

2010

Správa o spoločenskej
zodpovednosti



obsah

1. príhovor	2
2. o nás	6
3. náš prístup k spoločenskej zodpovednosti	10
4. naša zodpovednosť voči zákazníkom	14
5. naša zodpovednosť voči zamestnancom	20
6. naša zodpovednosť voči komunitám	26
7. naša zodpovednosť voči dodávateľom	36
8. naša zodpovednosť voči životnému prostrediu	40
9. prílohy	46

snažíme sa, aby bol život
krásny aj vďaka nám



Spoločensky zodpovedné správanie je pre nás v Orangei samozrejmosťou.

V tomto roku sme opäť dokázali byť pre zákazníkov nielen spoľahlivým poskytovateľom telekomunikačných služieb, ale aj spoľahlivým partnerom tých, ktorí potrebovali pomoc.

Ničivé záplavy zmobilizovali celé Slovensko. Orange ako jeden z lídrov v oblasti spoločenskej zodpovednosti zareagoval na aktuálnu situáciu a hneď podal pomocnú ruku tým, ktorí sa ocitli v dôsledku prírodnej katastrofy v bezprostrednej núdzi. Prostredníctvom našej firemnej Nadácie Orange sme venovali priamu finančnú pomoc najpostihnutejším obciam, ďalšie desiatky tisíc eur putovali medzi konkrétnych žiadateľov a v spolupráci s partnermi sme zorganizovali mobilnú finančnú zbierku, do ktorej sa zapojili aj stovky našich zamestnancov. A keďže množstvo ľudí prišlo o strechu nad hlavou, do najpostihnutejšej Nižnej Myšle putoval od Orangeu aj kontajnerový dom. Skutočne si cením, že sa k našim snahám pomôcť pridali aj ďalší. V spolupráci so svetoznáмым futbalistom Martinom Škrtelom a neskôr aj s ďalšími futbalovými esami sme tak spustili dražbu na dobrú vec – pomoc povodňami postihnutému Ráztočnu. Rok 2010 bol pre nás, tak ako aj pre mnohé iné firmy, rokom pomoci, a to nielen ľuďom, ale aj okoliu.

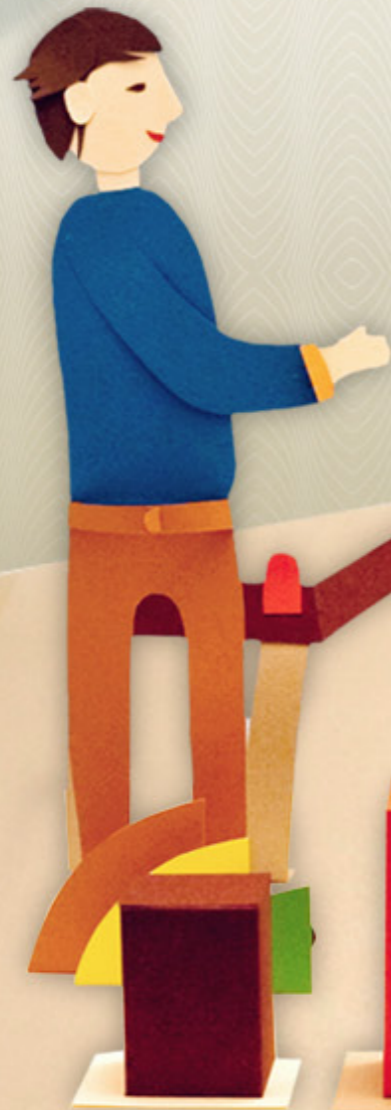


Preto spomeniem ešte jednu, príjemnejšiu aktivitu, o ktorej si myslím, že na ňu môžeme byť hrdí. Hoci činnosť našej firmy v porovnaní s inými odvetviami nezaťažuje tak životné prostredie, vieme, že predsa zanecháva na okolí svoju stopu. Aby sme čo najviac obmedzili negatívny vplyv nášho podnikania na životné prostredie, od začiatku realizujeme množstvo ekologických aktivít, ktorými sa tieto vplyvy snažíme znižovať. V tomto roku sme k nim pridali ďalšiu – rozhodli sme sa zrealizovať projekt Zeleň pre mesto. Chceli sme ukázať, aké jednoduché je zlepšiť životné prostredie pre tých, ktorí prídu po nás, a zároveň si za odmenu to svoje okolie aj skrásliť. Vďaka našim zákazníkom, ktorí sa zapojili do súťaže, a spolu s Orangeom vykonali viac ako 20-tisíc ekologických aktivít, sa až šesť slovenských miest nanovo zazelená a poteší svojich obyvateľov. Naše výsledky hovoria jasnou rečou. Som presvedčený, že Orange oprávnene patrí medzi spoločnosti, ktoré množstvom a zameraním svojich ekologických aktivít ukazujú nielen teoretickú, ale najmä praktickú stránku „zelenej“ spoločenskej zodpovednosti.

Tradične sme však nezaháľali ani v ostatných oblastiach a aj v uplynulom roku sme sa snažili pomôcť v mnohých ďalších oblastiach života, kde sme cítili nedostatok. Som veľmi rád, že vďaka všetkým týmto aktivitám sa Orange v roku 2010 stal spoločensky najzodpovednejšou korporáciou na Slovensku. Už po tretíkrát v histórii našej spoločnosti sme totiž získali mimoriadne významné ocenenie – hlavnú cenu Via Bona Slovakia 2010 pre veľké podniky za komplexný prístup k zodpovednému podnikaniu. O všetky podrobnosti sa s vami radi podelíme v aktuálnom vydaní Správy o spoločenskej zodpovednosti, ktoré sa práve chystáte čítať.

Ing. Pavol Lančarič, PhD.
generálny riaditeľ a člen predstavenstva

sme súčasťou veľkej
telekomunikačnej rodiny



Orange Slovensko, a.s.

Charakteristika

Orange Slovensko je integrovaný telekomunikačný operátor, ktorý poskytuje komplexné telekomunikačné služby v najmodernejšej mobilnej a pevnej sieti na Slovensku. Na slovenskom trhu komerčne pôsobí od roku 1997. V súčasnosti je najväčším mobilným operátorom na Slovensku. Spoločnosť Orange Slovensko dosiahla v roku 2010 výnosy na úrovni 755,3 miliónov €.

Zákazníci

K 31. 12. 2010 evidoval Orange takmer 2,87 milióna aktívnych zákazníkov v mobilnej sieti a ďalších viac ako 43 000 zákazníkov FiberNetu, FiberTV a FiberTelu v pevnej optickej sieti.

Pokrytie

Okrem mobilnej dátovej siete GPRS s celonárodným pokrytím prevádzkuje Orange mobilnú dátovú sieť EDGE s najlepším pokrytím v SR a tiež mobilnú sieť tretej generácie s bezkonkurenčným pokrytím vo viac ako piatich stovkách miest a príľahlých obcí. Vysokorýchlostná mobilná dátová sieť Orangeu v štandarde HSDPA/HSUPA, ktorá podporuje prenosové rýchlosti do 14,4 Mbit/s pre sťahovanie a 1,46 Mbit/s pre odosielanie dát, je dostupná na celom území SR pokrytom signálom UMTS. Orange Slovensko je prvý telekomunikačný operátor na Slovensku, ktorý spustil najmodernejšiu pevnú sieť novej generácie na báze FTTH (Fiber To The Home – optika do bytu), ktorá v súčasnosti pokrýva viac ako 308 000 domácností v 17 mestách.

Akcionári

Majiteľom 100 % akcií spoločnosti Orange Slovensko je skupina France Telecom prostredníctvom Atlas Services Belgicko.

Ďalšie informácie

Kvalita služieb spoločnosti Orange Slovensko spĺňa kritériá certifikátu ISO 9001:2000 a je držiteľom certifikátu environmentálneho manažérstva podľa normy ISO 14001:2004. Na Slovensku patrí medzi lídrov v oblasti spoločenskej zodpovednosti a firemnej filantropie, ktorú zastrešuje prostredníctvom Nadácie Orange. Informácie o spoločnosti Orange Slovensko sa nachádzajú aj na webovej stránke www.orange.sk.

Skupina France Telecom

Charakteristika

France Telecom je jedným z vedúcich telekomunikačných operátorov na svete. K 31. 12. 2010 dosiahla skupina France Telecom tržby na úrovni 45,5 miliardy €.

Zákazníci

Skupina France Telecom zaznamenala ku koncu roka 2010 celkovo takmer 210 miliónov zákazníkov v 32 krajinách sveta. Z toho 150 miliónov tvoria zákazníci mobilných služieb a 13,7 milióna používatelia širokopásmového internetu.

Ďalšie informácie

Firemné komunikačné riešenia a služby ponúka skupina pod názvom Orange Business Services a s touto značkou patrí France Telecom medzi svetových lídrov v poskytovaní telekomunikačných služieb nadnárodným spoločnostiam. France Telecom (NYSE:FTE) je spoločnosť obchodovaná na burzách Euronext Paris Eurolist a v New Yorku.

Orange je kľúčová značka skupiny France Telecom, jedného z popredných svetových telekomunikačných operátorov. Je tretím najväčším mobilným operátorom a druhým najväčším poskytovateľom širokopásmového internetu v Európe. V súčasnosti má Orange takmer 140 miliónov zákazníkov. Podrobnosti o skupine Orange a France Telecom nájdete aj na stránkach www.orange.com, www.orange-business.com, www.orange-innovation.tv, www.francetelecom.com.

k úspechu kráčame
zodpovedne



Orange je spoločnosť, ktorá sa venuje spoločenskej zodpovednosti komplexne a dlhodobo. Zodpovednosť pre nás nie je len teóriou, ale aj reálnym princípom, ktorý dôsledne uplatňujeme v každodennej praxi.

Stratégia spoločensky zodpovedného podnikania Orangeu vychádza zo základných biznis princípov našej spoločnosti. Hlavnými záväzkami, na ktorých túto zodpovednosť stavíme, sú tie, ktoré máme voči našim zamestnancom, zákazníkom, komunitám či životnému prostrediu. V praxi sa ich snažíme čo najlepšie pretaviť do konkrétnych aktivít, a tak realizujeme množstvo grantových programov, uzatvárame dlhodobé partnerstvá s organizáciami rozličného zamerania, uskutočňujeme mobilné finančné zbierky a pomáhame tým, ktorí sa neočakávane ocitnú v krízových situáciách. Každý rok sa snažíme napredovať a byť stále užitočnejší pre všetkých, ktorí potrebujú našu pomoc.

Pri našej práci sa zároveň držíme biznis princípov, ktoré sumarizujú to, čo považujeme za dôležité – nielen internú zodpovednosť voči našim zamestnancom, ale aj zodpovednosť smerom von – k našim zákazníkom. Rovnako zodpovedne pristupujeme aj ku všetkým partnerom v našom biznise, pretože transparentná komunikácia je jednou z našich základných firemných zásad. V oblasti spoločenskej zodpovednosti patríme k lídrom, dlhodobo inšpirujeme k zodpovednosti našich partnerov, dodávateľov, verejnosť aj zamestnancov. Našou prioritou je zodpovednosť za napĺňanie finančných cieľov, ale aj za budovanie dlhodobého úspechu našej spoločnosti.

V jednotlivých oblastiach máme podrobne rozpracované procesy a procedúry, ktoré nám umožňujú dodržiavať vysoký štandard. Neoddeliteľnou súčasťou celého programu spoločenskej zodpovednosti sú audity a nezávislé overovanie, pretože aj vďaka stanoveným indikátorom máme účelnú spätnú väzbu a dokážeme neustále zlepšovať svoje výsledky. Vytvárame tak hodnoty nielen pre akcionárov, ale pre všetkých našich partnerov.

každý náš zákazník
si zaslúži to najlepšie



Orange je spoločnosťou, ktorá disponuje jednou z najväčších zákazníckych báz. Ak k tomu pripočítame, že patrí aj k najväčším zadávateľom reklamy, tak zodpovedná politika voči zákazníkovi a zodpovedný marketing je jednou z našich najvyšších priorít. Inšpirujeme k zodpovednosti aj svoje okolie.

Viac ako 2,8 mil. našich zákazníkov poskytujeme zákaznícku starostlivosť na mieru ich potrieb. Vylepšujeme predajný proces, uľahčujeme nákup našich služieb a zariadení, prinášame zákazníkovi nové nástroje a poskytujeme im odbornú pomoc v najrôznejších situáciách. Okrem toho je našou snahou čo najviac podporovať vzdelávanie detí a mladých v oblasti zodpovedného používania technológií a snažíme sa, aby boli pre ne pomocou a nie ohrozením.

