



orange™



nasze
podejście



integracja
cyfrowa



bezpieczna
sieć



czyste
środowisko



ciekawy
zespół



załączniki

Raport
społecznej
odpowiedzialności
Orange Polska

2013

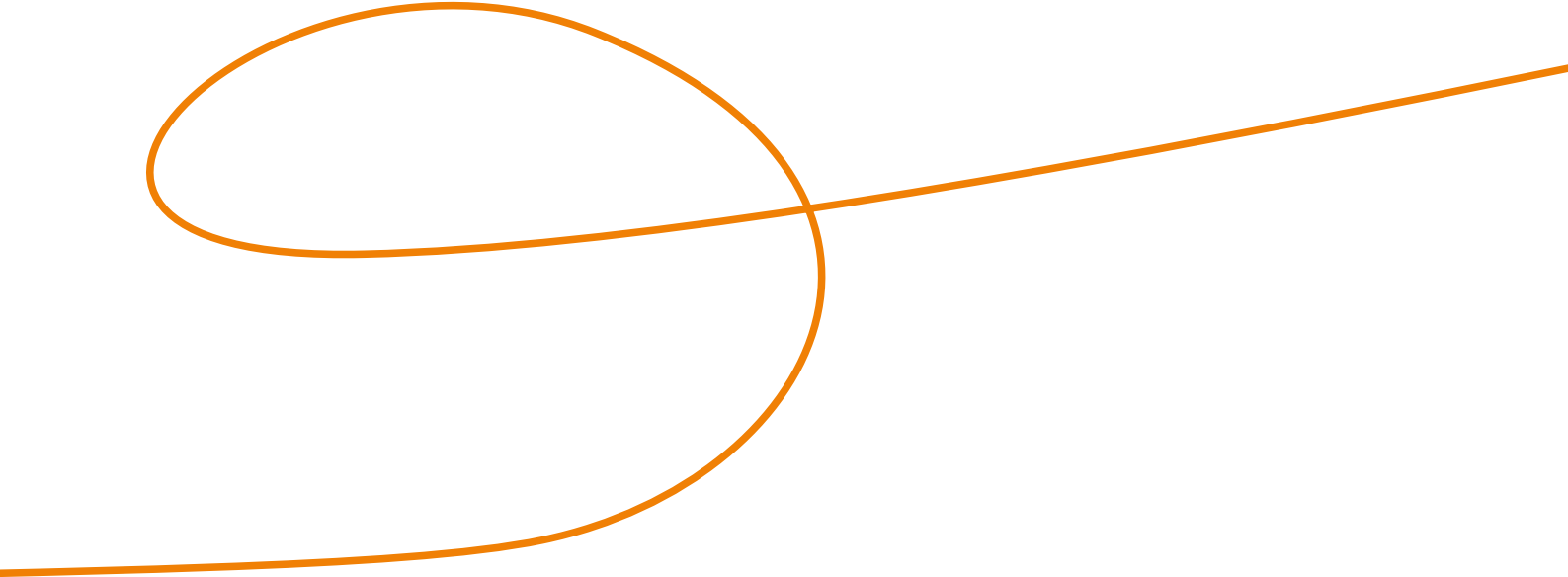
orange™





SPIS TREŚCI

1.	Orange Polska	6
1.1	kim jesteśmy	8
1.2	etyka	12
1.3	ład korporacyjny i zarządzanie ryzykiem	14
2.	nasze podejście	18
2.1	strategia społecznej odpowiedzialności	21
2.2	dialog i relacje	28
2.3	innowacyjność	37
2.4	zaangażowanie społeczne	40
3.	integracja cyfrowa	44
3.1	dostępna infrastruktura	47
3.2	usługi dostępne dla wszystkich	48
3.3	edukacja cyfrowa	51
3.4	budujemy e-państwo	64
4.	bezpieczna sieć	66
4.1	bezpieczne produkty i usługi	68
4.2	bezpieczne dane	72
4.3	bezpieczne dzieci w internecie	73
4.4	bezpiecznie w sieci	76
5.	czyste środowisko	78
5.1	technologie na rzecz środowiska	81
5.2	ekologiczne produkty i usługi	82
5.3	odzyskiwanie i odnowa	83
5.4	e-dokumenty	85
5.5	zarządzanie środowiskiem	85
6.	ciekawý zespół	90
6.1	dialog z pracownikami i współpracownikami	93
6.2	nowoczesne i przyjazne środowiska pracy	96
6.3	zarządzanie różnorodnością	99
6.4	zrównoważony rozwój	102
6.5	wolontariat pracowniczy	108
	nasz raport	113
	nota metodologiczna	114
	niezależny raport poświadczający	115
	tabela wskaźników gri	116
	podziękowania	122



Dla nas odpowiedzialność społeczna
to kultura organizacyjna, która
w tworzeniu i realizacji strategii biznesowej
uwzględnia oczekiwania pracowników
i innych grup interesariuszy – klientów,
inwestorów, dostawców, partnerów
biznesowych i społecznych
oraz środowiska naturalnego.

Wierzymy, że takie podejście przynosi
korzyści firmie i jej otoczeniu,
prowadzi do długofalowego rozwoju
i przyczynia się do podnoszenia jakości
życia nas wszystkich.

nasze
podejścieintegracja
cyfrowabezpieczna
siećczyste
środowiskociekawý
zespół

załączniki

Szanowni Państwo

Jestem głęboko przekonany, że społeczna odpowiedzialność firmy to sposób na budowanie jej wartości na rynku, zdobycie zaufania klientów, pozyskanie wartościowych pracowników i partnerów, kształtowanie dobrych relacji z całym otoczeniem społecznym. Dlatego tak wielką wagę przywiązuję do strategicznego zarządzania CSR i wpisania tej idei w procesy biznesowe i myślenie każdego pracownika.

W 2013 roku przyjęliśmy nową strategię społecznej odpowiedzialności Orange Polska, skupiając się na czterech obszarach kluczowych z punktu widzenia naszej branży i działalności na polskim rynku.

W procesie tworzenia strategii CSR ważnym drogowskazem były i są dla nas potrzeby oraz oczekiwania zgłaszane przez naszych interesariuszy w ramach dialogu, który prowadzimy zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz firmy. Dialog z pracownikami, klientami, partnerami biznesowymi czy społecznymi, pozwala nam spojrzeć na biznes z innej perspektywy i stawiać sobie nowe wyzwania społeczne i środowiskowe.

Takim ważnym dla nas społecznie tematem jest **integracja cyfrowa**. Ponieważ chcemy, aby każdy korzystał z możliwości cyfrowego świata, niezależnie od umiejętności, miejsca zamieszkania, wieku czy sprawności, staramy się nie tylko dawać proste i funkcjonalne narzędzia dostępu do nowych technologii, ale też uczyć, jak mądrze z nich korzystać.

Kolejnym wyzwaniem związanym z naszą branżą są kwestie **bezpieczeństwa sieci** – nas samych, naszych dzieci, gromadzonych o nas danych. Dlatego chcemy, aby korzystanie z najnowszych technologii było proste i wolne od zagrożeń. Oferujemy nie tylko odpowiednie zabezpieczenia, pokazujemy też, jak z nowych technologii korzystać w sposób bezpieczny.

Nie pozostajemy obojętni na otaczającą nas przyrodę. **Czyste środowisko** również znajduje się wśród naszych obszarów zainteresowania. Chcemy realizować nasze cele biznesowe z poszanowaniem zasad ekologii, w harmonii ze środowiskiem.

Z jednej strony ograniczamy, więc nasz negatywny wpływ na środowisko, z drugiej pokazujemy, jak innowacyjne rozwiązania teleinformatyczne pozwalają je chronić.

W Orange wpisaliśmy społeczną odpowiedzialność biznesu w kulturę organizacyjną. Dlatego ważnym filarem strategii CSR są działania skierowane do pracowników, realizowane pod hasłem **Ciekawy zespół**. Chcemy tworzyć kulturę współpracy, w której wszyscy pracownicy czują się szanowani, swobodnie realizują cele zawodowe i życiowe pasje.

To od pracowników – ich codziennych zachowań, relacji, zależy czy będziemy stawiać się firmą odpowiedzialną społecznie każdego dnia.

Oddajemy w Państwa ręce Raport przedstawiający najważniejsze ubiegłoroczne wydarzenia, sukcesy i wyzwania, który pokazuje, jak w praktyce w Orange Polska realizujemy ideę społecznej odpowiedzialności. Zapraszam też Państwa do dyskusji o tym, co jeszcze możemy zrobić, aby być i stawiać się codziennie firmą odpowiedzialną społecznie.

Dostarczając nowoczesne usługi i technologie mamy istotny wpływ na nasze otoczenie, dlatego dbamy o zrównoważony rozwój i podnoszenie jakości życia nas wszystkich. Naszą ambicją jest przestrzeganie najwyższych standardów w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu i inspirowanie podobnych działań na rynku telekomunikacyjnym w Polsce.

Bruno Duthoit,
Prezes Orange Polska





Orange Polska

orange™



nasze
podejście



integracja
cyfrowa



bezpieczna
sieć



czyste
środowisko



ciekawý
zespół



załączniki

1.1 kim jesteśmy?

Orange Polska jest największym dostawcą usług telekomunikacyjnych w Polsce, działającym we wszystkich segmentach rynku telekomunikacyjnego. Posiadamy największą w kraju infrastrukturę techniczną, wspierającą świadczenie usług telefonii stacjonarnej, komórkowej oraz przesyłu danych.



usługi telefonii komórkowej

Świadczymy usługi telefonii komórkowej ponad 15 milionom klientów, oferując szeroką gamę usług abonamentowych (post-paid) i przedpłaconych (pre-paid).

Nasza oferta usług abonamentowych jest oparta na segmentacji klientów według rodzaju najczęściej używanych usług (głosowych, tekstowych, przeglądarki internetowej) dzięki temu możemy przedstawić każdemu klientowi najkorzystniejszą dla niego propozycję, dostosowując elementy oferty (telefon, pakiety minut, SMS i transmisji danych) do jego indywidualnych potrzeb. Świadczymy także usługi szybkiego mobilnego dostępu do internetu.

dostęp szerokopasmowy i usługi telewizyjne

Obsługujemy ponad 2,3 mln klientów usług stacjonarnego szerokopasmowego dostępu do internetu oraz ponad 0,7 mln klientów usług telewizyjnych.

Podstawowa usługa szerokopasmowego dostępu do internetu jest oferowana pod nazwą „neotrada”, przy czym dostępne są opcje o różnych prędkościach. Neotrada jest często łączona w pakiecie z ofertą usług telewizyjnych, świadczonych poprzez transmisję satelitarną (DTH) lub sieć IP (IPTV).

usługi telefonii stacjonarnej

Poprzez swoją ogólnopolską sieć świadczymy tradycyjne usługi telefonii stacjonarnej dla ponad 6 mln abonentów, w tym prawie 5 mln klientów detalicznych. Oferta usług stacjonarnych obejmuje połączenia lokalne, międzystrefowe, międzynarodowe i do sieci komórkowych, oferowane w pakietach minut w ramach abonamentu lub płatne według czasu połączeń.

usługi przesyłu danych dla klientów biznesowych

Jesteśmy głównym dostawcą usług dzierżawy łączy telekomunikacyjnych w Polsce, udostępniając dzierżawione linie analogowe i cyfrowe. Najważniejszymi użytkownikami tych łączy są inni operatorzy telekomunikacyjni, administracja państwowa, instytucje finansowe oraz dostawcy usług internetowych.

Oferujemy klientom biznesowym szeroki portfel usług dla małych i średnich firm, a także zaawansowane rozwiązania dla korporacji.

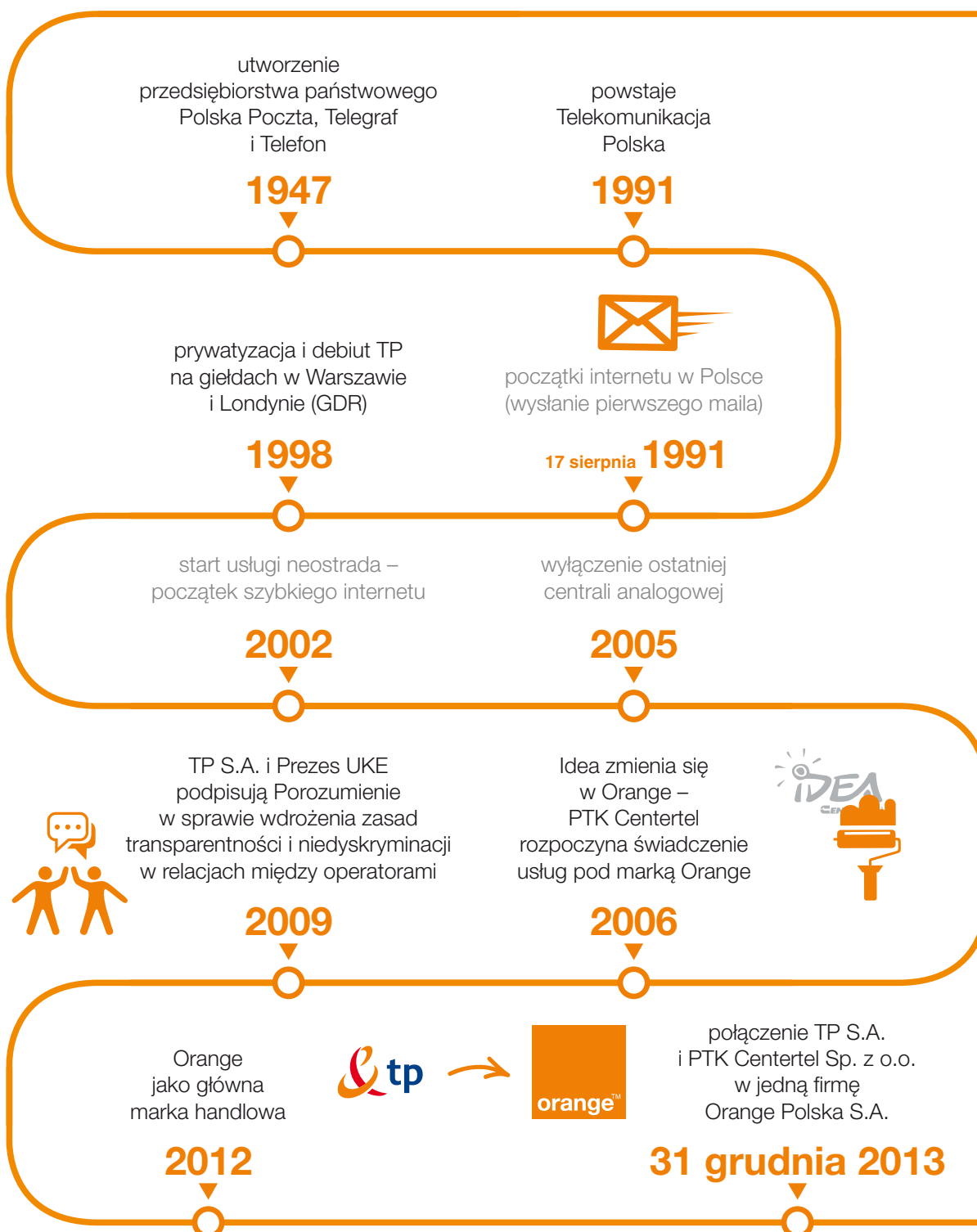
2013 to pierwszy rok, w którym prowadziliśmy działalność jako zintegrowany operator, pod jedną wspólną marką – Orange, a także pierwszy pełny rok funkcjonowania naszej oferty konwergentnej Orange Open. W ramach tej oferty łączymy produkty mobilne i stacjonarne, adresując potrzebę posiadania przez klienta szeregu usług służących komunikowaniu się, jak telefonia mobilna, telefonia stacjonarna, internet mobilny i stacjonarny oraz telewizja.

Wprowadziliśmy także z powodzeniem na rynek nową markę nju.mobile, skierowaną do klientów najbardziej wrażliwych na cenę. W ofercie nju.mobile dostępne są zarówno taryfy abonamentowe, jak i na kartę, o prostej strukturze i bez dopłat do telefonów. Kluczowymi wyróżnikami tej oferty są niskie ceny, nielimitowane rozmowy i SMS-y, proste i przejrzyste warunki oraz sprzedaż wyłącznie przez internet.

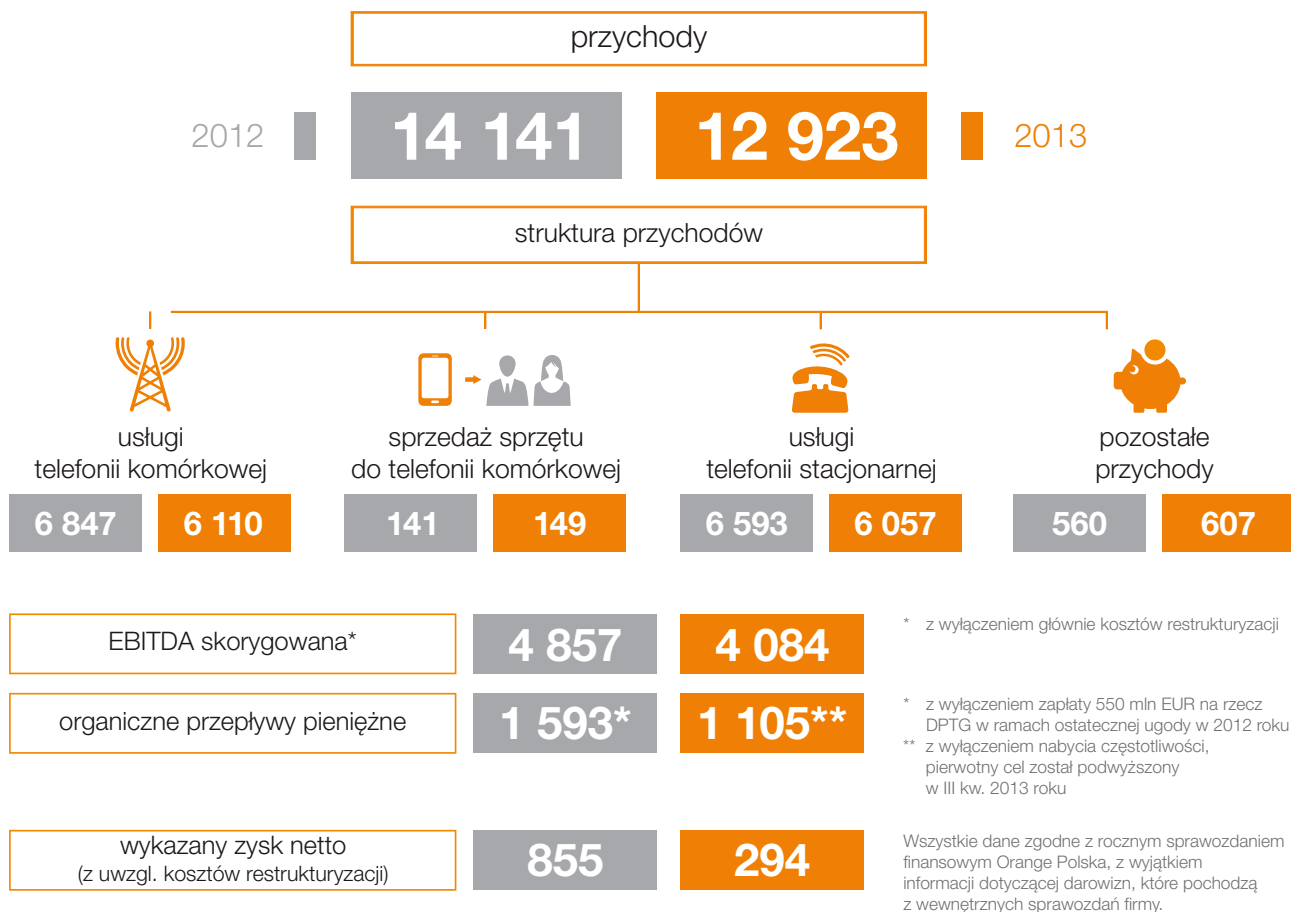
W grudniu 2013 roku połączyliśmy TP S.A. i PTK Centertel Sp. z o.o. w jedną spółkę: Orange Polska S.A. Dzięki temu możemy lepiej wykorzystać konwergencję usług stacjo-

narych i komórkowych, ujednolicić sprzedaż i obsługę, a także rozwijać infrastrukturę, aby oferować najlepsze rozwiązania dla naszych klientów.

nasza historia



Skala działalności – wybrane dane finansowe Orange Polska (w mln zł)



Oprócz Orange Polska S.A. w skład Grupy Orange wchodzi m.in.:

Orange Customer Service Sp. z o.o.

Firma zapewnia kompleksową obsługę klientów indywidualnych i biznesowych Orange Polska.

Contact CenterSpółka specjalizuje się w usługach z zakresu sprzedaży, obsługi klienta, badań marketingowych, organizacji i obsługi konkursów oraz programów lojalnościowych, studia nagrań, doradztwa biznesowego oraz wirtualnego contact center. www.contactcenter.pl**TP Teltech**Firma specjalizuje się w dostarczaniu infrastruktury teletechnicznej. Zapewnia również usługi w zakresie kompleksowych rozwiązań telekomunikacyjnych i teleinformatycznych. www.tpteltech.pl**Ramsat**

Ramsat S.A. jest autoryzowanym przedstawicielem Orange Polska. Sieć sprzedaży obejmuje cały obszar Polski oraz liczy 130 punktów sprzedaży oraz około 150 Konsultantów Klientów Biznesowych.

TP Edukacja i WypoczynekFirma zajmuje się organizacją imprez szkoleniowych i rekreacyjnych dla klientów biznesowych pod marką Exploris. www.exploris.pl**Fundacja Orange**Fundacja została powołana przez Orange Polska do realizacji działań prospołecznych. www.fundacja.orange.pl**TP Invest**Firma sprawuje nadzór właścicielski nad wszystkimi spółkami zależnymi Orange Polska, które nie są związane z podstawową działalnością Grupy. Spółka zajmuje się również działalnością inwestycyjną. www.tpinvest.pl**Telefony Podlaskie**

Firma świadczy usługi telekomunikacyjne na terenie powiatu podlaskiego, dostarcza programy telewizyjne oraz oferuje usługi dostępu do szerokopasmowego internetu.

www.telefonypodlaskiesa.pl

Orange na świecie

Orange Polska jest częścią światowej Grupy Orange, jednego z największych światowych operatorów telekomunikacyjnych.

236,3 milionów klientów

30
krajów

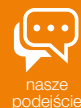
159 515 
pracowników na całym świecie

40 981 mld euro przychodu w 2013 roku



Dążymy do tego, aby marka Orange została najchętniej wybieraną marką telekomunikacyjną.

Naszym celem jest zdemokratyzowanie rewolucji cyfrowej. Chcemy, aby to, co inni przedstawiają wyłącznie jako technologię, było jak najbardziej zrozumiałe, proste i przyjazne człowiekowi. Chcemy pokazać, w jaki sposób nasze produkty i usługi, wraz z naszymi ludźmi, zmieniają na lepsze codzienne życie każdego naszego klienta.



1.2 etyka

wartości marki Orange



przyjazna

Traktujemy każdego jak indywidualną osobę i poświęcamy czas na słuchanie. Cieszymy się ze wspólnej pracy i wspólnego osiągnięcia sukcesów.



uczciwa

Mówimy o tym, co zamierzamy robić i robimy to, co obiecaliśmy. Nie mamy nic do ukrycia, jesteśmy odpowiedzialni za nasze działania. Zawsze jesteśmy transparentni i uczciwi.



bezpośrednia

Zawsze staramy się mówić w sposób zrozumiały dla każdego. Jesteśmy jednoznaczni w naszych wypowiedziach.



inspirująca

Za każdym razem staramy się oglądać świat z innej perspektywy, by wybrać najlepszy sposób działania. Z nami wszystko nabiera koloru. Jesteśmy gotowi przekraczać granice i podejmować ryzyko.



dynamiczna

Pasjonuje nas to, co robimy i w co wierzymy. Chcemy aktywnie zmieniać ludzkie życie. Nasz optymizm jest zaraźliwy.



Irmina Bubałło-Wojciechowska,
Dyrektor Wykonawczy ds. Centrum Usług,
Przewodnicząca Komisji Etyki

Przestrzeganie podstawowych norm etycznych to integralna część zarówno relacji prywatnych, jak i sposobu prowadzenia działalności biznesowej przez firmę. Duże społeczności i organizacje starają się określać wartości i standardy, których przyjęcie pozwala na łatwiejszy i szybszy rozwój oraz na skuteczniejsze osiągnięcie celów biznesowych, przy jednoczesnej dbałości o najważniejszych interesariuszy.

W Orange Polska konsekwentnie wprowadzamy normy i wartości zawarte w naszym Kodeksie Etyki, pokazując tym samym naszą przynależność do społeczności, dla której te zasady są kluczem do osiągnięcia celu. Nasze otoczenie społeczne i biznesowe oczekuje, że w swoich działaniach będziemy uczciwi i dynamiczni. Aby tak było, staramy się budować bezpośrednio i przyjazne relacje w środowisku, w którym funkcjonujemy jako organizacja.

Dzięki łączeniu tych wartości z inspirującym podejściem do biznesu zapewnimy zarówno sobie, jak i naszym akcjonariuszom, długotrwały sukces rynkowy, budując przy tym zaufanie naszych klientów oraz dostarczając im satysfakcję z usług Orange Polska.

Nasze wartości są wpisane w Kodeks Etyki Orange Polska. Zasady Kodeksu są zgodne z tak fundamentalnymi normami, jak Powszechna Deklaracja Praw Człowieka czy zalecenia Międzynarodowej Organizacji Pracy.

Staramy się, aby zasady Kodeksu były znane wszystkim pracownikom, dlatego szkolenie etyczne jest obowiązkowe. Do tej pory wzięło w nim udział niemal 100% pracowników Orange Polska (23 838 h szkoleniowych). Tematyka

szkolenia uwzględnia kwestie praw człowieka i równego traktowania, a poruszane zagadnienia dotyczą m.in. niedyskryminacji, korupcji, czy konfliktu interesów. Szkoleniem objęci są zarówno pracownicy etatowi, jak i współpracownicy (outsourcing).

W 2013 roku opracowaliśmy e-learningowe szkolenie na temat społecznej odpowiedzialności biznesu, które jest obowiązkowe dla wszystkich nowych pracowników.



Małgorzata Piwowar,
Ekspert ds. CSR

Dla realizowania strategii CSR kluczowe jest, by pracownicy wiedzieli, w jaki sposób przekłada się ona na ich zadania i wcielali ją w życie w ramach swojej codziennej pracy. Ważnym elementem dla budowania kultury społecznej odpowiedzialności jest właściwa edukacja CSR. Z tego powodu w 2013 roku stworzyliśmy e-learning o najważniejszych aspektach CSR w Orange Polska, który jest elementem obowiązkowego pakietu szkoleniowego dla nowych pracowników firmy. Dzięki temu, już na samym początku swojej pracy w Orange poznają oni nasze podejście do społecznej odpowiedzialności.

Zadaliśmy o to, by nasze szkolenie pozwalało na zdobycie fundamentalnej wiedzy merytorycznej, ale także zawierało aspekty użyteczne w codziennym działaniu. Pracownicy mogą się z niego dowiedzieć, jakie działania z zakresu CSR prowadzimy, na czym polega raportowanie społeczne, czy dialog z interesariuszami.

Wierzymy w to, że dzięki konsekwentnym działaniom edukacyjnym uda nam się pozyskać wielu nowych ambasadorów społecznej odpowiedzialności biznesu w naszej organizacji.

Za rozpatrywanie spraw związanych z przestrzeganiem norm etycznych odpowiedzialna jest Komisja ds. Etyki. Komisja przedstawia regularne sprawozdanie ze swojej działalności Prezesowi Orange Polska oraz Komitetowi Audytowemu Rady Nadzorczej, a dla pracowników przygotowuje roczne podsumowanie swoich działań.

W firmie działa system anonimowego zgłaszania zachowań nieetycznych. Wiadomości elektroniczne wysyłane na adres [zapytaj_etyka](#) mają charakter poufny. Wszystkie postępowania wyjaśniające są prowadzone z zachowaniem całkowitej poufności.

Stosowanie wysokich standardów i norm nie tylko w odniesieniu do jakości i innowacyjności naszych usług, ale także sposobu prowadzenia działalności i utrzymywania relacji biznesowych to wymagania, jakie stawia przed nami rynek. Dlatego zdecydowaliśmy się na wprowadzenie Programu Zarządzania Zgodnością (Compliance).

Program aktywnie wspiera stosowane przez nas dobre praktyki biznesowe. Do głównych zadań Programu należy identyfikacja zagrożeń, monitorowanie incydentów oraz inicjowanie i podejmowanie działań naprawczych, mających na celu zapobieganie potencjalnym negatywnym skutkom nieprzestrzegania przez organizację przepisów prawa, dobrych praktyk i standardów rynkowych.

W ramach Programu wdrożyliśmy szereg istotnych regulacji wewnętrznych. Przygotowaliśmy też szkolenia i materiały informacyjne dla pracowników. Pracownicy, współpracownicy, a także inni interesariusze Orange Polska, mogą nam też zgłaszać pytania i wątpliwości oraz przypadki naruszeń zasad zarządzania zgodnością, dotyczących działalności Orange Polska bądź podmiotów i osób z nim powiązanych.

Wdrożenie Programu Zarządzania Zgodnością oraz stosowanie jego założeń ma na celu zagwarantowanie nam i naszym partnerom prowadzenie działań zgodnie z najwyższymi standardami i jest ważnym elementem budowania zaufania akcjonariuszy, partnerów biznesowych, klientów, pracowników oraz pozostałych interesariuszy, do naszej firmy.



1.3 Ład korporacyjny i zarządzanie ryzykiem

Orange Polska S.A. jako spółka obecna na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. stosuje zasady ładu korporacyjnego w postaci „Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW”.

www.corpgov.gpw.pl

Szczegółowe informacje na temat zasad ładu korporacyjnego, a w szczególności:

- Struktura akcjonariatu
- Statut
- Regulaminy Zarządu i Rady Nadzorczej
- Regulamin Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy
- Oświadczenie dla GPW o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego

zamieszczone są na stronie

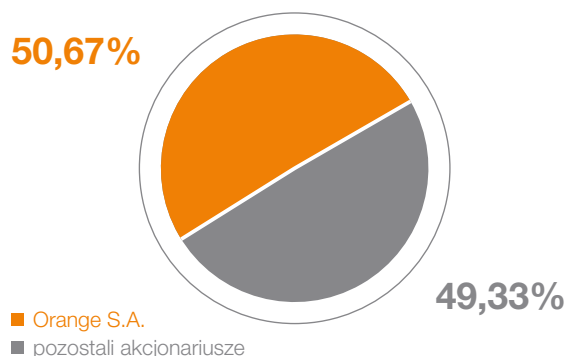
www.orange-ir.pl/corporate-governance.

System kontroli wewnętrznej oraz zarządzania ryzykiem w firmie umożliwia zarządzanie ryzykiem związanym z osiągnięciem celów biznesowych (choć tego ryzyka całkowicie nie eliminuje). Ma na celu również zapewnienie wiarygodności jednostkowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych, a także zgodności funkcjonowania firmy z odpowiednimi przepisami prawa i regulacjami.

Chcąc doskonalić sposób zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu w Orange, opracowaliśmy również listę ryzyk społecznych, która wpisana została w system zarządzania ryzykiem w firmie.

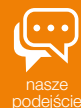
Dalsze informacje na temat systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem są opisane w Sprawozdaniu Zarządu z działalności w 2013 roku, dostępnym na stronie [www.orange.pl/dla inwestorów](http://www.orange.pl/dla_inwestorow).

Struktura własnościowa na dzień 31.12.2013 r.



Orange Polska S.A. zwołuje Walne Zgromadzenia Akcjonariuszy zgodnie z zasadami określonymi w Kodeksie Spółek Handlowych oraz dobrymi praktykami w zakresie komunikacji z akcjonariuszami. Akcjonariusze mogą uczestniczyć w Walnym Zgromadzeniu osobiście lub przez przedstawiciela. Zapewniamy im możliwość zgłaszania rekomendacji i wskazówek. Zgodnie z Kodeksem Spółek Handlowych (art. 401) akcjonariusze posiadający minimum 5% akcji mogą zgłaszać projekty Uchwał. Zachęcamy też naszych akcjonariuszy do odgrywania aktywnej roli w ramach ładu korporacyjnego. Zgoda WZA jest wymagana przy podejmowaniu kluczowych decyzji.

Zarząd i członkowie ścisłego kierownictwa Orange Polska prowadzą aktywny dialog z akcjonariuszami Spółki, organizują regularnie prezentacje dla inwestorów instytucjonalnych oraz przedstawicieli krajowych i międzynarodowych instytucji finansowych.



Rada Nadzorcza

Rada Nadzorcza pełni swoje obowiązki kolegiąlnie. W ramach Rady funkcjonują też komitety: ds. audytu, wynagrodzeń i strategii.

Obowiązki i zakres odpowiedzialności, jak również wymagania w zakresie kwalifikacji i doświadczenia członków Rady Nadzorczej, są określone w Statucie, który precyzuje jej rolę – pełna wersja dokumentu znajduje się na stronie www.orange.pl/dla_inwestorów/lad_korporacyjny. Kompetencje członka Rady Nadzorczej reguluje Statut. Dodatkowe zapisy znajdują się w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW”.






Kwestie dotyczące uniknięcia konfliktu interesów członków Rady Nadzorczej reguluje Regulamin Rady Nadzorczej.

Szczegółowe zapisy dotyczące konfliktu interesów znajdują się też w innych dokumentach wewnętrznych firmy i dotyczą kontroli nad transakcjami z podmiotami powiązanymi, zawierania przez Spółkę istotnych umów z podmiotami powiązanymi, czy procedury identyfikacji podmiotów powiązanych i zatwierdzania transakcji z podmiotami powiązanymi.

W skład Rady Nadzorczej na dzień 31 marca 2014 r. wchodziło 6 Członków Niezależnych. Pełny opis składu Rady Nadzorczej oraz informacje o zmianach w składzie osobowym Rady Nadzorczej, w okresie objętym raportem, dostępne są w Raporcie Rocznym Spółki za 2013 rok oraz na stronie www.orange.pl/dla_inwestorów/lad_korporacyjny.



