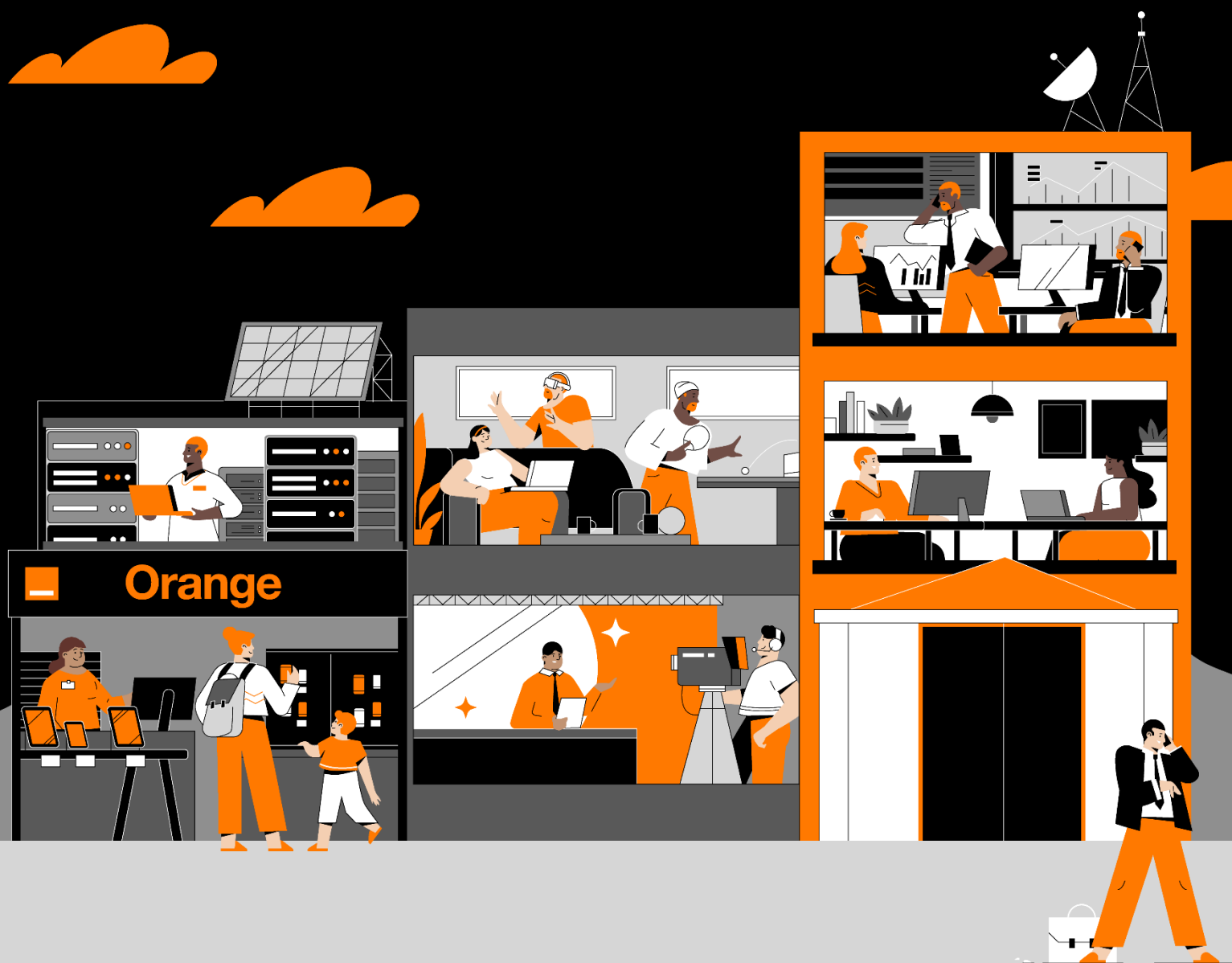




Raport sustenabilitate corporativă Orange Romania Communications S.A.

Indicatori non-financiari pentru anul 2021



Cuprins

Mesajul Directorului General	3
1. Prezentarea companiei	5
1.1 Managementul companiei	6
1.2 Rezultate financiare 2021	7
1.3 Servicii și produse	8
1.4 Principiile și cultura noastră	9
2. Strategia de sustenabilitate	10
2.1 Indicatori sustenabilitate în 2021	10
2.2 Managementul sustenabilității	11
2.3 Managementul reputației și al părților interesate	11
2.4 Contribuția la Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale ONU (SDG).....	15
3. Angajații noștri.....	16
3.1 Cine sunt angajații noștri	16
3.2 Cum ne sprijinim angajații	17
3.3 Formare profesională și beneficii	18
4. Angajament social, incluziune digitală și siguranță	20
4.1 Angajament social și incluziune digitală	20
4.2 Siguranță cibernetică	21
4.3 Siguranța copiilor în mediul online	22
5. Protecția mediului.....	23
5.1 Economia circulară	26
5.2 Emisiile de carbon	27
5.3 Resursele și deșeurile	28
5.4 Conformitate cu legile și reglementările	29
6. Managementul responsabil al riscurilor	30
6.1 Managementul riscurilor la nivelul companiei	30
6.2 Etică, risc operațional și conformitate	31
6.3 Entitate responsabilă	34
6.4 Responsabilitatea și sustenabilitatea în lanțul de aprovizionare.....	35
36	
7. Metodologia raportului de sustenabilitate	37

Mesajul Directorului General



Trăim vremuri în care singura constantă este schimbarea, iar adaptabilitatea și reziliența au devenit atribute cheie. Pandemia Covid-19, situația post-pandemică dar și războiul din Ucraina și încălzirea globală au redefinit regulile jocului. Devine rolul companiilor să își asume misiunea de a media și a regla schimbul de forțe economice. Toate aceste evenimente definesc realitatea în care trăim, pe care trebuie să o acceptăm ca să găsim soluții să o îmbunătățim. Este responsabilitatea noastră.

Anul 2021 a reprezentat o paradigmă nouă pentru noi, iar acum, realitatea personală și profesională se conturează drept o lume hibridă. Dar poate că tocmai în situațiile limită, ne dăm seama ce contează cu adevărat pentru noi. Sănătatea și bunăstarea noastră și a celor dragi nouă. Echilibrul emoțional. Șansa unui mâine mai bun. Consider că industria în care lucrăm și în special Grupul Orange din care face parte și compania noastră, Orange Romania Communications este o oază de stabilitate și încredere, un drum către un viitor sigur și mai bun pentru noi și clienții noștri. Vrem ca prin serviciile pe care le oferim, să creăm o lume mai bună, mai sigură, mai responsabilă, mai prietenoasă cu mediul și cu cei din jur și în mod particular, în contextul de față, să ajutăm la refacerea climatului economic din care facem parte și noi.

Și ce punct mai bun de a începe, dacă nu cu noi înșine? A fi sustenabil e un proces în sine care necesită dedicare și implicare și care ia timp. E un mod de a fi, nu de a acționa. Așadar, ce am schimbat și ce continuăm să schimbăm? Modul în care ne uităm la situații, nevoi și modul în care punem lucrurile în mișcare pentru a fi relevanți pentru clienții noștri, dar și pentru a fi responsabili față de mediu. Modul în care investim în oameni, sufletul businessului nostru. Punem accent pe utilizarea resurselor sustenabile pentru că ne dorim să oferim servicii la cel mai înalt nivel, dar cu un impact pozitiv asupra mediului înconjurător. Și nu putem oferi servicii de cea mai înaltă calitate fără ca oamenii care compun Orange Romania Communications să fie ei înșiși educați, motivați, inspirați; să simtă că își aduc contribuția la ceva mult mai mare decât ei înșiși. O mare parte din documentele contractuale imprimate zilnic la birou, se pot semna acum pe tabletă. Clienții pot accesa documentele contractuale imediat după semnare în contul MyAccount și le primesc și pe email. Astfel, pe deoparte se folosește mult mai puțină hârtie și se taie mai puțini copaci, iar pe de altă parte clienții salvează documentele în format digital și nu trebuie să le mai arhiveze în dosare. Utilizăm mai puține resurse și ușurăm viața clientului nostru. Ne-am propus să reducem substanțial numărul de apelări în Call Centerele de

Suport Tehnic și numărul de deplasări în teren. Toate aceste acțiuni fac parte din procesul de simplificare și eficientizare a activității businessului nostru.

Modul de lucru remote, schimbarea obiceiurilor de consum digital ale oamenilor în timpul și post-pandemie, regândirea stilului de viață înseamnă ajustarea nevoilor societății, care ne împing să căutăm permanent soluții cât mai potrivite și accesibile pentru clienți, mult mai preocupați acum de impactul făcut de businessuri în societate și mediu.

Lumea în care trăim va continua să evolueze, iar datoria noastră e să găsim calea cea mai bună pentru a contribui la binele comun, pentru a ne dezvolta sustenabil și a rămâne indispensabili clienților noștri.

Astăzi scriem o nouă filă nu doar în istoria Orange, ci a întregii piețe de telecomunicații din România și sunt extrem de mândru de efortul și realizările tuturor celor implicați în acest proces. Pornim împreună, Orange și Orange Romania Communications, cu un scop comun, acela de a fi prima alegere pe piața serviciilor convergente din România. Vom continua să oferim cele mai înalte standarde de calitate clienților și să fim un partener de încredere pentru afaceri și administrația publică. Mai departe, vom lucra la consolidarea unei oferte complete pentru clienții noștri, cu acoperire extinsă de servicii fixe, cele mai bune servicii mobile în rețeaua Orange, inclusiv acoperire 5G în expansiune, un conținut TV mai diversificat și soluții IT&C care să susțină transformarea digitală.

Andrei Popovici,
Director General Orange Romania Communications

1. Prezentarea companiei

Până la data de 29 septembrie 2021 Telekom Romania Communications a aparținut grupului Deutsche Telekom, acționar al Hellenic Telecommunications Organization (OTE).

Pe 30 septembrie 2021, Orange România a anunțat finalizarea tranzacției prin care a achiziționat în mod indirect (achiziționând 100% din OTE International Investments Ltd) pachetul majoritar de 54,01% din acțiunile Telekom Romania Communications, în timp ce statul român deține restul de 45,99% din acțiuni. Astfel, începând cu aceeași dată, Telekom Romania Communications a devenit parte a grupului Orange, funcționând în continuare ca o companie de sine stătătoare, subsidiară a Orange Romania. De asemenea, Consiliul de Administrație al Companiei l-a numit pe Andrei Popovici în funcția de CEO. Ulterior, Telekom Romania Communications a adoptat marca Orange schimbând și numele companiei, astfel că, în loc de Telekom Romania Communications, noul nume al companiei este Orange Romania Communications. Această transformare a subliniat pe deplin alinierea companiei la noul grup din care face parte, iar compania a devenit astfel pe deplin integrată.

Echipele celor două companii lucrează împreună pentru a consolida o ofertă completă pentru clienți, cu o acoperire extinsă a serviciilor fixe, cele mai bune servicii mobile din clasa lor în rețeaua Orange, conținut TV divers și soluții IT&C pentru a sprijini transformarea digitală.

Compania rămâne unul dintre cei mai importanți jucători de pe piața de telecomunicații din România, cu operațiuni ce se desfășoară în sute de birouri, spații tehnice și magazine din toată țara, sediul principal fiind în București. Continuă să ofere clienților cele mai înalte standarde de calitate și rămâne un partener de încredere pentru mediul de afaceri și guvernare.

