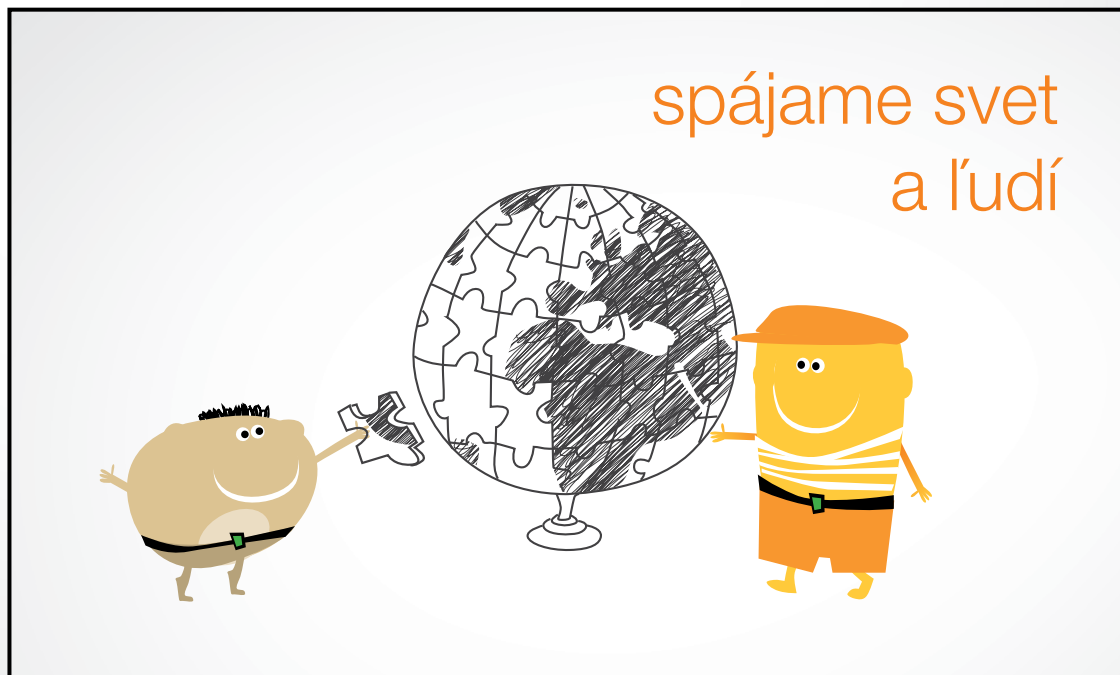
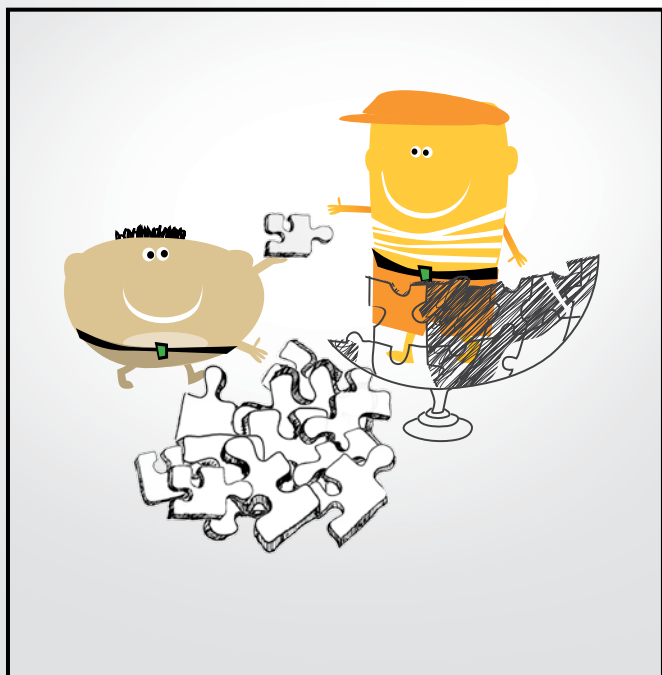
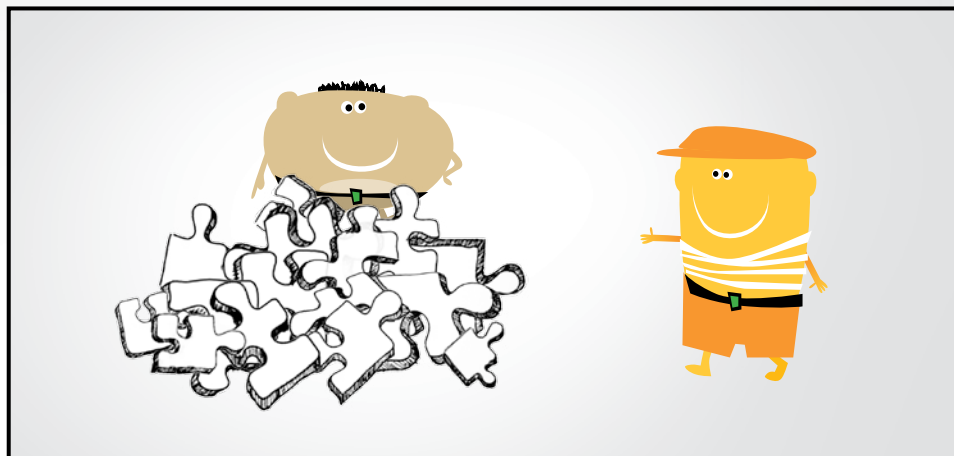
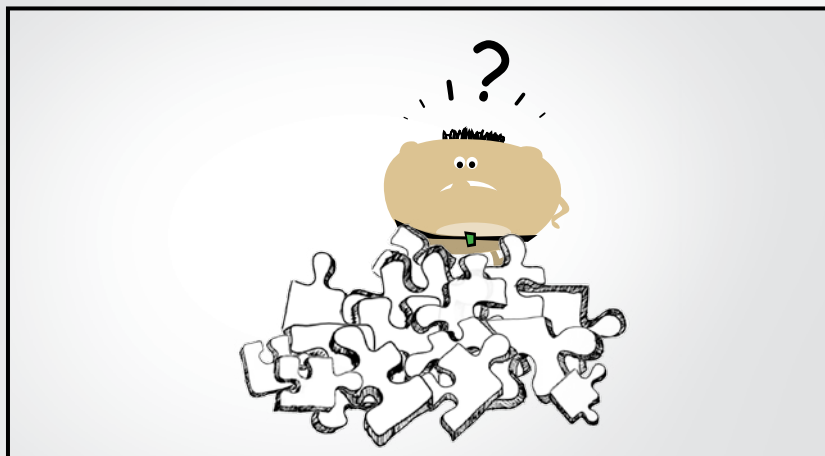


obsah

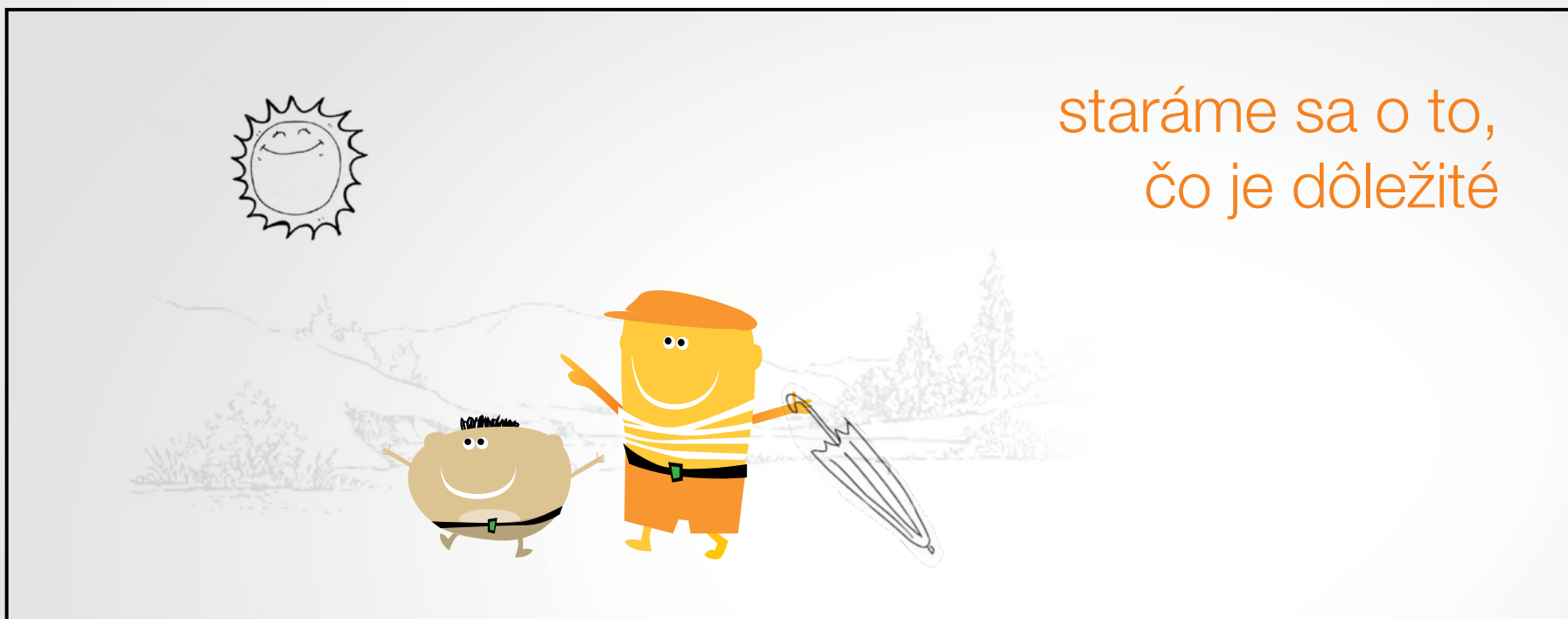
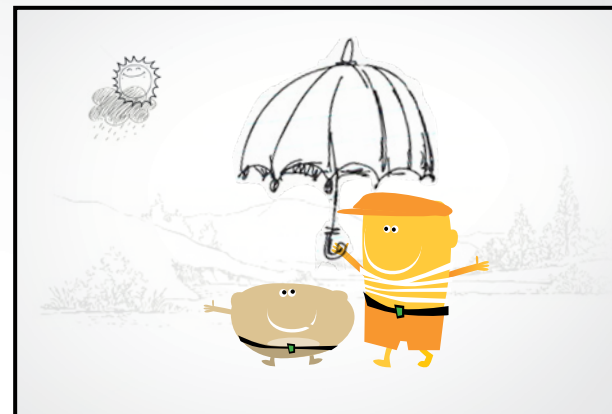
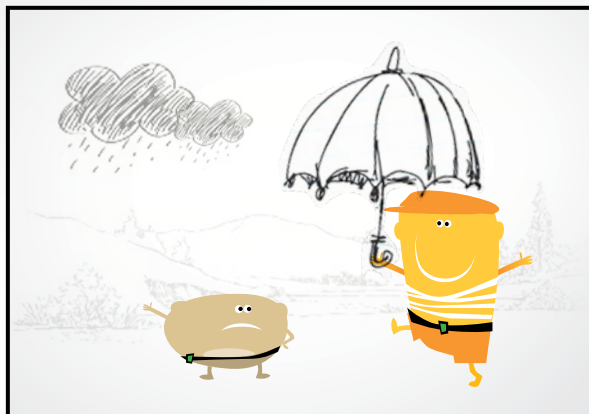
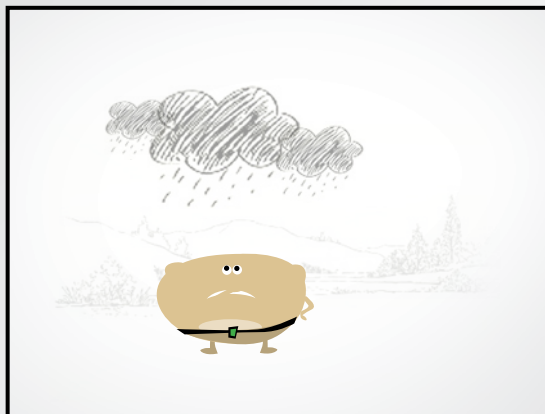
o nás _____	3
naš program spoločenskej zodpovednosti _____	5
naša zodpovednosť voči zamestnancom _____	8
naša zodpovednosť voči zákazníkom _____	15
naša zodpovednosť voči dodávateľom _____	21
naša zodpovednosť voči komunite _____	24
naša zodpovednosť voči životnému prostrediu _____	29
štátne authority, legislatíva a regulačné vzťahy _____	35