Zarząd*

					
Mariusz Gaca	Vincent Lobry	Bruno Duthoit	Piotr Muszyński	Jacek Kowalski	Maciej Nowochoński
Członek Zarządu ds. Rynku Biznesowego	Wiceprezes Zarządu ds. Zarządzania Wartością i Konwergencją	Prezes Zarządu	Wiceprezes Zarządu ds. Operacyjnych	Członek Zarządu ds. Zasobów Ludzkich	Członek Zarządu ds. Finansów

*skład na 31 marca 2014 r.

Zarząd składa się z 6 członków, w tym Prezesa Zarządu, powołanych przez Radę Nadzorczą zwykłą większością głosów oddanych. Kadencja członków Zarządu trwa trzy lata.

Szczegółowy zakres uprawnień Zarządu określa Regulamin Zarządu dostępny pod adresem

www.orange.pl/dla_inwestorow/lad_korporacyjny.

Zmiany w składzie Zarządu opisane są szczegółowo w Raporcie Rocznym Spółki za 2013 rok oraz na stronie www.orange.pl/dla_inwestorow/lad_korporacyjny.

Członkowie Rady Nadzorczej i Zarządu Spółki wypełniają kwartalne oświadczenia, w których deklarują wszelkie formy powiązań ze spółką i podmiotami zależnymi, które są ujawnione zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości w sprawozdaniu finansowym Spółki.

Dyrektorzy Wykonawczy

			
Irmina Bubałło-Wojciechowska	Witold Drożdż	Jolanta Dudek	Magdalena Hauptman
Dyrektor Wykonawczy ds. Centrum Usług	Dyrektor Wykonawczy ds. Korporacyjnych	Dyrektor Wykonawczy ds. Obsługi Klientów	Dyrektor Wykonawczy ds. Efektywności i Relacji z Klientami

			
Bożena Leśniewska	Michał Paschalis-Jakubowicz	Paweł Patkowski	Jarosław Starczewski
Dyrektor Wykonawczy ds. Sprzedaży Detalicznej	Dyrektor Wykonawczy ds. Marketingu Rynku Masowego	Dyrektor Wykonawczy ds. Marki i Komunikacji Marketingowej	Dyrektor Wykonawczy ds. Rynku Klientów-Operatorów

wiarygodność sprawozdań finansowych

Dbamy, aby inwestorzy mieli dostęp do wiarygodnych informacji. Wysoka jakość przygotowywanych przez nas sprawozdań finansowych została doceniona przyznaniem nam w 2013 roku wyróżnienia za najlepsze zastosowanie Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej (MSSF) w sprawozdaniach finansowych za 2012 rok, w 8. edycji konkursu „The Best Annual Report 2012” organizowanego przez Instytut Rachunkowości i Podatków w Warszawie. Celem nadrzędnym konkursu jest promowanie firm przygotowujących najlepsze skonsolidowane raporty roczne sporządzone według MSSF z punktu widzenia wartości użytkowej dla akcjonariuszy i inwestorów.

Konkurs odbywa się pod patronatem m.in. Ministerstwa Skarbu Państwa oraz Komisji Nadzoru Finansowego. Partnerem strategicznym jest Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie. W kapitule konkursu zasiadają przedstawiciele Ministerstwa Skarbu Państwa, firm audytorskich i innych instytucji.

Jesteśmy członkiem wielu organizacji branżowych i pracodawców. Oto najważniejsze z nich:

organizacje międzynarodowe:

- Baltic Sea Cable Maintenance Agreement (BSCMA)
- Civil Communications Planning Committee North Atlantic Treaty Organization (CCPC NATO)
- Clearcom
- European Network Planning Meeting (ENPM)
- European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO)
- Forum for International Irregular Network Access (FIINA)
- Global Compact
- Global Settlements Carrier Group (GSCG)
- Global Signaling and Inter-working Forum
- International Cable Protection Committee (ICPC)
- International Inbound Services Forum (IISF)
- International Telecommunication Union (ITU)
- Permanent Platform of Atomium Culture (A.C.)
- RIPE Network Coordination Centre (RIPE NCC)
- TeleManagement Forum (TM Forum)
- Forum of Incidents Response and Security Teams (FIRST)
- One Stop Shopping/Inter – Carrier Data Services Forum

RESPECT Index

Akcje Orange Polska S.A. są włączone do indeksu RESPECT, pierwszego w Europie Środkowo-Wschodniej indeksu spółek odpowiedzialnych. Jego celem jest wyłonienie spółek zarządzanych w sposób odpowiedzialny i zrównoważony; ponadto mocno akcentuje on atrakcyjność inwestycyjną spółek.

Aby znaleźć się w indeksie, Spółka musiała wykazać się działaniami zgodnymi z najwyższymi standardami zarządzania w zakresie ładu korporacyjnego, ładu informacyjnego i relacji z inwestorami, a także w obszarze ochrony środowiska, kwestii społecznych i pracowniczych.

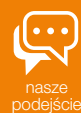
W każdej edycji indeksu RESPECT wymagania stawiane firmom są coraz wyższe. Nasza Spółka jest obecna w indeksie RESPECT od początku jego istnienia.







nasze podejście



nasze
podejście



integracja
cyfrowa



bezpieczna
sieć



czyste
środowisko



ciekawý
zespół

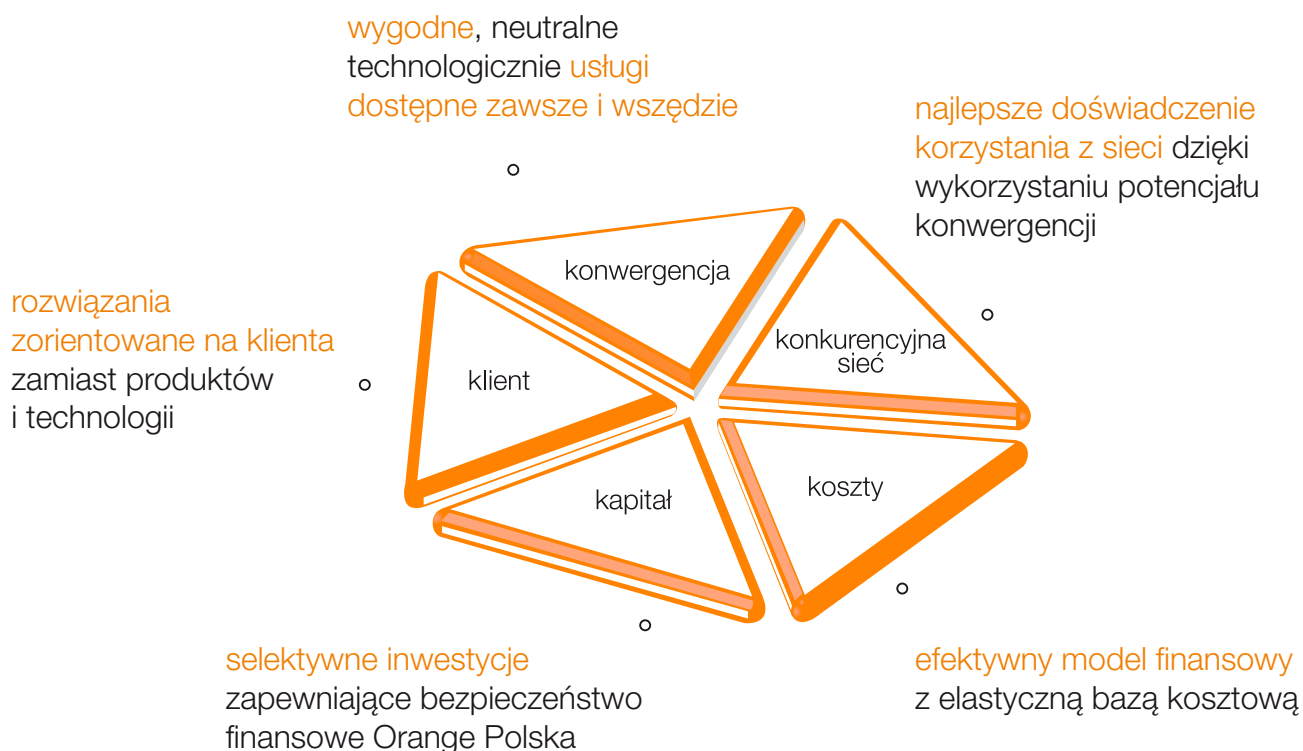


załączniki

nasza strategia

W 2013 roku przyjęliśmy nową strategię, której celem jest zapewnienie Orange Polska znacznie silniejszej pozycji – z lepszą ofertą, efektywniejszą siecią sprzedaży oraz bardziej efektywną i elastyczną strukturą organizacyjną.

fundamenty i priorytety strategii 2013-2015



Witold Drożdż,
Dyrektor Wykonawczy
ds. Korporacyjnych

Odpowiedzialność biznesu to proces włączania zmieniających się oczekiwań społecznych w strategię zarządzania firmy, a także monitorowania wpływu firmy na jej otoczenie.

Rosnący stopień złożoności i zmienności otaczającego nas świata, wysokie oczekiwania naszych interesariuszy – klientów, pracowników, inwestorów, partnerów biznesowych i społecznych, wymagania ekologiczne to najważniejsze czynniki powodujące konieczność poszukiwania coraz lepszych dróg zrównoważonego rozwoju dla naszej firmy.

Dlatego społeczna odpowiedzialność jest coraz bardziej istotnym elementem strategii biznesowej Orange Polska. Dzięki niej możemy lepiej przygotować się do zmian o charakterze społecznym, prawnym czy ekonomicznym, budować zaufanie do firmy, oferować lepsze usługi czy zwiększać lojalność naszych pracowników i klientów. Wierzymy, że dzięki CSR zyskuje firma, jej partnerzy i całe otoczenie.

2.1 strategia społecznej odpowiedzialności

misja CSR



działamy konsekwentnie, aby:

- ✓ umożliwić wszystkim korzystanie z możliwości cyfrowego świata, niezależnie od umiejętności, miejsca zamieszkania, wieku czy sprawności,
- ✓ budować przejrzyste i uczciwe relacje z naszymi klientami,
- ✓ dostarczać wszystkim naszym inwestorom pełnej informacji na temat naszej działalności,
- ✓ realizować cele biznesowe z poszanowaniem zasad ekologii i w harmonii ze środowiskiem,
- ✓ tworzyć kulturę współpracy, w której wszyscy pracownicy czują się szanowani, swobodnie realizują cele zawodowe i życiowe pasje.



Magdalena Rędziniak,
Dyrektor CSR

W Orange Polska konsekwentnie pracujemy nad tym, by CSR był obecny w każdym obszarze działania firmy. Z jednej strony rolą działu CSR jest edukacja organizacji w zakresie wyzwań zrównoważonego rozwoju, jakie stoją przed naszą branżą i firmą. Z drugiej – wdrażanie strategicznego podejścia do włączania idei społecznej odpowiedzialności w procesy biznesowe i zadania naszych pracowników.

2013 rok był dla nas kolejnym okresem wyjątkowej pracy nad implementacją nowej strategii CSR. Postawiliśmy sobie za cel mierzenie i pokazywanie rzeczywistych rezultatów działań CSR, dlatego kluczowe dla nas było wyznaczenie sobie konkretnych celów związanych z czterema obszarami naszej strategii – integracja cyfrowa, bezpieczna sieć, ciekawy zespół oraz czyste środowisko – i mierników ich realizacji. Dzięki temu możemy lepiej monitorować działania firmy w zakresie CSR, oceniać ich rezultaty i inspirować firmę do kolejnych wyzwań w obszarze społecznej odpowiedzialności.



obszary strategii społecznej odpowiedzialności Orange Polska



integracja
cyfrowa

ponieważ chcemy, aby każdy mógł korzystać z możliwości cyfrowego świata, niezależnie od umiejętności, miejsca zamieszkania, wieku czy sprawności



bezpieczna
sieć

ponieważ chcemy, aby korzystanie z najnowszych technologii było proste i wolne od zagrożeń



czyste
środowisko

ponieważ chcemy realizować nasze cele biznesowe z poszanowaniem zasad ekologii i w harmonii ze środowiskiem



ciekawy
zespół





















ponieważ chcemy tworzyć kulturę współpracy, w której wszyscy pracownicy czują się szanowani, swobodnie realizują cele zawodowe i życiowe pasje

W Orange Polska od kilku lat wdrażamy politykę społecznej odpowiedzialności biznesu we wszystkich obszarach działalności naszej firmy. Nie może więc zabraknąć narzędzia, które uwzględni oczekiwania naszych interesariuszy, jak również wyzwania społeczne, które stoją przed naszą firmą i branżą. Takim narzędziem jest dla nas strategia społecznej odpowiedzialności biznesu.

W 2013 roku przyjęliśmy nową strategię CSR. Kluczowym elementem w jej tworzeniu były wnioski z dialogu z interesariuszami, trendy rynkowe oraz wyzwania społeczne dla naszej branży w Polsce i na świecie. Strategia uwzględnia cele biznesowe firmy i wpisuje się w ich realizację.

Nad realizacją strategii czuwa **Komitet Sterujący ds. CSR**, złożony z menedżerów odpowiedzialnych za poszczególne obszary funkcjonowania firmy. Celem Komitetu jest zarządzanie polityką CSR w Orange Polska – zatwierdzanie długoterminowych planów, koordynowanie i nadzór nad realizacją strategii CSR. Każdy z Członków Komitetu wyznacza koordynatora działań CSR w swoim obszarze. Przewodniczącym Komitetu jest Dyrektor Wykonawczy ds. Korporacyjnych – Witold Drożdż.

Na co dzień działaniami z zakresu społecznej odpowiedzialności zajmuje się zespół CSR, który współpracuje z koordynatorami CSR w obszarach, a także ze specjalistami CSR w Orange z innych krajów. Dział CSR znajduje się w strukturze Komunikacja Korporacyjna i CSR i podlega Dyrektorowi Wykonawczemu ds. Korporacyjnych.

obszar	działanie	cele do 2015 roku	status realizacji	
integracja cyfrowa	dostosowanie usług do potrzeb osób z niepełnosprawnościami	1/6 salonów sprzedaży dostosowana do potrzeb klientów z niepełnosprawnościami	zrealizowane konsultacje ze środowiskiem osób z niepełnosprawnościami, start projektu w 2014 roku	
	obsługa bez barier – przeszkolenie pracowników obsługi w zakresie potrzeb klientów z niepełnosprawnościami		start szkoleń w 2014 roku	
	dostępna strona internetowa na poziomie AA wg standardu WCAG 2.0.		31,8% dostępności według standardu WCAG 2.0.	
	edukacja cyfrowa seniorów	opracowanie kompleksowego programu edukacji cyfrowej seniorów	opracowanie materiałów edukacyjnych „ABC Internetu”, projekt „Spotkania z pasjami”	
	edukacja w zakresie nowych technologii dla społeczności	realizacja przez Fundację Orange programów budujących kompetencje cyfrowe dla społeczności – dotarcie do 110 tys. osób	realizacja programów: Pracownie Orange, Akademia Orange, Orange dla bibliotek, Edukacyjne Wyspy Orange, Program Dotacji	
bezpieczna sieć	zapewniających bezpieczeństwo dzieci w internecie	wprowadzenie ofert zawierających narzędzia kontroli rodzicielskiej	start w 2014 roku	
	edukacja dzieci w zakresie bezpieczeństwa w internecie	przeszkolenie 178 tys. dzieci z zasad bezpiecznego internetu	156 tys. dzieci przeszkolonych w zakresie bezpieczeństwa w sieci	
	edukacja rodziców i nauczycieli w zakresie bezpieczeństwa w internecie	wydanie nowej edycji bezpłatnego poradnika dla rodziców nt. „Bezpieczne media”	badanie zrealizowane w 2013 roku	
	dbanie o bezpieczeństwo danych klientów	opracowanie i wdrożenie nowej „Polityki bezpieczeństwa danych osobowych” oraz „Regulaminu przetwarzania danych osobowych”	wydanie Poradnika w 2014 roku	
	odzyskiwanie urządzeń (telefony komórkowe, modemy, itp.)	odzyskanie 7,5% urządzeń w stosunku do wprowadzonych na rynek	wykonane	
czyste środowisko	promocja e-dokumentów	57% naszych klientów dostaje e-fakturę	2,5% odzyskanych urządzeń w stosunku do wprowadzonych na rynek	
	ekoopakowania	100% urządzeń dostarczanych przez proces odnowy w ekoopakowaniach	46% naszych klientów korzysta z e-faktury	
	zmniejszenie zużycia energii	uruchomienie kompleksowego programu oszczędności energii elektrycznej	pozytywne wyniki testów logistycznych ekoopakowań i gotowość do rozpoczęcia produkcji w odnowie	
			start programu w 2014 roku	
ciekawy zespół		co najmniej 35% kobiet na stanowiskach menedżerskich	36,7% kobiet na stanowiskach menedżerskich	
	równe szanse dla wszystkich w dostępie do pracy i awansów	65% list sukcesorów w grupie TOP menedżerów z przynajmniej jedną kobietą na liście	41,7% list sukcesorów w grupie TOP menedżerów z przynajmniej 1 kobietą na liście	
		2,30% osób z niepełnosprawnościami zatrudnionych w firmie	0,8% osób z niepełnosprawnościami zatrudnionych w firmie	
	zarządzanie różnorodnością	wprowadzenie polityki zarządzania różnorodnością w firmie	start programu w 2014 roku	
	kultura organizacyjna oparta na zaangażowaniu	co najmniej 10% pracowników zaangażowanych w wolontariat pracowniczy	wykonany audyt różnorodności jako podstawa do dalszych działań	
			17% pracowników realizujących projekty wolontariackie	



integracja cyfrowa



bezpieczna sieć



czyste środowisko



ciekawy zespół



załączniki

- **Forum Odpowiedzialnego Biznesu** – od 9 lat jesteśmy partnerem Forum Odpowiedzialnego Biznesu i regularnie uczestniczymy w zespołach roboczych opracowujących materiały informacyjne i edukacyjne dotyczące ważnych kwestii społecznych.
- **Liga Odpowiedzialnego Biznesu** to program FOBu propagujący wiedzę z zakresu CSR wśród studentów polskich uczelni. Od 6 lat jesteśmy jego partnerem.
- **Global Compact** to największa na świecie inicjatywa na rzecz odpowiedzialności korporacyjnej i zrównoważonego rozwoju, zobowiązująca firmę do działania zgodnie z 10 podstawowymi zasadami z zakresu praw człowieka, praw pracowniczych, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji. W 2006 roku zobowiązaliśmy się do przestrzegania tych zasad.
- „**Wizja zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu 2050**” – to projekt Ministerstwa Gospodarki. Aktywnie uczestniczymy w pracach grup roboczych opracowujących wytyczne do tego dokumentu.

- **Komitet CSR we Francuskiej Izbie Przemysłowo-Handlowej** – powstał w 2012 roku z naszej inicjatywy. Celem Komitetu jest promocja idei społecznej odpowiedzialności w biznesie, wymiana dobrych praktyk i doświadczeń.



Aktywnie uczestniczymy
w dyskusji o CSR w Polsce
i chętnie dzielimy się z innymi
własnymi doświadczeniami
i dobrymi praktykami.



Mirella Panek-Owsiańska,
Prezeska Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Obserwuję rozwój CSR w Orange od kilku lat i widzę jak kompleksowo i strategicznie firma podchodzi do zagadnień odpowiedzialności. Sesje dialogu z interesariuszami dostarczyły informacji o ich oczekiwaniach, powstała strategia i mierniki, które są raportowane, nie tylko w firmie, ale także w fundacji korporacyjnej. Sam proces tworzenia najnowszego raportu społecznego jest bardzo innowacyjny, wykorzystujący internet do angażowania interesariuszy. Chciałabym, żeby kolejnym etapem rozwoju CSR było większe włączanie klientów firmy w działania edukacyjne czy też konkretne aktywności, bo kilkanaście milionów abonentów to olbrzymi potencjał do wykorzystania.



prof. Bolestaw Rok,
Centrum Etyki Biznesu
i Innowacji Społecznych,
Akademia Leona Koźmińskiego

Od dawna obserwuję, w jaki sposób CSR wpływa na Orange w Polsce i w jaki sposób Orange wpływa na CSR. Główny instrument praktyki CSR, czyli dialog z interesariuszami, doprowadził do kolejnych zmian w całej kulturze organizacyjnej Orange. Ale to także zachęta dla wielu innych firm, które zaczynają poważnie podchodzić do CSR.

Badania pokazują, że brak rzetelnego dialogu z interesariuszami potrafi zniszczyć każdą firmę. Dialog jednak dopiero wtedy ma sens, gdy wyraźnie określamy takie obszary, w których interesariusze mają realny wpływ. Dlatego znacznie rzadziej niż jeszcze kilka lat temu „walczy się” z krytycznie nastawionymi interesariuszami, bo jeżeli z kimś nie jest nam po drodze, to trzeba się z tym po prostu pogodzić. A za to dużo więcej uwagi poświęca się tym, z którymi rzeczywiście coś nas wiąże. I wtedy w różnych procesach ta mądrość interesariuszy prowadzi do innowacyjnych rozwiązań.

Pogłębianie dialogu z naprawdę angażującymi się interesariuszami najlepiej przyczynia się do wspólnego tworzenia wartości społecznej, czy nawet szerzej – wartości zrównoważonej. W dyskusjach naukowych podkreśla się rolę otwartych innowacji jako czynnika budującego przewagę konkurencyjną. Takie innowacje umożliwiają z kolei dalszą współpracę z otoczeniem, czyli z zaangażowanymi użytkownikami jako współtwórcami wartości. To dzięki temu zachodzi proces przemiany biernych interesariuszy w aktywnych obywateli podejmujących wyzwania zrównoważonego rozwoju.



Henryka Bochniarz,
Prezydent Konfederacji Lewiatan

Konfederacja Lewiatan od lat aktywnie promuje wśród polskich przedsiębiorstw ideę społecznej odpowiedzialności. Jesteśmy głęboko przekonani, że jest to strategia biznesowa, która skutecznie godzi wyzwania społeczne i ekonomiczne stojące dziś przed każdą firmą i całym wolnym rynkiem.

Lewiatan realizuje wiele projektów, których zadaniem jest współtworzenie i upowszechnianie narzędzi do praktycznej realizacji CSR w firmie, dzielenie się dobrymi praktykami i uczenie się od siebie nawzajem. Aktualnie promujemy zaangażowanie przedsiębiorców w budowę kapitału społecznego w firmie poprzez wykorzystanie narzędzi CSR. W każdym z tych projektów obecny jest Orange Polska. Wasza firma uczestniczy także w organizowanych przez nas konkursach Dobrych Praktyk CSR, zawsze plasując się na czele każdego rankingu. Bardzo cenimy sobie Wasze zaangażowanie zarówno w utrzymywanie najwyższych standardów społecznej odpowiedzialności wewnątrz firmy, jak i nieustanną gotowość do dzielenia się wiedzą i doświadczeniem. Miło nam, że Orange Polska to jedna z czołowych firm członkowskich Lewiatana.



integracja
cyfrowa



bezpieczna
sieć



czyste
środowisko



ciekawy
zespół



załączniki



kalendariusz wydarzeń CSR 2013



Styczeń

- Ogłoszenie nowego składu RESPECT Index na Gieldzie Papierów Wartościowych w Warszawie – po raz szósty z naszym udziałem.
- Ogłoszenie zwycięzców IV edycji plebiscytu „Gwiazdy dobroczynności”. Orange Polska jest partnerem tego projektu.



Luty

- Dzień Bezpiecznego Internetu. Fundacja Orange po raz kolejny jako partner wydarzenia.
- Inauguracja II etapu projektu „Wizja zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu 2050” w Ministerstwie Gospodarki. Orange Polska uczestniczy w realizacji projektu.
- Konferencja Forum Odpowiedzialnego Biznesu „Polska Karta Różnorodności – rok doświadczeń, rok wyzwań”. Nasza firma po raz drugi Opiekunem Karty Różnorodności w Polsce.



Marzec

- Orange Polska po raz trzeci w grupie najwyżej ocenionych TOP Employers Polska.
- XI edycja „Raportu dobrych praktyk” wydawanego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. 10 projektów Orange uznanych jako dobra praktyka biznesu w zakresie CSR.
- Statuetka Wielkiego Serca dla Fundacji Orange w uznaniu działalności społecznej na rzecz mieszkańców Olsztyna.
- Wspólne działania Orange Polska i Fundacji Dzieci Niczyje na rzecz bezpieczeństwa dzieci w internecie uznane za najlepsze partnerstwo firmy z organizacją społeczną i nagrodzone w polskiej edycji międzynarodowego konkursu European CSR Award Scheme.



Kwiecień

- Orange Polska zajęła 1. miejsce wśród spółek z branż telekomunikacja, technologia, media i rozrywka, w VII Rankingu Odpowiedzialnych Firm. Ranking przygotowały: Gazeta Prawna, Akademia Leona Koźmińskiego i Forum Odpowiedzialnego Biznesu, a audyt wyników przeprowadziła firma doradcza PwC.



Maj

- Międzynarodowy Dzień Rodziny w Orange Polska.
- Program wolontariatu pracowniczego w Orange Polska oraz działania na rzecz dzieci z wadą słuchu prowadzone przez Fundację Orange nagrodzone w konkursie Dobroczyńca Roku.



Czerwiec

- Konferencja „E-dostępność sektora publicznego w Polsce – osiągnięcia i wyzwania” z udziałem Orange Polska.
- Powstaje Rada Różnorodności przy Konfederacji Lewiatan, w której uczestniczy przedstawiciel Orange Polska.



Lipiec

- Szerokie Porozumienie na Rzecz Umiejętności Cyfrowych Polaków. Orange Polska jednym z sygnatariuszy Porozumienia.



Sierpień

- CERT Orange Polska certyfikuje bezpieczeństwo przeglądarki internetowej dla dzieci BeSt wymyślonej przez Fundację Dzieci Niczyje.



Wrzesień

- Program Pracownice Orange wyróżniony w raporcie Gazety Finansowej.
- Rusza projekt Fundacji Orange na rzecz osób starszych – wirtualne „Spotkania z pasjami” w bibliotekach.
- I Forum Cyfrowych Inspiracji zorganizowane przez Fundację Orange.
- Konferencja o bezpieczeństwie dzieci i młodzieży w internecie w ramach programu KE Safer Internet. Orange partnerem konferencji.
- Konkordia IV „Filary współpracy organizacji pozarządowych z biznesem: Partnerstwo, synergia, komunikacja, rezultaty”. Fundacja Orange partnerem konferencji.
- Inauguracja grupy roboczej MAC ds. bezpieczeństwa dzieci w internecie z udziałem przedstawicieli grupy Orange.



Październik

- Rozpoczęcie X edycji Ligi Odpowiedzialnego Biznesu. Partnerem programu dla studentów po raz kolejny zostaje Orange Polska.
- Jubileusz X-lecia programu dla dzieci w szpitalach „Telefon do Mamy”.
- Konferencja „Secure” poświęcona bezpieczeństwu teleinformatycznemu. Orange Polska partnerem wydarzenia.
- Wprowadzenie do floty Orange Polska samochodów elektrycznych.
- 3.Tydzień Wolontariatu Pracowniczego w Orange – do akcji wolontariackich z Fundacją Orange zgłosiło się 550 pracowników firmy.



Listopad

- Gala Finałowa VII edycji konkursu Liderzy Filantropii organizowanego przez Forum Darczyńców. Orange Polska partnerem merytorycznym konkursu.



Grudzień

- Raport Społecznej Odpowiedzialności Orange Polska 2012 otrzymuje w Konkursie Raporty Społeczne nagrodę Ministerstwa Gospodarki za nieustanne podwyższanie standardów w zakresie działań CSR na polskim rynku. Raport uzyskał także wyróżnienie za mierzenie efektywności działań społecznych.
- Konferencja „Wolontariat drogą do odpowiedzialnego przywództwa” w ramach koalicji „Prezesa – Wolontariusze 2011”, w której uczestniczy Orange Polska.
- Program Pracownice Orange najlepszym projektem z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu w konkursie „Złote Spinacze”, organizowanym przez Związek Firm Public Relations.
- Ogłoszenie nowego składu RESPECT Index – po raz siódmy z naszym udziałem.
- 8. urodziny Fundacji Orange.
- **31 grudnia – TP i PTK Centertel stają się jedną firmą – Orange Polska S.A.**



2.2 dialog i relacje

Dialog z interesariuszami to dla nas proces, który pomaga nam lepiej odpowiadać na oczekiwania naszych klientów, partnerów biznesowych, dostawców, inwestorów, pracowników oraz otoczenia społecznego.

W 2011 roku zdecydowaliśmy się na podjęcie procesu dialogu z interesariuszami wg standardu AA 1000. Podstawą dialogu stały się kluczowe wyzwania społeczne ważne dla weryfikacji strategii CSR. Istniejące i sprawdzone już kanały komunikacji z interesariuszami w firmie uzupełniliśmy o nowe narzędzia – tj. dyskusje tematyczne, cykl indywidualnych spotkań Prezesa Zarządu z przedstawicielami kluczowych dla funkcjonowania firmy instytucji i urzędów, debaty z ekspertami czy panele interesariuszy.

W 2013 roku skupiliśmy się na tematach, które w analizie procesów wewnętrznych (wnioski z podsumowania pierwszych etapów dialogu, badania, audyty) oraz zewnętrznych (wyzwania rynkowe) zostały zidentyfikowane jako kluczowe.

Wśród najważniejszych tematów, które poddaliśmy dyskusji znalazły się:

- oczekiwania osób starszych jako klientów,
- dostosowanie naszych usług do potrzeb osób z niepełnosprawnościami,
- bezpieczeństwo dzieci w sieci,
- zarządzanie różnorodnością w firmie,
- kwestie związane z obawami dotyczącymi fal elektromagnetycznych.

Tematy te zostały pogłębione poprzez badania i audyty tak, aby dostarczyć firmie potrzebnych informacji do dokonania zmian. Dodatkowo, wspólnie z Pracownią Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” opracowaliśmy nowe narzędzie dla firmy – proces dialogu partycypacyjnego związany z dostosowaniem naszych usług do potrzeb osób z niepełnosprawnościami.

Dialog wykorzystaliśmy również w tworzeniu tego Raportu. Zaprosiliśmy internautów do dyskusji nad treścią i formą Raportu Społecznej Odpowiedzialności Orange Polska 2013. Na blogu korporacyjnym www.blog.orange.pl przez kilka tygodni w ramach cyklu „Piszemy Raport CSR” przechodziliśmy przez wszystkie etapy pisania Raportu prosząc internautów o uwagi, komentarze, zgłaszanie nam swoich oczekiwań. Raport dyskutowany był też z pracownikami firmy w ramach cotygodniowego newslettera.



- **13** odcinków cyklu „Piszemy Raport CSR”
- **28** internautów wzięło udział w dyskusji
- **129** komentarzy pod wpisami



Monika Kulik,
Ekspert ds. CSR

Od kilku lat na blogu korporacyjnym www.blog.orange.pl piszę o społecznej odpowiedzialności naszej firmy. Zajmuję się też przygotowaniem rocznego Raportu CSR. W tym roku postanowiłam połączyć te dwie aktywności i pisać Raport on-line. Przez kilka tygodni, co wtorek, zapraszałam internautów do dyskusji – ocenialiśmy poprzedni Raport, wymyślaliśmy, jak powinien wyglądać nowy, zastanawialiśmy się nad treścią poszczególnych rozdziałów, a także nad wyborem odpowiedniej grafiki.

Muszę przyznać, że było to dla mnie inspirujące i twórcze doświadczenie. Byłam gotowa na trudne tematy, a nawet krytykę. Tymczasem byłam pozytywnie zaskoczona poziomem dyskusji, znajomością tematu i zaangażowaniem moich rozmówców, którzy towarzyszyli mi przez kilka tygodni podpowiadając, jak przygotować dobry i pełny opis społecznej odpowiedzialności w Orange Polska. Dzięki nim ten Raport zawiera wiele nowych wątków i tematów, a także ma ciekawą formę. Mam nadzieję, że okaże się interesujący dla wszystkich czytelników.



integracja
cyfrowa



bezpieczna
sieć



czyste
środowisko



ciekawý
zespół



załączniki

dialog z interesariuszami

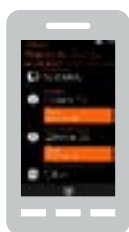
klienci/rynek	<ul style="list-style-type: none"> • klienci indywidualni • klienci biznesowi • klienci kluczowi • organizacje konsumenckie • instytucje rządowe • operatorzy telekomunikacyjni • konkurenci • partnerzy biznesowi i dystrybutorzy • klienci usług komplementarnych 	<ul style="list-style-type: none"> • badania satysfakcji klienta • proces „słuchamy – zmieniamy” • Rzecznik Klientów • media społecznościowe • dialog z organizacjami konsumenckimi • dialog partycypacyjny
pracownicy	<ul style="list-style-type: none"> • pracownicy etatowi • pracownicy kontraktowi i outsourcingowi • kadra zarządzająca • stażyści i pracownicy czasowi • firmy partnerskie • kandydaci na pracowników • byli pracownicy • związki zawodowe • organizacje pracodawców • instytucje rynku pracy 	<ul style="list-style-type: none"> • badania „Ja w mojej firmie” • badania satysfakcji z usług wewnętrznych • dialog ze związkami zawodowymi • Rada Pracowników • Umowa Społeczna
dostawcy	<ul style="list-style-type: none"> • dostawcy globalni • dostawcy lokalni • dostawcy jednorazowi • dostawcy długofalowi 	<ul style="list-style-type: none"> • spotkania z dostawcami • badania opinii • QREDIC • audyty
inwestorzy	<ul style="list-style-type: none"> • inwestorzy instytucjonalni • inwestorzy indywidualni • agencje ratingowe • brokerzy • GPW • instytucje nadzorujące rynek kapitałowy (np. KNF, KDPW) 	<ul style="list-style-type: none"> • raportowanie • Kodeks Dobrych Praktyk GPW • spotkania z inwestorami • telekonferencje • badania opinii akcjonariuszy • konferencje branżowe • strona internetowa dedykowana inwestorom • Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy
otoczenie prawne i regulacyjne	<ul style="list-style-type: none"> • instytucje regulacyjne – UKE, URE, UOKiK • organy egzekwujące przepisy prawne – np. GIODA, GUS 	<ul style="list-style-type: none"> • porozumienie TP – UKE • konsultacje • sprawozdawczość • spotkania • konferencje branżowe
otoczenie społeczne	<ul style="list-style-type: none"> • społeczności lokalne • organizacje pozarządowe • instytucje publiczne • organy administracji państwowej i samorządowej • rząd • media • liderzy opinii i organizacje profesjonalne • uczelnie i akademicy 	<ul style="list-style-type: none"> • badania • spotkania • konsultacje • partnerstwo w realizacji programów społecznych i edukacyjnych • współpraca
środowisko	<ul style="list-style-type: none"> • organizacje ekologiczne • organy administracji państwowej i instytucje regulacyjne • lasy państwowe 	<ul style="list-style-type: none"> • konsultacje • współpraca • sprawozdawczość

dialog z klientami

Zapewniamy naszym klientom, zgodnie z ich potrzebami i preferencjami, różnorodne kanały kontaktu z firmą. Mogą się z nami kontaktować on-line poprzez portal orange.pl, gdzie intuicyjnie i szybko znajdą najświeższe informacje na temat ofert i promocji.



ok. **545 000** 
unikalnych użytkowników
codziennie odwiedza nasz portal




ponad **44 000** klientów
pobiera miesięcznie aplikację
„Mój Orange”



ok. **3 600** rozmów dziennie
prowadzi nasz Wirtualny Doradca Ewa

Ważnym miejscem dyskusji o ofertach i usługach telekomunikacyjnych są media społecznościowe. Internauci nie tylko wymieniają się tam opiniami i doświadczeniami, ale oczekują, że będą mogli otrzymać potrzebne informacje, skorzystać z porady i załatwić sprawy związane z usługami. Chcemy być tam, gdzie nasi klienci, dlatego w Orange Polska działa grupa profesjonalnych doradców, którzy są obecni na forach, blogach, odpowiadając na pojawiające się pytania i rozwiązując sprawy zgłaszane przez internautów.