Orange Romania Communications oferă asistență și servicii convergente de voce fix-mobil, internet în bandă largă și televiziune pentru cei aproximativ 5 milioane de clienți ai săi. De asemenea, gestionează infrastructura de rețea întinsă pe 90.000 de km de fibră optică ce conectează în jur de 3 milioane de gospodării. Aproximativ 900.000 de clienți cu servicii mobile asociate contractelor convergente în rețeaua Telekom Romania Mobile în baza unui contract MVNO vor beneficia de servicii mobile în rețeaua Orange, procesul de migrare al clienților fiind aproape finalizat. Transferul între cele două rețele mobile se efectuează gradual și toate schimbările sunt comunicate în avans, astfel încât acest proces să fie cât mai simplu pentru clienți.

Structura acționariatului până la finalizarea tranzacției

Acționariat Telekom Romania Communications S.A.

- OTE International Investments Limited - 54,01%
- Ministerul Cercetării, Inovării și Digitalizării (MCID) - 45,99%

Structura curentă a acționariatului

Acționariat Telekom Romania Communications S.A.

- OTE International Investments Ltd, actuala ORANGE ORO (CYPRUS) HOLDING LTD - 54,01%
- Ministerul Cercetării, Inovării și Digitalizării (MCID) - 45,99%

1.1 Managementul companiei

Consiliul de Administrație este responsabil cu luarea tuturor măsurilor aferente conducerii societății, în limitele obiectului de activitate al acesteia. Membrii acestuia sunt responsabili pentru dezvoltarea planurilor strategice de afaceri, precum și pentru monitorizarea și managementul performanței operaționale; de asemenea, sunt responsabili și pentru dezvoltarea unor politici adecvate și eficiente de gestionare a riscului și a proceselor relevante.

Structura Consiliului de Administrație al Orange Romania Communications S.A. până la finalizarea tranzacției

Michail TSAMAS	Președinte
Vladan PEKOVIC*	Membru executiv
Charalampos MAZARAKIS	Membru non-executiv
Eirini NIKOLAIDI	Membru non-executiv
Andre ALMEIDA	Membru non-executiv
Panagiotis TAMPOURLOS	Membru independent
Bogdan Laurentiu VOICU	Membru non-executiv
Cosmin-Florin MIHĂLȚAN	Membru non-executiv
Mircea PREDA	Membru non-executiv

*La data de 5 noiembrie 2020, Vladan Pekovic a fost numit în funcția de Director General al companiei, având misiunea de a asigura o tranziție lină până la finalizarea tranzacției mai sus menționate.

Structura Consiliului de Administrație al Orange Romania Communications S.A. începând cu 30.09.2021

Marie-Noëlle JEGO-LAVEISSIERE	Președinte
Liudmila CLIMOC	Membru non-executiv
Clarisse HERIARD DUBREUIL	Membru non-executiv
Adela GUEDON	Membru non-executiv
Christian LUGINBÜHL	Membru non-executiv
Panagiotis Tampourlos	Membru independent
Bogdan Laurentiu Voicu	Membru non-executiv
Cosmin-Florin Mihălțan	Membru non-executiv
Mircea Preda	Membru non-executiv

La data de 30 septembrie 2021, Andrei POPOVICI a fost numit în funcția de Director General al companiei.

1.2 Rezultate financiare 2021

Grupul Orange în cifre:

- 271 milioane de clienți;
- Prezent în 26 de țări, pe 5 continente;
- #1 servicii convergente în Europa;
- 620 milioane € investiți în cercetare și inovație;
- Centre digitale în 23 de țări;
- Obiectiv să devină net carbon zero până în 2040.

Grupul de companii Orange în România:

- Peste 11 milioane de clienți;
- Peste 6.000 de angajați;
- Cifra de afaceri consolidată de 1,235 miliarde de euro;
- 10,6 milioane de clienți de servicii mobile;
- 1,4 milioane de clienți servicii fixe în bandă largă;
- 1,5 milioane de clienți servicii TV;
- 98,31% acoperire 4G;
- 5G în 17 orașe.

Ca parte a transformării strategice a Orange Romania Communications din ultimii ani, echipa de management a lucrat pentru a crea o bază financiară solidă și pentru a crește rezistența companiei în fața presiunilor externe de pe piață. Rezultatele financiare înregistrate în anul 2021 au arătat că Orange Romania Communications a adoptat direcția strategică corectă și că aceasta dă rezultate, deoarece a reușit să continue creșterea EBITDA de la an la an, în ciuda unui mediu dificil de afaceri, după doi ani cu pandemie și chiar compensând efectele sezoniere punctuale din trecut.

Un ingredient cheie al succesului financiar al Orange Romania Communications a constat în concentrarea riguroasă a companiei asupra gestionării fluxului de numerar și în eforturile concertate de revizuire structurală a bazei de costuri. Prin programul Cash for Growth, numeroase inițiative au fost implementate începând cu 2018 și continuă să conducă la optimizări, pentru a supracompensa orice efecte ale pandemiei asupra rezultatelor companiei.

Digitalizarea și simplificarea proceselor interne și a interacțiunii cu clienții au continuat să fie unii dintre cei mai importanți piloni ai dezvoltării companiei. Pe plan intern, la sfârșitul lunii iunie 2021, compania a atins o etapă importantă: a depășit pragul de peste 200 de roboți. Pe plan extern, numărul de clienți care au primit factura în format digital a crescut cu 39%, iar ponderea clienților activi în aplicația MyAccount a crescut cu 24%, comparativ cu aceeași perioadă a anului 2020.



1.3 Servicii și produse

Compania și-a optimizat constant rețeaua pentru a se asigura că sunt livrate clienților servicii de calitate. În 2021, compania gestiona infrastructură de rețea ce cuprindea până la 90.000 de km de fibră optică și conecta în jur de 3 milioane de gospodării.

Serviciile companiei includ pachete integrate de servicii fixe și mobile, tehnologii 4G de ultimă generație, fibră optică și Internet TV, care oferă utilizatorilor o nouă experiență în materie de divertisment, cu acces la conținut exclusiv și de calitate pe toate ecranele precum și funcții interactive avansate.

Telekom Romania Communications, actuala Orange Romania Communications, este unul dintre principalii furnizori de servicii IT&C de pe piața locală, oferind o gamă largă de soluții digitale segmentului B2B. Deservind piața de telefonie fixă și mobilă, internet fix și mobil de mare viteză, precum și servicii TV, compania a oferit soluții avansate care acoperă o gamă largă de nevoi de comunicații, de la servicii IT&C, servicii de virtualizare a desktop-ului, servicii integrate de comunicare sau servicii de securitate IT. De asemenea, a oferit o serie de soluții de cloud computing pentru piețele retail, HoReCa, bancare, asistență medicală, transport și logistică, industrie, startup, educație și multe altele.

În ceea ce privește centrele de date, compania rămâne operatorul român cu cea mai mare rețea de centre pentru furnizarea de servicii de găzduire a datelor (HDC) cu cele 8 centre de date aflate la București, Brașov și Cluj.

MyAccount a devenit una dintre cele mai populare aplicații de utilitate din Romania, cu un rating de 4,6 / 5 pe Google Play și 4,3 / 5 App Store. Datorită ușurinței sale de utilizare și în urma campaniilor de promovare, a crescut exponențial numărul de utilizatori începând cu anul 2019.

Astfel, toate produsele și serviciile din portofoliul companiei sunt concepute și create în așa fel încât să asigure un grad sporit de confort și siguranță pe întreaga durată de viață a acestora. Ne-am luat angajamentul să tratăm cu responsabilitate și diligență procesul de etichetare corespunzătoare și informativă a produselor noastre, precum și cel legat de păstrarea confidențialității datelor personale ale clienților noștri. Ne asumăm acest angajament cu seriozitate, ceea ce ne permite să standardizăm și să încorporăm aceste bune practici în rutina noastră zilnică. Datorită acestui fapt, ne asigurăm că toate produsele și serviciile noastre sunt certificate și poartă toate marcasele și evidențierile obligatorii cerute de legislația UE sau directivele și reglementările privind utilizarea în siguranță a produselor, restricționarea substanțelor periculoase și reducerea deșeurilor electronice.

În plus, investim în dezvoltarea de produse și servicii care să răspundă provocărilor curente venite din sferele sociale, economice și din cele de mediu. Strategia noastră privind produsele și serviciile vizează următoarele obiective:

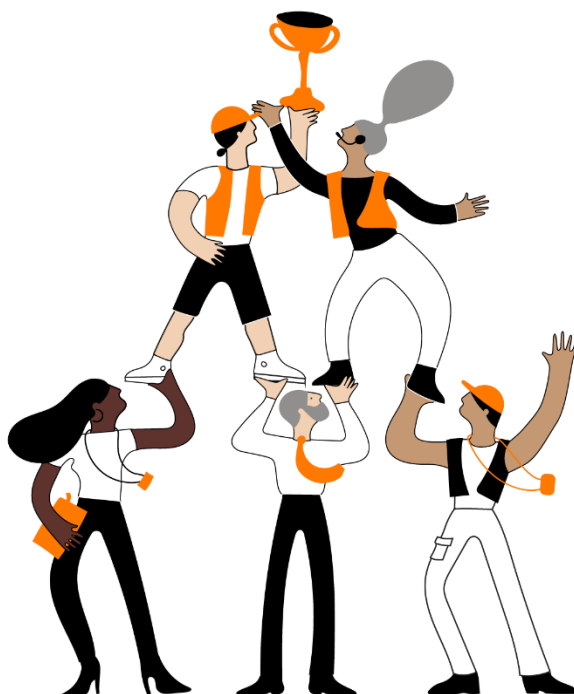
- Stimularea creșterii sustenabile a companiei noastre;
- Susținerea tranziției către o societate cu emisii reduse de carbon;
- Facilitarea accesului la educație și la serviciile de sănătate pentru cât mai multe persoane posibil;
- Sprijinirea dezvoltării durabile a comunităților din România;
- Ajutarea clienților să-și atingă propriile obiective de sustenabilitate.

1.4 Principiile și cultura noastră

În munca noastră am respectat întotdeauna un set de reguli specifice sau principii care gestionează și ghidează cultura din cadrul companiei, descriu modul în care lucrăm împreună, precum și interacțiunile noastre cu terțele părți. De asemenea, aceste principii servesc drept bază pentru Codul nostru de Conduită, explicând semnificația pe care o au în munca noastră zilnică precum și impactul lor practic și efectiv.

Principiile și Codul nostrum de conduită valabile în 2021

- **Satisfacția clienților**
- **Facem lucrurile să se întâmple**
- **Acționez cu respect și integritate**
- **Toți pentru unul, unul pentru toți**
- **Eu sunt T. Contează pe mine.**
- **Rămâi Curios & Dezvoltă-te**



2. Strategia de sustenabilitate

Orange Romania Communications are ca misiune încorporarea sustenabilității în strategia sa de afaceri. Totodată, a acceptat provocarea de a contribui la atingerea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă ale ONU (UNSDG) prin proiectele sale.

Orange Romania Communications are convingerea că sustenabilitatea implică crearea de valoare economică prin aplicarea în mod responsabil a unor practici fundamentale de business și prin creșterea impactului pozitiv asupra societății și economiei, precum și prin reducerea impactului negativ asupra mediului. Aspectele fundamentale ce stau la baza gândirii noastre strategice în cadrul companiei au fost aliniate până la data de 29 septembrie 2021 cu strategia de sustenabilitate a Deutsche Telekom Group și OTE Group.

Începând cu data de 30.09.2021 direcțiile strategice de sustenabilitate ale companiei sunt supuse unui proces complex de evaluare și aliniere cu strategia și viziunea grupului Orange Romania.

