

Orange Slovensko, a.s.



Správa o spoločenskej zodpovednosti za rok 2004

Správa o spoločenskej zodpovednosti za rok 2004



úvod

- 5 predslov generálneho riaditeľa skupiny Orange
- 5 predslov generálneho riaditeľa spoločnosti Orange Slovensko

niekoľko slov o nás

stratégia spoločensky zodpovedného podnikania

- 11 riadenie programu spoločenskej zodpovednosti
- 11 naše biznis princípy
- 13 filantropia ako súčasť spoločenského podnikania
- 13 pravidlá uvedenia biznis princíпов do praxe
- 13 reportovanie a nezávislé overovanie

prehľad plnenia záväzkov v roku 2004 voči jednotlivým partnerom

naši partneri

- 17 zamestnanci
- 20 zákazníci
- 23 dodávatelia a obchodní partneri

životné prostredie

zhnutie záväzkov v oblasti spoločenskej zodpovednosti na rok 2005

Vyhlásenie o nezávislom overení

prílohy

- 35 zhnutie kľúčových ukazovateľov spoločnosti Orange Slovensko za rok 2004
- 35 ďalšie informácie

návrátka

predslov generálneho riaditeľa skupiny Orange

My v skupine Orange veríme, že všade, kde podnikáme, sa môžeme od iných pozitívne odlíšiť. Aby sme naplnili vysoké očakávania našich zákazníkov - a zároveň naše vlastné - neustále dbáme na dodržiavanie sociálnych, etických a environmentálnych kritérií.

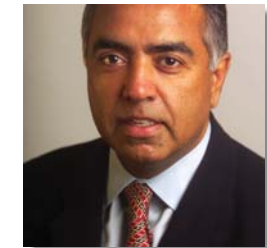
V tejto správe sa dozviete viac o cieľoch, ktoré sme si predsavzali splniť počas uplynulých 12 mesiacov, a o tom, ako sa nám to podarilo.

Keďže sme spoločnosť, ktorá pomáha ľuďom komunikovať a robiť veci spoločne, náš úspech závisí od zdravých, prosperujúcich komunit. Z toho vyplýva, že podnikanie v súlade s etickými princípmi je pre nás vždy dobrý biznis.



Budúcnosť je jasná, budúcnosť je Orange

Sanjiv Ahuja
CEO, Orange



predslov generálneho riaditeľa spoločnosti Orange Slovensko



Po roku vám predkladáme v poradí druhú Správu o spoločenskej zodpovednosti spoločnosti Orange Slovensko. V uplynulom roku sme na základe dialógu s našimi partnermi identifikovali oblasti, v ktorých sme považovali za dôležité napredovať a v súlade s nimi sme si stanovili záväzky na rok 2004. V tejto správe vás informujeme o tom, ako sa nám ich podarilo naplňovať a premietnuť do konkrétnych aktivít spoločnosti Orange Slovensko.

Spoločensky zodpovedné podnikanie je prirodzeným rozšírením našej podnikateľskej filozofie a hodnôt značky Orange. Byť priateľský a úprimný sú hodnoty, ktoré program rozvíja. Nie je nám ľahostajný dopad spoločenský, etický či ekologický dopad našich aktivít na život spoločnosti, v ktorej žijeme a pre ktorú pracujeme.

Sme presvedčení, že ak dôverne spoznáme naše silné a slabé stránky, ak o nich

budeme aj otvorene hovoriť, pomôže nám to k dynamickejšiemu a efektívnejšiemu napredovaniu. O spoločensky zodpovednom podnikaní našej spoločnosti chceme informovať čestne a transparentne. Veríme, že transparentnosťou, ktorou sa tento projekt vyznačuje, si nájdeme cestu a dôveru širokej verejnosti.

Radi by sme poznali váš názor na to, ako sa našej spoločnosti darí napredovať v oblasti spoločensky zodpovedného podnikania. Budeme radi, ak po prečítaní správy vyplníte priložený formulár a zašlete ho na adresu našej spoločnosti. Formulár je tiež dostupný na internetovej stránke www.orange.sk v sekcii Spoločenská zodpovednosť.



Ing. Pavol Lančarič, CSc.
generálny riaditeľ
Orange Slovensko, a.s.



Na slovenskom trhu pôsobíme od roku 1997, keď sme začali prevádzkovať digitálnu mobilnú sieť GSM na frekvencii 900 MHz. Od roku 2002 poskytujeme naše služby pod značkou Orange a obchodným menom Orange Slovensko, a.s.

Naším hlavným akcionárom so 64-percentným podielom na základnom imaní je skupina Orange prostredníctvom dcérskej firmy Wirefree Services Belgium, S.A. Zvyšné akcie vlastní konzorcium súkromných finančných investorov na čele s AIG New Europe Fund a Európska banka pre obnovu a rozvoj.

Administratívnym centrom spoločnosti je centrála v Bratislave, s organizačnými zložkami v Banskej Bystrici a v Košiciach. Spoločnosť Orange Slovensko zamestnávala ku koncu roka 2004 celkovo 1393 zamestnancov v hlavnom pracovnom pomere.

K 31. 12. 2004 evidovala naša spoločnosť viac ako 2,36 milióna aktívnych účastníkov. Naše služby poskytujeme prostredníctvom 174 predajných miest. V závere uplynulého roka sme prevádzkovali 1378 základňových vysielacích staníc.

Manažment spoločnosti Orange Slovensko:

Pavol Lančarič
generálny riaditeľ

Andrea Cocherová
riaditeľka Úseku komunikácie a značky

Ivan Golian
zástupca generálneho riaditeľa
riaditeľ Úseku informačných systémov & COO

Andrea Kopná
riaditeľka Úseku ľudských zdrojov

Libor Malota
riaditeľ Úseku služieb zákazníkom

Ivan Marták
riaditeľ Úseku stratégie a regulačných vzťahov

Zuzana Nemečková
riaditeľka Komerčného úseku

Dana Prekopová
riaditeľka Technického úseku

Hospodárske výsledky spoločnosti Orange Slovensko k 31. 12. 2004

	2004
celkové výnosy z hlavnej činnosti	19,2 mld. Sk
výnosy z poskytovaných služieb	18,7 mld. Sk
marža EBIDTA zo sieťových výnosov	46,29 %
počet aktívnych zákazníkov	2 360 573
pokrytie populácie signálom GSM	99,1 %
pokrytie územia signálom GSM	86,4 %

o skupine Orange

Orange je jednou z největších společností na světě, poskytujících mobilní komunikační služby, která působí v 16 krajínách. Ako stopercentná dcéra spoločnosti France Telecom SA je Orange jedným z vedúcich globálnych hráčov v telekomunikačnom priemysle. Ďalšie informácie o skupine Orange, jej pobočkách a poskytovaných službách sú dostupné na stránke www.orange.com.

Orange a korporátna zodpovednosť

Skupina Orange má celoskupinovú stratégiu spoločensky zodpovedného podnikania, platnú pre všetky jej pobočky. Detailné informácie o Programe spoločenskej zodpovednosti sú dostupné na internetovej stránke www.orange.com/responsibility. Orange ako jedna zo stopercentných dcérskych spoločností zohrávala kľúčovú úlohu pri vývoji stratégie spoločensky zodpovedného podnikania skupiny France Telecom v rokoch 2003 a 2004. Kľúčové prvky stratégie skupiny Orange boli revidované tak, aby boli zosúladené so stratégiou a smernicami spoločnosti France Telecom.

biznis princípy

Od roku 2002 je súčasťou Programu spoločenskej zodpovednosti skupiny Orange osem biznis princíпов, ktoré sumarizujú to, čo považujeme za našu zodpovednosť a ako ju chceme naplniť. Biznis princípy sú definované v súlade s Etickým kódexom spoločnosti France Telecom, ktorý bol uvedený do praxe v roku 2004.

pravidlá uvedenia biznis princíпов do praxe

Na úrovni skupiny Orange vyvinul niekoľko pravidiel uvedenia biznis princíпов do praxe. Tieto pravidlá sa týkajú spôsobu práce s dodávateľmi, manažmentu environmentálnych a zdravotných aspektov a etických štandardov očakávaných od zamestnancov.

Tieto pravidlá vyvinul Orange v úzkej spolupráci so spoločnosťou France Telecom, aby bol zabezpečený strategický súlad s jej existujúcimi pravidlami, ako napríklad Etickým kódexom. Príkladom je súhrn etických zásad, ktoré dopĺňajú princípy Etického kódexu spoločnosti France Telecom a ktoré sa týkajú zamestnancov v takých oblastiach ako korupcia a poskytovanie darov.

meranie

Dôležitou súčasťou Programu spoločenskej zodpovednosti je meranie, ktoré nám umožňuje verejnosti preukazovať dosiahnuté výsledky vo vzťahu k našim cieľom v oblasti spoločensky zodpovedného podnikania. Využívame pri tom rámec indikátorov, ktoré sú v súlade s našimi biznis princípmi. Indikátory sa týkajú širokého rozsahu sociálnych, etických a environmentálnych otázok a boli vyvinuté s ohľadom na pravidlá najlepšej praxe¹. Tieto indikátory nám umožňujú merať našu výkonnosť v čase a sú prehodnocované každý rok, aby zohľadňovali nové otázky, zmenu štruktúry podnikania a priority.

