

Reklam ve Pazarlama İletişimi Derneği (REPİD)



Sürdürülebilirlik Rehberi ETKİNLİKLER V1 - Ekim 2025

REPİD 2023 yılında, Reklam ve pazarlama iletişimi sektörünün 8 güçlü derneği, Reklam Verenler Derneği (RVD), Reklamcılar Derneği (RD), İnteraktif Reklamcılık Derneği (IAB), Mobil Mecralar Araştırma Pazarlama ve Reklamcılık Derneği (MMA), Açık hava Reklamcılar Vakfı (ARVAK), Ulusal Radyo Yayıncıları Derneği (URYAD), İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği (İDA), Türkiye Araştırmacılar Derneği (TÜAD) ve üyelerinin katılımı ile kapsayıcı bir yapıda kurulmuştur.

Türkiye’de, küresel standartlara uygun Sorumlu Reklamcılık Ekosistemini oluşturmak, büyümenin sağlıklı ve organize şekilde sürdürülmesini sağlamak, gelişen trendler, uygulamalar ve teknolojiler ışığında ihtiyaçlarını tespit etmek, sivil toplum kuruluşları, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ve kamu otoriteleri ile işbirliği yaparak çözüm üretmek, reklam ve pazarlama sektöründe faaliyet gösteren gerçek ve tüzel kişiler arasındaki iletişim birlikteliğine ve bilgi paylaşımına katkı sağlamak, marka güvenliği, reklam ve pazarlama alanında sahteciliğin önlenmesine ilişkin faaliyetlerde bulunmak amacıyla çalışmalarına başlamıştır.

Kapsayıcı, eşitlikçi ve çeşitliliği destekleyen uygulamaları teşvik etmenin yanı sıra ölçüm ve araştırma metodlarına ait standartların belirlenmesini sağlamak, veri üreterek ulusal ve uluslararası arenada bilgi paylaşımını kolaylaştırmak, sektördeki kurumları güçlendirmek gibi önemli sorumluluklar üstlenen REPİD’in öncelikli konuları arasında; tüm medya ölçümlerinin tek çatı altında toplanması, cross-media ölçümü, sürdürülebilirlik, reklamda toplumsal cinsiyet eşitliği, erişilebilirlik, üretken yapay zeka ve etik değerler mutabakatının günümüze uyarlanması ve ayrıca “Reklamın Türkiye Ekonomisine Katkısı” gibi makro düzeydeki sektör araştırmalarını gerçekleştirmek yer almaktadır.

REPİD, pazarlama ve iletişim sektörünün, iklim krizi ile mücadele etmesi için sürdürülebilirlik çerçevesinde öncelikle sektörün karbon emisyonuna katkısını azaltmak ve 2030-2050 vizyonları çerçevesinde de sıfırlamak amacı ile küresel bir girişim olan AD Net Zero Türkiye birimini 2024 yılında kurmuştur. <https://www.repid.org.tr/yurutme-kurullari/>

REPİD Sürdürülebilirlik Yürütme Kurulu ve Ad Net Zero Türkiye

Sektörümüz, ilk gününden bu yana pek çok alanda ve toplumsal konuda öncülük etmiş, iletişim için yeni yollar ve yöntemler yaratmış; “ikna ve etkinin” en büyük güçlerden biri olarak kabul görmesini sağlamıştır. Kamuoyunu şekillendirme ve tüketici davranışlarını yönlendirme gücüne sahip sektörümüzün, üzerine düşen toplumsal sorumluluğu yerine getirmesi, iklim krizi ile ilgili farkındalık ve bilinirlik yaratma amacıyla acilen gerekli adımları atması için şu an tam zamanıdır.

Bu, sektörümüze samimi çağrımızdır:

İklim kriziyle mücadelede dönüştürücü bir etki yaratmak için, hemen şimdi, hep birlikte harekete geçelim! Daha önce reklamda toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki başarımız gibi, gözle görülür bir başarı için, sektörel olarak adım atalım. Zira reklam bizim bahçemiz...

Geçen bir yıl boyunca yürüttüğümüz çalışma ve hazırlıklar ile, REPİD olarak, reklam ve pazarlama iletişimi endüstrisinde ölçülebilir ve aksiyon alınabilir küresel bir hareketin parçası oluyoruz: Ad Net Zero çatısı altında Türkiye birimi olarak, sektörümüzde 2030 ve 2050 vizyonlarıyla net sıfır karbon emisyonuna ulaşmayı hedefliyoruz. Bunun için, siz değerli sektör liderlerimizin desteği kritik öneme sahip! Sizleri bu değişimin öncüsü olmaya davet ediyoruz.

5 Alandaki Eylem Planı

REPİD, reklam ve pazarlama iletişimi sektörünün ürettiği karbon emisyonunun bugünkü durumunun tespit edilmesi, 2030 yılında yarıya indirilmesi ve 2050 yılında da net sıfır karbon emisyonu hedeflemeye rehberlik eder. REPİD, Ad Net Zero ile endüstriyi 5 ana bölümde ele alır:

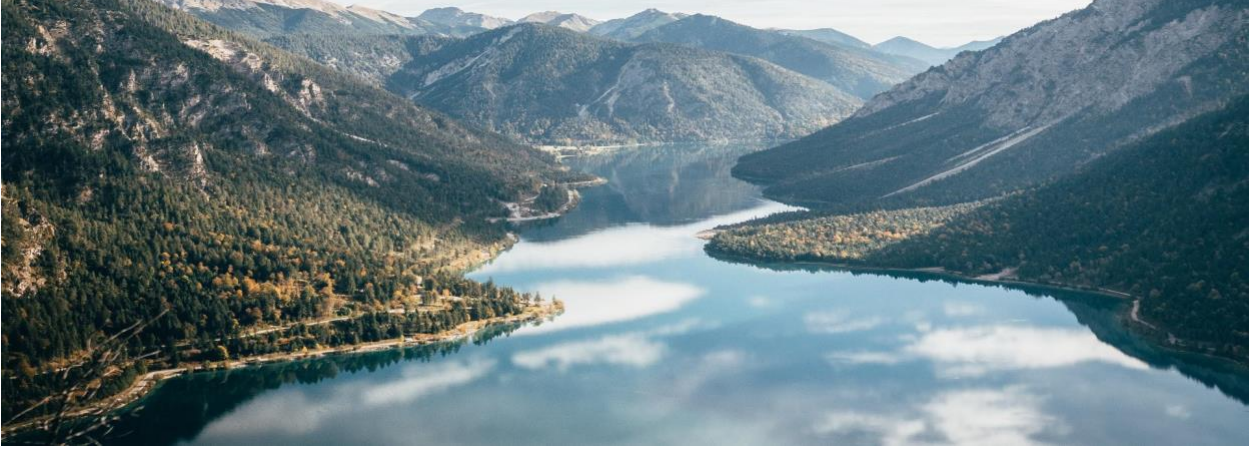
- EYLEM 1: Şirketin Kendi Operasyonlarından Kaynaklanan Emisyonları Azaltma;
- EYLEM 2: Reklam Üretiminden Kaynaklanan Emisyonları Azaltma;
- EYLEM 3 Medya Planlama ve Satın Almadan Kaynaklanan Emisyonları Azaltma;
- EYLEM 4: Ödüller ve Etkinliklerden Kaynaklanan Reklam Emisyonlarını Azaltma
- EYLEM 5: Davranış Değişikliğini Desteklemek için Reklamın Gücünden Yararlanma.

Elinizdeki bu rehberler bütünü, Ad Net Zero'nun Türkiye'de uygulanabilmesini kolaylaştırmak, net sıfıra giden bir dönüşümü reklam sektöründe desteklemek amacı ile, gereklikçe güncellenmek üzere, REPİD Sürdürülebilirlik Yürütme Kurulu ve alt çalışma kurullarında sektör profesyonelleri ve uzmanların çalışmaları ile global ve yerel envanter araştırılıp, geliştirilerek hazırlanmıştır.

Detaylı bilgi için: www.repid.org.tr; www.adnetzeroturkiye.org

Reklam ve Pazarlama İletişimi Derneği (REPİD)

repid@repid.org.tr



ETKİNLİKLER

Reklam ve Pazarlama İletişimi Derneği (REPİD) Sürdürülebilir Etkinlikler Rehberi

REPİD Sürdürülebilirlik Yürütme Kurulu kapsamında faaliyet gösteren Ad Net Zero, reklam operasyonlarını karbondan arındırarak ve sürdürülebilir ürün ve hizmetleri doğru bir şekilde tanıtmak için her sektörü destekleyerek reklam endüstrisinin iklim acil durumuyla mücadele etmesine yardımcı olan bir iklim eylem programıdır.

Ad Net Zero, global anlamda sektörün en büyük oyuncularını ile yaygın bir desteğe sahiptir ve dünyanın en büyük altı ajans holding grubunun, reklam verenlerin, medya sahiplerinin, teknoloji şirketlerinin ve bağımsız yaratıcı ve prodüksiyon ajanslarının desteğini gururla saymaktadır. Ad Net Zero, Reklam ve Pazarlama İletişimi Derneği (REPİD) Sürdürülebilirlik Yürütme Kurulu faaliyetleri çerçevesinde Sn. Ahmet Pura başkanlığında Türkiye birimini kurulmuş olup, sektörün lider marka ve dernekleri ile beraber yola çıkmanın gururunu yaşamaktadır.

Global karbon (CO2) emisyonlarının %10'u etkinlik sektöründen kaynaklanmaktadır. (1) Bu oran havacılık ya da reklam sektöründen 3 kat daha fazladır - [ClimateTrade](#) . (2) Ve bir etkinliğin karbon emisyonlarının %70-90'ı sadece seyahatten kaynaklanmaktadır. [Campaign Asia](#)

Bu rehber, Ad Net Zero'nun 5 aksiyonundan "Etkinlikler"i kapsamakta ve uzun vadeli etki yaratan, eyleme dönüştürülebilir adımlar atmak üzere en basit yola çıkış ipuçlarını içererek uygulayıcılar ve imzacılar için kolaylık sağlamayı amaçlamıştır.

İsra*'daki sürdürülebilirlik etkinliği uzmanları tarafından desteklenerek Ad Net Zero'nun ABD Aksiyon 4 Çalışma Grubu tarafından hayata geçirilmiş olan etkinliklere ait yönerge ve yönlendirmelerden alınan bilgiler, REPİD Sürdürülebilirlik Yürütme Kurulu tarafından Türkiye pazarı gerçekleri de değerlendirilerek sektöre sunulmaktadır.

Detaylı bilgi için: www.repid.org.tr; www.adnetzeroturkiye.org

Reklam ve Pazarlama İletişimi Derneği (REPİD)

repid@repid.org.tr

Anlayış

Etkinlikleri büyüklük ve türleri açısından ele alıyoruz. Küçük ve orta ölçekli etkinlikler ve Büyük ölçekli etkinlikleri ayırdık. Böylelikle uygulama kolaylığı sağlamayı hedefledik.

Küçük & Orta Ölçekli Etkinlikler:

- Şirket Toplantıları / Off-sites
- Müşteri Yemekleri & Happy Hours
- Küçük Konferanslar

Büyük Ölçekli Etkinlikler:

- Marka Etkinlikleri
- Sektör Konferansları
- Stadyum Etkinlikleri
- Ödül Törenleri

Etkinliklerin ciddi karbon ayak izleri vardır:

- **Seyahat** - Kişiler & Ulaşım
- **Gıda** - Atık & Üretim
- **Tesisler** - Su & Enerji

Şirketlerin pek yakında tüm faaliyetlerinden doğan emisyonlarıyla yüzleşmek zorunda kalacakları bir gerçektir. Avrupa Birliği, İngiltere ve ABD'de yürürlüğe giren ve girecek olan yönetmelikler, etkinliklerden kaynaklananlar da dahil olmak üzere emisyonlar konusunda kurumsal raporlamayı zorunlu kılacaktır.