Pentru a măsura și controla performanța în ceea ce privește responsabilitatea corporativă, Orange Romania Communications a folosit ghiduri și indicatori dezvoltați de către grupul din care a făcut parte anterior datei de 30 septembrie. Acești indicatori au ajutat compania să optimizeze și să-și îmbunătățească performanța în mod sistematic și transparent. Evaluarea contribuției sociale a Orange Romania Communications se bazează pe un model de măsurare pentru intrări, ieșiri și impacturi ale London Benchmarking Group. Acest model este în linie și compatibil cu indicatori internaționali și inițiative pentru dezvoltarea durabilă, cum ar fi Dow Jones Sustainability Index (DJSI), liniile directoare ale Global Reporting Initiative (GRI) sau SROI.

2.1 Indicatori sustenabilitate în 2021

Aria strategică	Indicator-cheie de performanță (Definiție)	2020	2021
Planetă	Intensitate carbon (kg CO ² /Terabyte bzw. kWh / Terabyte)	13,59	20,27
	Intensitate energie (kg CO ² /Terabyte bzw. kWh / Terabyte)	37,09	6,07
	Emisii CO2 directe și indirecte (Scop 1, 2 și 3) (în t)	277.785	390.568
	Electricitate consumată (în GWh)	107,63	105.62
	Energie regenerabilă (în %)	44	65
	Colectare telefoane mobile uzate (telefoane mobile colectate în mii/clientii în milioane)	0,05	0,07
	Deșeuri gestionate (în t)	1.262	1.564

2.2 Managementul sustenabilității

Pentru a realiza un management optim pentru toate programele și inițiativele sociale, Orange Romania Communications a dezvoltat sistematic mecanisme interne și procese. În ceea ce privește conexiunea dintre Strategia de Responsabilitate Corporativă și Consiliul de Administrație, aceasta a fost și este asigurată prin funcțiile noastre de Comunicare Corporativă. Procesul este administrat astfel:

- Consiliul de Administrație încredințează Directorului General, în condițiile legii, răspunderea în ceea ce privește Responsabilitățile Corporative.
- Directorul General informează în mod constant Consiliul de Administrație asupra modului de îndeplinire a Responsabilităților Corporative.
- Directorul de Comunicare este responsabil pentru definirea și implementarea strategică a acțiunilor relevante în acest sens.
- Directorul General supraveghează îndeplinirea obiectivelor și a strategiei de responsabilitate corporativă și este informat sistematic cu privire la programele implementate.
- Directorul General aprobă toate sponsorizările și donațiile, în urma revizuirii și aprobării de către responsabilul de Conformitate.
- Există un dialog sistematic cu părțile interesate. Noile inițiative sociale sunt propuse ținând cont de strategia de responsabilitate corporativă și de nevoile părților interesate, în timp ce datele sunt colectate pentru a măsura impactul programelor în societate.

După finalizarea tranzacției cu Orange Romania, toate mecanismele interne și procesele de management au fost evaluate și vor fi aliniate treptat cu practicile noului grup din care compania face parte.

2.3 Managementul reputației și al părților interesate

Părțile interesate ("Stakeholder-ii") sunt foarte importante pentru operațiunile pe care le desfășurăm. Datorită informațiilor furnizate de aceștia în legătură cu problemele locale cât și cele globale, Orange Romania Communications primește pe această cale informații valoroase, pe care nu le-ar putea obține în niciun alt mod. Am identificat grupurile de stakeholderi pe baza impactului lor asupra companiei noastre și interesului asociat.

În 2017 am desfășurat un proces de actualizare a părților interesate împreună cu grupul și am identificat în acest proces 9 grupuri de stakeholderi/părți interesate. Acest proces a fost verificat permanent și la nivelul anului 2021, grupurile de stakeholderi/părți interesate identificate se prezintă astfel:

1. Clienți și potențiali clienți
2. Companii
3. Investitori și analiști
4. Mass-media
5. Organizații științifice, de cercetare și educație
6. Entități de stat/guvernamentale
7. Furnizori
8. Angajați, potențiali angajați și reprezentanții acestora
9. Organizații non-profit și comunități

Analiza de materialitate

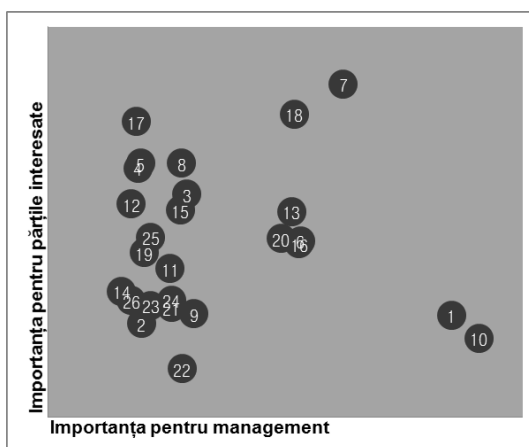
Pentru a ne asigura că toate aspectele relevante referitoare la sustenabilitate sunt acoperite în procesul nostru de raportare am urmat cei trei pași recomandați de standardele Global Reporting Initiative (GRI):

- I. Identificarea (aspectelor și limitelor care ar putea fi luate în considerare pentru includere);
- II. Prioritizarea (aspectelor și subiectelor identificate precedent);
- III. Validarea (aspectelor sau subiectelor prioritizate).

Rezultatele acestui proces în trei pași au fost folosite pentru a defini structura și conținutul raportului nostru.

Pentru ciclul de raportare din 2021 am analizat următoarele:

- Am definit aspectele de sustenabilitate legate de serviciile, produsele și operațiunile noastre, pe bază de surse externe, Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (SDG), precum și pe prioritățile strategice ale Grupurilor din care a făcut și face parte compania;
- În 2017 am priorizat alături de directorii executivi 49 de subiecte, printr-un proces de evaluare bazat pe metodologia de risc a grupului din care compania făcea parte la acea dată, pentru a identifica cele mai importante aspecte;
- Am purtat un dialog cu părțile interesate prin intermediul unui sondaj rezultat din subiectele validate de executivi. Aceste întrebări au fost notate pe o scară de 4 niveluri, de la „neimportant” până la „foarte important”, de către 11.113 de respondenți aparținând ai următoarelor 9 grupuri: acționari, deținători de obligațiuni, investitori și analiști; clienți; angajați; organizații științifice, de cercetare și de educație; ONG-uri; media; entități guvernamentale; furnizori;
- Cele mai importante subiecte pentru stakeholderi au fost: securitatea și confidențialitatea datelor, satisfacția clienților, ocuparea forței de muncă, performanța și reziliența afacerii.



- 1 Performanța economică
- 2 Guvernanță și management
- 3 Politicile de conformitate ale companiei
- 4 Mecanismul de conformitate a angajaților și mecanismele de soluționare a reclamațiilor
- 5 Respectarea drepturilor omului
- 6 Reziliența în afaceri
- 7 Securitatea și confidențialitatea datelor
- 8 Utilizarea sigură și responsabilă a tehnologiei
- 9 Lanțul de aprovizionare (furnizori)
- 10 Ocuparea forței de muncă
- 11 Angajarea echitabilă și egalitatea de șanse
- 12 Sănătatea, siguranța și bunăstarea angajaților
- 13 Angajarea și formarea angajaților
- 14 Produse și servicii pentru dezvoltare sustenabilă
- 15 Cercetare și inovare
- 16 Concurență responsabilă
- 17 Comunicarea responsabilă cu clienții
- 18 Serviciul și satisfacția clienților
- 19 Incluziunea digitală
- 20 Susținerea educației în domeniul tehnologiei informațiilor
- 21 Contribuția la comunitatea locală
- 22 Angajarea părților interesate
- 23 Energia și schimbările climatice
- 24 Economia circulară
- 25 Câmpuri electromagnetice (CEM)
- 26 Alte aspecte de mediu

Subiectul sau conceptul de „Materialitate” îi relevă unei organizații activitățile, impactul și realizările pe care trebuie să le comunice și ajută la definirea și determinarea subiectelor sociale, de afaceri și de mediu care sunt cele mai importante pentru o organizație și stakeholderii acesteia. Prin „Evaluarea materialității”, se triază aspectele importante/mai puțin importante de raportat sau evidențiat. În cazul Orange Romania Communications, acest proces este ilustrat prin tabelul de mai jos:

CATEGORIE	Aspecte strategice – Aspecte materiale principale	Aspecte foarte importante – Aspecte materiale secundare	Aspecte importante – Aspecte de gradul trei
PIAȚĂ & CLIENȚI	• Securitatea și confidențialitatea datelor • Relația cu clienții și satisfacția acestora • Reziliența afacerilor (inclusiv transformarea afacerii, accesul neîntrerupt la internet și servicii mobile) • Performanța economică și impactul	• Comunicare responsabilă cu clienții • Cercetare și inovație • Susținerea antreprenoriatului	
IMPACT SOCIAL	• Sprijinirea educației în domeniul tehnologiei informației și comunicării	• Integrarea digitală • Siguranța copiilor online	• Administrarea impactului asupra societății și comunității locale (voluntariat, angajament social, sponsorizări)
IMPACT ASUPRA MEDIULUI		• Unde electromagnetice, zgomot etc.	• Produse și servicii pentru sustenabilitate (soluții ICT pentru o economie cu emisii reduse de carbon) • Eficiența energetică și schimbările climatice • Gestionarea materialelor și a deșeurilor • Economie circulară
CAPITAL UMAN	• Angajarea forței de muncă (inclusiv satisfacția, implicarea și motivarea angajaților) • Formarea profesională a angajaților și dezvoltarea abilităților acestora	• Angajare echitabilă (incluzând mecanisme de conformitate și raportare a neregulilor de către angajați) • Bunăstarea, sănătatea și siguranța angajaților	• Oportunități egale
CONFORMITATE, ETICĂ & GUVERNANȚĂ	• Concurență responsabilă	• Politici de conformitate corporativă (inclusiv etică și anticorupție) • Drepturile omului	• Guvernare și management



Pe parcursul procesului nostru de evaluare a materialității, am identificat granițele aspectelor materiale pe baza criteriilor de mai jos:

- Relevanța aspectului material în companie;
- Aspectele materiale pentru care impacturile asociate pot apărea în interiorul organizației, respectiv pe parcursul operațiunilor administrate direct de Orange Romania Communications, operațiuni fixe și convergente;
- Aspecte materiale relevante din afara companiei – aspecte materiale al căror impact se poate manifesta în afara Orange Romania Communications (operațiuni ce nu sunt controlate direct de companie) la nivel de contractori, furnizori, distribuitori și clienți;
- Contractori pentru întreținerea și dezvoltarea rețelei (A);
- Contractori pentru servicii administrative (B);
- Contractori pentru întreținerea sediilor (C);
- Furnizori de echipamente hardware (D);
- Furnizori de software (E);
- Distribuitori / parteneri comerciali (F);
- Clienți (companii) (G);
- Clienți (persoane fizice) (H).