V roku 2004 sme spolupracovali na definícii indikátorov používaných v skupine France Telecom a prehodnotili sme náš existujúci rámec kľúčových ukazovateľov, aby sme ho zosúlادili so skupinou.

reportovanie

Doteraz boli zvolení koordinátori pre korporátnu zodpovednosť v 6 krajínách, kde Orange pôsobí (Francúzsko, Veľká Británia, Švajčiarsko, Rumunsko, Slovensko, Holandsko) a rozšírili tak sieť zodpovedných pracovníkov skupiny, ktorá sa stretáva štvrťročne s cieľom podeliť sa o najlepšie skúsenosti a diskutovať o výkonnosti v oblasti CSR (Corporate Social Responsibility). Tieto spoločnosti implementovali rámec auditu a reportovania skupiny a zverejnili správy o spoločenskej zodpovednosti za fiškálny rok.

Správa o spoločenskej zodpovednosti každej firmy sa týka spoločných tém, ktoré sú dôležité pre všetkých partnerov skupiny Orange a používa nové indikátory skupiny Orange a France Telecom na monitorovanie výkonnosti. Súčasťou správy sú tiež indikátory týkajúce sa špecifických otázok relevantných pre lokálne trhy.

Orange požiadal audítora, spoločnosť Ernst & Young, aby preskúmala implementáciu korporátneho Programu spoločenskej zodpovednosti v spoločnosti Orange Slovensko a presnosť vybraných informácií komunikovaných v tejto správe. Rozsah tohto overenia je súčasťou Vyhlásenia o nezávislom overení na strane 34.

Správy o spoločenskej zodpovednosti pobočiek skupiny Orange sú dostupné na internetovej adrese www.orange.com/responsibility.

programy pre komunity

Stratégia skupiny Orange pre korporátnu angažovanosť v práci s komunitami pod názvom Community Futures sa zameriava na spoločnú tému, ktorou je umožniť ľuďom participovať na spoločenskom živote využitím komunikácie. Všetky pobočky skupiny Orange podporujú aktivity v oblasti práce s komunitami v súlade s touto témou: prostredníctvom charity, vzdelávacích iniciatív a lokálnych grantových programov.

Orange pracuje na zosúlادení aktivít v oblasti komunit so skupinou France Telecom, ktorá sa zameriava na tri kľúčové témy:

- komunikácia a postihnutí (nepočujúci, nevidiaci, autizmus)
- komunikácia prostredníctvom hudby
- komunikácia prostredníctvom vzdelávania (gramotnosť, vzdelávanie dievčat v rozvojových krajínách).

rozsah správy

Táto správa hodnotí plnenie záväzkov definovaných v roku 2003 (Správa o spoločenskej zodpovednosti za rok 2003), mapuje úroveň spoločensky zodpovedného podnikania spoločnosti Orange Slovensko v období od 1.1. 2004 do 31.12. 2004 a stanovuje záväzky vyplývajúce z identifikácie prioritných oblastí na rok 2005 voči jednotlivým partnerom.



¹ Orange čerpal zo skúseností celosvetových neziskových organizácií ako Global Reporting Initiative (GRI), ďalej zo štandardov AA 1000 a Pravidiel OECD pre nadnárodné spoločnosti. Zároveň sme identifikovali indikátory relevantné vo vzťahu k vplyvom, ktoré ako telekomunikačná spoločnosť máme na prostredie.

GRI je nezávislá organizácia, čiastočne financovaná OSN. Vytvorila detailné pravidlá týkajúce sa obsahu firemných správ o spoločenskej a environmentálnej zodpovednosti a pravidiel ich merania.

AA1000 je systém, ktorý stanovuje, ako by mala byť auditovaná sociálna a environmentálna výkonnosť firiem. Vytvoril ho Inštitút pre sociálnu a etickú zodpovednosť (Institute of Social and Ethical Accountability), ktorý je nezávislou organizáciou podporujúcou firemnú zodpovednosť.

Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj (OECD) sa skladá zo zástupcov vlád 30 krajín sveta. OECD vykonáva prieskumy, vymieňa skúsenosti a vydáva odporúčania, ktoré sú dôležité pre globálny hospodársky rast.

riadenie Programu spoločenskej zodpovednosti

Od roku 2003 realizuje spoločnosť Orange Slovensko vlastný Program spoločenskej zodpovednosti, ktorý je súčasťou širšieho Programu spoločenskej zodpovednosti skupiny Orange. Projektovo sa programu v našej spoločnosti venuje 12-členný pracovný tím zložený zo zástupcov každého úseku spoločnosti Orange Slovensko pod vedením CSR projektového manažéra.



štyri piliere spoločensky zodpovedného podnikania:

- biznis princípy
- filantropia a charita
- pravidlá uvedenia biznis princíпов do praxe (napríklad procedúry Systému environmentálneho manažérstva v spoločnosti Orange Slovensko atď.)
- reportovanie a nezávislé preverovanie

naše biznis princípy

rešpektovanie potrieb

Počúvame našich partnerov a rešpektujeme navzájom svoje potreby.

S našimi partnermi (akcionármi, zamestnancami, zákazníkmi, regulačnými orgánmi, dodávateľmi, obchodnými partnermi či organizáciami v oblasti životného prostredia) chceme komunikovať otvorene a transparentne. Budeme počúvať a rešpektovať dôvernosť obchodných a osobných informácií, ktoré získame. O výsledkoch našej činnosti v sociálnej, etickej a environmentálnej oblasti pripravíme pravidelné správy overované nezávislými audítormi.

poctivosť

Podnikáme poctivo a čestne.

Naše obchodné vzťahy s partnermi musia byť založené na vzájomnej dôvere, spravodlivosti a otvorenosti. Budeme požadovať, aby sa naši zamestnanci vyhýbali osobným a finančným

konfliktom záujmov a aby odmietali podvodné postupy. Nebudeme tolerovať korupciu ani navádzanie na úplatky, ich platenie, prijímanie alebo schvaľovanie. Vytvoríme prostredie, v ktorom zamestnanci dostanú radu v etickej oblasti alebo pri potenciálnych konfliktoch. Nebudeme podporovať politické strany alebo organizácie s politickým zameraním.

transparentnosť

Rozvíjame čestné a transparentné vzťahy s dodávateľmi.

S našimi dodávateľmi a zmluvnými partnermi budeme spolupracovať tak, aby chápali a akceptovali naše podnikateľské zásady. Naše zmluvy s dodávateľmi budeme formulovať jasne a budeme plniť dohodnuté podmienky. Dodržiavajúc príslušné zákony zachováme dôverný charakter informácií, ktoré nám naši dodávateľia poskytujú. Aby sme mohli poskytnúť našim zákazníkom služby vysokej kvality za konkurencieschopné ceny, budeme rozvíjať vzťahy s globálnymi aj miestnymi dodávateľmi.

zamestnanci

Zamestnancom vytvoríme bezpečné pracovné prostredie a poskytneme im konkurencieschopné podmienky v zamestnaní.

Naším zamestnancom a zmluvným partnerom vytvoríme zdravé a bezpečné pracovné prostredie a poskytneme im konkurencieschopné podmienky zamestnávania. V pracovných vzťahoch je u nás samozrejmosťou vzájomná úcta, spolupráca a dôvera. Dodržiavajúc príslušné zákony Slovenskej republiky budeme rešpektovať dôvernosť osobných údajov našich zamestnancov. Budeme prehlbovať a zvyšovať ich kvalifikáciu a vytvoríme najlepšie podmienky pre ich ďalší osobný a odborný rozvoj.

zákazníci

Zákazníkom chceme poskytovať kvalitu, hodnotu a vynikajúce služby.

Zákazníkom chceme poskytovať cenovo výhodné, kvalitné a hodnotné služby a pri ich predaji a ponuke uplatňujeme zodpovedné marketingové prístupy. Považujeme za našu povinnosť, aby užívatelia boli čestne a pravdivo informovaní o zdravotných, bezpečnostných a environmentálnych aspektoch našich služieb, aby sa mohli na ich základe rozhodovať. Dodržiavajúc príslušné zákony Slovenskej republiky budeme chrániť dôverný charakter informácií, ktoré nám naši zákazníci poskytnú.

filantropia ako súčasť spoločensky zodpovedného podnikania

Spoločnosť Orange Slovensko svoje filantropické aktivity rozvíja dlhodobo a systematicky prostredníctvom neziskového fondu Konto Orange. Konto Orange je neinvestičný fond, ktorý vznikol 15. novembra 2002. Jeho zriaďovateľom je spoločnosť Orange Slovensko, a.s. Úsilím Konto Orange je podporovať rôzne skupiny obyvateľov a pomáhať riešiť ich problémy.

Programy Konto Orange sú zamerané predovšetkým na podporu vzdelávacích a voľnočasových aktivít, podporu regionálneho rozvoja, minoritných skupín (spolupráca s OZ Návrat), podporu charitatívnych programov (Darujte Vianoce) ako aj individuálneho darčovstva (mobilné finančné zbierky).

Konto Orange rozdelilo v minulom roku 17,25 miliónov Sk na filantropické a charitatívne aktivity.

komunity

Podporujeme miestne komunity a vedieme s nimi dialóg.

Chceme byť prínosom pre komunity v miestach, kde pôsobíme. S tým súvisí aj naša snaha spolupracovať s nimi na otázkach životného prostredia a zdravia. Naše základňové stanice musia zodpovedať vnútroštátnym alebo medzinárodným normám bezpečnosti a tam, kde je to možné, spĺňať ešte prísnejšie kritériá než stanovujú príslušné normy. Budeme sledovať nezávislé vedecké výskumy venované mobilnej komunikácii a zdraviu. Budeme podporovať programy zamerané na komunity využívajúce na komunikáciu našu technológiu, zdroje, prostriedky a skúsenosti, aby sme ľuďom umožnili plnšie sa podieľať na spoločenskom živote.

životné prostredie

Chceme sa zodpovedne venovať environmentálnym dopadom našej činnosti.

Činnosť, ktorú vykonávame, je spojená aj s našim vplyvom na životné prostredie. My si túto zodpovednosť plne uvedomujeme. Preto sa spoluprácou so zainteresovanými stranami budeme snažiť redukovať environmentálne dopady našich aktivít.