Türkiye'de de REPİD öncülüğünde Ad Net Zero'nun kuruluşu ile sektörün karbon emisyonlarını ölçme, azaltma ve dengeleme programlarına dikkat çekilmeye başlanmıştır.

Bir diğer yandan, biliyoruz ki, sürdürülebilir deneyimler daha güçlü marka sadakati sağlıyor. Müşteriler giderek daha fazla sürdürülebilirlik garantisi veren iş ortakları arıyor. (Kaynaklar: [Live Union](#) , [Forbes](#), [LinkedIn](#))

Etkinliklerde sürdürülebilirlikle ilgili en iyi uygulamaların hayata geçirilmesinde karşılaşılan en yaygın engeller genellikle şunlardır:

- Zaman ve/veya yeterli kaynak eksikliği
- Liderlik direnci ve/veya ekip duraganlığı
- Farkındalık ve eğitim eksikliği
- Maliyet ve bütçe kısıtlamaları (genellikle algıyla gerçeklik arasında)

AKSİYON PLANI:

Etkinliklerde sürdürülebilirlikle ilgili aksiyon almayı başarmak için üç temel başlık yol gösterici olarak ele alınabilir:

- 1. Küçük başlayın, hızlı kazançları bulun:** Büyük etki yaratacak birkaç akıllıca seçim belirleyin;
- 2. Rekabet avantajınızı gösterin:** Müşteriler / katılımcılar ve ortaklarla olan bağlılık ve sadakat avantajlarına odaklanın;
- 3. Maliyet endişelerini giderin:** Başlangıçta maliyet tasarrufu sağlayan veya maliyet açısından nötr olan çözümlere odaklanın ve maliyetleri paylaşmak için ortaklık fırsatlarını belirleyin.

Etkinlikler için bir Toolkit

KISA VADEDE HIZLI KAZANÇ SAĞLAYIN

1- Çalışanların Seyahat ve Konaklama Emisyonlarını Yönetmek.

- Birinci sınıf uçuş yok, business class'ın sınırlı olmasına odaklanın
- Mümkün olan yerlerde sanal toplantılar
- Toplu taşımayı, araç paylaşımını teşvik edin
- Konaklamadan doğan emisyonları fark edin.

2- Dijital Çözümlere Öncelik Verin.

- Baskıyı en aza indirmek için QR kodlarından ve uygulamalardan yararlanın
- LED tabela seçin
- Basılı materyallerin yeniden kullanımına yönelik çalışmalara öncelik verin

3- Çevre dostu Menü Seçenekleri Oluşturun.

- Yerel tedarikçiler ve mevsiminde ürünler kullanın
- Daha fazla bitki bazlı seçenek sunun
- Menü seçimlerinin çevresel etkilerini anlatın

Kısa vade için örnekler:

Personel Seyahat ve Konaklama Emisyonlarını Yönetin.

Business sınıfında uçmak, ekonomi sınıfında uçmaya kıyasla yolcu başına 3 kat daha fazla CO2 emisyonu üretir. Ekonomi sınıfı bir uçuş seçerek emisyon ve paradan tasarruf edersiniz. (Kaynak: The World Bank (2013), Calculating the Carbon Footprint from Different Classes of Air Travel)

Hava yolculuğu genellikle şirketler ve etkinlikler için en önemli emisyon kaynağıdır ve personel seyahati de bunun bir parçasıdır. Etkinlik, uçuş/uzun mesafe seyahat gerektiren bir yerde olsa bile, politika düzenlemeleri yardımcı olabilir.

- Uçmak zorunda olduğunuzda, kamuya açık ve güçlü sürdürülebilirlik taahhütlerinde bulunan havayolları ile ortaklık kurmayı seçebilirsiniz. Science Based Targets Initiative bilgilerini kullanarak, hangi havayollarının 2050 yılına kadar net sıfır emisyona ulaşmayı taahhüt ettiğini görebilirsiniz. Mümkünse bu havayollarından birini seçmeniz önerilir.

- Kısa mesafeli yolculuklar için birinci sınıf, business class uçuşlar olmaması ve mümkün olduğunca tren kullanılması (yani 5 saatin altında).
- Toplu taşıma, ortak araç kullanımı ve elektrikli taksilerin kullanımını teşvik edin.
- Yüz yüze toplantıları en aza indirmek için teknolojiden yararlanın.
- Konakladığınız otel seyahatinizden kaynaklanan emisyonları etkiler. Otel şirketinin sürdürülebilirlik taahhütlerini SBTi web sitesinde inceleyebilirsiniz. Buna ek olarak, otel konaklamalarınızın emisyonlarını tahmin etmek için, Otel Ayak İzi Hesaplayıcısı sitesi gibi farklı ülkelerde bulunan ve farklı yıldız derecelendirmelerine sahip otellerin etkisini, otellerden alınan gerçek verilere dayanan sitelerden kontrol edin.

Dijital Çözümlere Öncelik Verin

LED ekranlar geleneksel ekranlara göre %90 daha az enerji kullanır ve ortalama 60.000 - 100.000 saat kullanım ömrü sağlar. (Kaynak: Ultimate Guide To Low Energy and LED Lighting)

Kâğıt, tek başına tüm çöp atıklarının %26'sını oluşturmaktadır. “Yenilenebilir [enerji kaynağı] ise dijital, yeniden kullanılabilir ise basılı” mantığını benimseyin.

