

Beneficiile lumii digitale accesibile tuturor
Raport de responsabilitate
socială 2014





Cuprins

Cuvânt înainte	4
I. Introducere	7
II. Social	29
Orange în comunitate	38
Studii de caz:	49
Innovation Labs	49
#SuperCoders	50
Fundația Orange și proiectul E-Sign	50
Programul Sigur.Info	51
III. Mediu	53
Studii de caz:	58
Programul Buy-Back	58
Programul Biciclete cu cravată	58
Parteneriat Adept pentru protejarea biodiversitatii	59
IV. Responsabilitate de produs	61
Studiu de caz:	65
Caravana 4G	65
Anexă	67
Index indicatori GRI G4	68

Cuvânt înainte din partea Directorului General



Vă invit să consultați raportul de responsabilitate socială (CSR) al Orange Romania, un demers prin care dorim să comunicăm tuturor partenerilor noștri care este filosofia Orange cu privire la impactul social și de mediu pe care-l generează domeniul tehnologiei informaționale și al comunicațiilor (TIC).

Datorită poziției de lider pe piața locală a comunicațiilor mobile, considerăm că avem o obligație față de toți cei care au contribuit la câștigarea acestui statut, să clarificăm diferitele aspecte prin care Orange influențează viața societății românești, dincolo de implicațiile evidente ce rezultă din ofertele de comunicare pe care le promovăm pe piață.

Pentru o companie din domeniul TIC, responsabilitatea socială înseamnă în primul rând asumarea cu seriozitate a rolului de catalizator care facilitează dialogul și intermediază accesul la o lume a viitorului care va fi una a cunoașterii și a inovației. Trăim o perioadă în care tehnologia digitală poate face diferența, iar unul din angajamentele Orange este de a face beneficiile lumii digitale accesibile tuturor. În acest sens, inițiativele și proiectele Orange România în domeniul CSR sunt structurate în jurul unor direcții prioritare dintre care amintesc încurajarea performanței în învățământul de profil, favorizarea incluziunii digitale și, nu în ultimul rând, informarea publicului cu

privire la utilizarea sigură și responsabilă a tehnologiilor de comunicare.

În același timp, responsabilitatea socială înseamnă pentru Orange România și respectarea angajamentului luat în fața clienților, de a investi constant în extinderea și modernizarea rețelei, și de a pune la dispoziția acestora întotdeauna dispozitive și servicii de comunicare inovatoare și performante. Extinderea 4G reprezintă una din prioritățile noastre de dezvoltare, în următorii ani urmând să investim aproximativ cinci sute de milioane de euro pentru dezvoltarea și modernizarea rețelei.

Responsabilitatea presupune un comportament asumat și un set de valori organizaționale pe care le transpunem în relația cu clienții și le promovăm în rândul angajaților noștri. Voluntariatul este exemplul cel mai elocvent în acest sens și doresc să mulțumesc angajaților Orange care au dedicat timp, resurse și entuziasm diferitelor acțiuni de voluntariat în care s-au implicat.

În discuția despre responsabilitate nu poate fi trecut cu vederea subiectul mediul înconjurător. Chiar dacă domeniul de activitate Orange este unul care generează un impact negativ mai degrabă redus asupra mediului, problemele acute cu care se confruntă în prezent planeta ne preocupă în egală măsură. Ne propunem să contribuim la rezolvarea acestora prin extinderea viitoare a programului buy-back și, de asemenea, prin intensificarea măsurilor de reducere a consumului de energie la nivelul echipamentelor tehnice, precum și la sediile și punctele noastre de vânzare.

Nu în ultimul rând, doresc să menționez că rolul companiei Orange de a fi un actor social responsabil se reflectă și în influența noastră asupra climatului economic general. Într-un context socio-economic volatil, Orange a contribuit și continuă să

contribuie la stabilitatea economică prin derularea unei afaceri robuste. Aceasta creează un număr considerabil de locuri de muncă, aduce contribuții bugetare importante, și, prin specificul serviciilor oferite, contribuie indirect la stimularea spiritului inovator și la dezvoltarea micilor întreprinzători.

Îmi exprim speranța că informațiile și rezultatele prezentate în acest raport vor corespunde așteptărilor voastre și vor demonstra seriozitatea angajamentelor Orange de a fi o companie responsabilă. Cum responsabilitatea înseamnă de asemenea dialog, așteptăm cu interes opiniile și sugestiile legate de activitățile Orange descrise în acest raport.

Jean-François Fallacher
CEO Orange România

I. Introducere



Orange, operator mondial de telefonie mobilă

Unul dintre cei mai mari operatori mondiali de servicii de telefonie mobilă și de Internet, prezent în 30 de țări, Grupul Orange apropie peste 250 milioane de clienți și le ofera posibilitatea să comunice și să privească cu încredere și optimism spre viitor.

Orange în cifre

- 156.000 angajați
- 7.000 magazine
- 4G disponibil în 11 țări
- 7 miliarde de dispozitive conectate
- 7.2 milioane de clienți Orange TV
- 732 de milioane de EUR investiți în cercetare și inovație
- 1.6 milioane de telefoane vechi colectate în 2014
- 39.4 miliarde de EUR venituri

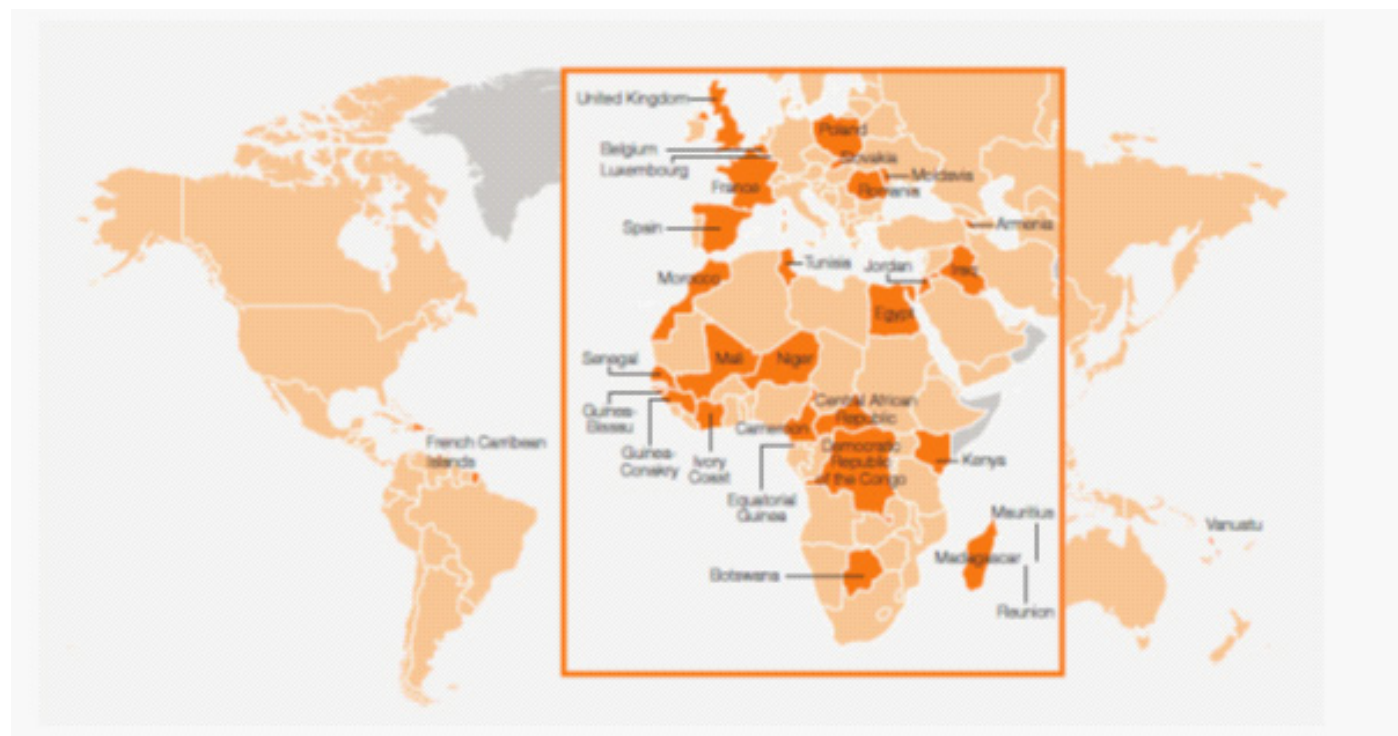
1 angajament major

“Dorim să transformăm tehnologia digitală într-un accelerator de dezvoltare pentru societate”

Stéphane Richard, CEO

Cu o istorie îndelungată de-a lungul căreia a funcționat sub numele de France Telecom, în 2013, grupul adoptă marca Orange pentru toate operațiunile sale, inclusiv la nivel corporate. Acțiunile sale sunt listate la Bursa Nysee Euronext Paris (simbol ORA) și Bursa din New York (simbol ORAN).

Lumea Orange



Orange în România

Lider pe plan local al pieței de comunicații mobile, atât din punct de vedere al numărului de clienți, cât și din punctul de vedere al veniturilor, Orange a marcat semnificativ evoluția acestui sector în România. Lansat oficial în anul 2002, brandul Orange a înlocuit brandurile Dialog și Alo prin care France Telecom, acționarul majoritar al MobilRom, a introdus pe plan local servicii de telefonie mobilă încă din anul 1997. Orange oferă clienților săi servicii integrate de voce, internet de mare viteză (GPRS, EDGE, 3G, 4G și 4G+), telefonie fixă și TV.

- 1997** Lansare Dialog
- 2000** Primul million de clienți
- 2002** Lansare Orange România
- 2003** Devine liderul pieței de telefonie mobilă, poziție consolidată până în prezent
- 2004** Lansare Orange Film
- 2005** Lansare serviciu Orange Shop
- 2006** Lansare tehnologie 3G
- 2007** Lansare iPhone 3G
- 2008** Este depășit pragul de 10 milioane de clienți
- 2010** Lansare iPhone 4 dar și telefon special pentru seniori
- 2012** Lansare tehnologie 4G
- 2014** Lansare 4G Roaming

Încă de la început, viziunea Orange a fost de a pune tehnologia de comunicare în slujba îmbunătățirii vieții românilor, prin depășirea barierelor dintre oameni și de distanțe, prin stimularea schimbului de informații și a colaborării.

Orange România în cifre în 2014

- 2.418 angajați*
- 45% din pozițiile de management deținute de femei (cel mai ridicat % la nivel de grup)
- 24 de ore de training per angajat (medie anuală)
- 909 milioane de euro venituri
- 34 de ani, vârsta medie a angajaților
- 450 angajați implicați în acțiuni de voluntariat

Highlights 2014

- Februarie** Happy Faces organizat de Fundația Orange împreună cu Samsung România, program de susținere a educației copiilor cu deficiențe de auz
- Februarie** Programul "Sustine un ONG" al Fundației Orange a oferit finanțări de 125.000 lei pentru proiecte caritabile coordonate de angajații Orange România
- Martie** Certificare "Angajator de top" pentru al doilea an consecutiv
- Martie-Mai** Desfășurare Orange Innovation Labs, program de pre-accelerare adresat studenților de la facultățile cu profil tehnic, business sau comunicare, din București și Cluj-Napoca
- Apr, Mai, Iun și Noi-Dec** Sesiuni de practică pentru studenți Orange First Step
- Mai** Desemnarea câștigătorilor programului "Lumea prin culoare și sunet" implementat de Fundația Orange. Nouă organizații vor derula proiecte în sprijinul persoanelor cu dizabilități de auz sau de vedere, în valoare totală de 358.000 de euro
- Mai-Iunie** Caravana 4G
- Iunie** O nouă generație de studenți ai Facultății de Electronică, Telecomunicații și Tehnologia Informației din cadrul Universității Politehnice București au absolvit Orange Educational Program
- Octombrie** Lansarea primei ediții a atelierului SuperCoders – o inițiativă la nivel de grup Orange prin care copii cu vârsta între 10 și 13 ani învață bazele programării



Absolvenții Orange Educational Program

- Noiembrie** Săptămâna Voluntariatului - 130 de voluntari Orange împreună cu 70 de tineri din ONG-uri și mediul universitar au digitalizat peste 11.900 de pagini accesibile acum publicului larg și persoanelor cu dizabilități de vedere
- Noiembrie** Peste 1.100 de telefoane și accesorii reciclate pentru programul YouthBank, destinat liceenilor, în cadrul Săptămânii Voluntariatului
- Decembrie** Donare de cadouri către organizația Salvați Copiii

Despre raport și aria de aplicabilitate

Acesta este primul raport de responsabilitate socială al Orange România realizat conform recomandărilor și principiilor GRI (Global Reporting Initiative) G4. Raportul exprimă filosofia și strategia Orange cu privire la responsabilitatea socială și detaliază performanțele notabile înregistrate în ultimii ani, cu accent pe activitatea, proiectele și indicatorii de performanță Orange în cursul anului 2014. Procesul de raportare a fost realizat respectând nivelul de conformitate „in accordance” Core.

Toate informațiile prezentate, dacă nu este specificat altfel, se aplică următoarei entități juridice: S.C. Orange România S.A. cu sediul în bd. Lascăr Catargiu nr. 47-53, Sector 1, București, înregistrată la Registrul Comerțului sub nr. J40/10178/1996, CUI 9010105.

Beneficiile lumii digitale accesibile tuturor

Cu certitudine, revoluția informațională reprezintă în prezent cel mai puternic factor de schimbare economică și socială, precum și la nivel individual. Schimbările instantanee de informații simple sau complexe între oameni, firme, instituții sau dispozitive tehnologice sau personale aflate la distanțe care în trecut făceau interacțiunea imposibilă, au devenit o trăsătură esențială a vieții tuturor.



În calitate de lider local al pieței de comunicații mobile, Orange își asumă la nivel de companie responsabilitatea care decurge din acest rol, de a fi un susținător și accelerator al acestei revoluții, prin serviciile și produsele pe care le oferă. Credem că odată cu rolul de lider vine și responsabilitatea, iar aplicarea acestui principiu etic ne ghidează și în adresarea impactului social și de mediu al activităților noastre. Mai mult decât atât, responsabilitatea socială reprezintă pentru Orange o componentă importantă a strategiei de dezvoltare a afacerii, o oportunitate de diferențiere, inovație și dezvoltare de produse și servicii care să îmbunătățească viața clienților Orange și a tuturor românilor.

Comunicarea înseamnă crearea de noi oportunități, oferă oamenilor libertate și flexibilitate, deci o viață mai ușoară și în același timp și mai complexă.

Recunoaștem necesitatea și importanța incluziunii digitale și investim în reducerea tuturor tipurilor de bariere care restricționează accesul la cunoaștere, la cultură și la educație. În același timp, ne educăm clienții că la un click distanța se pot afla atât informații și oportunități extraordinare, dar să aibă în vedere și riscuri ce privesc transmiterea de conținut neadecvat, dezvăluirea de informații cu caracter personal sau utilizarea excesivă a conținutului de divertisment.