Individuálny prístup k zákazníkovi

Jedným zo základných cieľov našej spoločnosti je poskytnúť našim zákazníkom takú širokú ponuku služieb, aby si z nej každý mohol vybrať tú, ktorá mu najviac vyhovuje. Možnosť výberu pre našich zákazníkov je jedným z princípov našej obchodnej politiky. Osobitne to platí v oblasti hlasových paušálov, pri ktorých si môžu vybrať zo stoviek možností. Aby sme našich zákazníkov odbremenili od tejto úlohy, rozhodli sme sa v roku 2010 predstaviť program Orange garancia. Je to nástroj, ktorý je na slovenskom trhu unikátom a vďaka nemu si každý z našich zákazníkov môže užívať jednu z najvyšších foriem individuálneho prístupu.

Program Orange garancia sa stal štandardom nášho predajného procesu pre všetkých zákazníkov, ktorí sa rozhodli podpísať s Orangeom zmluvu na nový hlasový paušál. Prostredníctvom tohto programu im garantujeme v prvom kroku detailnú diagnostiku komunikačných potrieb a následne zákazníkovi ponúkneme paušály, ktoré sú preňho tie najvýhodnejšie. Orange garancia sa tak stala transparentným nástrojom v rukách zákazníkov, cez ktorý si môžu vybrať paušál, ktorý najviac zodpovedá ich komunikačnému profilu.

Orange garancia je výsledkom technologickej inovácie, ktorú Orange začal na svojich predajných miestach zavádzať v roku 2009. V snahe zjednodušiť a zvýšiť komfort zákazníka sme vybavili svoje predajné miesta interaktívnou predajnou pomôckou, ktorá posunula do úzadia monitor počítača ako tradičnú bariéru medzi

predajcom a zákazníkom. Orange sa rozhodol obsah monitora predajcu sprístupniť aj zákazníkovi, ktorí tak môžu na predajných miestach jednoducho získať prehľad o tom, ako v skutočnosti využívajú svoj mobilný telefón a následne aj mať prehľad aj o odporúčaných paušáloch z ponuky Orangeu.

Na základe predbežných výsledkov môžeme konštatovať, že Orange garanciu privítali naši zákazníci veľmi pozitívne. Skúsenosť s novou formou predaja hlasových paušálov malo ku koncu roka už takmer pol milióna zákazníkov. Tí, ktorí vyskúšali Orange garanciu, potvrdzujú zvýšenú spokojnosť s Orangeom meranú indexom spokojnosti. Oceňujú jednoduchosť a prehľad, ktorý im tento nástroj na našich predajných miestach poskytuje.

Inteligentné telefóny organizujú prácu i voľný čas

Telekomunikačné služby sú vďaka novým technológiám stále komplexnejšie a zložitejšie. Komplexnejšie sú však nielen služby, ale aj zariadenia, ktoré zákazníci využívajú. Napríklad v roku 2010 už takmer polovica zariadení predaných, či už priamo na predajných miestach alebo prostredníctvom internetového e-shopu Orangeu, patrila do kategórie takzvaných inteligentných telefónov. Možnosti viacerých z nich hraničia už s možnosťami osobných počítačov. Okrem toho, že zjednodušujú a obohacujú komunikáciu, prinášajú zábavu a pomáhajú organizovať prácu i voľný čas, zvyšujú aj nároky používateľov na komplexnú podporu operátorov. Orange sa na tento trend rozhodol zareagovať spustením ďalšej unikátnej služby na slovenskom trhu – asistenčnej služby Expert linka 14 905.

Jej poslaním je poskytnúť komplexnú podporu používateľom mobilných telefónov, smartfónov, počítačov a mobilných i dátových zariadení a našich služieb. Asistenčná linka poskytuje pomoc nielen zákazníkovi Orangeu, ale všetkým záujemcom. Jej operátori pomôžu nastaviť smartfóny, e-mailové, internetové či wapové služby, poradia si tiež s nastavením WiFi routera a siete, alebo zariadení, ktoré zákazníci dostali k službám FiberNet, FiberTV či FiberTel. Pomôcť tiež vedia so základnými nastaveniami počítača či dokonca herných konzol. Expert linku 14 905 od začiatku jej fungovania v máji do konca roka 2010 využilo celkovo 36 495 ľudí. Najčastejšie sa pritom na operátorov obracajú s nastavením telefónov a modemov.

Vzdelanie na internete

Už od roku 2008 prevádzkuje Orange ďalší jedinečný projekt na slovenskom trhu – vzdelávací portál www.oskole.sk. Portál na jednom mieste prináša komplexné informácie z predmetov zahrnutých v osnovách 2. stupňa základných škôl a tiež stredoškolské učivo. Obsah je vytvorený samotnými pedagógmi a na jeho prezentáciu sa využívajú moderné spôsoby a interaktivita. Okrem hľadania informácií sa tu živo diskutuje, používatelia si medzi sebou v množstve diskusných fór radia, vymieňajú skúsenosti, postrehy. Ako jediný edukačný portál na Slovensku dáva používateľom priamo na portáli možnosť interaktívne sa poradiť so psychologičkou na témy týkajúce sa školy alebo dospievania, a to prostredníctvom četu alebo pomocou mailu.

Investovať úsilie do komplexného vzdelávacieho portálu pre žiakov základných a stredných škôl neminulo svoj cieľ, čo potvrdzuje aj neustály nárast návštevnosti portálu už od jeho spustenia. V roku 2010 sa počet návštevníkov oproti predchádzajúcemu roku zdvojnásobil.

V rámci obsahu portálu neustále pribúdajú nové učivá tak, aby pokryli predpísanú učebnú látku, rastie aj počet predpripravených testov a množstvo referátov priamo od študentov sa v roku 2010 dokonca strojnásobilo. V nasledujúcom roku plánujeme množstvo zlepšení a novínok, prevažne v oblasti testov.

www.oskole.sk

650	vypracovaných maturitných otázok
2 050	vypracovaných učív
1 750	testov
1 700	vyriešených mailových podnetov pre psychologičku

Bezpečné využívanie komunikačných technológií

Pre Orange je bezpečné využívanie komunikačných technológií jednou z významných oblastí, kde môžeme ako zainteresovaná spoločnosť pomôcť. Práve vzdeláva-

nie detí a mladých, ale rovnako aj učiteľov a rodičov v tejto oblasti je podľa nás dobrým spôsobom, ako tento cieľ dosiahnuť. V oblasti ochrany detí pred nevhodným a nelegálnym obsahom realizujeme viacero aktivít, ktoré pokrývajú široké spektrum tejto problematiky. Unikátna vzdelávacia kampaň realizovaná v spolupráci s tímom vyškolených psychológov pre každý kraj rozšírila pôvodný projekt Deti a mobily. Kampaň sa uskutočňuje priamo na základných a stredných školách v rôznych oblastiach Slovenska a je orientovaná na bezpečné využívanie technológií. Odborník v rámci tohto projektu formou diskusií a záživným spôsobom vzdeláva žiakov v oblasti nástrah, ktoré prinášajú technológie, a dáva návody na ich bezpečné používanie.

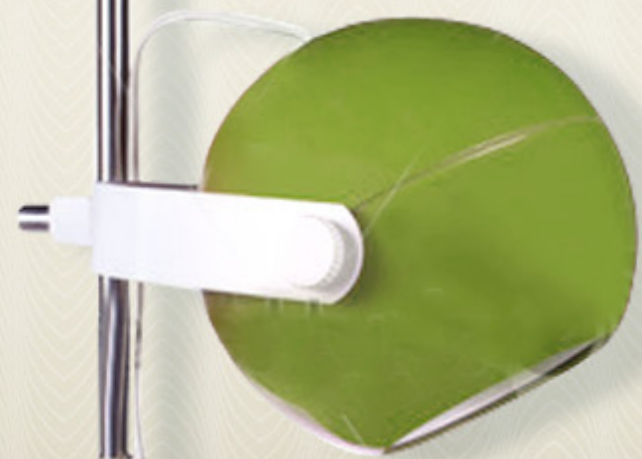
V roku 2010 sa k tejto vzdelávacej iniciatíve pridala aj Nadácia pre deti Slovenska, s ktorou sme začali realizovať vzdelávací program pre učiteľov základných, respektíve stredných škôl, zameraný na mediálnu výchovu, ochranu detí pred nebezpečným obsahom na internete a bezpečné, zmysluplné využívanie moderných informačných technológií. Zámerom spoločného projektu bolo pokračovať v príprave pedagógov na prácu s témou Ochrana detí pred nevhodným obsahom v školách prostredníctvom zážitkového, zmysluplného učenia. V rámci projektu absolvovalo vzdelávanie 63 učiteľov a rodičov a boli vytvorené metodické materiály pre učiteľov základných/stredných škôl a rodičov. Projekt mal výraznú spätnú väzbu, z ktorej vyplynulo, že byť partnerom vo vzdelávaní svojich detí a svojich žiakov je veľmi potrebné a rodičia aj učitelia vnímajú dôsledky života dnešných detí s médiami.

Popri vzdelávacích aktivitách sa usilujeme zabrániť tomu, aby deti navštevovali stránky s nevhodným obsahom. Najprv to bolo prostredníctvom ID kódu, ktorý vyžaduje vstupné heslo na dané stránky v rámci prístupu do internetu cez mobil. A v roku 2009 sa Orange stal prvým operátorom, ktorý začal automatickým blokovaním stránok s nelegálnym obsahom aktívne bojovať proti šíreniu internetovej kriminality.

Viac služieb pre ľudí s hendikepom

Orange nezabúda ani na ľudí s rôznym typom hendikepu a pravidelne pre nich pripravuje špeciálne zvýhodnenia. Aj v roku 2010 mohli využívať špeciálne SMS balíčky, ktoré umožnia jednoduchšie komunikovať ľuďom s poruchami sluchu. Ale vďaka zľavám na mobilné telefóny so špeciálnym vybavením môžu byť jednoduchšie v kontakte so svojimi blízkymi aj slabozrakí a nevidiaci spoluobčania.

silní hráči tvoria
silný tím



Orange Slovensko patrí dlhodobo k najvýznamnejším zamestnávateľom na Slovensku. V roku 2010 zamestnávala spoločnosť celkovo 1 320 ľudí v Bratislave, Ivanke pri Dunaji, Banskej Bystrici, Košiciach, Martine, Nitre, Prešove a v Prievidzi. Výrazným prvkom stratégie našej spoločnosti v oblasti ľudských zdrojov bola v uplynulom roku aplikácia výsledkov prieskumu spokojnosti a motivácie zamestnancov.

Spokojnosť zamestnancov

Najaktuálnejšími sa v minulom roku stali najmä otázky motivácie a spokojnosti zamestnancov. Prvou z aktivít, ktorá súvisela s aplikáciou výsledkov prieskumu, bolo ich predstavenie vedeniu spoločnosti a všetkým zamestnancom Orangeu. Plynulo na ne nadviazali ďalšie aktivity ako tzv. focus groups, teda pracovné workshopy, ktoré sa podrobnejšie zamerali na témy kariérnych príležitostí a uznania a hodnoty ľudí. Jednou z prvých reakcií na prieskum bol vznik platformy Orange dialóg. Hlavnou výzvou tohto programu je otvorená a priama komunikácia smerom k zamestnancom. Pod jeho hlavičkou bolo spustených viacero aktivít, ako sú interný portál pre zamestnanecké nápady v oblasti produktov, služieb alebo celkového zlepšenia chodu spoločnosti či priestor na diskusiu na rôzne témy alebo otázky smerujúce na vedenie spoločnosti, firemné politiky, procesy a podobne. Najvyššie vedenie tiež vyhradilo pravidelný čas na osobné stretnutia so zamestnancami, ktorí majú počas Hodiny otvorených dverí priestor navštíviť a diskutovať s generálnym riaditeľom alebo riaditeľkou Úseku ľudských zdrojov. Hlavným cieľom aktivít bolo pretaviť zistenia prieskumu a poznatky z realizovaných workshopov do takzvaného akčného plánu – súhrnu komplexných dlhodobých aktivít na podporu spokojnosti zamestnancov. Množstvo ďalších aktivít je pripravených na nasledujúci rok.