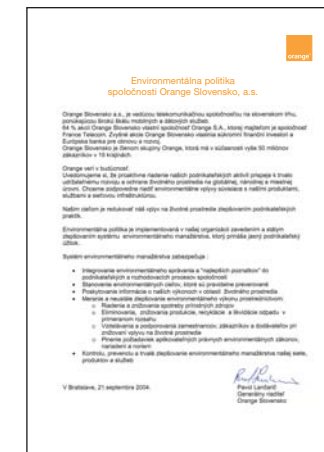
dlhodobý úspech

Chceme napĺňať finančné ciele a zodpovedne budovať dlhodobý úspech našej spoločnosti.

Chceme uplatňovať prísnejšie normy podnikania ako sú štandardne uplatňované postupy. Naše podnikateľské procesy musia zabezpečiť rentabilitu pre našich akcionárov a súčasne prínos pre našich zamestnancov. Veríme, že vďaka dosiahnutým výsledkom a nepretržitému rastu, bude náš podnik dobrou investíciou. Vo vzťahu k investorom budeme postupovať zodpovedne a otvorene. Naším zámerom je naplniť ich očakávania.

pravidlá uvedenia biznis princípov do praxe

V roku 2004 sme v rámci tretieho piliera pripravili procedúry pre systém environmentálneho manažérstva, ktorý bude v roku 2005 predmetom certifikačného auditu v súlade s normou ISO 14001:2004.



reportovanie a nezávislé overovanie





Program spoločenskej zodpovednosti je transparentný a jeho úspešnosť merateľná. Výkonnosť v oblasti spoločensky zodpovedného podnikania našej spoločnosti vyhodnocujeme pomocou indikátorov. V roku 2004 k indikátorom skupiny Orange pribudli indikátory definované spoločnosťou France Telecom a vlastné indikátory spoločnosti Orange Slovensko v oblasti hodnotenia vplyvu podnikania na životné prostredie. Vybrané indikátory spoločnosti Orange Slovensko sú predmetom tretej časti tejto správy.








Nezávislý a objektívny pohľad na našu správu zabezpečuje merateľnosť indikátorov a proces overenia správy. Spoločnosť Ernst & Young preskúmala evidenciu dokladujúcu vybrané stanoviská prezentované v tejto správe vo vzťahu k opatreniam, ktoré v rámci korporátneho Programu spoločenskej zodpovednosti realizovala naša spoločnosť. Vyhlásenie

o nezávislom overení je súčasťou tejto správy na strane 34. V roku 2004 vykonala naša spoločnosť ďalší cyklus dialógu s partnermi, identifikácie oblastí, v ktorých je potenciál zlepšovania a definovala priority v podobe záväzkov na rok 2005. Dialóg s partnermi prebiehal v rámci štandardných procesov a pracovných aktivít zodpovedných zamestnancov v kontakte s partnermi. Zároveň sme zhodnotili plnenie záväzkov v oblasti spoločensky zodpovedného podnikania za rok 2004.

prehľad plnenia záväzkov v roku 2004 voči jednotlivým partnerom

symboly

-  Ciel
-  Splnený cieľ
-  Čiastočne splnený cieľ
-  Nesplnený cieľ

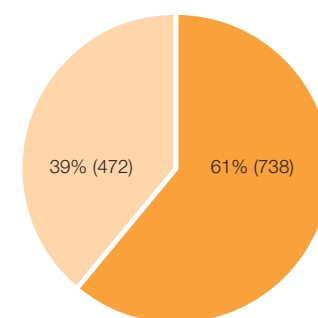
Zväzok	Stav	Komentár
zamestnanci		
Každoročne monitorovať spokojnosť zamestnancov vo vzťahu k pracovným podmienkam, pracovnému prostrediu, poskytnutým výhodám a sociálnemu programu.		Prieskumy realizované v júni (spokojnosť s benefitmi) a v decembri (prieskum celkovej spokojnosti) 2004 ukázali stúpajúcu spokojnosť zamestnancov.
Udržať si vedúce postavenie na trhu ako jedného z najlepších zamestnávateľov.		Aj v roku 2004 firma realizovala prieskum sociálnych a ekonomických výhod poskytovaných na trhu práce v Slovenskej republike.
Každoročným prieskumom monitorovať existujúce sociálne a finančné výhody na trhu, s cieľom poskytovať zamestnancom konkurencieschopné pracovné podmienky.		V roku 2004 bol odštartovaný program rozvoja manažérskych schopností založený na individuálnych plánoch rozvoja zamestnancov na všetkých manažérskych pozíciách. Každý zamestnanec získal možnosť vzdelávania prostredníctvom individuálneho plánu rozvoja vypracovaného v spolupráci s nadriadeným manažérom.
Implementovať program rozvoja manažérskych schopností, založený na individuálnych plánoch rozvoja pracovníkov na všetkých manažérskych pozíciách.		
Zabezpečiť všetkým zamestnancom prístup k individuálnemu plánu rozvoja.		
Rozvíjať dialóg členov manažmentu a špecialistov pre jednotlivé oblasti so zamestnancami prostredníctvom voľných diskusií formou týždenného chatu.		V roku 2004 prebehla príprava podmienok technického zabezpečenia platformy formou pravidelných chatov prostredníctvom intranetu. Z technických príčin sa implementácia projektu presunula na rok 2005. Zároveň došlo k prehodnoteniu formy komunikácie vzhľadom na výsledky prieskumu spokojnosti zamestnancov s kvalitou internej komunikácie v decembri 2004.
zákazníci		
Popri existujúcich nástrojoch monitorovania spokojnosti zákazníkov zaviesť projekt na vyhodnotenie spokojnosti zákazníkov so službami Úseku služieb zákazníkov.		Orange Slovensko úspešne implementoval program Scorange na monitorovanie a vyhodnocovanie spokojnosti zákazníkov s poskytovanou starostlivosťou Úseku služieb zákazníkov.
komunity		
Pravidelne a transparentne informovať verejnosť o filantropických projektoch Orange Slovensko tak, aby sa v súlade s ich podmienkami mohol každý zapojiť.		Orange Slovensko aj v roku 2004 informoval verejnosť o svojich projektoch prostredníctvom tlače, na internetovej stránke www.kontoorange.sk ako aj prostredníctvom komunikačných kampaní.
Prostredníctvom prieskumov sledovať, ako verejnosť vníma filantropické aktivity spoločnosti Orange Slovensko a ako tieto aktivity ovplyvňujú prístup verejnosti k značke Orange.		Spoločnosť na pravidelnej báze vykonávala prieskumy vnímania filantropických aktivít ako súčasť prieskumov Market Mind vykonávaných agentúrou AISA.
Zapájať zamestnancov firmy do projektov v úlohe darcov financií, času alebo poznatkov.		V roku 2004 spoločnosť vyhlásila a podporila zamestnanecký grantový projekt v hodnote 700 tisíc Sk.

Zväzok	Stav	Komentár
komunity (pokračovanie)		
Pokračovať vo filantropických projektoch v súlade so stratégiou skupiny Orange a zároveň ich prispôbiť lokálnym potrebám a možnostiam trhu.		Orange Slovensko v roku 2004 pokračoval v realizácii vybraných projektov z roku 2003 a spustil nové projekty (viď str. 24 tejto správy).
životné prostredie		
Poskytovať verejnosti relevantné a pravdivé informácie o elektromagnetických emisiách z telekomunikačných zariadení.		Spoločnosť v roku 2004 začala poskytovať informácie o vplyve elektromagnetického vyžarovania základňových staníc a mobilných telefónov. Informácie poskytuje spoločnosť aj prostredníctvom web stránky www.orange.sk (informácie o vyžarovaní výkone SAR telefónov priamo v technickej špecifikácii ponuky telefónov). Zároveň spoločnosť sprístupnila brožúru Svetovej zdravotnej organizácie o elektromagnetických poliach. Informácie o hodnotách vyžarovacieho výkonu mobilných telefónov spoločnosť poskytuje aj prostredníctvom Zákazníckej linky.
Zaviesť systém environmentálneho manažérstva.		Orange Slovensko v roku 2004 implementoval systém environmentálneho manažérstva, ktorý bude v roku 2005 predmetom certifikácie podľa normy ISO 14001:2004.
Prípraviť a vyhodnotiť scenáre intenzívnejšieho používania recyklovaného papiera pri faktúrach zákazníkov.		Podľa vyjadrenia dodávateľa by použitie recyklovaného papiera zvýšilo poruchovosť tlačiarne a ohrozilo včasné zasielanie faktúr. Súčasná technická podmienka nedovoľujú intenzívnejšie využívať recyklovaný papier na tlač faktúr.
štátne authority, legislatíva a regulačné vzťahy		
Zorganizovať pracovný seminár „Dominantná pozícia a významná pozícia na trhu“ s cieľom objasniť existujúce nezrovnalosti a rozdiely v interpretácii Zákona o ochrane hospodárskej súťaže a Zákona o elektronických komunikáciách.		Keďže plánovaný workshop bol vzhľadom na ohlásenú zmenu zákona o hospodárskej súťaži presunutý do roku 2005, uskutočnilo sa neformálne stretnutie na túto tému.
Zorganizovať pracovný seminár so zástupcami Telekomunikačného úradu Slovenskej republiky s cieľom podrobnejšie určiť a definovať inštitút významnej pozície na trhu (relevantných trhoch), aby bolo možné flexibilne poskytnúť potrebné údaje a dokumenty pre analýzy TÚ SR o telekomunikačnom trhu.		Stretnutie so zástupcami TÚ SR a hlavných telekomunikačných operátorov v Slovenskej republike sa uskutočnilo 29. marca 2004.
Iniciovať prípravu štúdie o možnosti začať certifikáciu spoločnosti Orange Slovensko v oblasti podnikovej bezpečnosti a ochrany osobných údajov.		Realizácia štúdie sa stala bezpredmetnou vzhľadom na rozhodnutie o súlade podnikovej bezpečnosti s normou ISO 17799 na úrovni skupiny Orange a vzhľadom na vykonané bezpečnostné audity v spoločnosti Orange.

zamestnanci

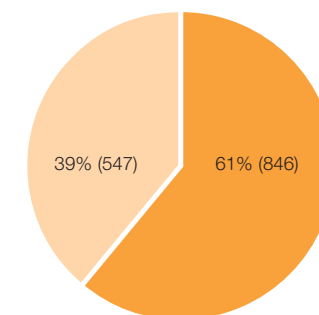
Počet zamestnancov našej spoločnosti ku koncu roka 2004 predstavoval 1393, z toho 61 % mužov a 39 % žien. Prijatých bolo 298 nových zamestnancov, pričom zo spoločnosti v priebehu roka odišlo 114 zamestnancov. V roku 2004 sme zamestnávali troch zamestnancov so zníženou pracovnou schopnosťou. Priemerná doba zamestnanosti v našej spoločnosti dosiahla 4 roky.