- Bilet, harita ve ajanda sağlamak için QR kodları ve uygulamalar gibi dijital çözümler kullanın. Ancak, yenilenebilir enerji ile desteklenmediği sürece dijitalin yine de emisyon yarattığını unutmayın.
- LED tabelalar geleneksel tabelalara göre daha yüksek enerji verimliliği ve atıksız bir alternatif sunar.
- Baskı bir zorunluluksa, bir sonraki etkinliğinizde yeniden kullanılabilecek bir tasarım ve malzeme seçin.

Çevre Dostu Menü Seçenekleri

Gıda açısından sığır eti, üretilen her bir kg et başına 60 kg sera gazı emisyonuna yol açarak açık ara en büyük suçlu konumundadır. (Kaynak: Poore, J., & Nemecek, T. (2018), Reducing food's environmental impacts through producers and consumers)

Sürdürülebilir yemek hizmetini bir sorun olarak değil, bir fırsat olarak görün. Menü seçeneklerine yeni bir yaklaşım getirin ve katılımcıları bu düşünceli yaklaşım konusunda heyecanlandırın!

- Yerel lezzetleri tercih edin, mümkün olan her yerde yerel tedarikçileri ve mevsiminde ürünleri kullanın.
- Menü seçeneklerinizi açıklayın ve menü seçeneklerinin, özellikle de kırmızı etin çevresel etkilerini anlatın.
- Bitki bazlı seçmek, %90'a kadar daha düşük emisyonu sahip olabilen et alternatiflerine kıyasla önemli ölçüde daha düşük emisyonlara sahiptir.

- Yüksek Emisyonlu Etlerden Kaçınma: Sığır eti ve kuzu eti, hayvanların yaşamı boyunca ürettikleri metan gazı nedeniyle en yüksek emisyonlu et kaynaklarından ikisidir.
- Bitki bazlı olmayan bir seçenek tercih ediyorsanız, balık veya tavuk daha düşük emisyonlu alternatiflerdir.
- Daha fazla bitki esaslı seçenek sunun ve bunların tat veya tanıtım açısından sonradan düşünülmediğinden emin olun?
- Yerel ve Mevsimine Göre Beslenmeyi tercih edin: Mevsiminde ve yerel olarak yetiştirilen bitkilerin emisyonu, daha düşük nakliye gereksinimleri nedeniyle, daha uzak yerlerde yetiştirilen bir ürüne göre daha düşüktür. Ancak bazen, yerel olarak yetiştirilen ürünler mevsim dışında yetiştirildiklerinde daha yüksek emisyonlu olabilir.

ORTA VADEDE ETKİNİZİ BÜYÜTÜN

Atıkları Azaltın.

- Aşırı yemek siparişi vermeyin, atıkları uygun şekilde imha edebilecek tedarikçiler seçin
- Tek kullanımlık servis gereçlerini ortadan kaldırın, beklentileri önceden belirleyin
- Modüler yapılara öncelik verin, yeniden kullanılabilir değilse yerel olarak bağış yapın

Hediyelik Ürünleri Yeniden Düşünün.

- Hayır kurumlarına bağış yapmayı veya fiziksel ürünlere dijital alternatifler sunun
- Yeniden dönüştürülmüş veya %100 geri dönüştürülmüş, pratik ve yeniden kullanılabilir ürünler seçin
- Aşırı siparişi en aza indirin ve katılmayı tercih edin

Yerelde Kalın.

- Nakliye maliyetlerinden ve emisyonlarından kaçının
- Yerel tedarikçilere ve personele öncelik vermek için bir satın alma sistemi oluşturun
- Yerel ekonomiyi destekleyin

Orta vade için örnekler:

Tek Kullanımlık Servis Takımlarını Ortadan Kaldırın

Her yıl üretilen tüm plastiğin %50'si (380 milyon ton) tek kullanımlıktır. (Kaynak: Plastic Oceans)

Gıda, plastik ve etkinlik pazarlama malzemelerinden kaynaklanan atıkların büyük bir etkisi vardır. Çokluk başarı/sağlık belirtisi olarak kutlanmamalıdır. Neye ihtiyaç duyulduğunu belirleyin ve yeniden kullanımı planlayın.

- Fazla sipariş vermeyin (yemek firmanızdan veya mekanınızdan yardım isteyin), geri dönüşüm, gıda atıkları ve genel atıklar için açıkça etiketlenmiş kutular temin edin ve tesis dışında ayrıştırmayı garanti eden bir firma belirleyin. Artan yiyecekleri bağışlayın.
- Tek kullanımlık servis gereçlerini ortadan kaldırın, seçenekleri önceden açıklayın ve katılımcılara yeniden kullanılabilir şişeler getirmelerini teşvik edin ve su doldurma noktaları bulundurun.
- Modüler yapılara öncelik verin; yeniden kullanılamıyorsa lokal topluluğa bağışta bulunun.

Hediyelik Ürünleri Yeniden Düşün

Promosyon ürünlerinin %66'sı eninde sonunda çöpe atılır. Sadece %16-21'i orijinal alıcısı tarafından saklanıyor veya çöpe atılıyor. (Kaynak: Forbes (2022), The British Promotional Merchandise Association Research (2018))

Promosyon ürünlerinin (hediyelik eşya / eşantiyon) çevre üzerinde önemli bir etkisi vardır. Ürünler genellikle işlenmemiş? malzemelerden üretilir, uzun mesafelere taşınır ve ardından imha edilir.

- Fiziksel ürünler yerine hayır kurumlarına bağış yapmayı veya dijital alternatifleri değerlendirin.
- Kaçınılmaz fiziksel ürünler için, yeniden dönüştürülmüş veya %100 geri dönüştürülmüş malzemeleri tercih edin ve ürünlerin günlük hayatta pratik ve yeniden kullanılabilir olduğundan emin olun.
- Fazla siparişi en aza indirmek için envanterinizin etkili bir şekilde yönetildiğinden emin olun ve varsayılan yerine tercih edilen bağışlardan yararlanın.