niekoľko slov o nás

Orange Slovensko je telekomunikačný operátor zabezpečujúci komplexné telekomunikačné služby. Prostredníctvom svojich najmodernejších mobilných a pevných sietí na Slovensku poskytuje hlasové služby, služby internetového pripojenia a televízie. Na slovenskom trhu komerčne pôsobíme od roku 1997. V súčasnosti je najväčším mobilným operátorom na Slovensku. K 31. 12. 2012 evidoval 2,85 milióna aktívnych zákazníkov mobilnej siete a ďalších viac ako 82-tisíc zákazníkov fixnej siete. Ku koncu roka 2012 dosiahli výnosy Orangeu 676 miliónov eur*. Spoločnosť Orange Slovensko patrí do celosvetovej skupiny France Telecom-Orange, ktorá je jedným z najväčších mobilných operátorov a poskytovateľov širokopásmového internetu v Európe. France Telecom-Orange je zároveň 100% majiteľom spoločnosti Orange Slovensko prostredníctvom Atlas Services Belgicko.

* Podrobnejšie informácie o spoločnosti Orange Slovensko uvádzame vo Výročnej správe za rok 2012.



staráme sa o to,
čo je dôležité

náš program spoločenskej zodpovednosti

Od roku 2002 strategicky rozvíjame Program spoločenskej zodpovednosti skupiny France Telecom-Orange postavený **na štyroch pilieroch:**

- biznis princípy,
- filantropia a charita,
- pravidlá uvedenia biznis princípov do praxe,
- reportovanie a nezávislé preverovanie (auditovanie).

V súlade s etickým kódexom skupiny France Telecom sme už v roku 2004 uviedli do praxe v oblasti biznis princípov osem, ktoré sumarizujú, čo považujeme za našu zodpovednosť a ako ju chceme v praxi pretaviť do konkrétnych aktivít. Týmito biznis princípmi sú:

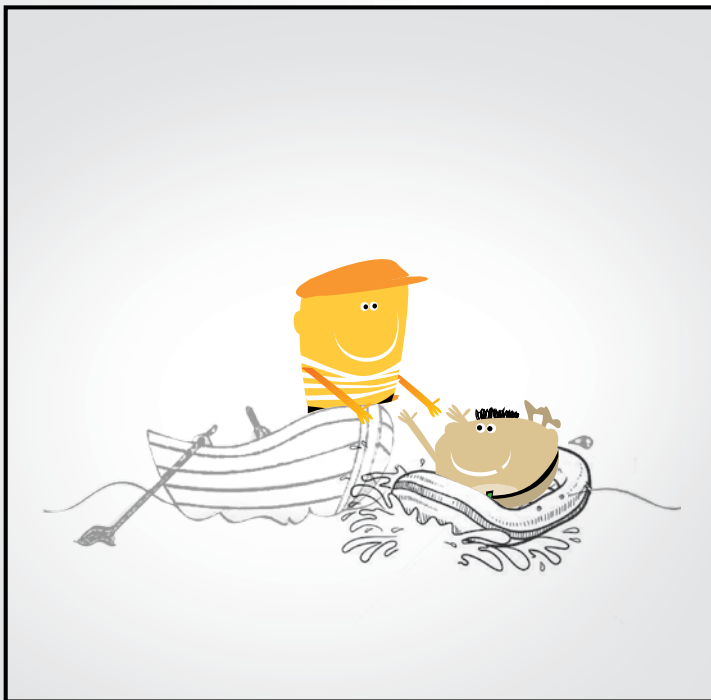
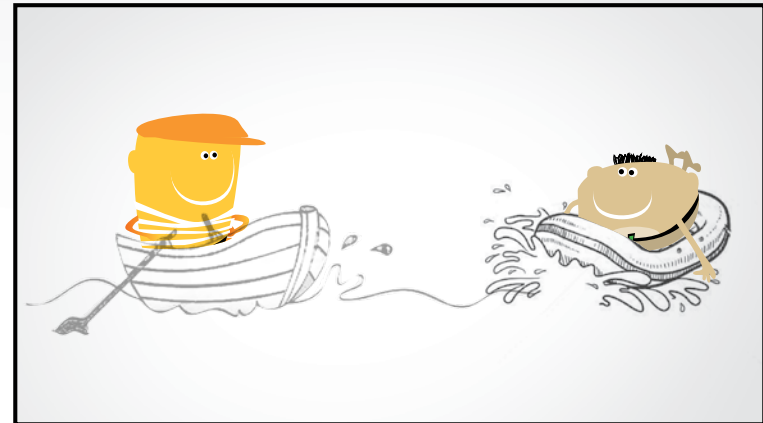
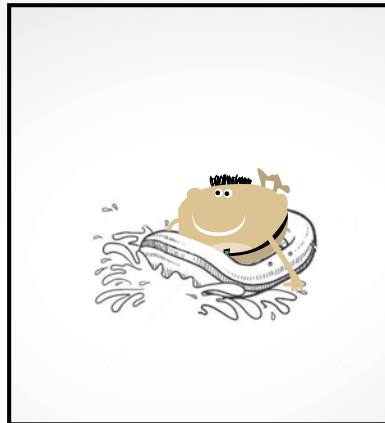
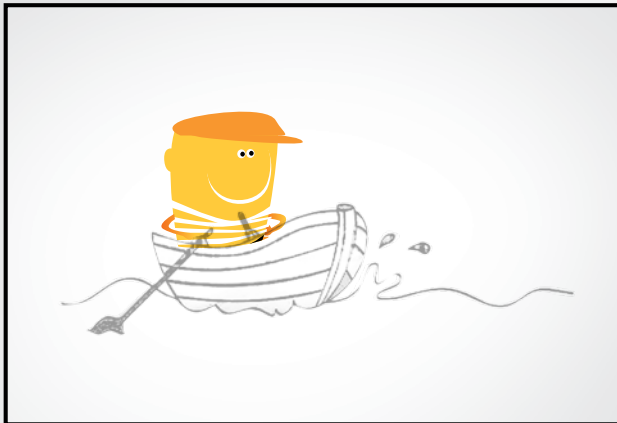
- **rešpektovanie potrieb partnerov,**
- **poctivosť,**
- **transparentnosť,**
- **zodpovednosť voči zamestnancom,**
- **zodpovednosť voči zákazníkom,**
- **zodpovednosť voči životnému prostrediu,**
- **dlhodobý udržateľný rozvoj,**
- **štátne authority, legislatíva a regulačné vzťahy.**

Všetky prenášame do aktivít a projektov, ktoré realizujeme. Tento prístup zaručuje dodržiavanie stanovených štandardov pri aplikácii celej politiky spoločenskej zodpovednosti v praxi. Pri realizácii jednotlivých aktivít rešpektujeme potreby našich partnerov a snažíme sa im čo najlepšie rozumieť – či ide o akcionárov, zamestnancov, zákazníkov, regulačné orgány, obchodných partnerov, či rozličné organizácie.

Naše aktivity a projekty realizujeme poctivo a čestne a sme si plne vedomí, že nenesieme zodpovednosť iba za napĺňanie finančných cieľov. Už od začiatku podnikania na slovenskom trhu vyznávame filozofiu, že budovanie dlhodobého úspechu spoločnosti, ktorej víziou je spájať ľudí, spočíva v kolektívnom profitovaní všetkých zainteresovaných subjektov. Naše podnikateľské aktivity preto realizujeme tak, aby vytvárali hodnoty pre akcionárov, ale súčasne boli prínosom pre všetkých našich partnerov. Jedným z najdôležitejších pilierov stratégie spoločensky zodpovedného podnikania Orangeu je aj systém auditovania a reportovania. Ten nám nastavuje zrkadlo, vďaka ktorému môžeme sledovať, ako si v jednotlivých oblastiach počíname. Pravidelné sledovanie a vyhodnocovanie umožňuje skúmať fungovanie a dodržiavanie biznis princípov v praxi. Pre každý z nich máme definovaný rámec ukazovateľov, tzv. indikátorov, ktoré boli vyvinuté v súlade s pravidlami najlepšej praxe, ako aj na základe našich praktických skúseností. Ich cieľom je zmerať našu výkonnosť čo najvernejšie. Indikátory, ktoré reportujeme, sú rozdelené do šiestich oblastí:

- korporátne riadenie spoločnosti,
- zákazníci,
- zamestnanci,
- reťaz dodávateľov,
- komunita,
- životné prostredie.

V spolupráci so skupinou France Telecom sme úspešne implementovali komplexný softvérový nástroj – INDICIA, ktorý nám umožňuje efektívne zadávanie, kontrolovanie a vyhodnocovanie stanovených indikátorov spoločenskej zodpovednosti. Zber environmentálnych indikátorov realizujeme kvartálne a zber sociálnych indikátorov raz ročne.



naša zodpovednosť voči zamestnancom

Uvedomujeme si, že spokojnosť a motivovanosť zamestnancov priamo ovplyvňuje efektivitu podnikania. Naším zamestnancom preto poskytujeme širokú škálu benefitov. Aj v roku 2012 mohli okrem zvýhodnených služieb a produktov Orangeu využívať napríklad príspevok na doplnkové dôchodkové sporenie, zdravotnú starostlivosť v neštátnom zdravotníckom zariadení, voľné či zľavnené vstupenky na kultúrne a spoločenské podujatia, vstupy do aquaparkov, rekondičné pobyty, účasť na akciách Orangeu (Mikulášska párty, Deň detí, ...) či zľavy na detské tábory. Vybrané benefity poskytujeme aj zamestnankyniam, ktoré sú na materskej či rodičovskej dovolenke. V roku 2012 sme im navyše začali zasielať interný časopis O nás, aby sme im umožnili mať stále aktuálne a pravidelné informácie o dianí vo firme. V rámci politiky diverzity dodržiavame všetky zákony Slovenskej republiky a zdržiavame sa akejkolvek formy diskriminácie. V tomto zmysle fungujú aj všetky procesy v oblasti ľudských zdrojov, ako napríklad nábor, odmeňovanie a vzdelávanie.

- počet zamestnancov, ktorí nastúpili v roku 2012 – 95
- priemerný vek zamestnancov – 35 rokov
- priemerná dĺžka zamestnanosti v spoločnosti – 7,7 roka

Zastúpenie mužov a žien k 31. 12. 2012 z celkového počtu zamestnancov v Orangei:

	všetci	muži	ženy
počet	1 300	891	409
percentá	100 %	68,5 %	31,5 %

Zastúpenie zamestnancov v regiónoch k 31. 12. 2012:

	BA	BB	Ivanka pri Dunaji	KE	NR	PD
počet	785	422	39	40	8	6
percentá	60,4 %	32,5 %	3 %	3 %	0,6 %	0,5 %

rozvoj zamestnancov

S rastúcimi nárokmi našich zákazníkov a s rozvojom telekomunikačného trhu sa zvyšujú aj nároky na profesionálnu úroveň našich zamestnancov, preto im pravidelne umožňujeme na sebe pracovať. Minimálne jedného školenia sa v roku 2012 zúčastnilo až 1 320 našich zamestnancov. Spolu absolvovali zamestnanci Orangeu 56 863 hodín školení. Investície do ich vzdelávania v roku 2012 opäť narástli a predstavujú celkovú sumu 810-tisíc eur.