În România, credem că educația și cercetarea sunt sferele vieții sociale pentru care este nevoie vitală de stimulare și pentru care tehnologiile de comunicare pot face o mare diferență. Ne angajăm ca prin politica și proiectele de CSR pe care le implementăm să contribuim la susținerea și promovarea acestor domenii care vor influența pe termen lung succesul tuturor.

Faptele și rezultatele de până acum demonstrează incontestabil impactul pozitiv al activităților noastre, însă în același timp recunoaștem și ne asumăm și existența unor zone potențiale de risc, specifice domeniului de activitate. În acest sens, monitorizăm constant nivelul radiațiilor electromagnetice generate de antenele de emisie, depunem eforturi în vederea reducerii consumului direct și indirect de energie și implementăm inițiative de minimizare a impactului de mediu pe care-l generează deșeurile electrice și electronice.

Strategia noastră

La nivel internațional, politica de responsabilitate socială a grupului Orange se bazează pe următorii piloni strategici:

Imperativul etic

Etica este modalitatea Orange de a face lucrurile, de a acționa în beneficiul clienților și al societății. Etica este la baza încrederii de care ne bucurăm din partea clienților, a angajaților și a partenerilor de afaceri. Aceasta vizează fiecare aspect al acțiunilor noastre în raport cu toate categoriile de părți cointeresate (stakeholderi). În cazul angajaților, se referă la cultivarea respectului, la promovarea echității și a egalității de șanse, la asigurarea celor mai bune condiții de muncă și de dezvoltare profesională. În cazul clienților, se referă la protecția datelor cu caracter personal și a informațiilor private în raport cu terțe părți sau în fața unor eventuale abuzuri ale instituțiilor statului. Nu în ultimul rând, în cazul furnizorilor, se referă la promovarea practicilor responsabile și la includerea de criterii de responsabilitate în procese transparente și corecte de selecție.

Comunicare Verde

Chiar dacă domeniul TIC are o reputație de a fi în general prietenos cu mediul, ținem cont de marile provocări de mediu cu care se confruntă în prezent planeta. În acest sens, urmărim să reducem consumul de energie în toate activitățile noastre și ne-am propus să contribuim la dezvoltarea economiei circulare prin recuperarea și reintegrarea în ciclurile de producție sau fluxurile de consum a telefoanelor mobile uzate.

Revoluția digitală în folosul tuturor

Principală responsabilitate asumată în fața societății se referă la recunoașterea drepturilor tuturor de a fi cetățeni ai societății digitale. Aceasta se referă la toate demersurile de asigurare și extindere a accesibilității în ceea ce privește tehnologiile de comunicare. Pe de o parte, este vorba de înlăturarea barierelor tehnice și anume reducerea zonelor fără acoperire sau cu calitate redusă a semnalului. Pe de altă parte, cel puțin la fel de important, avem în vedere oferirea mijloacelor necesare pentru ca toți clienții, indiferent de vârstă, educație sau statut socio-profesional să utilizeze cu încredere și să beneficieze de toate avantajele pe care le poate oferi tehnologia.

Itinerariu CSR 2020

Angajamentele de responsabilitate ale grupului Orange sunt temeinice și de durată, mărturie în acest sens fiind asumarea unei liste extinse de obiective și priorități de îndeplinit în următorii cinci ani. Am ales ca în continuare să menționăm o parte dintre acestea, în special cele care sunt relevante și la nivelul țării noastre. Dacă doriți să consultați lista completă, accesați următorul link:

<http://www.orange.com/en/Responsibility/Reporting/Roadmap>

Etică

- Dezvoltarea unui modul de e-learning cu privire la anti-corupție

Dialogul cu stakeholderii

- Derularea de consultări, inclusiv prin implicarea membrilor comitetului executiv

CSR Intern

- Integrarea subiectelor de CSR în toate trainingurile profesionale

Clienții noștri

- Lansarea și extinderea conceptului de smart shop
- Dezvoltarea și implementarea unui Cod de protecție a datelor personale
- Extinderea instrumentelor de control parental
- Dezvoltarea și promovarea evenimentelor SuperCoders

Angajații noștri

- Continuarea angajamentelor privind dialogul social prin modalități de dialog adaptate la nivel local
- Accelerarea digitalizării interne
- Continuarea măsurării nivelului de engagement și de percepție a calității condițiilor de la locul de muncă, integrarea rezultatelor în evaluarea managerilor de nivel superior
- Consolidarea egalității de gen și sporirea procentului de femei în poziții de senior management

Furnizorii noștri

- Promovarea aspectelor de CSR în cadrul proceselor de achiziții
- Integrarea de criterii privind performanța socială și de mediu în grilele de evaluare utilizate în selecții

Incluziunea digitală

- Dezvoltarea rețelei 4G în 95% din teritoriu
- Continuarea dezvoltării de servicii și produse pentru persoanele în vârstă sau cu dizabilități
- Promovarea de know-how digital în special în rândul populației tinere

Mediu

- Implementarea și dezvoltarea de soluții de măsurare și optimizare a consumului de energie în cazul echipamentelor IT de birou
- Optimizarea consumului de carburant și modernizarea flotelor auto prin achiziționarea de vehicule electrice sau hibride
- Contribuirea la dezvoltarea de soluții inovative verzi, în special în domeniile orașe sustenabile și case inteligente
- Creșterea ratelor de colectare a telefoanelor mobile uzate

Direcțiile strategice de CSR asumate de Orange România

În România, proiectele și inițiativele noastre de CSR sunt structurate în funcție de următoarele mari direcții strategice:

1. Implicarea în comunitate
2. Incluziunea digitală
3. Siguranța copiilor în mediul online
4. Protecția mediului

Implicarea în comunitate

Această direcție de acțiune înseamnă pentru Orange investiții în proiecte care vizează susținerea domeniului educației, promovarea voluntariatului în rândul angajaților și sprijinirea persoanelor cu dizabilități de auz și/sau vedere prin acțiuni de filantropie.

Educația este un domeniu vital pentru viitorul societății și economiei românești, iar Orange își propune să contribuie la formarea viitorilor specialiști prin facilitarea accesului la resurse educaționale de calitate și susținerea financiară a celor mai talentați și performanți elevi și studenți. Prin cultivarea unei culturi a voluntariatului urmărim implicarea angajaților noștri în cât mai multe dintre proiectele

susținute de Orange. Voluntariatul are o importantă funcție de multiplicare care contribuie la succesul unui proiect și în același timp este modalitatea prin care dorim să transmitem angajaților valorile noastre cu privire la implicarea socială.



Considerăm că dialogul și accesul la informații reprezintă drepturi fundamentale ale tuturor și cu atât mai mult în cazul persoanelor care ar putea avea dificultăți de integrare din cauza unor dizabilități. Fundația Orange este organizația prin intermediul căreia acordăm sprijin persoanelor cu dizabilități de auz și de vedere și pentru care, împreună cu instituții și ONG-uri specializate, dezvoltăm proiecte de educație, cultură, sănătate și integrare socială.

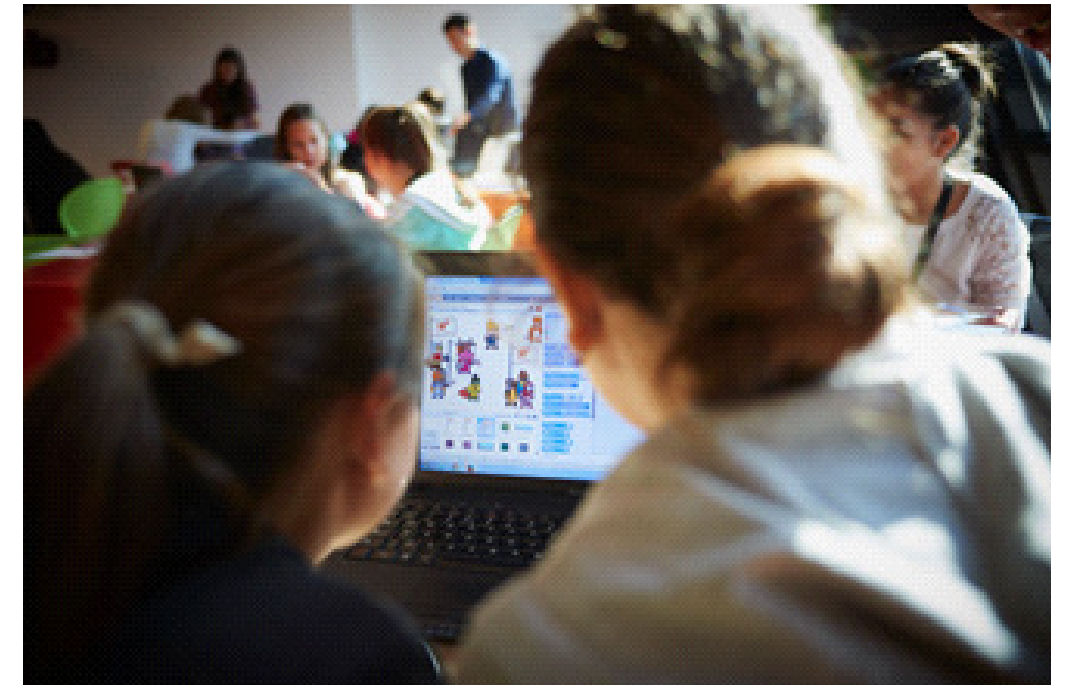
Incluziunea digitală

Chiar dacă Internetul face parte din viața noastră de zi cu zi, unele categorii ale populației nu beneficiază de toate drepturile și avantajele societății digitale, iar piața forței de muncă se confruntă cu dificultăți în găsirea de competențe suficiente în domeniul TIC. Angajamentul nostru în această direcție urmărește promovarea unui acces la internet rapid și accesibil pentru toți și corectarea diferitelor inegalități în ce privește accesul în siguranță la universul lumii digitale.

Siguranța copiilor pe Internet

Comunicarea digitală înseamnă informații și oportunități extraordinare, dar și numeroase riscuri, în special pentru copii. Aceștia pot accesa conținut neadecvat vârstei, se pot angaja în conversații cu necunoscuți, pot dezvălui informații personale sau utiliza în exces conținut de divertisment. Ne propunem o cât mai bună informare a publicului despre pericolele și beneficiile mediului online, educarea părinților

cu privire la modalitățile prin care pot evita astfel de riscuri, precum și dezvoltarea și promovarea de aplicații și sisteme de suport prin care să susținem utilizarea Internetului în siguranță.



Protecția mediului

Datorită înlocuirii mijloacelor tradiționale de comunicare, domeniul telecom are un impact general pozitiv asupra mediului înconjurător, contribuind semnificativ la reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră. Însă pentru că nu putem fi indiferenți la provocările globale cu care se confruntă în prezent omenirea, intenționăm să ne implicăm în demersurile de eficientizare a consumului de resurse, reducere a emisiilor, diminuare a cantității de deșeuri și stimularea reciclării. Angajamentele Orange România în acest sens vizează cu preponderență următoarele două direcții: extinderea acțiunilor de reciclare a telefoanelor mobile prin programul de Buy-Back sau inițiative conexe și îmbunătățirea eficienței energetice în cazul echipamentelor tehnice, a punctelor de vânzare și a spațiilor de lucru.

Conducerea companiei

Faceți cunoștință cu membrii Comitetului Executiv* care asigură conducerea operativă a Orange România:

**Jean-François
Fallacher**

CEO



**Julien
Ducarroz**

Chief
Commercial
Officer B2C



**Ștefan
Slavnicu**

Chief
Technology
Officer



**Luiza
Muller**

Accounting &
Tax Director



**Florin
Popa**

Business to
Business
Director



**Ioana
Marcu**

Human
Resources
Director



**Dorin
Odiațiu**

Public Affairs,
Partnerships
& Wholesale
Director



**Diego
Martinez Lopez**

Chief Financial
Officer



**Andreea
Ioniță**

Strategy
Director



**Marius
Maican**

Operations &
Maintenance
Director



**Stjepan
Udovicic**

Marketing
Director



**Andreea
Popescu**

Customer
Service Director



**Bogdan
Rotunjanu**

IT Director



**Dan
Cristea**

Business
Performance &
Quality Director



**Claudiu
Dragomir**

Sales &
Distribution
Director



Activitatea Comitetului Executiv este supravegheată de un Consiliu de Administrație format din următorii șapte membri*:

- Andrei CHIRICĂ – Președinte al Consiliului de Administrație
- Mari-Noelle Aurelie JEGO-LAVEISSIERE
- Nicolae BADEA
- Genevieve Charlette ANDRE
- Jean-François FALLACHER
- Christophe Marie Pascal Henri NAULLEAU
- Xavier Marie Alexandre NÉOUZE

*Componența la finalul anului 2014

Etica

Etica în afaceri este unul dintre fundamentele pe care se bazează reputația și relația de încredere cu clienții, angajații, partenerii și comunitatea din care facem parte.

Principiile etice după care ne ghidăm în acțiunile noastre sunt incluse într-un cod de etică adus la cunoștință angajaților Orange și la care aceștia trebuie să adere. Codul conține informații detaliate cu privire la standarde, situații de încălcare ale acestora și recomandări cu privire la cum ar trebui să reacționeze în astfel de cazuri.

Modul în care sunt respectate aceste principii este monitorizat de un Comitet de Etică a cărui conducere este asigurată de directorul de Resurse Umane. Comitetul se întâlnește cel puțin o dată pe an sau la cererea unuia dintre membrii săi. În cadrul întâlnirilor se discută și se aprobă prioritățile, inițiativele și planurile de acțiune în domeniu, se validează schimbările politicilor de etică și se adoptă rezoluții cu privire la posibile situații de încălcare ale acestora.

Traininguri de etică Fiecare nou angajat parcurge un modul dedicat Eticii în trainingul de integrare pe care-l urmează la începutul colaborării cu Orange. Periodic au loc sesiuni de training organizate în special pentru departamentele și funcțiunile expuse la situații de risc.

Credem că etica aduce claritate și dorim ca și partenerii noștri să acționeze în mod onest și imparțial.



Managementul responsabilității

Coordonarea și implementarea strategiei de responsabilitate socială la nivel de companie revine funcției corespunzătoare din cadrul departamentului de Corporate Communications. În cadrul departamentului se gestionează campaniile de responsabilitate socială adresate clienților, o parte din proiectele de implicare în comunitate, precum și inițiativele care presupun participarea voluntarilor companiei.

Fundația Orange

Rolul fundației este de a susține proiecte de filantropie care vin în ajutorul persoanelor cu dizabilități de vedere și de auz.

Fundația a fost înființată ca parte a programului de CSR în anul 2012 pentru a prelua activitățile de filantropie ale companiei. Fundația Orange este o organizație non-profit condusă de un Consiliu Director independent. Finanțarea este asigurată în cea mai mare parte din fondurile companiei Orange și, într-o mai mică măsură, din donații individuale.



