yılları arasında grubumuzun tüm birimleri sözleşmenin sürdürülebilirlik ilkesini gözeterek ve özenli bir yaklaşımla sözleşme şartlarına sadık kalarak, raporun hazırlanmasına katkıda bulundular. Bundan sonraki yıllarda da bu ilk çalışmamızdan daha dikkatli ve daha verimli bir yol kat edeceğimizden eminim.

Ekonomi hayatının aktörlerini insani, duyarlı ve sürdürülebilir bir yaşam görüşüne uyum sağlama konusunda özendirici bir girişim olan Global Compact'ın getirdiği öz-disiplin anlayışının aynı zamanda işletmelerin ticari başarılarına da katkıda bulunduğuna yürekten inanıyorum.

Saygılarımla,

Meral Saçkan
Ajans Başkanı

MPR üye olduktan sonra şirkete sağladığı faydalar;

MPR, şirket içinde,

- Sürdürülebilirlik etik, çevre, GC toplantılarına katılım vizyonunu desteklemeye devam ediyor.
- Taahhütlerinin değerini yükseltiyor.
- Şirketin risklerini ve fırsatlarını saptama çabalarını destekliyor.
- Kurumun değerlerini ve sürdürülebilirlik konusunda yapılan çalışmaları tüm çalışanlarıyla düzenli paylaşılmasını ve öğrenilmesini teşvik ediyor.
- Kurum içi süreçlerin ilerlemesini teşvik ediyor ve göstergeleri kullanarak gerçekleşen eylemlerin ölçülmesini takip ediyor.
- Çalışanların ilgili oldukları sosyal sorunlar ve çözüm için yaptıkları katkılara açıklık getiriyor.
- Çalışanları daha sağlıklı yaşam için düzenli egzersiz yapmaları konusunda teşvik ediyor.
- Şirket çalışanlarının kültür, sanat aktivitelerine katılımlarını ve birbirleriyle paylaşımlarını teşvik ediyor.

Şirket mensuplarının birer dünya yurttaşı olduğu algısını güçlendiriyor

MPR, şirket dışında,

- KİS'ye etkin katılımı sağlıyor ve şirketin katılımının bir iletişim çalışması olarak görülmesini engelliyor.
- Sürdürülebilir bir vizyon, strateji ve planlama uygulamasının açıkça ifade edilmesi nedeniyle paydaş ilişkilerini düzenliyor.
- Sağlanan işbirliğiyle paydaşlar için önemli bilgiler sağlıyor.
- Sosyal sorumlu yatırım fonları ve olası indekslere katılımı sağlıyor.
- Müşterilerine çevreye duyarlı projeler sunarak, uygulanması konusunda destek veriyor.
- Ülkemizin kaynaklarını verimli kullanarak, ihtiyaca uygun çözümler konusunda hem danışmanlık hizmeti verdiği müşterilere hem de tedarikçilerine öneriler sunuyor ve teşvik ediyor.
- Tedarikçiler, faaliyet alanlarında Global Compact kurallarına (yolsuzluk, rüşvet, çocuk işçi, çevre duyarlılığı vb. konularda) uygun hareket etmeleri için yönlendiriliyor.

**Artan şeffaflık ve güven yaratılması
marka değerini ve kurumsal itibarı geliştirir**

VİZYONUMUZ MİSYONUMUZ ve DEĞERLERİMİZ

Vizyonumuz

Halkla ilişkiler alanında, müşteri hedefleriyle aynı paralelde, akıllı, yaratıcı ve yenilikçi çözümler sunabilen "öncü" halkla ilişkiler şirketi olmaktır.

Misyonumuz

İş ortaklarımızın iş hedeflerini gerçekleştirmelerine destek vermek, Türkiye’de halkla ilişkiler sektörünü herkesin gurur duyacağı bir noktaya taşımak, hizmet verdiğimiz şirketlere değer katmak, bu değerlerin farkına varılmasını sağlamak.

Değerlerimiz

İş ortaklığı: Müşterilerimize değer yaratabileceğimiz iş ortaklarımız olarak bakarız.

Bağlılık: Karşılıklı saygı, açıklık, çeşitlilik ve bütünlük kavramlarının yer aldığı bir ortamda ekip çalışması yaparız.

Bilgi birikimi: Her geçen gün müşterilerimiz ve sosyal paydaşlarına yönelik bilgi birikimimizi genişletmeye çalışırız.

İnisiyatif alma & proaktiflik: Müşterilerimize ve MPR’ye yarar sağlamak için gerektiğinde inisiyatif kullanıp, proaktif oluruz.

Kalite Belgemiz



Sekiz kategoriden oluşan (Liderlik ve İletişim, İş Planlaması, İş Süreçlerinin İyileştirilmesi, Mali Sistemler, Kampanya Yönetimi, Müşteri Memnuniyeti, İş Geliştirme, İnsan Kaynakları Yönetimi, ayrıca opsiyonel olarak Uluslararası Yeterlilik) Uluslararası "ICCO Consultancy Management Standart" denetiminden 23 Mayıs 2016 tarihinde 5. kez başarıyla geçtik.

Manifestomuz

Biz ne yapıyoruz?

Hepimiz her gün rakiplerimizden daha iyi bir performans göstermek için çalışıyoruz. Her gün yeniden...

Değişim çok hızlı. İşlerimizi dün yaptığımız gibi yapmamız mümkün değil.

Kurumlar paydaşları tarafından daha **samimi, şeffaf ve güvenilir** bir ortak olarak algılanmalı, markalar tüketicileriyle her zamankinden çok **diyalog ve etkileşim** içinde olmalılar. Sadece dijital bir dönüşüm yaşamıyoruz. İletişimin mecrası ve felsefesi de değişti.

MPR'de yaptığımız işin temeli; **toplumu ve değişimi anlamak**, işin özünü kaçırmadan bilgi çokluğundan yorgun düşmüş kitlelere **yalın mesajlarla** tekrar tekrar ulaşmak...

Müşterilerimize iş hedefleri doğrultusunda etkin stratejilerle **entegre iletişim** çözümleri sunuyor, markanın sesi oluyor ve **gerçek zamanlı iletişimle** fark yaratıyoruz. Ayrıca hizmet verdiğimiz markaların tüketicilerine **ilham verecek fikirleri** bulmak için daha çok çalışıyoruz.

Entelektüel sermayesi güçlü bir ekibimiz var. Gençleri ana yoldan saptırmayan deneyimli bir ekip ve zamanın ruhunu okuyan, dijital dünyaya doğmuş yaratıcı gençlerle iki kuşak bir aradayız. Yani **PR ve dijital bizim ana işimiz**.

Etkinlik konusundaki uzmanlığımızın yanı sıra çözüm ortağı olarak çalıştığımız yaratıcı ajansımız ile medya planlama, satın alma şirketlerimizin yeterlilikleri konusunda eminiz. İletişimin **PR, Digital, Creative** ve **Event** disiplinlerini tek bir stratejide bir araya getiriyor, size **entegre iletişim çözümleriyle** geliyoruz.

Aklı, yaratıcılığı ve yeteneği zamanın ruhuyla uyum içinde kullanmayı bilen bir ekip olarak dönüşümü takip eden değil, yaratanlar olarak buradayız...