Pozornosť venujeme tiež adaptačnému procesu nových zamestnancov, kde okrem úvodných, vstupných školení majú možnosť oboznámiť sa osobne aj s prácou kolegov, ktorí sú v priamom kontakte so zákazníkmi našej spoločnosti (tzv. On site discovery visit). Adaptačný proces je ukončený stretnutím s vrcholovým manažmentom, t. j. s riaditeľmi jednotlivých oddelení, ako aj s generálnym riaditeľom. V neformálnej atmosfére sa zamestnanci môžu opýtať na všetko, čo ich o spoločnosti a jej fungovaní zaujíma, a diskutovať s nimi o rôznych témach.

Významnou podporou pri zaškoľovaní nových zamestnancov, ktorí nastupujú na pozície v priamom kontakte so zákazníkom, sú ich služobne skúsenejší kolegovia na pozíciách mentorov, ktorí patria k tým najšikovnejším predajcom a agentom. Až 207 najúspešnejších kolegov z Orangeu a predajných miest, ktorí priamo komunikujú so zákazníkom, bolo v roku 2012 ocenených certifikátom v rámci celoskupinového programu Orange Certified Professional Programme a sú zapájaní do rôznych aktivít na zlepšovanie vzťahu so zákazníkom. Na zvyšovanie efektivity práce a angažovanosti zamestnancov sme sa v roku 2012 opäť intenzívne venovali aj zdokonaľovaniu riadiacej práce manažérov. V programe Orange bližšie absolvujú riaditelia, senior i strední manažéri sériu návštev na predajných miestach Orangeu a tiež na jednotlivých oddeleniach úseku služieb zákazníkom. Majú tak možnosť sami zažiť prácu kolegov v prvej línii, a tak lepšie pochopiť súvislosti a dosah svojej práce a práce svojich tímov na spokojnosť koncového zákazníka.

spokojnosť zamestnancov

Spokojní zamestnanci tvoria úspešnú firmu. Medzi naše aktivity v prospech zamestnancov patrí napríklad pravidelné monitorovanie ich potrieb. V máji 2012 sme spustili celofiremný prieskum spokojnosti zamestnancov v spolupráci so spoločnosťou Aon Hewitt. Prieskum bol vyhodnotený koncom roka 2012 a získali sme ním cennú spätnú väzbu od našich zamestnancov na ich spokojnosť so spoločnosťou, benefitmi ako aj internou komunikáciou a atmosférou v rámci firmy. Prieskumu sa zúčastnilo až 69 % všetkých zamestnancov. Sumarizujúce výstupy z prieskumu boli prezentované zamestnancom na interaktívnych stretnutiach s manažérmi a sformulované do akčných plánov, ktoré sú priebežne aplikované do praxe.

zamestnanecké fórum

Od roku 2007 funguje v Orangei Zamestnanecké fórum, ktoré je skupinou zástupcov z radov zamestnancov, volených na obdobie 3 rokov. Zamestnanecké fórum je jedným z nástrojov pre efektívnejšiu komunikáciu medzi zamestnancami a manažmentom. Členov zamestnaneckého fóra spoločnosť informuje vopred o akýchkoľvek organizačných zmenách alebo zmenách vo významných firemných politikách, ktoré môžu ovplyvniť organizačnú klímu. S členmi fóra vedíme aktívny dialóg v oblasti monitorovania aktuálnej organizačnej klímy s cieľom jej neustáleho zlepšovania.

pracovné prostredie

Spoločnosť Orange Slovensko sa v roku 2012 presťahovala do nových priestorov, čo bol jeden z najväčších projektov tohto roka v oblasti starostlivosti o zamestnancov. Celý projekt sťahovania trval viac ako dva roky. Dlhodobé prípravy plánu „fyzického sťahovania“ mali presný plán, ktorý schvaľoval a riadil špeciálne vytvorený tím. Sťahovanie bolo pripravené tak, aby čo najmenej zasiahlo do práce zamestnancov. O priebehu projektu boli pravidelne informovaní. Celý projekt sťahovania bol sprevádzaný

internou komunikačnou kampaňou, ktorú predchádzali workshopy. Na nich sa zamestnanci oboznámili s vizualizáciou nových priestorov, ich fungovaním a zároveň sa mali možnosť zapojiť aj do výberu kancelárskeho nábytku, kuchyniek a iného zariadenia a ovplyvniť tak prostredie, v ktorom budú pracovať.

bezpečnosť a ochrana zdravia

Naša spoločnosť uplatňuje systémový prístup k bezpečnosti a ochrane zdravia pri práci (BOZP). S cieľom dosiahnuť maximálnu bezpečnosť a ochranu každého zamestnanca zaviedla nad rámec legislatívnych požiadaviek systém BOZP podľa medzinárodnej normy OHSAS 18001. V Orangei uprednostňujeme proaktívny prístup, a tak dbáme na prevenciu úrazov, zranení a poškodení zdravia zamestnancov. Východiskom je register rizík BOZP, ale tiež samotná participácia zamestnancov, ktorí môžu prispieť k vyššej ochrane podávaním podnetov prostredníctvom zástupcov zamestnancov pre bezpečnosť alebo na firemnom intranete. Rovnako s cieľom predchádzať nebezpečným udalostiam vedieme ich evidenciu a prijímame patričné opatrenia, aby sa zabránilo ich opakovanému výskytu. V roku 2012 sme zaevidovali 10 drobných pracovných úrazov (pri ktorých nebola spôsobená pracovná neschopnosť alebo bola spôsobená pracovná neschopnosť menej ako 3 dni vrátane) a 3 iné úrazy (ktoré vznikli na pracovisku alebo v priestoroch prevádzky, ale nevznikli v súvislosti s vykonávaním pracovných činností). V roku 2012 sme nemali žiadny registrovaný ani závažný pracovný úraz.

interná komunikácia

Strategickými cieľmi internej komunikácie v Orangei je posilňovať stotožnenie sa zamestnancov s cieľmi a stratégiou firmy, jej hodnotami a posilňovať hrdosť na značku. Motivujeme ich k aktívnej participácii na plnení týchto cieľov a snažíme sa posilňovať firemnú kultúru. Okrem klasických informačných kanálov, ktorými sú intranet, priama mailová komunikácia, interné vizuálne nosiče a interný časopis, sa snažíme vo zvýšenej miere využívať osobnú skúsenosť a kontakt zamestnancov so službami, produktmi, subjektmi, ktoré Orange podporuje, či osobnosťami, ktoré za projektmi stoja.

V praxi to znamená, že pre zamestnancov pripravujeme osobné prezentácie, happeningy, moderované diskusie, stretnutia, interaktívne tematické workshopy či zážitkové aktivity. Spätná väzba od zamestnancov je pre nastavenie internej komunikácie podstatná. Na pravidelnej báze realizujeme interné prieskumy spokojnosti s internou komunikáciou zamerané na znalosť kľúčových tém u zamestnancov, preferované zdroje informácií a spokojnosť s existujúcimi zdrojmi a internými médiami. S cieľom sprehľadniť a vylepšiť poskytovanie informácií zamestnancom sme v marci 2012 spustili ostrú prevádzku redizajnovaného intranetu.

zamestnanci a etika v podnikaní

Etické zásady nie sú len súborom pravidiel, ktoré sú popísané v [Etickom kódexe](#), na firemnom intranete, ale uplatňujeme ich najmä v praxi. Zamestnancov v oblasti etiky pravidelne vzdelávame, snažíme sa v čo najširšej možnej miere podnietiť ich etické zmýšľanie. Noví zamestnanci sú po nástupe do zamestnania povinní oboznámiť sa s Etickým kódexom a absolvovať [Etický e-learning](#), kde prechádzajú jednotlivými prípadovými situáciami, ktoré vyhodnocujú ich etické správanie a povedomie. Na základe posledného auditu prešlo etickým e-learningom 80 % zamestnancov.

V prípade, že zamestnanec chce upozorniť na porušenie etiky, môže sa okrem štandardných kontaktov, ktorými sú nadriadený alebo etický poradca, obrátiť anonymne priamo na materskú spoločnosť Orange listom alebo emailom v rámci anonymného, tzv. whistle blowing mechanizmu. Vždy je zachovaná maximálna miera diskrétnosti. Z organizačného hľadiska je zamestnancom k dispozícii etický poradca, ktorý im poskytuje poradenstvo, ďalej etický koordinátor, ktorý zabezpečuje komunikáciu týkajúcu sa etiky. V prípade závažných prípadov porušenia etiky zasadá etická komisia, ktorú tvorí zástupca úseku ľudských zdrojov, zástupca právneho oddelenia, zástupca spoločnosti Orange CorpSec, finančný riaditeľ a generálny riaditeľ spoločnosti. V roku 2012 nebol nahlásený žiadny prípad porušenia etiky.

Etický kódex zároveň jasne hovorí o tom, že v Orangei nie je tolerovaná korupcia. Procedúra „Kontrolné prostredie na zamedzenie podvodom a politika boja proti podvodom“ zdôrazňuje nulovú toleranciu našej spoločnosti k podvodom a jej nová verzia obsahuje časť, ktorá sa zaoberá korupciou.

Zamestnanci majú pevne stanovený limit 200 eur na prijímanie darov a firemnej pohostinnosti. Pre pracovníkov nákupného oddelenia je tento limit vo výške 100 eur. Dary a firemná pohostinnosť musia byť zaevidované u etického poradcu a schválené priamym nadriadeným a riaditeľom daného úseku.