Zamestnanecké fórum

V Orangei už vyše troch rokov funguje Zamestnanecké fórum. V aprílových voľbách v roku 2010 si zamestnanci zvolili jeho nové zloženie. Cieľom tohto zamestnaneckého orgánu je zabezpečiť priestor na podnety, nápady a otázky zamestnancov a ich smerovanie k zodpovedným členom manažmentu. Zástupca Zamestnaneckého

fóra je zároveň členom takzvanej Steering Committee, ktorá je súčasťou každého väčšieho projektu, a tak zabezpečuje účasť zástupcu zamestnancov pri každom zásadnejšom rozhodnutí. Zamestnanci sa môžu priamo obrátiť na 13 zvolených členov Zamestnaneckého fóra, ktorí zastupujú všetky úseky. Vybraný zástupca sa okrem dialógu v rámci firmy zúčastňuje aj na rokovaní Európskej zamestnaneckej rady skupiny France Telecom.

Široká škála výhod pre všetkých zamestnancov

Spoločnosť Orange preukazuje svojim zamestnancom starostlivosť aj prostredníctvom širokej škály zamestnaneckých výhod. O nadštandardnej starostlivosti svedčí aj nemalá čiastka 540 000 €, ktorú sme v roku 2010 investovali do ich bohatého sociálneho programu. Zamestnanci mali možnosť využiť široké spektrum benefitov: rekondičné pobyty, preventívne zdravotné prehliadky v súkromnom zdravotnom centre, očkovanie proti chrípke, príspevok na doplnkové dôchodkové poistenie, predĺžený nárok na riadnu dovolenku či kompenzáciu mzdy z dôvodu práceneschopnosti. Rovnako mohli naši zamestnanci využiť príspevok na detský letný tábor, sezónne výhody ako lyžiarsky zájazd či poukážky do aquaparkov, permanentky na masáž, možnosť vybrať si z ponuky vianočných darčiekov, ale tiež sme im poskytli vstupenky na rôzne kultúrne podujatia. V uplynulom roku 2010 sme v rámci sociálneho programu nadviazali spoluprácu s novými hotelovými zariadeniami, ktoré budú môcť zamestnanci Orangeu využívať v rámci rekondičných pobytov. Ďalšie pozitívne zmeny sú naplánované aj v oblasti výhod. Dlhodobou víziou našej spoločnosti v oblasti ľudských zdrojov je byť najlepším zamestnávateľom na slovenskom trhu.

Z celkového počtu zamestnancov tvorili v roku 2010 muži 68,26 % a ženy 31,74 %. V Bratislave máme 822 zamestnancov, v Banskej Bystrici 383, v Košiciach ich pracuje 40, v Martine 7, v Nitre zamestnávame 8 ľudí, v Prešove 9, v Prievidzi 13 a v Ivanke pri Dunaji máme 38 zamestnancov.

Rozvoj zamestnancov

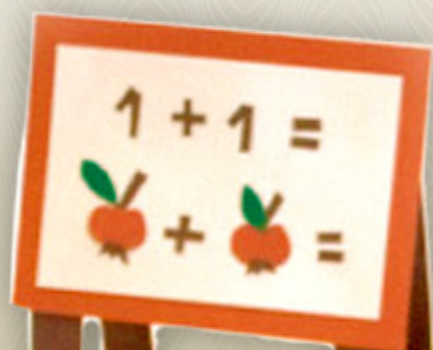
Podpora rozvoja a vzdelávania našich zamestnancov je rovnako jedným z dôležitých cieľov. Popri plnení legislatívnych požiadaviek, akými sú školenia súvisiace s bezpečnosťou práce, naša spoločnosť podporuje mnohé odborné (profesionálne) školenia, jazykové kurzy, tréningy tzv. mäkkých zručností či rozvoj manažérskych zručností. V roku 2010 sme rozvoj zamestnancov postavili na individuálnych plánoch rozvoja našich ľudí a tým sa stal veľmi cielenou a v porovnaní s predchádzajúcimi rokmi ešte efektívnejšou investíciou. Pri rozvoji využívame rôzne formy: od e-learningu, cez prezenčné školenia a tréningy, príp. konferencie, až po individuálny koučing či mentoring. Development centrum, ktoré sa venuje rozvoju našich zamestnancov, spoluvytvára koncepciu medzinárodného rozvoja v celej skupine Orange, tzv. Orange Campus. Naš interný tréner už zrealizoval v rámci pilotného testovania 2 tréningové rozvojové programy pre manažérov z viac ako desiatich krajín. Tieto tréningové programy sú aj súčasťou našej lokálnej koncepcie rozvoja manažérov. Všetci manažéri sa spolu za účasti riaditeľov úsekov zúčastnili workshopov, kde sa zaviazali konkrétnymi aktivitami prispievať k realizácii stratégie do roku 2015. V rámci Orange Slovensko sa stalo Development centrum partnerom pre manažérov, v spolupráci s ktorými zabezpečuje profesijný, osobný a kariérny rast všetkých zamestnancov. Aj vďaka cielenému a individuálnemu rozvoju prvolíniových manažérov a intenzívnemu systematickému rozvoju ľudí v priamom kontakte so zákazníkom (vrátane partnerských predajní a spoločností) sa nám podarilo nielen splniť, ale aj o niečo prekročiť naše stanovené ciele.

V roku 2010 absolvovalo aspoň jedno školenie celkovo 1 352 zamestnancov, ktorí sa spolu školili 53 839 hodín. Orange do školenia svojich zamestnancov investoval 773 000 €. Vysoký podiel na investíciách do vzdelávania tvorí najmä vzdelávanie zamestnancov pracujúcich v priamom kontakte so zákazníkom.

Neustále zvyšovanie bezpečnosti na pracovisku

Je dôležité, aby sa zamestnanci na pracovisku cítili bezpečne a vyhýbali sa rizikám v čo najvyššej možnej miere. Neustále zvyšovanie bezpečnosti na pracovisku a hľadanie a eliminovanie rizík sú dôležitým faktorom ovplyvňujúcim kvalitu a efektivitu práce. Začiatkom leta sme preto spustili projekt implementácie Systému riadenia bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci. Ten má prispieť práve k zlepšeniu zabezpečenia a vytvárania vhodných pracovných podmienok pre všetkých našich zamestnancov. Cieľom tohto systému podľa medzinárodnej normy OHSAS 18001 nie je len naplnenie legislatívnych požiadaviek, ale chceme s jeho využitím dosiahnuť maximálnu možnú bezpečnosť a ochranu zdravia. V marci 2011 nás čaká zavriešenie celého nášho úsilia, keď sa podrobíme certifikačnému auditu, vďaka ktorému zistíme, či sa nám podarilo zaviesť systémový prístup v súlade s medzinárodným štandardom.

rozmanitosť je vzácna,
vieme ju oceniť



Vzdelávanie, sociálna integrácia a regionálny rozvoj sú troma základnými piliermi, na ktorých prostredníctvom svojej firemnej Nadácie Orange dlhodobo rozvíjame svoje filantropické a charitatívne aktivity.

Cieľom charitatívnych a filantropických aktivít Orangeu je riešiť problémy rôznych skupín spoločnosti, ktoré na základe prieskumov a dlhoročných skúseností vyhodnocujeme ako deficitné. Široká paleta nástrojov, ako sú grantové programy, partnerstvá či humanitárna pomoc, aj v tomto roku umožnila pomáhať ľuďom v mnohých oblastiach života. Či už to boli občania s rôznymi typmi znevýhodnení, podpora v krízových situáciách, ale aj snaha o posilnenie udržateľnosti životného prostredia.

Charitatívne aktivity pre krízové oblasti

Rok 2010 sa niesol v znamení prírodných katastrof a záplavy tentoraz neobišli ani Slovensko. Potreba pomôcť bola preto o to intenzívnejšia a naliehavejšia. Orange neváhal a okamžite zameral svoje charitatívne a filantropické aktivity do nových krízových oblastí, nakoľko je vzhľadom na svoju dlhodobú a systematickú pomoc v rôznych oblastiach pripravený zasiahnuť aj v takýchto neočakávaných situáciách. Prostredníctvom firemnej Nadácie Orange smeroval svoju podporu do oblastí postihnutých záplavami. Nadácia okamžite vyčlenila 35 000 € na pomoc obyvateľom najpostihnutejších obcí východného Slovenska a priamu dotáciu zaslala do oblastí najviac zasiahnutých ničivou vodou – do okresu Bardejov, Trebišov, Stará Ľubovňa a Nižná Myšľa.

Ďalšie desiatky tisíc eur sme rozdelili medzi konkrétnych postihnutých obyvateľov a prostredníctvom zriadeného Krízového fondu sme na pomoc poskytli spolu 50 000 €. V spolupráci s partnermi sme tiež zorganizovali mobilnú finančnú zbierku, v ktorej sa podarilo vyzbierať 270 000 € a venovať ich ľuďom, ktorí sa ocitli v dôsledku prírodnej katastrofy v bezprostrednej hmotnej núdzi. Do pomoci sa zapojili aj stovky našich zamestnancov, ktorí celkovo na tento účel zo svojich miezd odvedli 6 654 € a navyše prispeli zbierkou šatstva a elektrospotrebičov. V rámci komplexnej pomoci katastrofou zasiahnutým obyvateľom zabezpečil Orange pre najviac postihnutú Nižnú Myšľu kontajnerový dom na dočasné ubytovanie pre ľudí, ktorí prišli o strechu nad hlavou.

Ďalej sme v spolupráci so svetoznáмым futbalistom Martinom Škrtelom a neskôr aj s ďalšími futbalovými esami spustili dražbu na podporu dobrej veci – pomoc povodňami postihnutému Ráztočnu. V dražbe, ktorá prebehla na portáli www.osporte.sk, si mohli záujemcovia vydražiť dresy podpísané osemnástimi svetoznámyimi futbalistami, futbalovú loptu s podpismi futbalového tímu FC Liverpool či zájazd na ich futbalový zápas priamo do Liverpoolu. Koncept spojenia športových osobností s charitatívnym cieľom sa osvedčil a výťažok z dražby dosiahol 5 389 €. Spolu s finančným darom Nadácie Orange a príspevkom samotného Martina Škrtela získala zaplavená obec až 15 389 €.



Darujeme financie, ale i vlastný čas

Prostredníctvom firemnej Nadácie Orange posúvame svoju podporu do oblastí, ktoré považujeme za deficitné nielen finančnými príspevkami cez grantové programy. Sme radi, že vďaka našim zamestnancom a partnerom môžeme prispieť aj nefinančne – vlastnou prácou. Naši zamestnanci venovali v roku 2010 v rámci dobrovoľníckych aktivít spolu vyše 10 582 hodín svojho času. Zákazníci a iní partneri k nim pridali ďalších vyše 120 726 hodín. Celkovo to predstavuje viac ako 5 471 dní, teda približne 15 rokov venovaných na pomoc v rôznych oblastiach. Do dobrovoľníckych aktivít sa v tomto roku zapojilo spolu 214 zamestnancov Orangeu. Viac ako stovka zamestnancov darovala krv, čo ukazuje, že táto akcia si získava čoraz väčšiu obľubu. V rámci zamestnaneckého grantového programu venovalo 39 ľudí svoj čas a finančné prostriedky na realizáciu projektov, ktoré zlepšujú komunitný život. Vďaka svojej práci a finančnej podpore, ktorú Orange poskytol projektom, pomáhali naši zamestnanci skrášliť okolie, v ktorom žijú, vylepšiť prostredie pre deti v materských školách či organizovať množstvo voľnočasových aktivít alebo kultúrnych a športových podujatí. Mnoho ďalších sa pripojilo k iným iniciatívam ako je Naša Bratislava či program Darujte Vianoce a iné.

Nemenej významnou oblasťou našich filantropických aktivít boli aj v roku 2010 mobilné finančné zbierky, prostredníctvom ktorých pomáhame už desiaty rok a prispievame tak k rozvoju individuálneho darcovstva. V roku 2010 sme zrealizovali spolu s našimi dlhodobými partnermi 26 zbierok a 34 zbierok prostredníctvom DMS systému. Celkovo sme tak vyzbierali finančnú čiastku 1 000 725 €.