Počet zamestnancov spoločnosti Orange Slovensko (2003)



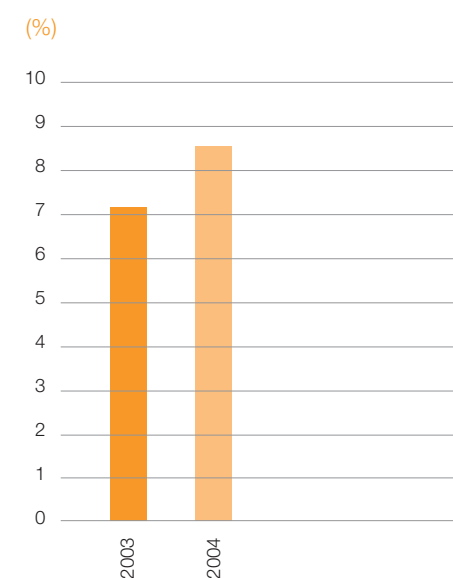
muži
ženy

Počet zamestnancov spoločnosti Orange Slovensko (2004)

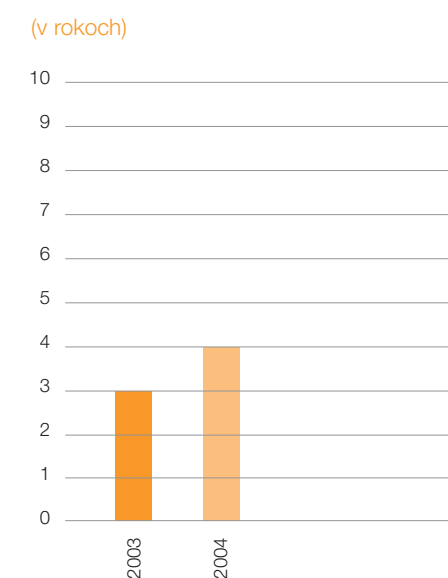


muži
ženy

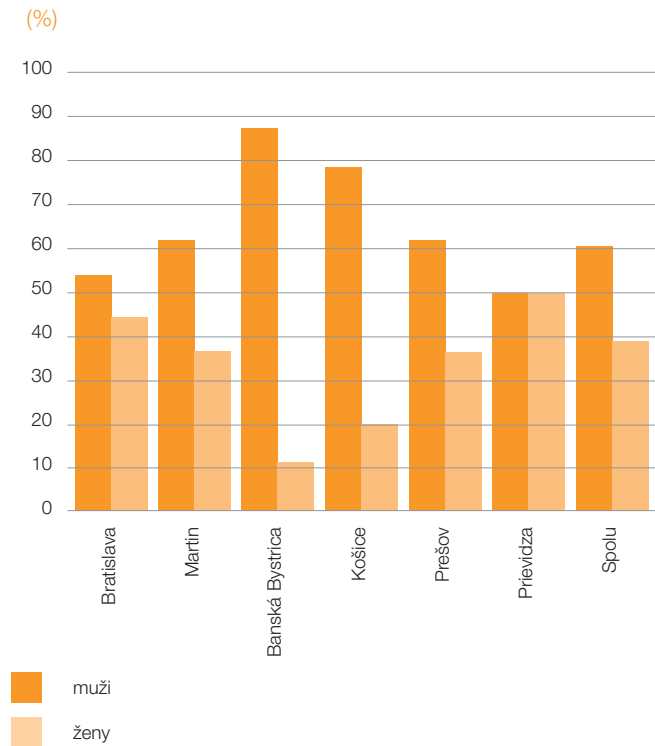
Miera fluktuácie



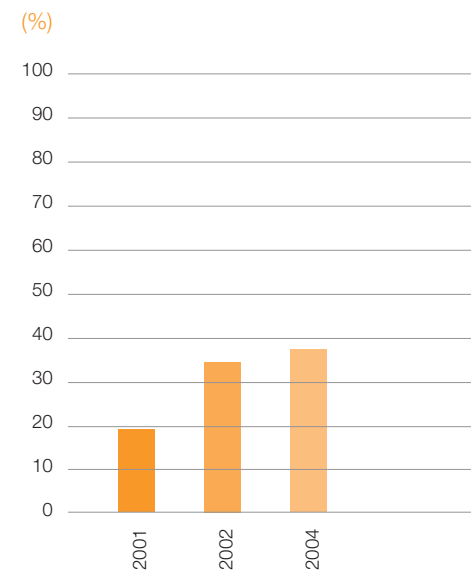
Priemerná dĺžka zamestnanosti stálych pracovníkov



Štruktúra zamestnancov podľa pohlavia a regiónov v roku 2004



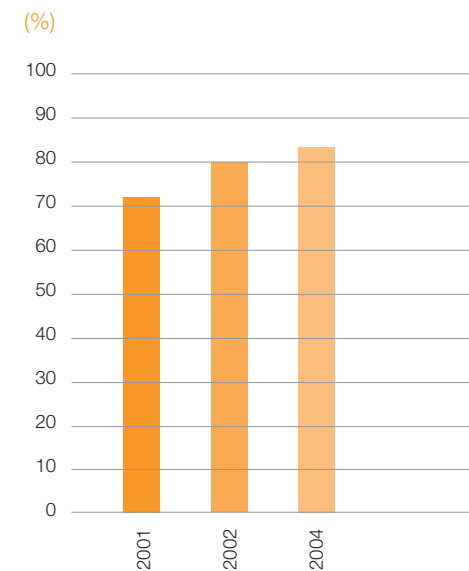
Prieskum spokojnosti zamestnancov s komunikáciou medzi úsekmi a oddeleniami



V roku 2003 sme identifikovali niekoľko kľúčových tém v oblasti ľudských zdrojov, ktorým sme sa v uplynulom roku rozhodli systematicky venovať. Jednou z nich bola potreba pokračovať v monitorovaní a vyhodnocovaní spokojnosti zamestnancov so svojím zamestnávateľom. Prieskum, ktorým sme v roku 2004 nadviazali na prieskumy z rokov 2001 a 2002 preukázal zvýšenie spokojnosti zamestnancov. Spokojnosť so svojím zamestnávateľom deklarovalo v roku 2004 o takmer 17 % (v percentuálnych bodoch) viac zamestnancov ako v roku 2001 a o 5 % (v percentuálnych bodoch) viac ako v roku 2002.

Pozitívny vývoj nastal aj v oblasti zníženia podielu zamestnancov deklarujúcich nespokojnosť so svojím zamestnávateľom z hodnoty 11,7 % v roku 2001 resp. 5,9 % v roku 2002 na 2,3 % v roku 2004.

Spokojnosť zamestnancov so zamestnávateľom



	2003	2004
Ročný rozpočet na školenie:	34 012 000 Sk	38 207 379 Sk
Počet dní uskutočnených školení:	4924	7550
Počet zamestnancov v %, ktorí sa zúčastnili aspoň jedného školenia počas roka:	71 %	86 %

Zamestnanci absolvovali 7550 dní školení, ktoré boli zamerané na rôzne oblasti osobného rozvoja. V priemere absolvoval každý zamestnanec 5,6 tréningových dní.

Prieskum priniesol niektoré poznatky, ktoré sú dôležité pre ďalšie zvyšovanie spokojnosti zamestnancov so svojím zamestnávateľom, ako aj s kvalitou komunikácie v rámci firmy. Medzi najvýznamnejšie závery prieskumu patrí:

- potreba dialógu zamestnancov s predstaviteľmi manažmentu pri neformálnych rozhovoroch o otázkach, ktoré oni vnímajú ako problematické
- potreba hľadať nástroje na skvalitnenie komunikácie medzi úsekmi a oddeleniami.



Predpokladom zvyšovania spokojnosti zamestnancov je aj cielený program rozvoja manažmentu, vytvorenie individuálneho plánu rozvoja pre všetky manažérske pozície a zabezpečenie individuálneho plánovania rozvojových aktivít pre všetkých zamestnancov v roku 2004.

Na základe interného prieskumu spokojnosti zamestnancov, ako aj ďalších foriem dialógu, sme si na rok 2005 stanovili nasledovné prioritné projekty:

- vytvorenie platformy pre priamu komunikáciu zamestnancov s topmanažmentom firmy v rámci projektu „Hovorte s riaditeľom“ -sprístupnenie možnosti neformálnych osobných stretnutí každého zamestnanca s generálnym riaditeľom spoločnosti
- ďalšia vlna prieskumu spokojnosti zamestnancov, organizovaného každý rok.

