

Raport de sustenabilitate

2016-2017

Orange România



Cuprins

I.	Profilul companiei	4
II.	Valorile noastre	8
III.	Implicarea stakeholderilor	11
IV.	Impact economic	15
	Produse și servicii/ Responsabilitatea de produs	15
	Lanțul de valoare (furnizori, distribuitori)	15
	Măsuri anti-corupție	16
	Comportament anti-concurențial	16
	Achiziții responsabile	16
V.	Impact de mediu	18
	Impactul actual și previzibil asupra mediului	18
	Schimbări climatice	18
	Utilizarea energiei	19
	Emisiile de gaze și poluarea aerului	20
	Deșeuri (terminale vechi, aparatură electronică)	20
	Managementul produselor ieșite din uz	20
VI.	Impact social	23
	Sănătatea și siguranța la locul de muncă	23
	Dreptul angajaților de a fi consultați și informați și Dialogul social	23
	Condiții de muncă	24
	Evoluția numărului de angajați	25
	Comunități locale	26
	Proiecte sociale	26
	Navigarea pe Internet în condiții de siguranță	27
	Sănătatea și siguranța utilizatorilor (radiații)	28
	Protecția datelor personale	28
	ICT 4 All	29
	Transparență, inclusiv prin procesul de raportare de sustenabilitate/ CSR	30
	Sănătate și securitate în muncă în lanțul de valoare (furnizori, distribuitori)	30
	Susținerea familiilor și a copiilor în navigarea pe Internet	30
VII.	Despre acest raport	32
VIII.	Tabelul cu indicatori	34

I. Profilul companiei



Profilul companiei

Avântul tehnologiei de la început de secol XXI, unic în istorie, atrage după sine schimbări exponențiale, care transformă realitatea fizică și virtuală. Progresul înseamnă astăzi conectare, capacitate de a utiliza ingenios și în avantajul societății cantitatea impresionantă de date disponibile la nivel global și curaj pentru a include inteligența artificială în dezvoltarea produselor și a serviciilor.

În 2016, la [Forumul Economic Mondial de la Davos](#), aspectele de mai sus au primit și un nume: a patra revoluție industrială. Este de așteptat ca această revoluție să schimbe fundamental modul în care ne raportăm unii la ceilalți, în care trăim și funcționăm ca locuitori ai planetei și ca ființe sociale. În acest context, activitatea Orange devine cu atât mai relevantă, cu cât a patra revoluție industrială are la bază transformarea digitală și fuziunea dintre tehnologiile digitale cu cele din lumea fizică și biologică.

Această oportunitate atrage după sine și o mare responsabilitate care derivă atât din viteza, cât și din amploarea impactului generat.

Carte de vizită

Nume	S.C. Orange România S.A
Adresă:	Bd. Lascăr Catargiu, nr 47-53, sector 1, cod poștal 010665, București, România
Nr. de înregistrare Registrul Comerțului	J40/10178/1996
CUI	RO9010105
Nr. de înregistrare Registrul de Evidență a Prelucrărilor de Date cu Caracter Personal	1014
Capital social subscris și vărsat	93 596 732,50 lei
Cod CAEN	6120 – Activități de telecomunicații prin rețele fără cablu (exclusiv prin satelit)

Orange este marca sub care France Telecom furnizează servicii de comunicații mobile, Internet și televiziune peste tot în lume.

Grupul Orange este unul dintre liderii mondiali în servicii de telecomunicații, cu peste 183 de milioane de clienți în 28 de țări.

Angajamentul Orange România față de clienții noștri se bazează pe calitate, inovație și transparență în toate activitățile pe care le desfășurăm.

Orange România este o entitate juridică românească, cu statut de societate pe acțiuni și își desfășoară activitatea în conformitate cu prevederile Legii nr. 31/1990 privind societățile comerciale, republicată și modificată ulterior.

Acționarii Orange România S.A. sunt:

RADCOM S.R.L. - persoană juridică română înființată și care își desfășoară activitatea conform legislației în vigoare din România, cu sediul social în România, București, str. Gara Herăstrău 2-4, sector 2, înregistrată la Registrul Comerțului sub nr. J40 / 10148/1993, cod unic de înregistrare: RO 3939511

și

ATLAS SERVICES BELGIUM SA - societate cu răspundere limitată, înființată și care își desfășoară activitatea conform legislației în vigoare din Belgia, având sediul social la 3 Avenue du Bourget, 1140 Evere, Belgia și înregistrată la Banca Crossroads for Enterprises cu numărul 0456.704.308.

Compania Orange România este condusă de un Comitet Executiv care are în componența sa 15 membri, șapte dintre aceștia fiind femei.

Compania noastră a avut în 2017 un total de 2356 de angajați, în timp ce în 2016 numărul de angajați a fost de 2382. În funcție de tipul de contract de muncă, situația a fost următoarea:

Tip de contract		2016		2017	
Total contracte permanente		2123		2073	
femei	bărbați	1091	1032	1076	997
Total contracte temporare		259		283	
femei	bărbați	157	102	167	116
Total contracte full-time		2379		2353	
femei	bărbați	1247	1132	1240	1113
Total contracte part-time		3		3	
femei	bărbați	3	0	3	0

Calitatea relațiilor cu clienții noștri depinde în bună măsură și de profesionalismul furnizorilor noștri. De aceea, ne străduim să clădim relații de colaborare pe termen lung cu acei parteneri care dovedesc preocupare și atenție constante pentru munca pe care o depun.



În perioada de raportare, Orange România a continuat colaborarea cu furnizorii de servicii de logistică, de curierat rapid și de servicii post-vânzare, toți selectați prin licitație de-a lungul timpului. În plus, o parte din serviciile de call center din departamentul Customer Services au fost externalizate printr-un contract de prestări servicii.

Grupul Orange este membru al [UN Global Compact](#), al Global Sustainable Initiative, al World Union Alliance și al Inițiativei Mobile Phone Partnership.

Orange România este membră a următoarelor asociații profesionale:

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

II. Valorile noastre

- 14 martie.
na variante de feedback
lect Lege ???
APR - task list
- 19 april
CMR - control

Valorile noastre

Prietenos – Suntem prietenoși, ne facem timp să ascultăm și ne face plăcere mereu să lucrăm și să reușim împreună

Onest – 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.

Surprinzător – Suntem curajoși și pregătiți să facem lucrurile altfel, să căutăm de fiecare dată soluții inovatoare. Dăm o nouă culoare activității noastre de fiecare zi.

Dinamic – Suntem pasionați de ceea ce facem, avem încredere în noi și în reușita noastră.

Valorile noastre se regăsesc în felul în care interacționăm cu clienții noștri, cu furnizorii și distribuitorii noștri, cu partenerii de afaceri. Ele funcționează ca o busolă pentru fiecare membru al echipei noastre și ne ghidează modul în care lucrăm.

Codul de etică al Orange România a fost dezvoltat în 2015, iar cadrul prin care este pus în aplicare angajamentul față de etică și integritate include următoarele elemente:

- în companie există un Comitet de etică și conformitate care include persoane responsabile cu aspecte de etică: Chief Compliance Officer (la nivelul CFO), Consilier de etică și Coordonator de etică
- urmărim un set de principii și reguli: Codul de conduită, Politica privind anticorupția, Politica antifraudă, Proceduri privind etica și integritatea, UK Bribery Act, Codul de etică al Orange Group, Ghid cu reguli interne
- contractele pe care le încheiem cu partenerii și colaboratorii noștri includ o clauză de etică
- avem un mecanism local de raportare a neregulilor etice (ethics@orange.com) și un mecanism de whistleblowing la nivel de grup

Activitatea de identificare, analiză și management al riscurilor este inclusă în rolul de Manager de risc. Acesta este atribuit Managerului de Control și Audit Intern, poziție subordonată Managerului de Performanță și Calitate în Afaceri, care este subordonată CEO-ului.