Realizované mobilné finančné zbierky

Názov	Dátum trvania
Zbierka Magna Deti v núdzi	01. 10. 2009 – 01. 10. 2010
Zbierka Kultúra bez bariér	01. 12. 2009 – 31. 01. 2010
Zbierka pre paralympionikov	02. 03. 2010 – 31. 03. 2011
Zbierka Deň narcisov	06. 04. 2010 – 20. 04. 2010
Zbierka Hodina deťom	01. 04. 2010 – 31. 03. 2011
Zbierka Modrý gombík	10. 04. 2010 – 31. 05. 2010
Zbierka pre Rádio Expres	17. 05. 2010 – 23. 05. 2010
Zbierka pre Linku detskej istoty	20. 05. 2010 – 31. 12. 2010
Zbierka pre Nadáciu Prameň	01. 07. 2010 – 31. 12. 2010
Zbierka Náruč	01. 07. 2010 – 30. 06. 2011
Zbierka Biela pastelka	01. 08. 2010 – 31. 12. 2010
Zbierka pre Nadáciu TV JOJ	07. 06. 2010 – 15. 07. 2010
Zbierka Dni nezábudiek	27. 09. 2010 – 31. 10. 2010
Zbierka pre Nadáciu Kvapka Nádeje	15. 09. 2010 – 15. 12. 2010
Zbierka POMÁHAJME	20. 09. 2010 – 19. 09. 2011
Zbierka Svetlo do tmy	15. 10. 2010 – 31. 12. 2010
Zbierka Darujte Vianoce	18. 10. 2010 – 20. 12. 2010
Zbierka Dobrá krajina	01. 11. 2010 – 30. 09. 2011
Zbierka Konto nádeje	01. 12. 2010 – 31. 01. 2011
Zbierka Otvorené srdce	08. 12. 2010 – 31. 01. 2011

I Cena Nadácie Orange

Nadácia Orange vyhlásila už druhý ročník unikátneho ocenenia pre mimovládne organizácie – Cena Nadácie Orange za rok 2010. Jej cieľom je vysloviť týmto organizáciám uznanie a oceniť líderstvo, odvahu, spoločenský prínos a inovatívne riešenia aktuálnych potrieb spoločnosti. Vzhľadom na to, že mimovládne organizácie a ich práca nie sú podľa nás dostatočne ocenené, Nadácia Orange chce formou tohto ocenenia vyzdvihnúť tie organizácie, ktoré najlepšie reagujú na aktuálne potreby spoločnosti a pristupujú k danej téme nadčasovo, odvážne a inovátorsky. My sami máme snahu vymieňať zaužívané a tradičné spôsoby fungovania za nové prístupy, a preto túto stránku oceňujeme aj v prípade mimovládnych organizácií. Ocenené organizácie sa svojmu poslaniu venujú dlhodobo a systematicky, majú za sebou konkrétne výstupy, viditeľný vplyv na cieľovú skupinu a jasnú víziu, preto môžu inšpirovať aj ostatných. Udeľovanie Ceny je jedným zo spôsobov, ako poďakovať mimovládny organizáciám za ich prínosnú činnosť, entuziazmus a obetavosť voči iným. O udelení Ceny Nadácie Orange pre mimovládne organizácie v jednotlivých oblastiach rozhodujú nezávislé odborné hodnotiace komisie. Ocenenie sa udeľuje v troch kategóriách – Cena za inovatívny projekt v oblasti vzdelávania, Cena za inovatívny projekt v oblasti sociálnej integrácie a Cena za inovatívny projekt v oblasti regionálneho rozvoja. Túto cenu vnímame nielen ako finančnú podporu pre ocenené organizácie, ale je to pre ne aj príležitosť zviditeľniť svoju činnosť a možnosť získať podporu aj od ďalších darcov.



Držiteľom Ceny Nadácie Orange za rok 2010 sa v oblasti vzdelávania stala organizácia Daphne – Inštitút aplikovanej ekológie, v kategórii regionálneho rozvoja OZ TATRY a v oblasti podpory sociálnej integrácie sa laureátom stalo OZ Bol raz jeden človek.

I Hlavy pomáhajú

Svoje zastúpenie z radov zamestnancov máme aj v programe firemného dobrovoľníctva Hlavy pomáhajú, ktorý je zameraný na odovzdávanie skúseností a zručností zamestnancov firiem neziskovým organizáciám. Tie často nemajú dostatočné ľudské zdroje na pokrytie všetkých aktivít, ktoré organizácia zastrešuje. Program realizuje Nadácia Pontis v spolupráci so skupinou Engage, ktorej členom je aj Orange Slovensko. Zapojené neziskové organizácie zafinancujú pre firemných dobrovoľníkov aktivity, v ktorých majú potrebu vzdelávať sa alebo s ktorými potrebujú pomôcť. Program je celoročný a neziskové organizácie prepájajú svoje potreby s časovými možnosťami dobrovoľníkov. Cez webovú stránku sa dobrovoľníci zaregistrujú a vyberú si aktivitu podľa svojich skúseností a časových možností.

Aj pracovníci Orangeu tak dobrovoľne odovzdávajú svoje zručnosti ľuďom združeným prostredníctvom neziskových organizácií rôzneho zamerania. Vo svojom voľnom čase pomáhajú napríklad nadobúdať počítačové znalosti záujemcom zo sociálne slabšieho prostredia, respektíve bez prístupu k technológiám.

I Podporujeme dobré nápady

Pri realizácii filantropických aktivít sme aj v tomto roku stavili na grantové programy a dlhodobé partnerstvá s mimovládny neziskovými organizáciami. V roku 2010 Nadácia Orange prerozdělila finančnú podporu v celkovej výške 1 033 264 €.

Celkovo sme pritom zrealizovali 10 grantových programov, v ktorých sme podporili 679 projektov v sume 652 200 €. V rámci finančného darcovstva sme podporili aj ďalších 30 projektov mimograntových programov a 246 jednotlivcov dostalo cez Nadáciu Orange podporu z fondu pre sociálne slabých a chorých. Celková takto darovaná suma dosiahla výšku až 411 594 €. V rámci uplynulého roka sme naďalej rozvíjali intenzívnu spoluprácu s našimi dlhodobými partnermi zo strany mimovládnych organizácií a podporili sme tak rôzne cieľové skupiny. Celkovo sme takto rozdelili 143 955 €.

Oblasť podpory/grantový program 2010		
	Podporené projekty	Prerozdelená suma
Sociálna inklúzia		
Prekročme spolu bariéry	60	100 000 €
Zelená pre seniorov	34	50 000 €
Štipendium pre znevýhodnených	62	35 000 €
Darujte Vianoce	175	50 000 €
Kultúra bez bariér	20	52 200 €
Celkom	351	287 200 €
Vzdelávanie		
Otvorená výzva v oblasti vzdelávania pre MVO	24	40 000 €
Šanca pre talenty	45	40 000 €
Školy pre budúcnosť	152	150 000 €
Celkom	222	230 000 €
Regionálny rozvoj		
Šanca pre váš región	61	100 000 €
Zamestnanecký grantový program	45	35 000 €
Celkom	106	135 000 €
Celkový súhrn	679	652 200 €

dobré vzťahy sú základom
dobrého biznisu

Orange



Spoločnosť Orange Slovensko patrí počtom zákazníkov, ale aj dodávateľov k tým najväčším firmám. Spoločensky zodpovedné správanie nielen sami aplikujeme, ale vyžadujeme ho aj od svojich dodávateľov a partnerov.

Implementovaná stratégia zodpovedného riadenia dodávateľov je založená na dvoch kľúčových pilieroch, ktorými je v prvom rade transparentný výber dodávateľov a v ďalšom kroku ich environmentálne riadenie.

V súčasnosti spolupracujeme s takmer 2 500 dodávateľmi a štandardom pri ich výbere je transparentnosť, ktorú dosahujeme prostredníctvom verejných súťaží, užších súťaží alebo priamym zadáním. Jedným z dôležitých špecifík vo výberovom procese, ktorý nám pomáha s výberom vhodného dodávateľa, ktorý rešpektuje základné princípy spoločensky zodpovedného správania našej spoločnosti, je takzvaný dotazník udržateľnosti zdrojov. Je povinnou súčasťou dokumentácie pri žiadosti o ponuku, ktorý musí potenciálny dodávateľ vyplniť. Tento dokument obsahuje súbor otázok, týkajúcich sa napríklad environmentálnej či etickej politiky dodávateľa. V roku 2010 sme uskutočnili 64 výberových konaní a prebehlo aj ďalších viac ako 77 rokovaní o možnej spolupráci v rôznych oblastiach.

Dodávatelia našej spoločnosti sú podľa svojho vplyvu na životné prostredie rozdelení do viacerých skupín. Na základe toho následne aplikujeme rozličné nástroje riadenia dodávateľov od informovania dodávateľov o našej politike a záväzkoch voči životnému prostrediu, cez environmentálne dodatky k zmluvám, až po výkon externých auditov u dodávateľov. Program Environmentálneho riadenia dodávateľov nám tak umožňuje riadiť aj naše nepriame vplyvy na životné prostredie, a tiež zlepšiť transparentnosť a komunikáciu s dodávateľmi v otázkach životného prostredia.

príroda je život,
preto ju chránime



Podobne ako starostlivosť o našich zákazníkov, zamestnancov či pomoc komunitám je životné prostredie a jeho ochrana základným pilierom spoločenskej zodpovednosti Orangeu. Keďže vieme, že aj každá naša aktivita určitým spôsobom vplyva na životné prostredie, uvedomujeme si, aké potrebné je smerovať našu pozornosť a aktivity aj do tejto oblasti.

Negatívne vplyvy našich aktivít sa snažíme eliminovať nielen interne, ale aj smerom k našim partnerom a zákazníkom. Ako prvá telekomunikačná spoločnosť na Slovensku sme implementovali systém environmentálneho manažérstva, certifikovaného podľa normy ISO 14 001. V oblasti environmentálneho manažmentu sme aj v roku 2010 úspešne absolvovali pravidelný audit, v ktorom sa nám tento certifikát o zodpovednom riadení vplyvov na životné prostredie podarilo úspešne obhájiť. Audit nezávislej certifikačnej spoločnosti potvrdil zhodu medzi deklarovanou a vykonávanou politikou zodpovednosti k environmentu.

Za najdôležitejšie ciele v oblasti environmentálneho riadenia považujeme znižovanie emisií, spotreby elektriny, papiera, zvyšovanie podielu recyklácie odpadov, elektronizáciu administratívnych úkonov a v neposlednom rade ekologickú likvidáciu elektroodpadu. Preto aj väčšina našich aktivít smeruje najmä do týchto oblastí.

Menej elektrickej energie

Už pred viac ako troma rokmi Orange zrealizoval podrobnú analýzu, ktorá konštatovala, že spotreba elektrickej energie je najväčším producentom CO₂ spomedzi všetkých našich aktivít s environmentálnym vplyvom. Preto sme systematicky začali presadzovať energeticky šetrnejšie správanie. Po výmenách žiaroviek či inštalácii časových spínačov sme pokračovali napríklad v úpravách miestností či ventilácie tak, aby sa spotrebovalo čo najmenej energie. V 2010 sa nám výmenou ďalších používaných CRT monitorov za šetrnejšie LCD obrazovky podarilo pri každom kuse ušetriť oproti predchádzajúcemu roku až 44 % elektrickej energie.

Menej papierových dokumentov

Významným krokom v roku 2010 bola výmena kancelárskych tlačiarní za takzvané „tlačové centrá“, ktoré sú rozmiestnené v hlavných priestoroch po celej budove.

Každý zamestnanec ich môže používať na základe osobného prístupového kódu. Toto riešenie spolu s automatickým nastavením obojstrannej tlače nám umožnilo znížiť nielen celkový počet tlačiarní, ale najmä mesačnú spotrebu papiera z pôvodných 630 000 strán až o 20 %.

Zmeny predajného procesu a elektronizácia niektorých formulárov a dokumentov pre zákazníka ušetrili ďalších takmer pol milióna strán papiera v porovnaní s rokom 2009. Rovnako sa pod ďalšími tisíckami ušetrených strán podpísala náhrada časti internej dokumentácie elektronickou, napríklad zavedením elektronického schvaľovania žiadostí. Jedným z dôležitých faktorov v spotrebe papiera je aj zasielanie množstva papierových faktúr, ktoré sa nám podarilo znížiť vďaka elektronickej faktúre – medziročne počet jej používateľov narástol až o 32 %. V tomto roku si tak elektronicke faktúry aktivovalo viac ako 76 000 našich zákazníkov a celkovo ich počet dosiahol 310 985. K tomuto úspechu najviac prispeli okrem podpory prostredníctvom projektu Zeleň pre mesto aj motivácia predajcov, vylepšenie aktivačných nástrojov a štandardné nastavenie elektronickej faktúry v aktivačnom procese.