2.4 Contribuția la Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale ONU (SDG)

	Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (SDG), cunoscute și ca Obiectivele Globale, sunt o chemare universală la acțiune pentru a înceta sărăcia, proteja planeta și garanta că toate persoanele se bucură de pace și prosperitate.
---	---

Impactul nostru direct în România prin strategia noastră de sustenabilitate contribuie la următoarele Obiective de Dezvoltare Durabilă (SDG):

1 NO POVERTY 	Combaterea sărăciei (#1) Anumite grupuri sunt reprezentate în mod disproporțional printre cei săraci, și se confruntă cu constrângeri suplimentare în încercarea de a scăpa de sărăcie. Organizațiile au de asemenea oportunitatea de a lua în mod proactiv măsuri pentru a adresa constrângerile cu care se confruntă aceste grupuri, ca de exemplu prin modele de business inclusive sau produse inovatoare. Încercăm permanent să creștem eficiența, competitivitatea și accesul la piață pentru IMM-uri.
3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 	Sănătate și bunăstare (#3) Sănătatea este un drept fundamental al omului și un indicator cheie al dezvoltării sustenabile. Toți actorii, inclusiv cei din sectorul privat ar trebui să se asocieze pentru a dezvolta soluții de medicină care să funcționeze pentru persoane, familii, comunități și națiuni. Sprijinim politici și strategii de e-health care încurajează dezvoltarea educației în sănătate, printr-un portofoliu de soluții inteligente de sănătate și prin soluții suplimentare pentru educarea pieței, accesul la informații de prevenție, precum și diagnosticarea la distanță.
7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY 	Energie accesibilă și curată (#7) Afacerile întreprinse de o organizație pot accelera tranziția către un sistem de energie accesibilă, sigură și sustenabilă prin investirea în resurse de energie regenerabilă, prioritizând practici de eficiență energetică, și adoptând tehnologii și infrastructură de energie curată. Prin oferirea de soluții TIC precum rețele inteligente, clădiri inteligente și logistică inteligentă, ce pot avea un rol major într-un viitor al energiei eficiente, emisiile globale de gaze cu efect de seră sunt reduse.
8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH 	Locuri de muncă decente și creștere economică (#8) Angajamentul Orange Romania Communications de a sprijini dezvoltarea profesională a angajaților săi, de a acorda o remunerare egală tuturor angajaților fără a discrimina rasa, sexul sau religia și de a susține dezvoltarea de noi IMM-uri România. Cei mai mulți dintre furnizorii Orange Romania Communications sunt locali, respectiv din România.
9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE 	Industrie, Inovație și Infrastructură (#9) Investiția în infrastructură și inovație sunt factori determinanți în creșterea și dezvoltarea economică. TIC are un rol critic în oferirea accesului convenabil și sporit la informații, prin permiterea cercetărilor asupra unor tehnologii și soluții noi și sustenabile.
11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES 	Orașe și comunități sustenabile (#11) Până în 2050, 70% din populația lumii va ajunge să trăiască în orașe, astfel orașele vor avea un rol critic în realizarea unui viitor sustenabil pentru lumea în care trăim. TIC poate juca un rol semnificativ în reducerea amprente de carbon a orașelor, făcând trecerea la o utilizare mai inteligentă a energiei, dar și prin conectarea mai multor sectoare de activitate "inteligente" precum mobilitatea electrică, e-Sănătate, e-Asistență și e-Guvernare.

Întrucât suntem reprezentativi sectorului ICT, avem impact și influență indirectă asupra tuturor celorlalte Obiective de Dezvoltare Durabilă (SDG).

- Combaterea foamei (#2)
- Educația de calitate (#4)
- Egalitatea între genuri (#5)
- Apă curată și igienă (#6)
- Reducerea inegalităților (#10)
- Consumul și producția responsabilă (#12)
- Acțiuni în aspecte legate de climă (#13)
- Mediul subacvatic (#14)
- Mediul terestru (#15)
- Pace și justiție, instituții puternice (#16)
- Parteneriate pentru atingerea obiectivelor (#17)

3. Angajații noștri

Susținerea angajaților, creativitatea, devotamentul, viziunile și dorința de transformare a angajaților reprezintă fundamentul performanței companiei pe piața telecomunicațiilor. Sprijinim tinerii talentați, cât și noii angajați încă din prima zi de lucru organizând programe de inițiere pentru a-i familiariza cu activitatea și procesele companiei. Oferim un mediu de lucru sigur și punem accent pe dezvoltarea personală și profesională a salariaților noștri, acest aspect reflectându-se în oportunități de a-și dezvolta cunoștințele și lărgi expertiza prin participarea la o gamă variată de cursuri.

3.1 Cine sunt angajații noștri

La sfârșitul anului 2021, numărul total al angajaților din companie a fost de 3.090, marea majoritate a acestora (98%) lucrând cu normă întreagă. Mai mult de jumătate dintre angajații noștri erau bărbați (64% dintre aceștia) iar procentajul de angajați reprezentat de către femei era de 36%. Peste jumătate din salariații companiei (54%) avea vârsta cuprinsă între 30-50 de ani. Din punct de vedere al mediului de lucru, aproape jumătate din angajații noștri lucrau în birou (44%), în timp ce restul desfășurau activități de teren sau alte tipuri de muncă. Toți salariații care aveau un contract de muncă încheiat pe o perioadă nedeterminată erau angajați cu normă întreagă.

Compania noastră respinge orice formă de discriminare la locul de muncă și se declară în favoarea promovării egalității de șanse, precum și a diversității tuturor angajaților în ceea ce privește genul, vârsta, cultura, religia, abilitățile și orientarea sexuală. Această mentalitate se desprinde din și este conformă cu cele stipulate în Codul Nostru de Drepturi ale Omului și Principii Sociale care a fost adoptat în 2018, prin care compania și-a asumat responsabilitatea de a respecta drepturile omului recunoscute la nivel internațional.

Informații despre respectarea drepturilor omului au fost incluse și în materialele de conformitate. Astfel, în anul 2020 a fost implementat un program de e-learning de conformitate, „Noțiuni introductive de Conformitate”. Acest program a înregistrat în anul 2021 o rată de participare de 12.55%.

Compensații nediscriminatorii

Telekom Romania Communications, actuala Orange Romania Communications nu practică nicio distincție sau diferențiere pe bază de sex în ceea ce privește remunerarea. Raportul remunerării între bărbați și femei este de 1 la 1. Salariile angajaților sunt determinate de nivelul acestora de studii, de anii de experiență precum și de poziția pe care o ocupă. Salariul de bază lunar brut este acordat conform politicilor salariale ale companiei, în funcție de categoria de salarizare a angajatului.

3.2 Cum ne sprijinim angajații

SUPORT ÎNCĂ DIN PRIMA ZI. Programul nostru de inducție pentru noii angajați include o rubrică de familiarizare separată privind Problemele de Conformitate, Codul de etică, Dezvoltare durabilă, precum și politicile interne ale Grupului.

CONTRACTUL COLECTIV DE MUNCĂ. Respectăm pe deplin reglementările legislației românești privind munca, libertatea de asociere și contractele colective de muncă. Angajații noștri sunt membri ai organizațiilor sindicale, cu sindicat reprezentativ la nivelul societății. Contractul colectiv de muncă în vigoare, aplicabil la nivelul Orange Romania Communications (semnat în 2020, pentru perioada 02/2020 – 03/2022) reglementează aspectele legate de sănătate și siguranță în muncă, drepturi și obligații, timpul de lucru, concedii, beneficii, sporul pentru orele suplimentare efectuate, repausul săptămânal, protecția socială, disciplina muncii și drepturile sindicale.

EGALITATEA DE GEN. Orange Romania Communications nu practică nicio distincție sau diferențiere pe bază de sex în ceea ce privește remunerarea, raportul remunerării între bărbați și femei fiind de 1:1.

COMUNICARE INTERNĂ. Referitor la comunicarea internă, principalele campanii de conștientizare și implicare a angajaților sunt descrise mai jos, pe scurt.

O campanie importantă derulată în companie, **HEALTHY ME**, reprezintă o comunitate virtuală a celor care doresc să își păstreze sau îmbunătățească sănătatea și performanțele sub toate aspectele. Programul a fost creat ca urmare a vocii colegilor noștri - deoarece ne-au ajutat să identificăm punctele de suferință în timpul izolării, incertitudinii și contextului pandemic din anii 2020 - 2021. Am oferit un spațiu virtual comun în care i-am invitat să participe la evenimente sportive, de antrenament sau de învățare, să parcurgă articole, recomandări și alte resurse menite să ne ajute să ne atingem sau să ne menținem bunăstarea fizică și psihică și să abordăm cu succes diverse provocări personale. Programul este construit pe 5 piloni: corp sănătos, minte sănătoasă, învățare sănătoasă, comunitate sănătoasă și leadership sănătos. În 2021, 5.333 de participări au fost înregistrate pe parcursul a 229 de sesiuni online pentru Programul Healthy Me.

În Orange Romania Communications 85% dintre angajați au completat Sondajul Pulse de Satisfacție al Angajaților în anul 2021. Această rată mare de participare ne demonstrează interesul puternic al angajaților de a își exprima opinia și de a se implica în chestiuni importante care le afectează mediul de lucru.

Date semnificative privind comunicarea internă din anul 2021

- 36 de numere de newslettere săptămânale au fost trimise către aproximativ 3.300 de angajați.
- 290 de anunțuri interne au fost comunicate angajaților.
- Au fost dezvoltate numeroase campanii interne și alte activități de sprijin pentru angajați.

3.3 Formare profesională și beneficii

Oferim programe de formare profesională și o serie de beneficii angajaților noștri, sprijinindu-i în viața de zi cu zi, atât pe ei cât și pe familiile lor, oferindu-le suport în momente importante, promovând un echilibru între viața profesională și viața personală.

Pentru a raporta numărul total de ore petrecut în traininguri funcționale în zona comercială, B2C, pentru anul 2021 putem face distincția după cum urmează:

- Q1-Q3 – traininguri pentru companie înainte de preluarea de către Orange România a pachetului majoritar de acțiuni;
- Q4 – traininguri pentru companie după preluarea de către Orange România a pachetului majoritar de acțiuni.

Perioada	Aria de desfășurare	Numarul de participanți	Numarul de ore
Q1-Q3	CallCenter	3,000	6,900
Q4	CallCenter	998	2,400
Q1-Q3	Parteneri	24	64
Q4	Parteneri	13	40
Q1-Q3	Retail	605	2,300
Q4	Retail	-	90
Total		4,640	11,794

În ceea ce privește utilizarea **platformei de e-Learning** în anul 2021, avem:

Perioada	Număr total participanți instruiți	Număr ore training / personal instruit
Q1	4,244	11,631
Q2	5,500	9,115
Q3	6,424	15,758
Q4	10,924	24,656
Numar total personal instruit	27,092	61,160

De asemenea, în decursul anului 2021 au fost efectuate și traininguri susținute de furnizori externi pentru dezvoltarea unor noi abilități necesare angajaților la locul de muncă, în urma analizării nevoilor împreună cu managementul.

Aceste tipuri de training s-au aplicat pentru aria de hard skills și au urmărit îmbunătățirea performanței angajaților prin formare și dezvoltare ținând cont de dinamica și nevoile identificate în cadrul echipelor și la nivelul pieței.

Având în vedere procesul complex de transformare și noul context organizațional, în cadrul programului “Talking to people” au fost puse la dispoziția managementului sesiuni de training privind managementul schimbării și modul de comunicare în perioade de schimbări majore. La aceste sesiuni au participat 192 de manageri.

DEZVOLTAREA PERSONALĂ ȘI PROFESIONALĂ

În cursul anului 2021, la nivelul grupului Deutsche Telekom a continuat programul de dezvoltare numit #LevelUpNextGen și conceput pentru angajați talentați cu potențial în zona de leadership, unde 18 angajați din România au participat alături de talentele din alte țări ale grupului. Principale subiecte abordate pe parcursul acestui program au fost: Leading MySelf, Leading Others și Leading Tomorrow. Fiecare subiect a fost parcurs prin trei metode diferite de învățare: e-lab (4 luni de învățare prin platforma dedicată programului în grupuri pentru a încuraja interacțiunea membrilor și schimbul de opinii și informații), sesiuni opționale de workshop și materiale dedicate în media centerul programului.



4. Angajament social, incluziune digitală și siguranță

Compania sprijină inițiative sociale pentru categorii defavorizate, educația, digitalizarea, dezvoltarea tehnologică, protecția mediului și o viață sănătoasă, pentru a contribui la dezvoltarea sustenabilă a societății românești.