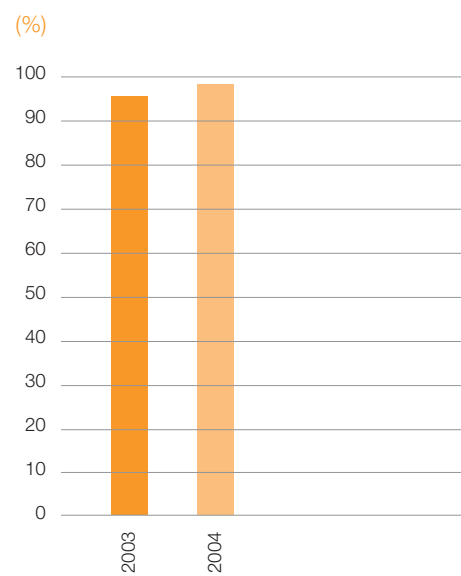
zákazníci

V roku 2004 sa naša spoločnosť stala najväčším telekomunikačným operátorom na Slovensku nielen v počte zákazníkov, ale aj vo výnosoch. Služby spoločnosti Orange Slovensko využívalo v závere uplynulého roka viac ako 2,36 milióna zákazníkov.

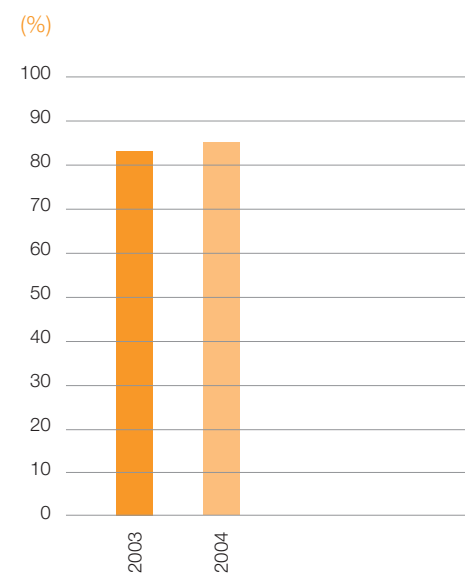


Komerčné aktivity našej spoločnosti sa v roku 2004 v podstatnej miere sústreďovali na oblasť migrácie užívateľov predplatených kariet na mesačné paušály, pričom tieto komerčné ponuky využilo takmer 130 tisíc zákazníkov. V oblasti investícií sa naša spoločnosť sústredila predovšetkým na ďalšie skvalitňovanie pokrytia, ako aj rozširovanie pokrytia a sprístupnenie rýchlych mobilných dátových prenosov s technológiou EDGE, ktorá bude spustená v prvom štvrtroku 2005.

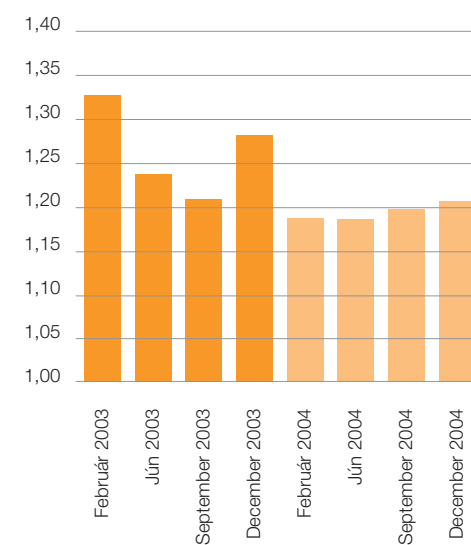
vývoj pokrytia signálom GSM
pokrytie populácie



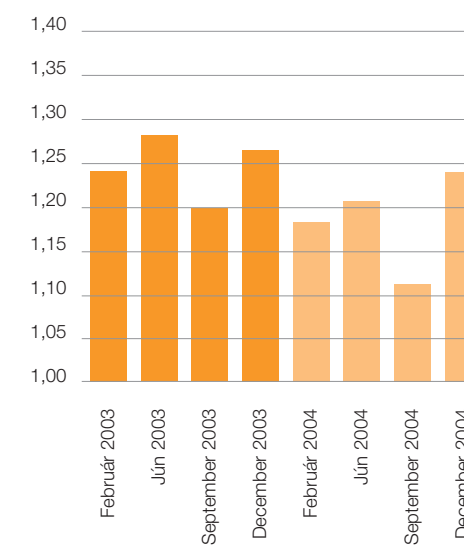
vývoj pokrytia signálom GSM
pokrytie územia



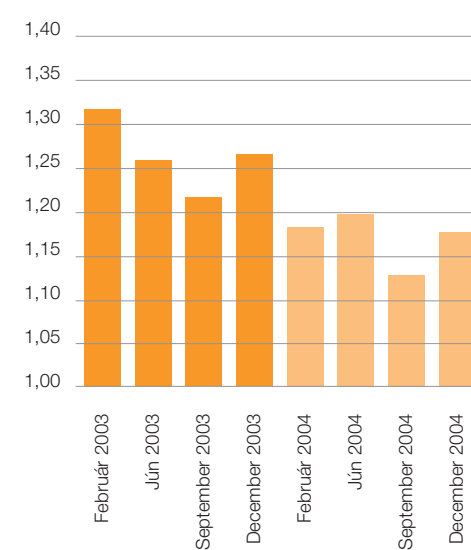
nedostupnosť siete GSM v rokoch 2003 a 2004
(zdroj: DICIO)



vnímanie problémov s kvalitou hovorov
(zdroj: DICIO)



miera padnutých hovorov v rokoch 2003 a 2004
(zdroj: DICIO)



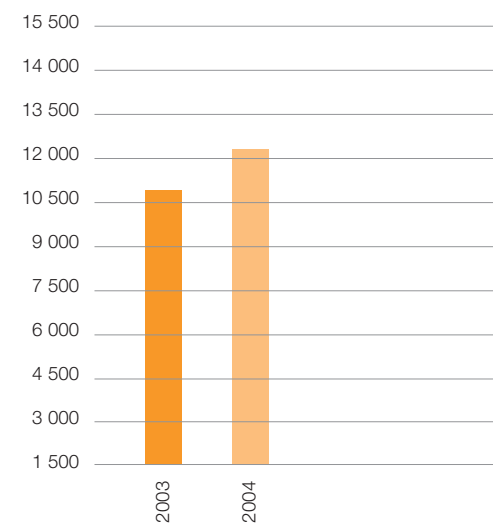
Vysvetlivky:
Stupnica grafu ukazuje frekvenciu výskytu problému

- 1 - nikdy
- 2 - niekedy
- 3 - často
- 4 - veľmi často

Jedným z kľúčových programov s cieľom ďalšieho zvyšovania spokojnosti zákazníkov s poskytovanou starostlivosťou bolo zavedenie programu monitorovania spokojnosti zákazníkov so službami zákazníckych liniek pod názvom Scorange.

Spokojnosť zákazníkov s poskytovanými službami zisťujeme prostredníctvom pravidelných prieskumov. Patrí medzi ne prieskum spokojnosti TRIM vykonávaný jedenkrát ročne, prieskum spokojnosti so sieťou SatNet vykonávaný kvartálne a prieskum spokojnosti s poskytovanými biznis službami TRIM BUSINESS. Prieskum TRIM preukázal v roku 2004 stabilnú úroveň spokojnosti zákazníkov a ich lojalitu k značke Orange. Priemerná hodnota TRIM indexu dosiahla v roku 2004 hodnotu 93 bodov, čo je vyššia hodnota ako u konkurencie a nachádza sa nad úrovňou priemeru krajín Európskej únie.

priemerný počet vybavených hovorov denne na zákazníckych linkách



V roku 2005 plánujeme pokračovať v aktivitách v oblasti rozširovania pokrytia a kapacity siete.

Prioritou pre nás na rok 2005 ostáva zachovanie vedúcej pozície operátora s najlepším pokrytím obyvateľstva signálom EDGE pre vysokorychlostný mobilný prístup k internetu.

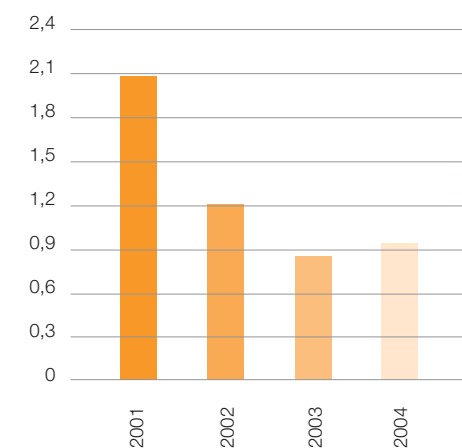
Napriek nárastu komplexnosti ponuky, rozsahu poskytovaných služieb a zákazníckej bázy sme v uplynulom roku zaznamenali stabilný vývoj počtu reklamácií na tisíc zákazníkov. V uplynulom roku zaslali zákazníci viac ako 25 380 reklamácií, pričom priemerná dĺžka vybavenia reklamácií bola 9,21 dní.

Výsledkom spokojnosti zákazníkov je aj stabilná úroveň úbytku zákazníkov, ktorá je výrazne pod úrovňou priemeru krajín Európskej únie a v roku 2004 dosiahla hodnotu 17,7 %.

dodávateľia a obchodní partneri

V uplynulom roku sme spolupracovali s vyše 2000 aktívnymi dodávateľmi. Z nich takmer päťdesiatka patrí do skupiny kľúčových, tak z pohľadu dôležitosti, ako aj objemu dodávok. Ide o dodávateľov, ktorí spolupracujú so skupinou Orange alebo France Telecom.

počet reklamácií na 1000 zákazníkov



Pri zavádzaní Systému environmentálneho manažérstva sme identifikovali potrebu spolupráce aj s dodávateľmi.