Priniesli sme zeleň do miest

Jedným z cieľov uplynulého roka bola aj podpora zákazníkov vo väčšom využívaní ekologických možností, ktoré im Orange ponúka. Preto sme v lete 2010 zrealizovali projekt Zeleň pre mesto, ktorý okrem zvýšenia ekologického povedomia zákazníkov priniesol aj viac zelene do vybraných slovenských miest. Každý zákazník, ktorý si na niektorom z predajných miest Orangeu aktivoval elektronicke faktúry, odovzdal starý telefón a príslušenstvo pri kúpe nového mobilu, vrátil nefunkčný mobil a príslušenstvo alebo využil službu Šrotovné a odpredal Orangeu svoj starý, ale funkčný telefón, prispel jedným bodom svojmu mestu. Šesť víťazných miest s najvyšším počtom bodov z celého Slovenska získalo po 3 300 € na výsadbu novej zelene a najúspešnejšia predajňa Orangeu v tomto meste, kde zákazníci aktivity vykonali, získala plaketu „Zelená predajňa“. Víťazmi sa s najväčším počtom bodov stali Banská Bystrica, Námestovo, Košice, Krompachy, Bratislava-Petržalka a Galanta. Zákazníci celkovo počas trvania projektu spolu vykonali viac ako 20-tisíc eko aktivít.

Zbierame a ekologicky likvidujeme

Už od roku 2005 realizujeme zber a spätný odber zariadení, nad rámec legislatívnych požiadaviek máme zavedený zber nefunkčných mobilných telefónov, batérií a príslušenstva vo všetkých vlastných predajniach. V roku 2010 sme prostredníctvom systémov zberu a spätného odberu zozbierali spolu 3 792 ks mobilných telefónov, ktoré nielenže spolu vážili viac ako pol tony (551,35 kg), ale bolo to o takmer 60 % viac vyzbieraných zariadení ako pred rokom. Tieto zariadenia ďalej Orange ekologicky zlikviduje, a tak sa o to nemusí starať sám zákazník.

Mobilné telefóny vyzbierané prostredníctvom zberu a spätného odberu:

Obdobie	2007	2008	2009	2010
Hmotnosť vyzbieraných MT (kg)	319,4	354,24	317,85	551,35
Počet vyzbieraných MT (ks)	1 693	2 456	2 391	3 792

Platíme za nepoužívané mobily

Aby sme pomohli životnému prostrediu a uľahčili zákazníkovi rozhodovanie kam s mobilom, ktorý už nepoužívajú, od mája 2010 môžu zákazníci v Orangei svoj starý mobil jednoducho predať a získať zaň až 200 €. Telefón musí spĺňať základné kritériá funkčnosti a jeho aktuálnu zostatkovú hodnotu si zákazník zistí v praktickej aplikácii na internete. Odpredať svoj mobil môže na ktoromkoľvek našom predajnom mieste a na zákaznícky účet mu bude pripísaná finančná protihodnota. Peniaze, ktoré zákazník získa za výkup mobilu, môže využiť na nákup nového telefónu alebo zaplatať svoju faktúru.

Podporujeme recykláciu odpadu

Rovnako ako v predošlých rokoch, aj v uplynulom roku 2010 sme v našich priestoroch realizovali celoročný zber PET fliaš, recyklovali sme tiež papier a snažili sme sa čo najviac podporiť ekologickú recykláciu mobilných telefónov a súvisiaceho elektroodpadu.

Sumár v roku 2010	Hmotnosť
Vyseparované plastové fľaše	1 910 kg
Vytriedený použitý papier	55 250 kg
Zber a spätný odber mobilných zariadení	551,35 kg

Zapájame zamestnancov

Nárast emisií, najmä oxidu uhličitého (CO₂), metánu a oxidu dusného patrí medzi hlavné príčiny zmeny klímy. Za jeden z hlavných zdrojov emisií oxidu uhličitého sa pritom považuje doprava. V roku 2010 to bolo už po piatykrát, čo sa spoločnosť Orange Slovensko zapojila do akcie Európsky týždeň mobility a opäť podporila myšlienku alternatívnej dopravy. Podujatie v celej Európe prebieha každoročne už od roku 2002 a zamestnanci Orangeu ho poznajú dobre. Počas celého „ekologického“ týždňa, ktorý v roku 2010 stavil na aspekt zdravia, sa do aktivít zapojilo spolu 198 zamestnancov Orangeu.

Avšak šetriť životné prostredie pomáhame aj využívaním aplikácie CarSharing, ktorá zamestnancom Orangeu umožňuje zdieľať vozidlá nielen pri doprave do a zo zamestnania, ale využiť tento ekologický spôsob aj pri služobných cestách. V roku 2010 aplikáciu využili spolu 43-krát a ušetrili tak 2,2 tony emisií CO₂.

prílohy



Prehľad plnenia záväzkov v roku 2010

Partner	Záväzok	Stav	Komentár
Komunita	Presadzovať rozvoj a kvalitu vzdelania Pomáhať sociálne slabým a znevýhodneným	✓	Zrealizované 4 grantové programy v oblasti vzdelávania a podpory znevýhodnených: Školy pre budúcnosť, Otvorená výzva pre mimovládne organizácie v oblasti vzdelávania, Šanca pre talenty, Štipendium pre znevýhodnených.
	Riešiť integráciu a sebarealizáciu seniorov	✓	Zrealizovaný grantový program pre seniorov – Zelená pre seniorov.
Zamestnanci	Zmeniť spôsob komunikácie z jednosmernej na interaktívnu, otvorenú a adresnú Zdôrazňovať dôležitosť názoru zamestnancov Poukázať, že našu spoločnosť zaujíma názor jej zamestnancov	✓	V roku 2010 boli spracované výsledky interného zamestnaneckého prieskumu motivovanosti a spokojnosti zamestnancov. Ich komunikácia bola podporená kampaňou Orange dialóg (Naše nápady, Naše fórum, Hodina otvorených dverí s generálnym riaditeľom alebo riaditeľkou Úseku ľudských zdrojov), prebehli prezentácie výsledkov prieskumu všetkým zamestnancom za účasti člena najvyššieho vedenia spoločnosti. Pokračovaním prezentácií boli focus groups, ktoré sa zaoberali témami odporúčanými konzultantskou spoločnosťou (Kariérne príležitosti a dôležitosť ľudí/uznanie). Následne boli výsledky v spolupráci s Development centrom spoločnosti komunikované všetkým členom manažmentu a zamestnancom, ktorí sú zodpovední za prácu v tímoch.
Zákazníci	Spustiť špeciálnu ponuku pre všetkých postpaid zakazníkov – Copy&Keep	✓	Spustená služba Zálohovanie a kopírovanie dát, ktorá zákazníkom umožňuje prekopírovať obsah telefónu (telefónny zoznam, SMS, obrázky, video obsah, zvonenia a audio súbory) na iný telefón, resp. na USB kľúč.
	Spustiť novú službu Expert linka na čísle 14 905	✓	Spustená služba Expert linka (na špeciálnom čísle 14 905) zameraná na odbornú pomoc s nastávaním telefónov a zariadení nielen pre zákazníkov Orangeu, ale pre všetkých záujemcov.
	Spustiť novú službu Šrotovné	✓	Nová služba bola spustená v máji 2010 pod názvom Šrotovné. Služba ponúka možnosť priniesť svoj funkčný mobilný telefón do ľubovoľnej predajne Orangeu a Orange ho odkúpi za vopred určenú cenu.
Životné prostredie/ Zákazníci/Komunita	Chrániť životné prostredie Podporovať zákazníkov v environmentálnych aktivitách	✓	Spustený projekt Zeleň pre mesto – prvá fáza. Cieľom bolo motivovať zákazníkov k environmentálnym aktivitám (odovzdať do zberu svoj nefunkčný mobilný telefón alebo pri kúpe nového mobilného telefónu odovzdať v predajni svoj starý a batériu, alebo aktivovať si v Orangei elektronickú faktúru, alebo odpredať Orangeu svoj starý mobilný telefón v rámci novej služby Šrotovné). V rámci projektu šesť víťazných miest, ktorých obyvatelia od 1. júna do 31. augusta 2010 vykonali najviac eko aktivít, získalo po 3 300 € na nákup zelene vo svojom meste.
Životné prostredie	Zvýšiť počet zákazníkov využívajúcich elektronickú faktúru o 10 % v porovnaní s rokom 2009	✓	V roku 2010 naša spoločnosť zaznamenala dokonca vo využívaní elektronickej faktúry nárast až o 32 % v porovnaní s rokom 2009. Využíva ju už 76 070 zákazníkov.
	Znížiť spotrebu papiera o 20 %	✓	Prebehla optimalizácia tlačového prostredia, konsolidácia tlačiarň, automatické nastavenie obojstrannej tlače. Zníženie spotreby v roku 2010 predstavuje pokles zo 630-tisíc strán papiera A4 mesačne na 525-tisíc.
	Znížiť spotrebu elektrickej energie	✓	Priebežnou výmenou technológie a konsolidáciou technologických miestností – klimatizačných zariadení sa našej spoločnosti podarilo ušetriť približne 180 MWh elektrickej energie.

Zverejnenie profilu

Opis	GRI	Úplnosť informácie	Strana	Poznámka
Stratégia a analýza				
Vyhlasenie najvyššieho manažéra organizácie	1.1		str. 4 – 5	Správa o spoločenskej zodpovednosti 2010
Opis kľúčových vplyvov, rizík a príležitostí	1.2	✓	str. 12	Správa o spoločenskej zodpovednosti 2010
Profil organizácie				
Názov organizácie	2.1			Výročná správa 2010, www.orange.sk
Najdôležitejšie druhy tovaru, produktov a/alebo služieb	2.2		str. 16 – 17	Správa o spoločenskej zodpovednosti 2010, Výročná správa 2010, www.orange.sk
Riadiaca štruktúra organizácie vrátane hlavných divízií, prevádzok, dcérskych spoločností a konzorcií	2.3			Výročná správa 2010, www.orange.sk
Sídlo vedenia organizácie	2.4	✓		Výročná správa 2010, www.orange.sk
Počet krajín a názvy krajín, kde sa vykonáva hlavná činnosť, alebo je táto činnosť špecificky spojená s úlohami udržateľného rozvoja uvedenými v správe.	2.5	✓		Výročná správa 2010, www.orange.sk
Druh vlastníctva a právna forma	2.6	✓		Výročná správa 2010, www.orange.sk
Trhy (vrátane geografickej špecifikácie, zásobované sektory a typy zákazníkov/používateľov)	2.7	✓		Výročná správa 2010, www.orange.sk
Veľkosť reportujúcej organizácie	2.8	✓	str. 22	Správa o spoločenskej zodpovednosti 2010, Výročná správa 2010, www.orange.sk
Signifikantné zmeny počas reportovaného obdobia ohľadom veľkosti, štruktúry a vlastníctva	2.9			Indikátor nie je relevantný pre Orange Slovensko, a.s.
Ocenenia získané v reportovanom období	2.1	✓		Výročná správa 2010, www.orange.sk
Parametre správy				
Reportované obdobie	3.1	✓		rok 2010
Dátum vydania poslednej správy	3.2	✓		24. 05. 2010
Cyklus reportovania	3.3	✓		raz ročne
Kontaktná osoba pre prípadné otázky	3.4	✓		Vanda Grolmusová
Proces definovania obsahu správy vrátane určenia relevantnosti; určenia prioritných tém správy a identifikovanie zainteresovaných subjektov, ktorí by mali používať správu.	3.5	✓	str. 4 – 5, 12	Správa o spoločenskej zodpovednosti 2010
Rozsah správy (napr. krajiny, divízie, dcérske spoločnosti, prenajaté zariadenia, konzorciá, dodávatelia)	3.6	✓		Rozsah správy zahŕňa spoločnosť Orange Slovensko, a.s.
Stanovte akékoľvek špecifické obmedzenia obsahu a rozsahu správy.	3.7	✓		nie sú žiadne obmedzenia