4.1 Angajament social și incluziune digitală

Pentru a susține incluziunea digitală în România, Orange Romania Communications furnizează servicii și produse care să satisfacă nevoile de comunicații ale tuturor categoriilor de clienți și sprijină activ accesul în mod egal la noile tehnologii, promovând tranziția țării către noua eră digitală.

Pregătire pentru meseriile viitorului

În anul școlar 2020-2021, peste 200 de copii cu vârste cuprinse între 8 și 17 ani au învățat despre programare în timpul atelierelor CoderDojo. Acestea au fost gratuite și în anul 2021 s-au desfășurat online pe fondul pandemiei COVID-19. Elevii au putut alege una dintre cele trei categorii: „Explorator”, „Aventurier” și „Maestru”, în funcție de vârstă și nivelul de educație. Programa a fost elaborată de mentori voluntari, specialiști în programare, robotică și în cele mai noi tehnologii.

Orange Romania Communications a oferit gratuit împreună cu Fundația Telekom, actuala Hello Communications programul Smart Digital - cursuri intensive de digitalizare pentru tineri, studenți și absolvenți de facultate, cu vârste cuprinse între 20 și 45 de ani care și-au propus să urmeze o carieră în domeniul digital. Pe parcursul celor două ediții desfășurate în 2021, cursanții au beneficiat de informații teoretice și de exerciții practice de la experți din cadrul companiei.

Lupta împotriva cyberbullying-ului

Compania noastră și Asociația Telefonul Copilului au continuat campania de luptă împotriva cyberbullying-ului cu mesaje adaptate contextului pandemiei. Acest proiect facilitează raportarea cazurilor de abuzuri asupra copiilor, inclusiv groomingul online și abuzul fizic. Platforma de campanie www.116111.ro este o platformă educațională care reunește informații utile despre cum pot fi raportate cazurile de abuz la copii, precum și modalități de a solicita consiliere de specialitate pentru astfel de cazuri. HappyGraff este o aplicație mobilă care funcționează ca un jurnal în care adolescenții își pot înregistra emoțiile ori de câte ori simt nevoia și au acces la sfaturi utile despre cum să gestioneze diferite situații cu condiții emoționale dificile. Aplicația mobilă poate fi accesată pe telefoane echipate cu un sistem de operare Android și este disponibilă pentru descărcare gratuită în GooglePlay. Aplicația poate fi descărcată și de pe site-ul campaniei.

4.2 Siguranță cibernetică

Fără un nivel adecvat de securitate, nu se poate asigura clienților o experiență digitală optimă. Este demn de remarcat faptul că majoritatea oamenilor de astăzi par să aibă un grad sporit de încredere în securitatea produselor și serviciilor digitale pe care le utilizează, fapt care poate să fie determinat de mai mulți factori precum lipsa cunoștințelor referitoare la riscurile din sfera digitală pe de o parte, iar pe de alta, încrederea excesivă acordată furnizorilor de astfel de servicii care sunt considerați ca fiind profesioniști în abordările lor vis-à-vis de securitate.

Orange Romania Communications depune toate eforturile pentru a oferi un nivel sporit de securitate cibernetică, investind constant în securitatea produselor și serviciilor sale. Prin implementarea unui proces complex de monitorizare, ne asigurăm că toate informațiile și datele personale ale clienților sunt protejate împotriva utilizării incorecte și sunt utilizate sau prelucrate doar în scopurile pentru care acestea au fost colectate. În plus, pentru a spori și mai mult gradul de securitate, informațiile sunt codificate iar companiile nu stochează conținutul comunicărilor clienților în sistemele lor.

Număr de angajați instruiți	2020	2021
Instruire privind confidențialitatea datelor	N/A	1056
Instruire în securitatea Informațiilor	2.944	2718



ABORDAREA MANAGEMENTULUI PENTRU A ASIGURA UN NIVEL OPTIM DE SECURITATE:

- Politica privind securitatea și **Protecția Datelor** (definește standardele care să asigure un nivel adecvat de securitate necesar protejării informațiilor și a tuturor datelor, inclusiv cele cu caracter personal).
- Codul de conduită privind confidențialitatea.
- Politica obligatorie pentru confidențialitatea datelor personale în cadrul grupului DT.
- Politici separate/principalele standarde de siguranță.

În 2021, la Telekom Romania Communications a fost înregistrat un număr de 934 cereri privind exercitarea drepturilor în temeiul Regulamentului General privind Protecția Datelor (UE) nr. 2016/679.



ASIGURAREA SECURITĂȚII FIZICE ÎN CADRUL TELEKOM FIX

- Aproximativ 1.176 de cereri de acces gestionate de Dispeceratul de securitate;
- Efectuarea a 4 de noi evaluări ale riscului de securitate fizică;
- Efectuarea a 195 de vizite de siguranță în diferite locații ale companiei.

4.3 Siguranța copiilor în mediul online

Orange Romania Communications se asigură că prin serviciile sale oferă un conținut adecvat tuturor categoriilor de vârstă. Pentru ca accesul la acest conținut să fie cât mai ușor de gestionat și mai sigur, am luat măsuri să ne asigurăm de faptul că informațiile oferite de terțe părți se bazează pe și sunt în conformitate cu legea română. În plus, am implementat o serie de instrumente de clasificare astfel încât conținutul pentru adulți să poată să fie furnizat numai la cerere, precum și instrumente de control parental care să filtreze conținutul (servicii/instrumente valabile atât pe platformele IPTV, cât și pe cele DVBC). Un aspect important de care noi ținem cont este acela că, în multe cazuri, copiii se adaptează mult mai rapid decât părinții lor la tehnologie. Astfel, părinții lor trebuie să fie bine foarte bine informați cu privire la serviciile facilitate de progresul tehnologic (cum ar fi apelurile vocale și SMS-urile, distribuirea imaginilor, accesul la internet și navigarea pe rețelele sociale). Nevoia este urgentă, mai ales că, potrivit statisticilor, marea majoritate a copiilor navighează pe internet nesupravegheați, iar mulți dintre aceștia diseminează date personale cu caracter vulnerabil. Prin acceptarea și conștientizarea acestor amenințări, părinții ar putea să aplice măsuri tehnologice și să-și educe copiii cu privire la utilizarea responsabilă a tehnologiei.

În ajutorul acestora vine și Orange Romania Communications care, pentru a facilita acest proces, a pus la dispoziție următoarele instrumente:

- Un program terț special conceput pentru filtrarea conținutului;
- Serviciu numit "restricții PRS" care permite restricționarea accesului la SMS și chat privind conținutul pentru adulți oferit de terți;
- Acțiuni autonome ale companiei, care - în conformitate cu politica sa - poate restricționa sau elimina informații precum închide sau bloca accesul la orice site care nu respectă politica;
- Actualizări constante ale informațiilor relevante - în cadrul clauzelor noastre contractuale se specifică faptul că furnizorii sunt obligați să nu modifice natura și clasificarea conținutului lor fără o notificare prealabilă trimisă către Orange Romania Communications.

În urma cu câțiva ani, compania s-a angajat să susțină proiecte și campanii care contribuie la sporirea siguranței online a copiilor.

O descriere a unui astfel de program este prezentată mai jos. Astfel, în cazul unor posibile plângeri primite de către Orange Romania Communications prin canale proprii de comunicare (numărul de relații cu clienții 1930, email, sesizari@orange.com, formularul de contact de pe site-ul companiei), structurile relevante din cadrul organizației respectă procedura NTD și direcționează clienții reclamânți către aplicația de raportare a organizației naționale OradeNet (<http://oradenet.salvaticopiii.ro/>).

Orice ajutor începe printr-o inițiativă

Aflați mai multe despre cum puteți preveni abuzurile online contactând 116 111, linia telefonică europeană a copiilor, administrată de Orange Romania Communications și Asociația Telefonul Copilului din România. Prin intermediul 116 111, puteți, de asemenea, să raportați abuzuri digitale cum ar fi hărțuirea online, expunerea copiilor la conținut ilegal pe internet sau exploatarea online a copiilor. De asemenea, puteți solicita consiliere juridică gratuită oferită de specialiștii din organizație. Informațiile pot fi trimise și la adresa de e-mail: telefonulcopilului@telefonulcopilului.ro. Vizitați, de asemenea, www.116111.ro pentru informații relevante despre agresiune/intimidare.

De asemenea, puteți găsi informații și pe portalul OradeNet (<http://oradenet.salvaticopiii.ro/>), portal aferent unui program european care promovează utilizarea Internetului de către copii și adolescenți într-un mod creativ, util și sigur în România.

5. Protecția mediului

Managementul Orange Romania Communications a definit și aprobat Politica de Mediu, ca parte a Politicii Integrate de Calitate, asigurându-se că aceasta:

- Este adecvată la natura și impactul activităților, produselor și serviciilor asupra mediului;
- Include un angajament de îmbunătățire continuă și de prevenire a poluării;
- Include un angajament de respectare a cerințelor legale și a altor cerințe la care subscrie organizația, în materie de mediu;
- Oferă cadrul pentru stabilirea și revizuirea obiectivelor și țăintelor de mediu;
- Este disponibilă angajaților și părților interesate;
- Este revizuită periodic pentru a se asigura că rămâne relevantă și adecvată pentru nevoile organizației.

Produsele și serviciile pe care le dezvoltăm le definim în scopul reducerii emisiilor de CO₂, reducând astfel amprenta de carbon a companiei. În inițiativele noastre sociale, suntem ghidați de idealul unei economii circulare, de construirea și reconstruirea sănătății generale a sistemului prin recuperarea, re folosirea și reintroducerea înapoi în ciclul economic a cât mai multor materiale.

Prin intermediul ofertei tot mai vaste de produse ecologice și soluții inovatoare în domeniul IT&C, Orange Romania Communications ajută consumatorii și companiile să își micșoreze în mod eficient consumul de energie și totodată să reducă emisiile de CO₂. De mai mulți ani oferim servicii care ajută la dematerializarea proceselor de afaceri precum facturarea on-line, fluxuri digitale sau servicii de cloud computing și totodată investim în dezvoltarea și îmbunătățirea acestora ajutând astfel clienții din sectorul business să crească în mod sustenabil și oferindu-le avantajul competitiv de care au nevoie pentru a avea succes. Prin transferarea aplicațiilor de business precum e-mail, managementul relației cu clienții (CRM) și a pachetelor de software (foi de calcul, programele de file sharing și cele de procesare de informații) din sistemele informatice locale ale companiilor în serviciile cloud centralizate se poate contribui semnificativ la reducerea consumului de energie electrică aferent serviciilor IT și implicit la reducerea emisiilor de CO₂.



Obiectivele și programele de mediu

Compania a stabilit obiective și ținte de mediu și a dezvoltat și implementat programe de mediu pentru realizarea acestor obiective. Obiectivele de mediu sunt menținute în 2021 ca și în anul precedent.

Programele de mediu implementate sunt monitorizate pe baza indicatorilor cheie de performanță (KPI) relevanți, iar analiza s-a axat pe:

- stadiul de realizare a obiectivelor și țăintelor de mediu;
- îndeplinirea măsurilor din programul de management;
- punctele forte și punctele slabe;
- oportunitățile și amenințările;
- propuneri de îmbunătățire a domeniului de mediu.

Cerințe legale. Evaluarea conformității cu cerințele legale de mediu

Monitorizarea conformității cu cerințele legale a fost realizată de către persoanele responsabile cu protecția mediului, împreună cu reprezentanții legali.