Sistem de management integrat pentru calitate, mediu, sănătate și securitate ocupațională

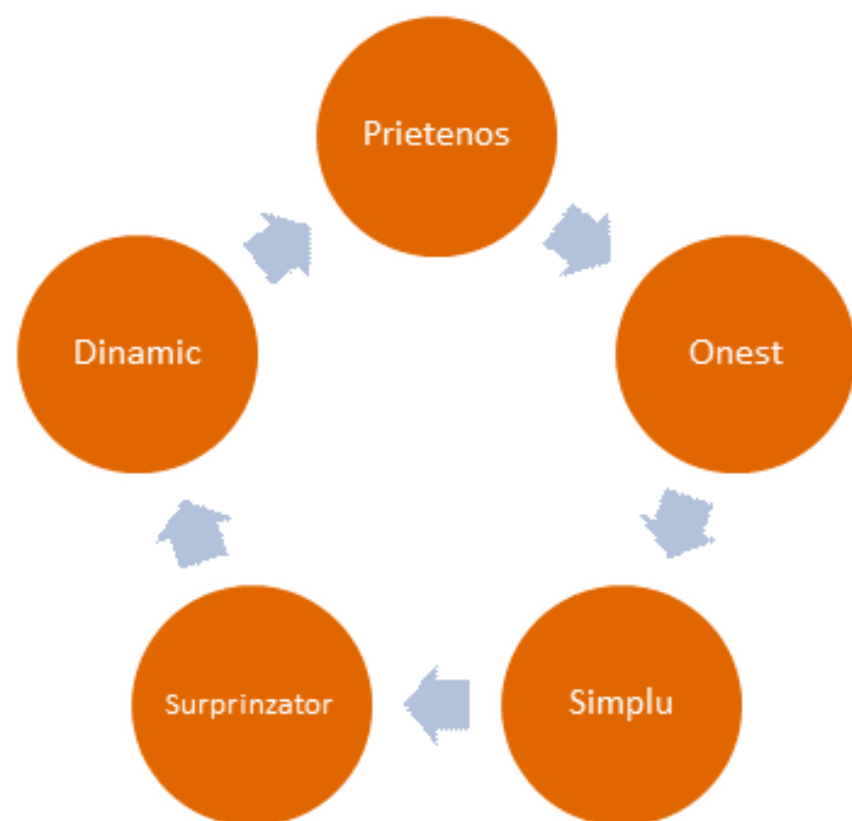
Aspectele de mediu și cele de sănătate și securitate ale angajaților sunt gestionate în cadrul unui sistem integrat de management (SMI) bazat pe standardele ISO 14001:2004 și OHSAS 18001:2007. Aceștia li se adaugă standardul de management al calității ISO 9001: 2008.

Suntem primul operator GSM din România certificat încă din anul 2000, conform standardului ISO 9001 de către Lloyd's Register. Începând cu 2012 suntem certificați conform standardelor ISO 14001 și OHSAS 18001, următoarea recertificare urmând a fi obținută în 2015.

Politicile ce definesc SMI sunt definite și aprobate de top managementul Orange România și se aplică la nivelul întregii companii, pentru fiecare angajat. Ne-am propus să îmbunătățim constant performanța acestui sistem și în acest scop am stabilit roluri și responsabilități specifice pentru fiecare din componente și subcomponente. Atât componenta de mediu, cât și cea de sănătate și securitate ocupațională urmăresc, pe de o parte, respectarea cerințelor legislative aplicabile, iar pe de altă parte, îmbunătățirea continuă a performanței și reducerea impactului asupra mediului și a riscurilor de sănătate și securitate ocupațională la locul de muncă.

Valorile și principiile Orange

Orange este un brand prietenos, onest, simplu, surprinzător și dinamic.



Prietenos	Suntem prietenoși, ne facem timp să ascultăm și ne face plăcere mereu să lucrăm și să reușim împreună.
Oonest	Suntem onești. Spunem întotdeauna ceea ce facem și facem ceea ce spunem.
Simplu	Suntem direcți și ne facem ușor înțeleși. Ne concentrăm pe esențial, fără a complica lucrurile.
Surprinzator	Suntem curajoși și pregătiți să facem lucrurile altfel, să căutăm de fiecare dată soluții inovatoare. Dăm o nouă culoare activității noastre din fiecare zi.
Dinamic	Suntem pasionați de ceea ce facem, avem încredere în noi și în reușita noastră.

Filosofia și valorile noastre ne-au inspirat în conturarea principiilor care stau la baza tuturor acțiunilor pe care le desfășurăm.

Ascultăm

Fiecare părere poate contribui la succesul companiei noastre, indiferent dacă este a unui coleg, a unui partener sau a unui client. De aceea, încurajăm exprimarea liberă și încercăm să oferim răspunsuri la fiecare întrebare, respectând confidențialitatea comercială și personală a informațiilor.



Comunicăm deschis

Credem că o comunicare deschisă, bazată pe principii etice și sociale solide, ne ajută să găsim soluții pentru a răspunde cât mai bine nevoilor comunității. Măsurăm de fiecare dată rezultatele acțiunilor noastre, prin analize independente și auditate, pentru a ne asigura că am atins impactul dorit. Având un dialog permanent cu autoritățile, reușim să transmitem nevoile și așteptările clienților și partenerilor noștri, găsind astfel cele mai bune soluții pentru ne îndeplini activitatea cu succes.

Suntem integri

Principiile noastre de activitate, bazate pe încredere și corectitudine, stau la baza relațiilor pe care le stabilim cu partenerii de afaceri. În acest mod, reușim să eliminăm conflictele de interese și practicile frauduloase. Mai mult decât atât, fiecare dintre noi poate beneficia de suport pe aspecte de etică sau conflicte de interese.

Aprecieri și ne sprijinim colegii

La Orange, oamenii sunt inima companiei, iar siguranța și dezvoltarea lor profesională sunt esențiale pentru noi.



Colegii noștri sunt selectați în urma unor procese de recrutare corecte și transparente, bazate pe principiile competenței și nediscriminării. Odată ajunși în echipa Orange, ne străduim să le asigurăm oportunități de formare profesională în concordanță cu nevoile și așteptările lor, un mediu de lucru sigur și prietenos, instrumente de dezvoltare personală, iar performanța le este susținută și recunoscută constant, prin programe dedicate.

Promovăm excelența în relațiile cu clienții

Ne propunem să oferim o experiență unică, de cea mai înaltă calitate, clienților noștri, atunci când aceștia folosesc produsele și serviciile noastre. De aceea, suntem mereu în căutare de soluții tehnologice inovatoare, bazate pe practici responsabile, în concordanță cu standardele Orange.

Avem o relație deschisă cu partenerii noștri

În relațiile de afaceri, punem preț pe o colaborare deschisă și onestă cu partenerii noștri, păstrând confidențialitatea informațiilor primite. Suntem atenți ca furnizorii cu care lucrăm, fie locali, fie internaționali, să împărtășească valorile și standardele noastre, pentru a le asigura clienților noștri servicii de calitate și prețuri competitive.

Sprijinim comunitatea

Una dintre prioritățile noastre o reprezintă dezvoltarea comunităților în care ne desfășurăm activitatea, ținând cont de nevoile oamenilor și de caracteristicile locale. Investim permanent în cercetare, pentru ca produsele și serviciile noastre să devină răspunsuri reale la nevoile celor din jur. Ne preocupă rezultatul activităților noastre asupra comunității și căutăm constant soluții care să aducă schimbări pozitive, cu impact pe termen lung.

Protejăm mediul

Suntem atenți ca acțiunile noastre de azi să fie un pas spre un viitor mai bun, iar relația cu mediul înconjurător este un aspect cheie din acest punct de vedere. La nivel global, național și local, monitorizăm, avem grijă și controlăm atent impactul de mediu al activităților noastre.

Planificăm în mod responsabil succesul nostru pe termen lung

Ne străduim să îmbunătățim în mod continuu produsele și serviciile oferite clienților noștri, în concordanță cu nevoile și așteptările lor, pentru a deveni, de fiecare dată, prima alegere a acestora. În același timp, investim în motivarea și formarea angajaților noștri, oferindu-le multiple oportunități de dezvoltare profesională și personală.

Consultare stakeholderi

Analiza de materialitate

Schimbul de idei, exprimarea așteptărilor și ascultarea activă și atentă sunt elemente esențiale în relațiile și parteneriatele de durată. Comunicarea este sufletul afacerii noastre și-i acordăm o atenție sporită mai ales în contextul relațiilor cu stakeholderii noștri.

În vederea definirii conținutului acestui raport de responsabilitate socială, o primă etapă în consultarea stakeholderilor a presupus derularea unui sondaj de opinie în cadrul clienților Orange. Desfășurat de agenția de cercetare Millward Brown pe un eșantion reprezentativ de clienți persoane fizice, studiul a urmărit să surprindă așteptările și cunoștințele lor în ceea ce privește activitatea de CSR desfășurată de companie și de Fundația Orange.

Rezultatele studiului au relevat că cea mai mare parte a clienților înțelege conceptul de CSR și consideră că acesta se referă în special la aspectele de responsabilitate care vizează relațiile angajator-angajat, susținerea comunității și respectul față de nevoile clienților. În același timp, numărul celor care cunosc inițiative specifice de CSR desfășurate de companiile din România este mai degrabă redus.

Așteptările clienților cu privire la direcțiile de implicare din partea companiei confirmă în mare măsură elementele strategiei Orange, reprezentând astfel un semnal că acțiunile noastre rezonază cu ceea ce contează cu adevărat pentru comunitate.

Direcții CSR în care Orange ar trebui să se implice % *



*Sursa: Studiu Millward Brown, iulie 2015

Etapă a doua a procesului de consultare a vizat obținerea unor informații mai detaliate cu privire la modul în care stakeholderii percep impactul social și de mediu al activității Orange. În acest sens au fost desfășurate interviuri în profunzime cu reprezentanți ai mai multor categorii de stakeholderi, atât interni, cât și externi.

- Instituții guvernamentale, autorități de reglementare, organizații profesionale
- Instituții de învățământ
- Parteneri de afaceri
- Mass media – sectorul TI&C, formatori de opinie
- Parteneri comunitari / ONG-uri
- Angajați Orange România

Adițional, persoanele intervievate au completat și un chestionar online care a avut drept scop prioritizarea în funcție de relevanță a principalelor aspecte de sustenabilitate din cadrul de raportare GRI G4.

Pe baza tuturor informațiilor obținute în etapele de consultare, precum și în funcție de evaluarea internă cu privire la impactul asupra dezvoltării afacerii, am realizat o prioritizare a principalelor aspecte de responsabilitate, care ne-a ghidat în stabilirea conținutului prezentului raport.

Toate aceste așteptări exprimate în studiu și interviurile de consultare le considerăm importante pentru noi și sunt parte a strategiei noastre de responsabilitate socială. În consecință le tratăm pe toate ca aspecte relevante și le-am luat în considerare când am selectat informația reflectată în acest raport.

Întregul proces a fost desfășurat conform principiilor AA100 PS (2008): inclusivitate, materialitate și responsivitate și este aliniat principiilor GRI G4 de consultare a stakeholderilor pentru definirea conținutului raportului.

În același timp, valoarea procesului de consultare depășește aplicarea sa imediată în realizarea raportului de sustenabilitate. Opiniile, sugestiile și așteptările exprimate ne vor ajuta în ajustarea și eficientizarea inițiativelor viitoare în domeniul responsabilității.

Afilieri

Orange România este membră în următoarele asociații profesionale:

- ANISP (Asociația Națională a Internet Service Providerilor)
- AmCham România (Camera de Comerț Americană în România)
- AOMR (Asociația Operatorilor Mobili din România)
- BRAT (Biroul Român de Audit Transmedia)
- CCIFER (Camera Franceză de Comerț și Industrie în România)
- IAB România (Interactive Advertising Bureau)
- FIC (Consiliul Investitorilor Străini)
- RAC (Romanian Advertising Council)

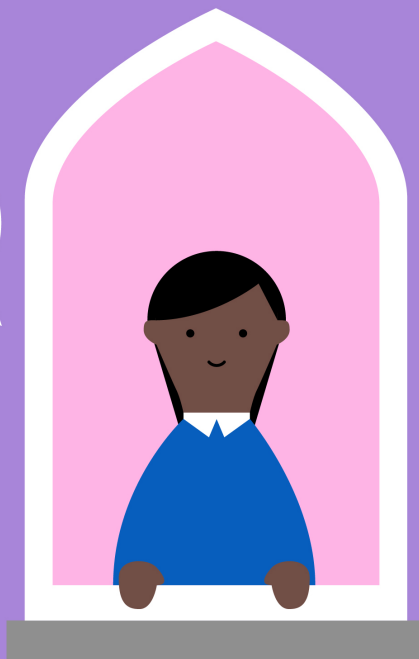
Premii și recunoașteri

Anul 2014 a însemnat pentru noi obținerea mai multor premii și recunoașteri:

- Certificare **Top Employer** din partea Top Employer Institute: Orange este singura companie de telecomunicații din România care obține această certificare
- Certificare **Orange Romania – Rețeaua numărul 1 în ceea ce privește performanța serviciilor de date pe smartphone-uri în zonele metropolitane** din partea LCC International
- Certificare **Anti-Corruption Compliance** din partea organizației internaționale Ethic Intelligence
- Locul 1 la categoria **Campanii Interne de CSR pentru proiectul Săptămâna Voluntariatului**, în cadrul CSR Awards organizat de CSRmedia.ro
- Premiu „**Cel mai implicat lider al unei companii care investește în comunitate**” acordat lui Jean-François Fallacher – CEO Orange România, în cadrul Galei Oameni pentru Oameni organizată de Asociația pentru Relații Comunitare
- Premiu **Best Telecom Operator** și Premiu **4G+**, în cadrul galei Comunicații Mobile, organizată de Revista COMUNIC@TII Mobile
- Locul 1 în cadrul **Galei companiilor implicate în viața echilibrată a angajaților** (companii cu peste 500 de angajați), organizată de Dynamic HR
- Locul 5 în cadrul **Galei ZF – 100 cele mai valoroase companii din România**, organizată de Ziarul Financiar

II. Social

Ciao



Bonjour



Hello



Angajator Responsabil

Am pornit de la premisa că o companie responsabilă demonstrează această atitudine în primul rând față de cea mai apropiată comunitate, cea a angajaților săi. La Orange, credem că responsabilitatea internă este o condiție necesară pentru a fi un angajator de top care transformă relațiile de muncă în relații de încredere. În sectorul nostru de activitate, încrederea angajaților este unul din elementele determinante pe care se clădește loialitatea din partea clienților.