Klienci находят нас на Facebooku, gdzie uzyskają pomoc, dołączają konto i obejrzą videoinstrukcje z udziałem Ekspertów Orange. Nasi klienci находят tu pomoc i wyjaśnienia we wszystkich sprawach związanych z obsługą i działaniem naszych usług. W ciągu 12 miesięcy zespół Ekspertów Orange na Facebooku obsłużył ponad 26 tys. zapytań, a średni czas rozwiązania sprawy opisanej na tablicy profilu Orange Polska wyniósł 7 minut.

Na fanpage'u Orange Polska klienci mogą skorzystać z kompleksowych narzędzi obsługowych. W zakładce Pomoc Orange mają do dyspozycji „doradcę oferty”, który w ciągu kilku minut proponuje najlepsze dla nich rozwiązanie. Klienci mogą też skorzystać z formularza kontaktowego, by zgłosić swój problem lub w zakładce „zrób to sam” samodzielnie sprawdzić np. stan płatności czy plan taryfowy. Pomocy udziela również Wirtualny Doradca oraz eksperci poprzez wideoczat, gdzie rozwiązanie sprawy trwa ok. 8 minut. Osoby poszukujące odpowiedzi na pytania mogą dołączyć do społeczności w aplikacji „daj mi radę”.

W efekcie, spośród wszystkich profili telekomunikacyjnych to właśnie na fanpage'u Orange Polska konsumenci zadają pytania najchętniej. Dla młodszych klientów profil Orange Polska stał się jednym z wiodących kanałów kontaktu z firmą.



Dużą popularnością wśród internautów cieszy się również kanał wideo „pomoc Orange” na YouTube, gdzie umieszczamy krótkie filmy instruktażowe, wyjaśniające jak działają nasze usługi. Na portalu orange.pl działa z kolei „forum pomocy technicznej” (ponad 13 mln odsłon). Tu miesięcznie pojawia się 550 bardzo różnych wątków, a klienci uzyskali 48 tys. odpowiedzi.

1,7 mln fanów
Orange Polska

2,3 mln fanów
Serca i Rozumu

60 000
odpowiedzi Ekspertów Orange
na pytania zadane na Facebooku

Od kilku lat działa firmowa platforma blogowa, w tworzeniu której uczestniczą pracownicy Orange Polska – specjaliści w swoich dziedzinach. Średnio miesięcznie strona ma 150 tys. użytkowników. Ta platforma to nowoczesny komunikator, w którym znajdziemy materiały multimedialne, reportaże wideo, autorskie materiały filmowe czy transmisje „na żywo”. To wirtualne miejsce interakcji pomiędzy firmą a klientami, otwarte na komentarze i słowa krytyki. Jednym z tematów, który poruszamy na naszym blogu, jest społeczna odpowiedzialność biznesu.

Zwolenników tradycyjnego sposobu kontaktu zapraszamy do sieci naszych salonów, w których nasi konsultanci doradzą w wyborze oferty i pomogą w rozwiązaniu problemów.

Infolinie działają całą dobę, aby pytania naszych klientów nie pozostały bez odpowiedzi, a dzięki części automatycznej szybko i łatwo sprawdzą oni status swoich zgłoszeń i płatności.

✓ **94%** klientów deklaruje, że uzyskało informacje lub załatwiło sprawę

✓ **93%** klientów było zadowolonych z obsługi przez pracownika

✓ **60%** klientów poleciłoby nasze usługi*

Naszą ambicją jest bycie najchętniej polecanym operatorem w Polsce, a miarą tej ambicji jest wskaźnik Net Promoter Score (NPS) czyli różnica między liczbą naszych promotorów i krytyków. Dobrze wiemy, że najlepszym ambasadorem marki jest zadowolony klient.

Wskaźnik NPS znajduje się w celach premiowych wszystkich pracowników Orange Polska. Od stycznia 2013 do grudnia 2013 NPS wzrósł o 6,8 punktu procentowego.

Czy polecił(a)by Pan(i) usługi Orange innej osobie, która dopiero zastanawia się nad wyborem operatora telekomunikacyjnego? Proszę skorzystać z ocen od 1 do 5, gdzie 1 oznacza zdecydowanie odradzał(a)bym, a 5 zdecydowanie polecał(a)bym.

pytanie o rekomendację jest jednym z pytań, które zadajemy naszym losowo wybranym klientom w ankiecie satysfakcyjnej.

* badania wewnętrzne, grudzień 2013

Aby lepiej odpowiadać na oczekiwania naszych klientów, systematycznie mierzymy ich satysfakcję i badamy:

- charakterystykę naszych klientów, ich preferencje i oczekiwania,
- preferencje i oczekiwania klientów w specyficznych grupach,
- relacje klientów z operatorem i percepcję naszej marki,
- satysfakcję klientów z oferty,
- zadowolenie klientów z technicznych aspektów oferowanych przez nas produktów, tj.: prędkość internetu czy jakość obrazu,
- zadowolenie z obsługi oraz naszych pracowników w ramach procesów sprzedaży, dostarczania, reklamacji oraz usuwania usterek.

Nasze **badania satysfakcji klientów** są jednymi z największych w Polsce. Co miesiąc realizujemy w sumie około 20 tys. wywiadów, analizujemy rozmowy ponad 500 tys. klientów infolinii, a także proces reklamacji ponad 30 tys. klientów indywidualnych oraz 2,5 tys. biznesowych.

Podczas wdrażania nowych usług czy funkcjonalności przeprowadzane są w ramach programu **Simplicity+** badania ich ergonomii i użyteczności. Przyjęliśmy zasadę, że użytkownik powinien bez problemu korzystać z produktu, niezależnie od wiedzy technicznej.

Na podstawie badań identyfikujemy przyczyny niezadowolenia Klientów, definiujemy obszary do poprawy i kierunki dalszych działań.

Najważniejsze działania:

- łączenie rozwiązań mobilnych i stacjonarnych w wygodne pakiety,
- dostępność produktów, obsługa i sprzedaż on-line,
- sprawne rozwiązywanie problemów klientów w dowolnym punkcie – szybko, sprawnie i profesjonalnie,
- proste rozwiązania techniczne i profesjonalne wsparcie,
- docenianie klientów za to, że są z nami i korzystają z naszych usług przez dłuższy okres czasu.

Budowanie firmy proklienckiej jest możliwe dzięki zaangażowaniu każdego z naszych pracowników. Dlatego w ramach programu „Na pierwszej Linii” każdy z menedżerów odbywa „praktykę” w wybranej placówce obsługi i sprzedaży. Menedżerowie pełnią też osobisty patronat nad wybraną jednostką pierwszej linii przez cały rok.

Doceniamy najlepszych. Konkurs Nasza 11 wyłania pracowników pierwszej linii: Serwisantów, Sprzedawców i Doradców, którzy są mistrzami w budowaniu relacji z klientami.

Efekty naszych działań i nasze zaangażowanie w zmiany zostały zauważone i nagrodzone przez renomowaną firmę analityczną Gartner, która przyznała Orange Polska nagrodę CRM Excellence Awards w kategorii Customer Experience Excellence doceniając długofalową strategię budowania firmy zorientowanej na klientów oraz konsekwentną jej realizację w ostatnich latach. Uznano, że to najlepszy zakrojony na szeroką skalę program tego typu w Europie.



Bartosz Gott,
Dyrektor Strategii Relacji z Klientami

Duża firma to dużo ludzi, którzy mają różne odpowiedzialności i cele. Koncentrując się na bieżących zadaniach łatwo zapomnieć, że nadrzędnym punktem odniesienia zawsze powinna być satysfakcja klienta.

„Misja Klient” w Orange to nasz sposób na zachowanie perspektywy klienta we wszystkim co robimy: od strategii zaczynając, a na pojedynczym kontakcie z klientem kończąc. Mamy wspólną ambicję odzwierciedloną w strategii Orange Polska na lata 2013-2015 – chcemy być najchętniej polecanym operatorem w Polsce. Jej realizacja wymaga konkretnych działań: inwestycji w sieć, rozbudowy systemów, poprawy procesów i procedur, a także zmian kulturowych wewnątrz firmy. Nasze wysiłki zostały docenione zarówno przez klientów, którzy coraz chętniej rekomendują nasze produkty i usługi, jak również ekspertów, którzy uznali program „Misja Klient” za najlepsze tego typu przedsięwzięcie w Europie. Nagroda stała się dla nas symbolem, że transformacja firmy w organizację zorientowaną na klienta nie jest już tylko odległym marzeniem.

To się faktycznie dzieje i jest efektem naszej ciężkiej pracy, którą wkładamy każdego dnia w poprawę relacji z naszymi klientami.



dialog z organizacjami konsumenckimi

Prowadzimy stały dialog z organizacjami konsumenckimi oraz lokalnymi rzecznikami praw konsumentów, którzy reprezentują grupy klientów doświadczających problemów w kontaktach z operatorami telekomunikacyjnymi.

W ramach tej współpracy utworzyliśmy specjalne zespoły do obsługi spraw klientów kierowanych za pośrednictwem rzeczników konsumentów, organizujemy cykliczne spotkania, które umożliwiają wyjaśnienie wielu spornych kwestii oraz prowadzimy comiesięczną korespondencję, zawierającą informacje o najistotniejszych zmianach w ofercie i obsłudze. Na bieżąco informujemy też o naszych działaniach i wprowadzanych zmianach, ułatwiając rozwiązywanie problemów, z którymi trafiają do nich klienci.

Rzecznik Klientów

W 2003 roku, jako pierwszy operator telekomunikacyjny w Polsce, powołaliśmy Rzecznika Klientów. Do jego głównych zadań należy rozwiązywanie spraw szczególnie skomplikowanych, analizowanie informacji od klientów oraz inicjowanie zmian w procesach obsługowych.

Kodeks Odpowiedzialnej Komunikacji

Chcemy lepiej komunikować się z naszymi klientami – w sposób jasny, przyjazny i odpowiedzialny, dlatego wprowadziliśmy Kodeks Odpowiedzialnej Komunikacji. Celem tego dokumentu jest zastosowanie zobowiązań społecznych i środowiskowych we wszelkich formach komunikacji marketingowej i stworzenie jak najlepszej praktyki dotyczącej komunikacji.

Nasze zasady:

- okazywanie szacunku poprzez włączanie klientów w proces komunikacji,
- pozyskiwanie zaufania poprzez szczerość w komunikacji,
- odpowiedzialne zachowanie podczas rozmów,
- ponoszenie odpowiedzialności za środowisko,
- wdrażanie wśród partnerów podobnych zasad komunikacji.

Nasz Kodeks był konsultowany z polskimi i międzynarodowymi ekspertami, w tym przedstawicielami krajowego regulatora, organizacji konsumenckich, branży marketingowej oraz organizacjami zajmującymi się ochroną środowiska. Kodeks jest udostępniany naszym pracownikom oraz partnerom.

Przy przetargach dotyczących współpracy z agencjami reklamowymi kierujemy się opinią, jaka panuje o nich na rynku. Dodatkowo w podpisywanych umowach zamieszczamy klauzulę etyczną, a kwestie etyczne pojawiają się przy ocenie pracy agencji i jej pracowników. Podpisaliśmy też list intencyjny promujący stosowanie europejskich standardów przetargowych w branży marketingowej. Wytyczne w tej dziedzinie zawiera dokument „Pitch Guideline” ogłoszony wspólnie przez Światową Organizację Reklamodawców WFA (której członkiem jest Orange) oraz Europejskie Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej EACA. Ten dokument szczegółowo opisuje dobre praktyki odpowiedzialnego biznesu w kontekście organizacji przetargów i relacji z partnerami biznesowymi.



dialog z dostawcami

Staramy się, aby relacje z naszymi dostawcami i partnerami biznesowymi oparte były na transparentnych zasadach i wzajemnych zobowiązaniach do przestrzegania standardów etycznych. Zależy nam na dobrych i długotrwałych relacjach z naszymi dostawcami.

ocena dostawców

Bierzemy aktywny udział w realizacji wspólnego dla Grupy Orange programu oceny globalnych dostawców QREDIC. Okresowa ocena dokonywana jest na podstawie wszelkich dostępnych informacji o firmach. W przypadkach budzących wątpliwości, dostawca wzywany jest do udzielenia wyjaśnień i usunięcia nieprawidłowości. Wyniki oceny są wykorzystywane w procesie negocjacji i wyboru dostawców na poziomie globalnym. Definitywnie negatywna ocena w zakresie przestrzegania standardów etycznych i ekologicznych (w szczególności brak działań zmierzających do wyeliminowania ujawnionych nieprawidłowości) dyskwalifikuje dostawcę.

Na poziomie globalnym Orange, wspólnie z innymi operatorami, bierze udział w inicjatywie Joint Audit Cooperation (JAC), której celem jest sprawdzenie u naszych wspólnych dostawców przestrzegania zasad etycznych, środowiskowych, związanych ze zdrowiem i bezpieczeństwem pracowników oraz kwestie niezatrudniania dzieci.

W ramach JAC, w 2013 roku dokonano 38 audytów wśród kluczowych dostawców. Dostawcy, u których wykryto nieprawidłowości zostali zobowiązani do ich usunięcia w określonym terminie.

Lokalnych dostawców zobowiązujemy do przestrzegania klauzuli etycznej, która jest umieszczona w umowach z naszą firmą. Zawiera ona zobowiązania odnoszące się do respektowania zasad etycznych i ochrony środowiska, w tym konwencji międzynarodowych dotyczących praw człowieka oraz szczególnej ochrony praw dziecka. Zapisy klauzuli etycznej uprawniają nas do dokonywania okresowych audytów. Klauzula etyczna jest standardem dla umów przygotowywanych w firmie. Firma nie prowadzi oddzielnej ewidencji dotyczącej procentowej liczby umów zawierających klauzulę etyczną.

W 2013 roku nie było przypadków odrzucenia dostawcy z powodu nieprzestrzegania praw człowieka.

W 2013 roku znacząca większość umów z największymi dostawcami zawierała klauzulę etyczną. Naszym celem jest, aby do 2015 r. klauzule etyczne znalazły się w 90% znaczących umów z naszymi dostawcami.

budowanie trwałych relacji z dostawcami

Staramy się, aby nasze relacje z dostawcami opierały się na kontraktach długoterminowych, zawierających transparentne zasady współpracy. Ponad 90% wartości zakupów jest realizowanych w oparciu o umowy długoterminowe.

umowy długoterminowe



W 2013 roku żaden dostawca nie przekroczył progu 10% udziału w ogólnej wartości naszych zakupów.

Sukcesywnie pracujemy nad tym, aby nasze zobowiązania wobec dostawców były regulowane w terminie. Dzięki systemowi elektronicznego obiegu faktur, wskaźnik terminowości opłat wynosi 92%.



integracja
cyfrowa



bezpieczna
sieć



czyste
środowisko



ciekawy
zespół



załączniki

jasne zasady wyłaniania dostawców

Prowadzimy konkurencyjną i otwartą politykę zakupową, zapewniając dostawcom możliwość bezpośredniego składania zamówień drogą elektroniczną. Obecnie ponad 55% zamówień składanych jest drogą elektroniczną. Dostawcy chcący współpracować z nami mają możliwość samodzielnej rejestracji w bazie potencjalnych dostawców, dzięki której mogą uczestniczyć w procesach zakupowych organizowanych przez Orange Polska.

Opracowaliśmy **Kodeks Etyki dla Organizacji Zakupowej**. Stanowi on zbiór zasad, którymi powinien kierować się każdy pracownik działu Organizacji Zakupowej w bezpośrednich i pośrednich kontaktach z dostawcą. Kodeks obejmuje: procedury zakupowe, które w transparentny sposób określają zasady wyłaniania dostawcy czy zawierania umów, poufności informacji, zwraca uwagę na zagadnienie konfliktu interesów, reguluje kwestie upominków. Jakiegokolwiek naruszenie lub ryzyko naruszenia zasad zawartych w Kodeksie zgłaszane jest przez pracownika przełożonemu lub Dyrektorowi Audytu Wewnętrznego.

przejrzyste zasady współpracy z innymi operatorami

Realizujemy obowiązki wynikające z decyzji regulacyjnych w zakresie równych i przejrzystych zasad współpracy z Operatorami Alternatywnymi (OA). Sposób realizacji zasady niedyskryminacji wobec OA był przedmiotem szczególnych uzgodnień z przedsiębiorcami telekomunikacyjnymi i regulatorem, które doprowadziły do zawarcia w 2009 roku Porozumienia TP – UAE. W ramach wypracowanego modelu współpracy międzyoperatorskiej przygotowano dodatkowe wspierające narzędzia informatyczne, transparentne metody dostarczania informacji oraz raportowania osiągniętych rezultatów.

W szczególności uzgodniono listę KPI w zakresie realizacji procesów dostarczania i świadczenia usług hurtowych, migracji klientów między operatorami, udzielania informacji o infrastrukturze telekomunikacyjnej (także na rzecz jednostek samorządu terytorialnego) i dostępnych usługach hurtowych, wypracowano Kodeks Dobrych Praktyk.

Znaczna część wypracowanych wówczas rozwiązań obecnie znajduje się w decyzjach regulacyjnych, tj. decyzjach kształtujących obowiązki Orange Polska na hurtowych rynkach właściwych oraz w obowiązujących ofertach ramowych.

kary nałożone na Orange Polska w 2013 roku

W raportowanym okresie na Orange Polska nie zostały nałożone kary dotyczące naruszenia prawa konkurencji. Nastąpiło uprawomocnienie rozstrzygnięcia co do kary w wysokości 38 mln złotych w postępowaniu odwoławczym od kary nałożonej przez UOKiK, początkowo w wysokości 75 mln złotych.

Dwa uprawomocnione rozstrzygnięcia zakończonych postępowań odwoławczych, które utrzymały decyzje UAE, dotyczyły: kary za niewywiązanie się w niektórych rejonach z obowiązku zapewnienia połączeń z numerami alarmowymi, w tym z aparatów publicznych oraz kary za nieprzedstawienie UAE do zatwierdzenia projektów zmian cennika usługi „szukam i łączę tp”. Łączna kwota tych kar to 1,2 mln zł.

W raportowanym okresie na Orange Polska nie zostały nałożone kary dotyczące oznakowania i informacji o produktach i usługach, ani kary dotyczące zasad komunikacji marketingowej tj. promocji, reklamy i sponsoringu.

W raportowanym okresie na Orange Polska nie zostały nałożone kary, ani nie nastąpiły uprawomocnione rozstrzygnięcia zakończonych postępowań odwoławczych utrzymujące kary z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi dostawy i użytkowania produktów i usług.

Informacje o innych wcześniej nałożonych karach na Orange Polska są przedstawione w nocie 29 Roszczenia i sprawy sądowe (w tym zobowiązania warunkowe) do Skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Orange Polska, za rok zakończony 31 grudnia 2013 roku, sporządzonego według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej.

2.3 innowacyjność

Interesuje nas zmieniający się świat. Aby obserwować zachodzące zmiany i wyznaczać trendy nowych technologii stworzyliśmy laboratoria Orange – Orange Labs.

Nasze Centrum Badawczo-Rozwojowe (R&D) należy do międzynarodowej sieci Orange Labs, w skład której wchodzi 15 jednostek badawczo-rozwojowych i laboratoriów Orange, działających w 9 państwach: Francji, Hiszpanii, Wielkiej Brytanii, Chinach, Japonii, Egipcie, Jordanii oraz USA i Polsce.

Ważnym elementem działalności Orange Labs jest proces tworzenia, wyboru i wdrażania innowacji, obejmujący współpracę z partnerami zewnętrznymi i realizację prac badawczo-rozwojowych dla Orange Polska i Grupy Orange.

Centrum Badawczo-Rozwojowe to przede wszystkim miejsce promocji nowych technologii i innowacji. Wraz z partnerami biznesowymi regularnie organizujemy konferencje – Innovation Days, Innovative Technology, warsztaty i pokazy prototypów, wymianę doświadczeń i budowanie pozytywnego partnerstwa. Miejscem, gdzie można zobaczyć najnowsze rozwiązania Orange, w tym bieżącą ofertę komercyjną, są „Ogrody Innowacji”.

W 2013 roku, we współpracy z partnerami, zaprezentowaliśmy 29 rozwiązań (premiery) o charakterze prototypowym i komercyjnym, odbyło się kilkanaście wydarzeń z udziałem uczelni, dostawców i administracji państwowej. Nasze Ogrody Innowacji odwiedziło łącznie 7 tys. gości.



Krzysztof Kozłowski,
Dyrektor Badań i Rozwoju Sieci
i Platform Usługowych

Innowacje powinny służyć ludziom. W Orange Labs Polska dokładamy wszelkich starań, aby nasze rozwiązania były dopasowane do potrzeb szerokiego grona klientów, w tym osób starszych i z niepełnosprawnościami. Z myślą o nich rozwijamy usługi zwiększające dostępność rozwiązań telekomunikacyjnych.

Wielkie znaczenie ma również dla nas ograniczenie wykorzystania zasobów naturalnych i projektowanie ekoelektywnych rozwiązań optymalizujących zużycie energii elektrycznej czy wykorzystanie odnawialnych źródeł energii.



innowacyjna współpraca

Orange Labs aktywnie uczestniczy w europejskich projektach badawczych i pracach międzynarodowych organizacji standaryzacyjnych, takich jak ITU, ETSI, CENELEC, 3GPP, Broadband Forum, czy Home Gateway Initiative.

Realizujemy też projekt „Miasteczko Testowe”, polegający na nieodpłatnym udostępnieniu infrastruktury szerokopasmowej do prowadzenia projektów badawczych oraz wymiany doświadczeń związanych z najnowszymi trendami naukowymi i technologicznymi. Głównymi użytkownikami tej sieci są studenci, których zadaniem jest jej ocena pod względem jakości oraz doskonalenie lub opracowywanie nowych usług.

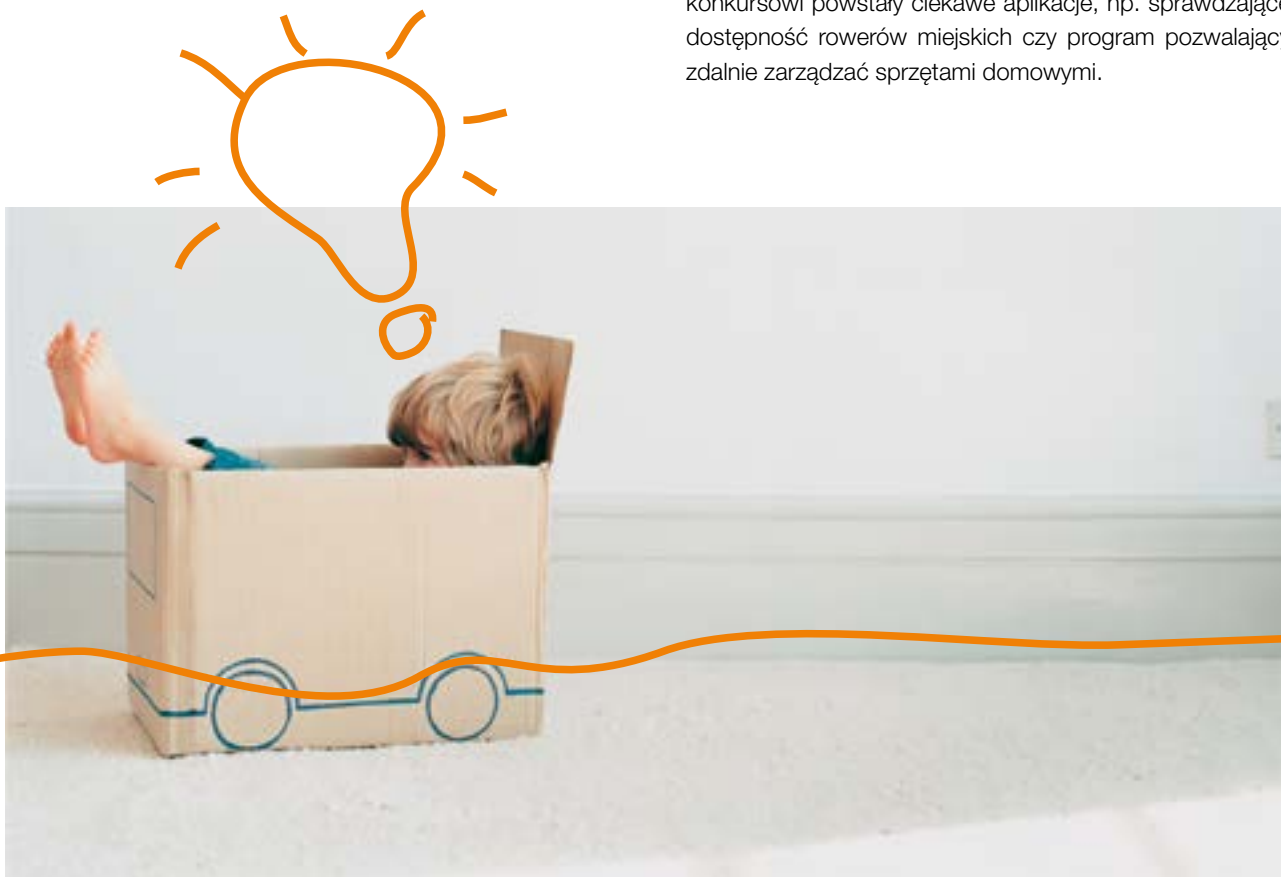
Orange Labs blisko współpracuje też z wieloma uczelniami i jednostkami naukowymi w kraju i za granicą. Wspólnie z Huawei udostępniamy studentom Politechniki Warszawskiej sieć Long Term Evolution (LTE) do konstruowania nowoczesnych usług. Współpraca w modelu open innovation, z udziałem wiodącego na rynku partnera technologicznego (Huawei), naukowego (PW) oraz operatora

telekomunikacyjnego (Orange Polska), to szansa na rozwój zarówno dla studentów, jak i firm partnerskich. Jest to jeden z niewielu projektów w modelu open innovation w Polsce.

Centrum Badawczo-Rozwojowe pracuje nad rozwojem nowych usług integrujących techniki internetowe i telekomunikacyjne.

W ramach [Openmiddleware Community](#) na wybranych uczelniach wyższych organizowane są warsztaty dla studentów zainteresowanych współczesnymi systemami teleinformatycznymi. Zadaniem tego typu programów jest także stymulowanie rozwoju nowych koncepcji realizacji usług teleinformatycznych. W programie uczestniczą m.in. Politechnika Warszawska, Politechnika Łódzka, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, UMK Toruń, AGH w Krakowie.

W 2013 roku dzięki rozwojowi Community wokół Centrum Badawczo-Rozwojowego – uruchomiliśmy projekt OpenAPI Hackathon, którego celem jest budowa aplikacji, programów rozwijających komunikację, opartych na danych miejskich i na interfejsach do sieci Orange. Dzięki konkursowi powstały ciekawe aplikacje, np. sprawdzające dostępność rowerów miejskich czy program pozwalający zdalnie zarządzać sprzętami domowymi.



W 2013 roku rozpoczęliśmy międzynarodowy program akceleratora „Orange Fab”.

Program zaprasza do współpracy małe i średnie przedsiębiorstwa, które mają gotowy zaawansowany technologicznie produkt lub usługę i chciałyby je rozwinąć.

Program Orange Fab jest akceleratorem, w którym mentorzy, eksperci i inwestorzy będą intensywnie pracować nad potencjałem innowacyjnych rozwiązań, dostosowując je do wymagań rynku. Możliwymi formami współpracy są m.in. realizacja wspólnej oferty produktowej z Orange, zakup licencji, revenue sharing, udział kapitałowy czy inwestycja w start-up. Orange rozpocznie współpracę z kilkoma najlepszymi projektami.

W 2013 roku Centrum Badawczo-Rozwojowe Orange Labs objęło swoją opieką młodych wynalazców z Zespołu

Szkół nr 6 im. Króla Jana III Sobieskiego w Jastrzębiu-Zdroju, którzy projektują wynalazki pomagające osobom z niepełnosprawnościami w ich codziennym życiu. System komunikacji osób z niepełnosprawnościami z otoczeniem ESKONzO czy latarka dla niewidomych, to rozwiązania, które stworzyli młodzi innowatorzy. Te pomysły na innowacje zdobyły już uznanie na wielu konkursach i wystawach na całym świecie.

Zaprosiliśmy przedstawicieli szkoły do swojego laboratorium, gdzie młodzież miała możliwość poznać opracowywane przez nas rozwiązania, w tym te dla osób z niepełnosprawnościami. Pracownicy CBR odwiedzili też uczniów w szkole w Jastrzębiu-Zdroju, gdzie poprowadzili zajęcia praktyczne. Uczniowie poznali opracowywane przez nas rozwiązania i mieli możliwość ich testowania.



Krzysztof Smyczek,
Z-ca dyrektora, Zespół Szkół nr 6
im. Króla Jana III Sobieskiego
w Jastrzębiu-Zdroju

Dzięki współpracy naszej szkoły z Orange w roku szkolnym 2013/14 mogliśmy prowadzić nowe i rozwijać już istniejące innowacyjne projekty na rzecz osób z niepełnosprawnościami. Odwiedziliśmy osoby chore w Małomicach, Jarocinie, Jastrzębiu-Zdroju, Cisownicy, Pszczynie, Gorzowie Wielkopolskim i zamontowaliśmy w ich domach nasz system „ESKONzO”.

Obecnie prowadzimy prace nad nowymi projektami m.in. łóżko przeciw odleżynom, sterowana listwa dla osób niepełnosprawnych („ESKONzO-II”), program „Skan dla życia” dla osób niewidomych i rozwijamy projekt „Latarka dla niewidomych”. Pracownicy Orange Labs przeprowadzili dla naszych uczniów szkolenie dotyczące programowania aplikacji na urządzenia mobilne, które zaowocowało programami będącymi częścią składową ww. projektów.

Z powodzeniem prezentowaliśmy nasze projekty na targach wynalazków w Warszawie, Brukseli, Moskwie, Genewie, Paryżu. Na zaproszenie Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu poprowadziliśmy też zajęcia dla studentów na kierunku Rehabilitacja na temat: „Pomoc osobom niepełnosprawnym – nasze doświadczenia”. Serdecznie dziękujemy Firmie Orange za dotychczasową współpracę i wsparcie naszych działań.



2.4 zaangażowanie społeczne

Podchodzimy odpowiedzialnie do kwestii społecznych, budując długofalowe programy zaangażowania społecznego w oparciu o profil kompetencji firmy. Prowadzimy programy charytatywne, które są odpowiedzią na konkretne problemy i istotne sprawy społeczne. Nie pozostajemy obojętni również na zmieniające się otoczenie – ważne wydarzenia czy klęski żywiołowe. Orange Polska należy do najbardziej zaangażowanych społecznie firm w Polsce.

Fundacja Orange

Fundacja Orange została powołana w 2005 roku. Działa głównie na rzecz nowoczesnej edukacji dzieci i młodzieży. Poprzez twórcze inicjatywy zachęca młodych do zdobywania wiedzy, udziału w kulturze, budowania społeczności przy wykorzystaniu internetu i nowych technologii. W ten sposób zyskują liczne kompetencje, w tym kompetencje cyfrowe niezbędne do funkcjonowania w społeczeństwie XXI wieku.

W Fundacji Orange od lat konsekwentnie realizujemy autorskie programy oparte na wynikach badań i konsultacjach z ekspertami w danej dziedzinie, takie jak: Edukacja z internetem, Akademia Orange, Orange dla bibliotek, Pracownice Orange, Telefon do Mamy i Dźwięki Marzeń. Wspieramy także merytorycznie, organizacyjnie i finansowo projekty innych organizacji. W nasze inicjatywy włączają się pracownicy Orange Polska jako wolontariusze.

Zaangażowanie społeczne Orange Polska (2013)

 wsparcie finansowe (darowizny)
18,04 mln zł

 wsparcie w postaci usług
0,53 mln zł

 czas pracowników (wolontariat)
1,29 mln zł



Jadwiga Czaratoryska,
Prezes Fundacji Orange

Poziom cyfrowych umiejętności, zakres wiedzy i otwartości na korzystanie z internetu i technologii jest w naszym społeczeństwie mocno zróżnicowany. Wiemy już, a wynika to także z badań, że na stopień kompetencji cyfrowych, szczególnie osób młodych, wpływa wiele czynników – nie tylko dostęp do internetu i sprzętu, ale także edukacja, możliwość eksperymentowania, łączenia technologii z pasją, odpowiednie wsparcie oraz inspiracja do działania.