Aspecte de mediu (evaluarea riscurilor)

Pentru a efectua această analiză, au fost luate în considerare 7 (șapte) etape:

- Identificarea activităților companiei luând în considerare întregul lanț valoric;
- Identificarea aspectelor / parametrilor externi și interni care sunt relevanți pentru scopul companiei (de mediu, externi și interni);
- Identificarea aspectelor de mediu potențiale, precum și a impactului asociat asupra mediului;
- Cartografierea aspectelor de mediu, a activităților și a impactului asupra mediului;
- Selectarea metodologiei de evaluare a aspectelor de mediu, cartografierea, precum și cu materialitatea. Elaborarea scenariilor de evaluare;
- Sinteza scenariilor pentru definirea, planificarea și punerea în aplicare a acțiunilor relevante.

Responsabilitate corporativă

Telekom Romania Communications a identificat următorii cinci piloni de Responsabilitate Corporativă (RC): Strategie și management, Piață, Resurse umane, Societate și Mediu.

Telekom Romania Communications, actuala Orange Romania Communications își propune să integreze principiile de funcționare responsabilă în practicile sale de management, pentru a se asigura că acestea sunt luate în considerare în procesul de luare a deciziilor, în spiritul "business as usual". De asemenea, Telekom Romania Communications, actuala Orange Romania Communications, își va alinia strategia cu cea a Grupului Orange, în vederea îmbunătățirii performanței afacerii, cu minimizarea impactului activităților noastre asupra mediului.

Comunicare și alte proiecte

Salvgardarea calității mediului înconjurător este o preocupare majoră a companiei. În acest sens, se străduiește să minimizeze impactul operațiunilor sale asupra mediului și să sensibilizeze angajații și concetățenii săi, cu privire la un comportament mai responsabil în ceea ce privește protecția mediului.



Domeniile de preocupare și atenție în domeniul mediului includ:

Competență, formare și conștientizare

Angajații au participat la cursuri de formare în domeniul mediului, după cum urmează:

Intern/ Extern	Numele cursului	Numar angajati instruiti	Sursa
Intern	Instruire introductivă pentru noii angajați în ceea ce privește protecția mediului	Disponibil tuturor angajaților – 987	e-learning
Intern	Colectarea selectivă a deșeurilor	Disponibil tuturor angajaților - 607	e-learning
Intern	Reducerea consumului resurselor naturale	Disponibil tuturor angajaților - 591	e-learning

Comunicare, participare și consultare

În vederea informării angajaților cu privire la acțiunile și inițiativele privind protecția mediului, a fost emis un Plan de Comunicare pentru Sistemul de Management Integrat. Comunicarea se realizează prin buletine de comunicare internă, campanii și intranet.

În toate magazinele companiei au fost distribuite pliante cu informații pentru clienți, referitoare la deșeurile de echipamente electrice și electronice și la deșeurile de baterii și acumulatori.

Măsurarea și monitorizarea performanței de mediu

Monitorizarea proactivă a performanței de mediu se derulează după cum urmează:

- Evaluarea conformității cu cerințele legale și cu alte cerințe;
- Inspecția clădirilor, depozitelor, birourilor pentru a verifica aspectele de mediu, discrepanțele și pentru a stabili acțiuni de corectare a acestora;
- Evaluarea eficacității formării în domeniul mediului;
- utilizarea eficientă a rezultatelor auditurilor interne și externe;
- Gradul de îndeplinire a obiectivelor de mediu și a programelor de management;
- Analiza eficacității implicării angajaților în problemele de mediu;
- Evaluarea eficacității managementului contractorului;
- Rapoarte specifice de mediu către autorități și contractanți;
- Monitorizarea măsurărilor efectuate la factorii de mediu;
- Monitorizarea cantităților de deșeuri rezultate din activități;
- Monitorizarea substanțelor și deșeurilor periculoase;
- Monitorizarea cantităților de baterii și acumulatori introduse pe piață;
- Monitorizarea cantităților de EEE introduse pe piață;
- Monitorizarea ambalajelor introduse pe piață;
- Monitorizarea consumului de resurse naturale: apă, gaze, energie electrică, uleiuri
- Monitorizarea consumului de combustibil utilizat pentru vehicule și generatoare.

Managerii de la locul de muncă și structurile implicate au fost informați în scris cu privire la rezultatele inspecțiilor interne și au primit sprijin în rezolvarea discrepanțelor. Discrepanțele (neconformitățile) rezultate din diferite surse: inspecții interne, audituri interne, audituri externe, controlul autorităților, evaluări de mediu sunt înregistrate și monitorizate în planurile de acțiune și sunt abordate prin corecții și acțiuni corective. Au fost semnate Protocoale de Sănătate și Securitate, Mediu, Situații de Urgență cu contractorii și au fost monitorizate activitățile pe care aceștia le desfășoară în locațiile companiei. Antreprenorii au fost informați cu privire la aspectele de mediu din locații și personalul contractorilor a fost instruit.

Monitorizarea reactivă a performanțelor de mediu se derulează astfel:

- Monitorizarea reclamațiilor interne și externe;
- Analiza rezultatelor măsurătorilor factorilor de mediu și stabilirea acțiunilor în cazul neconformității cu cerințele legale;
- Analizarea măsurilor impuse de autorități și stabilirea împreună cu structurile implicate a acțiunilor necesare pentru realizarea acestora.
- Monitorizarea situațiilor de urgență privind mediul.

Modificări ale aspectelor externe și interne relevante

În situația generată de pandemia Covid-19 la nivelul anului 2021, s-au înregistrat creșteri ale traficului de date ca urmare a muncii la distanță și a interdicției de liberă circulație a populației. Acest lucru a avut un impact asupra indicatorilor cheie de performanță în domeniul energiei, având în vedere că consumul de energie va fi același sau chiar mai mic ca urmare a măsurilor energetice. În afară de aceasta, nu vor exista modificări majore ale sistemului de management de mediu.

Preluarea Telekom Romania Communications de către Grupul Orange nu a avut un impact negativ asupra performanțelor sistemelor de management de mediu. Operațiunile companiei pot beneficia de cele mai bune practici de mediu ale Grupului Orange, iar sistemul poate fi îmbunătățit.

5.1 Economia circulară

În locul folosirii resurselor și dezvoltării neplanificate de tehnologii, noi, ca umanitate, am început să percepem dezvoltarea civilizației ca pe o țintă sustenabilă. Pe măsură ce cunoștințele noastre legate de diverse ecosisteme și dinamici ale mediului cresc, realizăm faptul că reglementările tehnologice și industriale influențează întreaga planetă. Conceptul de economie circulară presupune că sistemele economice pot fi transformate în sisteme ce reciclează și refolosesc pe cât de mult posibil – iar atunci când este imposibil, cel puțin urmăresc reducerea impactului negativ asupra mediului înconjurător.

Pana la data de 30 septembrie 2021 Telekom Romania Communications a urmat strategia de economie circulară a Deutsche Telekom, ce presupunea eforturi semnificative pentru a minimiza impactul operațiunilor noastre asupra mediului și pentru a face cunoscută angajaților și a tuturor părților interesate importanța protecției mediului și acțiunile responsabile ce trebuie întreprinse în acest scop.

De aceea, compania:

- A aplicat principiul „Reduce – Refolosește – Reciclează” în toate activitățile sale;
- A extins durata de viață și utilizarea totală a echipamentului oferit clienților și facilitează servicii de reciclare pentru echipamentele defecte;
- A informat și încurajat cetățenii să adopte practici de reciclare.

5.2 Emisiile de carbon

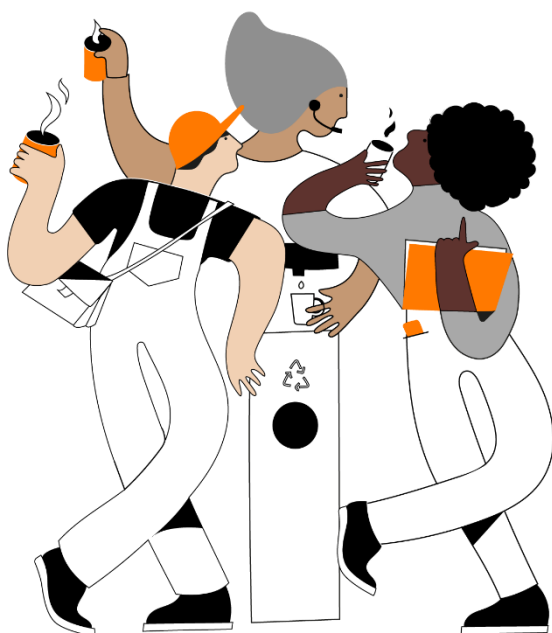
Împărtășim o viziune a unei societăți cu un conținut redus de carbon și acționăm în scopul transformării acestei viziuni în realitate. Acționăm direct, reducându-ne propriile emisii de CO₂ și indirect, oferind servicii și produse cu o amprentă de carbon redusă. În termeni simpli, amprenta de carbon este cantitatea totală de dioxid de carbon emisă de o entitate. Menținând-o la un nivel scăzut pe parcursul ciclului de viață al produselor și serviciilor noastre, reducem amprenta de CO₂ a clienților noștri.

Scopul nostru în această direcție este definit de strategia împotriva Schimbărilor Climatice adoptata, ce țintește printre altele:

- Impact zero pentru emisiile interne CO₂ până cel târziu în 2025;
- Impact zero pentru emisiile de la producție la client până cel târziu în 2040.

Priorități pentru îmbunătățirea eficienței energetice:

- Rețele de telecomunicații, care vizează tranziția la o rețea mai eficientă din punct de vedere energetic;
- Clădiri, centre de date și magazine, cu accent pe utilizarea corectă și eficientă funcționare a echipamentului instalat;
- Concentrarea echipamentelor și reducerea spațiului utilizat;
- Stațiile noastre de lucru sunt create pentru a fi ecologice, folosind echipamente eficiente energetic;
- Transport rutier, cu accent pe reînnoirea flotei de vehicule, dar și pe monitorizarea și controlul activității transportului.

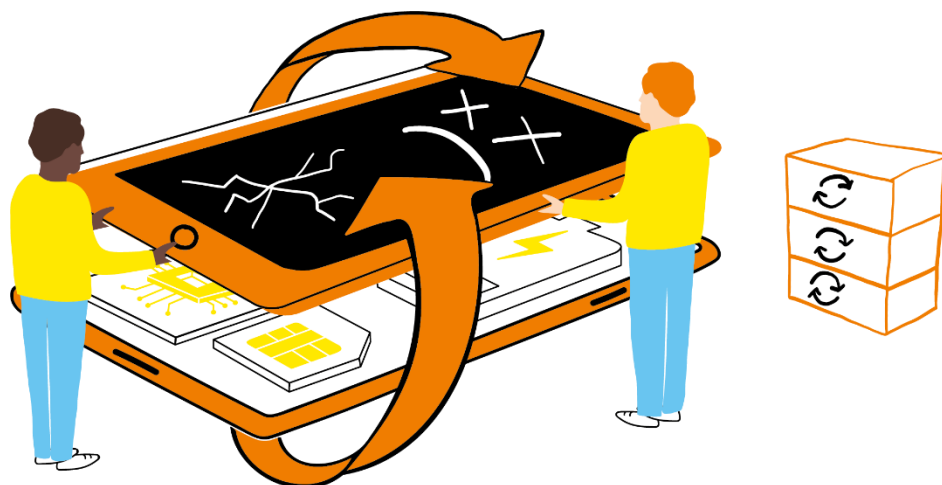


5.3 Resursele și deșeurile

Prin politica și obiectivele noastre privind mediul, suntem dedicați administrării și reducerii impactului operațiunilor noastre asupra mediului înconjurător. Astfel, am înființat un sistem de monitorizare a tuturor materialelor și resurselor pe care le folosim. Acesta ne permite să identificăm potențialul de îmbunătățire și să stabilim măsuri specifice pentru a adresa acele aspecte pe care le putem controla.