- Na základe toho sa naša spoločnosť zaväzuje v roku 2005 implementovať projekt environmentálneho riadenia dodávateľov.



Podarilo sa nám naplniť všetky záväzky stanovené v tejto oblasti na rok 2004. S cieľom zjednodušiť prístup verejnosti k projektom v oblasti filantropie sme v roku 2004 sprevádzkovali internetovú stránku www.kontoorange.sk.

komunita

V roku 2003 sme medzi priority v oblasti práce s komunitami zaradili potrebu pokračovať v monitorovaní vnímania našich aktivít v oblasti filantropie na báze prieskumov Market Mind. Cieľom týchto prieskumov je zisťovať, akým spôsobom uvedené aktivity ovplyvňujú vnímanie značky Orange verejnosťou. Súčasťou plánov na rok 2004 bola aj realizácia prvého grantového programu pre zamestnancov firmy s cieľom zapojiť ich do filantropických aktivít spoločnosti v úlohe darcov financií, poznatkov a svojho voľného času.

zamestnanecký grantový program

V roku 2004 sme vyhlásili prvý zamestnanecký grantový program, v ktorom firma vyčlenila 700 tisíc korún na podporu individuálnych projektov zamestnancov týkajúcich sa regionálneho rozvoja.

Zamestnanecký grantový program podporoval aktivity zamestnancov spoločnosti Orange, ktoré realizovali vo svojom voľnom čase, v prázdninových mesiacoch roku 2004. Cieľom programu bolo zvýšiť povedomie o filantropii medzi zamestnancami. Zároveň sme sa orientovali na podporu aktívnych zamestnancov, ktorí darcami už sú alebo majú chuť sa nimi stať. Našou snahou bolo aj zvýšenie lojality zamestnancov voči spoločnosti a rozvoj regiónov prostredníctvom zveladenia mesta, kraja alebo oblasti, ktorá je predkladateľovi blízka.

V rámci zamestnaneckého programu bolo predložených 43 žiadostí, z toho bolo podporených 37 finančne a 2 zamestnanci boli podporení nefinančne formou vecného daru (počítač). Celková výška prerozdelených finančných prostriedkov bola 671 320 Sk. V neposlednom rade sme pokračovali v realizácii radu aktivít v oblasti filantropie v súlade so strategickým zameraním Konta Orange. Zároveň sme dokázali flexibilne reagovať na potreby komunity zorganizovaním viacerých mobilných finančných zbierok, z ktorých najvýznamnejšia z hľadiska objemu sa stala mobilná finančná zbierka v súvislosti s prírodnou katastrofou v Tatrách.

Školy pre budúcnosť

Program Školy pre budúcnosť, ktorý Konto Orange vyhlásilo už po druhýkrát, posilňuje pozitívne trendy vo vzdelávacom systéme a vnáša tvorivé a invenčné postupy do vzdelávania detí na základných školách a osemročných gymnáziách po kvartu.

Cieľom programu je zmena spôsobu vyučovania na základných školách, nie však jeho obsahu. Snahou je podporiť pozitívne trendy vo vzdelávacom systéme, ktoré umožnia rozvíjať talent a zručnosti detí, prejavíť ich osobnosť a získať pritom nové informácie zaujímavým a interaktívnym spôsobom. Program podporuje projekty aktívnych učiteľov základných škôl.

Do programu sa prihlásilo 675 projektov. Výberová komisia vybrala 112 z nich, ktoré Konto Orange podporilo sumou takmer 3 milióny slovenských korún. Najviac ocenených projektov bolo zaslaných z Banskobystrického (28) a Košického kraja (26).

Nechajte školu ožiť

Konto Orange vyhlásilo v roku 2004 prvý ročník grantového programu pre stredoškôľakov, so zameraním na komunikáciu. Program podporil projekty, ktoré vytvárajú priestor na vyjadrenie názorov mladých ľudí, na otvorenú komunikáciu medzi študentmi samotnými, učiteľmi a rodičmi navzájom. Podporil aj realizáciu študentských kultúrnych a umeleckých aktivít. Konto Orange podporilo projekty, ktoré sa venujú získavaniu skúseností z reálneho života, alebo prezentácii školy a študentského života. V školskom roku 2004/2005 predložili stredoškôľáci 320 projektov, z ktorých bolo celkovou sumou takmer 3 milióny slovenských korún podporených 111 projektov. Najviac vybraných projektov bolo zaslaných z Prešovského (36) a Košického kraja (19).

Darujte Vianoce

Hlavným cieľom charitatívneho programu Darujte Vianoce bolo motivovať jednotlivcov, ale i organizované skupiny ľudí k tomu, aby svoj čas, energiu a čiastočne aj financie obetovali pre iných počas najkrajšieho obdobia v roku.

Prostredníctvom ľudí, ktorí sa zapojili do programu, darovalo Konto Orange aspoň kúsok vianočnej pohody ľuďom trpiacim núdzou alebo žijúcim na periférii spoločnosti; deťom, ktoré trávili Vianoce v nemocniciach a v diagnostických ústavoch; ľuďom, ktorí sa z akýchkoľvek príčin ocitli počas Vianoc na ulici alebo nemohli prežiť Vianoce so svojou rodinou; alebo tým, ktorí už žiadnu rodinu nemajú a prežili by Vianoce sami.

Do programu bolo zaslaných 475 žiadostí. Výberová komisia z nich vybrala 204, ktoré Konto Orange podporilo celkovou čiastkou 3 milióny slovenských korún.

Po prvýkrát bola súčasťou programu aj mobilná finančná zbierka realizovaná v spolupráci so spoločnosťou Orange Slovensko. Vďaka zbierke sa podarilo vyzbierať 63 400 Sk. Vyzbieranou sumou Konto Orange podporilo ďalších päť projektov, ktoré odporučila výberová komisia.

Program Darujte Vianoce realizovalo Konto Orange v uplynulom roku už tretíkrát.

Kluby darcov

Kluby darcov sú spoločnou iniciatívou Asociácie komunitných nadácií, Konta Orange a Slovenskej sporiteľne. Táto iniciatíva už druhý rok zblízuje ľudí ochotných dlhodobo pomáhať regiónu, v ktorom sa narodili, v ktorom žijú alebo ktorý majú radi.

Hlavným cieľom programu Kluby darcov je podieľať sa na vytváraní kultúry darovstva na Slovensku, motivovať ľudí stať sa pravidelnými darcami a vytvoriť priestor, v ktorom sa darovanie stane zážitkom a zaujímavou skúsenosťou. Kluby darcov sa vytvárajú v komunitných nadáciách, ktoré sú členmi Asociácie komunitných nadácií.

Prvý ročník programu iniciovala, koncom roka 2003, Asociácia komunitných nadácií, pričom partnermi projektu sa stali Konto Orange a Slovenská sporiteľňa. Komunitné nadácie vyzývali potencionálnych darcov do júla 2004.

Konto Orange a Slovenská sporiteľňa navýšili každý príspevok individuálneho darcu o rovnakú čiastku akou prispeli individuálni darcovia – do výšky 50 000 Sk pre každú komunitnú nadáciu. Konto Orange prispelo celkovou čiastkou 435 700 Sk.

O spôsobe rozdelenia zhromaždených finančných prostriedkov rozhodli samotní darcovia, ktorí na projekt prispeli.

K projektu Klub darcov v roku 2004 sa pripojili Komunitná nadácia Bratislava, Malokarpatská komunitná nadácia – Révia, Komunitná nadácia Liptov, Nitrianska komunitná nadácia, Trenčianska nadácia, Komunitná nadácia Veľký Šariš, Komunitná nadácia Prešov, Komunitná nadácia Modrá Torysa, Lipany, Komunitná nadácia Zdravé mesto Banská Bystrica a Komunitná nadácia Bardejov.

spolupráca s občianskym združením Návrat

Návrat je občianske združenie, ktoré vyhľadáva a pripravuje záujemcov o adopciu, pestúnsku starostlivosť a profesionálnu výchovu v rodinách.

Zámerom dlhodobej spolupráce Konta Orange a združenia Návrat je vrátiť deti do ich prirodzeného prostredia - do rodín. Výsledkom spolupráce s OZ Návrat je Infolinka nielen o adopcii a stránka www.adopcia.sk.

Hodina deťom

V spolupráci s Nadáciou pre deti Slovenska sa spoločnosť Orange Slovensko rozhodla podporiť zmysluplné využitie voľného času detí a mladých ľudí na Slovensku vyhlásením mobilnej finančnej zbierky.

Deň narcisov

Na finančnej zbierke spolupracuje spoločnosť Orange Slovensko s Ligou proti rakovine od roku 2001. Výťažok mobilnej finančnej zbierky poslúži pri podpore prevencie, včasnej diagnostiky a liečby rakoviny na Slovensku.

Ostrovy života

Orange Slovensko s Nadáciou Markíza získali pre detské oddelenia viacerých nemocníc nové zdravotnícke prístroje, ktoré umožňujú presnejšie diagnózy a kvalitnejšiu liečbu.

Unicef

Orange Slovensko pravidelne prispieva na projekty, ktoré sú zamerané na pomoc deťom v rozvojových krajinách, najmä v oblasti zdravia, vzdelania, dodávky pitnej vody a sanitácie.

Vráťme život Tatrám

V súvislosti s veternou kalamitou, ktorá v novembri 2004 postihla Tatry, vyhlásilo Konto Orange mobilnú finančnú zbierku na pomoc postihnutým oblastiam a obnovu Tatranského národného parku. Prispieť možno zaslaním SMS správy v sieti Orange Slovensko do konca mája 2005.