Podklady na reportovanie o konzorciách, dcérskych spoločnostiach, prenajatých zariadeniach, outsourcovaných činnostiach a ďalších subjektoch, ktoré významne ovplyvňujú porovnanie jednotlivých období a/alebo medzi organizáciami.	3.8			Indikátor nie je relevantný pre Orange Slovensko, a.s.
Techniky hodnotenia údajov a základov pre výpočty	3.9	✓	str. 44 – 45	Údaje vychádzajú z podkladových materiálov, ktoré sú súčasťou nášho reportovacieho softvéru – Indícia.
Vysvetlenie vplyvu akejkoľvek zmeny informácie poskytnutej v predchádzajúcich správach a dôvody pre zmenu informácie	3.1	✓		nie je žiadna zmena
Signifikantné zmeny z predchádzajúceho reportovaného obdobia v rozsahu, vymedzení alebo metódach merania aplikovaných v tejto správe	3.11	✓		nie sú žiadne významné zmeny
Tabuľka indikátorov a manažérskeho prístupu	3.12	✓	str. 50 – 69	Správa o spoločenskej zodpovednosti 2010
Overovanie	3.13	✓		Správa o spoločenskej zodpovednosti – kompletná správa France Telecomu 2010
Riadenie, záväzky a spolupráca				
Štruktúra správneho orgánu organizácie vrátane výborov pod najvyšším správnym orgánom, ktorý je zodpovedný za špecifické úlohy, ako napríklad určovanie stratégie alebo organizačného prehľadu.	4.1	✓		Výročná správa 2010, www.orange.sk
Označte, či je predseda najvyššieho správneho orgánu zároveň výkonný riaditeľ.	4.2	✓		Výročná správa 2010, www.orange.sk
Organizácie, ktoré majú jednotnú štruktúru riadiacich orgánov, uvedú počet členov najvyšších nezávislých riadiacich orgánov a/alebo počet členov bez výkonnej právomoci.	4.3	✓		Indikátor nie je relevantný pre Orange Slovensko, a.s.
Mechanizmy poskytovania odporúčaní alebo názorov akcionármi a zamestnancami pre najvyššie riadiace orgány.	4.4	✓		Indikátor nie je relevantný pre Orange Slovensko, a.s.
Prepojenie medzi kompenzáciou členov najvyššieho správneho orgánu, manažérov na seniorských pozíciách a výkonných riaditeľov (vrátane odchodného) a výkonnosťou organizácie (vrátane výkonnosti v oblasti sociálnej a environmentálnej).	4.5	✓		Prepojenie existuje, je definované v interných procesoch Orange Slovensko, a.s., a je stanovené akcionármi spoločnosti.
Procesy určené pre najvyšší správny orgán, ktoré zabránia vzniku konfliktu záujmov.	4.6	✓		Stanovy spoločnosti, Etický kódex, www.orange.sk
Proces na určenie kvalifikácie a odborných znalostí členov najvyššieho správneho orgánu, aby sa stratégia organizácie realizovala v súlade s ekonomickými, environmentálnymi a sociálnymi témami.	4.7	✓		Preskúmanie manažmentu – predmetom je Systém environmentálneho manažérstva, ktorý prebieha raz ročne.
Interne spracované vyhlásenia o misii, hodnotách, zásadách správania sa firmy a princípoch relevantných k výkonnosti v ekonomickej, environmentálnej a sociálnej oblasti a stav ich implementácie.	4.8	✓		Etický kódex, Politika kvality a environmentu, www.orange.sk
Procedúry najvyššieho správneho orgánu na kontrolu identifikácie organizácie a manažmentu ekonomickej, environmentálnej a sociálnej výkonnosti, vrátane relevantných rizík a prínosov, dodržiavania medzinárodne dohodnutých štandardov, zásad správania sa firmy a princípov.	4.9	✓		Stanovy spoločnosti, Etický kódex, Politika kvality a environmentu, www.orange.sk
Procesy vyhodnocovania vlastnej výkonnosti najvyššieho správneho orgánu, najmä s ohľadom na ekonomickú, environmentálnu a sociálnu výkonnosť.	4.1	✓	str. 48 – 49	Správa o spoločenskej zodpovednosti 2010
Vysvetlenie či a ako organizácia aplikuje preventívny prístup alebo princíp.	4.11	✓	str. 42 – 45	Správa o spoločenskej zodpovednosti 2010

Externe vypracované ekonomické, environmentálne a sociálne stanovky, princípy alebo iné iniciatívy, s ktorými organizácia súhlasí alebo sa k nim hlási.	4.12	✓		stanovy členstva v BLF, Global Reporting Initiative, Etický kódex, princípy skupiny Engage
Členstvo v asociáciách (napr. priemyselné asociácie) a/alebo v národných/medzinárodných organizáciách	4.13	✓		Orange Slovensko, a.s., je členom: The American Chamber of Commerce in the Slovak Republic Asociácia telekomunikačných operátorov Asociácia pre prenositeľnosť čísla Fórum pre komunikačné technológie IT Asociácia Slovenska Podnikateľská aliancia Slovenska Rada pre reklamu Slovenská asociácia pre káblové telekomunikácie Slovenská obchodná a priemyselná komora
Zoznam skupín zainteresovaných subjektov spolupracujúcich s organizáciou	4.14	✓	str. 38	Správa o spoločenskej zodpovednosti 2010
Základy identifikácie a výberu zainteresovaných subjektov na spoluprácu	4.15	✓	str. 38	Správa o spoločenskej zodpovednosti 2010
Prístupy k spolupráci so zainteresovanými subjektmi vrátane frekvencie spolupráce podľa typu a podľa skupiny zainteresovaných subjektov	4.16	✓	str. 38	Správa o spoločenskej zodpovednosti 2010
Kľúčové témy a záujmy, ktoré sa objavili pri spolupráci zainteresovaných subjektov a ako organizácia odpovedala na tieto kľúčové témy a záujmy vrátane svojho reportingu.	4.17	✓	str. 38	Správa o spoločenskej zodpovednosti 2010

Indikátory výkonnosti – Ekonomika

EC7 Postupy pri náboře pracovníkov a podiel vyššieho manažmentu z miestnej komunity vo významných miestach prevádzky

Reportujte, či má organizácia globálnu politiku alebo spoločné zásady pre preferovanie miestnych obyvateľov pri náboře pracovníkov vo významných lokalitách prevádzky.	V spoločnosti Orange Slovensko dávame šancu miestnym uchádzačom rovnako ako uchádzačom z medzinárodného prostredia.
Ak áno, reportujte pomer vyššieho manažmentu z miestnej komunity vo významných miestach prevádzky. Na výpočet tohto percenta používajte údaje o zamestnancoch pracujúcich na plný úväzok.	95 % vyššieho manažmentu v zmysle nižšie uvedenej definície tvoria miestni zamestnanci 5 % vyššieho manažmentu v zmysle nižšie uvedenej definície tvoria zamestnanci zo zahraničia
Reportujte definíciu použitú pre „vyšší manažment“.	vyšší manažment – riaditelia úsekov a senior manažéri

Manažérsky prístup v oblasti ekonomiky – Manažérsky prístup v oblasti spoločnosť – Výročná správa 2010 Orange Slovensko, a.s., www.orange.sk.

Indikátory výkonnosti – Ľudské práva

HR2 Percento dôležitých dodávateľov a kontraktorov, ktorí prešli kontrolou dodržiavania ľudských práv, a realizované opatrenia

Identifikujte celkový počet významných dodávateľov a kontraktorov reportujúcej organizácie.	33 (kľúčových a strategických dodávateľov)
Reportujte percento zmlúv s významnými dodávateľmi a kontraktormi, ktoré zahŕňajú kritériá alebo kontrolu dodržiavania ľudských práv. Definíciu slova „kritérium“ alebo „kontrola“ nájdete v HR1.	95 % z celkového počtu zmlúv v roku 2010
Reportujte percento zmlúv s významnými dodávateľmi a kontraktormi, ktoré boli zrušené alebo ktoré boli podmienené splnením podmienok, prípadne boli zmenené kvôli kontrole dodržiavania ľudských práv.	0 %

HR4 Celkový počet prípadov diskriminácie a realizované opatrenia

Identifikujte prípady diskriminácie na základe rasy, farby pleti, pohlavia, vierovyznania, politického názoru, národného alebo sociálneho pôvodu podľa definície MOP, alebo iné významné formy diskriminácie, ktoré si vyžadujú zapojenie interných a/alebo externých zainteresovaných subjektov v prevádzkach v reportovanom období.	V spoločnosti Orange Slovensko, a.s., sa nevyskytol žiadny prípad diskriminácie.
Reportujte celkový počet incidentov týkajúcich sa diskriminácie počas reportovaného obdobia.	0
Reportujte charakter incidentov a prijaté opatrenia so vzťahom na nasledovné fakty: <ul style="list-style-type: none"> • organizácia incident prešetrila; • bol prijatý plán nápravných opatrení; • bol zrealizovaný plán nápravných opatrení a výsledky sa zhodnotili rutinným vnútorným procesom interného hodnotenia a • incident si nevyžaduje ďalšiu činnosť (t. j. bol vyriešený, prípad bol uzavretý, spoločnosť nerobí žiadne ďalšie opatrenia atď.). 	V spoločnosti Orange Slovensko, a.s., sa nevyskytol žiadny prípad diskriminácie.

Manažérsky prístup v oblasti pracovné postupy – strany 20, 36.

Indikátory výkonnosti – Životné prostredie

EN 3 Spotreba priamej energie										
Spotreba paliva v roku 2010	915 211,08 l									
EN 4 Spotreba nepriamej energie										
Spotreba elektrickej energie v roku 2010	69,864 GWh									
EN 8 Celkový objem odobranej vody s uvedením zdroja										
Spotreba vody v roku 2010	19 768 l									
EN22 Celková hmotnosť odpadu s uvedením typu a metódy likvidácie										
Identifikujte množstvo odpadu vytvoreného činnosťou organizácie s uvedením:	<ul style="list-style-type: none"> • nebezpečný odpad 13,491 t • ostatný odpad 139,534 t 									
<ul style="list-style-type: none"> • nebezpečného odpadu (definovaného v národnej legislatíve pri jeho vzniku) a • odpadu, ktorý sa nepovažuje za nebezpečný (všetky ostatné formy tuhého alebo tekutého odpadu, mimo splaškovej vody). 										
Reportujte celkové množstvo odpadu v tonách podľa typu, ako je uvedené v 2.1 pre každú z nasledujúcich metód likvidácie:	Spôsob nakladania s nebezpečnými odpadmi									
<ul style="list-style-type: none"> • kompostovanie; • opätovné použitie; • recyklácia; • obnova; • spaľovanie odpadu (alebo použitie ako palivo); • skládka odpadov; • injektáž hlbinného vrtu; • samostatný sklad a • iné (špecifikované reportujúcou organizáciou). 	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>R3/R4</td> <td>Recyklácia</td> <td>2,311</td> </tr> <tr> <td>D9</td> <td>Fyzikálno-chemická úprava</td> <td>11,18</td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>13,491 t</td> </tr> </tbody> </table>	R3/R4	Recyklácia	2,311	D9	Fyzikálno-chemická úprava	11,18			13,491 t
R3/R4	Recyklácia	2,311								
D9	Fyzikálno-chemická úprava	11,18								
		13,491 t								
	Spôsob nakladania s ostatnými odpadmi									
	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>R3/R4</td> <td>Recyklácia</td> <td>139,534</td> </tr> <tr> <td>D1</td> <td>Skládkovanie</td> <td>7,01</td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>139,534 t</td> </tr> </tbody> </table>	R3/R4	Recyklácia	139,534	D1	Skládkovanie	7,01			139,534 t
R3/R4	Recyklácia	139,534								
D1	Skládkovanie	7,01								
		139,534 t								
Reportujte, ako sa vybrala metóda likvidácie odpadu:	Z ročných hlásení, kde Orange Slovensko, a.s., figuruje ako pôvodca odpadu.									
<ul style="list-style-type: none"> • priamo pripravená reportujúcou organizáciou alebo inak priamo potvrdená; • podľa informácií poskytnutých kontraktorom likvidácie odpadu, alebo • na základe štandardov organizácie, ktoré používa kontraktor pri likvidácii odpadu. 										

EN27 Percento predaných produktov a ich baliacich materiálov, ktoré boli vrátené výrobcovi s cieľom recyklácie a ďalšieho spracovania s uvedením ich kategórie

Identifikujte množstvo produktov a ich obalových materiálov, ktoré boli na konci ich životného cyklu vrátené výrobcovi s cieľom recyklácie a ďalšieho spracovania počas reportovaného obdobia. Nezistuje sa počet nepodarkov a výrobkov, ktoré boli stiahnuté z obehu. Recyklovanie a opätovné použitie obalového materiálu sa reportuje oddelene.	EN 27 Zrecyklované obaly uvedené na trh	Základ pre povinnosť zberu v kg	Plnenie limitov zhodnotenia v kg
	Plasty 1. Q.	1 345	511,1
	Plasty 2. Q	4 547	1 727,86
	Plasty 3. Q.	1 582	601,16
	Plasty 4. Q.	10 535	4 003,3
	Papier 1. Q.	17 117	7 702,65
	Papier 2. Q	31 979	14 390,55
	Papier 3. Q	39 141	17 613,45
	Papier 4. Q	62 986	28 343,7
	Spolu	169 232	74 893,77 kg

Reportujte percento predaných produktov a ich baliacich materiálov, ktoré boli vrátené výrobcovi s cieľom recyklácie a ďalšieho spracovania pre každú kategóriu produktu (t. j. skupinu podobných produktov, ktoré majú spoločný, riadený súbor vlastností, ktoré uspokojujú špecifické potreby vybraného trhu) a použite nasledovný vzorec:

percento vrátených v reportovanom období produktov =

produkty a ich obalové materiály vrátené v reportovanom období x 100

predané produkty v reportovanom období

Pri daných možných zmenách v zdrojoch údajov reportujte spôsob zbierania údajov pre tento indikátor (napr. údaje sa zbierali internými systémami alebo boli poskytnuté externými systémami na zhromažďovanie upravených produktov pre organizáciu).