Meral Saçkan
Ajans Başkanı & CEO

ÖDÜLLERİMİZ

- **2017 Social Media Awards, Online-Offline Entegrasyonu Gümüş Ödül**
McDonald's Türkiye "Böyle Kampanya Galakside Yok"
- **MPR, 2017 Cannes Young Lions Türkiye Elemeleri, PR Kategorisi 1. lik**
- **MPR, 2016 The Cat Report, Yılın PR Ajansı**
- **MPR, 2016 MediaCat Felis Ödülleri, PR kategorisi 'Büyük Ödülü'**
Ambalaj Sanayicileri Derneği, "Peynirler Ambalaja Girmeli"
- **MPR, 2016 MediaCat Felis Ödülleri, Konu, Gündem ve Kriz Yönetimi Kategorisi, 1.lik ödülü**
Ambalaj Sanayicileri Derneği, "Peynirler Ambalaja Girmeli"
- **MPR, 2016 MediaCat Felis Ödülleri, Medya İlişkileri Yönetimi Kategorisi, 1.lik ödülü**
KPMG Türkiye, "Sade İçerik Kazanır"
- **Ambalaj Sanayicileri Derneği, "Peynirler Ambalaja Girmeli"**
2016 TÜHİD Altın Pusula, Gündem Yönetimi Kategorisi
- **McDonald's, "Seni Senden Alan Lezzet"**
2016 Effie Awards, Restoranlar Kategorisi, Bronz Effie Ödülü (Katkıda bulunan ajans MPR)
- **Darüşşafaka Cemiyeti, "Olmasa da Olur "**
2016 Effie Awards, Sivil Toplum Kuruluşları Kategorisi, Altın Effie Ödülü (Katkıda bulunan ajans MPR)
- **Akyürek Pazarlama, Café Breno, "Sonunda Hak Ettiğiniz Kahve"**
2015 Effie Awards, Büyüklere Kafa Tutanlar Kategorisi, Altın Effie Ödülü (Katkıda bulunan ajans)
- **Akyürek Pazarlama, Café Breno, "Sonunda Hak Ettiğiniz Kahve"**
2015 Effie Awards, İçecek Kategorisi, Bronz Effie Ödülü (Katkıda bulunan ajans)
- **McDonald's, Acılı Tavuk Klasik "Benim Acım Bana Yeter" Kampanyası Projesi**
2015 Effie Awards, Zincir Mağaza ve Zincir Restoranlar kategorisi, Bronz Effie ödülü (Katkıda bulunan ajans)
- **Türkiye İş Bankası, İş Bankası Maximum Kartlar Müzekart Projesi**
2013 IPRA Golden World Awards, Yeni Hizmet Lansmanı, Altın Küre Ödülü
- **Türkiye İş Bankası, Kumbara Fonu Kampanyası Projesi**
2013 Stevie Awards, Tüketici Pazarlaması, Yılın En İyi İletişim ve PR Kampanyası, Gümüş Ödül
- **Türkiye İş Bankası, Karneni Göster Kitabını AI Projesi**
2013 Stevie Awards, Avrupa Bölgesi'nde Yılın Sosyal Sorumluluk Kampanyası, Bronz Ödül
- **Türkiye İş Bankası, Sanat Eserleri Konservasyonu ve Restorasyonu Laboratuvarı**
2013 TÜHİD Altın Pusula, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kültür ve Sanat Kategorisi
- **Türkiye İş Bankası, 81 İlden 81 Öğrenci Projesi**
2012 The Stevie Awards, IBA International Business Awards, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Altın Ödülü
- **Türkiye İş Bankası, İş'le Buluşmalar Projesi**
2012 The Stevie Awards, IBA International Business Awards, En İyi PR Kampanyası-Proje Yürütme, Bronz Ödülü
- **Türkiye İş Bankası, 81 İlde 81 Orman Projesi**
2012 TÜHİD Altın Pusula, Jüri Özel Ödülü
- **Türkiye İş Bankası, 81 İlde 81 Orman Projesi**
2012 League of American Communications Professional LCC (LACP) Impact Awards, En İyi Çevresel Sosyal Sorumluluk
- **Türkiye İş Bankası, Karneni Göster Kitabını AI Projesi**
2012 League of American Communications Professional LCC (LACP) Impact Awards, En İyi Sosyal Sorumluluk

- **Türkiye İş Bankası, 81 İlde 81 Orman Projesi**
2011 The Stevie Awards, IBA International Business Awards, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Onur Ödülü
- **Türkiye İş Bankası, 81 İlden 81 Öğrenci Projesi**
2011 TÜHİD Altın Pusula, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Eğitim Kategorisi
- **Türkiye İş Bankası, Karneni Göster Kitabını AI Projesi**
2010 The Stevie Awards, IBA International Business Awards, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Onur Ödülü
- **Türkiye İş Bankası, Türkiye Satranç Federasyonu Sponsorluğu**
2010 TÜHİD Altın Pusula, Eğitim Sponsorluk
- **Efes Pilsen, Doğu Anadolu Turizm Geliştirme Projesi (Datur)**
2010 The Stevie Awards, IBA International Business Awards, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Onur Ödülü
2010 TÜHİD Altın Pusula, Kurumsal Sosyal Sorumluluk
- **Türkiye İş Bankası, 81 İlde 81 Orman Projesi**
2010 TÜHİD Altın Pusula, Kurumsal Sosyal Sorumluluk
2010 PR News, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Onur Ödülü
- **Eczacıbaşı-Solo Kişisel Hijyen Eğitim Projesi**
2009 PR News, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Onur Ödülü
2009 IPRA Golden World Awards, Kurumsal Sorumluluk
2009 United Nations Award, Süreklilik Onur Ödülü
- **Türk Ekonomi Bankası, İK ve Kıvılcım Portalı Projesi**
2008 TÜHİD Altın Pusula, İç İletişim Ödülü
- **Türk Ekonomi Bankası, İller İçin Gelecek Stratejileri Projesi**
2008 TÜHİD Altın Pusula, Gündem Yönetimi Ödülü
- **Pegasus Havayolları Pazarlama İletişimi Çalışmaları Projesi**
2007 TÜHİD Altın Pusula, Pazarlama İletişimi Ödülü
- **McDonald's Sağlıklı ve Dengeli Yaşam Çalışmaları Projesi**
2007 TÜHİD Altın Pusula Özel Ödülü
- **Eczacıbaşı-Solo İlköğretim Okulları Hijyen Eğitimi Projesi**
2006 World Business Awards, UNDP Uluslararası Özel Sektör Ödülü
2005 TÜHİD Altın Pusula, Özel Ödülü
- **Bat İmbat Dergisi**
2004 TÜHİD Altın Pusula, Kurum İçi İletişim Ödülü
- **McDonald's Çocuk Vakfı**
2004 Platin Dergisi, Sosyal Sorumluluk Ödülü
- **Ronald McDonald's Çocuk Kulübü**
2002 TÜHİD Altın Pusula, Pazarlama Yönelimli Halkla İlişkiler Ödülü
2002 Best Bets Awards "Growth-Büyüme" kategorisinde Birincilik Ödülü
- **Eczacıbaşı-Solo İlköğretim Okulları Hijyen Eğitimi Projesi**
2002 IPRA, Birleşmiş Milletler Özel Ödülü
- **McDonald's Çocuk Vakfı**
2002 TÜHİD Altın Pusula, Sivil Toplum Kuruluşu Ödülü
- **Aygaz Ev Kazalarına Karşı Uyarıyor Projesi**
2001 TÜHİD Altın Pusula, Sosyal Sorumluluk Ödülü
- **Eczacıbaşı-Solo Enfeksiyon Hastalıklarına Dikkat Projesi**
2001 TÜHİD Altın Pusula, Toplumsal İlişkiler Ödülü

İNSAN HAKLARI

İnsan Hakları/İş Etiği/İDA Etik Kuralları

"İnsan Hakları Beyannamesi ve İDA Meslek Ahlak İlkeleri" MPR'de göreve başlayan her çalışanla ilk gün paylaşılır ve imzalatılır. MPR kütüphanesinde ilan panosunda da bulunmaktadır. Ayrıca zaman zaman hatırlatma yapılır. 2016 yılında MPR'nin de üye olduğu İDA ve TÜHİD ile birlikte ESAM, TSYD, EGD, IMD, BMG, RTGD'nin de imzaladığı "İletişim ve Medya İlişkileri Yönetiminde Meslek İlkeleri" deklarasyonu da çalışanlar ve müşterilerle paylaşmıştır. MPR çalışanlarının da şirketle birlikte gelişmesi ve şirketi bağlayan her taahhüdün elçisi olması hedeflenmektedir.

2017 yılında halkla ilişkiler alanındaki sektör temsilcileri ile "Brands for Good" toplantıları yapılmış, bu yılki yarışma ve ödül formatları konusunda görüş verilmiştir.

2017'de sektörümüzün uluslararası taahhütnameyi olan Helsinki Deklarasyonu da iş sözleşmelerimizin ekine konmuştur.