Pentru a spori eficiența materialelor și gestionarea deșeurilor, ne-am dezvoltat strategia în baza a 7 principii cheie:

- Monitorizarea consumului materialelor asociat operațiunilor noastre;
- Reducerea folosirii materialelor cu impacturi ridicate asupra mediului în faza lor de producție;
- Prevenirea generării de deșeuri oricând este posibil;
- Refolosirea oricând este posibil a materialelor sau reciclarea lor prin companii specializate;
- Administrarea tuturor deșeurilor electrice și electronice pentru a preveni impactul asupra mediului;
- Dezvoltarea de produse și servicii ce contribuie la dematerializare;
- Amplificarea vizibilității și conștientizării importanței protecției mediului intern și extern, pentru a crește participarea în activități de reciclare;
- Deșeurile generate în urma operațiunilor noastre sunt clasificate în următoarele categorii principale, în funcție de criterii specifice:
 - Deșeuri periculoase (baterii cu plumb, lămpi, baterii portabile, stâlpi creozotați);
 - Deșeuri tehnice generate în timpul operațiunilor tehnice asupra rețelor și sistemelor noastre (de ex. cabluri, metale, echipament electronic și de telecomunicații) și produse folosite (de ex. telefoane și accesorii ale acestora etc.);
 - Altele (categorii de deșeuri ce nu au fost incluse în categoriile precedente, precum deșeurile reziduale).



Stop Wasting – Start Caring!

Inițiative interne și externe de protecție a mediului

Compania a dezvoltat numeroase inițiative pentru a-și digitaliza activitățile și pentru a-și reduce amprenta asupra mediului:

- Distribuitoare de apă în toate locațiile;
- Rapoarte digitalizate privind cheltuielile de călătorie;
- Imprimante setate la imprimare automată pe ambele fețe ale hârtiei;
- Modelele de închiriere (routerele, modemurile și alte echipamente sunt închiriate în baza contractelor de închiriere). La sfârșitul contractului, acestea sunt recuperate pentru reutilizare sau reciclate, după caz;
- Reducerea dimensiunii cartelelor SIM (50% economii de plastic prin reducerea dimensiunii cardurilor SIM);
- Reciclare pentru telefoane și alte mici echipamente vândute în magazine (în fiecare locație avem containere destinate pentru deșeuri electronice și baterii, iar colectările periodice sunt realizate de partenerii noștri de reciclare); pliantele cu informații despre gestionarea acestor tipuri de deșeuri sunt disponibile clienților la punctul de vânzare;
- Instruirea periodică a angajaților pe platforma de e-learning pentru colectarea selectivă a deșeurilor; recipiente de colectare selectivă sunt disponibile în fiecare locație de birouri și depozitate pentru a crește rata de reciclare a deșeurilor generate;
- Responsabilitățile pentru echipamente electronice, baterii și ambalaje sunt transferate operatorilor comerciali autorizați pentru a atinge obiectivele de reciclare;
- Stâlpii de lemn periculoși colectați ca deșeuri sunt predați pentru incinerare cu recuperare de energie;
- Înlocuirea centralelor termice cu consum energetic cu instalații mai eficiente;

5.4 Conformitate cu legile și reglementările

Urmărim îndeaproape reglementările legale. Menținem nivelul de zgomot al echipamentelor noastre sub pragurile legale prin programe de întreținere și prin înlocuirea echipamentelor vechi.



6. Managementul responsabil al riscurilor

6.1 Managementul riscurilor la nivelul companiei

Procesul complex de dezvoltare tehnologică generează pe de-o parte avantaje, iar pe de alta costuri semnificative. Dinamismul evenimentelor și legăturilor dintre ele face ca analiza lor la timp să fie tot mai dificilă, dând naștere astfel multor riscuri și incertitudini care se combină între ele și care sunt dublate de o lipsă acută de informații. Din punct de vedere tehnic, contrar înțelegerii noastre generale, riscul și incertitudinea sunt două noțiuni total diferite. Incertitudinea denotă o lipsă de siguranță sau certitudine, generată de lipsa de informații. În aceste condiții, rezultatul unui eveniment este necunoscut neputând fi analizat, măsurat sau prezis. Riscul se referă la probabilitatea ca un anumit eveniment să se producă. În condiții de risc, o anumită persoană poate lua anumite decizii pe măsura desfășurării lanțului evenimentelor. Totodată trebuie să existe un anumit grad de pregătire și în cazul evenimentelor cu o probabilitate scăzută și care pot afecta un proces într-un mod pozitiv sau negativ. Când există un anumit risc, există și anumite informații disponibile la care ne putem referi.

În compania noastră am reușit să dezvoltăm și să creăm abordări și proceduri eficiente de a minimiza riscurile și de a evita incertitudinile, iar pentru a opera eficient în acest mediu volatil datorat dimensiunii operaționale suntem nevoiți să anticipăm, să identificăm și să gestionăm orice risc ce ar putea apărea.

Astfel am creat un cadru de **Management al Riscurilor la Nivelul Companiei (ERM)** – element central al guvernantei noastre corporative prin intermediul căruia riscurile și posibilele oportunități sunt identificate din timp, monitorizate și gestionate. Acest cadru este orientat și axat pe plus valoare acoperind toate riscurile strategice, operaționale, financiare, de conformitate și reputaționale.

Funcția de Management al Riscului la Nivelul Companiei (ERM) din cadrul Orange Romania Communications a elaborat și implementat o metodologie unificată pentru efectuarea evaluării riscurilor de către toate departamentele sale care să respecte cerințele privind "evaluarea riscurilor la nivel de companie" impuse atât de standardul ISO 31000:2018, cât și cele impuse de către legislația românească.

Gestionarea și raportarea riscurilor

Responsabilitatea pentru gestionarea riscurilor aparține în primul rând managerilor noștri operaționali, echipa ERM fiind responsabilă de asigurarea cadrului integrat pentru evaluarea riscurilor și de raportarea corespunzătoare a acestora.

Pentru a asigura identificarea în timp util a unor potențiale noi riscuri și pentru a rămâne la curent cu evoluția riscurilor existente precum și cu măsurile lor de atenuare/prevenire, comunicăm trimestrial și ori de câte ori este nevoie cu o serie de persoane cheie din domeniile noastre de business. În plus, consultăm rapoartele de management, rapoartele de grup, rapoartele financiare, rapoartele din industrie, indicatorii macroeconomici și rapoartele de progres aferente inițiativelor noastre strategice în curs sau cele care urmează a fi planificate.

Echipa ERM identifică și înregistrează sistematic riscurile iar apoi evaluează impactul și probabilitatea acestora pe baza modelelor agreeate. **Riscurile identificate de echipa ERM care depășesc impactul de 500,000 EUR asupra EBITDA** sunt incluse în Raportul ERM trimestrial care este validat de către Comitetul GRC (Comitetul de Guvernanță, Risc și Conformitate).

Raportul cu toate posibilele modificări este apoi prezentat Comitetului de Audit, iar după confirmarea acestuia, Directorul de Audit Intern și de Management al Riscului îl trimite echipei de ERM de la nivelul grupului pentru a fi revizuit, după ce, în prealabil, acest raport i-a fost prezentat și Directorului General. Raportul este utilizat atât în procesul de planificare și bugetare al anului următor, dar și al planificării misiunilor viitoare de audit intern.

Certificări sisteme de management Orange Romania Communications

În cadrul unui sistem de management integrat bazat pe ISO 9001, următoarele certificate au fost obținute de Orange Romania Communications.

- ISO 9001: 2015| Sistemul de management al calității - Cerințe
- ISO 14001: 2015| Sistemul de management al mediului – Cerințe cu ghid de utilizare
- ISO 45001: 2018| Sistemul de management al sănătății și securității ocupaționale - Cerințe
- ISO 27001: 2013| Tehnologia informației. Tehnici de securitate. Sistem de management al securității informației. Cerințe
- ISO 22301: 2019| Sistemul de management al continuității afacerii - Cerințe
- ISO/IEC 20000-1: 2018| Sistemul de management al serviciilor tehnologia informațiilor
- ISO 31000 : 2018| Sistemul de management al riscului – Principii și linii directoare (atestare)
- ISO 37001:2016| Sistemul de management anticorupție – Cerințe cu ghid de utilizare
- ISO 19600:2014| Sistemul de management al conformității – Linii directoare

6.2 Etică, risc operațional și conformitate

Cultura noastră de conformitate și integritate

În companie "Conformitatea" definește modul în care ne dorim să acționăm, nu modul în care suntem obligați să acționăm. Cultura de etică și de integritate personală reprezintă fundamentul programelor noastre de conformitate care susține performanța.

Am reușit astfel să integrăm principiul conformității în toate activitățile noastre sub umbrela Sistemului de Management al Conformității (CMS), scopul final fiind cel de a sprijini și consolida principiile noastre operaționale fundamentale: **transparență, dreptate, profesionalism, integritate, respectarea cadrului juridic și a principiilor etice.**

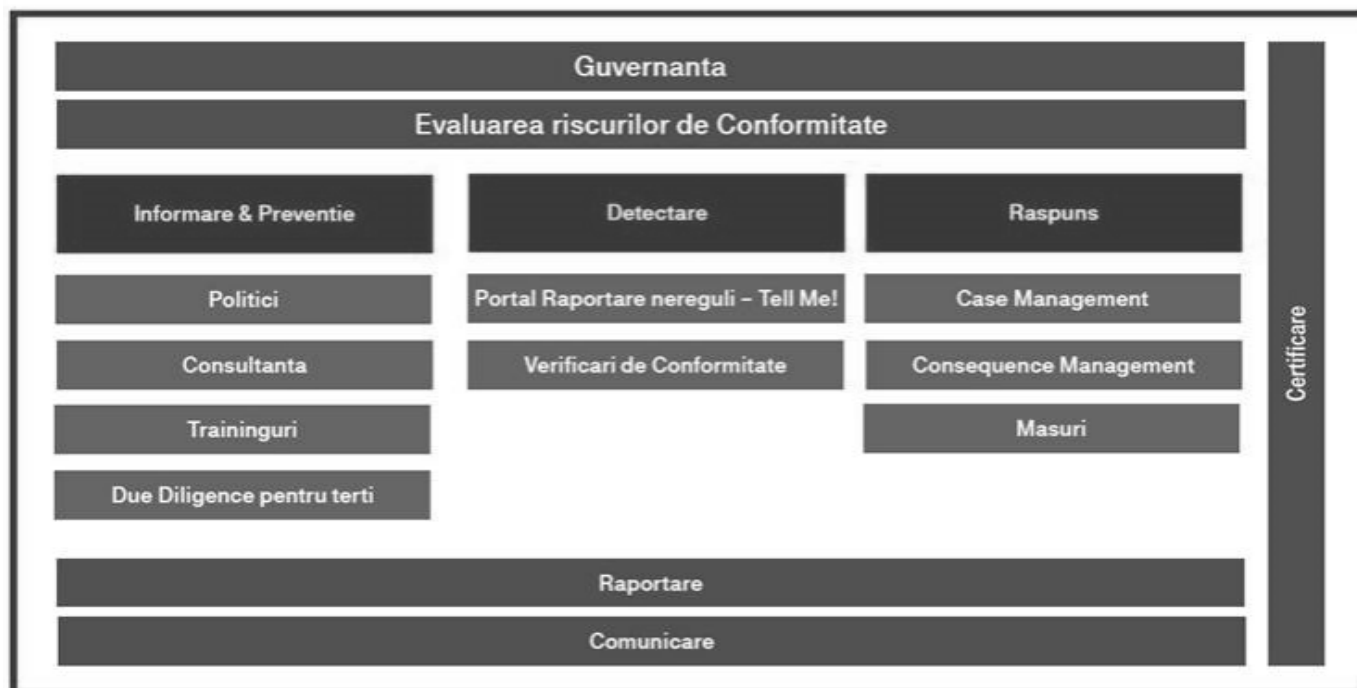
În munca noastră de zi cu zi ne axăm pe:

- Sporirea conștientizării riscurilor de neconformitate;
- Dezvoltarea unei culturi bazată pe conformitate;
- Prevenirea comportamentului necorespunzător;
- Detectarea și tratarea aspectelor legate de conformitate;
- Furnizarea de consultanță necesară privind conformitatea.