UNUTMAYIN: Yerellik Anahtardır!

Meyve ve sebzelerin taşınması, üretimleri sırasında salınan sera gazı (GHG) miktarının yaklaşık 2 katı kadar gıda mili emisyonunun %36'sına neden olur. (Kaynak: Directorate-General for Environment (2024), EU Commission, Field to Fork)

Daha önce de belirtildiği gibi, ulaşım önemli bir emisyon ve çevre kirliliği kaynağıdır. İnsanlar, malzemeler ve gıda için hava yolculuğunu sınırlandıran konum seçimleri yapın.

- Yerele öncelik vermek yerel ekonomiyi destekler ve nakliye maliyetlerini azaltır.
- Yerel tedarikçilere ve etkinlik personeline öncelik verin.
- Etkinliğiniz için mal/personel temin etmek üzere etkinliğin yerinin çevresinde bir tedarik bölgesi belirleyin.

UZUN VADELİ KAZANIM İÇİN STRATEJİK EYLEM ŞART

Önceliği Yenilenebilir ve Enerji Verimliliği Olana Verin.

- Enerji verimli ve ideal olarak sürdürülebilirlik sertifikalı mekanları seçin
- Ekipmanların mümkün olduğunca enerji verimli olduğundan emin olun
- Dizel yerine akü, hibrit ve biyoyakıt seçeneklerini tercih edin

Toplu ve Hesaplanan Seyahati Ele Alın.

- Hava yolculuğunu sınırlandırarak en yakın yerlere öncelik verin
- Katılımcıların nereye ve nasıl seyahat ettiğini takip edin
- Düşük karbonlu seyahati teşvik edin, grup halinde ulaşım ayarlayın

Emisyonları Ölçün ve Etkinliğin Sürdürülebilirlik Planına Bağlı Kalın.

- Etkinlikler için tasarlanmış sağlam bir ölçüm aracı kullanın
- Yeni soruları ve prosedürleri etkinlik proje planına entegre edin
- Hem ekibiniz hem de tedarikçileriniz için eğitime yatırım yapın

Uzun vade için Örnekler:

Yenilenebilir Enerji Mekanları

Dünya genelinde, 2023 yılında 2022 yılına kıyasla %50 daha fazla yenilenebilir enerji kapasitesi eklenmiştir. (Kaynak: Johny Wood, World Economic Forum, (2024), 50% more renewable capacity last year than in 2022 The world added)

Etkinliğinize güç sağlamak, aydınlatma, sesten teknolojisi ve prodüksiyona kadar çok fazla enerji tüketebilir.

- Enerji verimli mekanlar seçin. Örneğin, sürdürülebilirlik sertifikalarına sahip olan, yenilenebilir enerji kullanan veya yerinde yenilenebilir enerji üretimine yatırım yapan.
- Tüm ekipmanların mümkün olduğunca enerji verimli olduğundan emin olun ve aynı zamanda kullanılmadığında ekipmanı kapatmak için çaba gösterin.
- Geçici güç ihtiyaçları için daha temiz alternatiflere öncelik verin, dizel yerine batarya > hibrit > biyoyakıt seçeneklerini tercih edin.

Toplu Seyahatleri Ele Alın

İnsanların yaptığı tüm şeyler arasında uçmak, dakika başına en yoğun karbon salınımına neden olan faaliyetlerdir. (Kaynak: Hannah Ritchie (2024), What share of global CO₂ emissions come from aviation)

Toplu seyahatleri genellikle etkinlik emisyonlarının en büyük kaynağını oluşturmaktadır. Bu alandaki azaltımlar kritik önem taşımaktadır.

- Katılımcıların çoğuna yakın olan, toplu taşıma araçlarıyla veya otellere kolayca erişilebilen yerlere öncelik verin. Hava ulaşımının kaçınılmaz olduğu durumlarda, havaalanlarına yakın mekanları tercih edin.
- Tam etkiyi anlamak için katılımcıların nereye ve nasıl seyahat ettiklerini takip edin.
- Fark yaratmak için düşük karbonlu seyahat seçimlerini teşvik edin; etkinliğinizden havaalanına grup ulaşımını organize edin.

Emisyonları Ölçün

ABD, AB ve Birleşik Krallık Yönetmelikleri, büyük işletmelerin Kapsam 1, 2 ve 3 emisyonları da dahil olmak üzere iklim üzerindeki etkilerini raporlamalarını giderek daha fazla zorunlu kılmaktadır. Bu durum, etkinlikleri, pazarlama faaliyetlerini ve tedarik zincirinizdeki firmaları etkilemektedir. Etkinlik rollerine göre interaktif planlama aracı [isla proseed tool](#)'una göz atın.

Karbon ayak izinizi etkili bir şekilde yönetebilmek ve gerçek bir ilerleme sağlamak; hedefler belirlemekten, iyi veri toplamaktan ve uzun vadeli kararlılıktan geçer.

- Merkezi etkinlik ölçüm sisteminiz olarak TRACE by isla gibi sağlam bir ölçüm aracı kullanın. Böylece ilerlemeyi takip edebilecek ve çevresel iyileştirme yapılacak alanları belirleyebileceksiniz.
- Yeni soruları ve yöntemleri etkinlik proje planınıza entegre edin ve ortak çalışma olanaklarından yararlanın.
- Hem ekibiniz hem de tedarikçileriniz için eğitime yatırım yapın; çevreye ilişkin veri alışverişini güvenle gerçekleştirebilecek bilgi ve kaynaklara sahip olduklarından emin olun.