İDA Meslek Ahlakı İlkeleri

İletişim danışmanlığı mesleğinin profesyonel değerlerini ve itibarını korumak doğrultusunda;

1. İletişim danışmanlığı mesleğini icra ederken, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin ilkelerine bağlı kalırlar,
2. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin felsefesi uyarınca, hiçbir biçimde, cinsiyet, ırk, din, fiziki engellilik ve mesnetsiz referanslara dayanan ayrımcılık yapmazlar,
3. Bağımsız danışmanlık görevlerini gölgeleyecek, bağımsızlıkları ile ilgili kuşku yaratacak çıkarılara hizmet etmezler ve bu nitelikte bağlantılar kurmazlar, görevler almazlar,
4. Bağımsız danışmanlık görevlerini yerine getirirken gerçekleştirdikleri faaliyetlerin sorumluluğunu alırlar,
5. İfade özgürlüğüne ve tüm görüşlerin adil bir biçimde temsil edilmeyi hak ettiğine inanırlar. Bu anlamda, hizmet sundukları kişi, kurum ve kuruluşların görüşlerinin etkin bir biçimde temsil edilmesini gözetirler,
6. Hizmet ettikleri kişi, kurum ve kuruluşların temsili sürecinde, ilgili tüm tarafların ve kamunun çıkarlarını da göz önünde bulundururlar,
7. Kamuoyu ve ilgili taraflarla kurdukları iletişimde; doğru bilgi aktarımına özen gösterirler, aktardıkları ancak daha sonra doğru olmadığını öğrendikleri/anladıkları bilgilerle ilgili yanlışlarını düzeltirler,
8. Faaliyetlerini açık, şeffaf ve bunların "iletişim danışmanlığı faaliyetleri" olduğuna şüphe bırakmayacak bir biçimde yürütürler; hizmet ettikleri kişi, kurum ve kuruluşların kimliklerini açıklarlar, kaynağı belli olmayan bilgi ve belgeleri dağıtmazlar ve aktarmazlar,
9. Müşterilerine ve potansiyel müşterilerine, şirketleri, uzmanları, uzmanlık alanları ve referansları konusunda doğru ve eksiksiz bilgi verirler,
10. İster kendi girişimi, ister müşterinin iradesiyle, potansiyel müşteriye şirketlerinin yeteneklerini ve hizmetlerini sunarken, mevcut bir sözleşmeyi sona erdirmeye çalışmaz ya da bu müşteriye halen hizmet veren bir danışman üyenin adını ya da yeteneklerini karalayarak iş almaya çalışmazlar,
11. Fikri mülkiyet haklarına saygı gösterirler; faaliyetleri kapsamında başka kişi, kurum ve kuruluşlarca üretilmiş bilgi ve belgeleri kullanmak için gerekli izinleri alırlar, yaptıkları alıntıların sahiplerini belirtirler,

12. Hizmet sundukları ticari kuruluşların hisse senetlerine sahip olmaları durumunda, bunu açıklarlar, bu hisse senetleri üzerindeki tasarruflarında içerden edindikleri bilgileri kullanamazlar,
13. Kişisel çıkarları ile mesleki çıkarları arasında çelişki yaratabilecek eylemlerden, bağlantılardan ve görevlerden kaçınırlar,
14. Hizmet verdikleri kişi, kurum ve kuruluşlara önerecekleri her türlü uzman danışmanlık ve/veya üçüncü parti hizmeti sunan diğer kuruluşlarda maddi/ticari çıkarları (ortaklık, hisse senedi) olduğu takdirde, bunu açıkça belirtirler,
15. Mesleklerinden ötürü, geçmiş ve mevcut müşterileri ile ilgili edindikleri sır niteliğindeki bilgileri açıklamazlar,
16. İletişim danışmanlığı hizmetlerinin kapsamının net bir biçimde tarif edilmesi ve anlaşılması için çalışırlar,
17. İletişim danışmanlığı faaliyetleri kapsamında kendilerinden talep edilen herhangi bir görevin, meslek ahlak ilkelerine ters düşmesi durumunda öncelikle hizmet sundukları kişi, kurum ve kuruluşları uyararak bu ilkelere uymaları için çaba gösterirler. Bu özellikteki görevleri yerine getirmeleri konusunda ısrar edildiği takdirde ise, kendileri için sonuçları ne olursa olsun, bunları kabul etmezler,
18. İletişim danışmanlığı mesleğinin itibarını korumak ve yükseltmek için çaba gösterirler,

Kamuoyu ve medya ile ilişkilerde şeffaflığın gözetilmesi ve geliştirilmesi doğrultusunda;

19. Medyayı ve medya organlarını, kamuoyunun bilgilendirilmesi doğrultusunda faaliyet gösteren kurumlar olarak kabul ederler,
20. Hizmet sundukları kişi, kurum ve kuruluşların reklam veren olmaktan doğan güçlerini; bu kişi, kurum ve kuruluşlarla ilgili haberlerin yayınlanması ile ilişkilendirmez ve medya organlarına bu doğrultuda imada bulunmazlar,
21. Hizmet sundukları kişi, kurum ve kuruluşlarla yaptıkları hizmet sözleşmelerinde, belirli medya organlarında belirli nitelik ve sayıda haber yayınlama garantisi vermezler,
22. Sundukları hizmetler sonucu medya organlarında yer alan haberlerin etkinliğini reklam eşdeğeri ile ölçmezler,
23. İletişim danışmanlığı faaliyetleri kapsamında medya organlarına iletilen tüm malzemelerin haber değeri açısından değerlendirilmesine gölge düşürecek nitelik ve değerinde hediye vermezler, ağırlama yapmazlar,
24. Medya mensuplarına para karşılığı haber teklifinde bulunmazlar. Medya organlarından kendilerine ya da müşterilerine gelebilecek paralı haber tekliflerini desteklemezler,
25. Haberlerinin kullanılması karşılığında gazetecilerle gizli ve özel anlaşmalar yapmazlar, gazetecileri gizlice ödüllendirmezler,
26. İletişim danışmanlığı faaliyetleri kapsamında, gerektiği durumlarda, reklam veya advertorial alanı/zamanı satın alınmasını ve mesajların bu biçimde iletilmesini önerebilirler. Medya organlarında bu biçimde yer alan mesajların; reklam, kurumsal reklam veya advertorial olduğunun okuyucu/izleyici tarafından açıkça anlaşılması için gerekli tedbirleri alırlar,

Sektörde adil rekabet ortamının oluşturulması ve geliştirilmesi doğrultusunda;

27. İletişim danışmanlığı sektöründe adil bir rekabet ortamının gelişmesini desteklerler,
28. İletişim danışmanlığı sektöründeki adil rekabet ortamını haksız biçimde etkileyebilecek bağlantılar kurmaz ve bu nitelikteki görevleri kabul etmezler,
29. İletişim danışmanlığı hizmetleri için açılan konklara veya gelen tekliflere cevap vermeden önce, konkuru açan/teklifi yapan kişi, kurum veya kuruluşun (eğer varsa) halihazırda hizmet almakta olduğu iletişim danışmanlığı şirketine resmi bildirim yapıp yapmadığını araştırır, böyle bir bildirim yapılmamışsa konkura katılmaz ve/veya teklif vermezler.

Çalışanlarına karşı sorumlulukları doğrultusunda;

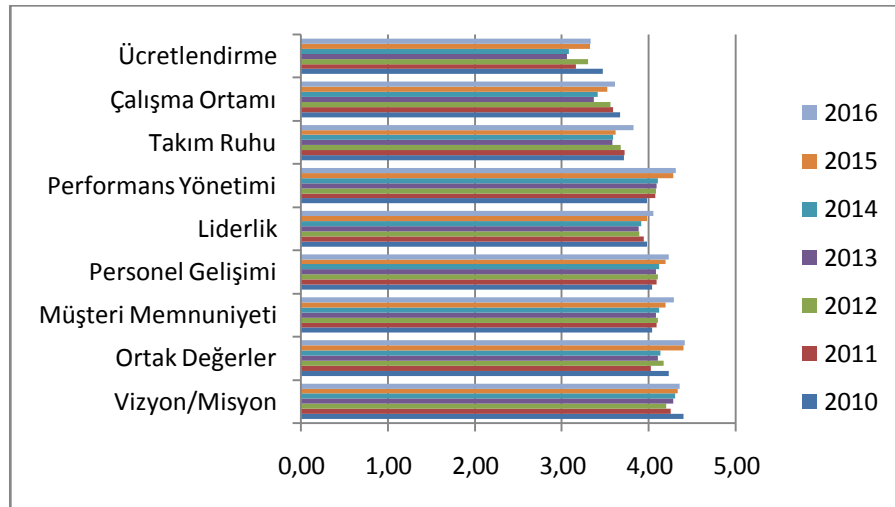
30. Sektörün nitelikli insan kaynakları ile donatılmasına yönelik girişimler ile, akademik dünyanın bu doğrultudaki faaliyetlerini desteklerler,
31. Çalışanlarının hak, hukuk ve menfaatlerini korurlar,
32. Çalışanlarının kariyer planlarına yönelik eğitim ve gelişim faaliyetlerini desteklerler.