Dlatego w Fundacji Orange stawiamy na edukację oraz współpracę. Współpracę młodych i starszych, badaczy i praktyków, organizacji pozarządowych i biznesu, programistów i artystów, edukatorów i inżynierów, decydentów i przedstawicieli środowisk lokalnych. Warto wymieniać się wiedzą, kompetencjami i doświadczeniami, bo dzięki temu możemy sprawnie i skutecznie działać na rzecz rozwoju dzieci i młodzieży, a także tych, którzy jeszcze z trudem odnajdują się w cyfrowej rzeczywistości.

Tylko przy wzajemnej otwartości możemy sprawić, aby nowe technologie stały się sprzymierzeńcem we wzmacnianiu kapitału społecznego.

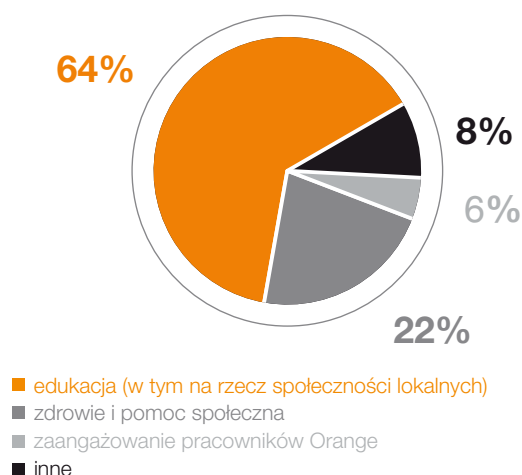
misja Fundacji



- ✓ Fundacja Orange wyzwala energię i kreatywność ludzi, by wspólnie z nimi zmieniać świat na lepsze. Fundacja Orange łączy, uczy, inspiruje.

Nowe technologie i internet stały się nieodłączną częścią współczesnego świata, a ich rozwój wyraźnie oddziałuje na społeczeństwo. Dostęp do nich to pierwszy ważny krok w procesie cyfryzacji, ale ważna jest także edukacja, udział w kulturze, rozwój lokalny i wzmacnianie kompetencji niezbędnych do budowy nowoczesnego społeczeństwa. Naszą misją jest upowszechnianie wiedzy i prowadzenie projektów, dzięki którym nowe technologie staną się sprzymierzeńcem rozwoju społecznego.

Obszary zaangażowania społecznego Fundacji Orange



Mireille Le Van,
Fondation Orange

Misją Fondation Orange jest tworzenie więzi pomiędzy ludźmi, aby ułatwiać komunikowanie się szczególnie tym, którzy są wykluczeni ze społeczeństwa z uwagi na stan zdrowia, niepełnosprawność lub sytuację finansową.

Działania Fondation Orange skupiają się na trzech głównych obszarach: edukacja, ochrona zdrowia i kultura. Częścią stałą wszystkich działań są dwa przekrojowe tematy: poprawa sytuacji życiowej kobiet i dziewcząt szczególnie w krajach rozwijających się oraz korzystanie z nowych technologii w dziedzinie edukacji, kultury, jak i ochrony zdrowia.

Założona we Francji w 1987 roku oraz zaangażowana w projekty filantropii korporacyjnej w Afryce, Europie, na Bliskim Wschodzie oraz w Azji od 2005 roku, Fondation Orange wspiera projekty w 30 krajach, w których Grupa Orange jest operatorem telekomunikacyjnym. W każdym z krajów Fondation Orange blisko współpracuje ze społecznościami lokalnymi, aby lepiej poznać ich potrzeby i na nie odpowiadać. W swoje działania angażuje też pracowników jako wolontariuszy.

Dziś istnieje 16 Fundacji Orange na całym świecie. Fondation Orange dzieli się z lokalnymi pracownikami Orange oraz Fundacji Orange dobrymi praktykami, w tym praktykami i standardami dobrego zarządzania.

Fundacja Orange jest członkiem Forum Darczyńców w Polsce, zrzeszającego organizacje, które realizują swoją misję stosując przejrzyste i jawne procesy udzielania pomocy oraz rzetelnie i efektywnie zarządzają zasobami.

Oprócz realizacji autorskich programów, Fundacja wspiera wartościowe projekty i inicjatywy realizowane przez inne podmioty trzeciego sektora i instytucje publiczne w Polsce. Współpracuje również z niewielkimi organizacjami i stowarzyszeniami, które na szczeblu lokalnym są często jedynymi, które w przyjazny sposób inspirują i animują działania na rzecz rozwoju dzieci i młodzieży. Te małe organizacje mają w sobie ogromny potencjał i często najwięcej trudności w znalezieniu funduszy, a Fundacja Orange jest dla nich ważnym partnerem, dzięki któremu ich projekty nabierają większego znaczenia i stają się wiarygodne dla innych potencjalnych darczyńców.

więcej na www.fundacja.orange.pl



współpraca z organizacjami i instytucjami społecznymi

Nasze zaangażowanie społeczne to także bezpośrednia współpraca firmy z różnymi organizacjami, udostępnianie usług na cele charytatywne czy wreszcie odpowiedź firmy na ważne wydarzenia społeczne, pomoc ofiarom klęsk żywiołowych.

Infolinie społeczne

- **116 000 – Telefon w sprawie zaginionego dziecka i nastolatka** prowadzony przez Fundację Ludzi Zaginionych ITAKA. Mogą z niego korzystać rodzice i opiekunowie, którym zaginęło dziecko, jak również policjanci, uciekinierzy z domu, zaginione dzieci oraz wszystkie osoby, które mogą pomóc w ich odnalezieniu. Telefon jest dostępny całą dobę i jest bezpłatny. Fundacja ITAKA zapewniła całodobowe działanie telefonu w Polsce, dzięki finansowemu i technologicznemu wsparciu naszej firmy. W 2013 roku udało się odnaleźć 137 dzieci i nastolatków, a ich rodzice i opiekunowie otrzymali niezbędne wsparcie prawne, psychologiczne i poszukiwawcze. Wsparcie Orange Polska to też rozwój programów profilaktycznych związanych z bezpieczeństwem dzieci i młodzieży.
- **Telefon Zaufania dla dzieci** – od 2008 roku działa Dziecięcy Telefon Zaufania Rzecznika Praw Dziecka. Pod numerem 800 12 12 12 młodzi ludzie mogą uzyskać pomoc od specjalistów. Dzięki nam połączenia na ten numer są bezpłatne.
- **Infolinia Obywatelska 800 676 676** – dzięki infolinii można prosić o wyjaśnienie przepisów czy złożyć skargę na funkcjonowanie organów administracji publicznej i urzędników, sądów i prokuratury, organów rentowych, placówek zdrowia. Można też uzyskać podstawowe informacje o prawach człowieka i dowiedzieć się wszystkiego o prawie antydyskryminacyjnym. Do tej pory na infolinii przeprowadzono ponad 58 tys. rozmów. Infolinia obywatelska została uruchomiona przez Orange Polska na zasadach niekomercyjnych. Dzięki nam każdy może zadzwonić do biura Rzecznika Praw Obywatelskich za darmo.

pomaganie przez telefon

Wyrazem naszego zaangażowania w ważne społecznie wydarzenia jest również nieodpłatne udostępnienie usług dla charytatywnych linii telefonicznych i numerów SMS służących zbiórkom pieniędzy. Całość wpływów z tych usług przekazywana jest organizacjom społecznym.

W 2013 roku uruchomiliśmy SMS-y charytatywne dla 21 organizacji społecznych. Pozyskany z nich dochód w wysokości ponad 8 mln zł trafił do organizacji społecznych.





fot. J. Lipka

Marek Michalak,
Rzecznik Praw Dziecka

Trudno sobie obecnie wyobrazić działalność instytucji i organizacji, zajmujących się pomocą najmłodszym, bez wykorzystania narzędzia, jakim są telefony zaufania. Statystyki, a także moje własne doświadczenia dowodzą, że młodzi ludzie potrzebują rozmów o problemach, troskach i zmartwieniach, a w dzisiejszym zabieganym świecie nie zawsze znajdują czas i zainteresowanie ze strony najbliższych. Tymczasem zwykła rozmowa z przyjaznym, otwartym i kompetentnym psychologiem czy pedagogiem, dyżurującym przy telefonie zaufania, może rozwiązać wiele problemów, z którymi młodzi ludzie sami nie są w stanie sobie poradzić.

Specyfiką Dziecięcego Telefonu Zaufania RPD jest jego dwoisty charakter: z jednej strony jest to telefon zaufania, z drugiej – pełni również rolę telefonu interwencyjnego. Umieszczenie go w strukturach Biura RPD umożliwi naszym konsultantom dalsze zajmowanie się problemem, monitorowanie sytuacji.



Alicja Tomaszewska,
Prezes Zarządu
Fundacji ITAKA – Centrum
Poszukiwań Ludzi Zaginionych

Wieloletnie wsparcie firmy Orange Polska, naszego partnera strategicznego, umożliwia Fundacji ITAKA kontynuację telefonicznego wsparcia psychologicznego i prawnego oraz działań prewencyjnych, skierowanych do zaginionych dzieci i nastolatków oraz ich rodzin.

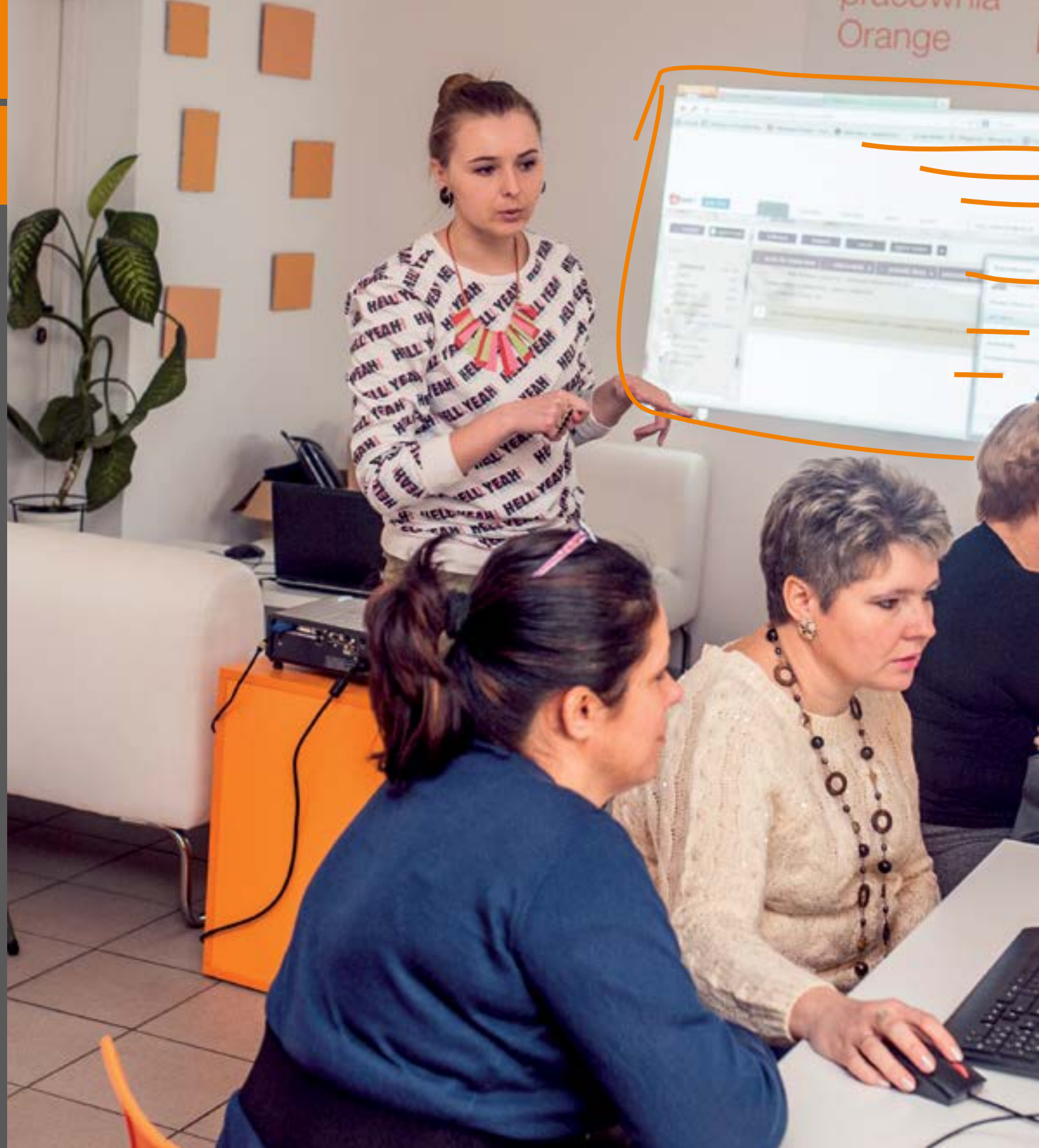
Dzięki Orange Polska, nieprzerwanie od 5 lat, działa w Polsce linia 116 000 – Telefon w sprawie zaginionego dziecka i nastolatka. Jest to numer telefonu wspólny dla całej Unii Europejskiej.

Pod tym numerem pomoc mogą uzyskać rodzice i opiekunowie, którym zaginęło dziecko, a także policjanci, nauczyciele oraz nastolatki, które uciekły z domu. Dyżurni na linii zbierają również informacje od wszystkich osób, które mogą pomóc w odnalezieniu dziecka.

Orange Polska udostępniła Fundacji ITAKA – Centrum Poszukiwań Ludzi Zaginionych platformę technologiczną, dzięki której numer jest dostępny dla wszystkich potrzebujących pomocy, niezależnie od obsługującej ich sieci. Firma zapewnia obsługę techniczną. Infolinia działa niezawodnie.

Naszym zdaniem zaangażowanie Orange Polska w pomoc dla zaginionych dzieci i ich rodzin jest dobrym przykładem społecznej odpowiedzialności biznesu.







integracja
cyfrowa



bezpieczna
sieć



czyste
środowisko



ciekawý
zespół



załączniki

integracja cyfrowa

Chcemy, aby każdy mógł korzystać z możliwości cyfrowego świata, niezależnie od umiejętności, miejsca zamieszkania, wieku czy sprawności

nasze cele:



- 3.1 zapewnienie dostępu do nowoczesnych usług o wysokiej jakości również na obszarach słabiej rozwiniętych pod względem ekonomicznym, eliminacja „białych plam”,
- 3.2 dostarczenie produktów, usług oraz zaprojektowanie efektywnych procesów biznesowych, dedykowanych dla ludzi starszych i z niepełnosprawnościami,
- 3.3 dostosowanie edukacji do różnych grup społecznych, różnych potrzeb i oczekiwań,
- 3.4 dostarczenie technologicznych możliwości dla rozwiązań e-administracji i e-państwa.



Rafał Trzaskowski,
Minister Administracji i Cyfryzacji

Ostatnia dekada to dla Polski nie tylko 10 lat w Unii Europejskiej, ale też dekada internetu. Postępująca cyfryzacja sprzyjająca społecznemu i gospodarczemu rozwojowi kraju. Aby to w pełni wykorzystać, musimy pamiętać, że cyfryzacja to nie tylko budowa infrastruktury i usług. To również wspieranie dzieci, młodzieży, osób starszych, z niepełnosprawnościami w coraz lepszym i pewniejszym posługiwaniu się narzędziami cyfrowymi. W MAC pracujemy nad wszystkimi aspektami wprowadzania innowacyjnych technologii: budowaniem sieci, dzięki którym zapewniany jest dostęp do internetu, wypracowaniem rozwiązań technicznych i prawnych, które m.in. umożliwią załatwianie formalności w internecie oraz przekazywaniem wiedzy o tym, jak z powstających udogodnień korzystać.

Jesteśmy jednak dopiero na początku tej drogi. Choć Polacy coraz pełniej korzystają z cyfrowych rozwiązań, przed nami jeszcze wiele pracy. Ważne jest szersze podejście, czyli m.in. promowanie bezpiecznego korzystania z internetu przez dzieci. Ważną kwestią jest też budowanie zaufania do nowych technologii i mówienie o tym, jak z nich świadomie korzystać – między innymi pod kątem ochrony danych osobowych.

Stoimy przed ogromną szansą, jaką daje nam rozwój cyfryzacji i naszym obowiązkiem jest ją dobrze wykorzystać. To wymaga odpowiedzialnego zaangażowania różnych grup oraz właściwej współpracy administracji, organizacji pozarządowych i przedsiębiorców. Przykładem takiej współpracy jest Szerokie Porozumienie na Rzecz Umiejętności Cyfrowych w Polsce, powołane w 2013 roku z inicjatywy MAC. Wierzę, że Orange Polska, które jest partnerem tego projektu, będzie kontynuować swoje dotychczasowe zaangażowanie w zwiększanie kapitału społecznego i zaufania. Rozwój nowych technologii to nie cel sam w sobie, a jedynie narzędzie do ulepszania naszej codzienności. Dlatego tak bardzo potrzebni są ludzie, którzy umieją mądrze i sprawnie z nich korzystać.

3.1 dostępna infrastruktura



3,5 tys.
nowych nadajników



wyższa jakość
usług głosowych



większy zasięg
sieci Orange w Polsce

Sieć szerokopasmowa jest dziś jednym z najważniejszych elementów infrastruktury.

Trudno sobie wyobrazić skuteczne funkcjonowanie społeczeństwa w XXI wieku bez szybkich łącz internetowych. Zmieniają one życie całego regionu, pomagają jego mieszkańcom i usprawniają działanie firm i instytucji, warunkują rozwój gospodarczy i społeczny.

szerokopasmowa sieć w regionach

Aktywnie angażujemy się w budowę sieci internetowej z wykorzystaniem funduszy unijnych. Wspólnie z Urzędami Marszałkowskimi budujemy sieci szkieletowe w woj. lubuskim i pomorskim. „Szerokopasmowe Lubuskie” będzie pierwszą regionalną siecią szerokopasmową zbudowaną z dofinansowaniem UE. Zgodnie z harmonogramem do końca czerwca 2014 powstanie tam ponad 1 440 km sieci światłowodowej, a mieszkańcy ponad 300 miejscowości zyskają dostęp do nowoczesnych technologii.

Drugim naszym projektem jest „Szerokopasmowe Pomorskie – budowa sieci szkieletowo-dystrybucyjnej na terenie województwa pomorskiego”. Obejmuje on swoim zasięgiem prawie całe województwo, na terenie którego do września 2014 r. przewiduje się wybudowanie sieci światłowodowej o łącznej długości 1 818 km. Umożliwi ona uzyskanie szerokopasmowego dostępu do internetu mieszkańcom 253 miejscowości.

W ramach obu projektów powstaną sieci obejmujące tzw. obszary wykluczone cyfrowo, czyli te, na których dotychczas nie opłacało się inwestować prywatnym operatorom. Tym samym powstanie realna perspektywa poprawy konkurencyjności i atrakcyjności tych obszarów oraz całego regionu, a także jakości życia jego mieszkańców. Wybudowane sieci będą neutralne technologicznie i otwarte, co oznacza i gwarantuje pełny dostęp do nich dla zainteresowanych operatorów. Regularnie spotykamy się z operatorami, aby – wspólnie z lokalnymi władzami, zachęcać ich do budowy sieci dostępowych i pokazywać możliwości, jakie daje nowoczesna sieć. Wartość tych projektów to niemal 310 mln zł, z czego Orange Polska zainwestuje 220 mln, pozostałe 90 mln zł pochodzi z dotacji UE.

Jesteśmy aktywni również w zakresie budowy sieci szerokopasmowej w Polsce Wschodniej. W województwie warmińsko-mazurskim spółka Otwarte Regionalne Sieci Szerokopasmowe, stworzona przez platformę inwestycyjną HAWK, Alcatel-Lucent i spółkę TP Teltech z Orange Polska, wygrała przetarg na budowę sieci w tym regionie.

Równoległe z realizacją inwestycji prowadzimy akcje informacyjno-edukacyjne na temat możliwości, jakie daje nowa sieć. Szkolenia przeznaczone są zarówno dla osób, które poprzez nowoczesną sieć i dostęp do internetu mogą realizować się zawodowo, jak i dla osób starszych, dla których internet otwiera perspektywę dostępu do informacji i szeroko rozumianej komunikacji.

Obecnie w ramach wygranego konkursu Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej rozpoczęliśmy nowy projekt budowy sieci dostępowych z wykorzystaniem środków publicznych. Obejmuje on mieszkańców kilku miejscowości województw warmińsko-mazurskiego i lubelskiego, którzy będą mieli dostęp do usług szerokopasmowego internetu o przepływności minimum 30Mb/s, a mieszkańcy gminy Lutowiska w województwie podkarpackim będą mogli korzystać z dostępu do internetu o przepływności min. 2Mb/s.

Aby dowiedzieć się, jak inwestycje zmieniają dostępność sieci i naszych usług, wejdź na stronę www.orange.pl/lepszy_zasieg.phtml.



bezpieczna
sieć



czyste
środowisko



ciekawy
zespół



załączniki

Porozumienie z Urzędem Komunikacji Elektronicznej (UKE)

W 2013 roku zakończyliśmy realizację zobowiązań inwestycyjnych wynikających z Porozumienia z UKE, podpisanego w 2009 roku. Zobowiązania te obejmowały m.in. budowę lub modernizację 1,2 mln łączy szerokopasmowych w całym kraju.

Łącznie wybudowanych zostało 1 290 tys. łączy szerokopasmowych, w tym blisko 240 tys. łączy o przepływności powyżej 30 Mb/s, z czego ponad połowa to łączy światłowodowe (FTTx). Realizacja Porozumienia została zweryfikowana pozytywnie przez zewnętrznego audytora. Spółka nie osiągnęła co prawda celu 49 300 łączy w segmencie małych i średnich miast, ale zdaniem audytora ten niedobór został więcej niż zrównoważony nadwyżką inwestycji na terenach wiejskich (34 tys. linii) i znaczną nadwyżką w aglomeracjach (106 tys. linii), a także przekroczeniem ogólnego celu inwestycyjnego 1,2 mln linii o 8%.

lepszą sieć dzięki współpracy

Dzięki współpracy z T-Mobile Polska, od 2011 roku korzystamy nawzajem ze swoich radiowych sieci dostępowych. Wspólnie powołaliśmy firmę NetWorkSI, która jest pierwszą i największą w Polsce firmą zajmującą się planowaniem, budową i obsługą współdzielających sieci radiowych.

Takie zarządzanie i rozbudowa infrastruktury sieciowej obu operatorów to dla klientów polepszenie zasięgu i jakości sieci oraz dostęp do najnowszych technologii.

Dzięki temu już teraz na obszarach, gdzie zakończono prace, klienci Orange mogą korzystać z sieci obejmującej 60% więcej obiektów. Osiągnęliśmy także znaczący wzrost pokrycia usługami: pokrycie siecią 3G zwiększyło się do ok. 90% ludności kraju, co oznacza wzrost o 28% od rozpoczęcia projektu.

3.2 usługi dostępne dla wszystkich

Przeciwdziałanie wykluczeniu cyfrowemu to przede wszystkim przedsięwzięcia niwelujące bariery społeczne w dostępie do usług telekomunikacyjnych i form nowoczesnej komunikacji. Wśród najbardziej zagrożonych wykluczeniem cyfrowym są osoby mniej zamożne, niepełnosprawne, starsze, słabiej wykształcone.

usługi dla osób w trudnej sytuacji ekonomicznej

Od 2008 r. oferujemy najtańszy na rynku abonament telefoniczny, przeznaczony dla osób w trudnej sytuacji ekonomicznej. Nowy plan przyjazny kosztuje 18,45 zł brutto.

Z nowego abonamentu mogą skorzystać wyłącznie osoby pobierające stały zasiłek pieniężny udzielany przez Ośrodki Pomocy Społecznej. Również oferta nju.mobile przeznaczona jest dla klientów wrażliwych na cenę.



Telefoniczna Opieka

Zwiększenie poczucia bezpieczeństwa, komfortu życia i ułatwienie codziennego funkcjonowania są istotnymi potrzebami osób starszych. Szczególne znaczenie ma to dla tych, którzy mieszkają samotnie bądź zmagają się z chorobą lub niepełnosprawnością, pozostając przez długie godziny pozbawionymi opieki. Dzięki prostemu rozwiązaniu opartemu na telefonie stacjonarnym, podejmujemy próbę wyjścia naprzeciw tym potrzebom.

Telefoniczna Opieka to usługa przeznaczona dla abonentów stacjonarnej linii telefonicznej, pozwalająca w prosty i szybki sposób wezwać pomoc. Użytkownik usługi staje się podopiecznym Centrum Operacyjno-Alarmowego oraz otrzymuje specjalny aparat telefoniczny z przenośnym urządzeniem, które może mieć zawsze przy sobie. Karta informacyjna, którą wypełnia, zawiera wszystkie niezbędne informacje dotyczące stanu zdrowia oraz kontakty do osób bliskich i sąsiadów. Wystarczy użyć przycisku SOS na urządzeniu lub aparacie, aby automatycznie połączyć się z konsultantem Centrum Operacyjno-Alarmowego, który zależnie od sytuacji udzieli wsparcia lub wezwie niezbędną pomoc: zawiadomi rodzinę, przyjaciół bądź odpowiednie służby ratunkowe.

Orange bez barier

Powszechny i łatwy dostęp do internetu daje możliwość wyrównywania szans życiowych oraz uaktywnienia potencjału różnych grup społecznych.

W naszej ofercie wyodrębniliśmy te usługi i udogodnienia, które mogą być najbardziej korzystne z punktu widzenia

osób z niepełnosprawnościami i seniorów. Można je znaleźć na stronie www.orange.pl w zakładce „bez barier”. Jest tu prezentowana oferta specjalnych telefonów, aplikacji, urządzeń oraz informacje o programach edukacyjnych dla seniorów.

W materiałach informacyjnych i marketingowych upraszczamy język komunikacji i wprowadzamy ikony dla oznaczenia produktów i usług rekomendowanych dla osób z określonymi niepełnosprawnościami.

W telefonii stacjonarnej oferujemy 50% ulgę w abonamencie w wybranych planach taryfowych oraz 50% ulgę na przyłączenie urządzenia końcowego do sieci. Rabaty udzielane są osobom niepełnosprawnym, wobec których powiatowy lub wojewódzki Zespół Orzekający o Stopniu Niepełnosprawności orzekł znaczny lub umiarkowany stopień niepełnosprawności.

Oferujemy urządzenia i aparaty telefoniczne ułatwiające komunikację osobom z niepełnosprawnościami. Dla osób niedosłyszących są to m.in. wzmacniacze, słuchawki regulujące głośność dzwonków telefonu, regulatory głośności słuchawki, telefony kompatybilne z aparatami słuchowymi. Z kolei osoby niedowidzące mają do wyboru np. telefony z dużymi przyciskami, dużymi podświetlanymi wyświetlaczami, z powiększoną czcionką, dodatkowym klawiszem SOS, funkcją głośnomówiącą, słownymi zapowiedziami dzwoniącego numeru, czy też urządzenia z przyciskami obrazkowymi i sygnalizacją optyczną. Dla osób z niepełnosprawnością ruchową dużym ułatwieniem jest możliwość zamówienia wizyty doradcy czy sprzedawcy w domu.



Jacek Białek,
Centrum Badań Konsumenckich

Pracując w Centrum Badań Konsumenckich w Orange Polska staram się pomagać w dostosowaniu usług opartych na nowoczesnych technologiach do możliwości poznawczych użytkowników, tak aby korzystanie z nich było jak najbardziej naturalne, satysfakcjonujące i proste. Obserwując, na przestrzeni lat, zmieniające się interfejsy, od tekstowych, dostępnych tylko nielicznej grupie inżynierów i studentów politechnik, do interfejsów graficznych, widać coraz mniejszą barierę uniemożliwiającą szerokiej grupie użytkowników korzystanie z komputerów i innych urządzeń elektronicznych.

Mimo to nadal są pewne grupy osób bardziej narażone na wykluczenie cyfrowe, na przykład osoby starsze. Dlatego staramy się w coraz większym stopniu dostosowywać nasze produkty do potrzeb seniorów uwzględniając dodatkowe elementy, takie jak wielkość czcionki, odpowiednia kolorystyka i ikonografia, tym bardziej, że z tych modyfikacji korzystają także grupy osób z niepełnosprawnościami. Pomagamy także w opracowaniu programów edukacyjnych, mających na celu zachęcenie osób, które jeszcze tego nie robiły, do korzystania z komputera, internetu czy smartfona.



Niewidomym klientom usług stacjonarnych przesyłamy faktury drukowane w alfabecie Braille'a, a osobom niedowidzącym powiększone faktury na kartach w rozmiarze A3. W takiej samej formie można otrzymywać też szczegółowe bilingi. Faktury mogą być też wysyłane w postaci elektronicznej.

Nasze aplikacje dla osób z niepełnosprawnościami:

- **b-Link** – aplikacja, która umożliwia całkowicie unieruchomionym osobom korzystanie z komputera. Program b-Link pozwala za pomocą mrugnięć oczu nawigować stronami www, używać myszy i klawiatury. Do tej pory ze stron internetowych pobrało program już kilkanaście tys. osób. Program można bezpłatnie ściągnąć ze strony www.programosy.pl.
- **Colourcall** – aplikacja na telefon, która pozwala użytkownikowi zidentyfikować osobę dzwoniącą lub nadawcę wiadomości SMS przez odpowiedni kolor wyświetlany na telefonie. Aplikacja dedykowana jest osobom niesłyszącym i z wadą słuchu. Do ściągnięcia bezpłatnie ze strony <http://play.google.com>.
- **Melovibe** – pozwala użytkownikowi zidentyfikować osobę dzwoniącą lub nadawcę wiadomości SMS przez spersonalizowane wibracje telefonu. Aplikacja dedykowana jest osobom niesłyszącym i z wadą słuchu. Do ściągnięcia bezpłatnie ze strony <http://play.google.com>.

Te usługi powstały w ramach programu **Accessibility** – komunikacji bez barier, realizowanego przez Orange Labs. W ich tworzeniu współpracujemy z organizacjami reprezentującymi interesy osób z niepełnosprawnościami.

Wspólnie z partnerem społecznym – Fundacją Widzialni – pracujemy nad dostępem naszej strony internetowej dla osób z niepełnosprawnościami. Fundacja prowadzi audyty strony pod względem jej dostępności i pomaga nam we wprowadzeniu odpowiednich zmian. Sukcesywnie szkolimy naszych pracowników, współpracowników i dostawców pod względem standardów dostępności WCAG 2.0*. Naszą ambicją jest, aby strona Orange była dostępna dla osób z niepełnosprawnościami do końca 2015 roku. Obecnie poziom jej dostępności wynosi 36,4% wg standardu WCAG 2.0 poziom AA.

Dodatkowo dzięki naszemu wsparciu dla działań Fundacji Widzialni powstało pierwsze w Polsce opracowanie dotyczące tworzenia stron www zgodnie ze światowym standardem WCAG 2.0. „Podręcznik Dobrych Praktyk”.

Staramy się też jak najlepiej przygotować naszych pracowników do kontaktów z osobami z niepełnosprawnościami. Dlatego dla naszej obsługi i sprzedaży przygotowaliśmy specjalne szkolenie, dodatkowe materiały edukacyjne, a także umieściliśmy te zagadnienia w szkoleniach dla nowo zatrudnionych pracowników. Skorzystaliśmy przy tym z materiałów graficznych i filmów edukacyjnych, przygotowanych przez Fundację Integracja, które w prosty i przyjazny sposób pomagają lepiej zrozumieć oczekiwania osób z różnymi niepełnosprawnościami i lepiej się z nimi komunikować.

* WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) to międzynarodowy standard pokazujący, w jaki sposób serwisy internetowe powinny być przygotowywane, aby były dostępne dla jak największej liczby użytkowników wykluczonych cyfrowo.



Piotr Pawłowski,
Prezes Fundacji Integracja

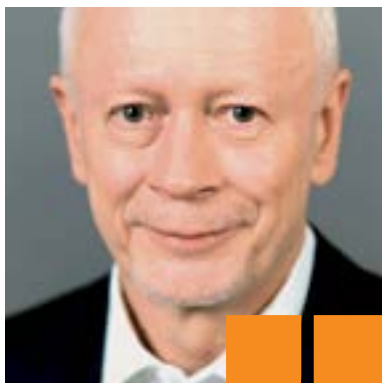
Nowe technologie wprowadzane przez firmę Orange z myślą o osobach z różnymi niepełnosprawnościami realizują założenia Konwencji ONZ o prawach osób niepełnosprawnych, jaką uroczystie podpisał 6 września 2013 roku Prezydent Bronisław Komorowski. Dla Fundacji Integracja, która od 20 lat zdobywa doświadczenia w dziedzinie niepełnosprawności, firma Orange odgrywa kluczową rolę przy dostarczaniu usług i produktów dla klienta z różnymi niepełnosprawnościami. Biorąc pod uwagę fakt, że nowe technologie odgrywają coraz bardziej istotną rolę w uzyskiwaniu samodzielności przez osoby z niepełnosprawnością, jako prezes Integracji, jestem świadkiem wzmacniania możliwości przy coraz większej redukcji ograniczeń. Większy i bardziej swobodny dostęp do usług telekomunikacyjnych dla każdej osoby czy to poruszającej się na wózku, czy osoby niewidomej, czy niesłyszącej, to szansa na edukację, aktywizację zawodową, co w konsekwencji prowadzi do wyrównywania szans i większych możliwości w codziennym życiu. Działania firmy Orange oraz Fundacji Integracja wprowadzają osoby z różnymi rodzajami niepełnosprawności w XXI wiek. Dla Integracji jest to wielka cywilizacyjna przygoda, a dla firmy wrażliwej społecznie – wielkie logistyczne wyzwanie i dobry przykład dla innych operatorów w naszym kraju. Jest to wielka odpowiedzialność, ale jaka przy tym satysfakcja :)



Temat integracji cyfrowej osób z niepełnosprawnościami stał się też jednym z ważnych tematów naszego dialogu. Głównym celem procesu, który prowadziliśmy wspólnie z Pracownią Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia”, było wypracowanie w ramach konsultacji z interesariuszami najlepszych rozwiązań w zakresie przystosowania obsługi, sprzedaży i oferty Orange do potrzeb osób z niepełnosprawnościami wzroku, słuchu oraz ruchu. Rezultaty procesu zostaną podsumowane i wdrożone w 2014 roku.