Kaynaklar, Araçlar ve Kılavuzlar

- o *isla: isla, Birleşik Krallık etkinlik sektörünün kolektif sürdürülebilirlik üyelik organizasyonudur ve 100'den fazla şirket tarafından kullanılan en iyi uygulamaları, kaynakları ve TRACE ölçüm aracını sunar. Daha fazla bilgi için traceyour.events adresini ziyaret edin.
- o [TRACE](#) - canlı, hibrit ve dijital etkinlikler için etkinlik ölçüm aracı.
- o [Proseed](#) - sektörün en iyi uygulama çerçevesi, sürdürülebilir etkinlik planlamasını basitleştiren ücretsiz, interaktif bir araç.
- o [Blog: getting started](#) - karbon ayak izinizi azaltmanın altı yolu.
- o [Cannes Lions Green Guide](#) - isla ile ortaklaşa geliştirilmiş, Cannes için uyarlanmış ancak diğer büyük ölçekli etkinlikler için de geçerli hususlar.
- o [Net Zero Carbon Events](#) - Kasım 2021'de Glasgow'da COP26'da başlatılan küresel bir çerçeve. NZCE, Paris Anlaşması doğrultusunda sera gazı emisyonlarını azaltmak için etkinlik sektörünü teşvik etmek, temel konularda rehberlik ve destek sağlamak ve doğrudan, dolaylı ve tedarik zinciri için ortak ölçüm standartlarına odaklanmak amacıyla kurulmuştur.
- o [Events Industry Council Event Standards](#) - ABD merkezli kâr amacı gütmeyen kuruluş, belirli sürdürülebilir etkinlik kriterleri sunmakta ve [Alliance for Audited Media](#) aracılığıyla denetim ve belgelendirme sağlamaktadır. Çevrimiçi 12 kredi saatlik [Sustainable Event Professional Certificate Programme](#).
- o Daha fazla bilgi için traceyour.events.
- [What are the main challenges and barriers to implementing sustainability in live events? \(LinkedIn\)](#)
- [International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences](#)
- The biggest barrier to corporate sustainability isn't what you, or corporations, think it is (Colorado State University)
- www.MyCarbon.co.uk

EK1: ÖNERİLEN KONTROLLER:

MALZEME, TASARIM, AMBALAJ, İLETİŞİM, DEKORASYON VE ETKİNLİK SONRASI

Nestlé Türkiye Kurumsal İletişim ve Sürdürülebilirlik ekibine bu bölüme olan katkılarından dolayı teşekkür ederiz.

Malzeme Seçimi: Tüm ambalaj, dekor ve basılı materyallerde FSC sertifikalı, geri dönüştürülmüş veya geri dönüştürülebilir malzemeler tercih edilmelidir. Kullanılan tüm plastik içerikler ya %100 geri dönüştürülebilir ya da biyobozunur nitelikte olmalıdır. Bağlama ve dekorasyon materyalleri olarak pamuk ip, jüt, keten, bambu, ahşap gibi doğal ve kompostlanabilir seçenekler kullanılmalıdır.

Tasarım ve Ambalaj Prensipleri: Çevre dostu kriterlerin dikkate alınması önem arz etmektedir. Fazladan ambalaj katmanlarından kaçınılmalı; sade ama etkileyici bir “unboxing deneyimi” hedeflenmelidir. Hediye kit kutuları, saklama veya tekrar kullanım amacı taşıyan çok amaçlı tasarımlar içermelidir. Baskı süreçlerinde yalnızca su bazlı veya soya bazlı mürekkepler kullanılmalı; folyo, sim gibi geri dönüşümü zorlaştıran tekniklerden kaçınılmalıdır. Daha sürdürülebilir bir yaklaşım için, küçük ürünler için çok büyük kutu boyutlarından kaçınılmalıdır.

Ürün ve İçerik Yaklaşımı: Hediye kit içeriğinde yer alan ürünler vegan, cruelty-free, çevre dostu ve tercihen yerel üretim olmalıdır. Bilgilendirme içerikleri, geri dönüştürülmüş kağıda basılmalı ya da tercihen QR kod ile dijitalleştirilerek sunulmalıdır.

İletişim & Hikayeleştirme: Hediye kit veya etkinlik ambalajında şu tür bilgilendirici ifadelerle mutlaka yer verilmelidir: “Bu kutu %100 geri dönüştürülmüş malzemeden üretilmiştir.” “Lütfen geri döndürmeyi unutmayın.” Katılımcılara sunulan her bir ürün veya malzeme, yalnızca trend değil, uzun ömürlü ve işlevsel olmalıdır

Etkinlik Uygulamaları ve Dekorasyon: Etkinlik uygulamalarında da çevresel etkileri en aza indirmek için aşağıdaki malzemelerin tercih edilmemesini öneriyoruz. Ancak gerekli durumlarda, kurumların sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda çevre dostu alternatiflerin kullanılması önem taşımaktadır: Etkinlik sahne/backdrop tasarımlarında geri dönüştürülmüş vinil veya kumaş tercih edilmeli; modüler ve yeniden kullanılabilir sistemler kullanılmalıdır. Tek kullanımlık balonlar minimum düzeyde tutulmalı, yerine kumaş bayrak/flamalar veya kağıt süslemeler kullanılmalıdır. Yönlendirme tabelaları ve panolar için modüler ayaklı sistemler tercih edilmeli ve QR kodla dijitalleştirme sağlanmalıdır.

Basılı Materyaller: Katılım belgeleri tercihen dijital olarak sunulmalı, talep edilmesi durumunda baskı opsiyonu sağlanmalıdır. Bu belgeler ve diğer materyallere kolay erişim için bir QR kod kullanılması önerilir; böylece kağıt tüketimi en aza indirilirken, kullanıcı deneyimi de sadeleştirilmiş olur. Menü, masa kartı ve katılım belgelerinde geri

dönüştürülmüş, FSC sertifikalı ya da tohumlu kağıt tercih edilmelidir. Katılım belgeleri tercihen dijital olarak sunulmalı, istendiğinde baskı opsiyonu sağlanmalıdır.