* podľa Nariadenia vlády č. 220/2205 Z. z. – plasty 38 %, papier 45 %

EN 28 Pokuty

Udelené pokuty v roku 2010 (Uvedte sumu) 0 €

Indikátory výkonnosti – Pracovné postupy

LA1 Celková pracovná sila podľa typu zamestnania, pracovnej zmluvy a regiónu

Identifikujte celkovú pracovnú silu (zamestnancov a riadených pracovníkov) pracujúcich pre reportujúcu organizáciu na konci reportovaného obdobia. V tomto indikátore nie sú zahrnutí zamestnanci dodávateľského reťazca.	celková pracovná sila (stav zamestnancov k 31. 12. 2010) = 1 320 zamestnancov
Identifikujte typ zmluvy na plný alebo čiastočný pracovný úväzok zamestnanca podľa definície národných zákonov krajiny, v ktorej zamestnanci pracujú.	Všetci zamestnanci pracujú na základe písomnej pracovnej zmluvy. <ul style="list-style-type: none"> • plný pracovný úväzok = 1 317 zamestnancov • čiastočný pracovný úväzok = 3 zamestnanci
Reportujte celkovú pracovnú silu rozdelenú podľa zamestnancov a riadených pracovníkov.	celková pracovná sila (stav zamestnancov k 31. 12. 2010) = 1 320, z toho: <ul style="list-style-type: none"> • riadiaci pracovníci = 126 zamestnancov (First line managers, Middle managers, Senior managers, Directors) • ostatní zamestnanci = 1 194
Ak je podstatná časť práce vykonávaná pracovníkmi, ktorí sú podľa zákonných noriem samostatné zárobkové osoby, alebo osobami inými ako zamestnancami, alebo riadenými pracovníkmi, je nutné reportovať aj tento fakt.	----
Reportujte celkový počet zamestnancov podľa typu zamestnaneckej zmluvy.	celková pracovná sila (stav zamestnancov k 31. 12. 2010) = 1 320 zamestnancov, z toho: <ul style="list-style-type: none"> • doba určitá: 78 zamestnancov • doba neurčitá: 1 242 zamestnancov
Reportujte celkový počet zamestnancov s trvalým úväzkom podľa typu zamestnania.	Celkový počet zamestnancov: 1 320 Orange Slovensko, a.s., má len jeden typ pracovnej zmluvy.
Reportujte celkovú pracovnú silu rozdelenú podľa regiónov, používajte geografické členenie podľa škály činnosti organizácie.	Bratislava, Ivanka pri Dunaji, Nitra (západoslovenský región) = <ul style="list-style-type: none"> • 868 zamestnancov Banská Bystrica, Martin, Prievidza (stredoslovenský región) = <ul style="list-style-type: none"> • 403 zamestnancov Košice, Prešov (východoslovenský región) = <ul style="list-style-type: none"> • 49 zamestnancov

LA2 Celkový počet a pomer fluktuácie zamestnancov podľa vekových skupín, pohlavia a regiónu

Identifikujte celkový počet zamestnancov, ktorí ukončili pracovný pomer počas reportovaného obdobia.	119 zamestnancov
Reportujte celkový počet zamestnancov a pomer zamestnancov, ktorí ukončili pracovný pomer počas reportovaného obdobia podľa pohlavia, vekovej skupiny (napr. <30; 30 – 50; >50) a regiónu. Použite počet všetkých zamestnancov na výpočet pomeru na konci reportovaného obdobia.	Podľa pohlavia: <ul style="list-style-type: none"> • muži = 65 zamestnancov • ženy = 54 zamestnancov Podľa regiónu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Bratislava, Ivanka pri Dunaji, Nitra (západoslovenský región) = 77 zamestnancov 2. Banská Bystrica, Martin, Prievidza (stredoslovenský región) = 26 zamestnancov 3. Košice, Prešov (východoslovenský región) = 16 zamestnancov Podľa veku: <ul style="list-style-type: none"> • do 30 rokov = 71 zamestnancov • od 30 – 50 rokov = 46 zamestnancov • nad 50 rokov = 2 zamestnanci

LA3 Benefity poskytované zamestnancom na plný pracovný úväzok, ktoré nie sú poskytované zamestnancom na dočasný alebo vedľajší úväzok, podľa hlavných prevádzok

Identifikujte benefity ponúknuté všetkým zamestnancom.	<ul style="list-style-type: none"> • zdravotná starostlivosť (preventívne zdravotné prehliadky, očkovanie proti chrípke, encefalitíde, hepatitíde) • rekondičné pobyty • príspevky na kultúru • sezónne benefity: lyžiarsky zájazd permanentky do aquaparkov a masážnych centier • doplnkové dôchodkové poistenie • darčekové poukážky • príspevok pri narodení dieťaťa • príspevok na ubytovanie • príspevok na detský letný tábor • vianočný darček
Reportujte, ktoré z nasledovných benefitov sú štandardne poskytované pre zamestnancov na plný úväzok, ktoré nie sú poskytované zamestnancom na dočasný alebo vedľajší úväzok, podľa hlavných prevádzok.	Všetky benefity sú poskytované iba zamestnancom pracujúcim na plný pracovný úväzok.
<ul style="list-style-type: none"> • životné poistenie; • zdravotná starostlivosť; • dôchodok pri postihnutí/invalidite; • materská/otcovská dovolenka; • výsluhové zabezpečenie; • vlastníctvo akcií a • iné 	
Štandardné benefity sú tie, ktoré sú zvyčajne ponúknuté väčšine zamestnancov na plný úväzok. Nemusia byť ponúknuté každému zamestnancovi organizácie na plný úväzok. Účelom tohto indikátora je poukázať na to, čo môžu zamestnanci na plný úväzok očakávať.	<ul style="list-style-type: none"> • zdravotná starostlivosť (preventívne zdravotné prehliadky, očkovanie proti chrípke) • rekondičné pobyty • príspevky na kultúru • sezónne benefity: lyžiarsky zájazd permanentky do aquaparkov a masážnych centier • doplnkové dôchodkové poistenie • darčekové poukážky • príspevok pri narodení dieťaťa • príspevok na ubytovanie • príspevok na detský letný tábor • vianočný darček

LA7 Množstvo úrazov a chorôb z povolania, stratených a vynechaných dní a počet úmrtí ako následok vplyvu práce podľa regiónov

Tento indikátor poskytuje rozdelenie podľa regiónov na nasledovné kategórie:	Celkový počet zamestnancov: 1 320
<ul style="list-style-type: none"> • celková pracovná sila (t. j. celkový počet zamestnancov a riadených pracovníkov) a • nezávislí kontraktori pracujúci na mieste, ku ktorým má reportujúca organizácia zodpovednosť ohľadom všeobecnej bezpečnosti pracovného prostredia. 	Regióny: <ul style="list-style-type: none"> • Bratislava, Ivanka pri Dunaji, Nitra (západoslovenský región) = 868 zamestnancov • Banská Bystrica, Martin, Prievidza (stredoslovenský región) = 403 zamestnancov • Košice, Prešov (východoslovenský región) = 49 zamestnancov • nezávislí kontraktori = 0
Kedže niektoré organizácie zahŕňajú do ich údajov aj menšie zranenia (úroveň prvej pomoci), vyznačte, či sú takéto poranenia započítané.	menšie zranenia sa nezapočítajú
Pri výpočte „stratených dní“ vyznačte:	<ul style="list-style-type: none"> • pri výpočte „deň“ znamená kalendárny deň • stratené dni sa započítavajú dňom vzniku pracovného úrazu
<ul style="list-style-type: none"> • či „deň“ znamená „kalendárne dni“ alebo „stanovené pracovné dni“ a • kedy sa začínajú počítať „stratené dni“ (napr. deň po úraze alebo 3 dni po úraze). 	12 957 kalendárnych dní, začína sa počítať prvý deň PN
Pri reportovaní úrazov, chorôb z povolania, stratených a vynechaných dní v reportovanom období použite nasledovné vzorce podľa regiónov:	<ul style="list-style-type: none"> • počet úrazov vrátane smrteľných = 1 • pomer chorôb z povolania = 0 • pomer stratených dní = 10:1 • pomer absencií = 0:1 (48 minút na zamestnanca)
<ul style="list-style-type: none"> • Pomer úrazov (PU) Poznámka: Počet úrazov vrátane smrteľných úrazov. • Pomer chorôb z povolania (PChP) • Pomer stratených dní (PSD) • Pomer absencií (PA) 	
Reportujte smrteľné úrazy v reportovanom období a používajte absolútne čísla, nie pomer.	• smrteľný úraz = 0
Reportujte systém pravidiel aplikovaných pri zaznamenávaní a hlásení štatistiky úrazov. Na oznamovanie, zaznamenávanie a hlásenie úrazov na pracovisku bol vytvorený „Predpis o postupe záznamu a hlásenia úrazov a chorôb z povolania“. Ak sú národné právne normy v súlade s odporúčením MOP, postačí vyznačiť tento fakt a ďalší postup nasleduje podľa právnych noriem. Ak národné zákonné normy nie sú v súlade, vyznačte, ktorý systém pravidiel používate a jeho vzťah s predpisom organizácie MOP.	Povinnosť zamestnanca je bezodkladne oznámiť vznik úrazu (nadriadenému a oddeleniu Ľudských zdrojov). Každý úraz sa musí zapísať do elektronickej evidencie pracovných úrazov. V prípade, že nevznikla práceneschopnosť alebo trvala menej ako 3 dni, ide o neregistrovaný pracovný úraz a ten je len v elektronickej evidencii pracovných úrazov. Ak bola práceneschopnosť viac ako o 3 dni, prípadne došlo k smrti zamestnanca, ide o registrovaný pracovný úraz a v tomto prípade sa musí oznámiť vznik pracovného úrazu Inšpektorátu práce alebo príslušnému orgánu dozoru, spísať záznam o registrovanom pracovnom úraze a poslať informáciu do zdravotnej a sociálnej poisťovne. Orange Slovensko, a.s., sa riadi podľa platnej legislatívy: 124/2006 § 17.