În 2021, Telekom Romania Communications:

Nu a fost implicată în niciun incident de neconformitate cu reglementările privind corupția.

SISTEMUL DE MANAGEMENT AL CONFORMITATII – STRUCTURA



Sistemul de management al conformității, un punct forte al business-ului nostru

Putem să înțelegem într-un mod intuitiv conceptul de conformitate în sensul de a fi conform cu reguli clare și juste, de a avea proceduri clare, a face tot timpul ceea ce trebuie și de a adera la politicile interne ale companiei precum și la principiile etice sau dispozițiile legale.

Fiecare dintre angajații sau partenerii companiei trebuie să respecte și să lucreze urmând aceste principii.

Sistemul nostru de management al conformității se bazează pe cele mai bune practici în domeniu întrucât acest sistem derivă din principii și standarde recunoscute internațional, cum ar fi standardul de audit german PS 980 emis de către Institutul de Audit Public German.

Ne bazăm pe reguli și principii în tot ceea ce facem

Linii directoare și politicile de conformitate din cadrul existent înglobează toate sferele în care interacționăm:

- Codul de conduită;
- Politica privind combaterea corupției și a altor conflicte de interese;
- Programul pentru prevenirea și combaterea spălării banilor și a finanțării actelor de terorism;
- Codul de conduită al furnizorilor;
- Codul de conduită etică pentru directorii financiari aflați în poziții de conducere;
- Politica privind acceptarea și acordarea de beneficii;
- Politica privind evenimentele;
- Politica privind donațiile;
- Politica privind sponsorizările;
- Politica privind cazurile de fraudă;
- Politica privind legea concurenței;
- Politica privind avertizorul de integritate;
- Politica referitoare la evitarea hărțuirii sexuale;

COMPORTAMENTUL NOSTRU ETIC

Codul nostru de conduită este un ghid cadru pentru comportamentul tuturor angajaților. Acesta reafirmă angajamentul nostru ferm de a respecta legile și reglementările în vigoare precum și obligațiile specifice privind comportamentul etic. Tocmai acest comportament, împreună cu alte idealuri pe care le împărtășim ne sprijină în munca noastră. Principiul nostru privind nediscriminarea nu se referă doar la aspecte legate de gen, vârstă sau religie, ci acoperă și aspecte care se leagă de abilitate, origine sau orientarea sexuală. Mai mult, am instituit un mecanism intern de raportare a tuturor întrebărilor, preocupărilor sau reclamațiilor legate de nediscriminare și de principiile Codului de Conduită.

Acestea se pot adresa Departamentului de Conformitate, pe următoarele canale:

- Prin e-mail: whistleblowing@orange.com și raportare.nereguli@orange.com;
- Prin Formularul Electronic de Raportare a Neregulilor (disponibil pe pagina web a companiei și pe pagina de intranet a companiei).

Riscuri legate de corupție și formare profesională în sfera de conformitate

Fără corupție, fără concurență neloială: certificările noastre

La nivel organizațional ne asigurăm că funcționăm în conformitate cu cele mai bune practici în domeniu.

ISO 37001:2016| Sistemul de management anticorupție – Cerințe cu ghid de utilizare

ISO 19600:2014| Sistemul de management al conformității – Linii directoare

Orice activitate poate fi susceptibilă riscului de corupție. Infrațiunea de corupție activă este comisă de către acele persoane care inițiază "procesul sau acțiunea coruptă" (dare de mită) în timp ce corupția pasivă se referă la persoana / persoanele care acceptă sau care contribuie la "procesul de corupție" (luare de mită).

Cum menținem conformitatea

Programul nostru de instruire privind conformitatea este dezvoltat în jurul liniilor directoare și a politicilor interne care sunt actualizate anual ca parte a îmbunătățirii continue a Sistemului de Management al Conformității și Sistemul de Management Anticorupție.

Număr de angajați instruiți		2020	2021
Instruire privind confidențialitatea datelor		0	1.056
Instruire în securitatea informațiilor		2.944	2.718

6.3 Entitate responsabilă

În România, toate companiile trebuie să respecte Codul de Conduită emis de Consiliul Național al Audiovizualului (CNA) care reglementează aspecte legate de campaniile de comunicare și publicitate.

În 2021, RAC - Consiliul Român pentru Publicitate a analizat reclamațiile adresate companiilor de publicitate lansate de companie și a indicat ca Orange Romania Communications să examineze conținutul de comunicare al campaniilor și să îl modifice în conformitate cu Codul. Compania a implementat conform recomandărilor.

În 2021, compania nu a fost amendată pentru nerespectarea legilor sau reglementărilor în vigoare în domeniul concurenței. Dispozitivele de telefonie mobilă comercializate de Orange Romania Communications respectă reglementările internaționale și europene emise de RED, RoHS, ICNIRP. De asemenea, etichetarea acestor dispozitive respectă cea mai recentă legislație în vigoare. Pentru dispozitivele mobile, compania solicită de la furnizorii săi Rata de Absorbție specifică (SAR) iar aceste valori sunt disponibile pentru clienți în pachetele de produse sau în rețeaua de magazine.

Produsele electronice comercializate includ în ambalajul lor un manual detaliat de instalare sau oferă un link web pentru a descărca cu ușurință ghidul de utilizare și manualul dispozitivului. Manualele pentru utilizarea în siguranță și instalarea echipamentelor Orange Romania Communications sunt, de asemenea, puse la dispoziție pe site-ul oficial al companiei. Furnizorii sunt obligați de asemenea să atașeze produselor certificatul de garanție.

În 2021, nu a fost aplicată nicio sancțiune financiară Telekom Romania Communications pentru neconformități pentru oricare dintre domeniile de mai sus.

Transparență în stabilirea prețurilor și a tarifelor

Telekom Romania Communications, actuala Orange Romania Communications, se angajează să păstreze un proces de comunicare clar, simplu și transparent în privința prețurilor, procedura de tarificare făcându-se conform cadrului actual de reglementare, pentru a oferi un nivel ridicat de calitate clienților săi. Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații (ANCOM) este organul care monitorizează procesul de tarificare a serviciilor și produselor oferite de către companie pentru a promova o concurență corectă, echitabilă și eficientă. Transparența acestor politici de tarificare, printre altele, se referă și la informarea clienților cu privire la procedura de tarificare, informațiile despre prețuri fiind disponibile pe site-ul web, în broșurile companiei sau prin intermediul centrelor de servicii ale companiei.

6.4 Responsabilitatea și sustenabilitatea în lanțul de aprovizionare

Fiind unul dintre liderii de pe piața de telecomunicații din România, contribuim la stimularea economiei de-a lungul tuturor operațiunilor aferente lanțului nostru de aprovizionare. Astfel, susținem cu tărie faptul că prin crearea oportunităților de creștere sustenabilă la nivelul fiecărui segment al lanțului de aprovizionare reușim să generăm un feedback pozitiv de pe urma căruia beneficiază toate părțile implicate. O astfel de înțelegere holistică a sustenabilității asigură tuturor oportunități de dezvoltare și promovează o cooperare echitabilă.

În plus, prin programul nostru de dezvoltare ne ajutăm furnizorii strategici să implementeze sau să îmbunătățească bunele practici de afaceri, proces care determină un impact social mai mare, o mai bună și eficientă protecție a mediului înconjurător și o mai mare eficiență economică. Dezvoltarea acestui program se bazează pe patru componente sau etape cheie care garantează o interacțiune caracterizată de respect, ducând astfel la un rezultat reciproc avantajos. În spiritul acestor principii, creăm cadrul nostru de evaluare a furnizorilor care ajută la încorporarea celor mai bune practici din domeniu în activitatea de zi cu zi a tuturor entităților implicate.



Orange Romania Communications și furnizorii săi

Furnizorii noștri activează în următoarele sfere de activități economice: contractanți, entități licențiate, servicii de consultanță, companii care comercializează echipamente și servicii de telecomunicații, companii care dezvoltă hardware și software pentru calculatoare, companii care vând utilizarea licențelor pentru drepturi de conținut, servicii administrative pentru clădiri/facilități, servicii de marketing, servicii de resurse umane, servicii de imprimare, servicii de corespondență.

100% din furnizorii noi din anul 2021 au avut incluse în contracte clauze privind sănătatea și siguranța în muncă, combaterea anticorupției, securitatea și confidențialitatea, protecția mediului.

Cum ne selectăm furnizorii

Criteriile de selecție se bazează pe specificații tehnice, preț, condiții comerciale, probleme contractuale și cerințele specifice responsabilității corporative. Contractele cu toți furnizorii includ clauze specifice sau anexe privind sănătatea și siguranța în muncă, combaterea corupției, securitatea, protecția mediului, confidențialitatea și respectarea Codului de conduită al Orange Romania Communications pentru furnizori. Este obligatoriu ca toate aceste clauze și specificații să fie acceptate de către toți furnizorii, fără nicio excepție.

Evaluarea furnizorilor

Furnizorii sunt selectați pe baza comenzilor de achiziție (PO-uri) emise prin intermediul sistemelor SAP-ERP, într-o perioadă de 12 luni. Toți furnizorii selectați sunt evaluați de către unitățile operaționale implicate și, de asemenea, fiecare furnizor trebuie să răspundă unui chestionar de auto-evaluare.

Pentru a ne evalua furnizorii am implementat un sistem dedicat - "Sistemul de Evaluare al Furnizorilor". Rating-ul furnizorilor, realizat de unitățile operaționale implicate ale companiilor noastre, împreună cu chestionarele de auto-evaluare completate de furnizori, sunt publicate în Sistemul de evaluare a furnizorilor al Grupului OTE, permițându-ne astfel să comparăm și să cuantificăm performanța furnizorilor.



7. Metodologia raportului de sustenabilitate

Aria de aplicare a raportării

Aspectele reținute în cadrul Raportului vizează operațiunile Orange Romania Communications S.A., prezentând în ansamblu acțiunile, provocările, rezultatele și realizările de-a lungul perioadei ianuarie – decembrie 2021. Acolo unde a fost posibil au fost prezentate comparații cu informații din anul anterior.

În prezentul raport, termenii “Telekom Communications”, “Noi”, “compania” sau „Compania noastră” fac referință la Orange Romania Communications S.A.

Promovarea Transparenței

Deoarece dorim să îmbunătățim calitatea raportărilor noastre, suntem deschiși la comentariile sau observațiile dumneavoastră. Pentru orice sugestii sau întrebări, vă rugăm să ne contactați la: mediarelations_fix@orange.com.

Raportare conform OMF 3456 / 01.11. 2018

Acest raport de sustenabilitate aferent anului 2021 prezintă indicatori non-financiari ai companiei Telekom Romania Communications S.A., actuala Orange Romania Communications S.A., în contextul îndeplinirii obligațiilor legale aferente Ordinul 3456 din 1 noiembrie 2018 emis de Ministerul Finanțelor Publice.