În ceea ce privește riscurile asociate cauzelor naturale, ne asigurăm că acestea sunt incluse în categoriile de riscuri pe care le evaluăm. În baza acestor analize, pregătim planuri de acțiune pentru ameliorarea impactului pentru diferite tipuri de posibile crize identificate. Efectuăm periodic exerciții de recuperare în zonele de lucru atât cu echipele operaționale, cât și cu furnizorii de servicii relevanți și realizăm teste de comunicare și notificare de urgență a reprezentanților de la Grup.

Orange shop



Acasă e
prima mea scenă

Descoperă-ți pasiunile
cu pachetele Orange Love

Fibră
de la 8 €/lună
+ TV bonus

Love



Samsung

-50%

Samsung
-50%

-50%
TRAINY



Implicarea stakeholderilor

Conținutul acestui raport a fost dezvoltat în urma unui proces de consultare cu stakeholderii noștri special pentru această perioadă de raportare. Procesul de consultare a stakeholderilor a avut următoarele obiective:

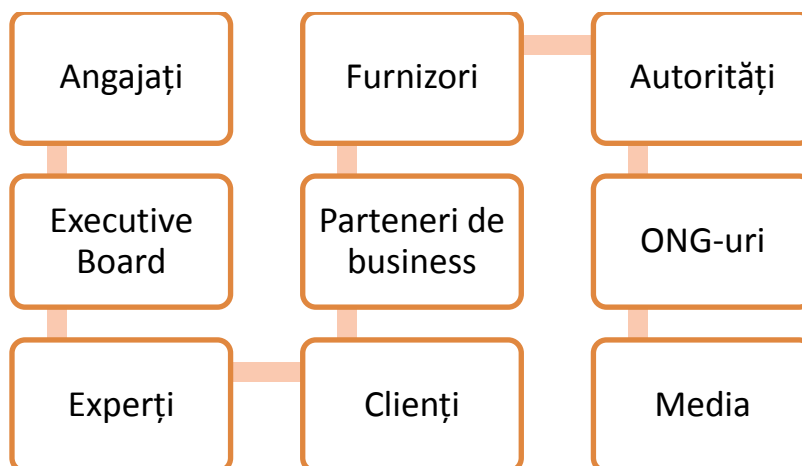
1. identificarea nevoilor și așteptărilor stakeholderilor cu privire la impactul economic, social și de mediu generat de activitatea Orange în România;
2. identificarea temelor din domeniile economic, social și de mediu considerate de stakeholderi ca fiind relevante și pe care Orange România să le includă și să le detalieze în raportul de sustenabilitate aferent anilor 2016-2017.

În procesul de consultare a stakeholderilor au fost utilizate standardele AA1000 SES al organizației AccountAbility și GRI 101 al organizației Global Reporting Initiative (GRI).

Astfel, în stabilirea grupurilor de stakeholderi care să fie invitate la consultare, s-au avut în vedere caracteristicile recomandate în standardul AA1000 SES, rezultând următoarele categorii:

- intern: manageri responsabili pe diverse domenii, angajați
- extern: autorități locale, organisme de reglementare, furnizori, clienți, ONG-uri

În final, a rezultat o listă care a cuprins următoarele tipuri de stakeholderi:



În derularea procesului de consultare a stakeholderilor au fost aplicate cele patru principii indicate de organizația Global Reporting Initiative (GRI): incluziunea stakeholderilor, contextul de sustenabilitate, principiul materialității și principiul concludenței.

Cu scopul de a avea o înțelegere corectă și completă a contextului în care compania operează și pentru a identifica acele teme relevante pentru activitatea sa, Orange a analizat aspectele economice, de mediu și sociale incluse de operatorii din industria telecom din piața locală în rapoartele lor anuale de activitate sau de sustenabilitate, coroborate cu cerințele specifice din Ordinul Ministrului Finanțelor Publice nr. 1938/ 2016 cu privire la raportarea non-financiară, cu standardele GRI și cu domeniile de interes ale grupului Orange.

Temele astfel rezultate au reprezentat punctul de plecare în procesul consultativ. Acestea au fost următoarele:

Economic
Produse și servicii
Lanțul de valoare (furnizori / distribuitori)
Evoluția numărului de angajați

Mediu
Consecințele asupra schimbărilor climatice pe care le au activitatea companiei și utilizarea bunurilor și serviciilor pe care aceasta le oferă, comercializează sau utilizează
Emisiile de gaze cu efect de seră
Utilizarea de energie regenerabilă și neregenerabilă
Poluarea aerului
Impactul actual și previzibil al operațiunilor companiei asupra mediului și, după caz, asupra sănătății și a siguranței personalului și a comunității
Social
Respectarea dreptului angajaților de a fi informați și consultați
Acțiunile întreprinse pentru a asigura egalitatea de gen
Condițiile de muncă
Dialogul social
Sănătatea și siguranța la locul de muncă
Dialogul cu comunitățile locale și/sau acțiunile întreprinse pentru a asigura protecția și dezvoltarea acestor comunități
Măsurile privind combaterea corupției și a dării/luării de mită
Angajamentele privind combaterea discriminării și promovarea diversității
Sponsorizări proiecte sociale

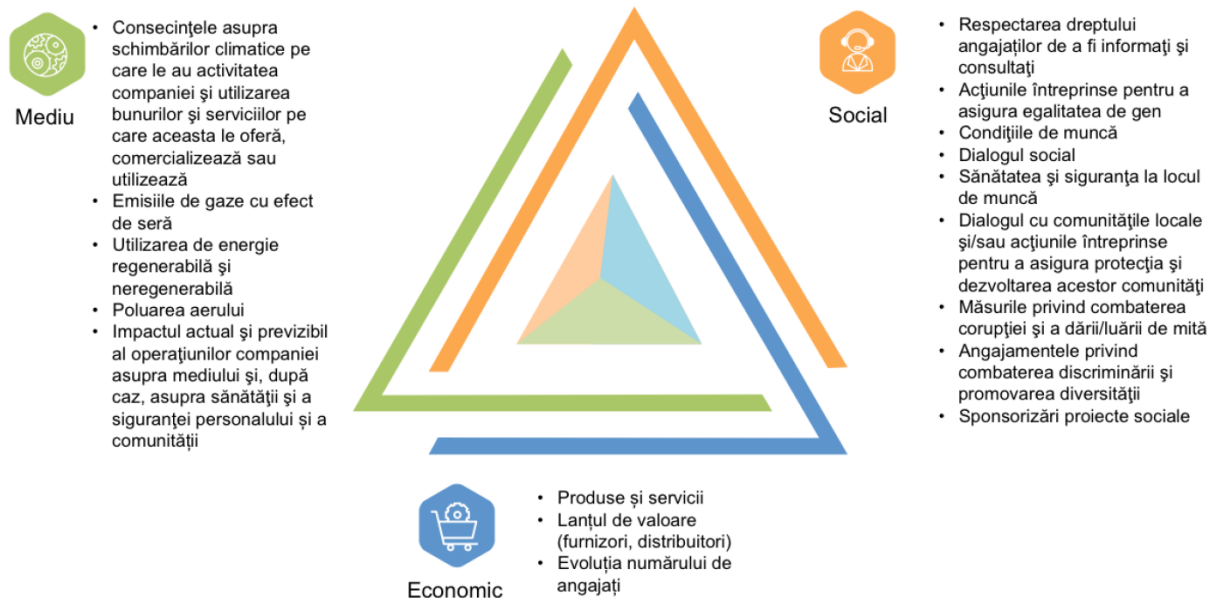
Secundar, a mai fost identificată o serie de teme care au fost și ele supuse atenției stakeholderilor consultați de Orange Romania, și anume:

Teme suplimentare
Protecția datelor personale
Navigarea pe Internet în condiții de siguranță
Deșeuri (terminale vechi, aparatură electronică etc)
Sănătate și securitate în muncă în lanțul de valoare (furnizori, distribuitori)
Transparență, inclusiv prin procesul de raportare de sustenabilitate / CSR
Managementul produselor ieșite din uz
Comportament anti/concurențial
Performanță economică
Sănătatea și siguranța utilizatorilor (radiații)
Susținerea familiilor și a copiilor în navigarea pe Internet
Achiziții responsabile / sustenabile
ICT 4 All

Ulterior stabilirii listei de teme și a grupurilor de stakeholderi implicați în procesul de dialog, au avut loc consultări individuale, în condiții de confidențialitate, cu 14 stakeholderi externi. În cadrul interviurilor, și suplimentar pentru nouă angajați ai companiei, a fost utilizat un instrument de cuantificare a relevanței temelor identificate pentru activitatea companiei la nivel local, așa cum este ea percepută de fiecare persoană consultată. Fiecare persoană interviuată a avut ocazia să propună teme în plus față de lista inițială, astfel încât rezultatul final să fie cât mai cuprinzător.

În urma procesului de consultare au rezultat următoarele domenii, prezentate în ordinea relevanței considerate de stakeholderii interni și externi:

Matricea de materialitate



Temele suplimentare prezentate mai jos apar tot în ordinea relevanței reieșite din procesul de consultare a stakeholderilor, atât în intern, cât și în extern:

- Navigarea pe Internet în condiții de siguranță
- Sănătatea și siguranța utilizatorilor (radiații)
- Deșeuri (terminale vechi, aparatură electronică, etc.)
- Achiziții responsabile/ sustenabile
- Protecția datelor personale
- Managementul produselor ieșite din uz
- ICT 4 All
- Transparență, inclusiv prin procesul de raportare de sustenabilitate/ CSR
- Comportament anti-concurențial
- Sănătate și securitate în muncă în lanțul de valoare (furnizori, distribuitori)
- Susținerea familiilor și a copiilor în navigarea pe Internet
- Performanță economică

IV. Impact economic



Impact economic

Produse și servicii/ Responsabilitatea de produs

Responsabilitatea companiei noastre se reflectă atât în calitatea serviciilor și produselor introduse pe piață, cât și în grija cu care ne tratăm clienții, în încercarea de a le răspunde tuturor așteptărilor.

De aceea, am definit indicatori cheie de performanță specifici pentru fiecare departament care se adresează direct clienților și utilizăm modalități de urmărire zilnică, săptămânală și lunară a tuturor indicatorilor cheie pentru a monitoriza calitatea serviciilor pe care le furnizăm clienților. Printre cei mai reprezentativi indicatori pe care îi urmărim menționăm:

Mai degrabă sunt deschiși pentru a face ce trebuie pentru piața de aici, merg mai repede pe soluții dezvoltate local versus soluții generice, de la grup.

furnizor software

- Service Level - măsoară viteza de răspuns la apelurile primite de operator, provenind din IVR (interactive voice response);
- FTR (first time right), rezoluție la primul apel;
- scOrange - sondaje luate imediat după interacțiunea clienților cu noi;
- procent de reclamații rezolvate – măsoară viteza de procesare/ finalizare a plângerii înregistrate de un client;
- procent de solicitări de retenție și loialitate procesate – măsoară viteza de procesare/ finalizare a unei solicitări de retenție și fidelizare înregistrată de un client;
- rata de retenție - dintre toate solicitările de retenție și loialitate, câți clienți au prelungit contractul cu compania noastră;
- evaluarea calității tranzacțiilor - tranzacțiile gestionate în customer care sunt evaluate în conformitate cu standardele de calitate ale Orange România, conforme [COPC](#).

Un alt aspect pe care îl monitorizăm îndeaproape și din care încercăm să învățăm continuu sunt tocmai acele situații în care soluțiile propuse de noi nu sunt conform așteptărilor din piață.

Pe parcursul perioadei de raportare compania a primit o amendă din partea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorului (în 2016) și a fost notificată pentru trei incidente de nerespectare a codului voluntar înregistrate la Consiliul Român pentru Publicitate (două situații în 2016 și o situație în 2017). Ca urmare, am luat măsurile necesare pentru remedierea situațiilor respective. Acestea au constat în modificarea condițiilor contractuale, respectiv a materialelor publicitare contestate.

Lanțul de valoare (furnizori, distribuitori)

Din consultările cu stakeholderii noștri a reieșit preocuparea acestora pentru modalitatea în care ne alegem partenerii și colaboratorii. Avem nevoie ca furnizorii și distribuitorii noștri să utilizeze practici de business sustenabile, la standarde de calitate la fel de ridicate ca ale noastre. De aceea, contractele pe care le încheiem cu colaboratorii conțin clauze de responsabilitate socială corporativă (CSR). Acestea includ bonitate financiară, expunere politică, conflict de interese, lanț de companii asociate, dosare penale sau de altă natură, investigații în curs sau finalizate derulate de autorități de stat.

Pe parcursul anului 2016, am semnat local 84 de contracte semnificative din punct de vedere financiar sau al strategiei de business care conțin clauze de responsabilitate corporativă, iar 100 dintre furnizorii noștri locali au efectuat autoevaluări pe criterii de CSR.

În anul 2017, au fost încheiate un număr de 252 de contracte, din care 217 conțin clauza de "Rules of Ethical practices" (reguli privind practicile etice), care are caracter obligatoriu.

Măsuri anti-corupție

Rezultate din activitatea colegilor din Comitetul de Etică de la nivelul Grupului Orange, valorile și principiile la care se face referire în Codul de etică și în Politica Orange privind anticorupția se regăsesc în modul în care ne desfășurăm activitatea de zi cu zi, în relațiile cu clienții, cu colaboratorii și cu partenerii noștri.

Codul nostru de etică este publicat pe [site-ul companiei](#) și poate fi consultat de clienți, colaboratori și parteneri.



În cursul anului 2016, Orange România a primit recertificarea "Anti-corruption Compliance" din partea ETHIC Intelligence. Cu o valabilitate de trei ani, recertificarea reprezintă o validare a cadrului de măsuri anticorupție din companie, a faptului că acesta este dezvoltat și utilizat în conformitate cu practicile internaționale.

Procesul de recertificare presupune, printre altele, desfășurarea de audituri și analize cu privire la practicile de business în interiorul companiei și în relație cu terții.

Astfel, pe parcursul perioadei de raportare, a fost efectuată o analiză privind riscurile de corupție, iar principalul risc identificat a fost "riscul de comportament coruptibil" - orice act de corupție, inclusiv intenție sau complicitate sau eșecul de a preveni în mod eficient corupția, respectiv de a raporta la timp către persoana responsabilă din cadrul companiei cazurile de nerespectare a regulamentului identificate sau suspectate.

Teme suplimentare

Comportament anti-concurențial

Orange România a fost sub investigație pentru o speță de comportament anticompetitiv și a înregistrat o acțiune legală în instanță, ambele aflate în desfășurare pe parcursul perioadei de raportare.

Achiziții responsabile

Orange a obținut certificarea privind „responsabilitatea în achiziții și relații cu furnizorii”.