Bu belge; IPR, IPRA, CERP ve ICCO tarafından benimsenen meslek ahlaki ilkelerinin ve bildirgelerinin ruhu doğrultusunda hazırlanmıştır. İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği, söz konusu ilke ve bildirgeleri benimsemektedir.

ÇALIŞANLAR

MPR Çalışan Memnuniyet Anketi

Her yıl periyodik olarak tüm çalışanları kapsayan anket 79 soru, 9 kategori ve 23 alt kategoriden oluşur. İsim verilmeden analiz edilir, tüm anket sonuçları çalışanlarla paylaşılır. Memnuniyetsizlikler değerlendirilip gereken maddeler üzerinde çözümler üretilir. Konu idari işler departmanı/insan kaynakları tarafından takip edilir ve sonrası iyileştirmeye alınır. 2016 yılında toplam çalışan sayısı 29 olup, 21 kişinin katılımıyla değerlendirilme yapılmış ve katılım oranı %72,5 olarak belirlenmiştir. 2010-2016 yılları verileri aşağıdaki gibidir;



Çalışma Koşulları

Görev tanımlarının ve çalışma ana kurallarının yer aldığı "MPR Anayasası" kitapçığı göreve yeni başlayan tüm çalışanlarla açık ve net bir şekilde paylaşılmaktadır. Ayrıca başvurmak istedikleri her an çalışanın ulaşabileceği yerdedir.

Çalışanlar arasında ayrımcılık söz konusu değildir.

Çalışanlar için temel ihtiyaçlar ön planda tutulmakta,

erkek ve kadın arasında aynı işe aynı saat ücreti uygulanmaktadır.

Çalışanların gerek iş güvenliği gerekse sağlık sorunları Türkiye'de geçerli olan iş hukuk kurallarına göre yürütülmektedir. Kanunlarda yapılan son düzenlemelere göre; plazada

MPR'de çalışmak için T.C. vatandaşı olmak gerekmez

Çalışan Yaş Ortalaması 38'dir



hastalık durumlarında acil müdahale edebilecek bir doktor, hemşire ve güvenlik konularında tam destek verecek iş güvenlik uzmanları bulundurulmaktadır. Ayrıca MPR'nin de sözleşmeli iş güvenlik uzmanı bulunmaktadır.

MPR'nin genel politikası içinde; personel her konuda bilgilendiriliyor, yönlendiriliyor. Tüm sorunların paylaşıldığı ve çözüm arandığı toplantılar düzenleniyor ve sonuca ulaştırılmaya çalışılıyor. İş süreçlerini iyileştirmek konusunda; hem çalışanlar hem de şirket sürdürülebilirliği açısından önlemler alınması ve karara bağlanması önem kazanıyor.

2016-2017 yıllarında başarılı olan ve iş hedefini tutturarak içerik ve medya direktörü başkan yardımcılığına, 1 dijital, 1 özel projeler ve 2 marka temsilcisi kıdem alarak terfi etmiştir. Ayrıca 2016 ve 2017 yılında da teknolojik araçlarımız gözden geçirilerek, server kapasitesi tamamen artırılarak verimli bir iş akışı sağlandı.

Sosyal Yardımlar

- Çalışanlar şirket politikası kapsamında; kârlılıkla doğru orantılı olarak üçer aylık dönemlerde prim sistemi ile ödüllendirme
- Çalışanlar arasında tasarruf bilincini artırmak amacıyla katkı payının % 50 oranında "Grup Bireysel Emeklilik" planı dahilinde katkı sağlamaktadır.
- Evlenen çalışanlara yardım ve evlilik izni, çocuk sahibi olan çalışanlara yardım ve izin, yakınını kaybeden çalışanlara izin ve destek
- Terfi alanlar, başarılı çalışanlar ve yeni müşteri kazanımlarında kutlamalar
- Yemek ve yol yardımı
- Çocuğu olan çalışanlara daha esnek çalışma koşulları, ailenin dahil olduğu özel ve acil durumlarda destek vb.

Bireysel Emeklilik
Katkı Payı

FAMILY FRIENDLY COMPANY

MPR
İletişim Danışmanlığı

olmak hedefimizi yakaladık. Daha huzurlu, mutlu, üretken, birlik, beraberlik içinde bir yapı oluştu ve devam etmesi sağlanıyor.

Şirket çalışanlarının daha mutlu ve huzurlu bir ortamda çalışabilmeleri için yapılan oryantasyon aktiviteleri: sene başında yapılan kick-off, yılbaşı yemeği, doğum günleri, kadınlar günü, şirket yıl dönümü kutlamaları.

Çalışanların birbirleriyle daha uyumlu ve sağlıklı çalışabilmeleri için yapılan kurum içi aktiviteler: Her ay yapılan ev yemekleri günü, birlikte spor yapma etkinliği, sanat ve kültür programlarına katılım, zaman zaman davet edilen konuk konuşmacılar...

MPR, çalışanların boş zamanlarında kendilerini geliştirebilmeleri için kütüphanesinde; iş, iş gelişimi (pazarlama, iletişim, reklamcılık, dijital) sanat-kültür-tarih, anı, gezi, kişisel gelişim konularını içeren toplam 610 adet kitap ve gerektikçe yeni kitaplar alınıyor.

Çevre, İş Sağlığı, İş Güvenliği Politikası

MPR iş ortamı temiz, düzenli, aydınlık, huzurlu ve ferahdır. MPR’de bürokrasiden uzak kültürümüz ile yenilikçilik ve girişimciliği destekleriz. Dinamik bir ortam mevcuttur.

İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetmeliği kapsamında işyerinde iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması için gerekli her türlü önlem alınarak, araç ve gereçleri eksiksiz bulundurup, personelin de bu önlemlere uyması sağlanmaktadır. Eksikliklerin tespit edilip tamamlanabilmesi için; personelin de işyerinde alınan iş sağlığı ve güvenliği önlemlerine uyup uyulmadığı denetlenmekte, alınması gereken tedbirler ve sorumluluklarla ilgili bilgilendirme amaçlı eğitimler verilmektedir.

MPR bünyesinde; sağlık konusunda acil durumlarda müdahale edecek, sağlık eğitimi almış bir çalışanımız, plaza kapsamında bir doktor, hemşire ve olası durumlar için bulunduran ambulans mevcuttur. Tüm iş kazalarının ortaya çıkışı ile ilgili gereken hassasiyeti göstererek, zayıf noktaları sağlamlaştırmak, hijyen konularına azami dikkat göstermek taahhütlerimiz içindedir.

Eğitim

MPR’de işe başlayan her bir kişiye iş süreçleriyle ilgili bir hafta süreli oryantasyon programı uygulanır, bu program içinde Global Compact’ın ilkeleri ve çalışmaları da yer almaktadır.

MPR, gündem yaratabilmenin koşulunun sektörü iyi takip etmek olduğunun bilincindedir. **MPR**, müşterisinin faaliyet alanında kendisini en az onun kadar bilgili olmak zorunda hisseder, bu nedenle çalışanlarını araştırmacı özelliklere sahip olanlar arasından seçer. **MPR**, halkla ilişkiler konusundaki tecrübesini, bilgi birikimini birlikte çalıştığı şirketlerle paylaşırken aynı zamanda onların tecrübelerinden ders çıkarır ve birikimine dâhil eder. Hizmet verdiği şirketlerin krizlerinden, halka arzlarından, başarılarından, yeniliklerinden bugüne dek birçok şey öğrenen **MPR**, sürekli öğrenen organizasyon olmakla övünür ve bu sayede kendini geliştirme imkânı bulur.

MPR, yalnızca müşterilerinin tecrübelerinden öğrenmekle kalmaz, tedarikçilerinden, iş ortaklarından, kurum içi eğitim programından ve yakından takip ettiği dünyadaki gelişmelerden de bilgi dağarcığını genişletir.

Bu doğrultuda MPR, her Cuma sabahı farklı alan ve konularda verdiği düzenli eğitimlerle çalışanlarının ufkunu açmaya ve birikimlerini güçlendirmeye devam etmektedir.