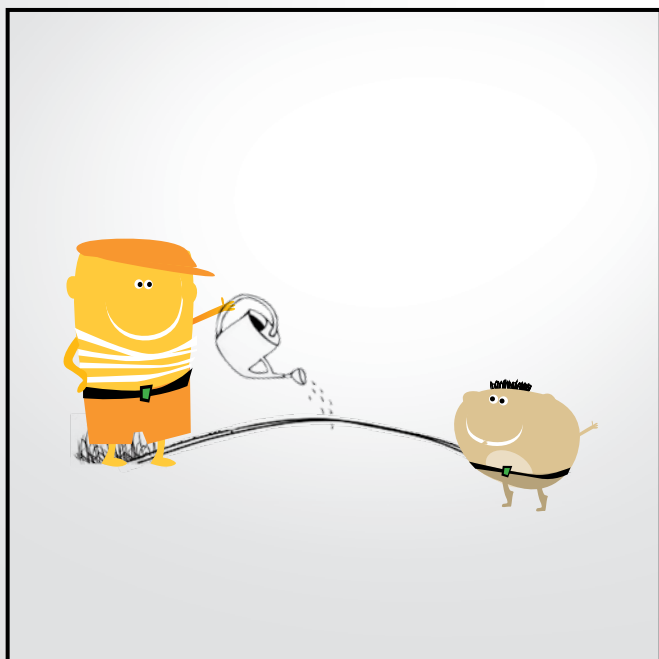
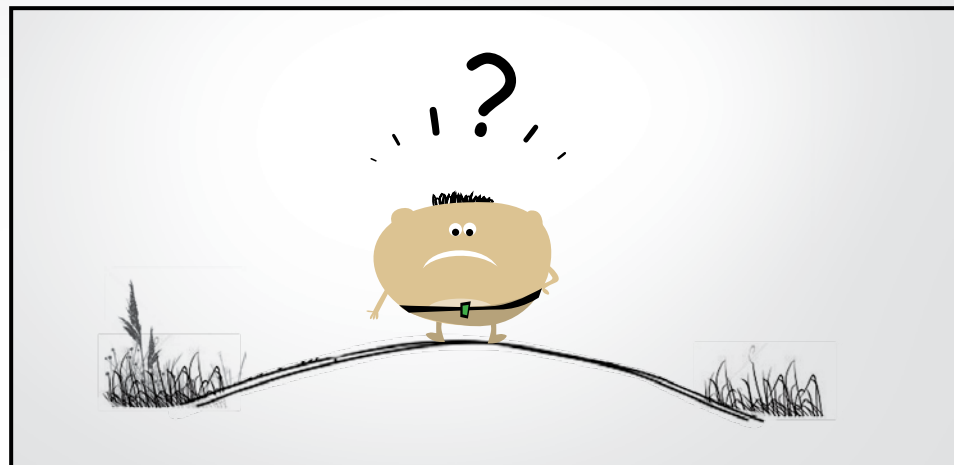
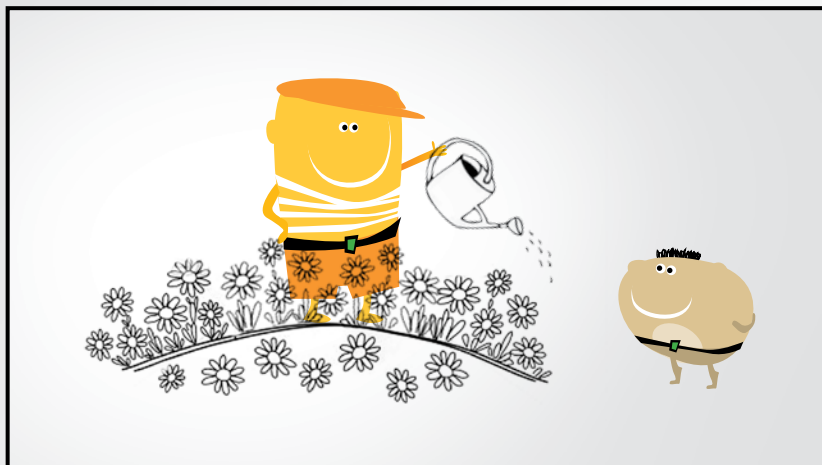
V nadväznosti na Etický kódex Skupiny France Telecom-Orange bol 21. decembra 2012 schválený dokument Protikorupčnej politiky (Anti-Corruption Policy).

zamestnanci predajnej siete

Predajcovia Orangeu sú zamestnancami obchodných zástupcov/partnerov, ktorí na základe franchisingového obchodného modelu spolupráce vykonávajú v mene spoločnosti Orange Slovensko a pre ňu niektoré činnosti, na ktorých sa zmluvne dohodli. Jedným z problémov, ktorý sme identifikovali v prieskume medzi zamestnancami, bolo aj vnímanie, respektíve nevnímanie zamestnancov predajnej siete ako zamestnancov Orangeu. Preto sme hľadali aktivity, v rámci ktorých by sme do interných aktivít mohli zapojiť aj zamestnancov predajnej siete.

V apríli 2012 sme pre predajcov spustili redizajnovaný portál informačnej databázy. Aplikácia InfoPortal obsahuje podporné informácie o službách, ponukách, postupoch, zariadeniach, na základe ktorých vie operátor alebo predajca jednoduchšie a efektívnejšie vybaviť otázky a požiadavky zákazníkov. Nové riešenie InfoPortalu získalo v rámci 6. ročníka [Microsoft Industry Awards 2012](#) prvé miesto v kategórii Najlepšie riešenie migrácie na Microsoft platformu.

Zamestnancov predajnej siete sme zahrnuli aj v rámci ponuky interných aktivít, akými sú napríklad dobrovoľnícke aktivity, a v roku 2012 v rámci aktivít Nadácie Orange sme pre nich po prvý raz otvorili aj špeciálny Grantový program pre predajcov (pozri časť Naša zodpovednosť voči komunite).



naša zodpovednosť voči zákazníkom

Orange kladie mimoriadny dôraz na to, aby boli jeho zákazníci spokojní nielen so službami a zariadeniami, ale aj s úrovňou zákazníckeho servisu. Spokojnosť zákazníkov pravidelne monitorujeme, a to telefonicky na štvrtročnej báze. Podrobnejšie informácie sú uvedené vo Výročnej správe spoločnosti Orange Slovensko za rok 2012.

starostlivosť a informovanosť

Zákazníkom poskytujeme nepretržitú zákaznícku podporu a kvalitný informačný servis nielen prostredníctvom Zákazníckej linky 905, ktorá je dostupná 24 hodín denne, 7 dní v týždni, ale aj vďaka úspešnej Expert linke 14 905 či novej bezplatnej mobilnej aplikácii Orange Go. Vďaka rozšíreniu kontaktných miest a možností samoobsluhy pri správe zákazníckeho účtu prostredníctvom internetu alebo mobilnej aplikácie Orange Go sme v ostatných rokoch zaznamenali mierny pokles počtu hovorov na [Zákaznícku linku 905](#). V roku 2012 naši zákazníci uskutočnili 2 678 980 hovorov, čo predstavuje v porovnaní s rokom 2011 približne 7,5-percentný pokles.

zapájanie sa do prípravy produktov

V snahe poskytnúť zákazníkom čo najlepší produkt ich aktívne zapájame aj do prípravy procesu nových ponúk produktov a služieb. Zapracovávame ich pripomienky tak, aby bol výsledný produkt v konečnom dôsledku pre zákazníkov čo najjednoduchšie využiteľný a čo najviac zrozumiteľný. Vo väčšej miere od roku 2012 využívame tzv. simplicity testy, ktoré sme v minulosti už použili napríklad pri drobných úpravách automatického hlasového menu (tzv. IVR) alebo pred spustením automatizovaných prieskumov spokojnosti.

dostupnosť informácií

Zákazníkov v predstihu informujeme o možných obmedzeniach v poskytovaní služieb, prostredníctvom [Zákazníckej zóny](#) na www.orange.sk zase majú nepretržitý prehľad o aktuálnom objeme prevolaných minút či množstve zaslaných SMS správ. V zahraničí zase majú vďaka automatickým informačným SMS správam pod kontrolou množstvo prenesených dát. Skvalitnenie siete, preventívne opatrenia pri tvorbe produktov a ponúk, ako aj vynovená Zákaznícka zóna či Orange [poradca priamo na sociálnej sieti Facebook](#) priniesli našim zákazníkom opäť vyššiu mieru komfortu. V roku 2012 sme opäť vylepšili aj našu internetovú stránku, na ktorej pribudla predovšetkým komplexná Zákaznícka zóna Môj Orange. Táto samoobslužná sekcia umožňuje aktívne meniť niektoré nastavenia služieb, aktivovať či deaktivovať si vybrané mobilné služby, a naši zákazníci s ňou tiež majú prístup k zaujímavým informáciám, ako je bezplatná Kontrola spotreby, štatistiky hovorov či prehľad faktúr a iné. Mesačne Zákaznícku zónu navštívi priemerne 100-tisíc zákazníkov a zrealizuje cez ňu približne 24-tisíc úkonov.

komplexné poradenstvo

Jednou z atraktívnych inovácií medzi nástrojmi zákazníckej podpory sa v posledných rokoch stala aj [Expert linka 14 905](#), na ktorej zákazník získa vysokošpecializovanú asistenčnú pomoc s nastavením počítačov, tabletov a ďalších mobilných zariadení. Bola reakciou na rastúci podiel mobilných dátových zariadení používaných zákazníkmi. Tie si vyžadujú individuálny prístup a práve snaha poskytnúť komplexnú technickú podporu a vyriešiť väčšinu technických problémov v rámci jedného telefonického rozhovoru bola východiskom pre vznik tejto expertnej linky. Takmer 74-tisíc zákazníkov, či už Orangeu, alebo aj ostatných operátorov, hľadalo v roku 2012 technickú pomoc pri nastavení svojho zariadenia prostredníctvom Expert linky 14 905.

Na uľahčenie riešenia technických problémov zákazníkov sme v novembri 2012 spustili bezplatné expertné poradenstvo aj na webe (www.expertlinka.sk), kde si zákazníci môžu navzájom vymieňať užitočné rady a informácie. Za dva mesiace od jej spustenia ju navštívilo viac ako 7-tisíc návštevníkov.

produkty pre komunity

Nadalej ponúkame mobilný telefón ZIO Premium P2, ktorý je vďaka svojim veľkým tlačidlám, jednoduchej intuitívnej obsluhu, hlasnému zvoneniu aj výhodnej cene vhodný **pre seniorov**. Pre starších a obyvateľov v ohrození života poskytujeme v spolupráci so spoločnosťou YMS pre mesto Martin službu **Strážca seniorov**. Funguje na základe GPS monitoringu a v prípade núdze umožňuje získať informácie o presnej polohe občana a prípadne aj jeho stave. Skoré upozornenie na problém a zameranie polohy umožňuje presnejšie a rýchlejšie vyslať záchranné zložky a poslať tak potrebnú pomoc veľmi adresne.

ochrana spotrebiteľských práv

V roku 2009 sa Predstavenstvo spoločnosti Orange Slovensko rozhodlo posilniť práva zákazníkov Orangeu prostredníctvom nového inštitútu **telekomunikačného ombudsmana** (www.telekomunikacnyombudsman.sk). Naším cieľom bolo vytvoriť ochrancu práv zákazníkov, ktorý má možnosť prijímať odporúčania nezávislé od výkonného manažmentu Orangeu. Má právo posudzovať podania zákazníkov, ktorí mali negatívnu skúsenosť so službami Orangeu a nie sú spokojní so spôsobom, akým Orange vybavil reklamáciu. Telekomunikačný ombudsman poskytuje cennú spätnú väzbu, ktorá pomáha prijímať korekčné opatrenia a ďalej zvyšovať kvalitu služieb a zákazníckeho servisu. Telekomunikačný ombudsman si za čas svojho fungovania vybudoval dôveru zákazníkov. V roku 2012 sa na kanceláriu telekomunikačného ombudsmana obrátilo celkovo 704 ľudí. Z toho bolo 35 podnetov opodstatnených a ďalších 181 prípadov Orange na odporúčanie ombudsmana uznal zo sociálnych a iných subjektívnych dôvodov na strane zákazníka.

novinky pre vyšší komfort

V roku 2012 sme na slovenský trh uviedli unikátnu **aplikáciu do smartfónov Orange Go**. Aplikácia zákazníkom uľahčuje každodenné využívanie internetových služieb a v neposlednom rade im poskytuje možnosť mať poruke viaceré služby – umožňuje im kontrolovať si svoju spotrebu, prezerať faktúry, aktivovať a deaktivovať doplnkové služby, a to všetko bez potreby navštíviť predajné miesto.

Vývoj trhu tradičných služieb mobilnej komunikácie na Slovensku v roku 2012 zásadne ovplyvnil príchod neobmedzených, tzv. flatových programov. Tie za pevný mesačný poplatok umožňujú komunikáciu v akejkoľvek sieti a bez obmedzení.

Orange ako prvý operátor v programe WOW spojil jednoduchosť bežných volacích programov s automaticky klesajúcou tarifou a s výhodami nekonečných volaní, SMS a MMS správ do všetkých sietí. Predstavením programu sme zároveň výrazne posunuli cenovú hranicu dostupnosti balíkov nekonečných volaní do cenovej hladiny dostupnej pre široké spektrum zákazníkov.