V. Impact de mediu



BE0451 IPASO1000
SL1013-MD2G1013

BE0401 IPASO1000
SL1013-MD2G1013

Impact de mediu

Aproape că nu mai există sector de activitate în care să nu fie integrată tehnologia, aceasta făcând de acum parte din cotidian. Din acest motiv, ne-am stabilit obiective ambițioase și luăm măsuri la nivelul tuturor departamentelor pentru a ne reduce amprenta de mediu. Fiind un operator din industria telecom și contribuind, direct și indirect, la transformarea lumii în care trăim, privim tehnologia ca pe un factor pozitiv în încurajarea tranziției către un comportament responsabil față de mediu și în promovarea soluțiilor inovative de eficientizare a consumului de resurse.

În acest sens, ne propunem să dezvoltăm inițiative care să ne ajute nu doar pe noi, ci și pe partenerii noștri de afaceri și pe clienții noștri. Câteva astfel de exemple sunt eco-etichetele de pe telefoanele inteligente, codurile QR disponibile în magazine sau pe platformele online, aplicațiile pentru mobilitatea urbană sau soluțiile de tip orașe inteligente¹.

Impactul actual și previzibil asupra mediului

La Conferința privind schimbările climatice de la Paris (COP21), grupul Orange și-a asumat două obiective² ambițioase: reducerea amprentei de carbon, respectiv integrarea principiilor economiei circulare la nivelul întregii organizații.

Acestea se reflectă în politica de mediu pe baza căreia operăm și în România, politică ce include obiective de mediu și ținte specifice pentru fiecare dintre funcțiile și nivelurile relevante din companie.

La nivelul conducerii, sunt organizate periodic întâlniri pentru a urmări modul în care este implementată strategia de mediu, sunt analizate cu atenție obiectivele și este evaluat nivelul de performanță comparativ cu țintele asumate.

Orange România deține certificarea ISO 14001 și a trecut atât prin audituri de supraveghere, cât și prin audituri de recertificare care au vizat dezvoltarea și mentenanța rețelei, infrastructura IT, managementul rețelelor convergente de comunicații, produsele și serviciile (inclusiv cele de marketing, relații cu clienții, IT și tehnologie, vânzări și distribuție).

Schimbări climatice

Orice companie, indiferent de natura capitalului, analizează serios riscurile pe care schimbările climatice le pot avea asupra activității sale. Fenomenele extreme la care am asistat în ultima perioadă ne-au convins că ceea ce era extraordinar în urmă cu câțiva ani – căderi masive de apă într-o perioadă foarte scurtă de timp, intervale extinse în care sunt înregistrate temperaturi excesive, tendința de a avea două anotimpuri – devine obișnuit sau chiar se acutizează.

Nu putem asista impasibili, cu atât mai mult cu cât simțim că putem contribui la diminuarea efectelor unor astfel de riscuri, transformându-le – pe unele dintre ele – în oportunități. Suntem activi într-o industrie care permite comunicarea de la distanță, reducând astfel emisiile asociate deplasărilor pe distanțe lungi, cu avionul sau cu alte mijloace de transport cunoscute ca poluante.

Tot mai multe dintre centrele noastre de date sunt ventilate cu sisteme ce permit recircularea aerului. Numărul de mașini hibrid sau electrice din flota noastră este în creștere. Pentru a se

¹ Sursa: Carta Albă 2017, Consiliul Investitorilor Străini în România (FIC) - Ca răspuns la solicitarea Ministerului Comunicațiilor pentru celebrarea de la Alba Iulia a aniversării de 100 de ani de la Marea Unire, Orange, împreună cu peste 20 de parteneri, a lansat un proiect mare de tip oraș inteligent în Alba Iulia, 14 din cele 21 de soluții propuse fiind deja implementate.

² Sursa: Website-ul grupului Orange, *Our commitment to society* <https://oran.ge/2S2ojgS>

deplasa de la sau către serviciu, angajații noștri folosesc din ce în ce mai des mijloace de transport prietenoase cu mediul.

Aplicațiile de carpooling, car sharing sau bike sharing disponibile pe piața din România pot fi accesate de oricare abonat Orange.

În ceea ce privește consumul de combustibil (benzină, motorină) înregistrat la nivelul companiei (clădiri, centre de date) necesar pentru asigurarea căldurii sau pentru răcire, respectiv pentru generatoare, acesta a înregistrat o scădere de aproape 21% (de la 855 000 litri în 2016 la 706 400 litri în anul 2017).

Consumul de gaz, pe de altă parte, a crescut cu 104 029,17 m³ în 2017 față de anul anterior.



Tech a Break 2017

Utilizarea energiei

Măsurile de optimizare a consumului de energie vizează atât utilizarea aceleiași infrastructuri de telecomunicații de mai mulți operatori de telefonie mobilă, cât și înlocuirea echipamentelor vechi cu unele moderne și mai eficiente energetic, echiparea centrelor de date cu servere puțin consumatoare de energie sau chiar cu servere virtuale.

Peste 1 600 dintre angajații noștri lucrează într-o clădire echipată cu tehnologii prietenoase cu mediul – Green Court Bucharest. Fațada acestei clădiri se încălzește puțin vara și scade necesarul de aer condiționat, sistemele de iluminat sunt dotate cu senzori de mișcare și intensitate, iar angajații care au mașini electrice beneficiază de stații de încărcare. Clădirea deține certificarea Gold din partea LEED³.

³ LEED = Leadership in Energy and Environmental Design, unul dintre cele mai răspândite sisteme de clasificare pentru clădirile verzi.

	2016	2017	Variație (%)
Energia electrică utilizată în rețea, kWh	95 660 496,87	99 287 887,55	+3,79
Energia electrică utilizată în centrele de date, kWh	15 435 852,97	16 436 618,77	+6,49
Energia electrică utilizată în activitățile terțiare (birouri, magazine, call center), kWh	14 506 555,36	11 645 324,69	-24,57
Cantitatea de energie regenerabilă utilizată, kWh	103 000	102 000	-1

Emisiile de gaze și poluarea aerului

Țintele privind emisiile asumate la nivel de grup, la îndeplinirea cărora contribuie activ și Orange România, sunt detaliate [aici](#). Toate măsurile luate de noi pe plan local și menționate anterior au un obiectiv major: diminuarea substanțială a volumului de emisii.

În afara inițiativelor de mai sus, în sediile noastre au fost instalate sisteme care opresc automat, după ora 20:00, toate calculatoarele. Încercăm să reducem cantitatea de hârtie consumată, iar atunci când suntem obligați să apelăm la imprimante sau suntem nevoiți să tipărim materiale, colectăm și reciclăm hârtia tipărită. Cartușele de imprimantă sunt și acestea colectate și reciclate.

Datorită măsurilor luate, dintre care cea mai de impact a fost modernizarea sistemelor de aer condiționat, am reușit ca, de la un an la altul, aproape să înjumătățim emisiile produse de sistemele de răcire (ventilare, aer condiționat), acestea scăzând de la 304 tone în 2016 la 149 tone echivalent CO₂ în 2017.

În ceea ce privește emisiile Scop 1⁴, referitoare la carburant, gaz, combustibil autovehicule, acestea au înregistrat o creștere ușoară (de 3,5%), de la 10,9 Gwh în 2016 la 11,3 Gwh în 2017.

Teme suplimentare

Deșeuri (terminale vechi, aparatură electronică) Managementul produselor ieșite din uz

Telefoanele care sunt comercializate în rețeaua noastră de magazine respectă limitele de expunere la câmpurile electromagnetice impuse de autoritățile din România și de organismele internaționale. Deșeurile generate de activitatea noastră, indiferent dacă este vorba despre terminale vechi sau alte tipuri de aparatură electronică, sunt gestionate în baza reglementărilor de profil.