3.3 edukacja cyfrowa

Powszechny dostęp do internetu sprzyja równości szans i pomaga ludziom z zagrożonych wykluczeniem grup społecznych osiągnąć pełny potencjał. Najpierw musimy jednak zniwelować bariery społeczne w dostępie do wiedzy, kultury i edukacji za pomocą technologii cyfrowej.



Michał Boni,
Deputowany do
Parlamentu Europejskiego

Wykorzystanie nowych technologii to obecnie niezbędny element rozwoju gospodarczego ale też budowy społeczeństwa obywatelskiego.

To także duże wyzwanie dla Polski. Wprawdzie dziś internet dociera już do 70% polskich domów, ale regularnie korzysta z niego tylko 59% Polaków. Wśród grup wykluczonych znajdują się przede wszystkim osoby starsze, gorzej uposażone, mieszkańcy wsi i małych miejscowości.

Nawet młodym ludziom często brakuje bardziej zaawansowanych kompetencji cyfrowych, by w pełni wykorzystać potencjał nowych technologii.

Dlatego kluczowe znaczenie dla procesu cyfryzacji ma podnoszenie kompetencji cyfrowych dzieci, młodzieży, dorosłych oraz starszych. Edukacja cyfrowa to odpowiedzialność nas wszystkich, administracji publicznej, organizacji pozarządowych oraz biznesu. Tylko wspólnymi siłami możemy budować społeczeństwo informacyjne. Cieszę się, że aktywnym uczestnikiem tego procesu jest Orange Polska.

- Aby lepiej planować nasze działania na rzecz edukacji cyfrowej dzieci i młodzieży i rozumieć, jak młodzi ludzie korzystają z internetu i multimediów, przeprowadziliśmy badanie „Kompetencje cyfrowe młodzieży w Polsce”.
- Rozumiemy, że integracja cyfrowa to temat ważny dla naszego społeczeństwa, dlatego chętnie współpracujemy z innymi. Należymy do koalicji Cyfrowego Włączenia Generacji 50+ „Dojrzałość w sieci”.
- Jestem sygnatariuszem Szerokiego Porozumienia na Rzecz Umiejętności Cyfrowych Polaków, które powołane zostało z inicjatywy Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji w Polsce.

- Współpracujemy też przy realizacji projektu na rzecz rozwoju szerokopasmowego dostępu do internetu i działań podnoszących kompetencje cyfrowe pokolenia 50+ [Latarnicy Polski Cyfrowej](#).

Aby skutecznie przeciwdziałać cyfrowemu wykluczeniu, potrzebny jest nie tylko dostęp do nowych technologii, ale także edukacja, skierowana szczególnie do młodych internautów oraz mieszkańców małych miast i wsi. Dlatego Fundacja Orange poprzez swoje projekty zachęca do zdobywania wiedzy, udziału w kulturze oraz tworzenia społeczności przy umiejętnym wykorzystaniu internetu i technologii. W ten sposób podnoszą swoje cyfrowe kompetencje oraz wzbogacają wiedzę o edukacyjnych zasobach sieci.



Orange dla bibliotek



Rafał Kramza,
Prezes Fundacji Rozwoju
Społeczeństwa Informacyjnego

Biblioteki, zwłaszcza te z małych miejscowości, w coraz większym stopniu zmieniają się w centra dostępu do informacji, wiedzy i edukacji. Trudno sobie wyobrazić ten proces bez dostępu do internetu. Możliwość czerpania z globalnych zasobów wiedzy jest dzięki nowym technologiom łatwiejsza niż kiedykolwiek wcześniej.

Biblioteka to idealne miejsce do uczenia się przez całe życie, otwarta dla wszystkich grup wiekowych i społecznych, gdzie pracują i spotykają się ludzie z pasją i pomysłami. Inwestycja Orange w biblioteki pomogła im wejść na ścieżkę ważnych zmian, którą z pewnością będą kroczyć dalej, coraz bardziej przyczyniając się do rozwoju kapitału społecznego.

Chcemy pokazywać, jak ważną rolę może pełnić internet w społecznościach, szczególnie w budowaniu poczucia wspólnoty i upowszechnianiu wiedzy.

Od 2009 r. wraz z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Ministerstwem Administracji i Cyfryzacji oraz Fundacją Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego realizujemy porozumienie dotyczące internetyzacji polskich bibliotek publicznych. To jedna z najważniejszych inicjatyw na rzecz rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce w ostatnich latach, stawiana za wzór współpracy publiczno-prywatnej.

Głównym celem programu jest podnoszenie kompetencji cyfrowych społeczności lokalnych skupionych wokół bibliotek publicznych poprzez:

- edukację cyfrową dzieci i młodzieży oraz osób starszych,
- bezpieczne i pożyteczne korzystanie z nowoczesnych technologii,
- wykorzystanie umiejętności cyfrowych w codziennym życiu.

W ramach Programu zapewniamy placówkom bibliotecznym bezpłatny dostęp do internetu oraz wspieramy realizację i promujemy działania społeczno-edukacyjne z wykorzystaniem nowoczesnych technologii, skierowanych głównie do grup zagrożonych wykluczeniem cyfrowym, aby świadomie i bezpiecznie nabywały one kompetencje cyfrowe. Do internetu podłączyliśmy ponad 3,3 tys. bibliotek, a koszt całkowity naszego zaangażowania w informatyzację bibliotek publicznych wyniósł blisko 16,5 mln zł.



w 2013 roku:

całkowity koszt zaangażowania społecznego	rezultaty zaangażowania społecznego		efekty społeczne
	dodatkowe środki pozyskane na realizację programu	rezultaty społeczne	
<ul style="list-style-type: none"> 5 484 055 zł – granty dla bibliotek 52 000 zł – materiały edukacyjne 3 000 zł – praca 16 wolontariuszy 87 000 zł – wiedza ekspercka 	<ul style="list-style-type: none"> 137 000 zł – grant Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej – ASOS dot. Projektu „Spotkania z pasjami” 	<ul style="list-style-type: none"> 3 321 bibliotek wraz z filiami ma dostęp do internetu 137 zajęć w bibliotekach na temat bezpiecznego korzystania z sieci z udziałem 10 466 dzieci 37% osób w bibliotece po raz pierwszy skorzystało z sieci 7 000 seniorów wzięło udział w spotkaniach on-line i poznało korzyści z użytkowania internetu ponad 300 placówek skorzystało z materiałów edukacyjnych – ABC internetu dla seniorów 896 placówek poszerzyło swoją ofertę edukacyjną dzięki internetowi 888 placówek zdobyło nowych użytkowników dzięki internetowi w mediach pojawiło się 640 informacji o programie Orange dla bibliotek 	<ul style="list-style-type: none"> zdobycie umiejętności komunikowania się, załatwiania codziennych spraw, dzięki internetowi zwiększenie wiedzy na temat korzystania z internetu i komputera wśród ponad 90% uczestników kursów dla seniorów zwiększenie wiedzy na temat bezpiecznego korzystania z internetu przez dzieci



bezpieczna sieć



czyste środowisko



ciekawý zespół



załączniki

biblioteka dziś

Raport Programu Rozwoju Bibliotek „Po co Polakom biblioteki?”

Współczesna biblioteka to przestrzeń, gdzie ludzie spędzają wolny czas, uczą się, rozwijają swoje zainteresowania. Miejsce, w którym działając wspólnie, czują się bardziej związani ze swoją miejscowością i nawiązują relacje – co w efekcie buduje wzajemne zaufanie, kluczowe w tworzeniu kapitału społecznego. Dzięki nam biblioteka to także miejsce dostępu do nowoczesnych technologii – dokąd przychodzi się, aby znaleźć w internecie potrzebne informacje, porozmawiać przez Skype z rodziną mieszkającą za granicą, przejrzeć oferty pracy. Z bibliotek publicznych korzysta 1/3 mieszkańców małych miejscowości, a do placówek działających w ramach sieci Programu Rozwoju Bibliotek rocznie przychodzi ponad 2,5 miliona osób. Dla młodych ludzi biblioteka to przede wszystkim miejsce spotkań i spędzania wolnego czasu. Oglądają tu filmy, dyskutują o książkach, grają na komputerze, mogą wziąć udział w warsztacie fotograficznym czy kółku teatralnym. Książki i internet pomagają im też w nauce. Niemal 70% z nich dzięki informacjom znalezionym w bibliotece dostało lepsze oceny w szkole.

Blisko 700 tys. dorosłych osób załatwia w bibliotekach codzienne sprawy. Przychodzą tu, żeby zapłacić przez internet rachunki, sprawdzić rozkład jazdy autobusów, dowiedzieć się, w jakich godzinach przyjmuje lekarz. Biblioteka pomaga im także w poszukiwaniu pracy. 100 tys. mieszkańców małych miejscowości wykorzystuje komputery w bibliotekach do pisania życiorysów, listów motywacyjnych lub do kontaktowania się z pracodawcami. Internet ułatwia im również kontakt z rodziną i znajomymi. Ludzie starsi przynoszą do bibliotek dokumenty, listy i zdjęcia ważne dla rozwoju miejscowości i wspólnie z bibliotekarkami dokumentują lokalną historię. W bibliotekach uczą się także obsługi komputera i odkrywają świat internetu.

Spotkania z pasjami

Seniorów, którzy są często użytkownikami bibliotek, w 2013 roku zaprosiliśmy do projektu **Spotkania z pasjami**, realizowanego w ramach grantu Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej. Fundacja uruchomiła 12 spotkań on-line poprzez streaming dla 400 placówek kultury w Polsce, w tym bibliotek publicznych i Pracowni Orange.

Głównym celem projektu jest aktywizacja społeczna seniorów – sprawienie, by spotkali się w miejscu publicznym, w przyjaznej przestrzeni, która umożliwi im nawiązywanie nowych kontaktów i pobudzi do dzielenia się swoją wiedzą, pasją i doświadczeniem z innymi. Spotkania te ukazują osoby starsze czynne zawodowo lub też kreatywnie wykorzystujące swój czas wolny na dokształcanie się, rozwijanie swoich pasji lub pomoc innym. Podczas każdego spotkania, seniorzy mają możliwość zadawania pytań bohaterom za pośrednictwem specjalnie utworzonego czatu. W ten sposób seniorzy poznają także możliwości internetu i nowych technologii.



Monika Jarzęcka,
Centrum Promocji i Kultury
w Brzezinach

Do dzisiejszego spotkania seniorzy przygotowali się wprost przepyszenie. Przynieśli swoje domowe wypieki, przepyszne ciasta.

Czwartkowe spotkania przy Państwa udziale stały się tradycją. Przychodzi coraz więcej seniorów, niektórzy jak nie mogą przyjść na całość to wpadają czasem nawet na 15 min. i lecą dalej np. do lekarza. Dj'ka Wika zaraziła nas swoim optymizmem! Na początku każdemu chodziły nóżki w rytm mikсованей muzyki. Później pojawiły się tańce. Wiek Pani Wirginii zaskoczył co niektórych. Po obejrzeniu transmisji dyskusjom nie było końca. Znalazłam strony w internecie, na których można obejrzeć potańcówki i dyskoteki prowadzone przez Panią Wirginię. Oj, poprawiliście humor wszystkim!

Dziękuję w imieniu naszego Centrum. Dodam tylko, że utworzyło się Koło Gospodyń Miejskich przy naszym Centrum. Nazywają się BABECZKI CHILI! Seniorki wzięły sprawy w swoje ręce. Przychodzą na spotkania z pasjami i podejrzywam, że czerpią dużo energii z tych spotkań.

Tydzień z internetem

Co roku jesteśmy partnerem międzynarodowej kampanii „Tydzień z internetem” koordynowanej przez sieć organizacji Telecentre-Europe, która ma na celu zachęcenie jak największej liczby osób do skorzystania z internetu.

W poprzednich dwóch edycjach udział wzięło ponad 250 tys. osób z kilkudziesięciu krajów, w tym 15 tys. z Polski. Kampanię aktywnie wspiera Neelie Kroes, Wiceprzewodnicząca Komisji Europejskiej i Komisarz Unii Europejskiej ds. Agendy Cyfrowej.

566 placówek przyłączyło
się do kampanii

7 591 uczestników spotkań

Polska Cyfrowa Równych Szans

W 2013 roku podjęliśmy współpracę ze Stowarzyszeniem Miasta w Internecie oraz Ministerstwem Administracji i Cyfryzacji przy realizacji projektu systemowego – działania na rzecz rozwoju szerokopasmowego dostępu do internetu oraz działań na rzecz podnoszenia kompetencji cyfrowych pokolenia 50+.

Stowarzyszenie wspólnie z MAC realizuje projekt systemowy pod hasłem Polska Cyfrowa Równych Szans, mający na celu upowszechnianie kompetencji cyfrowych dorosłych Polaków z pokolenia 50+ w ich lokalnych środowiskach przez Latarników Polski Cyfrowej działającej na zasadzie wolontariatu.

Nasze zobowiązania:

- wspieranie aktywności Latarników Polski Cyfrowej w ich lokalnych środowiskach działania. Latarnikom, którzy prowadzą zajęcia z podnoszenia kompetencji cyfrowych, przekazaliśmy 120 tabletów wraz z usługą dostępu do internetu,
- promowanie i wspieranie rozwoju kompetencji cyfrowych społeczności lokalnych, skupionych wokół publicznych punktów dostępu do internetu, w tym bibliotek oraz pracowni Orange,
- kreowanie popytu na usługi dostępu do internetu oraz inne nowoczesne usługi cyfrowe.



Robert Jurek,
Latarnik

Jako Latarnik współpracuję z Pracownią Orange w Niedrzwicy Dużej. Wyposażenie pracowni w wysokiej klasy komputery oraz szybki internet stworzyło znakomite miejsce do wprowadzania Pokolenia 50+ w cyfrowy świat.

Co tydzień prowadzę zajęcia dla kilku osób, które nie miały wcześniej kontaktu z komputerem. Program zajęć ma na celu nabycie przez nie podstawowych umiejętności poruszania się w internecie, aby w domowym zaciszu mogły samodzielnie surfować w sieci.

W 2013 roku przeszkoliłem ok. 50 osób. Wspólnie odbyliśmy około 70 dwugodzinnych zajęć z obsługi przeglądarki internetowej, obsługi poczty elektronicznej i Skype'a, kopiowania i obróbki fotografii cyfrowej, skutecznego korzystania z zasobów informacji w sieci. Relacje z zajęć publikuję na swoim blogu <http://latarniknawsi.blogspot.com>

Szerokie Porozumienie na rzecz Umiejętności Cyfrowych w Polsce

Celem Porozumienia jest działanie na rzecz pełnego wykorzystania potencjału nowoczesnych technologii informacyjnych dla rozwoju Polski, które znacząco przekształcają praktycznie wszystkie aspekty funkcjonowania społeczeństw i gospodarek, a w dużej mierze – również indywidualnych osób.

Porozumienie jest kierowane przez Krajowego Lidera Cyfryzacji powołanego przez Ministra Administracji i Cyfryzacji i zostało objęte patronatem Prezydenta RP Pana Bronisława Komorowskiego.

Nasze zobowiązania:

- zapewnienie bezpłatnego dostępu do internetu dla 3 300 bibliotek publicznych w ramach programu Orange dla bibliotek oraz 50 Pracowni Orange w małych miastach,
- edukacja dzieci i młodzieży na temat zasad bezpiecznego internetu: zajęcia Fundacji Orange dla 3 tys. dzieci, otwarta platforma e-learningowa dla 40 tys. nowych użytkowników,
- podnoszenie kompetencji cyfrowych osób starszych: szkolenia „ABC internetu” w bibliotekach oraz Pracowniach Orange,
- edukacja cyfrowa: portal z bazą projektów społecznych przy wykorzystaniu nowych technologii (www.pracownieorange.pl), 850 godzin szkoleń dla lokalnych liderów w małych miastach,
- wspieranie rozwoju e-wolontariatu w Polsce i w Europie.



Włodzimierz Marciński,
Lider Cyfryzacji w Polsce

Mamy coraz powszechniejszą świadomość życia w otoczeniu cyfrowym. Czy będzie ono nam sprzyjało oraz w jakim stopniu – zależy jednak od nas samych. Możemy być biernymi konsumentami techniki cyfrowej, ale możemy także być aktywni, lepiej ją poznać, skuteczniej wykorzystywać, nawet stać się jej twórcami. Umiejętności cyfrowe stają się nieodzowne w każdym rodzaju aktywności życiowej. Dlatego warto je posiadać i ustawicznie rozwijać.

Na polskiej drodze ku powszechnej partycypacji cyfrowej ważni są wszyscy, którzy ją wspierają lub budują. Firma Orange jest na pierwszej linii tej budowy. Nie tylko wnosi swój wkład w infrastrukturę telekomunikacyjną, co jest jej celem biznesowym, ale uświadamia także, czym jest świat cyfrowy, realizuje szereg działań o charakterze społecznym, starając się podnosić kulturę cyfrową w Polsce.



Pracownie Orange



Beata Szczeszek,
Pracownia Orange
w Radzynie Podlaskim

Dwa lata istnienia naszej Pracowni to czas przeznaczony głównie na nowe wyzwania, szkolenia, spotkania. To ciągły rozwój, zdobywanie nowych umiejętności, nabywanie wiedzy, poznawanie wyjątkowych osób. To także dzielenie się zdobytą wiedzą czy nabytymi umiejętnościami z innymi, zarażanie ich naszą radością, wydobywanie z nich samego dobra. Dla wielu z nas to całkiem nowa droga w życiu. Główny cel, jakim jest wspieranie rozwoju małych społeczności poprzez wyrównywanie szans edukacyjnych i kulturowych ich mieszkańców z mieszkańcami wielkich miast, został w pełni osiągnięty.

Gdy obserwuję w sieci działania Pracowni wiem, że dla Fundacji Orange był to strzał w dziesiątkę. Przecież nie każdy widział swój dom z lotu ptaka; nie wszystkie kobiety mogą nosić własnoręcznie wykonaną biżuterię; nie każdy wie, co to jest batik, ale dzięki Pracowniom te i wiele innych marzeń zostało spełnionych, własnoręcznie wykonana biżuteria zdobi młode kobiety, a ściany udekorowane są obrazami malowanymi woskiem. Nasze Biblioteki, Domy Kultury czy świetlice przyciągają całe rodziny, np. dziadkowie przybliżają wnukom czasy swojej młodości, a wnukowie wprowadzają dziadków w cyfrowy świat.

Wierzmy, że w małych społecznościach drzemie wielka energia do wspólnych działań. Sojusznikami w jej wyzwaniu mogą być internet i nowe technologie. Wykorzystywane w kreatywny sposób, pomagają ludziom zmieniać swoje otoczenie na lepsze.

By ułatwić mieszkańcom małych społeczności dostęp do informacji, wiedzy i technologii, w 50 miejscowościach stworzyliśmy multimedialne Pracownie Orange wyposażone w stanowiska komputerowe z bezpłatnym dostępem do internetu, konsole do gier i telewizory LCD. Są otwarte dla wszystkich, nie tylko jako miejsce rozwijania kompetencji cyfrowych, ale także jako przestrzeń spotkań, w której są realizowane ciekawe projekty kulturalno-społeczne, integrujące lokalną społeczność. Łącznie może z nich korzystać blisko 250 tys. osób.

Fundacja Orange we współpracy z animatorami i wolontariuszami prowadzi projekty edukacyjne w Pracowniach, inspirowane mieszkańców do rozwijania pasji, poszerzania swojej wiedzy i wspólnych działań przy kreatywnym wykorzystaniu nowoczesnych technologii. Wspiera animatorów działających w Pracowniach poprzez bezpłatne szkolenia z zakresu rozwijania umiejętności liderkich, budowania strategii funkcjonowania Pracowni, technik animacji społecznej, pracy z wolontariuszami, promocji i komunikacji przy użyciu social media. Do dyspozycji użytkowników Pracowni Orange oddano także internetową platformę wymiany wiedzy wraz z bazą gotowych do wdrożenia projektów i modulem grywalizacji, który wykorzystuje mechanizm gier do podnoszenia kompetencji społecznych.



w 2013 roku:

całkowity koszt zaangażowania społecznego	rezultaty zaangażowania społecznego		efekty społeczne
	dodatkowe środki pozyskane na realizację programu	rezultaty społeczne	
<ul style="list-style-type: none"> 424 000 zł – koszt szkolenia dla lokalnych animatorów 3 000 zł – praca 14 wolontariuszy 87 500 zł – wiedza ekspercka 	<ul style="list-style-type: none"> 50 lokalnych partnerstw 	<ul style="list-style-type: none"> 250 000 osób korzystających z Pracowni 820 godzin szkoleń dla lokalnych animatorów baza scenariuszy zajęć edukacyjnych 1 250 godzin działania Pracowni w tygodniu 290 zrealizowanych projektów 27 wizyt monitorujących w Pracowniach 14 przyznanych grantów na kwotę blisko 42 000 zł 	<ul style="list-style-type: none"> dostęp do internetu w małych miejscowościach wsparcie merytoryczne dla lokalnych animatorów wzmocnienie kompetencji mieszkańców i animatorów, umożliwienie wspólnego spędzania czasu zwiększenie wiedzy na temat nowych technologii i korzystania z internetu

Pracownie Orange oraz platforma www.pracownieorange.pl są unikalnym projektem na skalę Polski i modelowym przykładem innowacyjnego transferu wiedzy firmy w strefę działań społecznych. Dla lokalnych społeczności są często jedynym

publicznym miejscem spotkań, otwartym dla wszystkich mieszkańców, a w przypadku najmniejszych miejscowości – centralnym punktem na mapie aktywności lokalnej.



Akademia Orange



Barbara Wójcik-Witkorowicz,
Animatorka kultury z Jaworzna

Realizacja projektów w ramach Akademii Orange podniosła we mnie wiarę we własne siły i dała możliwość zaistnienia w nowym mieście. Dzięki tym projektom mam satysfakcję z pracy, z pracy twórczej i pełnej energii. To także nowe kontakty, nowe umiejętności i możliwość czerpania ze wspaniałej kopalni pomysłów na zasadach creative commons.

Cieszy mnie, kiedy słyszę: „poruszyłaś miasto”, „w końcu się tu coś dzieje”, „muzeum nie miało tak zauważalnych wydarzeń”, „uczniowie nie przestają przeżywać i ciągle o tym mówią”. Wtedy czuję się prawdziwie uskrzydłona i nie mogę przestać myśleć o nowych działaniach. Jestem bogatsza o wiedzę na temat organizacji, planowania, wyboru osób do współpracy...

Przyznaję, że w nowych mediach jeszcze wiele mi brakuje, ale dostałam od Fundacji Orange odpowiednie wskazówki i już zaczynam działać.

Jesteśmy przekonani, że kultura łączy ludzi, rozwija kreatywność, poszerza horyzonty oraz uczy otwartości na innych, a internet i nowe technologie to nie tylko rozrywka, ale także klucz do poznawania świata, rozwijania pasji i talentów.

Akademia Orange w niekonwencjonalny sposób – poprzez nowe technologie – wprowadza dzieci i młodzież w świat kultury. Pod okiem animatorów odkrywają własne możliwości i stają się jej świadomymi odbiorcami i twórcami.



Akademia Orange to otwarty konkurs grantowy dla NGO, instytucji kultury i oświaty, które realizują projekty nowoczesnej edukacji kulturalnej z udziałem dzieci i młodzieży. Fundacja Orange wspiera i inspirowa te organizacje w prowadzeniu kreatywnych inicjatyw, które angażują młodych i dają im możliwość kontaktu także z nowymi technologiami. Jednym z wymogów przystąpienia do programu jest zawiązanie partnerstwa w realizacji projektu przez co najmniej dwie organizacje.

W Akademii Orange promujemy dobre praktyki: wszystkie materiały i gotowe do wdrożenia scenariusze zajęć trafiają na portal www.akademiaorange.pl na licencji creative commons – Uznanie Autorstwa 3.0 Polska. Z tej ogromnej bazy wiedzy i inspiracji mogą czerpać wszyscy, zarówno doświadczeni animatorzy, jak i rozpoczynający przygodę z animacją kultury.

W każdej edycji Fundacja Orange zaprasza przedstawicieli organizacji, które otrzymały grant na realizację projektu, na dwudniowe warsztaty, które są platformą wymiany wiedzy i doświadczeń między animatorami i w czasie których Fundacja szkoli ich z prowadzenia projektów, z używania licencji CC i promowania swoich projektów w internecie.

Każda edycja Akademii Orange to ponad 40 zrealizowanych projektów angażujących ponad 5 tys. młodych uczestników, którzy budują wirtualne mapy miast, przygotowują audiodeskrypcję filmów dla niewidomych, tworzą filmy metodą poklatkową, kręcą teledyski do tradycyjnych piosenek ludowych i tworzą ich remiksy, budują roboty, organizują medialaby oraz animują komiksy edukacyjne, itp.

w 2013 roku:

całkowity koszt zaangażowania społecznego	rezultaty zaangażowania społecznego		efekty społeczne
	dodatkowe środki pozyskane na realizację programu	rezultaty społeczne	
<ul style="list-style-type: none"> 900 000 zł – konkurs grantowy 100 000 zł – materiały i spotkania edukacyjne 50 000 zł – realizacja badań 67 500 zł – wiedza ekspercka 	<ul style="list-style-type: none"> powstało 45 partnerstw społecznych 	<ul style="list-style-type: none"> realizacja 45 projektów edukacyjno-kulturalnych przeszkolenie 90 animatorów – z zarządzania projektami, efektywnego motywowania siebie i innych, korzyści z pracy w zespole, wykorzystanie creative commons ponad 5 000 osób uczestniczyło w projektach Akademii portal akademiaorange.pl ze scenariuszami zajęć i materiałami na otwartej licencji, dostępny dla wszystkich 	<ul style="list-style-type: none"> zwiększenie aktywności dzieci i młodzieży w kulturze przy wykorzystaniu nowych mediów nabycie nowych kompetencji cyfrowych przez uczestników zajęć poszerzona baza otwartych zasobów edukacyjnych na stronie akademiaorange.pl zwiększenie wiedzy animatorów kultury z zakresu otwartych licencji creative commons



Telefon do Mamy



Magdalena Chęcińska,
Pedagog specjalny w Zespole
Szkół Specjalnych nr 78, CZD

Program „Telefon do Mamy” w Klinice Pediatrii i Żywienia w Instytucie – Pomnik Centrum Zdrowia Dziecka jest niezwykle istotny w procesie hospitalizacji małego pacjenta. Dzieci mające możliwość bezpłatnego i nieograniczonego kontaktu telefonicznego z rodzicami, czy też przyjaciółmi, czują się bezpieczniej. Nie mają poczucia osamotnienia i separacji od swojego środowiska rodzinnego i rówieśniczego. W swojej pracy wielokrotnie spotkałam się z pozytywną opinią dzieci i rodziców na temat „Telefonu do Mamy”.

Inicjatywa warta rozpowszechniania, szczególnie w szpitalach, w których przebywają pacjenci pochodzący z całej Polski. Ze względu na odległość wizyty rodziny i przyjaciół są wtedy ograniczone lub wręcz niemożliwe. W imieniu pacjentów i rodziców serdecznie dziękuję za tak udaną inicjatywę.

Telefon do Mamy to program, dzięki któremu dzieci przebywające w szpitalach mogą bezpłatnie dzwonić do swoich bliskich zawsze, gdy tego potrzebują. W 2003 roku nasza firma w prawie każdym oddziale dziecięcym w Polsce zamontowała kolorowy telefon, a Fundacja Orange regularnie wysyła karty, z których mali pacjenci mogą korzystać bezpłatnie.

Dziś, kiedy komunikacja telefoniczna bardzo się zmieniła, a wiele dzieci posiada własny telefon komórkowy, Fundacja Orange wyznaczyła sobie nowe zadania. Tworzymy multimedialne stanowiska edukacyjne na oddziałach dziecięcych na terenie całej Polski – **Edukacyjne Wyspy Orange**. Obecnie Edukacyjne Wyspy Orange funkcjonują w 50 świetlicach szpitalnych. Stanowiska te wyposażone są w odpowiednio dobrane programy, gry edukacyjne, audiobajki oraz materiały multimedialne, które stymulują

wszechstronny rozwój dziecka. Zapewniają też możliwość bezpiecznego korzystania z internetu, dzięki przeglądarce BeSt.

Do działań na rzecz dzieci w szpitalach chętnie włączają się wolontariusze Orange – odwiedzają najmłodszych pacjentów, prowadzą zajęcia edukacyjne, remontują szpitalne świetlice i zmieniają je w kolorowe Bajkowe Kącki, gdzie dzieci mogą się uczyć i bawić oraz miło spędzić czas. W 2013 roku dzięki zaangażowaniu wolontariuszy powstało 81 Bajkowych Kącków, w sumie jest ich ponad 180. Do realizacji tego projektu zapraszamy też inne firmy oraz ich pracowników. Tradycją jest już, że każdego roku w grudniu wolontariusze w strojach Mikołajów odwiedzają dzieci w szpitalach – spędzając z nimi czas oraz ofiarowując im świąteczne upominki w ramach akcji Mikołaje w Orange.



w 2013 roku:

całkowity koszt zaangażowania społecznego	rezultaty zaangażowania społecznego		efekty społeczne
	dodatkowe środki pozyskane na realizację programu	rezultaty społeczne	
<ul style="list-style-type: none"> 954 000 zł – wartość kart telefonicznych przekazanych do szpitali 58 230 zł – konkurs rysunkowy dla dzieci w szpitalach 186 400 zł – Edukacyjne Wyspy Orange 300 000 zł – Akcja Mikołajkowa w szpitalach 125 000 zł – zaangażowanie 1 250 Mikołajów wolontariuszy 350 000 zł – udział 853 wolontariuszy zaangażowanych w Bajkowe Kąciki 45 000 zł – wiedza ekspercka 	<ul style="list-style-type: none"> 35 000 zł – zaangażowanie innych wolontariuszy pozyskanie partnerów z innych firm do realizacji Bajkowych Kącików 	<ul style="list-style-type: none"> działa 1 000 Telefonów do Mamy w szpitalach do dzieci trafiło 106 000 bezpłatnych kart telefonicznych ponad 200 000 dzieci mogło bezpłatnie zadzwonić do domu w 536 placówkach 600 tys. minut na kontakty z bliskimi 30 nowych Wysp Edukacyjnych w szpitalach 7 200 dzieci korzystających z Wysp 3 000 dzieci bawiących się codziennie w Bajkowych Kącikach 150 tys. dzieci obdarowanych na Gwiazdkę 81 nowych Bajkowych Kącików 	<ul style="list-style-type: none"> poprawa samopoczucia dziecka przebywającego w szpitalu (100% opinii) szpital stał się bardziej przyjazny dla dzieci (86% opinii) zapewnienie lepszej i edukacyjnej organizacji czasu wolnego dla dzieci w szpitalach poszerzenie oferty zajęć edukacyjnych zmiana sposobu spędzania czasu wolnego



Dźwięki Marzeń

Zależy nam, aby zapewniać dzieciom równy dostęp do edukacji, kultury i nauki. Dlatego wspieramy w rozwoju dzieci niesłyszące, które są często narażone na ograniczony dostęp nie tylko do świata cyfrowego, ale także do otaczającej ich słyszącej społeczności.

Od 2006 roku obejmujemy nieodpłatną terapią dzieci z ubytkiem słuchu, jak najszybciej, tuż po potwierdzeniu diagnozy. Dźwięki Marzeń – ogólnopolski program rehabilitacji małych dzieci z wadą słuchu – oferuje dzieciom bezpłatne wypożyczenia aparatów słuchowych oraz systematyczną rehabilitację, wspiera ich opiekunów i terapeutów, a także działa na rzecz wzrostu świadomości społecznej na temat potrzeb dzieci z wadą słuchu.

Wczesna stymulacja słuchu i mowy zwiększa szanse dziecka z niedosłuchem na rozwój komunikacji językowej tak, aby mogło w pełni wykorzystywać swój potencjał.

W ramach programu powstało w Polsce 18 banków aparatów słuchowych, w których są wypożyczane odpowiednio dobrane protezy słuchu. Fundacja zapewnia podopiecznym

Programu dostęp do rehabilitacji w warunkach domowych dwa razy w tygodniu, a także udział w letnich turnusach rehabilitacyjnych, podczas których najmłodsi wraz z opiekunami uczestniczą w intensywnej, indywidualnej i grupowej terapii.

Program skierowany jest do rodziców dzieci w wieku od 3 miesięcy do 4 lat z obustronnym niedosłuchem powyżej 40 dB, których sytuacja społeczno-ekonomiczna i znaczna odległość od domu do najbliższej placówki rehabilitacji nie pozwalają na udział dziecka w terapii prowadzonej w specjalistycznych placówkach. Nad merytoryczną częścią projektu czuwa Rada Naukowa skupiająca specjalistów w zakresie otolaryngologii, audiologii, surdopedagogiki. Terapeutom współpracującym z Programem oferujemy wsparcie merytoryczne w postaci szkoleń i publikacji edukacyjnych.

Ambasadorką programu jest Olga Bończyk, aktorka i piosenkarka, która sama wychowała się w rodzinie osób niesłyszących.



w 2013 roku:

całkowity koszt zaangażowania społecznego	rezultaty zaangażowania społecznego		efekty społeczne
	dodatkowe środki pozyskane na realizację programu	rezultaty społeczne	
<ul style="list-style-type: none"> 1 314 206 zł – program rehabilitacji domowej 260 000 zł – turnusy rehabilitacyjne 60 000 zł – banki aparatów słuchowych 174 000 zł – usługi 37 000 zł – materiały edukacyjne 134 000 zł – wiedza ekspercka 8 250 zł – praca 8 wolontariuszy 7 500 zł – wartość usług firmy – bezpłatna infolinia 	<ul style="list-style-type: none"> 34 671,61 zł – zbiórka publiczna – aparaty słuchowe 	<ul style="list-style-type: none"> 381 dzieci korzystających z aparatów słuchowych 749 użyczeń aparatów 657 aparaty, w tym 338 nowych, dostępne w bankach aparatów 330 dzieci w rehabilitacji domowej 199 rehabilitantów prowadzących terapię 90 dzieci na 3 turnusach rehabilitacyjnych z opiekunami 240 uczestników konferencji dla terapeutów i rodziców 140 terapeutów przeszkolonych z metody werbotonalnej udział w konferencjach 	<ul style="list-style-type: none"> 72% dzieci po programie posługuje się mową, jako podstawowym środkiem komunikacji ponad 75% dzieci kończących terapię kontynuuje swą edukację w przedszkolach rozwój umiejętności słuchowych, komunikacyjnych i językowych dzieci przyrost kompetencji rodziców w zakresie terapii dzieci na poziomie 19,2% podnoszenie świadomości społecznej na temat potrzeb dzieci z wadą słuchu oraz ich rodzin

promocja dla szkół

Od 2004 r. w ramach programu **edukacja z internetem**, zapewniamy szkołom dostęp do szerokopasmowego internetu na preferencyjnych warunkach. Z programu korzysta 10 tys. szkół, w których uczy się ponad 3 mln dzieci. W ramach promocji dla szkół oferujemy preferencyjne warunki dostępu do internetu – aktywację usługi dostępu za 1,23 zł brutto oraz abonament miesięczny za 29,24 zł brutto.