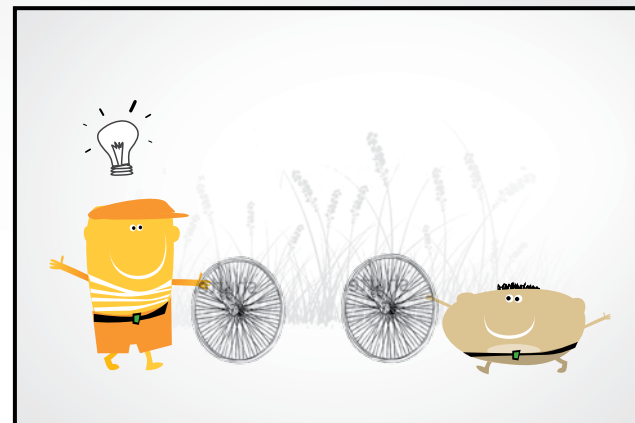
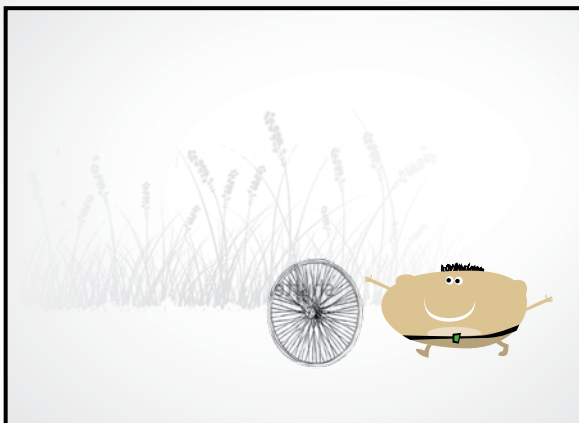
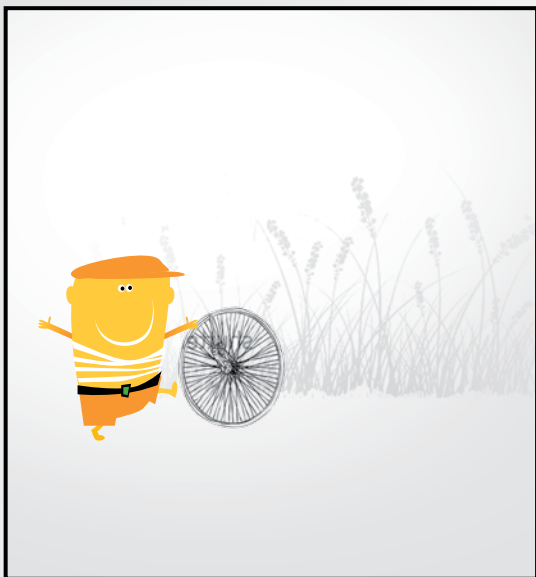
V neposlednom rade sme sa v roku 2012 snažili prispieť k spokojnosti zákazníkov aj zmenou dizajnu našich predajných miest, kde sme okrem iného zaviedli aj nové technologické riešenia na komfortné získavanie informácií (napríklad LCD dotykové obrazovky či automaty na úhradu faktúr na niektorých predajných miestach).

starostlivosť a kvalita služieb

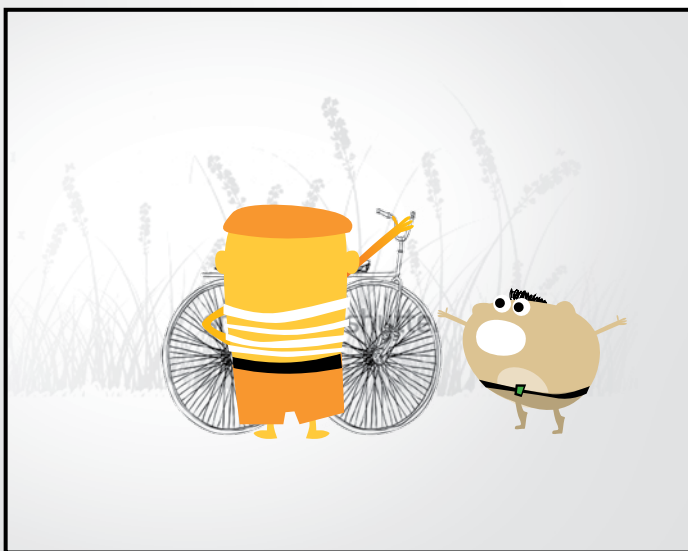
V snahe poskytovať zákazníkovi špičkové služby s pridanou hodnotou je pre nás veľmi dôležitým faktorom pravidelné a efektívne monitorovanie a vyhodnocovanie ich kvality. Takéto merania realizujeme nepretržite cez špecializované dozorné centrum a taktiež prostredníctvom pravidelných meraní v teréne. Zákazníkov informujeme o plánovaných aj neplánovaných výpadkoch služieb. Spokojnosť s našimi službami pravidelne sledujeme v spolupráci s externou prieskumnou agentúrou monitorovanými hovormi. Rovnako realizujeme aj pravidelné zákaznicke prieskumy zamerané na kvalitu poskytovaných hlasových, dátových a pevných služieb. Čiže porovnávame, spájame a vyhodnocujeme subjektívne názory a tvrdenia zákazníkov s dátami z meracích zariadení.

ochrana detí pred rizikami používania moderných komunikačných technológií

Spoločnosť Orange Slovensko patrí medzi priekopníkov v oblasti osvedy o potrebe chrániť deti pred rizikami používania moderných komunikačných technológií. Venujeme sa tejto problematike od roku 2006, kedy sme spustili prvú osvetovú kampaň určenú rodičom, učiteľom a deťom o rizikách používania nových komunikačných technológií. Súčasťou osvetovej kampane bol prvý prieskum skúmajúci používanie internetu, mobilov či televízie medzi deťmi. V roku 2008 nasledoval ďalší prieskum a reedícia vzdelávacej brožúry pre verejnosť, školy, školské úrady a krajské pedagogicko-psychologické poradne. Vzdelávacia kampaň bola neskôr doplnená o projekt priameho vzdelávania detí v školách, prostredníctvom siete odborných psychologov, ktorý realizujeme kontinuálne počas každého roka. Vyškolení psychológovia navštevujú základné školy a osemročné gymnáziá, aby žiakom a študentom zo všetkých regiónov Slovenska zábavnou a zároveň poučnou formou vysvetľovali, ako sa vyrovnat' s rôznymi rizikovými situáciami, ktoré ich môžu stretnúť pri surfovaní na internete, používaní mobilného telefónu či pozeraní televízie. Doposiaľ sme týmto spôsobom v spolupráci s odborníkmi vyškolili takmer 25-tisíc detí. Tieto informácie sme v elektronickej podobe sprístupnili aj na našom jedinečnom vzdelávacom portáli www.oskole.sk v rámci predmetu Mediálna výchova.



spájame sa s partnermi,
ktorí idú rovnakým smerom



naša zodpovednosť voči dodávateľom

Spoločenská zodpovednosť je súčasťou našej podnikateľskej filozofie, a preto ju uplatňujeme nielen interne, ale vyžadujeme ju aj od našich dodávateľov. Tento proces začína už pri transparentnom výbere dodávateľov a pokračuje požiadavkami na riadenie ich environmentálnych vplyvov a etiky v podnikaní. Podľa dodaných produktov a služieb rozdeľujeme dodávateľov do troch kategórií, čo určuje aj frekvenciu mapovania potenciálnych dodávateľov a samotné hodnotenie dodávateľov.

Kategória 3 – významný vplyv na kvalitu; produkt/služba má priamy vplyv na kvalitu zákazníckeho servisu; komodity: napr. BSS GSM, nové technológie, servery, platformy, routre, softvér a pod.; mapovanie a hodnotenie prebieha na ročnej báze.

Kategória 2 – sekundárny vplyv na riadenie kvality; produkt/služba neovplyvňuje služby/produkty v kategórii 3; napr. mobilná infraštruktúra, dodávky klimatizácií, IT služby a pod.: mapovanie a hodnotenie uskutočňujeme na dvojročnej báze.

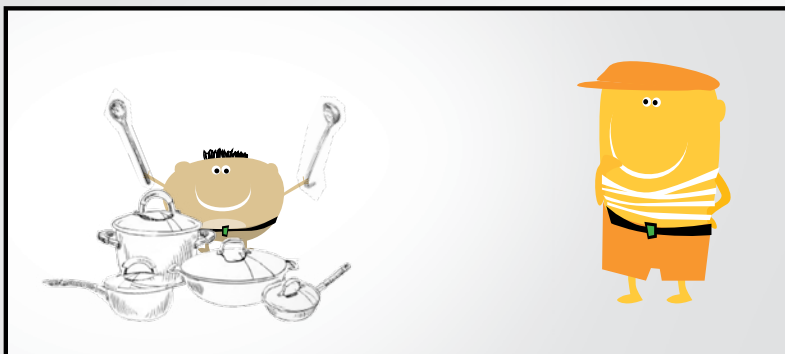
Kategória 1 – minimálny alebo žiadny efekt na kvalitu zákazníckych služieb; napr. kreatívne agentúry, sponzoring, priamy marketing, darčeky a pod.: mapovanie a hodnotenie realizujeme na trojročnej báze.

Naša spoločnosť dodávateľov hodnotí prostredníctvom špeciálneho online nástroja **QREDIC®**, ktorý prevzal od skupiny Orange. Nástroj nám pomáha identifikovať silné a slabé stránky dodávateľa, podľa výsledkov hodnotenia s ním taktiež dokážeme porovnať viacerých dodávateľov tej istej komodity v SR, ale porovnávať ich aj v rámci viacerých krajín, monitorujeme ním výkon dodávateľa pre danú krajinu v porovnaní s priemerom krajiny alebo dodávateľa priemeru všetkých krajín. Prostredníctvom QREDIC-u sa hodnotí kvalita, reakcia, osobný vzťah, etika, životné prostredie, dodávka, inovácie, náklady, fakturácia.

V roku 2012 sme aktívne spolupracovali s viac ako tisíckou aktívnych dodávateľov z rôznych oblastí. Interným hodnotením z pohľadu kvality prostredníctvom QREDIC® prešlo za rok 2012 celkovo 70 lokálnych dodávateľov (z toho 30 veľkých a 40 menších). Okrem toho sme takto hodnotili aj 27 kľúčových a strategických dodávateľov skupiny France Telecom-Orange.

V spolupráci s oddelením CorpSec, ktoré má na starosti bezpečnosť, sledujeme aj tzv. Business Continuity Planning (BCP) veľkých dodávateľov prostredníctvom BCP dotazníkov. Za rok 2012 sme od nich získali 11 vyplnených dotazníkov. Transparentnosť výberu dodávateľov spočíva najmä v organizovaní verejných súťaží, užších súťaží či prehľadnom priamom zadávaní jednotlivých zákaziek.

Prístup potenciálneho dodávateľa v oblasti zodpovedného podnikania sledujeme prostredníctvom CSR dotazníka, ktorý rozosielame dodávateľom v druhom sete dokumentácie výberového konania. Slúži na lepšie poznanie dodávateľa z pohľadu jeho internej environmentálnej, etickej a bezpečnostnej politiky. V roku 2012 bolo vyhodnotených 75 CSR dotazníkov.



zaujíame sa o to,
čo sa deje okolo nás

naša zodpovednosť voči komunite

Nadácia Orange

Spoločnosť Orange Slovensko aj v roku 2012 realizovala svoje filantropické a charitatívne aktivity prostredníctvom Nadácie Orange. Jej činnosť sa strategicky zamerala na podporu verejnoprospešných aktivít v troch prioritných oblastiach: vzdelávanie, sociálna inklúzia a regionálny a komunitný rozvoj.

S cieľom podporovať netradičné, tvorivé a invenčné vyučovanie v základných a stredných školách so zámerom meniť zaužívané spôsoby výučby a dať možnosť žiakom aktívne sa spolupodieľať na príprave a priebehu vyučovania, v roku 2012 zrealizovala 10. ročník grantového programu **Školy pre budúcnosť**. V celkovom objeme 180-tisíc eur Nadácia Orange podporila 132 projektov učiteľov a mimovládnych organizácií po celom Slovensku. V uzavretom grantovom programe **Štipendium pre znevýhodnených** tiež pomohla 47 študentom s ťažkým zdravotným postihnutím celkovou sumou 17-tisíc eur.