Orice terminal vechi este valoros pentru că el înmagazinează resurse minerale precum aur, argint sau cupru. De aceea, orice telefon sau tabletă aduse la noi de utilizatori, în cadrul programului buy-back sau depuse în cutiile de colectare care sunt amplasate în toate magazinele noastre este colectat și valorificat cum se cuvine. Este, desigur, și meritul abonaților noștri, care manifestă un comportament responsabil față de mediu.

Găsești mai multe detalii despre programul nostru de buy-back [aici](#).

⁴ Emisiile Scop 1 sunt definite de Protocolul GHG ca fiind emisiile generate sau controlate direct.

Odată ce au fost colectate, terminalele vechi sunt fie reciclate, fie modificate astfel încât să poată fi utilizate ca produse second-hand sau pot intra în circuitul de upcycling (transformate în alte produse care pot fi în continuare utilizate).

VI. Impact social



Impact social

Impactul social pe care îl are compania noastră la nivel local derivă atât din rolul nostru de angajator, cât și din cel de furnizor de servicii și produse de comunicații mobile, Internet și televiziune pe o piață în continuă dezvoltare și transformare.

Preocupările noastre continue de a fi un angajator de top se reflectă și în certificările internaționale pe care le deținem, dar, mai ales, în percepțiile fiecărui membru al echipei Orange România și în calitatea soluțiilor tehnologice pe care le propunem în fiecare zi clienților noștri.

Sănătatea și siguranța la locul de muncă

Pentru compania noastră, sănătatea și siguranța angajaților a reprezentat întotdeauna o prioritate. De aceea, căutăm în permanență să oferim angajaților noștri cele mai sigure condiții de muncă, să urmărim o politică riguroasă și coerentă în ceea ce privește sănătatea și siguranța angajaților și să fim aliniați la cele mai înalte standarde în ceea ce privește sănătatea și siguranța la locul de muncă.

Astfel, Orange România este certificată conform standardului OHSAS 18001:2007 (Occupational Health and Safety Management Certification) – ceea ce înseamnă că respectăm cerințele referitoare la identificarea, controlul și diminuarea riscurilor de sănătate și siguranță în companie, ne protejăm angajații împotriva posibilelor riscuri ocupaționale și luăm măsuri de prevenire și reducere a accidentelor probabile.

Printre măsurile de prevenire și reducere a riscurilor asociate cu sănătatea și siguranța la locul de muncă se numără: instruirii periodice în care sunt discutate riscurile profesionale și care includ instrucțiuni specifice fiecărui loc de muncă din companie; controale medicale anuale pentru toți angajații noștri; program de well-being destinat tuturor angajaților.

În plus față de măsurile menționate anterior, toate persoanele care lucrează cu echipamente sub tensiune/ la înălțime (antene, stații de emisie, relee), primesc echipament de protecție în conformitate cu cerințele legale și participă periodic la cursuri specifice tipului de muncă pe care îl depun, care includ și instrucțiuni în directă legătură cu riscurile profesionale asociate acestor activități.

Dreptul angajaților de a fi consultați și informați și Dialogul social

Dialogul deschis și feedback-ul din partea angajaților sunt elemente importante în relația angajat-angajator pe care Orange România înțelege să le cultive în companie. În 2007 a fost înființat Forumul angajaților – o platformă care permite angajaților Orange să își exprime opiniile cu privire la activitatea și viața în companie. Această platformă include reprezentanți din toate departamentele și regiunile. Candidaturile pentru a face parte din Forum sunt voluntare și sunt votate de angajați.

Forumul angajaților are cel puțin două întâlniri pe an cu conducerea companiei și cu reprezentanții departamentului de Resurse umane. În plus, se organizează întâlniri ori de câte ori apar schimbări majore la nivelul companiei sau necesitatea unor comunicări speciale. Subiectele dezbătute în cadrul celor două întâlniri anuale se bazează pe propunerile venite din partea angajaților transmise pe Forum și includ: schimbări organizaționale, procese noi de lucru sau în curs de ajustare, rezultatele financiare ale Orange România, strategia de business, managementul resurselor umane în cadrul companiei, beneficii pentru angajați sau politica privind echilibrul între viața profesională și cea personală.

Condiții de muncă

Orange România este o companie conștientă că grija față de propriii angajați și atenția pe care o acordă nevoilor acestora se reflectă și în calitatea serviciilor pe care compania le oferă clienților săi.

Ca Top Employer Europe 2017 (pentru al cincilea an consecutiv), recunoaștem importanța mediului de lucru în care activează angajații noștri și punem un accent deosebit pe oferirea unor condiții excelente de muncă și pe încurajarea unei culturi organizaționale propice menținerii unei stări de bine a angajaților la toate nivelurile companiei.

Preocupați fiind de starea de bine a angajaților, în 2016 am inițiat campania "Plaza Hobbies Community" care se desfășoară pe două direcții importante:

- 1/ sănătate fizică și
- 2/ sănătate emoțională.

În cadrul acestei campanii au avut loc activități de îngrijire a sănătății fizice și emoționale: angajații au beneficiat de masaje la locul de muncă (peste 27000 de masaje); 140 de participanți din afara Bucureștiului s-au înscris la concursul Global Challenge; au fost organizate 456 de sesiuni de asistență emoțională, iar peste 250 de angajați au participat la workshopuri de parenting și relații de cuplu. În total s-au înregistrat peste 1700 de participări la workshopuri și activități, cu 650 de participanți unici; peste 200 de angajați participanți la activitățile de sport și sănătate, cum ar fi cursuri și sesiuni de yoga sau activități în cadrul comunităților Orange Bike.

În 2017, scopul programului de wellbeing din companie a fost de a implementa acțiuni de prevenire a stresului, precum și intervenții privind efectele cauzate de acesta. Am urmărit, pe de o parte, concentrarea activităților pe combaterea și prevenirea factorilor de stres cei mai frecvenți, iar pe de altă parte, am dorit creșterea frecvenței acțiunilor cu impact pozitiv ridicat în rândul angajaților – consiliere psihologică (care a fost extinsă de la departamentele de primă linie în toată compania) și ședințe de masaj (sesiuni suplimentate cu 2 ore pe săptămână în București datorită cererilor numeroase, în total 40000 de masaje oferite).

În plus, am intensificat activitățile de wellbeing în regiuni. Angajații noștri au beneficiat de patru evenimente de o zi organizate în Timișoara, Cluj, Galați și București, în cadrul cărora au participat la ateliere de pictură și la diferite jocuri și concursuri.

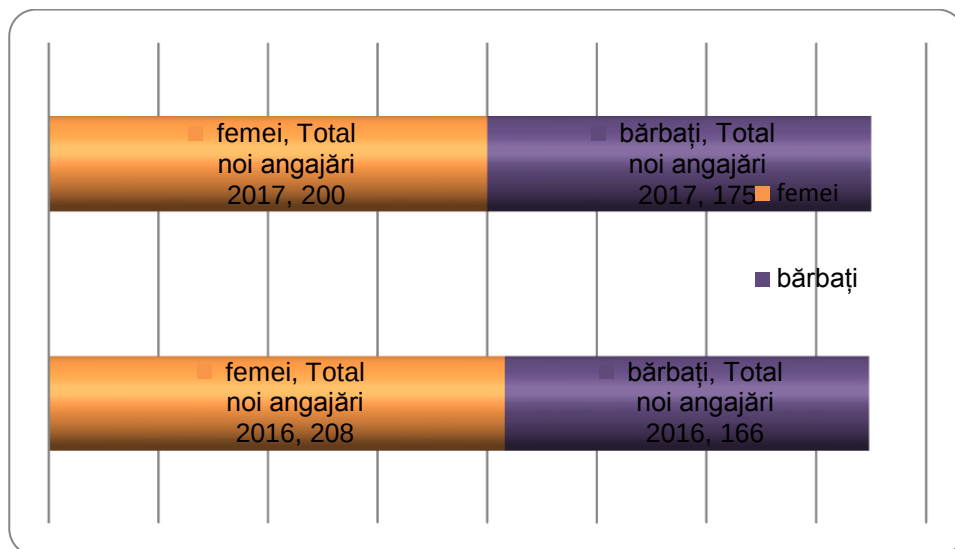
Tot în 2017, pentru încurajarea echilibrului între viața personală și cea profesională în rândul angajaților, am lansat următoarele inițiative:

- Ziua fără întâlniri – o zi pe lună fără întâlniri la nivelul întregii companii, în care colegii au ocazia să se concentreze pe activități nerutiniere;
- Ziua altfel: colaborare/ inovare/ învățare – o inițiativă prin care angajați din echipe diferite pot alocă o zi în care să lucreze pe proiecte comune, să împărtășească din experiențele lor de muncă sau să meargă în magazine unde să asculte ce spun clienții noștri;
- Idei WOW – posibilitatea angajaților de a învăța/ citi pentru a își îmbunătăți cunoștințele și deprinderile.
- Hello Hub – crearea unui spațiu de lucru care cultivă colaborarea
- Vinerea scurtă – inițiativă prin care angajații pot alege să lucreze nouă ore pe zi de luni până joi pentru a avea vineri după-amiază liberă;
- An sabatic – începând cu 2017, angajații pot opta să își ia un an sabatic.

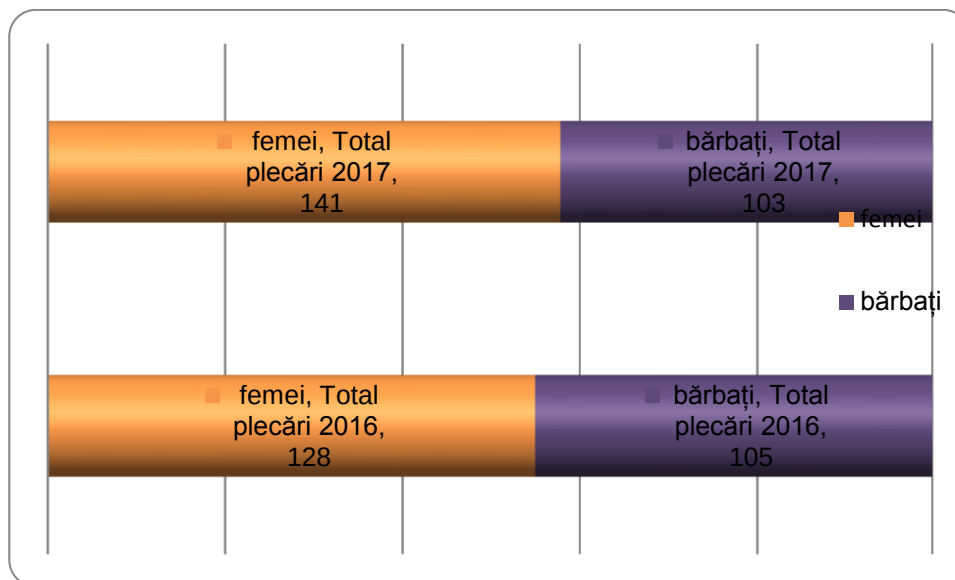
În plus față de toate aceste activități, în Orange România angajații au posibilitatea să își organizeze programul ținând cont de perioadele din zi când sunt mai productivi, astfel încât să se bucure la maxim de timpul lor. Ei pot opta pentru un program de lucru flexibil, precum și pentru lucrul de la distanță.

Evoluția numărului de angajați

An de an căutăm noi talente care să intre în echipa Orange România. În 2016, 374 de persoane (208 femei și 166 bărbați) au ales să lucreze pentru compania noastră, iar pe parcursul anului 2017 ni s-au alăturat 375 de noi persoane (200 femei și 175 bărbați). Astfel, rata de angajări în 2016 a fost de 15,8%, respectiv 15,9% în 2017.



În același timp, rata de plecări în 2016 a fost de 9,8%, care a reprezentat un total de 233 de plecări (128 femei și 105 bărbați), iar în 2017 a fost de 10,3% rezultată din 244 de plecări din companie (141 femei și 103 bărbați).



Comunități locale

În anul 2016 Orange România s-a alăturat proiectului Smart City Alba-Iulia, primul proiect de parteneriat public-privat din țară care urmărește eficientizarea gestionării infrastructurii și a serviciilor pentru public (transport, turism) prin utilizarea datelor și a tehnologiilor de ultimă generație.

Compania noastră a participat până în prezent cu mai multe soluții inovative aflate în diverse stadii de implementare:

Audit de securitate web – prin care Orange oferă municipalității soluții practice care acoperă toate aspectele de securitate pe care le ridică tehnologia aflată în continuă schimbare.

Smart City R&D – soluții de cercetare și inovare cu privire la arhitectura 5G testate deja de Orange, pe care compania le-a pus la dispoziția municipalității spre implementare.

Platforma Orange Alba-Iulia Smart City – program pilot de digitalizare și dezvoltare a municipiului.

Hotspoturi Wi-Fi – testarea a 229 de puncte de acces Wi-Fi în câteva zone publice de interes turistic, unități de învățământ din oraș și în 15 autobuze ale Societății de Transport Public din Alba-Iulia. Securizarea accesului la Internet în aceste puncte este asigurată tot de o [soluție Orange](#).

Innovation Labs & Orange Fab – prin proiectul nostru de accelerare a mediului local de afaceri, am oferit posibilitatea identificării și susținerii de startup-uri dedicate proiectului Alba Iulia Smart City; în aprilie 2017 am organizat la Alba-Iulia, în colaborare cu Tech Lounge, primăria Alba-Iulia și Universitatea 1 Decembrie 1918 primul hackathon.

Prin programul Orange Fab, susținem antreprenorii în dezvoltarea unor produse inovatoare și îi sprijinim în distribuirea acestora la nivel local și internațional. Antreprenorii au acces direct la tehnologii pentru dezvoltarea propriilor produse, la suport pentru testare în mediu real, la mentorat din partea specialiștilor Orange și la rețeaua noastră de distribuție pentru dezvoltarea propriei afaceri.

În 2017, în cadrul proiectului de cercetare Horizon Research 2020, am lansat două proiecte ([Matilda](#) și [Slicenet](#)) dedicate arhitecturii 5G și testării de noi soluții și instrumente de securitate cibernetică.

Vrem să vedem proiecte care încearcă să crească nivelul de calitate a sistemului de educație: este vorba despre abilitățile pe care le obțin elevii. Vrem să se uite cu atenție la organizațiile cu care colaborează pentru a se convinge că schimbarea este sustenabilă, solidă și, mai ales, vizează o problemă importantă a sistemului de educație. Să se uite dacă beneficiarii de granturi sunt preocupați de impactul pe care îl au. Să facă asta chiar înainte de a demara un program/ proiect, iar după ce l-au demarat, să se întrebe cum măsoară impactul, cum se produce schimbarea dorită, dacă este sustenabil proiectul, ce se întâmplă cu el după ce nu se mai primește finanțare. Altfel spus, să se uite în ce măsură schimbarea făcută este una importantă și are șanse să fie ireversibilă.

Reprezentant ONG, partener Orange

Proiecte sociale

Principalul buget anual non-comercial destinat filantropiei corporative este gestionat de Fundația Orange, entitate juridică distinctă de Orange România. Misiunea acesteia este de a contribui la dezvoltarea comunităților prin programe de incluziune și educație digitală și de a finanța proiecte derulate în colaborare cu instituții publice și organizații neguvernamentale, în beneficiul grupurilor țintă identificate.