Konto Orange venovalo na odstraňovanie následkov veternej kalamity mestu Vysoké Tatry 3 milióny slovenských korún.

Na základe spätnej väzby na naše filantropické aktivity a odozvy u našich zamestnancov pre nás aj v roku 2005 ostáva prioritou vytvárať naďalej podmienky pre efektívny prístup verejnosti k finančnej podpore zo zdrojov Konta Orange.

- Naším zámerom v roku 2005 je preto pokračovať v informovaní verejnosti pravidelným a transparentným spôsobom o našich filantropických projektoch, aby sa o pomoc mohol uchádzať každý; oslovovať cieľové skupiny projektov, monitorovať využitie prostriedkov a získavať spätnú väzbu
- monitorovať vnímanie filantropických aktivít verejnosťou na báze prieskumov Market Mind a jeho vplyv na vzťah verejnosti k značke Orange Slovensko
- zapájať zamestnancov firmy do filantropických projektov ako darcov peňazí, času a vedomostí.





Zohľadňovanie environmentálnych aspektov v podnikaní je jedným z biznis princípov Programu spoločenskej zodpovednosti skupiny Orange. V rámci programu sme sa rozhodli systematicky riadiť dopad našich aktivít na životné prostredie a v roku 2004 sme začali v našej spoločnosti implementáciu systému environmentálneho manažérstva.

Systém environmentálneho manažérstva zabezpečuje:

- Integrovanie environmentálneho správania a najlepších poznatkov do procesov spoločnosti.
- Stanovenie environmentálnych cieľov, ktoré sú pravidelne overované.
- Meranie a trvalé zlepšovanie environmentálneho výkonu prostredníctvom:
 - riadenia a znižovania spotreby prírodných zdrojov
 - vzdelávania a podporovania zamestnancov, zákazníkov a dodávateľov pri znižovaní vplyvu na životné prostredie
 - plnením požiadaviek aplikovateľných právnych environmentálnych zákonov, nariadení a noriem.
- Kontrolu, prevenciu a trvalé zlepšovanie environmentálneho manažérstva našej siete, produktov a služieb.

Environmentálne manažérstvo vytvára systém práce, ktorý podporuje náš postoj voči životnému prostrediu. V súlade so zavedením systému došlo k prepracovaniu a zosúladieniu všetkých relevantných procedúr a bol vytvorený zoznam environmentálnych aspektov našej spoločnosti na životné prostredie.

Environmentálny aspekt môžeme definovať ako činnosť, ktorá má, alebo môže mať, vplyv na životné prostredie. Podrobne sme zmapovali jednotlivé pracovné činnosti a identifikovali tie, ktoré nejakým spôsobom vplyvajú na životné prostredie. Všetky environmentálne aspekty boli zhodnotené z hľadiska závažnosti ich vplyvu na environment, frekvencie výskytu, ako aj súladu plnenia právnych a iných požiadaviek.

Najvýznamnejšie aspekty vplyvu na životné prostredie

V administratíve:

spotreba papiera a paliva

Pri výstavbe sietí:

zabratie pôdy pri výstavbe siete a pri výstavbe energetických línii, vizuálny dopad antén na prostredie, odlesňovanie pri výstavbe sietí

Prevádzka sietí:

elektromagnetické vyžarovanie z antén, spotreba energie na prevádzku vysieláčov, odpad zo sieťových batérií

Produkty a služby:

elektromagnetické vyžarovanie z telefónov, odpad z nefunkčných telefónov, batérií a príslušenstva, spotreba papiera pre zákazníkov

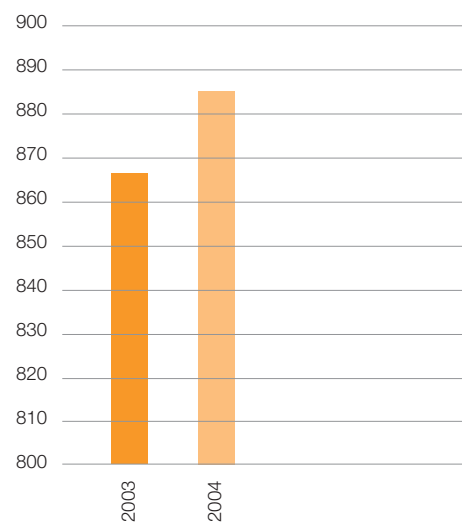
Aby sme redukovali negatívny dopad na životné prostredie, u najvýznamnejších environmentálnych aspektov sme si vytýčili ciele, na splnenie ktorých sme následne vypracovali vhodné programy.

V roku 2004 sa spoločnosť Orange Slovensko v rámci environmentálneho systému zamerala najmä na programy:

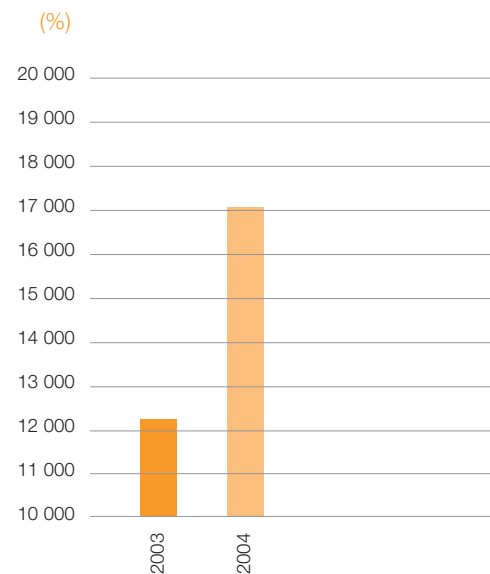
- Zber nefunkčných telefónov, batérií a príslušenstva.
- Separáciu odpadu.
- Komunikáciu elektromagnetického vyžarovania z telekomunikačných zariadení a telefónov.

V roku 2004 sme do života uviedli pilotný projekt zberu nefunkčných mobilných telefónov a batérií v predajni v centrále spoločnosti v Bratislave, ktorý by sa mal v roku 2005 rozšíriť. Vo firme bol zavedený separovaný zber odpadu. V roku 2004 začal proces prípravy implementácie projektu elektronickej faktúry, ktorý má výrazne znížiť spotrebu papiera používaného na tlač zákaznických faktúr. Spustenie projektu bolo naplánované v prvom štvrtroku 2005.

celková spotreba papiera



celková spotreba vody



Ďalším z programov bolo vytvorenie systému informovania verejnosti o vplyve elektromagnetického vyžarovania základňových staníc a mobilných telefónov na zdravie obyvateľstva. Stanovisko spoločnosti Orange Slovensko, zoznam dostupných vedeckých poznatkov spracovaný v podobe otázok a odpovedí, ako aj informácie o elektromagnetickom vyžarovaní mobilných telefónov, (tzv. hodnota SAR), ktoré má Orange v ponuke je dostupný na internetovej stránke www.orange.sk. Túto informáciu môžu zákazníci získať aj na našej zákaznickej linke a dotykových obrazovkách na vybraných predajných miestach.

Orange uvedené informácie poskytuje v rozsahu svojich poznatkov na vyžiadanie. Naša spoločnosť v uplynulom roku prefinancovala tlač 500 kusov brožúry Svetovej zdravotnej organizácie (WHO), ktoré distribuovala Úradu verejného zdravotníctva pre potreby regionálnych úradov a individuálnych záujemcov, ako aj negociátorom a vybraným dodávateľom.

spotreba palív na pohon služobných vozidiel

	2003	2004
celkom	6 790 hl	7 460 hl

emisie oxidu uhličitého z cestovania

	2003	2004
celkom	1 499 ton	1 612 ton

spotreba elektrickej energie

	2003	2004
celkom	27 373 MWh	34 705 MWh

Výstavba našej infraštruktúry je dynamická a plne korešponduje so všetkými potrebami a normami, kladenými na jej realizáciu. Na každej základňovej stanici pred uvedením do prevádzky vykonáva Úrad verejného zdravotníctva Slovenskej republiky kontrolné meranie elektromagnetického poľa a jeho súlad s predpismi platnými na území Slovenskej republiky, najmä Vyhl. č. 271/2004 o ochrane zdravia. Táto vyhláška aplikuje rovnaké limity pre Slovenskú republiku ako medzinárodná norma ICNIRP (International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection). Je pochopiteľné, že tým, že sme získali v tomto roku nových zákazníkov a dosiahli ich počet cez 2 milióny, museli sme riešiť aj výstavbu a inováciu našich vysielačích staníc a antén. V roku 2004 sme ich počet rozšírili na 1378 (na konci roka 2003 sme evidovali 1220 vysielačích základňových staníc).

Pri ich inštalácii sme veľmi úzko spolupracovali s miestnou samosprávou a diskutovali s príslušnými obyvateľmi prostredníctvom ich volených zástupcov o mieste a pôsobnosti našich zariadení. Výstavbu našich staníc realizovali iba dodávateľi majúci oprávnenie vykonávať telekomunikačné práce. Pri výstavbe siete sa snažíme minimalizovať negatívny vizuálny dopad základňových staníc, pokiaľ je to technicky možné. Orange plní požiadavky orgánov ochrany prírody, pamiatkových úradov, či majiteľov nehnuteľností, ktorých kladné stanovisko je potrebné k vydaniu stavebného povolenia. Na redukciu vizuálneho dopadu využívame najčastejšie farebné zjednotenie konštrukcie s fasádou, nátery stožiarov v súlade s okolitou prírodou, umiestnenie antén do vnútorných priestorov veží a pod.