V oblasti sociálnej inklúzie je cieľom Nadácie Orange zvyšovať šance ľudí so zdravotným či sociálnym znevýhodnením na zaradenie sa do spoločnosti, pomáhať odstraňovať ich sociálnu izoláciu a zlepšovať prístup k rôznym oblastiam života. V roku 2012 v tejto oblasti zrealizovala grantový program **Prekročme spolu bariéry**, v rámci neho v celkovom finančnom objeme 80-tisíc eur podporila 60 projektov. V rámci Európskeho roka aktívneho starnutia a solidarity medzi generáciami Nadácia Orange navýšila v roku 2012 celkový rozpočet na grantový program **Zelená pre seniorov** do výšky 85-tisíc eur a podporila 61 projektov zameraných na riešenia a sebarealizáciu seniorov a zvyšovanie kvality ich života. Jedným z najznámejších a najpopulárnejších grantových programov je program **Darujte Vianoce**, ktorý v roku 2012 nadácia zrealizovala v dvoch fázach. V prvej bolo na základe rozhodnutia nezávislej hodnotiacej komisie podporených 227 žiadostí sumou 50-tisíc eur. V druhej fáze programu, ktorá sa uskutočnila v spolupráci s portálom www.dakujeme.sk, sme umožnili uchádzať sa o podporu širokej verejnosti ďalším žiadostiam, ktoré splnili podmienky grantového programu, ale finančné limity neumožnili ich podporu. Prostredníctvom portálu získali príležitosť osloviť individuálnych darcov a každý finančný dar do maximálnej výšky 100 eur sme znásobili

rovnakým dielom. Celkovo sme tak mohli podporiť ďalších 73 žiadostí sumou 10-tisíc eur. Samostatnou časťou programu bola naša spolupráca s vydavateľstvom SPOLOČNOSŤ 7 PLUS, s.r.o, ktoré prostredníctvom svojich médií oslovilo čitateľov, aby do redakcie posielali príbehy, ktoré rovnako spĺňali filozofiu programu. V rámci tejto spolupráce sme podporili 5 žiadostí, každú sumou 300 eur.

Pomoc sociálne a zdravotne znevýhodneným občanom poskytla Nadácia Orange v roku 2012 aj prostredníctvom **Fondu pre sociálne slabých a chorých**, ktorý aktívne nekomunikuje a nezverejňuje ako štandardné grantové programy, ale využíva ako interný nástroj s cieľom poskytovať finančnú podporu ťažko chorým jednotlivcom, ktorých zdravotný stav si vyžaduje finančne náročnú liečbu a v dôsledku ktorého sa zároveň ocitli aj v zhoršenej sociálnej situácii. Finančné prostriedky poskytované v rámci fondu sú používané na pokrytie nákladov spojených s liečebným pobytom, nákup rehabilitačných, kompenzačných či bezbariérových pomôcok, úhradu výdavkov určených na zakúpenie liekov, vitamínov, špeciálnych doplnkov stravy a pod. V roku 2012 tak nadácia pomohla 149 jednotlivcom a rodinám v celkovej sume 50-tisíc eur.

V oblasti regionálneho a komunitného rozvoja Nadácia Orange v roku 2012 zrealizovala grantový program **Šanca pre váš región** s cieľom podporovať zmysluplné inovatívne projekty, ktoré prispievajú k zvyšovaniu kvality života obyvateľov v jednotlivých regiónoch Slovenska. V celkovej sume 100-tisíc eur podporila 65 projektov. S cieľom podporiť individuálnu filantropiu a dobrovoľníctvo zamestnancov Orangeu a prispieť k rozvoju komunitného života a ochrane životného prostredia otvorila **Zamestnanecký grantový program**, v ktorom podporila 40 projektov v celkovej sume 30-tisíc eur. V roku 2012 po prvý raz zrealizovala **Grantový program pre predajcov** spoločnosti Orange Slovensko, ktorí nie sú v zamestnaneckom vzťahu voči spoločnosti, ale spoločnosť má záujem zapojiť ich do svojich filantropických aktivít a podporiť ich dobrovoľnícke aktivity. V celkovej sume 11 297 eur podporila 14 projektov predložených predajcami.

Nad rámec štandardných grantových programov Nadácia Orange prerozdělila v roku 2012 celkovú sumu 249 258 eur na realizáciu ďalších 51 projektov v programe **Špeciálne príležitosti** a podporila činnosť 5 partnerských organizácií (občianske združenie Návrat, Autistické centrum Andreas, neziskovú organizáciu Rómsky inštitút, občianske združenie DIVÉ MAKY, neziskovú organizáciu DOBRÝ ANJEL celkovou sumou 62-tisíc eur).

Jedinečným projektom nadácie je udeľovanie prestížneho ocenenia **Cena Nadácie Orange**, ktorého cieľom je vysloviť uznanie mimovládnyh organizáciám za líderstvo, odvahu, spoločenský prínos a dlhodobú snahu prispieť k riešeniu aktuálnych potrieb spoločnosti. Nadácia Orange chce udelením tohto jedinečného ocenenia verejne a prakticky vyjadriť svoju podporu organizáciám aj jej predstaviteľom pôsobiacim v oblastiach, ktoré sú zhodné s prioritnými oblasťami podpory Nadácie Orange. Udelenie Ceny Nadácie Orange prináša oceneným okrem verejného uznania ich dlhodobej práce aj finančnú odmenu s cieľom posilniť ich stabilitu a zaistiť pokračovanie ich aktivít a poslania. V roku 2012 Nadácia Orange ocenila spolu 9 organizácií celkovou sumou 51-tisíc eur, ktoré boli venované zo zdrojov Orangeu (nad rámec 2 %).

So zmenou sídla spoločnosti a Nadácie Orange v roku 2012 súvisel aj projekt – **darovanie použitého funkčného nábytku neziskovým subjektom**. Za symbolické 1 euro sme venovali 1 764 kusov použitého, funkčného nábytku 24 materským, základným a stredným školám, domovu seniorov, občianskym združeniam, detskej fakultnej nemocnici, rodinným centráam a ďalším.

Spoločnosť Orange Slovensko nad rámec svojich finančných prostriedkov udeľovaných Nadáciou Orange podporila v roku 2012 v celkovej výške 40 227,67 eur spolu 17 mimovládnych organizácií a 21 zdravotne a sociálne znevýhodneným zákazníkom udelila zľavy na hlasové a dátové služby v celkovej výške 3 953,27 eur. Pre tieto skupiny žiadateľov sú zľavy posudzované v rámci činnosti Nadácie Orange (t. j. na oddelení Brand Activation), ktorá v roku 2012 aktualizovala a spresnila proces predkladania žiadostí o zľavu na služby, ako aj kritériá na posudzovanie prijímaných žiadostí a následné udeľovanie zliav. Orange rovnako pravidelne nakupuje v chránených dielňach poukazy na masáže, ktoré poskytuje svojim zamestnancom.

zbierky

Významnou oblasťou našich filantropických aktivít boli aj v roku 2012 mobilné finančné zbierky, prostredníctvom ktorých už 12. rok pomáhame a prispievame k rozvoju individuálneho darcovstva. V roku 2012 sme zrealizovali spolu s našimi dlhodobými partnermi (DOBRÝ ANJEL, n. o., UNICEF, MAGNA Deti v núdzi, Liga proti rakovine, Liga za duševné zdravie Slovenskej republiky, občianske združenie Želaj si a pod.) 22 zbierok a 46 zbierok prostredníctvom DMS systému. Celkovo sme cez individuálne príspevky zákazníkov

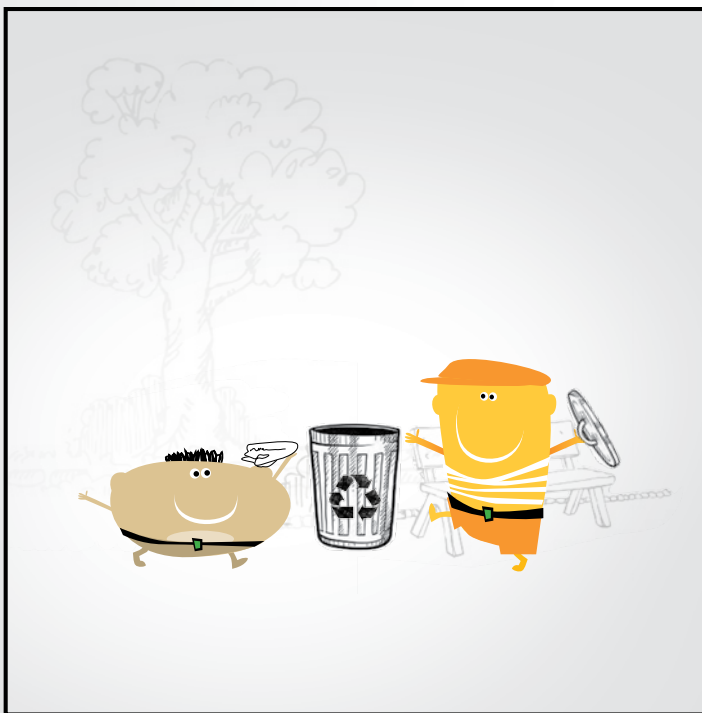
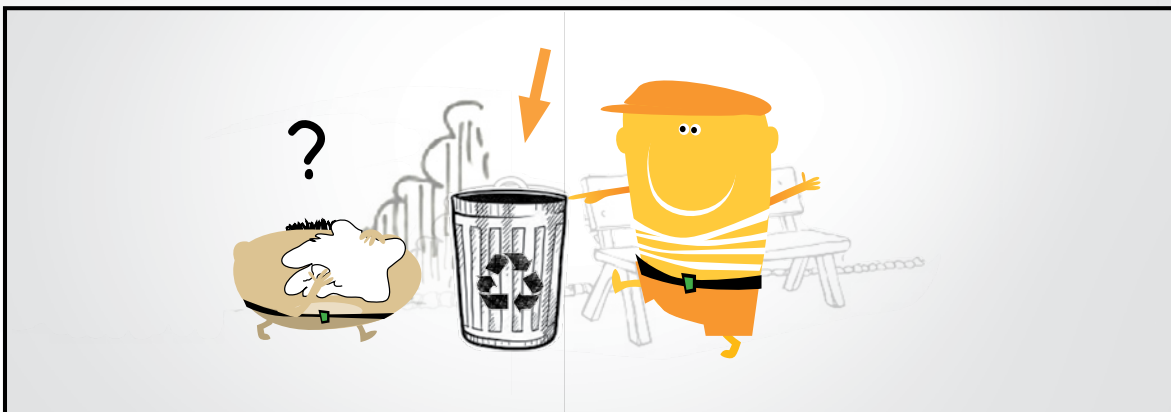
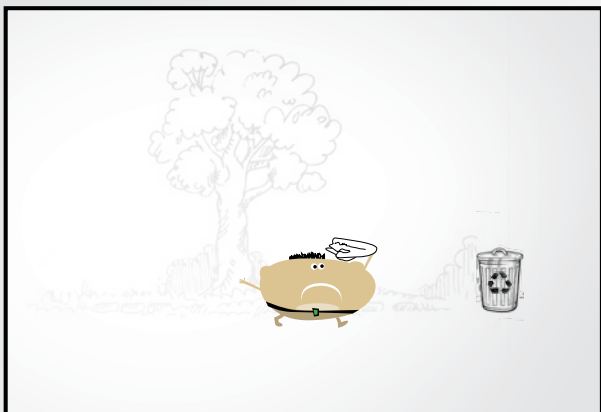
vyzbierali 830 513,20 eur. Zákazníci Orangeu tak v duchu kampane Zbierame pre šťastie, zastrešujúcej všetky mobilné finančné zbierky našej spoločnosti, šíria v duchu symbolu zeleno-oranžového štvorlístka šťastie tam, kde je to potrebné. Naša spoločnosť si vysoko váži príspevky všetkých zákazníkov. Preto sa i v roku 2012 rozhodla prejaviť vďaku týmto zákazníkom v rámci ďakovnej kampane. K viac ako 11-tisíc zákazníkom v septembri putovalo poďakovanie za prejav individuálneho darcovstva vo forme ďakovného listu, drobného daru ako i ocenenia za dlhodobé a pravidelné prispievanie na účely podporovaných mobilných finančných zbierok.