În proiectele derulate de Orange România se implică în mod voluntar colegi din companie. La aceste proiecte au contribuit cu timp și expertiză 358 de voluntari non-unici pe parcursul anului 2016, respectiv 322 în anul 2017.



Ateliere în Orange Shop 2017

Teme suplimentare

Navigarea pe Internet în condiții de siguranță

Utilizarea Internetului a devenit parte integrantă din viața cotidiană pentru o proporție din ce în ce mai mare de persoane. Și în România, conform Eurostat⁵, proporția utilizatorilor de servicii de Internet cu vârste între 16 și 74 de ani se înscrie în tendința generală de creștere din Uniunea Europeană: de la 60% în 2016, în creștere în 2017 la 64% utilizatori.

Odată cu creșterea numărului de utilizatori de Internet (constanți sau ocazionali), crește și nevoia acestora de a avea acces la servicii, indiferent de zona în care se află, de a naviga pe Internet în siguranță și de a avea încredere că în orice moment dețin controlul asupra datelor lor personale. Importanța acestor aspecte a reieșit din procesul de consultare a stakeholderilor, atât în rândul stakeholderilor externi, cât și în rândul angajaților.

Pentru a veni în întâmpinarea așteptărilor stakeholderilor în ceea ce privește navigarea pe Internet în condiții de siguranță, Orange România a dezvoltat și implementează o serie de măsuri de protejare a copiilor și de educare a părinților. Dintre acestea menționăm:

- mecanism de filtrare a conținutului – în baza solicitării din partea clientului, mecanismul blochează prin portalul mobil m.orange.ro accesul pe site-uri cu conținut pentru adulți;
- avertisment – serviciile pentru adulți (marcate corespunzător sau nu) accesate prin portalul mobil m.orange.ro anunță că sunt destinate adulților, iar folosirea lor nu este recomandată persoanelor care nu au împlinit 18 ani și care utilizează telefonul mobil. Alegerea opțiunii „confirmați” înseamnă că persoana care accesează serviciul respectiv are peste 18 ani și va fi taxată conform tarifului produsului accesat. Serviciile destinate adulților care sunt accesibile

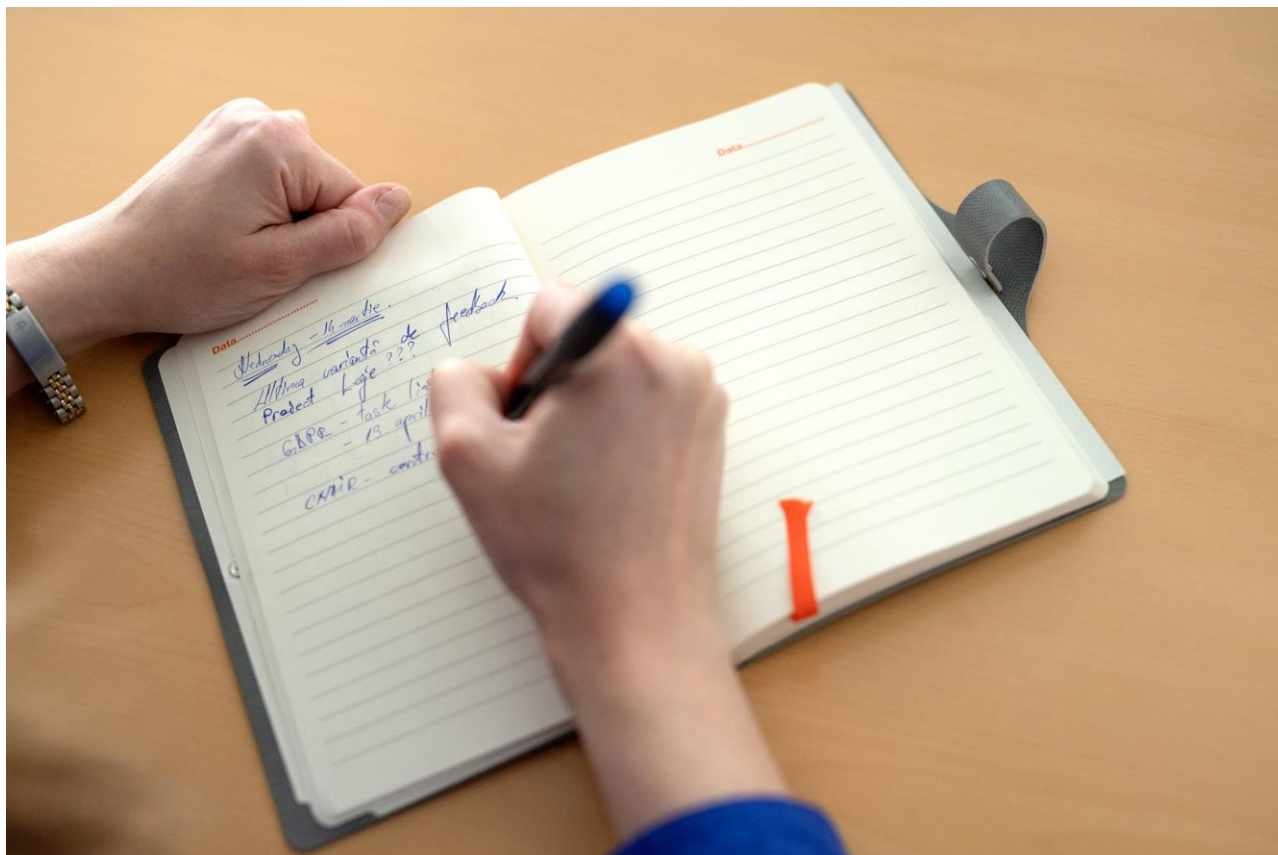
⁵ Eurostat, Utilizarea Internetului de către persoane fizice - % din populație între 16 și 74 de ani <https://bit.ly/2PPjrKs>

prin apel vocal conțin avertismentul de declinare a responsabilității privind conținutul și limita de vârstă (disponibile pentru +18).

Sănătatea și siguranța utilizatorilor (radiații)

Sănătatea și siguranța utilizatorilor rămâne în continuare o prioritate pentru compania noastră. Ca operator telecom responsabil, Orange România respectă [legislația națională](#) în vigoare cu privire la limitarea expunerii populației la câmpuri electromagnetice de la 0 Hz la 300 GHz.

Ne propunem să ne informăm clienții cu privire la posibilele efecte negative ale utilizării excesive a telefoanelor mobile și ale câmpurilor electromagnetice asupra sănătății personale. Răspundem sistematic solicitărilor sau plângerilor primite cu privire la radiațiile electromagnetice. În cursul anului 2016 am primit 6 plângeri pe această temă, în timp ce de-a lungul lui 2017 nu a fost înregistrată nicio solicitare legată de acest subiect.



Protecția datelor personale

Tehnologia avansată de care ne bucurăm în prezent și globalizarea permit accesul și gestionarea de date la un nivel fără precedent. Pe lângă avantajele pe care le aduce, acest fapt generează în permanență provocări pentru protecția datelor cu caracter personal. În special pentru operatorii telecom, aceasta presupune asigurarea unor mecanisme coerente și stabile menite să asigure protecția datelor utilizatorilor de servicii.

Pentru Orange România, această temă are o importanță covârșitoare. În 2016, compania noastră a obținut o [nouă certificare](#) din partea ETHIC Intelligence, iar gestionarea și utilizarea datelor personale ale clienților se numără printre aspectele certificate. Datele cu caracter personal ale clienților și partenerilor noștri sunt utilizate într-un mod strict confidențial și sunt protejate împotriva accesului neautorizat, în conformitate cu legislația națională și internațională în domeniu.