Katılımcı Hediyeleri / Takeaway Ürünleri: Hediye ve paketlenme uygulamalarında, çevresel etkileri azaltmak adına aşağıdaki tercihlere öncelik verilmesini önemle tavsiye ederiz. Kullanım zorunluluğu doğduğunda kurumun sürdürülebilirlik yaklaşımı ile uyumlu bu alternatiflerin tercih edilmesi beklenmektedir: Plastik türevleri yerine bez çanta, bambu ürünler, tohum kartı gibi doğal, uzun ömürlü hediyeler kullanılmalıdır. Etiketleme yerine doğal baskı teknikleri tercih edilmeli; paketlemelerde kraft kağıt ve pamuk ipe kullanılmalıdır.

Branding ve Görsel Alanlar: İletişim ve tasarım uygulamalarında kaynak kullanımını azaltmak ve materyallerin ömrünü uzatmak amacıyla aşağıdaki prensiplere dikkat edilmesini öneriyoruz. Gerektiğinde kullanılacak materyallerin kurumların sürdürülebilirlik değerleriyle uyumlu olacak şekilde planlanması önemlidir: Kurumsal kimliğe uygun fakat tarih içermeyen tasarımlar yapılmalı, böylece yeniden kullanım kolaylığı sağlanmalıdır. Mümkün olan durumlarda dijital ekranlar kullanılarak fiziksel baskılar azaltılmalıdır. Marka mesajları, modüler kart sistemleri ile bölünebilir olmalı, gerektiğinde güncellenebilmelidir.

Etkinlik Sonrası Aksiyonlar: Kullanılan tüm materyaller için yeniden kullanım envanteri çıkarılmalı ve ayrı ayrı saklanmalıdır. Atıklar, türlerine göre ayrıştırılmalı; her bir kategori için uygun bilgilendirme ve toplama kutuları hazır bulundurulmalıdır. Bir sonraki etkinliklerde tekrar kullanım için uygun malzemeler listelenmeli ve stoklanmalıdır.

EK2: Globalden ve Türkiye’den Vaka Çalışmaları

GLOBALDEN VAKA ÇALIŞMALARI

Kısa ve Orta Vade Örnekleri:

Personel Seyahatlerinin Azaltılması

[PwC](#) UK, 2007 yılından bu yana iş seyahatlerinden kaynaklanan karbon emisyonlarında %61’lik bir azalma olduğunu bildirmiştir.

Çevre Dostu Menü Seçimleri

[Compass Group](#), yerel ürünlere öncelik vermekte ve gıda milini azaltmak için yerel tedarikçilerden kaynak sağlama, yerel işletmelere rehberlik etme ve ABD’deki Common Market gibi ortaklıklar gibi girişimler yoluyla toplum katılımını desteklemektedir.

Atıkları Azaltın

[Live Nation Entertainment](#), mekanlarda ve festivallerde [TURN Systems’in Yeniden Kullanılabilir Bardak Sistemine](#) geçişini başlattı. Tek kullanımlık plastikleri ortadan kaldırmayı ve sıfır atık konserleri düzenlemeyi amaçlayan bu uygulama, yılda 1 milyondan fazla tek kullanımlık bardak kullanımını önleyerek önemli bir kararlılığı ortaya koymaktadır

Pek çok mekan işletmecisi, atık ve su kullanımını azaltmaya yönelik bir plan hazırlamanıza yardımcı olabilir ve yerel tedarikçilerle ilgili tavsiyelerin yanı sıra fazla siparişi önlemek için tahminler sunabilir. [Marriott Hotel Group](#) buna bir örnektir.

Hediyelik Ürünleri Yeniden Düşünün

Merchandise şirketi [Brand Addition](#), %10 oranında denizden kurtarılmış plastik içeren tamamen geri dönüştürülmüş bir plaj havlusu geliştirdi. SEAQUAL girişimi, 2023 yılında okyanustan en az 36 ton deniz çöpünün temizlenmesine yardımcı oldu.

Sorumlu pazarlama platformu Givsky’nin [Season Without Swag](#) programı, işletmelere tatil müşterilerine ve çalışanlarına hediye verme alternatifi sunarak kâr amacı gütmeyen kuruluşlara para ve gönüllülük aktarımı sağlıyor. 2020 yılında başlatılan program, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için 500.000 doların üzerinde bağış topladı ve reklam sektöründe 40’tan fazla kuruluş programa katıldı.

Uzun Vade Vaka Çalışmaları

Daha Enerji Verimli Olun

[Cisco Live FMEA](#), etkinlik sunumunun farklı aşamalarında güçlerini azalttı ve kapattı.

Kitlesel Seyahatleri Ele Alın

2021 yılında düzenlenen [Festival of Thrift](#), ulaşım verilerini takip ederek ve sürdürülebilir seyahat seçeneklerini teşvik ederek seyahat emisyonlarıyla mücadele etmeyi amaçlamıştır. Otopark kartlarına dahil edilen karbon dengeleme başışı sayesinde 120 ton CO2e dengelendi.

Etkinlik Emisyonlarını Ölçün

Etkinlik karbon ölçüm platformu [TRACE'den](#) elde edilen veriler ve daha fazla vaka çalışması için [isla'nın sıcaklık kontrolü raporuna](#) bakın

Genel bir Etkinlik Sürdürülebilirlik Planı Oluşturun

Sydney 2000 Olimpiyatları, global bir spor etkinliği için kapsamlı bir sürdürülebilirlik planının uygulanmasında öncü bir çabaya işaret ederken, [Londra 2012 Olimpiyatları](#), sürdürülebilirliği planlama ve yürütmenin tüm yönlerine derinlemesine ve sistematik bir şekilde yerleştirdiği için sıklıkla anılmaktadır. Bu öncü yaklaşım, etkinlik yönetim sistemlerinde sürdürülebilirliği teşvik etmeye adanmış uluslararası bir standart olan [ISO 20121:2012](#)'nin geliştirilmesine ve benimsenmesine yol açmıştır.