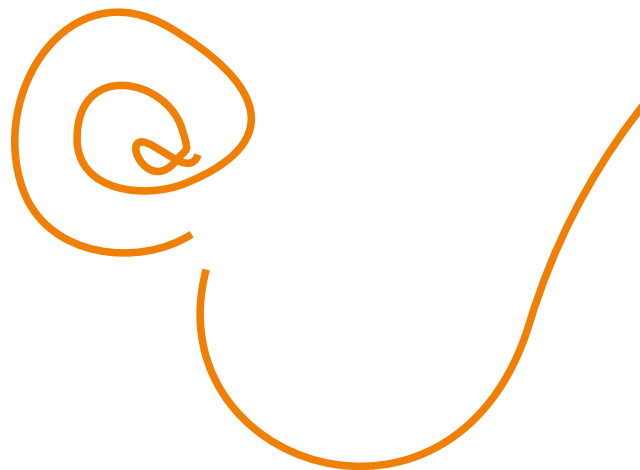


3.4 budujemy e-państwo

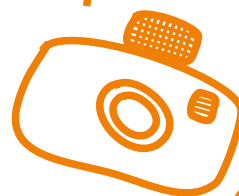
Wykorzystujemy nasze usługi i wiedzę dla budowy nowych funkcjonalności i projektów ważnych z punktu widzenia budowy społeczeństwa informacyjnego i rozwoju społecznego

przykłady naszych rozwiązań

- Smart Metering – system w miejskich wodociągach w Środzie Wielkopolskiej. U 1 100 odbiorców wody, głównie na terenach wiejskich, zainstalowano wodomierze wyposażone w nakładki umożliwiające bieżący odczyt danych i zdalną komunikację z serwerem poprzez sieć komórkową. Dzięki temu rozwiązaniu uszczelniono system poboru wody, minimalizując niekontrolowane wycieki wody, wyeliminowano nadużycia i kradzieże wody.
- Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego zagwarantował dzięki nam szybszy czas dojazdu karetek do potrzebujących pacjentów. Połączył ze sobą 81 oddziałów pogotowia ratunkowego i wyposażył wszystkie karetki w moduły GPS oraz w łączność z centralnym systemem, co umożliwiło centralne zarządzanie ambulansami. Dzięki temu znacznie skrócono czas dojazdu do pacjentów, jak też usprawniono zarządzanie zespołem medycznym. Rozwiązanie pozwala też na efektywniejsze zarządzanie posiadanymi zasobami medycznymi i łatwiejszy nadzór przy wypadkach masowych.
- Zarząd Dróg i Zieleni w Gdańsku zmniejszył koszty utrzymania oświetlenia ulicznego wdrażając inteligentny system sterowania oświetleniem drogowym, które przygotowaliśmy wraz z firmą Rabbit. Rozwiązanie umożliwia precyzyjne dobieranie parametrów, tak, aby oświetlenie włączało się dokładnie tam i dokładnie wtedy, gdy jest ono potrzebne. Umożliwia również regulowanie natężenia oświetlenia zgodnie z aktualnymi potrzebami oraz szybsze wykrycie awarii.
- Samodzielny Publiczny Szpital Kliniczny nr 7 Śląskiego Uniwersytetu Medycznego dzięki nam wdrożył telefonię IP-DECT, by ograniczyć problemy komunikacyjne pomiędzy pacjentami a lekarzami. Najważniejsze korzyści dla szpitala to: komunikacja głosowa dostępna na terenie całego szpitala, kompletny rejestr konsultacji wraz z ich treścią. Wdrożenie to było jednym z pierwszych tego rodzaju projektów realizowanych w Polsce.
- Uniwersyteckie Centrum Okulistyki i Onkologii w Katowicach uruchomiło z nami zaawansowany system przywoławczy oparty na technologii IP-DECT, umożliwiający m.in. błyskawiczną, dwukierunkową komunikację personelu z pacjentami oraz rejestrację wszystkich zgłoszeń w centralnej bazie. Dostarczyliśmy specjalne telefony bezprzewodowe DECT oraz terminale instalowane przy łózkach pacjentów. System pozwala nie tylko na wysyłanie wezwań. Pielęgniarka, która przyjmie zgłoszenie, może od razu porozmawiać z pacjentem, by dowiedzieć się więcej na temat problemu. Dodatkowo, wszystkie zdarzenia są rejestrowane.



innowacje w projektach społecznych



grywalizacja w pracowniach Orange

Grywalizacja (nazywana także gryfikacją lub gamifikacją) stosuje mechanikę gier, aby zaangażować jej użytkowników w realizację konkretnych zadań w projekcie. Jej uczestnicy mają do wykonania czynności, których zrealizowanie jest odpowiednio nagradzane. Fundacja Orange poprzez taki system punktów, nagród i wyzwań, motywuje liderów pracowni Orange w 50 małych miastach i wsiach do działań na rzecz mieszkańców. W ten sposób pobudza ich aktywność nie tylko w świecie wirtualnym – na internetowej platformie pracownieorange.pl, ale przede wszystkim w świecie realnym, co wpływa na urozmaicenie wydarzeń integrujących lokalną społeczność. Grywalizacja w programie Pracownie Orange to pierwsze społeczne zastosowanie grywalizacji na taką skalę w Polsce.

Łącznie przez ostatni rok w Pracowniach Orange:

- przeprowadzono **134** projekty społeczne
- zamieszczono **603** nowe pomysły w bazie dobrych praktyk
- a **68%** z tych pomysłów zostało zrealizowanych w Pracowniach
- o **151%** wzrosła aktywność użytkowników na samym portalu, tylko w pierwszym miesiącu funkcjonowania grywalizacji

Pod wpływem wyzwań grywalizacji, lokalni liderzy nabywają także nowe umiejętności – wzmacniają swoje kompetencje cyfrowe, uczą się zarządzania zespołem, animacji społecznej i organizacji działań kulturalnych. W Pracowniach organizowane są różne inicjatywy, m.in. zajęcia edukacyjne dla dzieci, wspólne tworzenie plakatów, infografik, wirtualnych map miejscowości, konkursy dla mieszkańców, turnieje sportowe.

Więcej o Pracowniach Orange i grywalizacji znajdziesz na stronie www.pracownieorange.pl

Creative Commons – otwarte zasoby w internecie

Licencje Creative Commons (w skrócie CC) pozwalają autorom różnych dzieł swobodnie dzielić się swoją twórczością z innymi, zachowując jednocześnie pewne prawa autorskie. Co to oznacza? Tyle, że jeśli chcemy legalnie używać zdjęć, tekstów, filmów, muzyki lub też scenariuszy zajęć edukacyjnych, projektów społecznych zamieszczonych w internecie do swoich celów, a także przerabiać je i prezentować dalej, warto kierować się materiałami opublikowanymi na licencjach Creative Commons. Ich autorzy zgadzają się na wykorzystanie ich twórczości przez innych, a zatem mamy pewność, że używamy ich legalnie i z poszanowaniem dla praw autora.

Więcej o rodzajach licencji Creative Commons znajdziesz na stronie www.creativecommons.pl

Fundacja Orange szeroko wykorzystuje idee Creative Commons w swoich programach, zachęca także inne organizacje do dzielenia się edukacyjnymi zasobami w sieci na licencjach CC. Jednym z wymogów realizacji projektu w ramach grantu Fundacji w programie Akademia Orange jest publikowanie swojego projektu na portalu akademiaorange.pl właśnie na otwartych licencjach. W Akademii Orange istnieje także specjalna ścieżka grantowa dla organizacji, które chcą skorzystać z gotowych, wypracowanych w poprzednich edycjach programu pomysłów.

W ten sposób tworzy się zasób projektów, scenariuszy zajęć, sprawdzonych koncepcji na społeczne inicjatywy – legalnie dostępny w internecie do ponownego wykorzystania.

Creative

e-wolontariat – masz Web do pomagania!

Platforma **E-wolontariat** istnieje w internecie od jesieni 2009 roku. Jej główne cele to rozwój i promocja wirtualnego wolontariatu w Polsce i w Europie. W portalu www.e-wolontariat.pl można znaleźć aktualne informacje z Polski i ze świata na temat wolontariatu i akcji dobroczynnych prowadzonych w internecie, a także artykuły edukacyjne, które pomogą zorganizować takie inicjatywy i zostać e-wolontariuszem. Znajduje się tu również baza organizatorów e-wolontariatu w Polsce oraz aktualne oferty dla wirtualnych wolontariuszy.

Wolontariat on-line ma wiele twarzy. Jest nim m.in. tworzenie grup pomocy i samopomocy za pośrednictwem internetu, budowanie wspólnych wirtualnych baz wiedzy (np. z wykorzystaniem mechanizmu wiki), dzielenie się swoimi umiejętnościami (e-learning, e-korepetycje), nieodpłatne udzielanie porad w sieci, tworzenie map społecznościowych, pomoc organizacjom pozarządowym (np. przy promocji, tłumaczeniach językowych, projektach graficznych). To także prowadzenie e-kampanii społecznych.

Projekt jest prowadzony przez Fundację Dobra Sieć i Fundację Orange we współpracy z Polsko-Amerykańską Fundacją Wolności. W jego ramach raz w roku organizowany jest konkurs „Odkryj e-wolontariat”, w którym nagradzane są najciekawsze polskie inicjatywy wolontariackie wykorzystujące internet. Od 2011 roku (Europejskiego Roku Wolontariatu) organizowana jest europejska edycja konkursu „Discover e-volunteering”, do której mogą zgłaszać się organizacje z całej Europy.

hackathon dla e-wolontariatu

Organizacje pozarządowe realizujące projekty społeczne w internecie mają dużo pomysłów, często jednak brakuje im narzędzi, za pomocą których mogłyby wcielić je w życie. Z drugiej strony, istnieją społeczności osób zafascynowanych programowaniem – amatorów i zawodowców, którzy na co dzień zajmują się nowymi technologiami. **Hackathon** to platforma spotkania tych dwóch środowisk – maraton programistyczny, podczas którego programiści niekomercyjnie tworzą narzędzia informatyczne dla organizacji społecznych.

W 2013 roku Fundacja Orange wspólnie z Fundacją Dobra Sieć zorganizowała dwudniowy sprint programistyczny „Hackathon dla e-wolontariatu”, w czasie którego powstawały gry i aplikacje, które usprawniają pracę organizacji pozarządowych. Swoje potrzeby zgłosiły trzy fundacje: Fundacja Dzieci Niczyje, Psiegrane Marzenia oraz Dziecko i Kultura, a programiści e-wolontariusze zbudowali odpowiednie aplikacje.

W czasie hackathonu programiści stworzyli grę fundraisingową, system do zarządzania grafikami wolontariuszy, mechanizm wspierający akcję „Dzielę się książkami” oraz aplikację do zarządzania wydarzeniami na Facebooku. Aplikacje udostępnione zostały na wolnych licencjach Creative Commons – tak, aby każda zainteresowana organizacja mogła z nich swobodnie korzystać.



Więcej informacji o e-wolontariacie
na www.e-wolontariat.pl oraz www.e-volunteering.eu

Dowiedz się więcej: hackathon-dla-ewolontariatu.pl

- W 16 (po jednym na każde województwo) spośród 341 powiatowych urzędów pracy w ramach pilotażu uruchomiliśmy telefonię IP. To część większego projektu, tj. budowy sieci WAN dla placówek Publicznych Służb Zatrudnienia na terenie całego kraju. Zintegrowanie systemów telefonicznych pozwoliło na uzyskanie bezpłatnych połączeń i uproszczonego wybierania numerów pomiędzy poszczególnymi urzędami, oszczędności dzięki rezygnacji z tradycyjnych centralk. Projekt zrealizowany w powiatowych urzędach pracy jest wyjątkowy ze względu na swoje otoczenie instytucjonalne. Dzięki swojej skali, Orange był w stanie dostarczyć wysokiej jakości usługę do niewielkich urzędów znajdujących się z dala od ośrodków metropolitalnych.
- Aplikacja **Pierwsza Pomoc** została przygotowana z myślą o wsparciu dla świadków nagłych wypadków i zdarzeń, w których konieczne jest udzielenie pierwszej pomocy. Dzięki niej można natychmiast dowiedzieć się i zobaczyć na ilustracjach, jak bezpiecznie ułożyć nieprzytomną osobę, podjąć i prowadzić reanimację oraz zatamować krwawienie. Oprócz tego aplikacja zawiera praktyczne porady dotyczące postępowania z poszkodowanymi w różnego rodzaju zdarzeniach, np. oparzeniach, odmrożeniach, porażeniu prądem, zatruciach. Z aplikacji ratunkowej mogą korzystać wszyscy użytkownicy smartfonów i tabletów z systemami operacyjnymi: iOS, Android, Windows Phone, a także telefonów wykorzystujących Java. Orange udostępniła ją wszystkim, niezależnie od sieci.
- **Opolska e-szkola szkołą ku przyszłości** – to pierwszy w Polsce kompleksowy i innowacyjny projekt informatyzacji placówek oświatowych, łączący 112 jednostek w ramach jednej bezpiecznej platformy sieci teleinformatycznej. E-szkola to wirtualne środowisko uczenia się i nauczania, innowacyjne narzędzie zarządzania i komunikacji. Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz środków budżetu województwa opolskiego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Opolskiego na lata 2007-2013 „Inwestujemy w Twoją przyszłość”.



Oprócz rozbudowy infrastruktury telekomunikacyjnej, dużym wyzwaniem społecznym dla naszej branży jest przełamywanie barier mentalnych, opartych na przekonaniu, że nowe technologie są zbyt skomplikowane lub niedostępne dla wszystkich. Wspólnie możemy zbudować społeczeństwo informacyjne, ale pod warunkiem, że nikt nie pozostanie poza jego zasięgiem.







załączniki

bezpieczna sieć

Chcemy, aby korzystanie z najnowszych technologii było proste i wolne od zagrożeń

nasze cele:



- 4.1 dbałość o dostarczanie klientom bezpiecznych produktów i usług,
- 4.2 bezpieczne przechowywanie danych naszych klientów,
- 4.3 zapewnienie bezpieczeństwa dzieci w sieci poprzez eliminację zagrożeń związanych z dostępem do internetu,
- 4.4 wprowadzenie zabezpieczeń przeciwko zagrożeniom związanym z dostępem do internetu dla dorosłych użytkowników.

Dbałość o bezpieczeństwo klientów jest ważna dla każdej firmy telekomunikacyjnej. Z jednej strony polega ona na odpowiednim zabezpieczeniu naszych urządzeń technicznych i dostarczaniu klientom bezpiecznych produktów i usług, z drugiej – na ochronie i starannym zabezpieczeniu ich danych osobowych. Ważnym aspektem jest też edukowanie, jak bezpiecznie i mądrze korzystać z nowych technologii.



4.1 bezpieczne produkty i usługi

W przypadku firmy telekomunikacyjnej kwestie związane z odpowiednim zabezpieczeniem danych milionów klientów, zapewnieniem bezpiecznego korzystania z usług, rzetelną informacją o urządzeniach telekomunikacyjnych, są niezwykle istotne dla rozwoju biznesu i przełamywania barier w korzystaniu z dobrodziejstw cyfrowego świata. Dlatego społeczną odpowiedzialność rozumiemy bardzo szeroko, nie tylko jako restrykcyjne traktowanie norm w zakresie bezpieczeństwa, ale też edukację naszych klientów w zakresie bezpiecznego korzystania z nowych technologii.

Dbamy o to, by wszystkie aparaty telefoniczne miały wykonane odpowiednie testy. Bezpieczeństwo ich użytkowania jest weryfikowane w procesie badań zgodności z tzw. zasadniczymi wymaganiami.

Orange oferuje kompleksową ochronę urządzeń telekomunikacyjnych.

- Dzięki usłudze Bezpieczny Smartfon możesz ubezpieczyć swój sprzęt od kradzieży, zniszczenia, zalania i nieautoryzowanych połączeń.
- Dzięki usłudze Bezpieczny Tablet ubezpieczysz swój tablet, laptop, notebook od kradzieży, zniszczenia czy zalania.
- Dzięki usłudze Bezpieczny Telefon zawsze i wszędzie możesz chronić swój aparat telefoniczny, także ten na kartę. W pakiecie otrzymasz ubezpieczenie oraz dostęp do usługi chroniącej zawartość aparatu. Ochroną ubezpieczeniową mogą być objęte także aparaty telefoniczne na kartę kupione poza siecią sprzedaży Orange.

W naszej ofercie mamy też aplikację lokalizacyjną „Gdzie jest dziecko”. Usługa ta pozwala w dowolnej chwili sprawdzić za pomocą telefonu komórkowego, gdzie przebywa dziecko lub inna bliska osoba pozostająca pod opieką. Jedną z nowych funkcji aplikacji jest błyskawiczne informowanie opiekunów. W razie zagrożenia, podopieczny używający aplikacji może za pomocą jednego kliknięcia wysłać opiekunowi powiadomienie SOS wraz z materiałem wideo. Opiekun otrzymuje je wraz z informacją o miejscu, z którego została nadana. Oprócz tego, dzięki lokalizacji w sieci komórkowej wspartej precyzyjną lokalizacją przy użyciu satelitów GPS, aplikacja umożliwia bardzo dokładne sprawdzanie miejsca przebywania podopiecznego, a jemu samemu wygodne potwierdzenie zgody na lokalizowanie za pomocą gotowego komunikatu „OK”.

telefonie komórkowa a fale radiowe

Telefony komórkowe, smartfony czy tablety, stały się codziennym elementem życia wielu ludzi. Nie tylko zapewniają stały kontakt z najbliższymi, ale umożliwiają szybki dostęp do informacji, usług i nowoczesnych aplikacji mobilnych. Wszystkie te urządzenia spełniają swoje funkcje dzięki falom radiowym należącym do szerszego pojęcia fal elektromagnetycznych (zwane również polem elektromagnetycznym, z ang. EMF – electromagnetic fields).

Wraz z rozwojem telefonii komórkowej zaczęły pojawiać się wątpliwości związane z wpływem pola elektromagnetycznego, emitowanego przez anteny stacji bazowych telefonii komórkowej, na ludzi i środowisko. Większość ekspertów zgadza się z opinią, iż narażenie na działanie fal w ustalonych standardach bezpieczeństwa nie ma szkodliwego wpływu na zdrowie, jednak nierzetelne opinie oraz specjalistyczny język komunikacji sprawiają, że temat ten budzi obawy społeczne. Dlatego kwestia rzetelnego informowania o falach elektromagnetycznych została uznana za istotny temat dla całej Grupy Orange.



Fale radiowe mają podstawowe znaczenie dla naszych usług, bez nich nie działałaby ani nasza sieć, ani telefony, które dostarczamy. W odpowiedzi na pytania dotyczące potencjalnego szkodliwego wpływu fal radiowych emitowanych przez urządzenia telekomunikacyjne oraz te wykorzystujące nowe technologie, wprowadziliśmy w Grupie Orange politykę opartą na zasadach:

- dialogu i przejrzystej komunikacji na temat fal radiowych oraz technologii telekomunikacyjnych,
- wkładu w badania dotyczące dozymetrii (mierzenia ekspozycji na fale radiowe),
- zapewnienia zgodności z przepisami krajowymi oraz międzynarodowymi zaleceniami Międzynarodowej Komisji ds. Ochrony Przed Promieniowaniem Niejonizującym (ICNIRP) w zakresie wartości limitów ekspozycji,
- wspierania sposobów korzystania z telefonów komórkowych rekomendowanych przez władze publiczne oraz odpowiednie organy zajmujące się ochroną ludzi przed polami elektromagnetycznymi,
- wdrożenia polityki dotyczącej fal radiowych w miejscu pracy.



W przypadku firmy telekomunikacyjnej kwestie związane z bezpiecznym korzystaniem z usług oznaczają nie tylko najwyższą dbałość o spełnianie wymogów norm bezpieczeństwa, ale i rzetelną informację nt. wykorzystywanych urządzeń i technologii. W 2013 roku został przygotowany globalny portal Orange o falach radiowych wyjaśniający w sposób przystępny działanie telefonii komórkowej, z sekcją informującą o najnowszych doniesieniach naukowych. Portal został także przetłumaczony na język polski i można znaleźć go na stronie Orange Polska pod adresem: www.orange.pl/fale-elektromagnetyczne.phtml.

Spełniamy wszystkie rygorystyczne normy dotyczące poziomów pól elektromagnetycznych wokół wszystkich stacji bazowych i nadawczych.

Działania techniczne związane z ochroną przed EMF emitowanymi przez stacje bazowe instalacji radiokomunikacyjnych, budowanych w ramach naszych inwestycji lub eksploatowanych w sieci, prowadzone są w oparciu o przepisy Rozporządzenia Ministerstwa Środowiska w sprawie dopuszczalnych poziomów pól EMF w środowi-

sku oraz sposobów sprawdzania dotrzymania tych poziomów (Dz.U. Nr 192 z 2003 roku, poz. 1882/83), poprzez:

- wykonywanie w ramach projektów dla nowych lub modernizowanych stacji radiowych odpowiednich obliczeń oddziaływania EMF na środowisko,
- wykonywanie pomiarów dopuszczalnych poziomów pól elektromagnetycznych, z których protokoły kierowane są do właściwych organów ochrony środowiska, decydujących o przeprowadzeniu lub nieprzeprowadzeniu konsultacji społecznych.

Wszystkie telefony komórkowe w Orange odpowiadają standardom emisji, ustalonym przez Międzynarodową Komisję Ochrony przed Promieniowaniem Niejonizującym (ICNIR). Dodatkowo, w Orange Polska działa Laboratorium Bezpieczeństwa Środowiska, które od ponad 9 lat wykonuje pomiary poziomu natężenia pola elektromagnetycznego. Posiadamy wdrożony system zarządzania wg normy PN-EN ISO/IEC 17025:2005, czego dowodem jest certyfikat akredytacji AB 419 wydany przez Polskie Centrum Akredytacji.



Hanna Jaworska-Orthwein,
Główny Specjalista ds. Relacji
z Przedstawicielami Społecznymi

Aby lepiej zrozumieć obawy społeczne, w 2013 roku zrealizowaliśmy badania dotyczące poziomu wiedzy oraz percepcji potencjalnych zagrożeń wynikających z ekspozycji na działanie pól elektromagnetycznych przez użytkowników telefonów komórkowych. Badania dały nam odpowiedź, jakiej postawy w zakresie komunikacji tego zagadnienia oczekują od nas, jako operatora, nasi klienci.

Dla tych, którzy wyrażają zaniepokojenie o negatywny wpływ masztów, czy telefonów, na zdrowie i otoczenie, przygotowaliśmy broszurę informacyjną stanowiącą materiał edukacyjny również dla naszych pracowników mających kontakt z klientem. Broszura dostarcza podstawowe, najważniejsze informacje wyjaśniające, w jakim stopniu użytkownicy są poddawani działaniu fal podczas rozmowy przez telefon komórkowy, informuje o krajowych i międzynarodowych limitach bezpieczeństwa oraz zawiera proste wskazówki w zakresie sposobu ograniczenia ekspozycji na fale radiowe.

Naszą uwagę zwracają pojawiające się doniesienia o obawach związanych z funkcjonowaniem nadajników telefonii komórkowej czy używaniem telefonów, dlatego jako firma odpowiedzialna społecznie postanowiliśmy przybliżyć naszym klientom wiedzę na temat rzeczywistego oddziaływania telefonii komórkowej na nasze zdrowie i otoczenie.

Prowadzimy badania nad ograniczeniem wpływu promieniowania elektromagnetycznego na ludzi, współpracujemy w tym z International Telecommunication Union (ITU) m.in. nad poradnikiem, który opisuje, jak należy postępować z urządzeniami emitującymi pola elektromagnetyczne w taki sposób, żeby być w zgodzie z obowiązującymi przepisami ochrony ludzi i środowiska.

Stale rozbudowujemy o nowe możliwości oprogramowanie EMF-estimator, które pozwala wyznaczać poziomy pól elektromagnetycznych wokół planowanych stacji bazowych. Oprogramowanie opracowane w całości w Orange Labs Poland jest bezpłatnie udostępnione na stronach ITU wszystkim zainteresowanym.

Dzięki aktywności w ITU możemy bezpośrednio przyczynić się do oceny i ograniczenia zagrożeń środowiskowych związanych z ekspozycją ludzi na pola elektromagnetyczne wytwarzane przez stacje bazowe. Prace dotyczące ochrony ludzi przed elektromagnetycznym promieniowaniem niejonizującym są kontynuowane w ITU-T pod kierownictwem naszego przedstawiciela. W opracowaniu jest także podręcznik, w którym zostaną podane odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania oraz wyjaśnione najczęstsze nieporozumienia i wątpliwości zgłaszane przez osoby obawiające się wpływu promieniowania elektromagnetycznego na zdrowie.

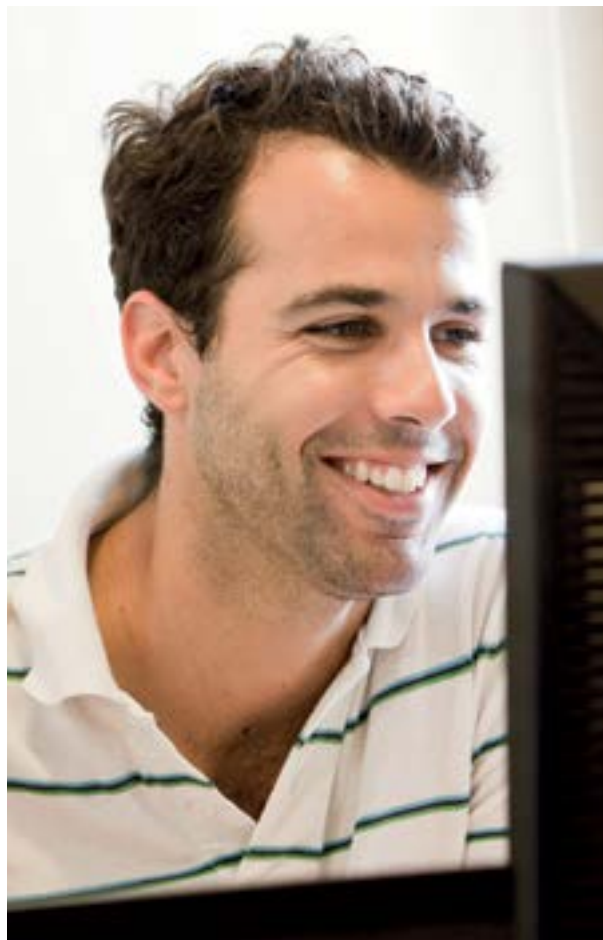
ochrona klientów przed oszustwami

Staramy się wyeliminować oszustwa osób podszywających się pod naszych pracowników oraz praktyki nieuczciwej konkurencji, które są szczególnie uciążliwe dla naszych starszych klientów.

Prowadzimy kampanie informacyjne, w których zwracamy uwagę, co jest ważne przed podpisaniem dokumentów, jak wycofać się z nieuczciwie zawartej umowy, gdzie szukać pomocy, gdy padło się ofiarą oszustwa, jak sprawdzić wiarygodność sprzedawcy. Uruchomiliśmy specjalny numer 800 500 005, gdzie klient może uzyskać pomoc w takiej sytuacji.

Jesteśmy również aktywnym uczestnikiem akcji „Nie reagujesz – akceptujesz”, która podnosi problem kradzieży kabli telefonicznych i zagrożenia, jakie to ze sobą niesie. Do akcji włączyły się także: Urząd Komunikacji Elektronicznej, Urząd Regulacji Energetyki i Urząd Transportu Kolejowego.

Konsekwencją naszych działań jest założenie Fundacji „Niezlomni”. Fundacja angażuje do wspólnego podejmowania działań zwiększających bezpieczeństwo wiele podmiotów z branży kolejowej, energetycznej i telekomunikacyjnej. W prace te zaangażowani są także regulatorzy rynku telekomunikacyjnego, energetycznego i kolejowego przy wsparciu innych organów państwowych tj. MSW, MAC oraz Komenda Główna Policji. Zadaniem Fundacji jest podnoszenie świadomości społeczeństwa nt. zagrożeń wynikających z kradzieży infrastruktury i powodować większą częstotliwość reakcji na powyższe zjawisko.



czyste
środowisko



ciekawy
zespół



załączniki

4.2 bezpieczne dane

Jesteśmy administratorem danych osobowych naszych klientów, pracowników. W firmie został powołany Administrator Bezpieczeństwa Informacji, który odpowiada za dostarczanie oraz nadzorowanie wdrożenia polityki bezpieczeństwa danych osobowych oraz standardów ochrony danych osobowych. Współpracuje on też z Generalnym Inspektorem Ochrony Danych Osobowych (GIODO), przy prowadzeniu postępowań administracyjnych, zgłasza i aktualizuje zbiory danych osobowych w rejestrze GIODO oraz zgłasza GIODO naruszenia ochrony danych.

Dane osobowe są jedną z kategorii informacji chronionych i wraz z danymi stanowiącymi tajemnicę telekomunikacyjną oraz tajemnicę przedsiębiorstwa, są objęte Systemem Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji zgodnym z wymaganiami międzynarodowej normy ISO 27001, której certyfikat posiadamy.

Dbamy o to, aby nasi pracownicy i współpracownicy mieli pełną wiedzę na temat obowiązujących przepisów prawa, a także naszych wewnętrznych zasad związanych z procesem przetwarzania danych osobowych. Zespół podległy Administratorowi Bezpieczeństwa Informacji przeprowadza cykliczne analizy ryzyka bezpieczeństwa informacji oraz regularne audyty w zakresie przetwarzania danych osobowych. Utrzymując certyfikowany system zarządzania bezpieczeństwem informacji jesteśmy dodatkowo poddawani cyklicznym zewnętrznym audytom nadzorczym. Pozwala to skutecznie identyfikować ewentualne nieprawidłowości i wprowadzać działania naprawcze.

Udoskonaliliśmy też proces udostępniania danych uprawnionym podmiotom. Przekazywanie danych do firm współpracu-

jących następuje na podstawie umów o powierzeniu danych do przetwarzania, w których stawiamy wysokie wymagania w zakresie ich bezpieczeństwa.

W roku 2013 nie zostały nałożone na Spółkę żadne kary z tytułu naruszenia przepisów o ochronie danych osobowych. Na każdym etapie gromadzenia i przetwarzania danych dbamy o obowiązek informowania klienta m.in. o celu i zakresie przetwarzania jego danych, prawie dostępu do nich oraz możliwości ich poprawiania.



Jerzy Klonecki,
Dyrektor Bezpieczeństwa
Korporacyjnego

Informacja stanowi dla nas tak samo ważny zasób, jak pracownicy, technologie czy środki finansowe. Informacje w postaci know-how, bazy danych, warunków handlowych, stanowią dla nas wartość bilansową. Tym samym kluczowe staje się właściwe zabezpieczenie przetwarzanych w organizacji informacji. Należy zwrócić uwagę, że nie chodzi tutaj tylko o wdrożenie rozwiązań w obszarze teleinformatyki, lecz również zapewnienie bezpieczeństwa fizycznego, organizacyjnego, osobowego, prawnego czy też ciągłości działania.

Kierując się zasadą najslabszego ogniwa – jedynie rozwiązania kompleksowe mogą skutecznie zabezpieczyć przetwarzane w organizacji dane. Punktem odniesienia przy budowie naszego Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji (SZBI) są międzynarodowe standardy ISO 27001, ISO 27005 oraz zbiór dobrych praktyk w obszarze analizy ryzyka oraz bezpieczeństwa.

4.3 bezpieczne dzieci w internecie

Jednym z najważniejszych celów jest bezpieczeństwo dzieci i młodzieży w internecie i przygotowanie młodych ludzi do świadomego korzystania z nowych mediów.



Michał Rosiak,
Starszy Specjalista ds. Zabezpieczeń
Systemów Teleinformatycznych

Technologie są wszechobecne w naszym życiu i telefon komórkowy nawet w rękę kilkulatek nie jest rzadkością. Coraz częściej jest to smartfon, a wraz z nim internet – i kompletny brak kontroli rodzica nad tym, co ogląda jego dziecko.

Kontrola rodzicielska to obowiązkowa pozycja wśród usług odpowiedzialnego operatora. Obecnie testujemy nowe rozwiązanie oparte na zabezpieczeniach na warstwie sieciowej. Takie rozwiązanie pozwala udostępnić usługę każdemu, niezależnie od systemu operacyjnego, nawet na tanich, wiekowych już smartfonach.

Ponieważ najmłodsi korzystają przede wszystkim z oferty na kartę, na początku usługa dostępna jest w formie dedykowanych starterów, blokujących treści pedofilskie, pornograficzne, brutalne, a także strony zawierające złośliwy kod.

W zakresie rozbudowanej współpracy z Orange Polska Fundacja Dzieci Niczyje jest także w stałym kontakcie z CERT Orange Polska. Nasi eksperci ds. bezpieczeństwa poddali dokładnym testom przeglądarkę BeSt na komputery stacjonarne, oficjalnie potwierdzając, iż dzięki zastosowanym zabezpieczeniom jest ona bezpieczna dla dzieci.