Printre măsurile întreprinse pentru a ne asigura că datele personale ale clienților și partenerilor sunt în siguranță se numără testele de infiltrare pe care colegii noștri le aplică periodic aplicațiilor și serviciilor online și modulele de urmărire statică introduse după primirea aprobării din partea utilizatorilor.

În plus, sub haștagul [#NoipeNet](#) am inclus pe site-ul companiei o serie de informații privind utilizarea responsabilă a Internetului și protejarea datelor cu caracter personal.

ICT 4 All

Creșterea numărului utilizatorilor de servicii telecom a atras după sine și ridicarea nivelului de așteptări privind calitatea acestor servicii, indiferent de zonă și de condițiile de accesare a lor.

Pentru a putea oferi clienților noștri cea mai bună experiență de comunicare și cele mai inovatoare servicii, ne preocupăm în permanență de îmbunătățirea performanței echipamentelor noastre prin:

- analiza periodică a parametrilor de performanță și urmărirea planurilor de acțiune rezultate săptămânal până la implementarea completă a acestora;
- asigurarea condițiilor pentru efectuarea de lucrări pe arii ample ale rețelei – care în mod obișnuit ar duce la indisponibilitatea serviciilor – fără vreun impact asupra clienților;
- evaluarea continuă a necesităților de asigurare a funcționalității echipamentelor și serviciilor Orange în situațiile în care rețeaua de alimentare cu energie electrică devine indisponibilă din diverse cauze (condiții atmosferice, lucrări în rețeaua de alimentare, accidente) și instalarea a noi surse de energie care asigură autonomie energetică superioară;
- aplicarea continuă de măsuri speciale pentru menținerea calității rețelei, așa cum este percepută de clientul final, prin monitorizarea indicatorilor tehnologici, utilizarea terminalelor comerciale, culegerea de informații direct de la clienți și aplicarea instrumentelor de prelucrare care permit detectarea proactivă a unor eventuale degradări a calității serviciilor;
- testarea și implementarea celor mai noi echipamente și soft-uri în pas cu evoluția tehnologică și cu specificul pieței locale.

Sunt cei mai creativi, constructivi, fresh în abordare și profesioniști parteneri cu care am interacționat în telco. Mereu o plăcere să discuți cu oamenii din Orange și să construiești lucruri cu ei.

Furnizor hardware pentru Orange

Nivelul de acoperire cu servicii Orange în cifre:

Nivel de acoperire (unitate: %)	Linie fixă		Internet**		Mobil	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
la nivelul teritoriului*	6,7503	6,7672	92,18	92,90	6,7503	6,7672
în rândul populației generale	99,8406	99,8406	99,96	99,96	99,96	99,96

Orange a obținut în 2016 și 2017 o serie de certificări care confirmă calitatea înaltă a serviciilor furnizate de companie. <https://www.orange.ro/noutati/certificare/>

* Pentru calcularea acestui procent a fost utilizat ca numitor suprafața teritorială a țării. Pentru zonele locuite, valoarea este calculată ca procent din zonele locuite acoperite cu o rețea de 92 dBm.

** include acoperire cu ADSL, 3G, EDGE, 4G, 5G

Transparență, inclusiv prin procesul de raportare de sustenabilitate/ CSR

Onestitatea se numără printre valorile Orange România, iar onestitatea este completă doar prin transparență.

Toate politicile noastre care definesc relația cu angajații, cu clienții, cu furnizorii și distribuitorii, cu alți operatori telecom, precum și politica de etică și integritate sunt publice pe site-ul companiei:

<https://www.orange.ro/despre-noi/ghid-de-etica-orange/index.html>

<https://www.orange.ro/politica-de-confidentialitate>

<https://www.orange.ro/termeni-si-conditii/#tentativefrauda>.

Onestitate

Spunem întotdeauna ceea ce facem și facem ceea ce spunem.

Compania noastră a fost printre primele firme din România care și-a asumat în mod voluntar raportarea informațiilor referitoare la impactul activității sale. Ultimul nostru raport non-financiar a fost întocmit în 2015 conform cadrului de raportare Global Reporting Initiative GRI G4 și a reflectat performanța și activitatea companiei din 2014.

Sănătate și securitate în muncă în lanțul de valoare (furnizori, distribuitori)

Sănătatea și securitatea în muncă în lanțul de valoare (furnizori, distribuitori) a reieșit ca fiind o temă relevantă, în special din consultările cu stakeholderii externi.

Urmărim să dezvoltăm relații de colaborare doar cu parteneri care sunt la rândul lor preocupați de sănătatea și securitatea ocupațională. Toate contractele încheiate cu furnizori, distribuitori și alți parteneri includ cerințe specifice despre respectarea condițiilor privind sănătatea și siguranța la locul de muncă.

Susținerea familiilor și a copiilor în navigarea pe Internet

Orange România și-a asumat un rol activ în sprijinirea familiilor și a copiilor în utilizarea serviciilor de Internet. Prin proiectele de CSR și prin ofertele noastre de marketing, aliniate la directivele Grupului Orange, urmărim trei obiective în această direcție:

- incluziunea acestor categorii de clienți în serviciile pe care le furnizăm;
- acces la oportunități specializate;
- educare referitoare la riscuri.

Pe parcursul anului 2017 am investit puternic în campanii de conștientizare a importanței parenting-ului digital. Am realizat cercetări pentru a afla mai multe despre interesele părinților în ceea ce privește utilizarea internetului în condiții de siguranță de către copii, am actualizat [website-ul companiei](#) cu noi informații despre parenting digital, despre hărțuire și violență online, despre protecția datelor cu caracter personal, am dezvoltat o broșură pentru părinți și pentru juniori și am organizat ateliere în Orange smart shop-uri din toată țara, unde am dezbătut teme de interes pentru clienții noștri.

Susținem o navigare responsabilă în mediul virtual, care poate fi o resursă inepuizabilă pentru dezvoltare și educație. Din 2014 organizăm anual programul SuperCoders, destinat copiilor cu vârste între 10 și 14 ani care învață astfel primii pași în programare cu ajutorul platformelor online de coding – până la finalul ediției a IV-a din 2017, programul număra peste 1000 de beneficiari direcți.

Despre acest raport

Scop

Raportul de sustenabilitate al Orange România S.A. a fost elaborat pentru a permite conducerii companiei și altor factori decizionali să înțeleagă impactul economic, de mediu și social pe care îl are compania și modul în care este perceput acest impact la nivelul pieței și al colaboratorilor noștri.

Cu toate că Orange România nu intră sub incidența prevederilor Ordinului Ministrului Finanțelor Publice nr. 1938/2016, conducerea companiei a decis că este în interesul său să parcurgă acest demers în mod voluntar.

Data celui mai recent raport

Compania noastră a publicat un raport de CSR aferent anului 2014.

Perioada de raportare

Acest raport include detalii despre activitatea Orange România în perioada 1 ianuarie 2016 – 31 decembrie 2017. În situații speciale, explicate în conținutul documentului, am inclus și date din afara acestui interval de timp, astfel încât cititorii să poată avea o imagine completă asupra activității noastre.

Schimbări semnificative

În perioada de raportare, nu au fost înregistrate modificări semnificative față de ultimul nostru raport de CSR nici la nivelul companiei (structuri, funcțiuni), nici al lanțului de aprovizionare/distribuție.

Excepție fac patru furnizori de servicii (logistică, sales service și curierat), care au parcurs toate etapele procesului de achiziție, contractele cu aceștia fiind valabile până la sfârșitul anului 2019, respectiv 2020.

Adresă de contact pentru raport:

csr@orange.ro