TÜRKİYE VAKA ÇALIŞMALARI

Ad Net Zero Türkiye Lansmanı – 6 Mayıs 2025, Yapı Kredi Genel Müdürlük

Etkinlik tipi: Lansman

Ev sahibi/yer: Yapı Kredi Genel Müdürlük

Ölçüm aracı: Event CO₂ raporu (özet)

Not: Aşağıdaki hesaplamalar, Event CO₂ raporunda sunulan *emisyון yoğunlukları* üzerinden yapılmıştır. Katılımcı sayısı ve alan verisi güncellendiğinde toplam emisyon otomatik olarak yeniden hesaplanır.

1) Ölçüm Özeti

- Katılımcı başına emisyon yoğunluğu: 3,2 kg CO₂e/kışı
- Etkinlik alanı emisyon yoğunluğu: 1,1 kg CO₂e/m²
- Etkinlik alanı: 440 m²
- Katılımcı sayısı (yaklaşık): 100 kışı

Hesaplama

1. Katılımcı kaynaklı toplam emisyon
 $100 \text{ kiş} \times 3,2 \text{ kg CO}_2\text{e} = 320 \text{ kg CO}_2\text{e}$
2. Alan kaynaklı toplam emisyon
 $440 \text{ m}^2 \times 1,1 \text{ kg CO}_2\text{e/m}^2 = 484 \text{ kg CO}_2\text{e}$
3. Toplam etkinlik emisyonu
 $320 + 484 = 804 \text{ kg CO}_2\text{e}$

Eşdeğerlikler (yaklaşık): 804 kg CO₂e ≈ bir dizel aracın ~4.000 km yolculuğu; yıllık ~40 ağacın emdiği miktara denk.

Yorum: Bu sonuç, lansman benzeri tek seferlik kurumsal etkinliklerde dahi anlamlı bir azaltım potansiyeli olduğunu gösteriyor. Özellikle *katılımcı hareketliliği* (seyahat) ve *mekân/enerji* kaynaklı emisyonlar ana kaldıraç alanlarıdır.

2) Metodoloji Notları

- Veriler, Event CO₂ raporunda sunulan *yoğunluk* metriklerine dayalıdır.
- Seyahat, enerji, materyal vb. alt kalemler sahaya özel değışiklik gösterebilir; bu vaka çalışmasında özet yaklaşım tercih edilmiştir.
- Katılımcı sayısı değıştikçe katılımcı kaynaklı emisyon doğrusal olarak ölçeklenir; alan verisi (m²) sabit kaldığı sürece alan kaynaklı emisyon değışmez.

Hızlı simülasyon: Katılımcı sayısını N olarak güncelleyin → $\text{Toplam} = [(N \times 3,2) + (440 \times 1,1)] \text{ kg CO}_2\text{e}$.

3) Azaltım İçgörüler

- Kısa Vade – Hızlı Kazançlar: Dijital davetiye/QR, basılıyı en aza indirme; bitki bazlı ağırlıklı yerel menü; toplu taşıma yönlendirmesi.
- Orta Vade – Etkinizi büyütün: Tek kullanımlık servislerden kaçınma; modüler kurgu; yerel tedarikçi ve ekip.
- Uzun Vade – Stratejik: Yenilenebilir enerji kullanan mekân seçimi; geçici güçte batarya/hibrit önceliği; seyahat verisi takibi.

4) Dengeleme/Onarım Stratejisi – ecording Entegrasyonu

Lansman kapsamında ecording iş birliği ile katılımcı sayısı kadar tohum topu tahsisi planlanmıştır. Bu aksiyon, ölçülen emisyonun *tam karşılığı değildir*, ancak doğa için onarıcı bir adım ve katılımcı etkileşimini artıran güçlü bir deneyimdir.

Uygulama Akışı

1. Tohum topu kod/QR dağıtımı: Katılımcı listesi kadar kod.
2. Deneyim: Katılımcı QR'ı okutur → ecording deneyimine girer → tohum topu fırlatır → sertifika oluşturur.
3. Görsel kimlik: Sertifikada Şirket anlaşması gereği sponsor olarak Yapı Kredi logosu yer almıştır.
4. Takip & raporlama: Admin panelinden fırlatılan tohum sayısı düzenli izlenir; *deadline* sonrasında özet rapor paylaşılır.

Önerilen Deadline

- *Tohum topu fırlatma için son tarih verilmiştir.* (Bu tarih, etkinlikten 2-4 hafta sonrası olacak şekilde belirlenirse katılımcı aktivasyonu maksimuma çıkar.)

5) Lansman Sonrası Bilgilendirme Mektubu gönderilmiştir.

6) KPI'lar ve Raporlama Örnek tablo

- Toplam emisyon (kg CO₂e)
- Katılımcı başına emisyon (kg CO₂e/kişi)
- Alan emisyon yoğunluğu (kg CO₂e/m²)
- Tohum topu fırlatma oranı (% / adet)
- Deadline'a kadar katılım eğrisi (haftalık)
- İletişim etkileşimi (QR tarama / açılış / sertifika paylaşımı)

Paylaşılan Çıktılar

- 1 sayfalık sonuç özeti (infografik)

- ecording katılım raporu ekran görüntüsü
- Öğrenimler & bir sonraki etkinlik için aksiyon listesi

7) Sonuç & Sonraki Adımlar

- Ölçüm sonuçları, seyahat ve mekân/enerji eksenlerinde güçlü azaltım fırsatlarına işaret ediyor.
- ecording ile deneyim temelli onarım katılımcı bağlılığını artırıyor; *deadline* iletişimi katılımı anlamlı biçimde yükseltiyor.
- Bir sonraki etkinlik için: yenilenebilir enerji kullanan mekân, grup ulaşım planı, tek kullanımlıkların sıfırlanması ve seyahat verisi takibi önceliklendirilmesi.