Următoarele principii ne inspiră și ne ghidează în relațiile de muncă:

- Susținem diversitatea și oferim oportunități egale în procesele de recrutare și de promovare
- Oferim cele mai bune oportunități de carieră și de dezvoltare profesională
- Menținem o cultură organizațională bazată pe participare, feedback și comunicare transparentă
- Oferim funcțiilor de management întregul suport necesar în coordonarea echipelor și în același timp așteptăm din partea acestora să-și asume răspunderea pentru rezultate și succes
- Asigurăm condiții de muncă sigure, prietenoase și confortabile, în care angajații își urmează obiectivele profesionale și pasiunile

Orange România este unul dintre cei mai mari creatori de locuri de muncă în domeniul TI&C, la sfârșitul anului 2014, un număr de 2.418 persoane fiind angajate direct. În același timp, contribuim indirect la crearea și menținerea a numeroase alte poziții de muncă în diferite domenii, prin intermediul furnizorilor locali cu care colaborăm.

Distribuție angajați în funcție de gen și funcție de conducere:

	Nr	%
Bărbați	1.153	48%
Femei	1.265	52%
Funcții de conducere	319	13%
Bărbați în funcții de conducere	175	55%
Femei în funcții de conducere	144	45%

Vârsta medie de 34 de ani

În cursul anului 2014, am înregistrat 239 de demisii, adică un procent de 9.04% raportat la numărul total de angajați din anul precedent.

Numărul total al persoanelor care au părăsit compania a fost de 303, în același timp fiind recrutați 454 de noi angajați.

Distribuție angajați care au părăsit compania în funcție de gen și vârstă:

	Nr	%
Bărbați	157	51.8%
Femei	146	48.2%
< 30 ani	115	38.0%
30-50 ani	187	61.7%
> 50 ani	1	0.3%

Întoarcerile din concediu de îngrijire a copilului	
Reveniri concediu de îngrijire a copilului	118, din care 5 gen masculin
Suspendări concediu de îngrijire a copilului	44

Comunicare, dialog social și participare

O bună comunicare internă este vitală pentru funcționarea eficientă a oricărei companii, iar în Orange acest proces înseamnă transpunerea în cadrul comunității interne a valorilor brandului: simplu, deschis, surprinzător, dinamic și onest.

Activitățile de informare a angajaților cu privire la strategia companiei, schimbările organizaționale, inițiative de CSR sau alte evenimente relevante sunt coordonate de echipa de comunicare internă din cadrul departamentului de Corporate Communications, împreună cu departamentul de Resurse Umane. Cel mai utilizat mediu de comunicare internă este site-ul intranet, iar cel mai accesat este revista Salut, disponibilă pe intranetul companiei în format electronic. Alte instrumente de comunicare internă sunt newsletterele și e-mail-urile segmentate în funcție de criterii. (geografice, poziția în cadrul companiei etc.).

Dialog social

Suntem o companie care dorește să construiască un mediu de lucru în care fiecare angajat să se simtă apreciat și respectat și susținem un dialog onest și constructiv cu angajați din toate departamentele companiei.

Forumul Angajaților Orange România este un organism de dialog social ce reprezintă interesele angajaților în relația directă cu managementul companiei și asigură astfel aplicarea legislației naționale și cea a Uniunii Europene referitoare la dialogul social în ceea ce privește desfășurarea activității companiei. Liderul Forumului Angajaților este membru al European Works Council și al World Works Council – organisme cu funcții similare la nivel de grup, reprezentând angajații Orange din România.

Printre subiectele puse în discuție de Forumul Angajaților se află următoarele:

- performanța business-ului și aspectele ce afectează interesele angajaților
- performanța și strategia financiară a companiei
- probleme de sănătate și securitate în muncă
- politica de compensații și beneficii și propuneri de modificare a acestora
- relațiile de muncă în Orange
- revizuirea și dezvoltarea procesului de consultare a angajaților companiei
- procedurile interne ale companiei
- transferuri și fuziuni de business

Forumul Angajaților este compus din 17 membri (11 membri titulari și 6 supleanți), aleși din diferite departamente, pentru a reprezenta interesele și nevoile angajaților din toate funcțiile companiei. Forumul se întrunește de minim 2 ori pe an, iar întâlnirile sunt stabilite de comun acord cu echipa de management și cu reprezentanții angajaților.

Evaluarea satisfacției la locul de muncă

Nivelul de satisfacție și implicare la locul de muncă sunt monitorizate constant prin intermediul unor sondaje de opinie care măsoară percepțiile angajaților asupra relațiilor și a mediului de muncă.

Barometrul social internațional se desfășoară anual în toate țările grupului și măsoară la nivel de detaliu toate elementele care compun climatul de lucru. Rezultatele sunt analizate la nivel de top management și sunt utilizate pentru a genera planuri de acțiune.

Sondajul de implicare al angajaților (Engagement Survey) se desfășoară bianual și oferă fiecărui manager rezultate cu privire la nivelul de satisfacție și implicare al echipei sale.

Dezvoltare continuă

La Orange colegii noștri au ocazia să învețe de la unii dintre cei mai buni profesioniști de pe piața muncii, mediul de lucru fiind unul de învățare continuă. În plus, implementăm programe de dezvoltare profesională adaptate la contexte concrete de business.

Conceptul de dezvoltare în Orange pune în prim plan auto-dezvoltarea, oferind colegilor posibilitatea să decidă și să acționeze în direcția propriei evoluții profesionale. Prin intermediul programului **Orange Business School** este ușor pentru orice angajat al Orange să își aleagă și să parcurgă cursurile preferate, indiferent dacă sunt din aria sa de activitate sau presupun o componentă de dezvoltare personală.

În 2014, în cadrul Orange Business School, peste 180 de manageri și peste 400 de colegi din zona operațională au participat la peste 100 sesiuni de formare, dedicând în total acestor activități peste 1.500 de zile de curs.

Informații privind instruirea și formarea profesională a angajaților în 2014:

Nr. de angajați care au participat cel puțin la un training	1.743
Nr. de ore de training	64.060
Nr. mediu de ore de training per angajat	24

Sănătate și siguranță în muncă (SSM). Sistem de management integrat ce include și componenta de SSM

Politica EHS

În cadrul Orange România funcționează un Comitet de Sănătate și Securitate în muncă (CSSM) din care fac parte reprezentanți ai angajatorului cât și ai angajaților. Comitetul coordonează politicile și practicile în domeniu, validează planurile de prevenire și protecție promovează măsuri de îmbunătățire, acolo unde este cazul.

Printre măsurile specifice de SSM implementate la nivelul de companie, amintim:

- Acordare și verificare anuală a echipamentului individual de protecție
- Instruire anuală pentru autorizare electricieni
- Instruire anuală pentru lucrul la înălțime
- Control medical anual al angajaților
- Desfășurarea de cursuri de conducere preventivă
- Verificarea periodică a sistemelor de detecție și stingere a incendiilor
- Testări periodice ale planurilor pentru situații de urgență

Dorim să extindem responsabilitatea cu privire la crearea unui mediu de lucru sigur și sănătos și la principalii subcontractori Orange, motiv pentru care am semnat cu aceștia o convenție prin care se precizează respectarea regulilor Orange de lucru, așa cum decurg din sistemul de management integrat.

Training SSM

Orange România ca angajator responsabil își îndeplinește toate obligațiile legale privind instruirea angajaților din punct de vedere al sănătății și securității ocupaționale, asigurând instruirii specifice la angajare, la locul de muncă și periodice. În plus, sunt organizate periodic instruirii de prim ajutor pentru angajați.

Toate informațiile și tematicile de instruire necesare acestui domeniu sunt accesibile tuturor angajaților pe Intranetul companiei, într-o secțiune special dedicată.

Indicatori SSM Orange România - 2014:

Nr. accidente mortale	1
Nr. accidente la locul de muncă	0
Nr. de zile pierdute datorită accidentelor de muncă	0
Nr. de zile pierdute datorită îmbolnăvirilor/ angajat	2

Evaluarea performanțelor

La Orange, recunoaștem rolul determinant pe care-l au toți colegii în dezvoltarea și succesul afacerii, însă în același timp știm că fiecare persoană este diferită prin competențe, motivație și implicare. Pentru a ține cont de contribuția și potențialul diferit al fiecăruia, am implementat un sistem corect și transparent de evaluare a performanțelor, realizat cu ajutorul unei platforme dedicate.

Evaluarea fiecărui angajat se realizează în funcție de 3 categorii de obiective:

- **Obiective de business (Business objectives)** – rezultă din obiectivele departamentului/echipei sau din cele interdepartamentale, susțin în mod direct prioritățile și obiectivele Orange România și se aplică atât posturilor de execuție, cât și celor de management
- **Obiective People (People objectives)** – se referă la managementul echipei subordonate, se aplică numai posturilor de management și au ca indicator principal nivelul de angajament al echipei subordonate (măsurat prin sondaje periodice).
- **Obiective cu valoare adăugată (Value added objectives)** – elementele caracteristice sunt inovația, optimizarea, automatizarea și eficiența la nivel organizațional sau de proces. Sunt acele obiective care aduc o valoare în plus față de cerințele rolului curent și se aplică atât posturilor de execuție, cât și celor de management.

Procesul de evaluare presupune un dialog substanțial și constant între angajat și manager, purtat nu doar în perioada de evaluare, ci pe tot parcursul anului. Pe lângă analizarea îndeplinirii obiectivelor, dialogul urmărește și evaluarea comportamentului specific fiecărei arii de competență. Toți angajații Orange trebuie să dea dovadă de două competențe standard – Cooperare și Orientare către Client.

Recunoaștem și recompensăm eficiența

Performanța colegilor este recunoscută și recompensată printr-un pachet de beneficii care reflectă importanța pe care o acordăm rolului de angajat Orange. Astfel, toți colegii au acces la un pachet complex de beneficii prin care pot obține servicii medicale, asigurări de viață și de sănătate precum și acces la diferite săli de sport prin care își pot menține starea de bine. Pe parcursul anului 2014, site-ul de discount-uri speciale pentru angajații noștri a numărat peste 50 de furnizori, din toate domeniile (edituri, articole de îmbrăcăminte, papetărie, agenții de turism și oferte bancare).

Oportunități pentru angajații Orange

Bursa de Idei

Pentru că la Orange prețuim creativitatea și inovația, am creat Bursa de Idei pentru a oferi fiecărui angajat posibilitatea de a influența și îmbunătăți procesele de business. Ideile propuse trebuie să ofere soluții pentru eficientizarea proceselor interne, noi alternative de reducere a costurilor sau a resurselor utilizate și astfel, de creștere a veniturilor.

Pentru început, ideea este prezentată și analizată de echipa de Resurse Umane. Proiectelor ce trec de această etapă le este alocat un expert din aria acoperită de proiect care, împreună cu inițiatorul ideii, timp de o lună consolidează proiectul și identifică toate argumentele privind valoarea acestuia. Descrierea detaliată și justificarea implementării sunt ulterior prezentate în fața unui comitet construit din directori ai departamentului vizat, directorul financiar și cel de resurse umane.

Ideile care trec de toate etapele de evaluare se transformă în final în proiecte implementate de departamentul beneficiar, iar rezultatele sunt ulterior promovate în întreaga companie.

Odată cu intrarea în etapele superioare ale competiției de idei, inițiatorul și expertul care coordonează ideea primesc treptat puncte care se pot utiliza pentru achiziționarea de produse din magazinele Orange. Dacă în urma implementării, proiectul confirmă și rezultatele așteptate, valoarea punctelor acordate poate crește până la nivelul a două salarii.

Orange Passion

Orange Passion este un program de antreprenariat al pasiunilor care se desfășoară la nivelul întregului grup Orange. În România, angajații grupați în echipe pot aplica pentru a obține finanțare parțială sau integrală în scopul participării la competiții sportive sau artistice.

Passion Tennis: Colegii noștri pasionați de tenis de câmp au participat la Cupa Helios pentru corporații, o competiție realizată pentru jucătorii amatori din cadrul celor mai importante companii din Timișoara și zona de Vest a țării.

Passion Înot și prim ajutor: Inițiat de colega noastră Florentina Merscic, proiectul a constatat într-o serie de cursuri de prim ajutor în care participanții au învățat tehnici de resuscitare în caz de stop cardio-respirator și cum trebuie să reacționeze în cazul în care salvează pe cineva de la înec.

Ciclaton România

Beneficiind în 2014 de susținere în cadrul programului Orange Passion, Ciclaton este organizat de comunitatea angajaților pasionați de ciclism și este un eveniment care combină promovarea unui stil de viață sănătos cu atragerea de fonduri pentru proiecte de educație. Între 30 septembrie și 4 octombrie 2014 participanții au pedalat 650 de km și au reușit cu ajutorul susținătorilor să strângă peste 33.000 de lei direcționați către trei cauze educaționale.



Highlights Ciclaton 2014:

- 41 cicliști
- 11 cicliști Orange
- 16 voluntari
- 3.250 de ore de voluntariat
- 305 donatori
- Donații în valoare de aproximativ 33.000 RO

Orange Wellbeing

Demarat în 2012 ca urmare a unui sondaj de măsurare a stresului la locul de muncă, dar și ca rezultat al propunerilor și sugestiilor angajaților, programul Orange Wellbeing se concentrează pe trei mari direcții de acțiune.

Transformare personală

Pentru că echilibrul între personal și profesional este un factor esențial în starea de bine, inițiativele din această categorie oferă angajaților posibilitatea de a-și descoperi hobby-uri și pasiuni noi sau posibilitatea de a le exersa pe cele deja existente.

Sănătate fizică

Este condiția pentru o minte sănătoasă și presupune nutriție sănătoasă, mișcare, ergonomie și relaxare fizică. Angajații au posibilitatea de a se alătura unei comunități interne de bicicliști, de a participa la ateliere de ergonomie, de a beneficia de reduceri la săli sportive, plus multe alte avantaje.

Sănătate emoțională

Nu în ultimul rând, starea de bine înseamnă înțelegerea corectă a raportului dintre responsabilitatea proprie și cea a celorlalți în dobândirea fericirii personale. Fie că e vorba de consiliere psihologică, ateliere de parenting sau de mindfulness aceste inițiative își propun îmbunătățirea cunoașterii de sine și a relațiilor cu cei apropiați.

Rezultate:

- 45% din angajații din sediul central au participat la cel puțin una din sesiuni; peste 70% și-au exprimat intenția de a participa pe viitor.
- Pentru 2015 avem în plan extinderea programului și în alte localități din țară.

Orange România Top Employer 2014

Programul de wellbeing și celelalte eforturi depuse pentru a asigura o cultură organizațională performantă au fost recunoscute prin acordarea pentru cel de-al doilea an consecutiv a certificării Top Employer 2014. Aceasta atestă calitatea excelentă a mediului de lucru din cadrul Orange România, singura companie din domeniul telecom din țara noastră care obține această certificare.



Orange în comunitate

La Orange, dezvoltarea companiei noastre are în centru inovația. Tot prin inovație, dorim să avem un rol activ în viața comunităților, să aducem valoare acestora, pentru a crește și ne atinge obiectivele împreună.