Şirket içi eğitimlere büyük önem veren **MPR** yönetimi, çalışanlarını diri tutmak, yeniliğe açık kılmak ve bilgi-beceri donanımını güçlendirmek için eğitim çalışmalarını aralıksız sürdürmektedir. Bu eğitimler için hem alanında uzman kişilere, hem ekip içerisinde isimlere hem de dünyadan örneklerle başvurulmakta ve onlar da birikim ve deneyimlerini MPR çalışanları ile paylaşmaktadır.

Staj ve Yarışmalar

Her yıl üniversitelerin 3. ve 4. sınıf öğrencilerinden **stajyer** alınmaktadır. 2016-2017 yılında stajyerler bir ay süreyle çalışmıştır. Staj döneminde; bir PR şirketinin nasıl çalıştığını, süreçlerini göstermek amacı ile şirket içi oryantasyon programına dahil ediyor, pratik uygulamalar yaptırıp, proje sunmalarını isteniyor.

MPR yönetimi, Cannes Young Lions Uluslararası Reklam Festivali'nde PR kategorisinde Türkiye elemelerine MPR'nin Genç Aslanları Aslı Meci ve Can Saçkan katılması konusunda cesaretlendirildi. Kendilerine verilen briefte yer alan Türkiye'nin 2030'da karşılaşacağı su sorununa **"drop a donation"** adlı dijital PR kampanyasıyla çözüm getirdiler. WWF'in verdiği briefte amaç; Türkiye'nin 2030'da karşılaşacağı su sorununa dikkat çekmek ve insanları bugünden harekete geçirmektir. MPR'nin Yarışma jürisinin **"çok büyük ve çok özgün bir fikir"**, "dünya ölçeğinde çoğaltılabilecek bir fikir" olarak tanımladığı **"Drop a Donation Projesi"** Türkiye ikincisi oldu.



2017 yılında da Türkiye temsilciliğini Doğan Burda Dergi ile Reklamcılık Vakfı'nın üstlendiği Cannes Lions Uluslararası Reklam Festivali 'Young Lions Türkiye' PR kategorisi elemelerinde MPR'nin 'Genç Aslanları' iki farklı ekip olarak yarıştı. Sektörün yetenekli gençlerinin sesini duyurduğu elemelerde **'The Other Side Ride'** başlıklı proje ile MPR'nin 'Genç Aslanları' Aslı Meci ve Can Saçkan Türkiye birincisi oldu. Haziran ayında Cannes Lions Uluslararası Reklam Festivali'nin Young Lions yarışmasında Türkiye'yi temsil etme şansı yakaladılar.

Müşteri memnuniyeti ölçümleri, dönemsel performans değerlendirmeleri ve etkinlik performans değerlendirmeleri ile ölçülmekte ve bunlar personel performansına yansıtılmaktadır.

Yıllara Göre Çalışan Eğitim Çizelgesi								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016-2017	Gösterge
MPR içi	32	27	21	26	20	22	25	173
MPR dışı	4	6	6	6	2	4	3	31

Yıllara Göre Stajyer Alım Çizelgesi								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016-2017	Gösterge
	24	10	10	8	4	3	9	68

ÇEVRESEL PERFORMANSIMIZ



Esenler Belediyesi'nin Geri Dönüşüm Projesi

Esenler Belediyesi'nin topladığı organik atık, ambalaj atığı, kağıt...gibi benzeri atıkların geri dönüşümüne destek verilmeye, dönüşüm sonrası defterler ilk öğretim ve lise öğrencilerine ücretsiz dağıtılıyor. Bir iletişim şirketi olması nedeni ile günlük gazetelerin hepsi, haftalık ve aylık dergilerle MPR de geri dönüşüm için destek veriyor.



Türkiye’de kullanılan pillerde de geri dönüşüm sağlanması konusunda ÇEVKO’nun 2012 yılında başlattığı kampanyaya MPR çalışanları da katılmaya devam ederek plaza kapsamında Esenler belediyesine teslim ediliyor.



Kızılay’ın başlatmış olduğu “Kan Bağışı Hayat Kurtarır” kampanyası kapsamında başlatılan ve her sene belli aralıklarla MPR’nin de bulunduğu plazaya gelen gezici ekip kanalı ile ortalama 4 kişi kan bağışında bulunuyor.

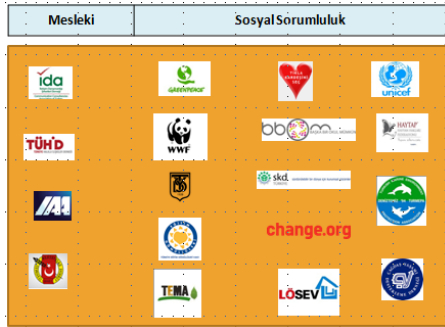
2014 ve sonraki yıllar için Projemiz/Hedefimiz

MPR çalışanları, 2014 yılında kitap okumayı teşvik amaçlı, Düzce’deki Beyköy ilkokuluna, küçük ölçekli bir kütüphane kurdu. Mart ayında 80 adet kitap hediye edildi. Bundan böyle düzenli aralıklarla kitap desteği verilemeye devam ediliyor. 2015 yılında Anadolu yakasında oturan çalışanlarımız Kalamış Parkında gerçekleşen “**Ben bıraktım. Siz de bırakın**” kitap toplama kampanyasına kitap bağışında bulundu.



Çalışanlarımızın Mesleki ve Sosyal Sorumluluk Kapsamında Üye olduğu Dernekler

Mesleki olarak; IAA, TÜHİD, İDA, Gazeteciler Cemiyeti. Sosyal sorumluluk olarak;



Greenpeace, Baba Beni Okula Gönder, Kardeşini Seç, TYSD (Türk Yardım Sevenler Derneği), TEGV (Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı), UNICEF, WWF (World Wide Fund for Nature) TEMA, HAYTAP (HayEngeman Severler Derneği), LÖSEV, Turmepa, Başka Bir Okul Mümkün, Sürdürülebilirlik Kalkınma İçin Yenilikçi Çözümler Derneği, ÇYDD (Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği), sayende.org, change.org dernek/vakıfları üyelikleri mevcuttur. Gönüllü olarak gerek maddi, gerekse manevi

destek vermektedirler. Teksem Engelsiz Sanatçılar Merkezi sanat etkinliklerine katılarak ve engelli çocukların ailelerinin yaptığı el becerileri satın alınarak destek veriliyor.

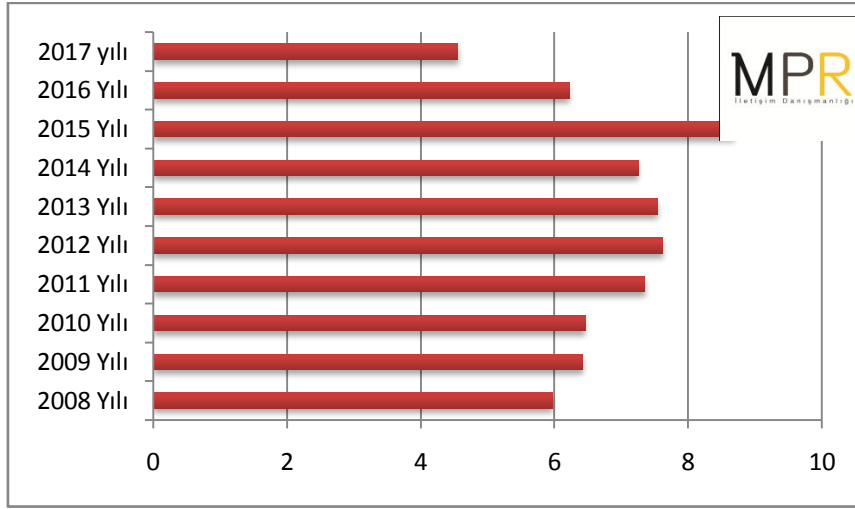
Enerji Tasarrufu Amaçlı Çalışmalar

Elektrik Tasarrufu

Akkor lamba yerine, enerji tasarruflu lamba kullanımı devam ediyor.