Od kilku lat współpracujemy z Fundacją Dzieci Niczyje (FDN). Dzięki naszemu wsparciu powstał serwis internetowy www.sieciaki.pl, w którym dzieci mogą znaleźć wiele cennych informacji o bezpiecznym i efektywnym korzystaniu z internetu. Na stronie zarejestrowanych jest już ponad 245 tys. aktywnych użytkowników. W ramach współpracy z FDN opracowane zostały scenariusze zajęć edukacyjnych oraz komplet materiałów edukacyjnych, które dystrybuowane są wśród nauczycieli szkół w całej Polsce. Efektem naszych działań jest również nowatorska, bezpłatna

platforma e-learningowa zawierająca szkolenia z zasad bezpiecznego korzystania z internetu w formie interaktywnych kursów. Ze szkoleń mogą korzystać zarówno sami uczniowie, jak i nauczyciele. Rocznie z kursów korzysta ok. 35 tys. uczniów. Propozycje edukacyjne, wypracowane we współpracy z FDN, dostosowane są do różnych grup wiekowych. Przygotowaliśmy też specjalny portal dla przedszkolaków – www.necio.pl. Z serwisu do końca 2013 roku skorzystało ponad 112 tys. unikalnych użytkowników-dzieci.



Marcin Sołodki,
Fundacja Dzieci Niczyje

Z Fundacją Orange współpracuję już od ponad 8 lat – od chwili, kiedy zacząłem pracę w Fundacji Dzieci Niczyje, zajmując się rozwijaniem serwisu www.sieciaki.pl. Wspólnie tworzyliśmy jedyny w Polsce system certyfikacji stron [www.BeSt](http://www.zgromadzonych.w Katalogu BeSt (Bezpiecznych Stron), budując w ten sposób bezpieczną przestrzeń internetową dla dzieci. Dzięki temu dzieci mogą surfować po internecie, bez obawy natrafienia na niebezpieczne treści. Obecnie katalog jest sercem nowatorskiego systemu kontroli rodzicielskiej – przeglądarki stron <a href=) (przygotowanej dla systemów Windows i Android). Wspólnie stworzyliśmy też portal o bezpieczeństwie dla przedszkolaków Necio.pl

Sieciaki, Necio i inne materiały przygotowane w efekcie współpracy Fundacji Orange i FDN odniosły sukces. Wiemy to, bo nauczyciele doceniają jakość tych materiałów edukacyjnych, podobnie jak rodzice, a przede wszystkim dzieci. Materiały te nie powstałyby bez wsparcia nie tylko finansowego Fundacji Orange, ale przede wszystkim – merytorycznego i koncepcyjnego.



Od kilku lat działa letnia akcja „Sieciaki na wakacjach” – wakacyjny program organizowany we współpracy z władzami samorządowymi i lokalnymi ośrodkami kultury. Podczas pikników edukacyjnych dzieci dowiadują się jak bezpiecznie korzystać z internetu. Od początku akcji przeszkolono łącznie 81 tys. dzieci.

Kolejną naszą wspólną inicjatywą było uruchomienie w 2007 roku Helpline.org.pl – 800 100 100 – specjalnego telefonu interwencyjnego i strony internetowej dla dzieci w sytuacji zagrożenia w internecie. Dzięki Orange Polska linia 800 100 100 jest bezpłatna dla wszystkich dzwoniących. W ramach projektu co roku obsługiwanych jest ponad 29 tys. zgłoszeń.

Firma włączyła również w program swoich wolontariuszy – pracowników Orange Polska i we współpracy z Fundacją opracowała dla nich materiały edukacyjne i scenariusze zajęć. Wolontariusze przeszkolili już ponad 18 tys. dzieci z zasad bezpieczeństwa w sieci. Materiały te trafiły też do pracowników Orange Polska, którzy mogą je wykorzystywać w edukacji swoich dzieci oraz do 3 tys. bibliotek.



w 2013 roku:

całkowity koszt zaangażowania społecznego	rezultaty zaangażowania społecznego		efekty społeczne
	dodatkowe środki pozyskane na realizację programu	rezultaty społeczne	
<ul style="list-style-type: none"> 520 000 zł – program bezpieczeństwa dzieci w sieci 75 000 zł – koszty usług firmy w ramach infolinii helpline 6 650 zł – praca 87 wolontariuszy 72 800 zł – wiedza ekspercka 	<ul style="list-style-type: none"> 642 840 zł na program bezpieczeństwa dzieci w sieci z funduszy UE i NASK 20 innych wolontariuszy imprezy i wydarzenia organizowane przez samorządy, dotyczące bezpieczeństwa w sieci 	<ul style="list-style-type: none"> 28 196 dzieci zarejestrowanych w serwisie internetowym 39 640 dzieci zrealizowało e-learning bezpłatne materiały edukacyjne dla dzieci, rodziców, nauczycieli badania problemu konferencje dla 4 500 specjalistów pikniki edukacyjne dla 14 711 dzieci 1 200 inicjatyw na Dzień Bezpiecznego Internetu 3 270 dzieci wzięło udział w lekcjach zorganizowanych przez wolontariuszy 29 000 zgłoszeń w ciągu roku na helpline 	<ul style="list-style-type: none"> dzieci wiedzą, jak bezpiecznie korzystać z internetu (150 000 dzieci) nauczyciele / rodzice wiedzą, jak uczyć dzieci o bezpiecznym internecie (3 829) zwiększenie świadomości na temat bezpieczeństwa dzieci w sieci zwiększenie wiedzy na temat form i metod zabezpieczeń dzieci w sieci



Wspólnie z Fundacją stworzyliśmy poradnik dla rodziców **Bezpieczne media**, który w kompleksowy sposób pokazuje, jakie niebezpieczeństwa czyhają na najmłodszych w cyfrowym świecie i jak im przeciwdziałać oraz gdzie szukać pomocy.

Fundacja Orange wspiera też kampanie społeczne dotyczące bezpiecznego internetu, uczestniczy w konferencjach na ten temat, przygotowuje badania na temat korzystania z sieci przez dzieci, ich wiedzy, a także wiedzy ich rodziców, a od kilku lat jest partnerem Dnia Bezpiecznego Internetu, podczas którego oprócz konferencji i dyskusji specjalistów nad poprawą bezpieczeństwa najmłodszych użytkowników sieci, w szkołach w całej Polsce organizowane są wydarzenia i konkursy poświęcone temu tematowi. W 2013 r. takich inicjatyw było ponad 1,2 tys.

Ważnym elementem naszych działań jest też zachęcenie innych firm i instytucji do samoregulacji w zakresie bezpieczeństwa dzieci w mediach. Dzięki naszej inicjatywie powstało Porozumienie na rzecz Bezpieczeństwa Dzieci w Internecie. Skupia ono obecnie 20 sygnatariuszy: dostawców internetu, portale internetowe oraz organizacje pozarządowe zajmujące się tą problematyką. Inicjatywę poparł Urząd Komunikacji Elektronicznej oraz Pełnomocnik Rządu ds. Równego Traktowania.

Orange jest też członkiem sojuszu operatorów komórkowych przeciwko seksualnemu wykorzystywaniu dzieci. Sojusz powstał w celu ograniczenia używania telefonii komórkowej przez osoby lub organizacje, które chcą korzystać lub czerpać zyski z materiałów zawierających niedozwolone treści z udziałem dzieci.

Od 2011 roku Orange Group działa w inicjatywie **Lepszy internet dla dzieci**, zapoczątkowanej przez Neelie Kroes, wiceprzewodniczącą Komisji Europejskiej i komisarza Komisji Europejskiej ds. Agendy Cyfrowej.



Marek Januszewicz,
 Analityk Biznesowy

W aspekcie Bezpiecznej Sieci szczególnie ważne są dzieci i młodzież, które wychowują się, uczą i bawią przy użyciu nowoczesnych narzędzi komunikacji. Ważne, aby korzystając z nich były bezpieczne.

Wraz z rozwojem nowych technologii i szybko zmieniających się trendów w internecie pojawiają się stale nowe formy zagrożeń i niepokojące trendy (cyberprzemoc, niekontrolowane zakupy przez internet, uzależnienia od internetu/serwisów społecznościowych, itd.). Ważne dla nas jest nie tylko pokazanie zagrożeń związanych z nowymi mediami, ale przede wszystkim wskazanie, w jaki sposób można ich uniknąć.

W realizacji tego zadania wyjątkowo cennym dla nas partnerem jest Fundacja Dzieci Niczyje, co zostało również docenione na arenie międzynarodowej przez uznanie naszej współpracy za najlepsze partnerstwo firmy z organizacją społeczną w konkursie organizowanym przez Komisję Europejską – European CSR Award Scheme for Partnership, Innovation and Impact.



4.4 bezpiecznie w sieci

Nad bezpieczeństwem użytkowników naszych usług czuwa zespół specjalistów, którzy na bieżąco reagują na zagrożenia i wspierają klientów korzystających z internetu.



Tomasz Matuła,
Dyrektor Infrastruktury IT
i Bezpieczeństwa Teleinformatycznego

Wielu z nas ciężko przyzwyczaić do tego, że w internecie może być równie groźnie, jak w realnym świecie. A przecież w cyberprzestrzeni też działają przestępcy, tu również można stracić pieniądze, dobre imię, czy nawet... tożsamość.

Korzystając z naszego niemal 20-letniego doświadczenia w dziedzinie bezpieczeństwa teleinformatycznego, z faktu, iż w strukturach Orange Polska mamy jedyną wśród polskich telekomów i jedną z niewielu w Polsce jednostek CERT®, dbamy o bezpieczeństwo internautów. Pomagamy im na różnych poziomach – począwszy od edukacji i propagowania wiedzy poprzez udział w konferencjach, skończywszy na „krojonych na miarę” usługach dla klientów instytucjonalnych i komercyjnych.

Zespół ds. bezpieczeństwa posiada prestiżowy certyfikat branżowy CERT (Computer Emergency Response Team), potwierdzający najwyższą jakość organizacji obszaru zarządzania incydentami bezpieczeństwa teleinformatycznego, jest też członkiem FIRST (Forum of Incident Response and Security Teams), czołowej organizacji zrzeszającej tego typu zespoły z całego świata.

Zespół CERT Orange współpracuje z innymi operatorami telekomunikacyjnymi w zakresie bieżącej walki z zagrożeniami w sieci, ale także wypracowywania standardów tej współpracy i wymiany informacji.

Na naszej stronie zamieszczone są informacje i porady na temat bezpiecznej konfiguracji komputera, zasad korzystania z internetu, a także opisy i odnośniki narzędzi oraz oprogramowania dotyczącego bezpieczeństwa. Za ich pomocą można sprawdzić stan zabezpieczeń swojego komputera, a także wybrać i zainstalować wiele przydatnych programów, m.in. antywirus, antyspam, firewall, czy dowiedzieć się, jak odzyskać skasowane dane, bądź zabezpieczyć je przed nieautoryzowanym dostępem.

Na łamach bloga technologicznego Orange www.blog.orange.pl/technologiczny można natomiast znaleźć artykuły opisujące różne aspekty bezpieczeństwa teleinformatycznego.

więcej na www.orange.pl/tpcert

Nasi klienci zasługują na najnowocześniejsze technologie. Współpracujemy z czołowymi dostawcami rozwiązań bezpieczeństwa z całego świata, nierzadko korzystając z urządzeń przed udostępnieniem ich do sprzedaży, co jest wyrazem głębokiego zaufania.



korzystanie z internetu

i kompetencje cyfrowe młodzieży



czy podwórka już nie istnieją? Gdzie dziś spotykają się młodzi ludzie?

Tak samo jak dawniej szukają kontaktu z rówieśnikami, tylko dziś miejscem spotkań stał się dla nich internet. Facebook to cyfrowe podwórko młodych

dlatego nie powinno dziwić, że:

przeciętny nastolatek spędza **2,5 godziny dziennie on-line**



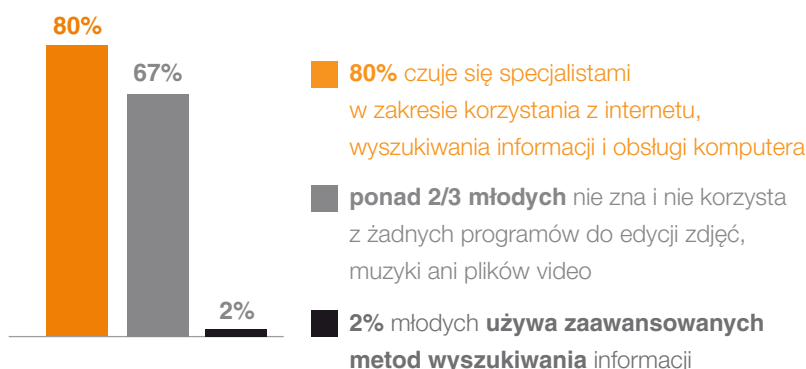
- 91%** przynajmniej **raz dziennie** loguje się do sieci
- 71%** twierdzi: „trudno mi sobie wyobrazić życie bez internetu”
- 68%** uważa, że internet pozwala na wolność wypowiedzi

wśród młodych ludzi:

- 88%** ma konto na Facebooku
- 62%** korzysta z Facebooka **codziennie**
- 62%** twierdzi, że internet zapewnia im przynależność do grupy przyjaciół oraz ich akceptację



jeśli więc młodzi korzystają z nowych technologii, to pewnie są ekspertami w ich obsłudze?



młodzi ludzie nie są krytyczni co do informacji znalezionych w sieci



choć młodzi znają obce języki, to zazwyczaj korzystają tylko z polskojęzycznych stron



- 93%** deklaruje znajomość języka angielskiego ale ponad 1/3 w ogóle **nie odwiedza stron w języku obcym**
- 63%** uważa, że **internet pomaga w nauce języków obcych**
- 72%** młodych twierdzi, że **nauka bez internetu byłaby dużo trudniejsza**
- dla **60%** sieć to **główne źródło informacji**
- 50%** uczy się wspólnie ze znajomymi z użyciem internetu ale **z kursów e-learningowych korzysta tylko 9% nastolatków**



Źródło: Badanie Kompetencji Cyfrowych Młodzieży w Polsce

Badanie zrealizowane dla Fundacji Orange przez TNS Polska na ogólnopolskiej reprezentatywnej próbie (n=600) młodych ludzi (14 lat) oraz ich rodziców dobranych w sposób warstwowo-losowy, przy czym warstwy zostały wyznaczone przez kategorie wiekowe, a następnie, w ramach warstw, nastąpił dobór losowy na podstawie numeru PESEL, zapewniający reprezentatywność na poziomie płci i miejsca zamieszkania. Data realizacji badania: sierpień 2013 r.

bezpieczeństwo dzieci i młodzieży w sieci



komputer, lub inne urządzenie do łączenia się z internetem, to obecnie standardowe wyposażenie gospodarstwa domowego, z którego korzystają dzieci i młodzież

dlatego też:

- **wiek inicjacji komputerowej** obniżył się w ciągu ostatnich 5 lat z 10-12 lat do wieku **7-9 lat**, we wczesnej inicjacji pomaga fakt, że **55% dzieci ma telefon lub tablet oferujący dostęp do internetu**,
- dla młodych ludzi **największym problemem związanym z internetem są wirusy (49%)**, a już na drugim miejscu wyłączenie internetu (**39%**)
- **rodzice w ogóle nie zdają sobie sprawy, że ich dzieci korzystają z sieci poza domem czy szkołą:** do korzystania z sieci u kolegów przyznaje się **77%** młodych ludzi, natomiast tylko **15%** rodziców wie o tym

czy młodzi ludzie są sami w sieci, bez nadzoru rodziców?



95%

dorosłych mówi, że wspólnie z dzieckiem korzysta z internetu, natomiast podobnego zdania jest **66%** dzieci



47% dzieci używa portali z wiedzą naukową; natomiast aż **74%** rodziców też tak twierdzi

55% młodych ludzi twierdzi, że **wspólnie z rodzicami poszukują informacji niezbędnych do szkoły**, natomiast prawie każdy rodzic (**88%**) twierdzi, że to robi z dzieckiem

co najmniej 15% **dzieci i młodzieży miało styczność z niebezpiecznymi treściami w internecie**, mimo że 67% młodych ludzi miało rozmowę na temat bezpieczeństwa w sieci z rodzicami; większość młodych ludzi (77%) twierdzi, że na takie strony trafiło przypadkiem, ale już tylko 21% potwierdza, że szukało ich świadomie

56% **dzieci twierdzi, że miało już w szkole zajęcia dotyczące bezpiecznego korzystania z sieci**

58% wskazuje, że **rodzice kontrolują co robią w sieci** – wśród rodziców deklarują to prawie wszyscy (**93%**)

46% młodych ludzi **nie zmienia hasła na portalach społecznościowych**, natomiast 1/3 nie pamięta czy to robi.

Źródło: Badanie bezpieczeństwo dzieci i młodzieży w sieci.

* Badanie zrealizowano na reprezentatywnej próbie (n=500) użytkowników internetu w wieku 10-15 lat oraz ich rodziców. Badanie zrealizowano w maju 2013 r.



e-bezpieczeństwo

W celu zapewnienia lepszej ochrony komputera przed zagrożeniami z internetu, wprowadziliśmy do naszej oferty nowe pakiety e-bezpieczeństwo, przygotowane we współpracy z renomowaną firmą McAfee.

W ramach usługi neostrada oferujemy bezpieczny dostęp, który ogranicza niepożądany dostęp do portów komputera, które służą do przesyłania danych, współdzielenia dysków i udostępniania drukarek w sieci lokalnej.

Oznacza to, iż aby dodatkowo chronić komputer przed niebezpieczeństwami z sieci, zablokowane zostaną porty, które są najczęściej wykorzystywane do atakowania i przejmowania kontroli nad komputerami np. przez hackerów.

zabezpieczenie przed włamaniami przez internet

W naszej sieci stacjonarnej stosujemy blackholing, czyli blokowanie komunikacji z adresami IP komputerów kontrolujących sieci botnet (składają się na nie urządzenia przejęte bez wiedzy ich właścicieli i używane do celów przestępczych, tzw. komputery zombie). Rozwiązanie to nie tylko eliminuje niepotrzebny ruch w sieci, ale także chroni komputery klientów przed wykorzystaniem ich do cyberprzestępstw (np. rozsyłania spamu czy wirusów, dokonywania ataków na inne komputery).





czyste
środowisko



ciekawy
zespół



załączniki

czyste środowisko

Chcemy realizować nasze cele biznesowe z poszanowaniem zasad ekologii i w harmonii ze środowiskiem



nasze cele:

- 5.1 wykorzystanie rozwiązań teleinformatycznych do zmniejszania niekorzystnego wpływu biznesu na środowisko,
 - 5.2 optymalizacja produktów i usług, aby ich niekorzystny wpływ na środowisko podczas wszystkich faz cyklu życia produktu był jak najmniejszy,
 - 5.3 maksymalizacja procesu odzyskiwania i odnowy urządzeń oraz ponowne wprowadzenie tych produktów na rynek,
 - 5.4 zmniejszenie liczby papierowych dokumentów i faktur,
 - 5.5 nadzór nad wpływem Orange Polska na środowisko w ramach systemu zarządzania środowiskiem wg ISO 14001.
-



Wykorzystanie nowych technologii to z jednej strony ogromna szansa na rozwój życia społecznego czy gospodarczego, a z drugiej podjęcie wyzwania, jakie niesie szybkie starzenie się produktów. Stawia to nas przed problemem utylizacji wycofywanych z użytku urządzeń i zachęca do myślenia o ekoefektywności.

W ramach polityki ochrony środowiska nadzorujemy zgodność naszych działań z wymogami prawa i innymi regulacjami dotyczącymi ekologii, kontrolujemy niekorzystny wpływ naszych procesów na środowisko naturalne oraz planujemy działania umożliwiające jego zmniejszenie.

5.1 technologie na rzecz środowiska

Nowe technologie mogą służyć środowisku, pomagać efektywniej zarządzać energią i innymi zasobami naturalnymi. Dlatego pracujemy też nad projektami na rzecz oszczędności energii.

W firmie realizujemy pilotażowy projekt Orange OZE (Odnawialne Źródła Energii), który ma na celu sprawdzenie, czy instalacje odnawialnych źródeł energii sprawdzają się przy zasilaniu urządzeń m.in. infrastruktury telekomunikacyjnej w polskich warunkach klimatycznych. Obecnie prowadzone są testy urządzeń m.in. paneli fotowoltanicznych. Instalacja OZE pozwoli też na oszacowanie oszczędności, jakie niesie za sobą wytwarzanie własnej „zielonej energii”. Zamontowane instalacje będą zasilaly urządzenia sieciowe testowane w laboratoriach Orange Labs.

Docelowo projekt ma na celu przygotowanie nowej oferty dla klientów Orange w ramach usługi Inteligentny Dom, która zoptymalizuje zużycie energii, poprzez wykorzystanie odnawialnych źródeł energii, tj. panele fotowoltaniczne, turbiny wiatrowe, odpowiednie jej przetwarzanie i magazynowanie.

Green Box

W naszej sieci wdrożyliśmy aplikację Green Box, która automatycznie wyłącza nieużywane porty na DSLAM-ach*. Wyłączenie portów pozwala obniżyć zużycie energii wykorzystywanej do zasilania urządzeń dostępowych oraz ograniczyć emisję ciepła, co dodatkowo przekłada się na zmniejszenie kosztów klimatyzacji.

Zmniejszenie zużycia energii przekłada się bezpośrednio na zmniejszenie kosztów utrzymania sieci telekomunikacyjnej, a także na ograniczenie emisji gazów cieplarnianych. Dzięki zaproponowanemu rozwiązaniu sieć staje się bardziej ekologiczna. Wyniki polskich doświadczeń zainspirowały inne kraje z Grupy Orange. Projekt wdrożony został z pomocą polskich specjalistów z Jordanii.

* port – gniazdko po stronie operatora, w przeciwieństwie do gniazdko (portu) po stronie klienta.
DSLAM (ang. Digital Subscriber Line Access Multiplexer) – urządzenie sieciowe po stronie operatora przepuszczające ruch z sieci operatora bezpośrednio do klientów.

Zmiany klimatyczne i ograniczenie zasobów naturalnych uświadomiły nam konieczność stworzenia inteligentnych sieci energetycznych (smart energy networks), które mogą skutecznie zarządzać zarówno tradycyjnymi, jak i odnawialnymi źródłami energii, a także przygotować pojazdy elektryczne do korzystania z zielonej energii. 35 wiodących firm z branży energetycznej i ICT, instytuty badawcze oraz uniwersytety utworzyły międzynarodowe konsorcjum FINSNEY (Future Internet for Smart ENergy). Stanowi ono część europejskiej inicjatywy Future Internet Public Private Partnership i jest współfinansowane przez Komisję Europejską. W projekcie uczestniczy Orange Polska.

Green IT

Jako nowoczesna firma telekomunikacyjna, staramy się, aby używane przez nas technologie były przyjazne środowisku. Kilka lat temu zapoczątkowaliśmy w firmie projekt Green IT, którego celem jest zwiększenie efektywności obszaru IT, przy jednoczesnym ograniczeniu zanieczyszczenia środowiska i zmniejszeniu konsumpcji zasobów naturalnych.



Green IT obejmuje ekoefektywne podejście w centrach danych, wykorzystanie technologii chmurowej, tworzenie aplikacji pod kątem maksymalnej efektywności m.in. w konsumpcji energii czy metod drukowania, a także wirtualizację i wszystkie inne technologie, które wpływają na zwiększenie wydajności infrastruktury.

Infrastruktura:

- konsolidacja, centralizacja i wirtualizacja,
- identyfikacja, likwidacja lub przeznaczenie do ponownego wykorzystania infrastruktury, która nie pełni istotnych funkcji,
- optymalizacja i monitorowanie konsumpcji energii elektrycznej,
- niszczenie zużytego sprzętu komputerowego w firmach posiadających stosowne certyfikaty i zezwolenia,
- zakupy z uwzględnieniem kryterium ochrony środowiska,
- wykorzystanie modelu opartego o „chmurę”.

Serwerownie:

- optymalizacja parametrów klimatycznych pomieszczeń,
- modyfikacja systemu wentylacji i oświetlenia,
- dostosowanie umów z zakładem energetycznym do aktualnych potrzeb,
- modernizacja infrastruktury technicznej oraz inne inicjatywy optymalizacyjne.

Biura:

- upowszechnienie 10 zasad oszczędnego drukowania wśród pracowników,
- ustawienie w drukarkach opcji dwustronnego i czarno-białego drukowania,
- program automatycznego, zdalnego wyłączenia komputerów w czasie wolnym od pracy,
- elektroniczna komunikacja z klientami i e-dokumenty,
- wykorzystanie do korespondencji kopert z papieru makulaturowego, zmniejszenie objętości przesyłek,
- monitorowanie konsumpcji energii przypadającej na komputery.

Projekt Green IT stanowi dobry przykład połączenia ekonomii z ekologią. Tylko w centrum przetwarzania danych łączne oszczędności wyniosły już 8,87 mln zł (1,85 mln zł w 2013 roku) dzięki zmniejszeniu zużycia energii elektrycznej o ponad 20 mln kWh (4,4 mln kWh w roku 2013). Dzięki Green IT w latach 2009-2013 zmniejszyliśmy emisję CO₂ o 20 tys. ton (4,3 tys. ton CO₂ w 2013 roku).

Green IT to także nasza oferta dla biznesu. W ramach oferty spółki Integrated Solutions, należącej do Orange Polska, łącząc kompetencje z dziedziny telekomunikacji i informatyki, oferujemy rozwiązania kompleksowego i efektywnego zarządzania infrastrukturą ICT.

5.2 ekologiczne produkty i usługi

Nie pozostajemy obojętni na globalne wyzwania dotyczące ochrony środowiska naturalnego i jego zasobów. Jako dostawca usług teleinformatycznych możemy w znaczący sposób przyczynić się do zmniejszenia niekorzystnego wpływu prowadzenia biznesu na środowisko.

Branża telekomunikacyjna może odegrać pozytywny wpływ na środowisko pomagając w ograniczaniu emisji gazów cieplarnianych, oferując usługi zastępujące tradycyjne formy komunikacji czy przesyłania dokumentów. Dzięki tele- i wideokonferencjom, korzystaniu z elektronicznego obiegu pism, internetowych zakupów, e-usług oraz e-faktury, kompleksowych systemów teleinformatycznych dla administracji i przedsiębiorstw, sprawiamy, że ekologia i poszanowanie środowiska naturalnego zyskuje konkretny wymiar w życiu codziennym.

Dzięki naszym usługom także inne firmy, instytucje czy organizacje mogą stać się bardziej ekologiczne. Wiele z nich z powodzeniem korzysta z wideokonferencji, umożliwiając swoim pracownikom pracę przez internet lub telefon, a zamiast papierowych dokumentów korzysta z elektronicznych.

5.3 odzyskiwanie i odnowa

Zachęcamy naszych klientów do utylizacji zużytego sprzętu komórkowego. **Orange Recykling** – program skupu używanych telefonów komórkowych jest jednym z naszych najważniejszych działań w zakresie ochrony środowiska. Celem programu jest promowanie wśród klientów i pracowników świadomości ekologicznej w zakresie odzysku surowców naturalnych z używanych, starych i często niewykorzystywanych telefonów komórkowych. Stawiamy sobie za cel konsekwentne podnoszenie wskaźnika pozyskiwania używanych urządzeń, w stosunku do liczby sprzedaży nowych telefonów.

Z dostępnych badań wynika, że w Polsce w przeciętnym gospodarstwie domowym przechowuje się kilka starych, nieużywanych telefonów. Prowadzone przez Orange działania mają na celu uświadomienie społeczeństwu, że zużyte, niepotrzebne już telefony są wartościowym źródłem rzadkich surowców naturalnych.

We współpracy z firmą Greenfone uruchomiliśmy serwis www.orangerecykling.pl, który umożliwia wygodną odsprzedaż niepotrzebnych telefonów komórkowych. Nowością jest możliwość sprzedania lub bezpłatnego uty-

lizowania nie tylko sprawnych, ale również uszkodzonych aparatów. Pieniądze uzyskane ze sprzedaży można przekazać także na cele dobroczynne. Serwis jest dostępny dla wszystkich, nie tylko dla naszych klientów, a oferta skupu obejmuje około 2 tys. różnych modeli telefonów komórkowych. Również w salonach sprzedaży można nieodpłatnie oddać niepotrzebne telefony komórkowe oraz akcesoria do nich. Zebrany sprzęt gromadzony jest w specjalnych pojemnikach, a następnie przekazywany profesjonalnej firmie, która zajmuje się jego recyklingiem i utylizacją.



Ryszard Lindner,
Dyrektor Marketingu Ofert
Specjalnych i Rozwoju Terminali

Starając się o to, aby nasi klienci mieli bogatą i różnorodną ofertę telefonów komórkowych, nie możemy zapominać o tym, co zrobią z dotychczas używanymi, starszymi modelami telefonów czy urządzeń.

Jednym z naszych zadań, jako firmy odpowiedzialnej społecznie jest edukacja klientów i zachęcenie ich do oddawania nam niepotrzebnych, używanych telefonów komórkowych.

Dlatego od kilku lat działa strona www.orangerecykling.pl, dzięki której w bardzo prosty sposób można sprzedać nieużywany telefon komórkowy.

Kolejną inicjatywą zmniejszającą nasz negatywny wpływ na środowisko naturalne jest projekt polegający na odnowie zwróconych przez naszych klientów telefonów i doprowadzanie ich do stanu „jak nowe”. Następnie są sprzedawane w naszym sklepie internetowym w bardzo atrakcyjnych cenach i cieszą się dużym powodzeniem wśród naszych klientów. Innowacyjny proces odnowy telefonów to dobry przykład na to, jak działania ekologiczne można połączyć z zyskiem ekonomicznym dla firmy.



ciekawy
zespół



załączniki

odnowa urządzeń telekomunikacyjnych

Urządzenia multimedialne, np. modemy, dzierżawione są klientom na czas świadczenia usług telekomunikacyjnych. Po wygaśnięciu usługi, oddany produkt jest poddany procesowi odnowy (refurbishment) i doprowadzony do stanu „taki, jak nowy”. Dzięki temu produkty, które nie znajdują się jeszcze na końcu cyklu swojego życia, są ponownie wprowadzane na rynek.

Wszystkie części produktu są poddawane recyklingowi. Również opakowania kartonowe, zwróconych produktów, są ponownie wykorzystywane.

Dzięki wykorzystaniu własnej linii produkcyjnej (in-house) możemy lepiej kontrolować jakość pracy i zapewnić rozwój procesu, a także zwiększyć nasze oszczędności oraz efektywność. Orange we współpracy z operatorem logistycznym CEVA jest w stanie kontrolować i testować produkty pod względem optymalnej jakości i trwałości.

W 2013 roku odnowiono łącznie ponad 205 tys. urządzeń Broad Band: set top box'y i livebox'y, dodatkowo modemy i routery w ilości ponad 41 tys. sztuk. Stanowi to ca. 25% tych produktów.

Polska jako jedyny kraj w Orange Group posiada własną linię odnowy oraz kompetencje w zakresie narzędzi testujących CPE (zakończenia abonenckie typu Livebox, STB, modemy, itp.) oraz całego ekosystemu niezbędnego do testów.

odnowa telefonów

Telefony komórkowe zwrócone przez klientów są poddawane procesowi odnowy w profesjonalnej firmie serwisowej SBE. Odnowione telefony – doprowadzone do stanu „jak nowe” – są następnie sprzedawane w naszym sklepie internetowym po bardzo konkurencyjnej cenie.

W roku 2013 odnowiono łącznie 6 184 telefonów komórkowych. Z końcem roku wprowadzona została także możliwość odnowy notebooków i laptopów.

Bierzemy też czynny udział w międzynarodowym projekcie Sirius, który ma na celu zorganizowanie i zarządzanie na poziomie globalnym (na razie europejskim) procesami zbierania, odnawiania i sprzedaży używanych telefonów. Sirius ma na celu również wdrożenie w krajach Orange jednolitego programu skupowania używanych telefonów (buy-back) w punktach obsługi klienta.



5.4 e-dokumenty

Już ponad 3 000 000 klientów Orange Polska otrzymuje co miesiąc fakturę w formie elektronicznej, zamiast tradycyjnego papierowego dokumentu.

Decydując się na e-fakturę, klienci Orange Polska zyskują dodatkowe korzyści, np. rabat na abonamencie lub niższą opłatę aktywacyjną przy zakupie wybranych usług. Mogą też przyłączyć się do akcji ekologicznej – budowania budek dla nietoperzy.

Płatność za e-fakturę można wygodnie uregulować za pomocą przelewu internetowego lub Polecenia Zapłaty, a także przy użyciu telefonu komórkowego – skanując zamieszczony na e-fakturze fotokod. Klienci usług stacjonarnych Orange Polska mogą ponadto korzystać z usługi Płatność Elektroniczna. E-fakturę można aktywować przy podpisywaniu umowy lub łatwo zamówić poprzez formularz elektroniczny: na Orange On-line, www.orange.pl/efaktura, SMS-em lub w każdym salonie Orange. Klient otrzymuje ją mailem bezpośrednio na swoją skrzynkę lub na konto na portalu orange.pl.

Działamy aktywnie na rzecz upowszechniania e-faktury w Polsce. W ramach koalicji „Wybieram e-fakturę”, której koordynatorem jest Konfederacja Lewiatan, a patronat sprawują Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji, Ministerstwo Środowiska, Ministerstwo Gospodarki oraz UNEP, zachęcamy inne firmy do stosowania elektronicznej wersji dokumentów. Więcej na ten temat na:

www.wybiieramefaktury.pl.

Firma uczestniczy też w pracach Polskiego Krajowego Forum Elektronicznego Fakturowania, działającego pod patronatem Ministerstw Gospodarki i Finansów. Ich celem jest wypracowanie rekomendacji zmian niezbędnych do wdrożenia Europejskiej Agendy Cyfrowej. Zakłada ona, że w 2020 r. e-faktury mają być dominującą metodą fakturowania w Unii Europejskiej.



5.5 zarządzanie środowiskiem

Przykładamy coraz większą wagę do tego, by minimalizować nasz wpływ na środowisko – ograniczamy zużycie energii elektrycznej, wprowadzamy segregację odpadów, zachęcamy do lepszego gospodarowania papierem. Chcemy, aby Orange Polska było firmą, która promuje postawy ekologiczne i angażuje swoich pracowników w ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko.

Prawidłowy nadzór nad prowadzoną działalnością umożliwia nam wdrożony w Orange Polska w zakresie części mobilnej system zarządzania środowiskowego, zgodny z normą ISO 14001.



zużycie zasobów naturalnych

Efektywnie gospodarujemy zasobami naturalnymi – monitorujemy zużycie energii i innych zasobów, zwłaszcza wody i papieru, a także emisję dwutlenku węgla, związaną z naszą działalnością.