Implicare în comunitate: abordarea noastră

Știm că putem face **diferența** în viețile oamenilor și, în fiecare an, ne folosim expertiza, energia și inspirația pentru a îmbunătăți viețile celor din jur. Domeniul nostru de activitate ne oferă o poziție aparte în relație cu multe persoane, pentru că prin intermediul nostru, oameni izolați din cauză de bariere geografice, culturale sau de altă natură, pot găsi noi modalități de participare la viața comunității. Tehnologia permite acces rapid și simplu la soluții sociale, la informație și mai ales, apropie membrii familiilor, prietenii, colegii sau partenerii de afaceri. Aceste avantaje ne bucură și ne oferă o responsabilitate specială, de a-i identifica și aduce aproape pe cei care au cea mai mare nevoie de noi.



Programe educaționale

Educația este o direcție prioritară în strategia noastră de responsabilitate socială. Astfel, ne propunem să investim cât mai mult în formarea viitorilor specialiști, facilitând accesul tinerilor la resurse educaționale adaptate exigențelor tehnologice actuale. De asemenea, considerăm că societatea are nevoie de dezvoltarea competențelor TI&C de la cele mai fragede vârste, motiv pentru care susținem inclusiv proiecte de educație în domeniu adresate celor mici.

La Orange, încurajăm și prețuim solidaritatea și cultura **voluntariatului**. Pentru a maximiza succesul inițiativelor noastre, am creat programe de voluntariat, prin care, împreună cu colegii noștri, să generăm schimbare pozitivă în comunitate.

Credem că un pas important în construirea unui viitor mai bun îl reprezintă **educația** și **formarea profesională** a tinerilor aflați la început de drum în viață sau carieră. De-a lungul timpului, am dezvoltat numeroase activități pentru copii și tineri, ateliere de informare, sesiuni de mentorat în școli și licee și mai ales programe de studiu și stagii de practică pentru studenți.

Investim în formarea viitorilor specialiști, facilitând, prin **Orange Educational Program**, accesul studenților la resurse educaționale adaptate exigențelor tehnologice actuale și încurajând activitățile de cercetare științifică și experiențele de învățare alternativă.

Orange Educational Program

Orange Educational Program este umbrela sub care derulăm trei proiecte educaționale, dedicate studenților și masteranzilor care vor să își consolideze cunoștințele dobândite în timpul facultății și să-și pregătească astfel viitoarea carieră: **Orange Educational Program Engineering** (în parteneriat cu Universitatea Politehnică București – Facultatea de Electronică, Telecomunicații și Tehnologia Informației), **Orange Educational Business Administration** (în parteneriat cu Academia de Studii Economice București) și **Orange First Step**.

Orange Educational Program Engineering
Programul își propune completarea cunoștințelor dobândite de studenții de la Facultatea de Electronică, Telecomunicații și Tehnologia Informației din cadrul Universității Politehnice București și presupune următoarele componente:



- Centrul de Training, Cercetare și Inovare deschis în cadrul facultății
- Module de training de tehnologie TI&C, proiectare rețele de telecomunicații, intraprenariat, proprietate intelectuală și soft skills livrate de experți Orange împreună cu parteneri din industrie
- Laboratoare de cercetare și experimentare echipate cu tehnologii și informații TI&C de ultimă generație
- Practică în echipele tehnice din Orange sau din cadrul partenerilor, acordarea de burse, consiliere tehnică din partea experților Orange sau a partenerilor, propunerea temelor de cercetare din cadrul lucrărilor de licență, accesul la documentație și platformele tehnologice

- Colaborare pe proiecte de cercetare, proiectare și inovare finanțate de Orange, parteneri din industrie sau bazate pe fonduri nerambursabile
- Diseminarea și aplicarea cunoștințelor științifice și tehnice prin susținerea transferului de Cercetare - Dezvoltare între universități și industrie

În fiecare an oferim 10 burse în valoare de 200 Euro lunar timp de 12 luni, 42 de locuri de practică în cadrul Orange în departamentele tehnic (36) și IT (6) și 42 de locuri la cursurile aferente programului de 12 luni.

Highlights training:

- 10 module din care 8 tehnice, 1 despre piață și reglementări în telecomunicații și 1 despre innovations & start-ups
- 162 ore de program parcurse în 7 luni
- 95 de ore predate de 22 experți din TD&IT și 1 trainer din HR
- 50 ore predate de 5 parteneri: Cisco, Huawei, ZTE, Ericsson, Nexans, ANCOM și UPB
- 18 ore de testare scrisă
- Hands-on și simulări pe echipamente de test

Prin acest program, până în 2014 inclusiv am acordat 150 de burse a căror valoare cumulată depășește 350.000 EUR.

Rezultate:

- 20% din inginerii, experții și managerii care activează în departamentul tehnic Orange au absolvit cursurile Orange Education Program
- aproximativ 300 de studenți ai facultății de Electronică, Telecomunicații și Tehnologia Informației din cadrul UPB au beneficiat de pregătirea teoretică și practică din cadrul Orange Educational Program
- 49% din absolvenții și studenții Orange Educational Program sunt fete



- absolvenții Orange Educational Program care ajung să fie angajați în Orange sunt încurajați și susținuți în plan academic să continue studiile de masterat și doctorat. Astfel, cel puțin 15 dintre absolvenții programului au devenit doctori ingineri
- studenții participanți la cursuri și la activitățile de mentorat au dezvoltat abilități esențiale precum: lucrul în echipă, leadership, management de proiect, creativitate, spirit de inovație și gândire analitică

Orange First Step

Orange First Step este programul nostru de practică adresat studenților și masteranzilor din toată țara, indiferent de domeniul de studiu.

Sub îndrumarea specialiștilor noștri, tinerii au posibilitatea de a dezvolta noi abilități practice și sociale, aplicând noțiunile teoretice dobândite în timpul facultății. Facilităm astfel tranziția de la școală spre mediul real de business pentru viitorii absolvenți din domeniu.

Studenții pot alege să facă practica de specialitate la Orange în departamente precum: Retail, Tehnic, HR, IT, Financiar, Relații Clienți sau Supply Chain.

“Când un coleg din departamentul tehnic al Orange a prezentat un serviciu de stocare a datelor din agenda telefonului în cloud și migrarea spre calculator sau alt telefon, mi-a plăcut tehnologia folosită de Orange și am vrut să aflu mai mult. De aceea am aplicat în programul First Step. De când am venit aici am fost primit ca într-o familie, cu căldură și integrat foarte repede în echipă. A fost o experiență de neuitat.”

Mihai, absolvent al programului First Step

Alte inițiative educaționale

În ultimii ani am susținut mai multe inițiative adresate elevilor de liceu prin care ne-am propus să-i ajutăm cu informații cheie și exemple pe care să le folosească în deciziile cu privire la dezvoltarea carierei sau adoptarea unui comportament social responsabil.

Atelierul de responsabilitate socială

Promovăm în rândul liceenilor noțiuni și posibilități de implicare în programe sociale, cu scopul de a-i ajuta să devină adulți responsabili, atenți la nevoile celor din jur și ale comunităților din care fac parte. În 2012, elevii din trei licee bucureștene au luat parte la



atelierele de responsabilitate socială organizate de Orange și Asociația pentru Relații Comunitare, învățând despre consumul responsabil de resurse, despre reciclare și voluntariat. În plus, tinerii au participat la un concurs de idei pe tema produselor și serviciilor sustenabile, precum și la unul de reciclare. În urma acestei acțiuni, au fost colectate **186** telefoane mobile, **860** kg de hârtie și **24** kg de plastic.

Orange Job Shadowing Day

În 2013 am organizat „Orange Job Shadowing Day”, o inițiativă dedicată copiilor angajaților Orange din București. Astfel, pentru o după-amiază, tineri cu vârste cuprinse între 14 și 19 ani au aflat de la colegii noștri care sunt responsabilitățile și provocările carierelor la care visează și ce înseamnă să lucrezi într-o companie multinațională.

Programe de voluntariat

Angajații Orange se implică în comunitate de mai bine de 12 ani, iar pentru ca această experiență să fie cât mai bine gestionată, am creat o platformă internă dedicată voluntariatului – Tu pentru comunitate – prin intermediul căreia angajații sunt informați cu privire la domeniile pe care le pot susține, drepturi și responsabilități. De mai mult de trei ani, angajații pot beneficia de o zi liberă pentru voluntariat în timpul programului de lucru – cu câteva condiții: intenția de voluntariat trebuie să fie comunicată superiorului ierarhic și departamentului Corporate Communications, activitatea de voluntariat să presupună minim patru ore de lucru, iar organizația beneficiară să ofere o adeverință de voluntariat.

Angajații pot veni cu propriile propuneri de inițiative pentru voluntariat sau se pot alătura unor proiectele propuse de echipa Orange.

Săptămâna voluntariatului

În perioada 3-7 Noiembrie 2014, am invitat angajații noștri, din București și din Cluj să se implice în două tipuri de inițiative inspirate și în rezonanță cu preocupările Orange privind incluziunea digitală:



- Digitalizarea cărților de la Biblioteca Națională București și Biblioteca Județeană Cluj (în format electronic și audio)
- Colectarea de telefoane și alte accesorii relaționate uzate

Pentru ca acțiunea de voluntariat să fie cât mai interesantă și captivantă, am invitat colegii să se organizeze în echipe de 10 persoane care să participe într-unul sau ambele proiecte. Am pus la dispoziția colegilor materiale informative, am implicat bloggieri și am creat un sistem de punctaj prin care, în funcție de numărul de materiale digitalizate sau telefoane reciclate, echipele au primit punctaje, iar ulterior, cei mai harnici au fost premiați.

În total, la finalul Săptămânii voluntariatului am obținut următoarele rezultate:

- au fost digitalizate peste 22 de cărți și peste 11.500 de pagini de corespondență ale unor personalități marcante au fost colectate
- 1.161 telefoane și dispozitive mobile. Aceste telefoane colectate au fost ulterior convertite într-o donație financiară de 3.500 EUR pentru programul național YouthBank



Fundația Orange

Înființată în anul 2012, Fundația Orange este entitatea prin intermediul căreia Orange România realizează proiecte de filantropie în sprijinul persoanelor cu dizabilități de auz și/sau de vedere. Fundația colaborează cu instituții și organizații non-profit și finanțează proiecte de educație, cultură, sănătate și integrare socială destinate acestor beneficiari. Principalele două programe ale fundației sunt fondul **Lumea prin culoare și sunet** și programul **Susține un ONG**.



Lumea prin culoare și sunet

Cu un buget total de până la 350.00 de euro, programul oferă proiectelor câștigătoare finanțări de maximum 50.000 de euro per aplicație. În 2014 au fost finanțate 9 proiecte și anume:

E-Sight	Organizația Salvați Copiii. Scopul proiectului îl reprezintă facilitarea integrării în societate a copiilor cu deficiențe de vedere, prin implicarea acestora în activități menite să îi educe în folosirea tehnologiei, să le dezvolte creativitatea și să le crească încrederea de sine. În cadrul proiectului a fost dezvoltată și o platformă online dedicată, conținând resurse adaptate pentru beneficiari.
Touch. Listen. Know	Fundația pentru Educație și Dezvoltare MediaPro. Proiectul are ca scop crearea unei aplicații pentru mobil care transmite știri și informații în format audio, dedicate persoanelor cu deficiențe de vedere.
ARTmobile	Muzeul Național de Artă al României. Proiectul urmărește îmbunătățirea accesului persoanelor cu deficiențe de auz și/sau de văz la informația culturală, oferind prin intermediul website-ului muzeului acces adaptat la un tur interactiv al colecțiilor de artă, prototipuri tactile și aplicații mobile.
Vreau să știu	Organizația Junior Achievement România. Proiectul vizează introducerea de cursuri de orientare profesională în șapte licee speciale pentru tineri cu deficiențe de auz, menite să faciliteze accesul acestora la o paletă mai largă de profesii.
Baby Hearing	Asociația Audiosofia. Proiectul își propune reducerea numărului de copii afectați de lipsa auzului, prin introducerea de screening auditiv neonatologic în cadrul a cinci spitale din România, în vederea diagnosticării și intervenției medicale timpurii.
Sens pentru viață	Organizația Sense Internațional. Proiectul își propune crearea a două centre vocaționale în Arad și Timișoara și crearea unei rețele naționale (ce include centrele existente în București, Galați și Iași) de servicii de consiliere și orientare vocațională pentru tinerii cu deficiențe de auz și/sau de vedere, în scopul facilitării incluziunii lor profesionale.
Colours beyond the shadow	Liceul special „Moldova”. Scopul proiectului îl reprezintă crearea unei camere multisenzoriale în care se va utiliza stimularea multisenzorială ca parte a terapiilor efectuate elevilor cu deficiențe de văz sau deficiențe asociate, pentru a crește ritmul de recuperare.

Călătorie în Lumea Mea

Asociația Young Goldfish. Proiectul își propune creșterea abilităților de comunicare și relaționare și stimularea încrederii de sine a tinerilor cu deficiențe de vedere, care participa la diferite activități creative împreună cu tineri fără dizabilități.

Pas de elefant

Asociația pentru Dezvoltare Urbană. În cadrul proiectului va fi creat un software care va transforma imagini în documente audio necesare elevilor cu deficiențe de vedere.

E-sight

Lansat în octombrie 2014 de Organizația Salvați Copiii alături de Fundația Orange, E-sight este un proiect de educație digitală și integrare socială cu ajutorul noilor tehnologii, adresat copiilor nevăzători și cu deficiențe de vedere incluși în unitățile de învățământ speciale din București, Timișoara, Cluj-Napoca, Buzău, Târgu Frumos și Arad.

În cadrul proiectului s-a desfășurat o serie de activități prin care copiii au beneficiat de resurse educaționale adaptate nevoilor lor speciale de învățare: între acestea workshop-uri pentru dezvoltare personală și participarea la sesiuni organizate în colaborare cu angajați Orange în care copiii au avut ocazia să discute despre oportunitățile de integrare în societate și acces pe piața muncii.



“ Copiii cu dizabilități reprezintă o preocupare constantă a organizației noastre, iar prin proiectul „E-sight”, derulat în parteneriat cu Fundația Orange, Salvați Copiii a atras atenția asupra problemelor cu care se confruntă acești copii din România, la nivel de integrare socială, școlară și profesională. Premisa a fost aceea de a le oferi copiilor cu deficiențe de vedere din unitățile de învățământ special acces la educație digitală și un cadru performant de dezvoltare personală prin ateliere recreative.”

Gabriela Alexandrescu, Președinte
Executiv Organizația Salvați Copiii

Suține un ONG

Pentru a oferi angajaților noștri șansa de a contribui la cauze ce sunt importante pentru ei, prin intermediul Fundației Orange desfășurăm un concurs anual de finanțare pentru proiecte de filantropie coordonate de angajați. Astfel, interesul, energia și dorința de implicare în comunitate ale colegilor din echipa Orange sunt dublate de resursele companiei. La ediția din 2014 au câștigat finanțare următoarele proiecte:

“ Realitatea din „cealaltă Românie” este de multe ori șocantă pentru cei ca mine, obișnuiți cu confortul unui birou modern; sunt familii pentru care fericirea înseamnă o masă caldă pe zi. Cred că prin învățarea unei meserii și crearea de noi locuri de muncă, poți ajuta niște oameni din zone defavorizate mai mult decât cu ajutoare sociale, care induc dependență.