- Gereksiz lambalar ve bulunan mekândan ayrılırken lambalar kapatılıyor
- Prizlerde gereksiz aygıt bulundurulmuyor.
- Uzun süre dışarıda olanlar ve öğle yemeği için dışarı çıkan elemanlar bilgisayarlarını kapatıyor, gereksiz yere şarj aletleri prizde bırakılmıyor.
- Bulaşık makinesi tam doldurulmadan çalıştırılmıyor.
- Elektrikli aletler gereksiz kullanılmıyor.
- Aydınlatmayı artırabilmek amacı ile açık renk boya kullanıldı.
- Elektrik düğmelerinin üstüne “söndür” ibaresi konuldu.
- Tüm elektrikli aletlerimizin birçoğu enerji tasarrufludur.
- Koza Plaza kapsamında her iki bloğun her kattaki lavabo üstü lambalar LED lambalar ile değiştirildi.

2008 - 2017 yılları arası Elektrik Tüketimi

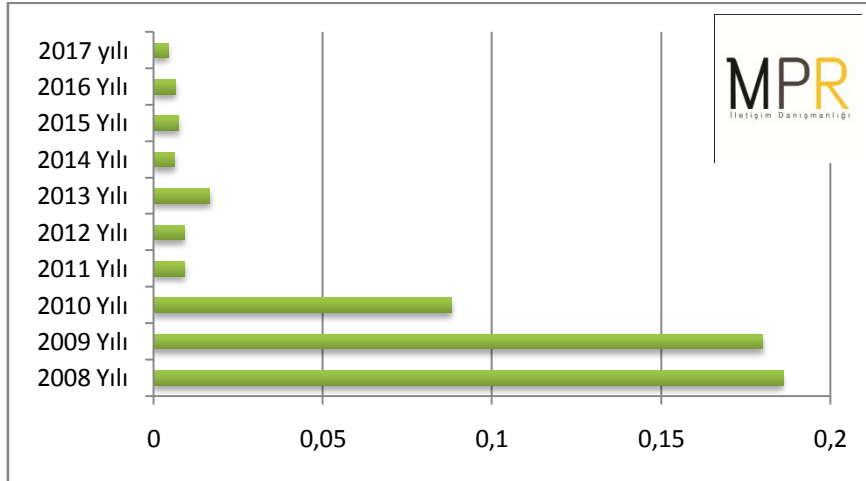


Not: 2010 yılından günümüze doğal gaz yerine ofisin bütün ihtiyaçları için elektrik kullanmaktadır

Su Tasarrufu

- Musluklarda el yıkanırken akıllı musluk sistemi ile hareket ediliyor.
- Bulaşıklar bulaşık makinesinde ve tam doldurularak yıkanıyor.
- Su sızıntıları, bozuk musluklar var ise hemen tamiri yoluna gidiliyor.
- Şirket arabaları fırça, bez ve kova ile az miktarda su ile yıkanıyor.

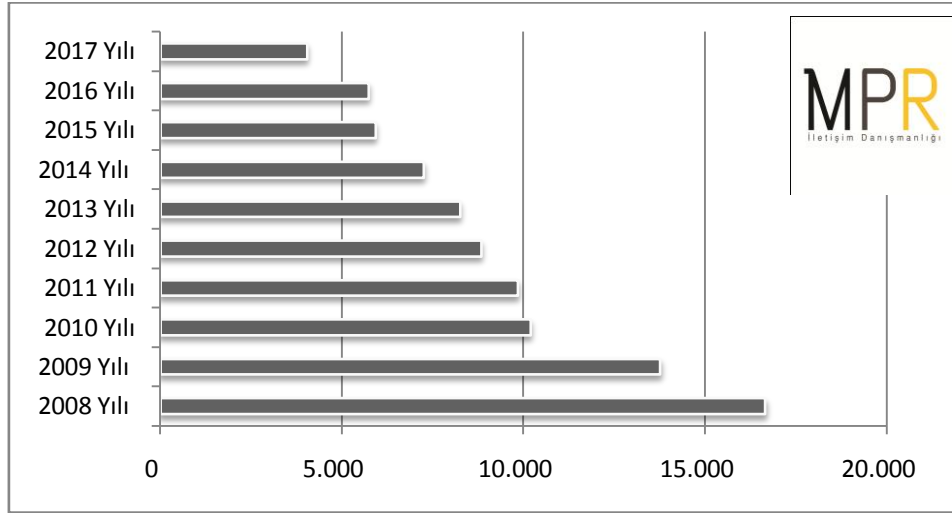
2008 - 2017 yılları arası Su Tüketimi



Kağıt ve Atık Tüketimi

- Şirket içi ve dışı raporlar, sunumlar, tamimler, bilgilendirme vs. konuları kağıt sarfiyatını önlemek amacı ile çokça e-mail yolu yapılmakta, müşterileri ve tedarikçilerimizi de bu konuda bilgilendirmeye çalışıyoruz.
- Gereksiz çakışlar yapıldıysa ciltlenip, not defteri olarak kullanılıyor.
-

2008 – 2017 yılları arası Kağıt Tüketimi



Not: 2017 yılı elektrik, su, kağıt, atık 9 ay üzerinden hesaplanmıştır.

Atık Tüketimi

Atıkları en aza indirmek tüm çalışanlarımızın özellikle dikkat ettiği bir konudur.

Gösterge ve Hedeflerimiz					
		2008	2017	Gösterge	Hedefler
Elektrik	1 m ² 'lik şirket alanına düşen aylık Kw/saat miktarı	5,962	4,554	2008 yılına göre 2017'de %30, bir önceki yıla göre %37 tasarruf sağlanmıştır	Sonraki yıllar için kullanımda % 10 düşüş sağlayabilmek
Su	1 m ² 'lik şirket alanına düşen aylık m ³ su miktarı	0,1862	0,0043	2008 yılına göre 2017'de %4239, bir önceki yıla göre %51 tasarruf sağlanmıştır	Sonraki yıllar için kullanımda % 10 düşüş sağlayabilmek
Kağıt	Sayfa olarak tüketilen aylık kağıt miktarı	16,655	4,041	2008 yılına göre 2017'de %312, bir önceki yıla göre %42 tasarruf sağlanmıştır	Sonraki yıllar için kullanımda % 30 düşüş sağlayabilmek
	Dönüşüme gönderilen kağıt, mukavva miktarı (kg)	118	198	2008 yılına göre 2017'de %40 artış görünüyor da bir önceki yıla göre %14 tasarruf sağlanmıştır.	Sonraki yıllar için % 10-20 düşüş sağlayabilmek
** 2008 yılına göre müşterilerimizin %80'i aylık faaliyet raporlarını mail ortamında almak istiyorlar. Soft copy olarak gönderimler için müşterilerimiz ve tedarikçilerimiz teşvik edilmeye devam ediyor**					
***Yeni ofise taşınmamız nedeni ile ısıtma ve soğutma sistemleri elektrikle çalıştığı için artış görülmektedir. Doğal gaz yerine elektrik kullanımı artmıştır.					

Çevre ve Toplum

- Çalışanlarla Global Compact konusunda toplantılar yapıyor, ilkeler hatırlatılıyor ve nasıl ilerleme kaydedilebilir konusunda çalışma ekibi ile projeler üretilmeye çalışılıyor.
 - Genel ısıtma sistemlerinin kullanılmasına özen gösteriliyor.
 - Kağıt, kapak, pet şişe, naylon poşet, cam gibi geri dönüşümü olabilecek malzemeler; 2009 yılından sonra şirketin bağlı olduğu ilçe belediyelerine geri dönüşüme gönderiliyor.
 - Isı kaybını önlemek, tasarruf sağlamak amacı ile şirkette çift cam sistemi mevcuttur.
 - Çalışanlarımız, kendi özel araçları ile değil, toplu taşıma araçları ile yolculuk etmeye teşvik ediliyor.
 - Yürüyerek ulaşılması gereken yerlere araba ile gitmeme duyarlılığı ön plana alındı.
 - Cenaze merasimlerinde doğal çiçek yerine, Türk Eğitim Vakfı ve Darüşşafaka'ya eğitime katkı amacıyla bağış yapılmaktadır. Yanı sıra Milliyet Gazetesi'nin başlatmış olduğu "Baba Beni Okula Gönder" kampanyası ile iki çocuk, 2007 yılından günümüze ÇYDD (Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği)'nin "TEB'in Eğitimli Kızları" kampanyası ile iki çocuk lise eğitimini bitirdiler ve çalışanlarımızdan "Kardeşini Seç" kampanyası kapsamında iki çocuk ise öğrenimini bitirdi, 2015 yılında üniversiteye başladılar ve eğitimleri için hala destek veriliyor)
- MPR, toplam 6 çocuğun eğitimine destek veriyor.