dobrovoľníctvo

V roku 2012 sa celkovo 520 zamestnancov spoločnosti Orange Slovensko zúčastnilo na dobrovoľníckych aktivitách v rámci podujatí ako Naše mesto, kde svoje dobrovoľnícke hodiny venovali čisteniu Pečnianskeho lesa v Bratislave. V spolupráci s Národnou transfúznou stanicou v Bratislave a Banskej Bystrici zase darovalo 79 zamestnancov dobrovoľne krv. Spolu 44 zamestnancov venovalo svoj čas či finančné prostriedky na realizáciu projektov na zlepšenie komunitného života v rámci Zamestnaneckého grantového programu. V priebehu roka 2012 sa zamestnanci našej spoločnosti tiež zapojili do zbierok šatstva a spotrebného materiálu a prvýkrát sa mohli zapojiť aj do programu Sekajme dobrotu, kde sme spojili Európsky týždeň mobility s dobrovoľníckymi aktivitami. Naši zamestnanci si v rámci tohto septembrového týždňa mohli vybrať spomedzi alternatívnych spôsobov dopravy, podeliť sa s kolegami o auto alebo pomôcť neziskovým organizáciám ako Autistické centrum Andreas v Bratislave, Pracovno-socializačné centrum Impulz v Bratislave, ZŠ SSV Skuteckého 8 v Banskej Bystrici, Únii nevidiacich a slabozrakých Slovenska a ďalším.

Pre neziskovú organizáciu DEPAUL SLOVENSKO sme vo februári 2012 medzi zamestnancami zorganizovali zbierku stravných lístkov. Celkom 46 našich kolegov prispelo do zbierky sumou 224,40 eur. Rovnako sme v roku 2012 v rámci skupiny Engage realizovali celkom tri zbierky šatstva a pomohli tak viac ako 6 rôznym organizáciám (Občianskemu združeniu Ain Karim, Krízovému centru Brána do života či Spoločnosti priateľov detí z detských domov Úsmev ako dar). V jesennej zbierke šatstva sme napokon odovzdali nielen šatstvo, obuv, ale i iné materiálne veci s hmotnosťou 715 kg (desiatky vriec) či stravné lístky v hodnote 376,20 eur. V rámci aprílového a septembrového darovania krvi, do ktorého sa zapojilo celkom 84 zamestnancov z Bratislavy aj Banskej Bystrice, sme v spolupráci s Národnou transfúznou stanicou SR darovali takmer 38 litrov krvi.

Podrobnejšie informácie o činnosti Nadácie Orange nájdete vo Výročnej správe za rok 2012 zverejnenej na www.nadaciaorange.sk.



naša zodpovednosť voči životnému prostrediu

Snažíme sa čo najviac eliminovať náš negatívny vplyv na životné prostredie. S týmto cieľom využívame aj Systém environmentálneho manažérstva (SEM), ktorý je certifikovaný podľa normy ISO 14 001. V roku 2012 sa nám podarilo úspešne obhájiť certifikát bez zistenia nezhôd externou nezávislou certifikačnou spoločnosťou, čo je dôkazom úspešnej implementácie systému v celej našej spoločnosti s dôrazom na spoluprácu a plnenie očakávaní našich partnerov a dodávateľov v oblasti ochrany životného prostredia. V rámci nášho softvéru INDÍCIA štyrikrát ročne zadávame, kontrolujeme a vyhodnocujeme stanovené indikátory v oblasti životného prostredia. V roku 2012 sme úspešne prešli auditom vykonaným externou nezávislou spoločnosťou Deloitte bez zistení závažných nedostatkov.

Jedným zo základných nástrojov riadenia SEM, ktorým definujeme environmentálne ciele a realizujeme environmentálne programy, je register environmentálnych aspektov spoločnosti Orange Slovensko. V našom vlastnom záujme register priebežne aktualizujeme a raz ročne komplexne prehodnocujeme z pohľadu zmien spoločnosti. Register zároveň predstavuje aj nástroj na definovanie zodpovedností s cieľom začleniť environmentálne riadenie do každej oblasti života našej spoločnosti.

Tabuľka environmentálnych aspektov spoločnosti Orange Slovensko

kategória činnosti	významné environmentálne aspekty
prevádzka siete	vizuálny vplyv antén vysielateľov spotreba energie na prevádzku
produkty & služby	odpad z použitých telefónov, notebookov, homeboxov a príslušenstva odpad z použitých batérií

Od roku 2008 využívame v našej spoločnosti aplikáciu elektronického schvaľovania dokumentov (procedúr, pracovných postupov a formulárov). Zavedenie elektronického systému schvaľovania dokumentov a interných žiadostí prináša zvýšenie kvality v riadení dokumentácie a v neposlednom rade aj zníženie spotreby papiera, čím sme opäť o niečo ohľadupľnejší k životnému prostrediu. V roku 2012 sme sa venovali prevažne podpore zberu mobilných telefónov, a to prevažne v spolupráci s vybranými základnými školami a regionálnymi oprávnenými organizáciami.

úspora elektrickej energie a znižovanie emisií CO₂

Aj v roku 2012 sa nám podarilo nájsť ďalšie zdroje úspory v spotrebe elektrickej energie v oblasti informačných systémov a sietí, kde sme pokračovali s úpravami miestností, ventilácie a klimatizácie. Napríklad programom na konsolidáciu a virtualizáciu serverov sme v roku 2002 pri počte 90 serverov dosiahli úsporu v spotrebe 0,24 GWh ročne a znížili emisie CO₂ ročne o 52 ton.

Naši zamestnanci využili v roku 2012 dvanásťkrát Rezervačný systém služobných vozidiel, kde je jednou z možností tzv. Car sharing pri služobných cestách. Vďaka tomu spoločne zabránili vzniku vyše pol tony emisií CO₂. Rezervačný systém služobných vozidiel v našej spoločnosti ponúka výzvu Možnosti využitia náhrady služobných ciest formou konferenčných hovorov. Ak zamestnanec aj napriek tomu zvolí možnosť služobnej cesty, musí ju zdôvodniť, čím sa snažíme taktiež redukovať produkciu CO₂ a využívať alternatívy využívania dopravných prostriedkov.

Špecifickou súčasťou zvyšovania povedomia v oblasti ochrany životného prostredia je aj každoročná organizácia projektu Európskeho týždňa mobility (ETM). Orange v týždni od 16. do 22. septembra 2012 vyzval svojich zamestnancov, aby na ceste do práce využili ekologické formy dopravy. Počas piatich dní trvania kampane sa ETM zúčastnilo celkovo 283 zamestnancov.

Náš záujem chrániť životné prostredie potvrdzuje aj naše nové sídlo v Bratislave, do ktorého sa Orange presťahoval v auguste 2012. Pri výbere novej budovy sa prihliadalo aj na environmentálne hľadisko – budova je ohľaduplná k životnému prostrediu i k jej „obyvateľom“. Pri jej výstavbe boli uplatnené ekologické princípy a riešenia, ktoré spĺňajú podmienky certifikácie budovy ako „zelenej“. Budova má šancu získať uznávaný ekologický certifikát Leadership in Energy and Environmental Design, a to ako prvá multifunkčná stavba na Slovensku. Zelené budovy sú energeticky efektívne, prinášajú napríklad úsporu energií, produkujú nižšie množstvo emisií CO₂, majú zníženú spotrebu vody.

zber nefunkčných telefónov, batérií a príslušenstva

Medzi naše významné ciele v oblasti ochrany životného prostredia patrí aj snaha všetkými dostupnými prostriedkami zozbierať z obehu naspäť čo najviac použitých elektrozariadení a zabezpečiť ich ekologickú likvidáciu. Aj v roku 2012 sme ponúkali našim zákazníkom nad rámec legislatívnych požiadaviek možnosť priniesť do predajne nefunkčný mobilný telefón (MT), batérie a príslušenstvo. Tento zber sme

mali zavedený vo všetkých vlastných predajniach. Naša spoločnosť zabezpečuje aj realizuje spätný odber elektrozariadení a batérií aj v celej distribučnej sieti – zákazník môže pri kúpe nového telefónu v každej predajni odovzdať starý nepotrebný telefón a naša spoločnosť bezplatne zabezpečí jeho ekologicky vhodnú likvidáciu.

Spoločnosť Orange Slovensko si na rok 2012 stanovila cieľ zozbierať 4,42 % použitých mobilných telefónov z celkového množstva na trh uvedených telefónov. Cieľ sa nám podarilo naplniť na úroveň 4,27 %. Aj keď sme stanovený cieľ nenaplnili úplne, podarilo sa nám identifikovať účinné spôsoby zberu MT, čo nám dáva priestor v roku 2013 podobný cieľ nielen dosiahnuť, ale aj ďaleko prekročiť. Dosiahnutím uvedeného výsledku sa nám podarilo zabrániť, aby cca 2,5 t elektroodpadu skončilo v komunálnom odpade a namiesto toho mohol byť ekologicky zlikvidovaný.

Výsledky sme dosiahli aj prostredníctvom nasledovných aktivít:

- spolupracou s vybranými základnými školami v rámci súťaží v zbere mobilných telefónov (zapojených celkovo 31 základných škôl z celého Slovenska v spolupráci s regionálnymi oprávnenými organizáciami),
- podporou interných súťaží v zbere mobilných telefónov u vybraných firemných zákazníkov,
- prostredníctvom súťaže v zbere použitých mobilných telefónov medzi zamestnancami našej spoločnosti,
- cez súťaž Zeleň pre mesto (súťaž pre zákazníkov, v rámci ktorej prispievajú k zlepšeniu životného prostredia aktiváciou služby elektronická faktúra alebo odovzdaním svojho starého mobilného telefónu),
- realizáciou vianočnej zbierky starých mobilov podporenej komunikačnou SMS kampaňou, v ktorej mohol každý náš zákazník odovzdať použitý mobilný telefón v rámci spätného odberu v ľubovoľnej partnerskej predajni a zároveň každým svojim odovzdaným telefónom prispieť sumou 1 euro na nadáciu Hodina deťom. Na základe tejto vianočnej mini SMS výzvy zákazníci Orangeu v období od 10. do 31. 12. 2012 priniesli len za tri týždne na predajné miesta spolu viac ako 7-tisíc nepoužívaných mobilných telefónov. Tie nielenže budú vďaka tomu ekologicky zlikvidované, ale zároveň pomohli deťom. Za každý mobilný telefón totiž venoval Orange 1 euro na zbierku Hodina deťom a celková suma 7 026 eur išla na pomoc a skvalitnenie života detí.