Am colaborat excelent cu Fundația Solidaritate și Speranță –filiala Săvinești, iar faptul că la final a fost creat un atelier de broderie unde au fost angajate trei persoane, dintre care una cu dizabilități, a însemnat că efortul a meritat.”

Dragoș Oboroceanu, angajat Orange



Educație pentru viitor

În parteneriat cu Asociația Stea din Satu Mare – susținut de Andrei Henciu. Proiectul își propune susținerea educației timpurii, a integrării în sistemul educativ și a dezvoltării abilităților de viață ale copiilor și tinerilor din medii defavorizate din orașul Satu Mare. Proiectul constă în crearea unei caravane educative ce se va deplasa în zonele defavorizate pentru a realiza diferite activități educative, de dezvoltare a abilităților sociale și de consiliere cu copiii și părinții acestora.

Împreună pentru viață

În parteneriat cu Asociația Aripa Spre Viață din București – susținut de Mihael Mircea. Scopul proiectului este acela de a îmbunătăți condițiile de tratare pentru copiii și tinerii diagnosticați cu leucemie și alte boli grave din Clinica de Pediatrie a I.C. Fundeni. Astfel, în cadrul proiectului s-a achiziționat o stație care cuprinde trei infusomate și un injectomat pentru una din cele 6 rezerve sterile din cadrul secției de transplant medular pediatrie.

Fii activ, fii creativ!

În asociere cu Fundația Solidaritate și Speranță Iași, filiala Săvinești – susținut de Dragoș Oboroceanu. Principalul obiectiv al proiectului este creșterea gradului de ocupare și instruire a persoanelor din categorii sociale vulnerabile din zona Săvinești prin participarea la cursuri de croitorie și antreprenoriat și înființarea unui atelier protejat cu specific de croitorie.

Camera Multisenzorială pentru copiii cu dizabilități

În parteneriat cu Asociația Pedia pentru sprijinirea copiilor cu deficiențe neuropsihomotorii din București – susținut de Andreea Popescu. Scopul proiectului este achiziționarea unei camere de stimulare multisenzorială care crește semnificativ ritmul de recuperare pentru copiii cu deficiențe neuropsihomotorii în cadrul terapiilor efectuate, în scopul integrării lor în societate.

Platforma Donație.ro



Susținem campaniile umanitare de strângere de fonduri prin alocarea de numere scurte prin care clienții Orange pot realiza donații prin SMS pentru cauze precum:

- Educație;
- Intervenții în situații de dezastre și calamități naturale;
- Servicii sociale, protecția drepturilor copiilor,
- Protecția mediului și a biodiversității, protecția animalelor;
- Advocacy pentru cauze de interes public;
- Artă și cultură;
- Drepturi civile ale omului, drepturi cetățenești, inclusiv ale minorităților;
- Sport pentru amatori;
- Tineret;
- Programe de antreprenoriat social

Lansat în 2012, sistemul implică un parteneriat între cei trei mari actori de pe piața de telefonie mobilă, Orange, Telekom și Vodafone și este coordonat de Asociația pentru Relații Comunitare.

Prin intermediul acestei platforme, în 2014 diferite organizații non-guvernamentale au desfășurat în total 43 campanii de atragere de fonduri, suma donată de către clienții Orange însumând 299,836 EUR.

Incluziunea digitală

Pentru mulți dintre noi, Internetul este o componentă indispensabilă a vieții noastre de zi cu zi, însă în același timp este o realitate faptul că anumite categorii de persoane continuă să fie excluse din societatea digitală. Agenda Digitală pentru Europa asumată de Comisia Europeană precum și Strategia Națională privind Agenda Digitală pentru România au stabilit o serie de obiective și acțiuni care să conducă la creșterea gradului de alfabetizare digitală, a competențelor și a incluziunii digitale pentru toate persoanele indiferent de vârstă, venit sau existență a unor deficiențe care influențează integrarea socială.

Orange România recunoaște importanța acestor priorități și inițiative și a stabilit incluziunea digitală ca fiind una din dimensiunile strategiei sale de responsabilitate socială.

Prin proiecte și acțiuni ce au ca scop incluziunea digitală dorim să aducem oamenii mai aproape de tehnologie, să îi încurajăm să o utilizeze în scop constructiv, pentru a reduce barierele de cunoștințe digitale existente în societate.



Oferim acces la informație în zonele defavorizate din România

În zonele rurale din România există multe familii dezavantajate din punct de vedere al **accesului la informație**, astfel că, prin proiectele noastre, încercăm să facilităm accesul la servicii de comunicații în aceste comunități.

Suntem primul operator de telefonie mobilă care s-a implicat în proiectele inițiate de Autoritatea Națională de Reglementare în Comunicații și de Ministerul Comunicațiilor și Tehnologiei Informației (Serviciul Universal și Economia Bazată pe Cunoaștere), cu scopul de a oferi acces la servicii de comunicații persoanelor din zonele rurale izolate.

De asemenea, la nivel local, am implementat proiectul „Rețele Electronice ale Comunităților Locale” în șase localități rurale, care conectează principalele instituții – primăria, școala, biblioteca și Punctul de Acces Public la internet.

Siguranța copiilor pe internet

Copiii și tinerii sunt un grup important pentru proiectele noastre de responsabilitate socială și susținem **utilizarea noilor tehnologii într-un mod responsabil și sigur** pentru aceștia. Volumul de conținut disponibil la doar un click distanță în mediul digital creează oportunități extraordinare de învățare, cunoaștere și relaționare, dar și o serie de riscuri pentru cei mai vulnerabili dintre utilizatori: copiii. Conținutul neadecvat vârstei, conversațiile cu necunoscuți sau dedicarea timpului liber în exclusivitate divertismentului online sunt printre cele mai delicate subiecte atunci când vine vorba despre siguranța pe internet a copiilor.

Grupul Orange este parte a CEO Coalition for Making the Internet a Better Place for Kids, un program de autoreglementare inițiat de Comisia Europeană în anul 2011, asumat de managementul de top al celor mai mari companii din domeniul telecomunicațiilor și tehnologiei informației. Companiile participante și-au luat angajamentul de a coopera și a lua măsuri în următoarele arii de acțiune:

- Dezvoltarea de instrumente simple și robuste de raportare
- Setări de confidențialitate adaptate în funcție de vârstă
- Utilizare sporită a clasificărilor pe categorii de conținut
- Disponibilitate sporită și creșterea utilizării programelor de control parental
- Eliminarea conținutului pornografic infantil

Ne implicăm activ în construirea unui mediu digital mai sigur pentru cei mici, dezvoltând parteneriate durabile cu organizații recunoscute în domeniul prevenirii riscurilor la care sunt expuși copiii în timpul navigării pe internet.

Orange România este partener al programului european sigur. info, implementat în România de consorțiul format din Organizația Salvați Copiii, Positive Media și FOCUS (Centrul Român pentru Copii Dispăruți și Exploatați Sexual). Programul își propune să ofere părinților, profesorilor și copiilor cunoștințe și instrumente necesare pentru utilizarea serviciilor de internet într-un mod constructiv, prin campanii de conștientizare, consiliere a părinților și copiilor și raportare a conținutului ilegal întâlnit pe paginile web românești.



Studii de caz

1. Innovation Labs pentru tineri pasionați de tehnologie care vor să schimbe lumea

În nenumărate cazuri, tehnologia poate deveni instrumentul ce stă la baza stimulării gândirii creative și a spiritului antreprenorial. Acest lucru este cu atât mai valabil în cazul tinerilor, extrem de sensibili la schimbările ce au loc în industria TI&C și, de asemenea, facilitatori de inovație.

La Orange, tinerii sunt pentru noi o continuă sursă de inspirație și ne dorim să-i avem parteneri în proiectele



care vor modela viitorul acestei industrii. Pentru aceasta, susținem dezvoltarea antreprenoriatului bazat pe tehnologie, oferind tinerilor resurse, expertiza și instrumentele necesare pentru a experimenta și a-și pune ideile în aplicare.

Adresat studenților de la facultățile cu profil tehnic, business sau comunicare din București și Cluj-Napoca, programul Innovation Labs a oferit participanților șansa de a primi mentorat tehnic și de business pentru a-și dezvolta și pune în practică ideile și proiectele de aplicații.

În 2014, premiul pentru cel mai bun pitch a fost acordat MusicMaster, o aplicație mobilă care permite muzicienilor amatori să găsească ușor acordurile pentru melodiile pe care vor să le cânte, să le stocheze offline și să le asculte oriunde, oricând.

Lifebox, aplicație pentru mobil care ajută utilizatorii să creeze albume foto comune cu prietenii lor, a primit premiul pentru cel mai bun produs. În cadrul aceluiași proiect Openmind Retail Analytics, platformă ce permite retailerilor să își optimizeze afacerea printr-o targetare mai eficientă a clienților, a câștigat premiul pentru cea mai bună afacere.

2. #SuperCoders, ateliere de programare pentru copii

Prima ediție #SuperCoders, ateliere de programare destinate copiilor cu vârste între 10 și 13 ani, s-a desfășurat în octombrie 2014, ca o inițiativă venită din partea grupului Orange. Atelierele au avut loc concomitent în patru țări (România, Polonia, Franța și Spania) și au presupus învățarea unor noțiuni de programare de bază. Pe durata atelierului #SuperCoders cele patru țări au fost conectate prin live streaming cu intenția de a transmite participanților sentimentul apartenenței la o comunitate.

Pe parcursul a câteva ore, copiii au lucrat în echipe și au învățat să utilizeze platforma Scratch, au creat povești, dând viață unor personaje animate prin tehnici de programare, fiind încurajați astfel să-și exprime creativitatea și imaginația.



3. Programul sigur.info

Programul sigur.info dezvoltat de către Salvați Copiii, combină o platformă online cu materiale ce permit informarea părinților, profesorilor și copiilor cu privire la utilizarea în siguranță a internetului. Campanii media, broșuri, materiale video, caiete de colorat sau de povești au reprezentat instrumente pe care consilierii sigur.info le-au utilizat pentru a proteja copiii și tinerii ce accesează spațiul virtual. În perioada 2013-2014, pagina de internet a programului sigur.info a avut 369.381 vizitatori, iar în 2014 peste 2.700 persoane au primit lunar newslettere de informare. La rândul lor, utilizatorii de internet s-au angajat în discuții pe teme de siguranță; astfel pe forumul sigur.info au lansat 276 subiecte de discuții, care au generat peste 2.000 mesaje.



Ghidul școlar privind utilizarea sigură și eficientă a Internetului

În februarie 2014, echipa sigur.info a lansat primul ghid școlar avizat de Ministerul Educației Naționale, care furnizează cadrelor didactice și adulților informații teoretice și practice despre tematica utilizării sigure a Internetului. Orange România a contribuit la realizarea ghidului prin oferirea de conținut teoretic pentru capitolul despre utilizarea Internetului de pe smartphones și tablete, precum și prin finanțarea proiectului. Ghidul Școlar este disponibil online pentru a fi descărcat, pe pagina web a programului sigur.info.

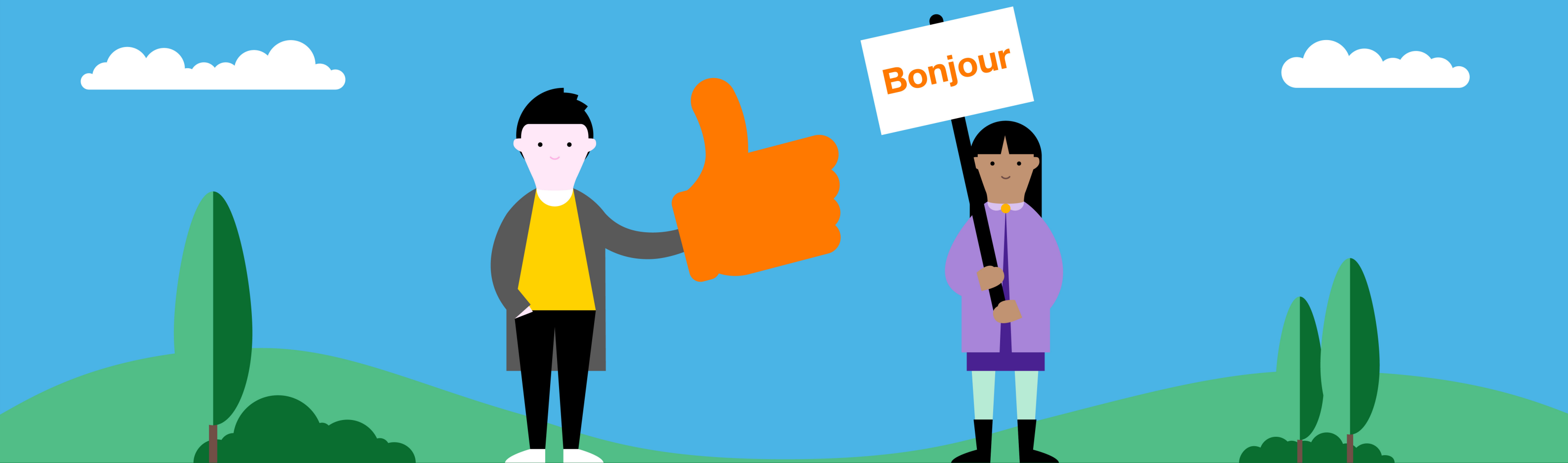
<http://www.sigur.info/voluntar/descarca-comanda-ghid-sigur-info.html>

4. Fundația Orange și proiectul E-Sign

Desfășurat de organizația Salvați Copii în perioada 2012-2013 și beneficiind de finanțare din partea Fundației Orange, „E-Sign” este un program de informare și educare dedicat copiilor cu deficiențe de auz și vorbire. Cu acest prilej, 200 de beneficiari au dezbătut, alături de voluntarii Salvați Copiii, subiectul pericolelor întâmpinate pe internet, pentru a găsi cele mai bune modalități de protejare împotriva acestora. În program au mai fost implicați 140 de profesori din școli speciale și de asemenea și părinții, care au aflat noțiuni despre siguranța online a copiilor și reguli de folosire a platformelor sociale, în cadrul unor workshopuri dedicate.

În urma discuțiilor, a rezultat o serie de 10 tutoriale online în care sunt dezbătute cele mai importante pericole din mediul digital la care pot fi expuși copiii. Tutorialele cuprind un discurs oral, limbaj mimico-gestual, precum și elemente grafice care îi ghidează pe copii pas cu pas în utilizarea sigură a internetului.

III. Mediu



Abordarea noastră

Nu putem fi indiferenți la provocările globale cu care se confruntă în prezent omenirea, prin urmare ne-am propus ca prin politicile și proiectele noastre să contribuim la combaterea schimbărilor climatice, la reducerea consumului de resurse și la promovarea unei atitudini responsabile față de mediu către angajați și clienți.