Tema Vakfı'nın ağaç dikme projesine katkı ve gelecek kuşak için yaşanılır bir dünya bırakmak için çalışanlarımızın çoğu yakınlarının doğum günlerinde hediye yerine ağaç dikimini tercih ediyor. Önceki yıllar 160 adet fidan ekimi için bağış yapıldı. Gelecek yıllar için de en azından 50 ağaç dikimi için hedef koyduk ve uygulamaya alacağız. Ayrıca Anadolu Dağcılık Kulübü (ANADAK) Hatıra Ormanı'na ağaç dikimi için destek verdi. Gerek direkt bağış şeklinde gerekse SMS yolu ile TEMA, UNICEF ve LÖSEV'e de bu anlamda destek veriliyor. Ayrıca Muş, Van, Ağrı, Urfa, Şırnak, Diyarbakır... gibi doğu bölgesi ilkokul öğrencilerine kitap, defter, kırtasiye, kış ve yaz dönemi için giysi desteği sağlanıyor. 2016 yılında başlatılan bu destek ile 280 öğrenciye ulaştırıldı. Mart 2017'de **sayende.org** kuruldu. Öğretmenlerle kontak halinde, destek olmaya devam edilecek.

İki blok halinde olan 35'er katlı plaza kapsamında da asansörlerin ekranlarında dönen çevreye karşı duyarlılığı artıran, eğitici, bilgilendirici, kültürel görüntüler paylaşılması ve bu konuda duyarlılık kazandırılması için öneride bulunuldu. Plaza kapsamında her kata kağıt toplama kutuları kondu, diğer atıklar içinde bölmeler yapılmış, bu atıklar da ayrıştırılarak, ilgili geri dönüşüme gönderiliyor.

MPR, Ekonomi Gazetecileri Derneği'nin çevre ile ilgili farkındalığı artırmak ve iklim değişikliğine dikkat çekmek amacıyla 2007 yılında başlattığı Küresel Isınma Kurultayı kapsamında "Dünya İçin Bir saat Karanlıktayız" etkinliğine elektrikleri kapatarak her yıl destek veriyor.

MÜŞTERİLERİMİZLE OLAN İLİŞKİLERİMİZ

Müşterilerle olan ilişkilerimiz; dürüstlük, prensip, saygınlık, şeffaflık ve iş ahlâkına ve **İDA/ICCO** meslek etik kurallarına dayalı olarak sürdürülmektedir.



ICCO'nun 'Halkla İlişkiler Sektöründe Kadın' adlı çalışma grubu GWPR (Global Women in Public Relations), bu yıl global ölçekte düzenlediği ve tüm üye şirketlerin katıldığı 'Cinsiyete Dayalı Ücret Farklılığı' anketi yapıldı. ICCO CEO'su Francis Ingham sonuçlarla ilgili açıklamasında GWPR'ın PR sektöründeki cinsiyetlerarası ücret farklılıkları konusunun son derece ciddi sorun olduğunu ve çözümünü konusunda ortak hareket edilmesi gerektiğini vurguladı.

GWPR'ın global PR sektöründe kadın ve erkek ücretlerindeki farklılıklar ve iş/özel yaşam dengesi konusunda yaptığı uluslararası araştırma sonuçlarına göre;

Global olarak ücretler erkekler lehine % 10-%30 arasında farklılık gösteriyor

Erkeklerin %36 sı, kadınların ise %16 sı ajansların yönetim kurulunda görev alabiliyor.

Ücret artışı veya terfi talebi konularında erkeklerin %21'i, kadınların ise %10 u kendilerine güveniyorlar.

Ankete katılanların %73 ü, kadınların ise %78 i iş hayatı ile çocuk bakımı arasındaki dengeyi oluşturmanın çok zor olduğunu belirtiyorlar.

Katılımcıların %44 ü çocuk bakımında eşit sorumluluk aldıklarını, %55 i ise kadınların daha çok sorumluluk aldıklarını belirtiyorlar.

Katılımcıların %47'si ev işlerini eşleriyle eşit olarak paylaştıklarını, %41 i ise yarısından fazlasını kadınların yaptıklarını belirtiyorlar.

Müşteri memnuniyeti dışında; daha iyi hizmet vermek, çalışma şartlarını birlikte iyileştirmek, daha yaratıcı olmak amaçlı görüşmeler yapılıyor. Gene çalışma kapsamımız içinde; 'Müşteri Memnuniyeti' anket formu paylaşılıyor ve kendileri ile koordineli iyileştirme konuları görüşülüyor ve iyileştirmeler yapılıyor.



İş Bankası'nın, 2007-2008 öğrenim yılında başlattığı "Karneni Göster, Kitabını Al" kampanyası 2009 yılından 2015 yılına kadar MPR koordinasyonunda devam eden bu proje kapsamında KKTC ve Türkiye genelinde, öğrencilere 1 Milyon kitap dağıtıldı. Ayrıca 2010, 2012 ve 2013 yıllarında gerek yurtdışı, gerekse Türkiye'de ödül almış projedir.

İGDAŞ'ın İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün iş birliği ile "Okul Bahçeleri Erguvanla Renkleniyor" projesi ile 3. ve 4. Sınıf ilköğretim okulu öğrencilerine çevrenin önemi, fidan ekimi, erguvan ağacı hakkında bilgiler bir kitapçık halinde paylaşılıyor. 2013 yılında başlayan bu proje 2014, 2015 ve 2016 yılında da devam etti. Toplam 700'ün üzerinde erguvan fidanı dikildi.

Konya Şeker'in "Türkiye Nüfusu Kadar Fidan" projesi, 2015 yılı sonu itibariyle Konya Ovası'nda iklimi değiştirecek ölçekte büyük bir ağaçlandırma çalışması hayata geçirildi. Toprakla buluşan fidan sayısı 18.3 milyona yükseldi.



MPR, Darüşşafaka Eğitim Kurumu'nu desteklemek, eğitime katkı sağlamak amacıyla kuruma PR desteği verilmektedir. Ayrıca her yeni yılda müşterilere hediye yerine şirket adına bağış yapılıyor.

Darüşşafaka Cemiyeti, "İyilik Peşinde Koş" MPR çalışanları, Darüşşafaka Cemiyeti'ne destek vermek için "İyilik Peşinde Koş" platformuna kayıt yaptırarak 13 Kasım 2016'da 38. İstanbul Maratonu'nda Darüşşafaka, Adım Adım oluşumuyla birlikte koştu. Hedef; 48 öğrencinin 1 yıllık eğitim gideri olan 480.000 TL bağış toplanması idi ve hedefe ulaşıldı.

Yönetişim Konusunda MPR'nin Katkıları

Global Compact logosu, gerek web sayfamızda, gerekse şirket evrakımızda kullanıldı.

Global Compact'da üye olduktan sonra, çevreye çok daha bilinçli yaklaşarak, müşteri, tedarikçiler ve potansiyel müşterilerle paylaşım yaygınlaştırmaya, takip etmeye ve bu konuda bilinçlendirmeye devam ediyor.

Eski müşterilerimizden 2010 yılında Doğtaş, 2012 yılında T. İş Bankası Global Compact üyesi oldu. Darüşşafaka Cemiyeti 2016'da üyelik için müracaat etti.

Topluma Karşı Sorumluluklar

Halkla ilişkiler sektörüne pazarlama yönelimli halkla ilişkiler kavramını kazandıran ve bu konuda duayen kabul edilen Thomas L. Harris'in "21.Yüzyılda Pazarlama Profesyonelinin El Kitabı"nı MPR 15. yıl dönümü nedeniyle Türkçeye kazandırdı. Bu kitap, 2009 yılında Bilgi ve Marmara Üniversitesi öğrencilerine, MPR çalışanlarına, müşterilerimize, akademisyenlere ve tedarikçilerimize mesleki bilgi edinilmesine katkı amacıyla dağıtıldı. 2011-2017 yılları arasında da göreve yeni başlayanlar, kazanılan yeni müşterilerimiz ve Bilgi Üniversitesi öğrencileriyle paylaşıldı ve paylaşımaya devam ediyor. 2009-2017 yılları arasında Toplam 980 kitap dağıtıldı.