Tieto snahy a podporné nástroje na zvýšenie počtu spätne odovzdaných mobilov mali pozitívnu odozvu a prostredníctvom oboch systémov zberu a spätného odberu a vyššie uvedených špeciálnych aktivít sme zozbierali 24 704 ks mobilných telefónov, čo je viac ako 100% nárast oproti roku 2011.

zvyšovanie počtu užívateľov elektronickej faktúry

Elektronická faktúra a kontinuálne zvyšovanie počtu jej užívateľov má nielen pozitívny vplyv na komfort zákazníkov, ale aj na efektívne využívanie prírodných zdrojov – šetrenie papiera. Medziročne sa nám podarilo zvýšiť počet užívateľov elektronickej faktúry o 20 % oproti roku 2011. Elektronickú faktúru malo v roku 2012 aktívovaných takmer 900-tisíc zákazníkov.

separovaný zber papiera a plastových fliaš

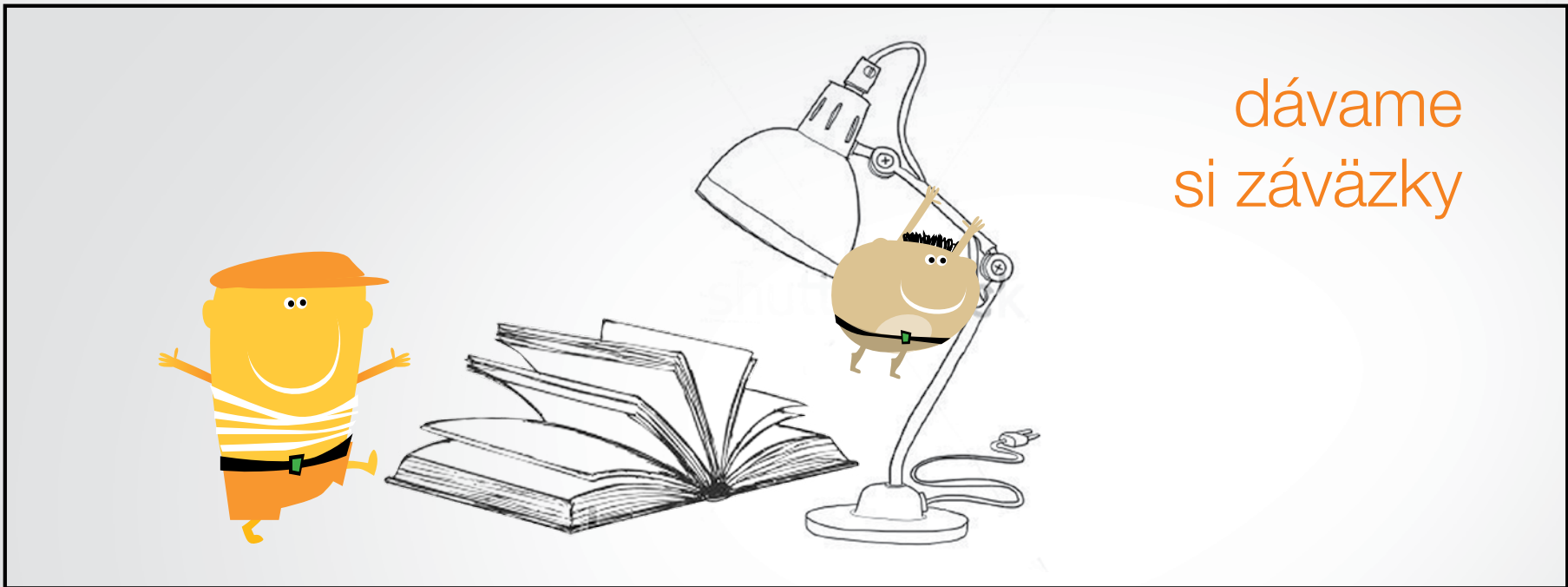
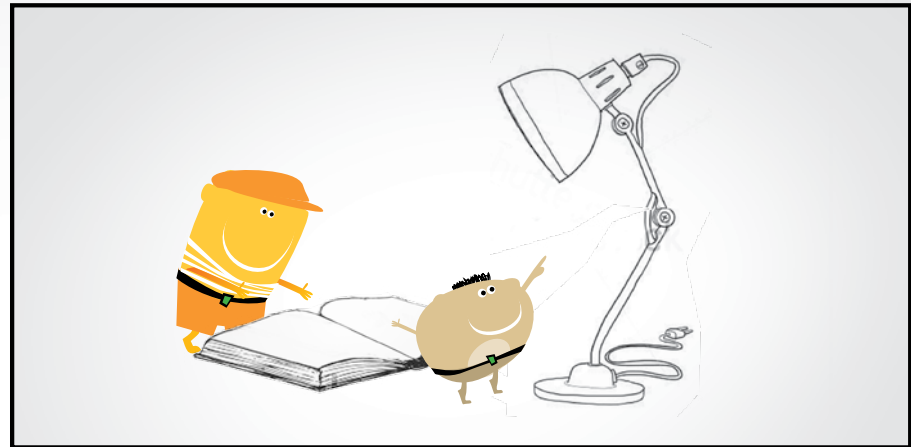
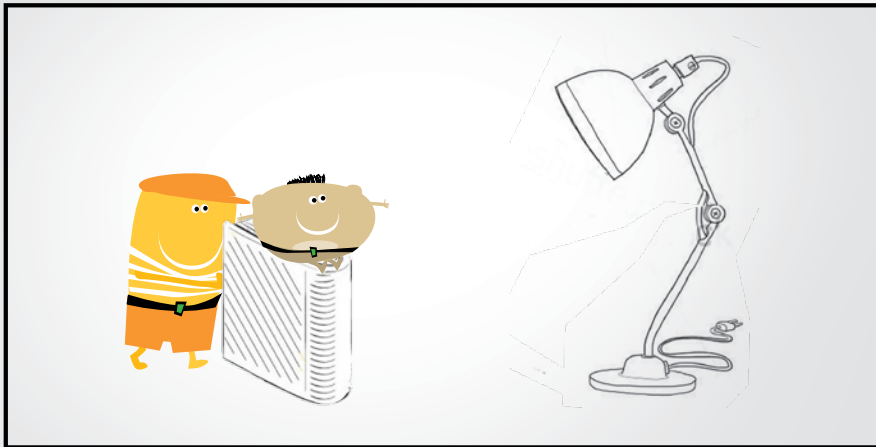
Separovaný zber papiera a plastových fliaš je aktivita, ku ktorej sa môže každý v spoločnosti Orange Slovensko pridať jednoducho. Od roku 2007 máme zavedený rozšírený separovaný zber papiera, resp. PET fliaš do našich vlastných predajní, administratívnych budov aj archívu a úspešne v ňom pokračujeme. Odpad odváža a zhodnocuje vybraná autorizovaná spoločnosť. V roku 2012 sa nám podarilo vyzbierať takmer 73,82 t papiera a 1,355 t plastových fliaš.

environmentálne riadenie dodávateľov

Keďže požiadavky normy ISO 14001:2004 sa vzťahujú aj na našich dodávateľov, kladieme dôraz aj na ich environmentálny prístup a na plnenie legislatívnych požiadaviek pre výkon činností s environmentálnym dosahom (príslušné autorizácie, súhlasy a oprávnenia). Dodávateľia služieb a tovarov sú pravidelne raz ročne hodnotení a kategorizovaní do skupín. Program Environmentálne riadenie dodávateľov nám umožňuje nielen riadiť vplyvy, ktoré máme na životné prostredie cez našich dodávateľov, ale aj zlepšiť transparentnosť a komunikáciu s dodávateľmi týkajúcu sa životného prostredia.

zeleň pre mesto

V roku 2012 sme opäť zrealizovali projekt Zeleň pre mesto, ktorý mal za cieľ podporiť zákazníkov v ekologických aktivitách a jeho výsledkom bola kultivácia zelene vo víťazných mestách. Zapojený bol automaticky každý zákazník, ktorý si na predajnom mieste Orangeu aktivoval elektronickú faktúru alebo odovzdal telefón a príslušenstvo. Za každú z aktivít získalo jeho mesto 1 bod. Podľa počtu získaných bodov bolo vyhodnotených 6 víťazných miest po celom Slovensku. Každé získalo 3 300 eur na výsadbu novej zelene v meste. Súťaž sa tento rok stretla opäť s vysokým záujmom. Spolu si viac ako 23 400 zákazníkov aktivovalo elektronickú faktúru. V porovnaní s prvým ročníkom súťaže je to nárast o takmer 27 %. Možnosť získať body pre svoje mesto odovzdaním starého mobilného telefónu využilo spolu 759 zákazníkov. V tomto ročníku sa popri šiestich víťazných mestách Orange rozhodol dodatočne venovať špeciálnu odmenu aj mestu Piešťany. Jeho obyvatelia totiž vyzbierali spomedzi všetkých miest najviac mobilov – z celkového počtu viac ako tretinu.



dávame
si závazky

štátne authority, legislatíva a regulačné vzťahy

Primárnym cieľom našej spoločnosti na domácom trhu je poskytovať našim zákazníkom kvalitu a hodnotu. Uvedomujeme si však, že popri špičkovej kvalite služieb je neoddeliteľnou súčasťou našej zodpovednosti v tejto oblasti aj uplatňovanie zodpovedných prístupov k marketingu a predaju služieb. Je našou povinnosťou zabezpečovať súlad našich komunikačných aktivít s príslušnými zákonmi v krajine, ako aj kódexom hlavného orgánu etickej samoregulácie – Rady pre reklamu.

Rozmer spoločenskej zodpovednosti je neoddeliteľnou súčasťou našich aktivít na trhu. Popri samozrejímavých aktivitách, medzi aké bezpochyby patrí povinnosť čestne a pravdivo informovať zákazníkov o všetkých aspektoch nami ponúkaných služieb, dlhodobo podnikáme tak, aby sme vytvárali pozitívne trendy a prichádzali stále s novými podnetmi, ktoré obohacujú vzťahy so zákazníkmi na trhu o nový rozmer.

záväzky na rok 2013

partner	aspekt	záväzky spoločnosti Orange Slovensko
zamestnanci	vzťah zamestnancov k spoločnosti a ku značke	<ul style="list-style-type: none"> worklife balance – zaviesť pružný pracovný čas zabezpečiť bezúrazovú prácu a bezpečné pracovné prostredie priblížiť filantropické a sponzoringové aktivity Orangeu
	dobrovoľníctvo zamestnancov	<ul style="list-style-type: none"> podporiť angažovanie sa zamestnancov vo verejnoprospešných aktivitách zefektívniť vzdelávanie o produktoch a službách Orangeu (e-learning)
zamestnanci predajnej siete	dobrovoľníctvo zamestnancov predajnej siete	<ul style="list-style-type: none"> podporiť angažovanie sa predajcov vo verejnoprospešných aktivitách
zákazníci	transparentnosť, jasnosť a jednoduchosť produktov a služieb	<ul style="list-style-type: none"> zjednodušiť a sprehľadniť komunikačné služby reflektujúce potreby zákazníkov ako reprezentantov rôznych cieľových skupín zvýšiť informovanosť zákazníkov o správnom využívaní služieb a moderných technológií zvýšiť počet zákazníkov využívajúcich elektronickú faktúru (50 %)
	ochrana detí a mládeže pred rizikami pri používaní nových komunikačných technológií	<ul style="list-style-type: none"> zvýšiť informovanosť o rizikách používania nových komunikačných technológií deťmi a možnostiach ich eliminácie (edukatívno-osvetová kampaň)
dodávatelia	transparentný výber, riadenie environmentálnych vplyvov a aplikácia etických zásad	<ul style="list-style-type: none"> skvalitnenie procesu hodnotenia
komunita	podpora filantropických a charitatívnych projektov a iniciatív	<ul style="list-style-type: none"> zefektívnenie procesu podpory verejnoprospešných aktivít a ich dopadu priblížiť širokej verejnosti činnosť Nadácie Orange
životné prostredie	ochrana životného prostredia	<ul style="list-style-type: none"> znižovať spotrebu energie vyzbierať 10 % z na trh uvedených mobilných telefónov