LA9 Témy bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci obsiahnuté vo formálnych dohodách s odbormi

Reportujte, či boli prijaté formálne dohody s odbormi (lokálne alebo globálne), v ktorých sú zahrnuté zdravie a bezpečnosť pri práci. (Áno/Nie)	Nie
<p>Ak áno, reportujte rozsah rôznych tém bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci, ktoré sú zahrnuté v lokálnych a globálnych dohodách podpísaných organizáciou.</p> <p>Dohody na lokálnej úrovni sa zaoberajú témami ako napríklad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • osobné ochranné prostriedky; • spoločné výbory vytvorené manažmentom a zamestnancami, ktoré sa zaoberajú bezpečnosťou a ochranou zdravia pri práci; • účasť zástupcov pracovníkov na inšpekciách týkajúcich sa bezpečnosti a ochrany zdravia, na auditoch a vyšetrovaní úrazov; • školenia a vzdelávanie; • mechanizmus sťažností; • právo odmietnuť nebezpečnú prácu a • pravidelné inšpekcie. 	<p>BOZP nám vykonáva externý dodávateľ spoločnosť BOZPO s.r.o.</p> <p>V rámci poskytovaných služieb spoločnosti BOZPO sú zahrnuté:</p> <ol style="list-style-type: none"> 01) Školenia BOZP a OPP 02) Školenia vodičov referentských vozidiel 03) Školenia práce vo výškach so špeciálnou technikou 04) Školenie obsluhy motorových vozíkov 05) Školenie na obsluhu motorovej píly 06) Školenie členov protipožiarnej hliadky 07) Školenie obsluhy snežných skútrov 08) Školenie pre zástupcov zamestnancov 09) Školenie pre pohyb v technologických miestnostiach 10) Školenia elektrotechnikov, aktualizácie prípravy 11) Vodné hospodárstvo a prevencie ZPH 12) Školenie vysokozdvížných vozíkov 13) Sledovanie legislatívy a oznamovacia povinnosť 14) Spolupráca s orgánmi verejnej správy, štátneho odborného dozoru, účasť na kontrolách 15) Výkon kontrol v oblasti BOZP a PO minimálne na úrovni plnenia legislatívnych požiadaviek 16) Pravidelné ročná kontrola dodržiavania zásad BOZP a PO 17) Pravidelná odborná kontrola požiaro-technického zabezpečenia 18) Šetrenie a evidencia vzniknutých pracovných úrazov 19) Vypracovanie a údržba registra oblastí činností spoločnosti s vplyvom na BOZP a PO

LA10 Priemerný počet hodín školení počas roka na jedného zamestnanca, podľa kategórie zamestnancov

Identifikujte celkový počet zamestnancov v každej kategórii zamestnancov vo všetkých prevádzkach organizácie na konci reportovaného roku (napr. vyšší manažment, stredný manažment, odborní, technickí, administratívni a výrobní pracovníci, pracovníci v údržbe atď.). Organizácia by mala definovať kategórie zamestnancov na základe svojho systému ľudských zdrojov.	celkový počet zamestnancov = 1 320 <ul style="list-style-type: none"> • Directors = 8 • Senior Managers = 32 • Middle Managers = 57 • First Line Managers = 29 • Experts = 10 • Staff = 1 184
Identifikujte celkový počet hodín školení v rámci každej kategórie zamestnancov.	celkový počet hodín školení = 53 839 hodín <ul style="list-style-type: none"> • Directors = 137 hodín • Senior Managers = 1 725 hodín • Middle Managers = 3 527 hodín • First Line Managers = 1 148 hodín • Experts = 436 hodín • Staff = 46 866 hodín
Reportujte priemerný počet hodín školení počas roka na jedného zamestnanca podľa kategórie zamestnancov a použite nasledujúci vzorec:	Priemerný počet hodín školení počas roka na jedného zamestnanca: <ul style="list-style-type: none"> • Directors = 17,1 • Senior Managers = 53,9 • Middle Managers = 61,9 • First Line Managers = 29,6 • Experts = 43,6 • Staff = 39,6
<p>LA10 = Celkový počet hodín na jednu kategóriu zamestnancov</p> <p>Celkový počet zamestnancov v tejto kategórii</p>	

LA12 Percento zamestnancov dostávajúcich pravidelný prehľad o ich výsledkoch a kariérom rozvoji

Identifikujte celkový počet zamestnancov. Celkový počet zamestnancov by sa mal zhodovať s počtom uvedeným v LA1.	celkový počet zamestnancov = 1 320
Reportujte percento celkového počtu zamestnancov, ktorí dostali formálne vyhodnotenie výkonnosti a posudok počas reportovaného obdobia.	V rámci hodnotiaceho pohovoru má manažér zhodnotiť výkon zamestnanca za sledované obdobie, ako aj jeho kariérny rast. Reportovacie obdobie 2010 má v sebe dve hodnotiace obdobia (H1 a H2), počet ľudí, ktorí boli hodnotení v H2 2010, t. j. 1 277 v porovnaní s celkovým počtom zamestnancov k 31. 12. 2010, ktorý je 1 336, percentálne je to 96 %.

LA13 Zloženie správnych orgánov a rozdelenie zamestnancov do kategórií podľa pohlavia, vekovej skupiny, zaradenia do minoritnej skupiny a ďalších indikátorov diverzity

Identifikujte indikátory rôznorodosti, ktoré sú použité reportujúcou organizáciou v jej vlastnom monitorovaní a záznamoch a môžu byť pre reportovanie dôležité.	-----
Identifikujte celkový počet zamestnancov v každej kategórii (napr. predstavenstvo, vyšší manažment, stredný manažment, administratívni pracovníci, výrobní pracovníci atď.). Organizácia by mala definovať kategórie zamestnancov na základe svojho vlastného systému ľudských zdrojov. Celkový počet zamestnancov by sa mal zhodovať s počtom uvedeným v LA1.	celková pracovná sila (stav zamestnancov k 31. 12. 2010) = 1 320 zamestnancov, z toho riadiaci pracovníci = 126 zamestnancov: <ul style="list-style-type: none"> • Directors = 8 zamestnancov • Senior managers = 32 zamestnancov • Middle managers = 57 zamestnancov • First line managers = 29 zamestnancov • Experts = 10 zamestnancov • Staff = 1 184 zamestnancov
2.3 Reportujte percento zamestnancov v každej z nasledujúcich kategórií: (% zamestnancov) <ul style="list-style-type: none"> • Pohlavie: Žena /Muž • Minoritné skupiny • Vekové skupiny: menej ako 30 rokov, 30 – 50 rokov, viac ako 50 rokov 	1 320 zamestnancov = 100 % Podľa pohlavia: <ul style="list-style-type: none"> • muži = 901 zamestnancov (68 %) • ženy = 419 zamestnancov (32 %) zamestnanci s inou ako slovenskou štátnou príslušnosťou = 9 (0,68 %) Podľa veku: <ul style="list-style-type: none"> • do 25 rokov = 116 zamestnancov (8,79 %) • 26 – 34 rokov = 697 zamestnancov (52,80 %) • 35 – 44 rokov = 432 zamestnancov (32,73 %) • 45 – 54 rokov = 62 zamestnancov (4,70 %) • 55 – 65 rokov = 13 zamestnancov (0,98 %) • 66 a viac rokov = 0 zamestnancov (0 %)
Reportujte percento jednotlivcov v správnych orgánoch organizácie (napr. predstavenstvo, manažérska komisia alebo podobný orgán pre iné reportujúce organizácie) v každej z nasledujúcich kategórií: (% jednotlivcov v riadiacich orgánoch) <ul style="list-style-type: none"> • Pohlavie: Žena/Muž • Minoritné skupiny • Vekové skupiny: menej ako 30 rokov, 30 – 50 rokov, viac ako 50 rokov 	Dvaja zamestnanci spoločnosti Orange Slovensko, a.s., sú členmi predstavenstva: <ul style="list-style-type: none"> • muž = 1 (vo vekovej skupine 30-50 rokov) • žena = 1 (vo vekovej skupine 30-50 rokov) Obaja zamestnanci majú štátnu príslušnosť SR.

Indikátory výkonnosti – Spoločnosť

S07 Celkový počet súdnych žalôb v dôsledku protikonkurenčného a protitrustového správania, monopolných praktík a ich výsledky

Tento indikátor sa týka súdnych žalôb začatých podľa národných alebo medzinárodných zákonov, ktoré sú navrhnuté na účely regulácie protikonkurenčného správania, protitrustových alebo monopolných postupov.	Orange Slovensko, a.s., neeviduje žiadne žaloby v dôsledku protikonkurenčného a protitrustového správania, monopolných praktík.
Identifikujte nevyriešené alebo ukončené súdne žaloby počas reportovaného obdobia v oblasti protikonkurenčného správania alebo porušenia protitrustovej a protimonopolnej legislatívy, v ktorej bola reportujúca organizácia identifikovaná ako účastník.	Orange Slovensko, a.s., neeviduje žiadne žaloby v dôsledku protikonkurenčného a protitrustového správania, monopolných praktík.
Reportujte celkový počet súdnych žalôb v protikonkurenčnom a protitrustovom správaní a v monopolných praktíkách.	0
Reportujte hlavné závery takýchto žalôb vrátane rozhodnutí alebo rozsudkov.	Orange Slovensko, a.s., neeviduje žiadne žaloby v dôsledku protikonkurenčného a protitrustového správania, monopolných praktík.

Manažérsky prístup v oblasti spoločnosť – Výročná správa 2010 Orange Slovensko, a.s., www.orange.sk.

Manažérsky prístup v oblasti pracovné postupy – strana 20.

Indikátory výkonnosti – Zodpovednosť za produkty

PR5 Postupy týkajúce sa spokojnosti zákazníka vrátane výsledkov prieskumov, ktoré hodnotia spokojnosť zákazníka

Reportujte postupy platné v celej organizácii, ktoré sa uplatňujú pri vyhodnocovaní a podpore spokojnosti zákazníka, ako napr.:

- frekvencia hodnotenia spokojnosti zákazníka;
- štandardné požiadavky ohľadom metodológií prieskumov a
- mechanizmy získavania spätnej väzby od zákazníka.

Spoločnosť Orange pravidelnými prieskumami zisťuje aktuálnu spokojnosť zákazníkov vo všetkých kľúčových oblastiach, ako sú napr. všeobecná spokojnosť s Orangeom, spokojnosť so Zákazníckou linkou, spokojnosť s predajnými miestami, spokojnosť s kvalitou siete, spokojnosť s e-shopom atď. Orange sa taktiež zameriava na pravidelné zisťovanie spokojnosti zákazníkov so službami, ktoré využívajú – konkrétne ide o spokojnosť s paušálmi, spokojnosť s FTTH, Mobilný Orange internet. Vo väčšine týchto prieskumov zameraných na zisťovanie spokojnosti zákazníkov spoločnosť Orange využíva celosvetovo známu metodiku TRI*M indexu.

Spoločnosť Orange pri prieskumoch trhu zameraných na meranie spokojnosti zákazníkov využíva najčastejšie nasledovné metódy zberu dát:

- F2F (Face-to-Face) – osobné stretnutie anketára s respondentom, odpovede sa zaznamenávajú písomnou formou do vytlačeného dotazníka alebo elektronickou formou napríklad do notebooku (CAPI).
- CATI (Computer Assisted Telephone Interview) – telefonická anketa za pomoci PC – odpovede sú anketárom/operátorom zaznamenávané do elektronickej verzie dotazníka, výsledky prieskumu sú vyhodnocované priebežne počas zberu dát.
- WEB Interview – elektronická verzia dotazníka prístupná na webe bez účasti anketára (v súčasnosti používaná hlavne pri prieskumoch medzi predajcami a pracovníkmi POS).

Frekvencie hodnotenia spokojnosti zákazníkov sa tiež líšia podľa toho, na čo je daný prieskum zameraný. Vo všeobecnosti však platí, že väčšina prieskumov zameraných na spokojnosť zákazníka sa vykonáva minimálne raz za polrok, niektoré štvrťročne.

Reportujte výsledky alebo kľúčové hodnotenia prieskumov (založených na štatisticky relevantnej veľkosti vzoriek) vykonaných v reportovanom období, ktoré sa vzťahovali na informácie o:

- organizácii ako celku;
- hlavnej skupine produktov/ služieb alebo
- významných miestach prevádzky.

Pri každom prieskume zameranom na spokojnosť zákazníkov spoločnosť Orange využíva otázky smerované na kľúčové hodnotenia, ako sú:

- celková spokojnosť
- lojalita zákazníkov
- odporúčanie operátora/služieb
- hodnotenie výhodnosti operátora/služieb
- dôvody spokojnosti/nespokojnosti
- zisťovanie dôležitosti jednotlivých atribútov, ktoré vplývajú na celkovú spokojnosť zákazníkov

Identifikujte skupinu produktu/služby alebo miesto prevádzky, ku ktorej sa vzťahujú výsledky prieskumu.

Prevádzky, na ktoré sa vzťahujú prieskumy trhu zamerané na spokojnosť zákazníkov:

- Úsek služieb zákazníkom
- Komerčný úsek
- Úsek informačných systémov a sietí
- Retail

Produkty/služby, na ktoré sa vzťahujú prieskumy trhu zamerané na spokojnosť zákazníkov:

- hlasové paušály
- Prima
- Mobilný Orange Internet
- Orange Doma služby

PR9 Peňažná hodnota závažných pokút za nedodržiavanie zákonov a nariadení, týkajúcich sa obstarania a používania produktov a služieb

Identifikujte administratívne alebo právne sankcie uložené organizácii v dôsledku nedodržania zákonov alebo nariadení vrátane medzinárodných deklarácií/konvencií/zmlúv a národných, autonómnych, regionálnych a miestnych nariadení týkajúcich sa obstarania a použitia produktov a služieb reportujúcej organizácie. Relevantné informácie pre tento indikátor obsahujú, ale nie sú obmedzené na údaje v PR2, PR4 a PR7.

Spoločnosť Orange Slovensko, a.s., nedostala sankcie zo strany Slovenskej obchodnej inšpekcie v roku 2010.

Reportujte celkovú peňažnú hodnotu závažných finančných pokút. 0 €

Manažérsky prístup v oblasti zodpovednosti za produkty – Výročná správa 2010 Orange Slovensko, a.s., www.orange.sk.

d'akujeme