Interacțiunea la distanță posibilă datorită tehnologiilor de comunicare reduce considerabil nevoia de transport, una din activitățile umane responsabile în mare măsură de emisiile de gaze cu efect de seră. Prin urmare, putem afirma că prin însăși esența activității și afacerii noastre, avem un impact pozitiv asupra mediului înconjurător. Pe de altă parte, suntem conștienți că explozia tehnologiilor TI&C din ultimii ani a dus la creșterea considerabilă a numărului de dispozitive electrice și electronice. Viteza cu care se succed inovațiile duce la accelerarea ciclurilor de înlocuire a produselor, aspect care înseamnă o creștere a riscurilor de poluare.

Un alt aspect cu impact potențial negativ din categoria mediu vizează amplasarea și estetica stațiilor de bază – antenele GSM. Prin urmare, atunci când alegem locația pentru un nou site, ținem cont de un cumul de factori între care se regăsesc atât reglementări legale și considerații tehnice cât și preocupările comunității și impactul vizual. În plus, în mediul urban, acolo unde este posibil, luăm toate măsurile pentru mascarea și integrarea antenelor în peisaj.

Energie și emisii

La nivel de grup, Orange și-a propus ca până în anul 2020, raportat la nivelul anului 2006, să reducă emisiile de gaze cu efect de seră și consumul de energie cu 20%, respectiv 15%. Aceste obiective reprezintă o provocare reală, având în vedere dezvoltarea companiei din ultimii ani precum și perspectivele de creștere viitoare, în special în ce privește traficul de date, care necesită o extindere considerabilă a infrastructurii tehnice.

Emisii Orange România 2014

	Unitate măsură	Valoare
Emisii CO2 categoria 1	tone CO2	3.544
Din care Emisii CO2 auto	tone CO2	3.238
Emisii CO2 categoria 2	tone CO2	59.744
Total emisii CO2 categoria 1 și 2	tone CO2	63.288
Emisii CO2 categoria 3	tone CO2	855
Total emisii CO2 (categoria 1, 2 și 3)*	tone CO2	64.143

În domeniul nostru de activitate, sistemele informatice și de rețea reprezintă principala sursă de consum de energie. Alte surse semnificative de consum sunt sediile de birouri, punctele de vânzare și flota auto utilizată de angajați.

*Pentru clasificarea tipurilor de emisii, vezi Global Reporting Initiative, GRI G4 Implementation Manual, pg. 105

Consum de Energie 2014

	Unitate măsură	Valoare
Combustibil siteuri	m3	81,6
Benzină auto	tone	217,8
Diesel auto	tone	991,8
Total electricitate	GWh	121,0

Consum energie / Client

	Unitate măsură	Valoare
Consum electricitate / client	kWh/client	11,8

*Pentru clasificarea tipurilor de emisii, vezi Global Reporting Initiative, GRI G4 Implementation Manual, pg. 105

Rețea

Eforturile de modernizare a rețelei depuse în 2014 au însemnat și o serie de măsuri cu impact direct asupra consumului de energie electrică:

- Înlocuirea sistemelor de climă clasice cu modele noi cu eficiență ridicată și bazate pe tehnologii inovative – free cooling
- Virtualizarea proceselor informatice – separarea arhitecturii logice, de configurația suportului fizic prin care acesta este realizat
- Demontarea echipamentelor vechi, neutilizate, dar rămase în priză
- Înlocuirea echipamentelor mari consumatoare de energie cu echipamente cu consum redus

Partajarea infrastructurii

În 2013, s-a realizat un acord cu Vodafone de partajare a infrastructurii de rețea în anumite regiuni ale țării. Eliminarea duplicării înseamnă reduceri de costuri care ne vor permite să investim în extinderea acoperirii 4G. Măsura are și un impact pozitiv asupra mediului, prin scăderea consumului de energie electrică și în consecință a amprentei de CO2 asociate.

Proiecte de eficientizare energetică

Pentru a reduce consumul de energie electrică în sedii, am adoptat următoarele măsuri:

- Utilizare senzori de prezență pentru iluminatul din parcare subterană și spațiile tehnice
- Conexiune iluminat perimetral și iluminat spații comune clădire în Building Management System cu programare orară în funcție de anotimp
- Programare funcționare automată și setare program pentru echipamentele de climatizare în funcție de temperaturile exterioare și specificul activităților din clădire
- Automate programabile pentru aproximativ 30 % din spațiile de birouri: program automat de oprire și pornire alimentare cu energie electrică a spațiilor conectate la sistem
- Montare perdele de aer alimentate cu agent termic, pentru evitarea pierderilor de căldură în zona acceselor în clădire

Flota auto

Politica internă de gestionare a flotei auto este bazată pe mai multe principii cu impact asupra diminuării consumului total de combustibil. Dintre cele mai importante amintim:

- Înlocuirea parcului auto la fiecare trei ani
- Utilizarea de furnizori care produc modele cu poluare redusă: Ford, Nissan și Renault
- Manifestarea unei preferințe pentru vehiculele cu motoare diesel
- Folosirea autoturismelor cu motor comprimat de 1 litru

Câmpul electromagnetic

Telefonia mobilă este doar una dintre tehnologiile care folosește unde electromagnetice, acestea fiind la baza a numeroase invenții din epoca modernă, de la radioul clasic și până la sistemele wireless de tip bluetooth. La Orange, monitorizăm constant nivelul câmpului electromagnetic în proximitatea stațiilor de bază, iar toate rezultatele măsurătorilor de până acum au indicat valori de 50 sau chiar de 100 de ori mai mici decât limitele de siguranță impuse prin lege.

Înțelegem că unele persoane pot fi preocupate de acest subiect, prin urmare, manifestăm transparență maximă și deschidere la dialog, ori de câte ori este nevoie. În 2014 am realizat 49 de măsurători la cerere pentru determinarea densității și intensității câmpului electromagnetic în proximitatea siturilor Orange, rezultatele consemnând valori în limita reglementărilor în vigoare.

Deșeuri și reciclare

Colectarea și reciclarea deșeurilor de echipamente electrice și electronice reprezintă o preocupare majoră a politicilor europene de mediu, România înregistrând la acest capitol o performanță mai degrabă scăzută. În Orange abordăm cu maximă seriozitate acest subiect și am implementat politici și proiecte care vizează maximizarea ratelor de reciclare a deșeurilor interne și încurajarea reciclării în rândul clienților.

Deșeuri colectate și valorificate	Cantitate (tone)
Deșeuri de echipamente electrice și electronice	131
Hârtie – carton	91
Baterii de rețea	213
Alte deșeuri interne nepericuloase	2
Total deșeuri interne	437
Deșeuri electrice și electronice colectate de la clienți	20
Baterii colectate de la clienți	3

Factura electronică

Pentru a eficientiza activitatea de facturare și în același timp și cu intenția de a reduce consumul de hârtie și a îmbunătăți astfel amprenta de carbon, am decis să oferim clienților posibilitatea de a utiliza serviciul de factură electronică. Ca urmare a campaniilor de promovare, numărul celor care au ales să primească factura exclusiv în format electronic a crescut constant în ultimii ani, în 2014 ajungând la aproximativ 70% din totalul clienților, atât privați cât și business.

Studii de caz:

1. Programul Buy-Back

În 2009, Orange a fost prima companie de telecom din România care a introdus pe piața locală un program de Buy-Back. Orice client care deține un telefon mobil ce îndeplinește condițiile programului, poate preda telefonul la magazinele Orange participante, primind în schimb un cupon de reducere cu o valoare calculată în funcție de starea telefonului. Telefoanele sunt procesate și triate de un furnizor autorizat de reciclare, o parte din acestea fiind reintroduse în uz, cea mai mare parte fiind însă utilizate pentru recuperarea de piese și de materiale. În 2014 au fost colectate 421.000 de device-uri.”

Highlights program Buy-Back:

- Program prezent în 94 magazine Orange din țară și în 600 de magazine partenere
- Cea mai bună rată de Buy-Back la nivelul grupului Orange
- 421.000 de device-uri colectate în anul 2014

Economia de energie rezultată din colectarea tuturor telefoanelor din 2014 poate asigura necesarul anual de consum pentru 817 gospodării.

2. Biciclete cu cravată

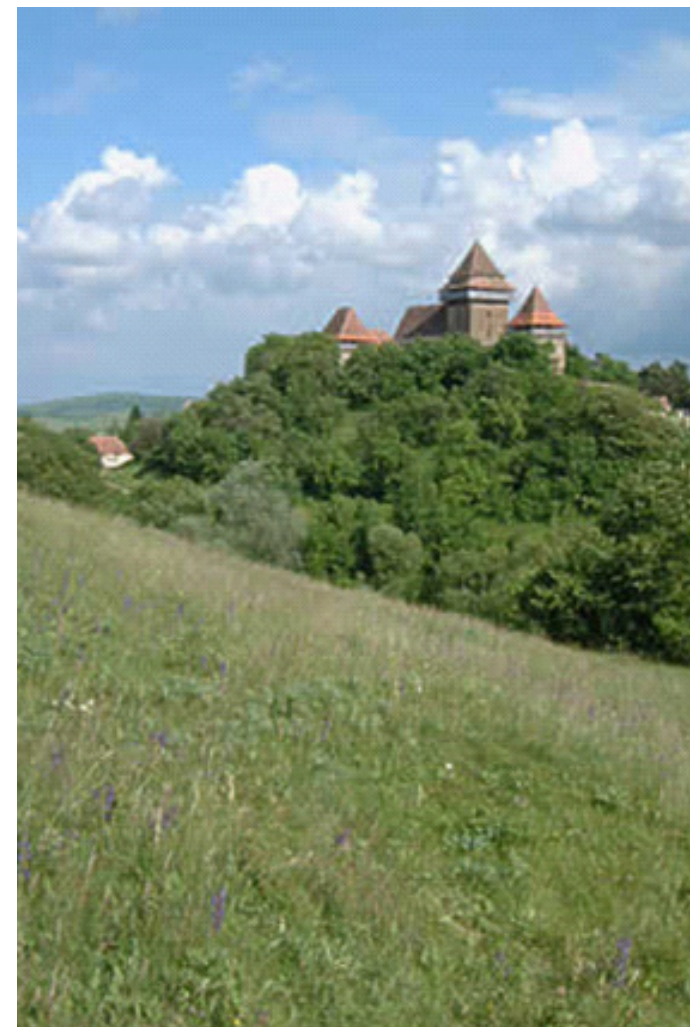
Inițiat în anul 2010 și derulat împreună cu Asociația Green Revolution, Biciclete cu cravată este un program adresat angajaților Orange prin care aceștia au posibilitatea de a împrumuta gratuit biciclete pentru a merge la întâlniri sau pentru a se deplasa acasă.

Scopul programului este de a promova un stil de viață sănătos în rândurile angajaților, împreună cu implicarea directă a acestora în eforturile de reducere a emisiilor de CO2 la nivel de companie. În prezent funcționează patru centre de închiriere biciclete, două în sediile din București, unul în Timișoara și unul în Cluj-Napoca.



3. Parteneriat Adept pentru protejarea biodiversității

Încă din anul 2005 am creat împreună cu Fundația ADEPT Transilvania primul parteneriat public-privat pentru proiecte de agri-mediu din România. De la crearea Fundației Orange, în 2012, parteneriatul a fost preluat de către aceasta. Desfășurându-și activitățile în zona Sighișoara-Târnava Mare, Fundația ADEPT contribuie la prosperitatea micilor comunități rurale prin derularea de proiecte de protejare a naturii și de conservare a peisajelor agricole. Specificul activităților ADEPT este reprezentat de o abordare integrată care îmbină acțiunile de conservare a biodiversității cu măsuri de susținere a agriculturii tradiționale și proiecte de dezvoltare a comunității. Prin demersurile ADEPT și a partenerilor săi, o suprafață de 85.000 de ha din zona Sighișoara – Târnava Mare a fost inclusă în rețeaua de arii protejate Natura 2000.



În cei nouă ani de colaborare, resursele financiare acordate ADEPT prin intermediul Fundației Orange au depășit 1 milion de euro.

Ca și recunoaștere a importanței proiectelor desfășurate, în 2014 Fundația ADEPT a primit premiul întâi la secțiunea Beneficii socio – economice în cadrul primei ediții a concursului Natura 2000 organizat de Comisia Europeană.

Exemple de activități desfășurate:

- Operațiuni de cartare
- Lucrări demonstrative de conservare
- Studii de inventariere a speciilor și a habitatelor
- Organizare conferințe de specialitate
- Cursuri și proiecte școlare
- Consultanță oferită fermierilor pentru dezvoltarea agriculturii ecologice
- Marcare și promovare de trasee turistice

Pentru a afla mai multe informații despre proiectele implementate de Fundația Adept, accesați următorul link: <http://www.fundatia-adept.org>

IV. Responsabilitate de produs



Abordarea Orange

Într-o piață dinamică și cu un nivel ridicat de competitivitate, știm că păstrarea și consolidarea statutului de lider sunt condiționate de două categorii de factori. Pe de o parte, de promovarea celor mai noi și mai performante tehnologii, la prețuri competitive. Pe de altă parte, de accentul pus pe calitatea serviciilor și a operațiunilor de suport și de manifestarea unui maxim de transparență în toate relațiile cu clienții.

Oferim pachete competitive completate cu servicii, funcționalități și flexibilitate, motiv pentru care suntem prima alegere a clienților noștri.

Alături de clienții noștri, susținem dezvoltarea continuă a sectorului în care ne desfășurăm activitatea.

Valorizăm abordarea simplă și accesibilă. Ținem cont de diferențele de utilizare ale tehnologiei de către clienți și căutăm soluții pentru a face serviciile noastre accesibile pentru toată lumea. În acest sens am lansat oferte dedicate care să permită tuturor categoriilor de clienți să comunice și să se bucure de toate avantajele tehnologiei, indiferent de limitările geografice, de vârstă, sociale sau de categorie socială.

Customer service experience

Avem o echipă bine consolidată și profesionistă de customer service care interacționează cu clienții noștri atât în magazine cât și în call centers. Investim constant în vederea creșterii performanței acestei echipe și în acest sens am implementat un program de certificare pe două niveluri a personalului responsabil de customer care. De asemenea, în fiecare an participăm alături de alte 22 țări la “Orange Customer Champions”, o competiție internă la nivel de grup, în care sunt premiați cei mai buni angajați din departamentele de vânzări și customer care.

În 2008 am lansat la nivel de grup Customer Experience Tracker (CET), un studiu prin care monitorizăm modul în care percep clienții noștri experiența Orange în comparație cu serviciile și produsele altor competitori de pe piața telecom. Ne-am concentrat atenția pe patru componente: oferte, calitate, relația cu consumatorii și experiența emoțională.

Orange Care Center

Conceptul Care Center dezvoltat de Orange este unic pentru piața din România și presupune funcționarea în cadrul anumitor magazine a unor mini service-uri în care se stabilesc diagnosticuri și chiar se rezolvă pe loc o parte din problemele pe care

le poate avea un telefon sau o tabletă. Pe lângă reparații, se poate seta internetul sau emailul, se pot face update-uri de soft sau chiar asigurare de telefon.