Yanı sıra Meral Saçkan 1999 yılından günümüze Bilgi Üniversitesi'nde "Marketing Public Relations" dersi vermeye devam etmektedir. Haricen her sene tekrarlayacak olan Bilgi Üniversitesi'nin "Ustalarla Buluşma" yüksek lisans programı kapsamında öğrenciler için "Zarar eden bir şirketin itibarından bahsedilebilir mi?" konulu ders verdi.

Bilgi Üniversitesi öğretim görevlilerinden birinin Türkiye'de iletişim danışmanları uzmanlıklarını nasıl inşa ediyor ve nasıl sunuyorlar?" temalı tezi için destek verdi.

IAA Uluslararası Reklamcılar Derneği) ve Aydın Doğan Vakfı'nın her sene düzenlediği Üniversitelerarası İletişim Yarışmasında jüri üyesi olarak destek veren Meral Saçkan, 2014, 2015 yıllarında da jüri üyesi olarak görev alarak, öğrencilerin yaratıcı çalışmalarına destek verdi.

MediaCat'in 2012 yılından günümüze düzenlediği Felis PR Yaratıcılık Yarışmasında da jüri üyesi görevini 5 yıldır sürdürüyor.

2016 yılında Azerbaycan iş dünyası profesyonellerine eğitim programları sunan Bakü Business Management School'da 40 kişiye halkla ilişkiler eğitimi verdi, her yıl devam edecek.

Kıbrıs Doğu Akdeniz Üniversitesi'nde 27 Şubat- 3 Mart 2017 tarihleri arasında düzenlenen 5'inci Kariyer Haftası konferansına "Bu Topraklardan Dünya Markası Çıkar mı? Stratejik Kombinasyon Ne Olmalı?" başlıklı konu ile konuşmacı olarak katıldı.



2015 yılında Koza Plaza kapsamında tüm şirket çalışanlarına "Kriz Yönetimi ve Kriz İletişimi" konulu konferans verdi.

Meral Saçkan'ın Toplum Karşı Sorumlulukları	Yıl
Thomas L. Harris'in "21.Yüzyılda Pazarlama Profesyonelinin El Kitabı" tercüme ettirilerek Türkçeye kazandırıldı <ul style="list-style-type: none"> Çalışanlara, müşterilere, Marmara ve Bilgi Üniversitesi öğrencilerine, akademisyenlere hediye edildi Ayrıca öğrenciler, stajyerler ve yeni işe başlayanlarla hediye edilmeye devam ediyor. 	2009-2017 (Toplam 980 kitap hediye edildi)
Bilgi Üniversitesi Öğretim Görevlisi <ul style="list-style-type: none"> Marketing Public Relations dersi Ustalarla Buluşma - Yüksek lisans programı Yüksek lisans öğrencilerinin lisansüstü tezlerine destek 	1999-devam ediyor Her sene Her sene
İstanbul Marmara Üniversitesi <ul style="list-style-type: none"> Marketing PR dersi 	2008-2010
Bakü Business Management School <ul style="list-style-type: none"> Halkla ilişkiler eğitimi 	2016-devam ediyor
MediaCat <ul style="list-style-type: none"> Felis PR ve Dijital Medya yaratıcılık ödül programında başkan ve jüri üyeliği 	2012-devam ediyor
Kıbrıs Doğu Akdeniz Üniversitesi <ul style="list-style-type: none"> Bu Topraklardan Dünya Markası Çıkar mı? Stratejik Kombinasyon Ne Olmalı? 	2017
Ankara Marka Festivali <ul style="list-style-type: none"> Ankara Ticaret Odası-Marketing Türkiye işbirliği (Aktarımlar 15 bin kişiye ulaştı. 700 öğrenci sertifika almaya hak kazandı) 	2016
İstanbul Ticaret Üniversitesi <ul style="list-style-type: none"> Halkla ilişkiler eğitimi 	2016
Yeni Yüzyıl Üniversitesi <ul style="list-style-type: none"> Marketing PR ve Halkla İlişkiler kavramları arasındaki farklar 	2015
Koza Plaza <ul style="list-style-type: none"> Kriz Yönetimi ve Kriz İletişimi 	2015
IAA Uluslararası Reklamcılar Derneği&Aydın Doğan Vakfı <ul style="list-style-type: none"> Üniversitelerarası İletişim Yarışması -Jüri üyeliği 	2014-2015
Okan Üniversitesi <ul style="list-style-type: none"> Girişimcilik dersi 	2014
Bilkent Üniversitesi <ul style="list-style-type: none"> Marketing PR 	2011
İstanbul Rotary Kulübü Derneği <ul style="list-style-type: none"> Marka-Müşteri İlişkilerinde 20 Doğru-20 Yanlış 	2011

Berlin’de 2003 yılında düzenlenen ICCO Küresel Zirvesi’nde başlatılan Şeref Kürsüsü uygulamasını Türkiye’ye getiren İDA, halkla ilişkiler sektöründe yaptığı çalışmalarla PR disiplininin gelişmesine ve itibarına artmasına katkıda bulunan, sektör profesyonellerine ilham veren, sektörün uluslararası ve yerel düzeyde gelişmesinde rol oynayan kişileri onurlandırmak amacı ile ‘Onur Ödülü’ geleneği başlattı ve 2016 yılından itibaren ‘Şeref Kürsüsü’ uygulamasıyla süreklilik kazandı.



Kriterlere göre Şeref Kürsüsü adaylarını değerlendiren İDA Yönetim Kurulu, uluslararası mesleki ve etik standartların yerleşmesine, uluslararası ölçüleme kriterlerinin uygulanmasına, ulusal meslek örgütlerinin gelişimine yönelik çalışmaları ve akademik dünyaya katkılarıyla ‘gerçek yol açıcı’ lardan biri olduğu gerekçesiyle MPR’ın kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Meral Saçkan’ı Şeref Kürsüsü’ne layık gördü.

Rank	Agency	Location	Awards/Prizlets	Points
75	Clear tag	Dubai, UAE	7	11
75	MPR	Istanbul, Turkey	6	11
75	Bendespice d.o.o.	Ljubljana, Slovenia	5	11
79	Aldio Santiago	Santiago, Región Metropolitana, Chile	3	10
79	Antecherera Glover	Mexico City, Mexico	4	10
79	Bart&Fink	Moscow, Russia	2	10
79	Bukveč&Zveč CM	Zagreb, Croatia	3	10
79	Cable Communications	Budapest, Hungary	2	10
79	Cramer-Kassell	Chicago, IL, USA	5	10
79	Dan	Buenos Aires, Argentina	4	10
79	Fedobv.com	Kyiv, Ukraine	3	10
79	Fractal& Beijing	Beijing, China	2	10
79	Human	Buenos Aires, Argentina	2	10
79	Indie	Buenos Aires, Argentina	2	10
79	La Fierro	Santiago, Región Metropolitana, Chile	3	10
79	Los Quilnes	Santiago, Región Metropolitana, Chile	2	10
79	LOVE	Santiago, Región Metropolitana, Chile	3	10

Effie 2016 Etkililik Endeksi’ni açıkladı. **MPR İletişim Danışmanlığı**, global reklam ajansları ve iletişim ajanslarının yoğun olarak yer aldığı listede ‘**Bağımsız Ajanslar**’ kategorisinde, **ilk 100’de yer alan tek Türk PR ajansı** olmayı başardı

Ajans Başkanımız **Meral Saçkan**, Marketing Türkiye’nin hazırladığı haberde, ‘**Halkla İlişkiler Sektörüne Öncülük Eden 15 Duayen...**’ arasında yer aldı.



Rüşvet, Yolsuzluk

Şirket kararlarını alırken ve uygularken yasal sınırlar içinde kalarak, genel ahlâk ilkelerine ve değerlere uygun davranır; hukukun üstünlüğü, doğruluk, hesap verebilirlik ve şeffaflık esastır. Daha önceki yıllarda uygulanan rüşvet ve yolsuzlukla mücadele programlarımız geliştirilerek daha iyi bir uygulayıcı olmak yönünde yapılan çalışmalar sürdürülmektedir. Müşterilerimizden KPMG ile “Yolsuzluk Karşıtı Politikalar Sözleşmesi” hem şirket olarak hem de grup çalışanları tarafından imzalanmıştır.

İş başlayan her çalışmamız İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği’nin (IDA) “Meslek Ahlâki İlkeleri” sözleşmesini imzalar.

****Çalışanların okuması için İnsan Hakları Beyannamesi ortak alandır.****

INTERNET SİTEMİZDE RAPORUN PAYLAŞIMI