V oblasti vplyvu podnikania na životné prostredie je pre nás prioritou pokračovať v roku 2005 v projektoch, ktorých základy boli položené v uplynulom roku v rámci implementácie Systému environmentálneho manažérstva a v rámci systému začať s implementáciou nových:

- Spustenie projektu elektronickej faktúry.
- Podpora ekologickej dopravy vybudovaním parkovacích miest pre zamestnancov - cyklistov v priestoroch centrály v Bratislave.
- Rozšírenie projektu zberu nefunkčných mobilných telefónov a batérií na vlastné predajne.
- Zmena akceptačného procesu interných dokumentov úseku CS (akceptovať interné dokumenty v elektronickej podobe).

Integrita a podpora etických princípov

Firemná filozofia našej spoločnosti sa zameriava nielen na poskytovanie služieb a spokojnosť zákazníkov, ale dbá o komplexné uspokojovanie potrieb a napĺňanie očakávaní všetkých partnerov.

V roku 2004 Arbitrážna komisia Rady pre reklamu prerokovala 7 podaní na spoločnosť Orange Slovensko vo veci porušenia etických zásad reklamnej praxe, pričom vo všetkých prípadoch potvrdila súlad obsahu reklamných kampaní s etickým kódexom reklamy.

V septembri 2004 uložil Protimonopolný úrad Slovenskej republiky spoločnosti Orange Slovensko pokutu z dôvodu údajného porušenia pravidiel hospodárskej súťaže vzhľadom na obmedzujúce podmienky v zmluvách s distribútormi stieracích kariet. Spoločnosť Orange Slovensko voči rozhodnutiu podala rozklad.

Orange Slovensko neposkytuje finančné zdroje žiadnej politickej strane.

V rámci podpory integrity a etiky v podnikaní sme na rok 2005 medzi prioritné úlohy zaradili:

- uvedenie etického kódexu spoločnosti Orange Slovensko
- zorganizovanie oficiálneho stretnutia s predstaviteľmi Telekomunikačného úradu Slovenskej republiky s cieľom diskutovať a špecifikovať očakávania regulačného úradu v súvislosti s označením spoločnosti Orange Slovensko ako operátora s významným vplyvom na trhu.

zhrnutie záväzkov v oblasti spoločenskej zodpovednosti na rok 2005

Partner	Záväzok
Regulačný orgán	● Zorganizovať oficiálne stretnutie s predstaviteľmi Telekomunikačného úradu Slovenskej republiky s cieľom diskutovať a špecifikovať očakávania regulačného úradu v súvislosti s označením spoločnosti Orange Slovensko ako operátora s významným vplyvom na trhu.
Verejnosť	● Informovať verejnosť pravidelne a transparentne o filantropických projektoch tak, aby sa mohli do nich zapojiť všetci. ● Monitorovať vnímanie filantropických aktivít spoločnosti Orange Slovensko verejnosťou a spôsob akým verejnosť vníma značku Orange prostredníctvom prieskumu Market Mind Research.
Verejnosť/Zamestnanci	● Zapojiť zamestnancov Orange Slovensko do projektov ako darcov peňažných prostriedkov, poznatkov a času.
Zamestnanci	● Uviesť Etický kódex spoločnosti Orange Slovensko. ● Zčať novú formu komunikácie s vedením spoločnosti Hovorte s riaditeľom. ● Realizovať ďalšiu vlnu prieskumu spokojnosti zamestnancov.
Zamestnanci/Životné prostredie	● Zabezpečiť parkovacie miesta pre bicykle zamestnancov.
Životné prostredie	● Rozšíriť zber nefunkčných mobilných telefónov, batérií a príslušenstva vo všetkých vlastných predajniach spoločnosti Orange Slovensko. ● Spustiť projekt elektronická faktúra. ● Zmeniť proces schvaľovania interných dokumentov úseku CS (akceptovať interné dokumenty v elektronickej forme).
Životné prostredie/Dodávatelia	● Spustiť projekt environmentálneho riadenia dodávateľov.



Vyhlásenie o nezávislom overení

Vedeniu Skupiny Orange

Na základe dohody s vami sme uskutočnili nižšie uvedené postupy za účelom:

- Informovania o postupe prác na implementácii rámca Programu spoločenskej zodpovednosti (CSR) Skupiny Orange na národnej úrovni.
- Preverenia obsahu Správy spoločnosti Orange Slovensko o plnení CSR („Správa“) v súlade s rozsahom našej práce.

Správu vypracovalo vedenie spoločnosti Orange Slovensko, ktoré je zodpovedné za zber a prezentáciu informácií v nej uvedených. Našou povinnosťou pri výkone našej činnosti je oznámiť vedeniu Skupiny Orange naše zistenia v súlade s dohodnutými podmienkami.

Rozsah našej činnosti

V súčasnosti neexistujú medzinárodné uisťovacie štandardy pre správy o spoločenskej zodpovednosti podnikov. Preto sme na hodnotenie pokroku CSR v r. 2004 a vytvorenie východiska pre hodnotenie Správy uplatnili nižšie uvedené dohodnuté postupy. Naše dohodnuté postupy nepredstavujú audit v súlade s medzinárodnými normami pre uisťovacie služby (Medzinárodná federácia účtovníkov, 2003), ale umožňujú nám oznamovať naše zistenia a pozorovania. Vykonali sme nasledujúce dohodnuté postupy:

- Aby sme mohli podať správu o implementácii rámca CSR Skupiny Orange:
 - o Preverili sme protokol správ vypracovaných spoločnosťou Orange Slovensko, aby sme pochopili zavedené procesy účastníka CSR a mapovanie problémov, zber a oznamovanie údajov a informácií o CSR.
 - o Vykonali sme pohovory s koordinátorom CSR v spoločnosti Orange Slovensko a s ôsmimi členmi pracovnej skupiny CSR, ktorých pokladáme za zodpovedných za program.
 - o Skúšobne sme preverili podstatné dôkazy o implementácii týchto procesov vrátane zápisníc zo zasadaní, záväzkov, správ o plnení, výsledku dialógu s účastníkom, politik a iných relevantných dokumentov.
- Aby sme mohli v Správe overiť oddiel „Zákazníci“:
 - o Preverili sme obsah tohto oddielu Správy a oboznámili sa s vyhláseniami o úspechoch spoločnosti Orange Slovensko v oblasti plnenia CSR a implementácie rámca CSR Skupiny.
 - o Skúšobne sme preverili podstatné dôkazy k nájdeným vyhláseniam vrátane interných dokumentov, interných a externých prieskumov, zápisníc z externých informačných zasadaní a brožúr.

Rozsah našej činnosti nezahŕňa preverku údajov obsiahnutých v Správe.

Naše zistenia a pozorovania

V súvislosti s implementáciou rámca CSR Skupiny sme na základe vyššie opísaného rozsahu práce pozorovali v spoločnosti Orange Slovensko, že:

- pre dohľad nad implementáciou CSR bola vytvorená štruktúra riadenia vrátane Výboru CSR;
- na zvýšenie informovanosti zamestnancov o CSR prebehli komunikačné akcie;
- Orange vybral kľúčové otázky CSR predložené v Správe zo zdokumentovaných záznamov o mapovaní problémov účastníka a z interných procesov CSR;
- boli stanovené ciele uplatňovania CSR a pokrok v plnení týchto cieľov sa sleduje. Prezentácia tohto pokroku v Správe je odvodená z interných dokumentov o plnení CSR.

Na základe vyššie opísaného rozsahu práce je obsah Správy v oddieli „Zákazníci“ v súlade s našimi zisteniami a pozorovaniami.

Eric DUVAUD
Ernst & Young et Associés
Apríl 2005

zhrnutie kľúčových ukazovateľov spoločnosti Orange Slovensko za rok 2004

Obrat	19,2 mld. Sk
Počet zamestnancov	1 393
Podiel mužov a žien	61 % : 39 %
Počet nehôd a úrazov pri práci	0
Počet ekologických havárií	0
Investície do vzdelávania	38,2 mil. Sk
Počet zákazníkov	2 360 573
Počet vysielacích staníc	1 378

Ďalšie informácie

Táto správa je k dispozícii v elektronickej podobe vo formáte PDF na stránke: www.orange.sk.

Informácie o spoločenskej zodpovednosti v rámci skupiny Orange
<http://www.orange.com/responsibility>

Informácie o spoločenskej zodpovednosti v spoločnosti Orange Slovensko
http://www.orange.sk/about/spolocenska_zodpovednost/default.dwp

Vzťahy s investormi

<http://www.orange.com/investorrelations>

Služby zákazníkom

Tel.: +421 905 905 905

Fax: +421 2 5851 5851

info@orange.sk, sluzby@orange.sk

<http://www.orange.sk>.

Iniciatíva Global Reporting

<http://www.globalreporting.org>

návratka

Prosíme vás, dajte nám vedieť svoj názor na túto správu. Návratku môžete doručiť faxom na číslo +421 2 5851 5851 alebo odoslať na adresu Orange Slovensko, a.s., Úsek komunikácie a značky, Prievozská 6/A, 821 09 Bratislava.

Som:

- akcionár alebo investor spoločnosti Orange Slovensko
- zákazník spoločnosti Orange Slovensko
- zamestnanec spoločnosti Orange Slovensko
- dodávateľ spoločnosti Orange Slovensko
- zástupca verejnosti
- člen mimovládnej organizácie
- novinár
- študent
- iné (prosím uveďte)

Zaujímajú ma:

- všeobecné informácie o spoločnosti Orange Slovensko
- konkrétne informácie o spoločnosti Orange Slovensko (prosím uveďte)

iné (prosím uveďte)

Celkovo bola podľa mňa táto správa:

- vynikajúca
- užitočná
- dostatočná
- nedostatočná

Moje ďalšie poznámky k tejto správe:

Ďalšie informácie o mne (nepovinné):

Meno: _____

Adresa: _____

E-mail: _____