Orange Care Center s-a născut din dorința de a oferi clienților noștri o alternativă rapidă la problemele ce pot apărea în perioada de garanție și/sau post-garanție. În prezent funcționează 10 asemenea centre în 7 orașe din țară, eficiența cu care acestea rezolvă problemele fiind apreciată.

Acoperire și calitate rețea

Extindere 4G, 4G+

În 2014, Orange a fost primul operator telecom din România care a lansat tehnologia 4G+, o evoluție a rețelei 4G care poate oferi viteze de download de până la 300 Mbps. Momentan, acoperirea 4G+ este disponibilă în orașele Brașov, București, Cluj-Napoca, Galați, Iași și Timișoara.

Serviciul de 4G roaming oferă clienților noștri posibilitatea de a folosi transmisii video și transfer de date la viteze superioare tehnologiei GPRS. Pentru aceasta, clienții nu au nevoie să plătească în plus deoarece tariful pentru GPRS Roaming rămâne valabil și pentru transmisiile de date realizate prin rețeaua 4G/3G în roaming.

Ne dorim să fim în pas cu nevoile de comunicare, oriunde și oricând, și de aceea atunci când există riscul ca rețeaua să fie foarte încărcată, folosim soluții care permit preluarea surplusului de trafic și menținerea unei calități optime a serviciilor. De exemplu, în cazul evenimentelor speciale, precum festivaluri sau competiții sportive, pentru a asigura o acoperire cât mai bună în zonele de desfășurare, folosim peste 20 de stații mobile.

Comunicare responsabilă de Marketing

Depunem toate eforturile pentru a ne asigura ca ceea ce comunicăm este onest și ușor de înțeles.

Suntem parte dintr-un domeniu hi-tech care uneori poate pune în dificultate persoanele cu mai puțină experiență sau cunoștințe din domeniu. În toate comunicările adresate clienților folosim cât mai puțin jargon tehnic, științific sau comercial, explicăm termenii și condițiile cât mai clar și lăsăm beneficiile ofertelor Orange să vorbească de la sine.

Protecția informațiilor și a datelor personale

Tehnologiile informaționale și de comunicare implică și riscuri inerente de securitate pe care le monitorizăm și controlăm în toate etapele ciclului de viață ale unui serviciu, conștienți de importanța acestui aspect pentru clienții noștri.

La Orange implementăm măsuri interne riguroase pentru a proteja confidențialitatea și securitatea datelor personale:

- Actualizăm permanent listele de angajați autorizați să aibă acces la bazele de date cu informații personale
- Identitatea utilizatorilor bazelor de date este controlată prin procese stricte de autentificare
- Angajații trec cu regularitate prin sesiuni de instruire cu privire la cerințele de securitate
- Toate contractele cu furnizorii și partenerii Orange includ clauze specifice de protecție a datelor personale

Sistemul de management al securității este auditat și revizuit cu regularitate pentru a lua în considerare noile riscuri care pot apărea în contextul evoluțiilor tehnologice.

Oferte speciale

Telefonul special pentru seniori

În 2010 am lansat în premieră pe piața din România un telefon special creat pentru seniori, ușor de folosit, prevăzut cu volum puternic, tastatură cu cifre mari și redare vocală a cifrelor tastate, apelare rapidă și cu buton pentru apeluri de urgență.

Odată cu dezvoltarea tehnologiei au apărut telefoane cu funcții multiple și din ce în ce mai complexe. Există însă și foarte mulți clienți care nu își doresc de la un telefon decât să aibă un meniu cât mai simplu cu care să poată vorbi sau să trimită un mesaj scris. Pentru aceștia am lansat un model nou, ușor de folosit, împreună cu un pachet de servicii de bază, la tarife extrem de avantajoase.

Pe lângă funcțiile de bază de voce și SMS, modelul ZTE S302 este dotat cu radio FM și lanternă. Pe ecran caracterele sunt afișate foarte vizibil, iar meniul simplu facilitează accesul la opțiunile telefonului. De asemenea, la fiecare tastă apăsată, clienții aud un mesaj vocal care redă cifra respectivă, iar prin apăsarea butonului pentru apeluri de urgență, telefonul inițiază automat un apel sau trimite un mesaj la un număr stabilit în prealabil de către utilizator.



Oferta Junior

Prin oferta Junior, am dorit să punem la dispoziția părinților un pachet de beneficii care să acopere nevoile de comunicare ale copiilor și adolescenților. Pe lângă minute, mesaje și trafic, oferta include acces la aplicații educaționale, precum și acces gratuit la Orange Antivirus și Orange Content Lock. Prin intermediul Orange Content Lock, disponibil pentru dispozitivele cu sistem de operare Android, părinții pot monitoriza și filtra conținutul la care copii au acces.

Facilități Orange Content Lock:

- Vizualizare pagini web accesate
- Blocare selecție de pagini web
- Urmărire aplicații instalate și accesate
- Blocarea instalării unor aplicații
- Monitorizare activitate de pe Facebook
- Vizualizare apeluri și mesaje
- Blocare anumite contacte

Studiu de caz – Caravana 4G



Prin dezvoltarea rețelei 4G putem oferi clienților noștri servicii la o calitate mai bună, posibilitatea de a accesa conținut multimedia, convorbiri video și transfer de date la o viteză de 10 ori mai mare decât cea oferită prin tehnologia 3G.

Pentru a aduce cât mai aproape de români acest serviciu, în 2014 am organizat caravana „4G Discovery Tour” care ne-a permis să comunicăm în mod direct cu consumatorii și mai ales să le arătăm că prin comunicare pot avea acces la noi tipuri de experiențe. În perioada mai-octombrie 2014 Caravana 4G a călătorit în șase orașe din țară: Cluj Napoca, Iași, Timișoara, Brașov, Mamaia, București. Spațiul caravanei a fost gândit în așa fel încât să permită vizitatorilor acces la informații, testarea de smartphone-uri de ultimă generație, servicii precum Orange TV sau diverse aplicații interactive. Toate aceste componente au avut rolul de a dezvălui accesibilitatea tehnologiei și de a-i familiariza pe clienți cu beneficiile 4G.

Anexe



Anexa 1

GRI G4 Index indicatori "In accordance" G4 Core



INFORMAȚII GENERALE

Informații generale	Numărul paginii (sau link) Informații despre abordările companiei, ce sunt solicitate conform opțiunilor nivelului de conformitate "in accordance" abordat se pot afla în alte rapoarte ale organizației noastre. În astfel de situații opțiunea noastră este să includem link-uri ce direcționează spre sursa acestor informații.	Verificare externă
---------------------	---	--------------------

STRATEGIE ȘI ANALIZĂ

<u>G4-1</u>	cap 1, pg. 4	NU
<u>G4-2</u>	cap 1, pg. 12	NU

PROFIL ORGANIZAȚIE

<u>G4-3</u>	cap 1, pg. 11	NU
<u>G4-4</u>	cap 1, pg. 9	NU
<u>G4-5</u>	cap 1, pg. 11	NU
<u>G4-6</u>	cap 1, pg. 8	NU
<u>G4-7</u>	cap 1, pg. 11	NU
<u>G4-8</u>	cap 1, pg. 8	NU
<u>G4-9</u>	cap 1, pg. 9	NU
<u>G4-10</u>	cap 2, pg. 30	NU
<u>G4-11</u>	Nu există contract colectiv de muncă	NU
<u>G4-12</u>	Neraportat / Tematica va fi acoperită în ciclurile viitoare de raportare	NU
<u>G4-13</u>	Nu este cazul	NU

<u>G4-14</u>	Neraportat / Tematica va fi acoperită în ciclurile viitoare de raportare	NU
<u>G4-15</u>	Orange Group este semnatar al UN Global Compact, Global eSustainable Initiative, World Union Alliance și Mobile Phone Partnership Initiative	NU
<u>G4-16</u>	cap1, pg.26	NU
ASPECTE MATERIALE ȘI LIMITE ALE RAPORTĂRII IDENTIFICATE		
<u>G4-17</u>	O singură entitate: SC Orange Romania SA înregistrată la Registrul Comerțului cu numărul J40/10178/1996	NU
<u>G4-18</u>	cap 1, pg.25	NU
<u>G4-19</u>	cap 1, pg.25	NU
<u>G4-20</u>	Toate aspectele au fost identificate ca relevante pentru Orange România	NU
<u>G4-21</u>	Not reported / Issue to be covered in next reporting cycle	NU
<u>G4-22</u>	Nu este cazul, aceasta este prima ediția a Raportului de Responsabilitate Socială a companiei care urmează metodologia GRI	NU
<u>G4-23</u>	Nu este cazul, aceasta este prima ediția a Raportului de Responsabilitate Socială a companiei care urmează metodologia GRI	NU
IMPLICAREA STAKEHOLDERILOR		
<u>G4-24</u>	cap 1, pg.26	NU
<u>G4-25</u>	cap 1, pg.25	NU
<u>G4-26</u>	cap 1, pg.25,26	NU
<u>G4-27</u>	cap 1, pg.25	NU
PROFILUL RAPORTULUI		
<u>G4-28</u>	cap 1, pg.11	NU
<u>G4-29</u>	Acesta este primul raport care urmează metodologia GRI	NU
<u>G4-30</u>	Anual	NU
<u>G4-31</u>	Se regăsește pe coperta raportului	NU
<u>G4-32</u>	În conformitate cu G4 opțiunea de raportare "In accordance" Core	NU
<u>G4-33</u>	Verificarea raportului ar putea fi abordată în cicluri viitoare de raportare	NU
GUVERNARE CORPORATIVĂ		

<u>G4-34</u>	cap 1, pg.18,19,20	NU
--------------	--------------------	----

ETICĂ ȘI INTEGRITATE

<u>G4-56</u>	cap 1, pg. 20, 22,23	NU
--------------	----------------------	----

ABORDĂRI DE MANAGEMENT SPECIFICE

Abordare și indicatori	Numărul paginii (sau link) Informații despre abordările companiei, ce sunt solicitate conform opțiunilor nivelului de conformitate “in accordance” abordat se pot afla în alte rapoarte ale organizației noastre. În astfel de situații opțiunea noastră este să includem link-uri ce direcționează spre sursa acestor informații	Omisțiuni În situații excepționale, dacă nu se poate raporta o anumită informație, vom menționa ca aceasta trebuie omisă.	Motivele omisiunii În situații excepționale, dacă nu se poate raporta o anumită informație, vom menționa ca aceasta trebuie omisă.	Explicații ale omisiunii În situații excepționale, dacă nu se poate raporta o anumită informație, vom menționa ca aceasta trebuie omisă..	Verificare externă Menționare dacă informația a fost verificată..
------------------------	--	--	---	--	--

CATEGORIE: ECONOMIC

ASPECT DE MATERIALITATE: PERFORMANȚĂ ECONOMICĂ

<u>G4-DMA</u>	cap 1, pg.5 și pg.12	NU
---------------	----------------------	----

<u>G4-EC2</u>	cap 3, pg.54	NU
---------------	--------------	----

ASPECT DE MATERIALITATE: IMPACT ECONOMIC INDIRECT

<u>G4-DMA</u>	cap 1, pg.12,13	NU
---------------	-----------------	----

<u>G4-EC8</u>	cap 2, pg.48 și cap 4, pg. 64	NU
---------------	-------------------------------	----

CATEGORIE: MEDIU

ASPECT MATERIALITATE: ENERGIE

<u>G4-DMA</u>	cap 3, pg. 54	NU
---------------	---------------	----

<u>G4-EN3</u>	cap 3, pg.55	NU
---------------	--------------	----

<u>G4-EN5</u>	cap 3, pg.55	NU
---------------	--------------	----

ASPECT MATERIALITATE: EMISII

<u>G4-DMA</u>	cap 3, pg.54	NU
<u>G4-EN15</u>	cap 3, pg.54	NU
<u>G4-EN16</u>	cap 3, pg.54	NU
<u>G4-EN17</u>	cap 3, pg.54	NU
ASPECT MATERIALITATE: EFFLUENȚI ȘI DEȘEURI		
<u>G4-DMA</u>	cap 3, pg.54 și pg.57	NU
<u>G4-EN23</u>	cap 3, pg.57	NU
ASPECT MATERIALITATE: PRODUSE ȘI SERVICII		
<u>G4-DMA</u>	cap 3, pg.54	NU
<u>G4-EN28</u>	cap 3, pg.58	NU
ASPECT MATERIALITATE: TRANSPORT		
<u>G4-DMA</u>	cap 3, pg.56	NU
<u>G4-EN30</u>	cap 3, pg.58	NU
CATEGORIE: SOCIAL		
SUB-CATEGORIE: PRACTICI DE MUNCA ȘI CONDIȚII DECENTE DE LUCRU		
ASPECT MATERIALITATE: ANGAJARE LA LOCUL DE MUNCĂ		
<u>G4-DMA</u>	cap 2, pg.30	NU
<u>G4-LA1</u>	cap 2, pg.30, 31	NU
<u>G4-LA3</u>	cap 2, pg.31	NU
ASPECT MATERIALITATE: SĂNĂTATE OCUPAȚIONALĂ ȘI SIGURANȚĂ LA LOCUL DE MUNCĂ		
<u>G4-DMA</u>	cap 2, pg.33	NU
<u>G4-LA6</u>	cap 2, pg.34	NU
ASPECT MATERIALITATE: EDUCAȚIE ȘI FORMARE PROFESIONALĂ		
<u>G4-DMA</u>	cap 2, pg.32	NU
<u>G4-LA9</u>	cap 2, pg.33	NU

<u>G4-LA10</u>	cap 2, pg.32	NU
ASPECT MATERIALITATE: DIVERSITATE ȘI EGALITATE DE ȘANSE		
<u>G4-DMA</u>	cap 2, pg.30	NU
<u>G4-LA12</u>	cap 2, pg.30	NU
SUB-CATEGORIE: SOCIETATE		
ASPECT MATERIALITATE: ANTICORUPȚIE		
<u>G4-DMA</u>	cap 1, pg.20	NU
<u>G4-SO4</u>	cap 1, pg.20	NU
ASPECT MATERIALITATE: POLITICI PUBLICE		
<u>G4-DMA</u>	cap 1, pg.30, 31	NU
<u>G4-SO6</u>	Nu au existat contribuții	NU
ASPECT MATERIALITATE: ATITUDINE ANTICONCURENȚIALĂ		
<u>G4-DMA</u>	cap 1, pg.20	NU
<u>G4-SO7</u>	Nu au existat acțiuni în instanță	NU
ASPECT MATERIALITATE: MECANISME DE REZOLVARE A DISPUTELOR LEGATE DE IMPACTUL GENERAT ÎN COMUNITATE		
<u>G4-DMA</u>	cap 2, pg.48 și cap 4, pg.64	NU
<u>G4-SO11</u>	Nu au existat dispute	NU