



Fadile Paksoy Baygöl
Su İletişim Genel Müdür Yardımcısı

pazarlama iletişimi projesi yapılacaktı. Tüm halk eğitim merkezlerinde makine nakışının iletilemesi; bu konu ile ilgili kadınlara meslek edindirmek, kurs açmak, oraya teknolojik destek ve eğitim seminerleri vermek amacıyla hedef kitleye uygun eğitim odaklı projeler yürüttük. Bu projemiz yaklaşık 8 yıl sürdü. Anadolu kadınının ürettiği dikiş nakışı ve beyaz iş konusunda yaptığı tüm işlerin İstanbul'da sergilenmesinden burada pazarlanmasına kadar gerçekleştirdiğimiz tüm süreçlerin ve projelerin fayda üreten etkinlikler olduğunu fark ettik. O günlerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk diye bir kavram yoktu.

Ama aradan yıllar geçtiğinde ve bugüne geldiğimizde, baktık ki, herkesin konuştuğu bir kurumsal sosyal sorumluluk konusu var. Biz ise 1992'de hem ürünü ve kurumu tanıtabilecek hem de fayda üretecek projeler gerçekleştirmiştik. Bununla ilişkili olarak milyonlarca kadınla doğrudan ilişki kurmuş bir firma olarak "Aygaz Ev Kazaları" projesinde halk eğitim merkezlerinde 400.000 ev kadınına ev kazalarıyla ilgili bilgi verilmesi projesini yürüttük. "Aygaz Ev Kazaları" kampanyasının,

Su İletişim olarak halka indirilen ayağında yaklaşık üç buçuk yıl çok ciddi bir iş gördük.

Bunun ardından toplumsal fayda sağlayan birçok kampanya yürüttük. Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı bu son 3-4 yılda yoğun bir şekilde tartışılmaya başlandı. İş dünyası bizim yaptığımız işi bir kavram olarak tartışıyor ve herkes bunun bir ucundan tutmaya çalışıyor. Fakat bugüne kadar emek vererek bunu yapmış, içini doldurmuş, gerçekten toplumda fayda yaratmış; Anadolu'da her türde, her ilçede ve her alanda birebir proje uygulamış tek firma biziz. O zaman stratejik olarak bunu değerlendirdiğimizde "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri yürüten ajans olarak tanımlanabilecek ve konumlandırılabilen tek firma biziz".

Çıkış noktanız neydi?

Çıkış noktamız; 1992 yılında şirketi kurduğumuz ilk günden bugüne kadar yaptığımız bütün işlerde eğitim var ve toplumsal fayda vardı. Biz 1992 yılında marka, itibar ve ürün tanıtımının yanı sıra firma kampanyalarında eğitimi mutlak bir etken olarak görmüşüz. Bu nedenle, Türkiye'nin kurumsal sosyal sorumluluk alanında uzmanlaşmış Türkiye'nin ilk ve tek ajansı Su İletişim diyebiliyoruz.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı dünyada gün geçtikçe yaygınlaşıyor. Kurumsal sosyal sorumluluk kısaca şirketlerin daha iyi bir toplum ve daha iyi bir çevre için gönüllü olarak katkıda bulunmaları olarak tanımlanıyor. Bu tür projeleri gerçekleştiren bir ajans olarak; sizin Kurumsal Sosyal Sorumluluk tanımınız nedir?

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının pek çok tanımı var. Benim en çok önemseydiğim ve bizim için de bağlayıcı olanı Avrupa Birliği'nin tanımıdır. Avrupa Birliği 2001'de yaptığı bu tanımla, sosyal sorumluluk alanlarını; toplum ve çevre olarak belirlemiştir. Şirket faaliyetinin toplum ve çevre bağlamında bütünleşik olduğunu vurgulamaktadır. AB mevzuatında yer alan bu tanım sosyal sorumluluğun gönüllük esasına dayalı olarak gerçekleşmesi gerektiğine işaret eder. Yine burada da kurumun ya da markanın toplumsal ve çevresel kaygılarını faaliyetleri içerisinde değerlendirmeye alması vurgulanmaktadır. Su İletişim

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı bu son 3-4 yılda yoğun bir şekilde tartışılmaya başlandı. İş dünyası bizim yaptığımız işi bir kavram olarak tartışıyor ve herkes bunun bir ucundan tutmaya çalışıyor. Fakat bugüne kadar emek vererek bunu yapmış, içini doldurmuş, gerçekten toplumda fayda yaratmış; Anadolu'da her türde, her ilçede ve her alanda birebir proje uygulamış tek firma biziz.