		2012	2013
ilość emitowanego CO ₂ , wyłączając transport*	tony (w tys.)	413	413
całkowita ilość emisji CO ₂ podczas transportu	tony (w tys.)	17,1	14,0
całkowita ilość emisji CO ₂	tony	430	427
zużycie energii elektrycznej/klient	kWh/klient	26,1	26,6
emisja CO ₂ podczas zużycia energii elektrycznej/klient	kg/klient	18,5	17,03
emisja CO ₂ (wszystkie energie)/ klient	kg/klient	18,5	18,7

* Ilość emitowanego CO₂, wyłączając transport, to całkowita wielkość emisji wynikających ze spalania surowców pośrednich oraz zakupu energii elektrycznej. Całkowita ilość emisji CO₂ podczas transportu dotyczy benzyny spalanej w samochodach służbowych/dostawczych, jak podczas podróży służbowych. Wielkość emisji została oszacowana za pomocą GHG Protocol – narzędzia stosowanego przez grupę Orange.

Największy wpływ na wzrost emisji CO₂ ma zużycie energii elektrycznej oraz pośrednich źródeł energii – gazu, węgla, oleju.

Aby ograniczyć papier korzystamy z elektronicznego obiegu dokumentów. Dzięki elektronicznym aplikacjom wypełniamy listę obecności w pracy, rozliczamy delegacje czy rezerwujemy urlop.

E-dokumenty wykorzystywane są w kontaktach z naszymi dostawcami. Mogą oni dokonywać zamówień poprzez system elektroniczny. Dotyczy to także faktur, które są dostarczane w formie elektronicznej. Wprowadziliśmy również elektroniczne potwierdzanie dostaw kurierskich. W firmie obowiązuje elektroniczna archiwizacja faktur.

edukacja ekologiczna pracowników

Zachęcamy pracowników do ekologicznego stylu życia i postępowania. W naszym intranecie funkcjonuje serwis ochrony środowiska, gdzie publikowane są informacje o prowadzonych projektach ekologicznych.

Promujemy ekologiczne formy transportu, np. carpooling, czyli wspólne podróżowanie pracowników do/z pracy.

W Miasteczku Orange dla pracowników biorących udział w carpoolingu przygotowane zostały specjalnie oznaczone miejsca parkingowe na terenie parkingu podziemnego. Zachęcamy pracowników do przyjeżdżania do pracy na rowerze, udostępniając im stojaki na rowery, schowki na podręczne rzeczy oraz łazienki z prysznicami.

Organizujemy dla pracowników konkurs ekologiczny. W 2013 pracownicy zgłosili 83 pomysły. Trzy z nich zostały wdrożone w Miasteczku Orange: ekologiczne przekąski w maszynach vendingowych, światło na czujki w kuchniach, toaletach i częściach wspólnych, montaż stacji Veturilo (sieć rowerów miejskich) przed głównym wejściem do budynku.

Zależy nam na tym, aby zaangażować pracowników w dialog na temat ekologii. W tym celu udostępniliśmy specjalną skrzynkę kontaktową **ekologia**, która stanowi wymianę opinii, doświadczeń z zakresu ekologii.

Wśród pracowników promujemy ekologiczne zachowania także poprzez akcje tematyczne:

- **bezpieczny wydruk** – promocja racjonalnego zużycia papieru, a także bezpieczeństwa wydruków,
- **drugie życie papieru** – udostępniamy pracownikom w 21 lokalizacjach pojemniki na dokumenty i makulaturę. Takie rozwiązanie pozwala nam nie tylko segregować odpady papierowe, ale również zachować kontrolę nad bezpieczeństwem dokumentów.

zużycie papieru		2012	2013
zużyty papier, kartony – wewnętrznie i zewnętrznie	tony (w tys.)	3,0	1,6

Wszystkie firmy dostarczające materiały papierowe muszą posiadać certyfikat FCE, świadczący o tym, że surowiec został pozyskany z terenów, na których dosadza się nowe drzewa i nie prowadzi rabunkowej wycinki.

bezpośrednie zużycie energii według pierwotnych źródeł energii		2012	2013
paliwo (wszystkie budynki, całkowite wykorzystanie)	m ³ (w tys.)	3,4	2,6
gaz	m ³ (w tys.)	3 499	3 186
węgiel	tony	100	86
energia wyprodukowana podczas spalania ww. pierwotnych źródeł energii	GWh	76,5	64,83
pośrednie zużycie energii według pierwotnych źródeł energii		2012	2013
elektryczność	GWh	617	622

Promujemy spotkania on-line zamiast tradycyjnych delegacji służbowych. Pracownicy mogą korzystać z połączeń telekonferencyjnych i videokonferencyjnych. Na początku 2014 planujemy dodatkowo uruchomić system sal open video w wybranych lokalizacjach Orange, umożliwiających organizację videokonferencji.

Dla pracowników Miasteczka Orange udostępniliśmy 5 samochodów elektrycznych wraz ze stacjami ładowania. Pracownicy mogą wykorzystywać je do podróży służbowych na terenie Warszawy. W 2014 roku planujemy rozszerzyć ten projekt na kolejne 3 nieruchomości w Warszawie. W 2013 roku 30 najlepszych handlowców Orange Polska otrzymało nowoczesne auta hybrydowe.

paliwa i poróżne służbowe		2012	2013
benzyna + LPG samochody służbowe	litry (w tys.)	860	207
paliwo diesel samochody służbowe	litry (w tys.)	5 472	4 924
podróże służbowe (samolot)	km (w tys.)	6 026	4 777
podróże służbowe (pociąg)	km (w tys.)	7 979	6 828

W ramach promowania ekologicznego stylu jazdy samochodami służbowymi i prywatnymi, planujemy wdrożyć szereg odpowiednich działań wśród pracowników Orange Polska (warsztaty stacjonarne, teoretyczna nauka ekofazdy w samochodach elektrycznych, e-learning).



efektywne zarządzanie odpadami

W następstwie działalności firmy powstają odpady przemysłowe, takie jak zużyty sprzęt elektroniczny, zużyte baterie i akumulatory, kable i słupy telegraficzne. Ich utylizacja jest pod ścisłą kontrolą.

odpady		2012	2013
ilość odpadów wewnętrznych (sieć & tertiary) WEEE	tony	473	646,2
słupy drewniane	tony	51,6	14,6
kable	tony	409,0	419,6
baterie	tony	12,8	95,7
papier – karton	tony	135,3	33
inne odpady niebezpieczne (w tym PCB)	tony	0,15	26,6
inne nie niebezpieczne odpady	tony	558,5	591,5
ilość odzyskanych odpadów wewnętrznie	tony	1 641	1 827

Umowy z kontrahentami dostarczającymi baterie oraz materiały eksploatacyjne do kserokopiarek, drukarek i faksów, zobowiązują ich w ramach prac konserwacyjnych do odebrania i odpowiedniego zniszczenia zużytych elementów.

Prowadzimy jednolite zasady klasyfikacji odpadów zgodnie z rozporządzeniem Ministra Środowiska z dnia 27 września 2001 roku w sprawie katalogu odpadów oraz jednolite zasady ewidencjonowania odpadów zgodnie z rozporządzeniem Ministra Środowiska w sprawie wzorów dokumentów stosowanych na potrzeby ewidencji odpadów. Posiadamy też konieczne decyzje administracyjne na wytwarzanie odpadów.

Współpracujemy tylko z takimi odbiorcami, którzy w pełnym zakresie przejmują odpowiedzialność za dalsze postępowanie z przekazanymi odpadami (zbiórka, transport, odzysk lub unieszkodliwianie) oraz potrafią udokumentować poszczególne etapy, jakie przebywają odpady od podmiotu wytwarzającego do podmiotu unieszkodliwiającego. Zgodnie z ustawą o zuży-tym sprzęcie elektrycznym i elektronicznym (WEEE), tego typu urządzenia – zbędne i nienadające się do dalszego użyt-ku – są traktowane jako odpady i przekazywane odbiorcom posiadającym stosowne decyzje na gospodarowanie odpadami i którzy są zarejestrowani przez Główny Inspektorat Ochrony Środowiska (GIOS).

W trzech nieruchomościach w Warszawie prowadzimy segregację odpadów komunalnych.

odpady zebrane od klientów		2012	2013
WEEE zebranych od klientów	tony	0,12	0,1
WEEE zebranych od klientów	kg/1 000 klientów	0,01	0,01
EMS*: ISO 14001	%	28,2	29,1

* Environment Management System – system zarządzania środowiskowego



co robimy z nieużywanymi telefonami

mamy w Polsce ok. **56 mln*** **działających telefonów komórkowych (aktywnych kart SIM)** czyli w statystycznym gospodarstwie domowym musi być więcej niż jeden telefon przypadający na osobę. Co w takim razie dzieje się z tymi telefonami?

19%



Polaków posiada w domu **co najmniej jeden telefon komórkowy**

nieużywane telefony znajdują się w 22% gospodarstw domowych – szacuje się, że takich telefonów jest w Polsce **ponad 5,6 mln**



co drugi Polak, jako przyczynę posiadania nieużywanego telefonu komórkowego podaje **chęć zabezpieczenia się w przypadku, gdyby obecny telefon przestał działać**



telefon komórkowy najczęściej wymieniany jest przez Polaków **raz na dwa lata (41%)** lub **raz na trzy (17%)**



przy zmianie telefonu najchętniej **zatrzymujemy stary aparat (39%)** lub **oddajemy go rodzinie i znajomym (33%)** – starsi chętniej przekazują stary telefon, młodszy natomiast chętniej go sprzedają



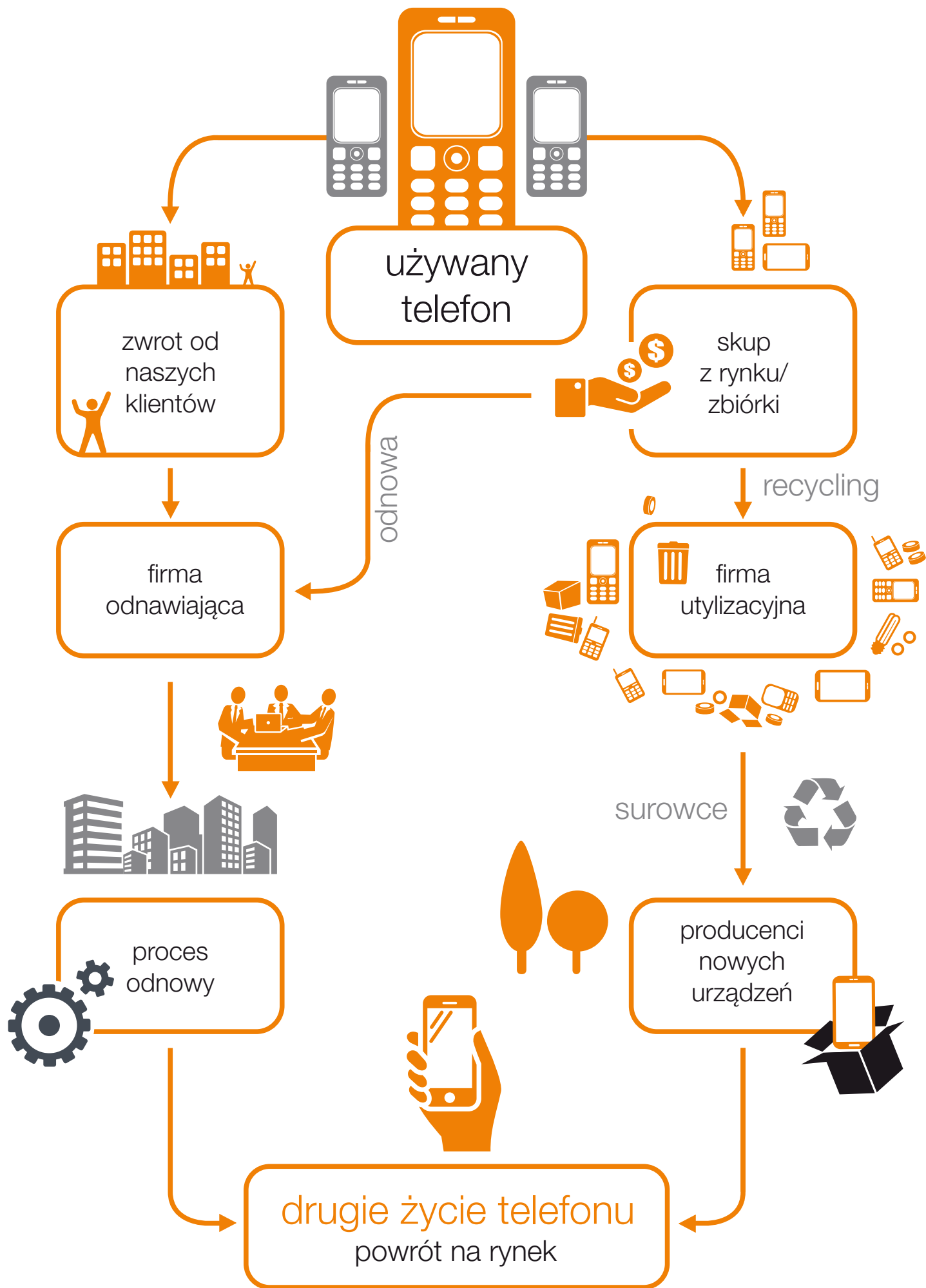
13% osób przy wymianie wyrzuca stary telefon komórkowy – jedna trzecia z nich pozbywa się go wyrzucając do zwykłego śmietnika



co czwarty Polak kupił kiedyś używany telefon komórkowy – takie działanie zdecydowanie najpopularniejsze jest wśród osób młodych

Źródła: GUS, Golden Eye

* Badanie zrealizowane na ogólnopolskiej reprezentatywnej próbie (n=1000) osób powyżej 15 roku życia, kontrolowanej ze względu na 4 parametry demograficzne: płeć, wiek, wykształcenie, wielkość miejscowości. Data realizacji badania: marzec 2014 r.



Stosujemy procedury mające na celu ograniczenie naszego wpływu na środowisko naturalne. W firmie działają zespoły ds. środowiska, które kontrolują infrastrukturę, poziom emisji, organizują szkolenia. Współpracujemy z wojewódzkimi inspektorami ochrony środowiska, stosujemy się do wydawanych zaleceń i wyników kontroli. Pozostajemy również w kontakcie z Ministerstwem Środowiska. Przy wdrażaniu projektów proekologicznych współpracujemy też z organizacjami zajmującymi się ochroną środowiska.

Wykorzystujemy nowoczesne usługi i technologie teleinformatyczne do oszczędzania nie tylko czasu pracowników i klientów, ale też wykorzystywanych zasobów naturalnych. Na bieżąco śledzimy wskaźniki środowiskowe w naszej firmie. W INDICIA, bazie danych CSR wspólnej dla Orange Group, w cyklu półrocznym raportujemy 122 wskaźniki z zakresu ekologii. Dzięki temu monitorujemy nasz wpływ na środowisko naturalne.

ekologiczne Miasteczko Orange

Miasteczko Orange to wyjątkowe miejsce, zaprojektowane i wybudowane z myślą o komforcie 3 350 pracowników i dbałością o ochronę środowiska. Jest biurowcem klasy A+. Uwzględnia wymogi energooszczędności, zagospodarowania terenów zielonych, zużycia energii świetlnej, czynników wpływających na zdrowie pracujących tam osób czy rozwiązań ograniczających zużycie wody.

Kompleks składa się z pięciu sześciokondygnacyjnych budynków, które łącznie mają 43 700 tys. m² powierzchni użytkowej. Jednym z celów budowy kompleksu było zminimalizowanie wpływu na środowisko oraz osiągnięcie jak największej wydajności obiektu. Oświetlenie elektryczne wewnątrz budynku dostosowuje się do nasilenia światła dziennego. Budynek zapewnia użytkownikom prawidłowy dostęp do światła dziennego, a z każdego miejsca pracy jest widok na okno i niebo. Otwierane okna umożliwiają naturalną wentylację pomieszczeń według potrzeb, a zarazem ograniczają korzystanie z klimatyzacji czy wentylacji mechanicznej. Ciekawostką jest także wspieranie bioróżnorodności na terenie Miasteczka, np. poprzez zainstalowanie budek dla ptaków. Na terenie teraz znajduje się więcej gatunków roślin niż przed rozpoczęciem robót budowlanych.

W budynku na bieżąco monitorowane jest zużycie energii takich urządzeń, jak oświetlenie, chłodnie czy wentylatory, a wszystkie miejsca dostawy wody do budynku zaopatrzone w liczniki, co umożliwia kontrolę oraz analizę tego zużycia wody. Wszystkie odpady są sortowane i poddawane recyklingowi.

Budynki zaprojektowano tak, aby zminimalizować zużycie energii operacyjnej, np. zainstalowano windy oszczędzające do 20% energii w porównaniu ze standardowymi maszynami. Za pomocą programu uwzględniającego dynamiczną symulację termiczną obliczono wskaźnik wydajności energetycznej budynku (BEPI) i ustalono postęp energetyczny jako 51,7% w stosunku do przeciętnego polskiego budynku.

Miasteczko otrzymało certyfikat BREEAM z oceną „Excellent”, który potwierdził spełnienie restrykcyjnych norm ekologicznych i najwyższe europejskie standardy w budownictwie.



ciekawy zespół



załączniki





ciekawy zespół









Chcemy tworzyć kulturę współpracy, w której wszyscy pracownicy czują się szanowani, swobodnie realizują cele zawodowe i życiowe pasje

nasze cele:



- 6.1 prowadzenie regularnego i przejrzystego dialogu z pracownikami i współpracownikami,
- 6.2 tworzenie nowoczesnego i przyjaznego środowiska pracy,
- 6.3 rozwój i wdrożenie narzędzi do kompleksowego zarządzania różnorodnością,
- 6.4 zapewnienie pracy i możliwości rozwoju, które wspierają zachowanie harmonii między życiem zawodowym i życiem prywatnym,
- 6.5 rozwój programu wolontariatu pracowniczego.

Kluczem do sukcesu każdej firmy są jej pracownicy. Orange Polska to ponad 22 tys. osób w całym kraju. Dla nas społeczna odpowiedzialność zaczyna się wewnątrz firmy, a jej podstawą są relacje z pracownikami. Dużą wagę przywiązujemy do tego, aby zapewnić pracownikom równe traktowanie, jasne kryteria oceny i awansu, a także umożliwić im wszechstronny rozwój i możliwość realizacji swoich pasji i zainteresowań

liczba pracowników wg typu zatrudnienia i umowy o pracę		2012	2013
	liczba osób zatrudnionych	22 235	20 539
	liczba zatrudnionych mężczyzn	12 371	11 769
	liczba zatrudnionych kobiet	9 864	8 770
	liczba etatów (etaty aktywne)	21 920	20 320
	liczba etatów realizowanych za pośrednictwem firm outsourcingowych	7 494 *	7 195 *
	liczba osób zatrudnionych na pełny etat	21 622	20 045
	liczba osób zatrudnionych na niepełny etat	613	495
	liczba osób zatrudnionych do 30 r.ż.	3 887	2 503
	liczba osób zatrudnionych od 31 do 50 r.ż.	14 507	14 072
	liczba osób zatrudnionych po 50 r.ż.	3 841	3 964

*Outsourcing personalny – różne formy zatrudnienia.

Planowane jest rozpoczęcie w 2014 roku rozmów dotyczących stabilizacji zatrudnienia poprzez wprowadzenie dla dużej części pracowników firm outsourcingowych umów o pracę długoterminowych lub na czas nieokreślony.

6.1 dialog z pracownikami i współpracownikami

Podstawą dla budowania pozycji dobrego pracodawcy jest słuchanie opinii pracowników na temat firmy, szukanie rozwiązań zgłaszanych przez nich problemów i proponowanie zmian na lepsze.

W Orange Polska prowadzimy regularne badania opinii pracowników – **Ja w mojej firmie** i **Satysfakcja z usług wewnętrznych**. Ich celem jest analiza satysfakcji pracowników, monitorowanie zmian opinii, jak również pomiar zadowolenia pracowników z usług funkcji wsparcia tj. HR, Administracja, IT i jakości współpracy pomiędzy strukturami firmy.

W 2013 roku badanie skierowane było do wszystkich pracowników Orange Polska, Orange Customer Service, TP TelTech oraz Integrated Solutions, jak również współpracowników outsource z obszarów Sprzedaży i Obsługi Klienta, czyli łącznie do ok. 27 tys. pracowników. Na ankietę odpowiedziało 70% pracowników etatowych.

56% poziom przywiązania pracowników do firmy

77% pozytywnych ocen dla Orange Polska jako pracodawcy

2/3 pracowników zarekomendowałoby nas jako dobrego pracodawcę

82% pracowników jako ambasadorzy marki skłonnych jest polecić produkty i usługi Orange*

W firmie działa też **ruch ambasadorski**, w ramach którego zapraszamy pracowników do dyskusji nad kluczowymi wyzwaniami stojącymi przed firmą, planowania strategii, zgłaszania nowych pomysłów na rozwój biznesu, zmian organizacyjnych w firmie. Ambasadorzy przygotowują i prowadzą szkolenia związane z wartościami, kulturą organizacyjną, wyzwaniami strategicznymi.

Szanujemy prawo do zrzeszania się i prowadzimy regularny dialog ze związkami zawodowymi. Standardy współpracy organizacji związkowych z Orange Polska S.A. zawarte są Ponadzakładowym Układzie Zbiorowym Pracy (PUZP) oraz w dodatkowych umowach, które obejmują zasady wzajemnych kontaktów, wymianę informacji. Dodatkowo w firmie funkcjonuje jednostka Sprawy Pracownicze, jak również stanowisko doradcy ds. dialogu społecznego. W OCS standardy te wynikają z Zasad Układowych zawierających zapisy dotyczące współpracy organizacji związkowych z pracodawcą, jak i z umów o wzajemnej współpracy, podpisanych przez pracodawcę ze związkami zawodowymi.

W Orange Polska S.A. oraz w OCS działają Rady Pracowników, które są organem powołanym zgodnie z ustawą o informowaniu pracowników i przeprowadzaniu z nimi konsultacji. Orange Polska S.A. oraz OCS mają obowiązek przeprowadzenia konsultacji z Radą w sprawach stanu, struktury, przewidywanych zmian zatrudnienia oraz działań mających na celu utrzymanie poziomu zatrudnienia, a także istotnych zmian w organizacji pracy lub podstawach zatrudnienia.

W Orange Polska S.A. funkcjonują dwa poziomy dialogu społecznego ze związkami zawodowymi:

- 7 ponadzakładowych organizacji związków zawodowych – na tym poziomie negocjowane i konsultowane są przez Zarząd Orange Polska ogólne kwestie z zakresu zbiorowych stosunków pracy (np. wynikające z zapisów Ponadzakładowego Układu Zbiorowego Pracy).
- 20 zakładowych organizacji związków zawodowych – na tym poziomie uzgadniane są szczegółowe regulacje (np. regulamin pracy, polityka wynagradzania).

*badanie „Ja w mojej firmie”, 11.2013 r.



Zbigniew Pachacz,
Związek Zawodowy OZZPT

Umowa Społeczna jest ważnym porozumieniem będącym wypadkową oczekiwań pracowników i Pracodawcy. Jako Związek Zawodowy staramy się ograniczyć liczbę redukcji etatów i zabezpieczyć jak największej liczbie pracowników odchodzącym z firmy godny pakiet finansowy. Mamy świadomość jak trudny jest to okres dla odchodzących i jak odmiennie odbierany. Pracodawca stara się realizować swoją strategię, w tym ograniczenia kosztów pracy jak najmniejszym nakładem, zachowując przy tym spokój społeczny.

Negocjacje Umowy Społecznej przy tak odmiennych stanowiskach nie są proste i pozbawione emocji, tym bardziej, że ustawowy czas na zawarcie porozumienia jest bardzo ograniczony. Jak pokazuje przypadek Orange, jest to jednak możliwe. Podstawą jest dialog, zrozumienie stanowisk, elastyczność i szukanie kompromisu przez strony porozumienia.

Słowem kluczem jest tutaj dialog, ale nie ten w sytuacjach kryzysowych, czy negocjacji najważniejszych dokumentów. Ten codzienny, w którym omawiane są często drobne, ale ważne dla pracowników i Związków Zawodowych, a mam nadzieję, że również dla Pracodawcy, sprawy. Taki ciągły, trudny, ale pożyteczny dialog w Orange trwa.

Organizacje związkowe funkcjonujące w Orange Polska S.A. na koniec grudnia 2013 roku zrzeszały 4153 pracowników, co stanowi 27,7% wszystkich osób zatrudnionych w Orange Polska S.A. Interesy pracowników są również reprezentowane w Europejskiej Radzie Zakładowej Grupy France Telecom, w której Orange Polska S.A. ma swoich przedstawicieli.

W dniu 9 grudnia 2013 roku Zarząd TP S.A. podpisał ze związkami zawodowymi nową Umowę Społeczną na lata 2014-2015, która obowiązuje od 1 stycznia 2014 r. Umowa Społeczna dotyczy między innymi polityki zatrudnienia, w tym określenia miejsca i roli mobilności wewnętrznej, rekrutacji i outsourcingu, podwyżek wynagrodzeń oraz umożliwienia odejść z firmy za odszkodowaniem tym pracownikom, którzy nie mogą dostosować swojego profilu zawodowego do zmieniających się potrzeb rynkowych. Analogiczna Umowa została zawarta w OCS.

Także 9 grudnia 2013 roku zarówno w TP S.A. jak i w OCS zawarte zostały ze związkami zawodowymi Porozumienia określające szczegółowe zasady postępowania w sprawach realizacji w roku 2014 Umowy Społecznej 2014-2015 w każdej ze spółek. Ustalono maksymalny limit odejść, wskazując, że podstawowym kryterium doboru pracowników do odejścia będzie wyrażenie przez pracownika chęci dobrowolnego rozwiązania umowy o pracę w trybie porozumienia stron z przyczyn nie dotyczących pracowników.

W Orange Polska pracownicy firmy korzystają z jasnych i transparentnych przywilejów określonych w Ponadzakładowym Układzie Zbiorowym Pracy - PUZP (dla Orange Polska S.A.) oraz w Zasadach Układowych (dla Orange Customer Service). Dokumenty te regulują m.in. zasady zatrudniania i rozwiązywania stosunku pracy, czas pracy, kwestię urlopów, zasady wynagradzania i przyznawania innych świadczeń związanych z pracą, sprawy związane z BHP, szkoleniami i działalnością socjalną, opieką medyczną. PUZP przyznaje pracownikom uprawnienia o szerszym zakresie, niż wynikające z przepisów powszechnie obowiązujących lub nieobjęte tymi przepisami w ogóle, w tym m.in.: wyższe odprawy w przypadku rozwiązania stosunku pracy z przyczyn nie dotyczących pracownika, czy wyższe odprawy emerytalne i rentowe. Umowami zbiorowymi objętych jest w Orange Polska 91% pracowników.

Jednym z ważnych tematów dialogu ze związkami zawodowymi są redukcje zatrudnienia. Spowolnienie gospodarcze, wzrastające wymogi konkurencyjnego rynku, automatyzacja procesów, zmieniające się potrzeby w zakresie kompetencji zmuszają nas do dalszej optymalizacji zatrudnienia. Wszystkie te zmiany uzgadniane są z przedstawicielami związków zawodowych. W ramach obowiązującej na lata 2014-2015 Umowy Społecznej, z programu odejść dobrowolnych będzie mogło skorzystać maksymalnie 2 250 pracowników. Stałym priorytetem pozostaje dla nas ograniczenie stresu wynikającego ze zmian organizacyjnych, dlatego dla przygotowaliśmy program outplacementu.

Łączna liczba odejść oraz wskaźnik fluktuacji pracowników, według grup wiekowych, płci i regionu w Orange Polska	2012	2013
liczba odejść*	1 983	2 569
odejścia – kobiety	951	1 306
odejścia – mężczyźni	1 032	1 263
odejścia do 30 r.ż.	534	669
odejścia od 31 do 50 r.ż.	1 016	1 346
odejścia po 50 r.ż.	433	554
wskaźnik rotacji pracowników	9,02%	(12,30%) 3,41%**
wskaźnik rotacji kobiet	9,91%	(14,88%) 3,65%**
wskaźnik rotacji mężczyzn	8,33%	(10,43%) 3,25%**
wskaźnik rotacji do 30 r.ż.	15,91%	(24,31%) 13,92%**
wskaźnik rotacji od 31 do 50 r.ż.	6,92%	(9,33%) 2,20%**
wskaźnik rotacji po 50 r.ż.	10,96%	(14,98%) 0,32%**

* Wszystkie odejścia: dobrowolne, z inicjatywy pracodawcy, pracownika, porozumienie stron, przejścia na emeryturę, itp., bez uwzględniania odejść w ramach grupy, czyli np. kiedy pracownik Orange Polska odszedł i zatrudnił się w OCS.

** Wskaźnik rotacji uwzględniający wszystkie odejścia z wyłączeniem odejść dobrowolnych (z przyczyn pracodawcy) i odejść z inicjatywy pracodawcy oraz bez uwzględniania odejść w ramach grupy, czyli np. kiedy pracownik Orange Polska odszedł i zatrudnił się w OCS.



6.2 nowoczesne i przyjazne środowisko pracy

Nie zapominamy o podstawach, które pozwalają na stworzenie przyjaznego miejsca pracy. Dbamy o bezpieczeństwo pracowników, ich zdrowie, godną emeryturę. Zapewniamy profilaktykę zdrowotną, promujemy też aktywność sportową pracowników, a w trudnych sytuacjach życiowych oferujemy pomoc i wsparcie.

inspirujące i twórcze miejsce pracy

We wrześniu 2013 roku 3 300 pracowników przeprowadziło się do nowej siedziby firmy – Miasteczka Orange. Operacja ta była nie tylko jedną z największych przeprowadzek tego typu w Europie, ale niosła również ze sobą ogromną zmianę kulturową. Miasteczko Orange zostało zaprojektowane zgodnie z wartościami firmy: promuje współpracę w ramach nowoczesnej cyfrowej przestrzeni roboczej, wyznaczając standardy dla naszych pozostałych lokali użytkowych.

Stanowiska pracy zorganizowano w dużych, otwartych przestrzeniach open space, które sprzyjają szybkiej komunikacji i przełamywaniu barier zarówno w relacji pracownik-przełożony, jak i pomiędzy pracownikami różnych struktur organizacyjnych. Pracownikom udostępniono liczne przestrzenie, np. nieformalne miejsca pracy, strefy spotkań, w których w przyjaznej atmosferze można spotkać się z klientem lub innym pracownikiem. Dodatkowo zapewniliśmy pracownikom ogólnodostępne miejsca usługowe: kiosk, sklep, kantyna. Przed oddaniem kompleksu do użytkowania został on zweryfikowany pod kątem bezpieczeństwa pracy.

W dialogu z naszymi partnerami społecznymi w ramach projektu „Przyjazne środowisko pracy”, uzgadniamy dalsze inwestycje w innych budynkach użytkowanych przez Orange na terenie Polski. Powstały 3 Miasteczka Regionalne: w Lublinie, Gdańsku i Poznaniu, w których prace remontowe, m.in. pomieszczeń socjalnych, podniosły komfort ich wyposażenia i stworzyły przyjazne miejsca do spożywania posiłków.

nowoczesne narzędzia pracy

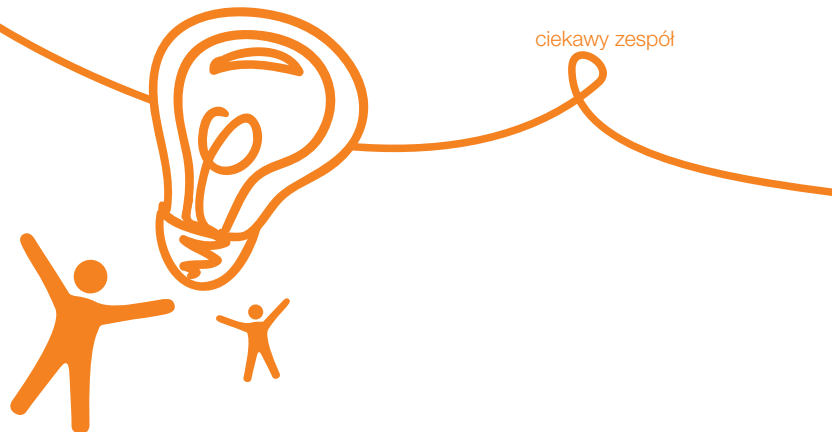
Jako nowoczesna firma staramy się wykorzystywać nowe technologie również poprzez dedykowane programy kierowane do wewnątrz organizacji. Jednym z przykładów budowania przyjaznego i nowoczesnego środowiska pracy jest Digital Leadership Inside [Orange digital] – program ukierunkowany na ewolucyjne dopasowanie organizacji do zmieniającego się otoczenia.

Cele Programu:

- zwiększenie efektywności pracy, a także lepsza współpraca między pracownikami,
- oferowanie naszym pracownikom najlepszego doświadczenia w cyfrowym świecie,
- wsparcie pracowników, jako najlepszych ambasadorów firmy.

Główne filary Programu:

1. podnoszenie świadomości – zapewnienie pracownikom Orange dostępu do aktualnej i spójnej wiedzy na temat digital,
2. szkolenia – dedykowana platforma szkoleniowa (e-learning) na temat wyzwań ery cyfrowej, przed którymi stoi Orange, oferująca możliwość uporządkowania wiedzy nt. narzędzi informatycznych, które ułatwiają codzienną pracę,
3. narzędzia / wyposażenie – wykorzystanie narzędzi i środowiska cyfrowego w pracy.



bezpieczeństwo w pracy

Zapewniamy naszym pracownikom bezpieczne i przyjazne środowisko pracy. Nadzór nad warunkami pracy sprawują pracownicy Wydziału BHP. Każdy pracownik ma dostęp do szkoleń bhp i szerokiego zakresu opieki medycznej.

Współpraca z partnerem społecznym prowadzona jest w ramach działalności komisji bezpieczeństwa i higieny pracy oraz w trakcie postępowań powypadkowych (w każdym zespole prowadzącym takie postępowanie bierze udział społeczny inspektor pracy/przedstawiciel pracowników).

Dla zapewnienia bezpiecznych warunków pracy przeprowadzone są pomiary środowiska pracy, m.in.: hałasu, zapylenia oraz natężenia pól elektromagnetycznych. Wyniki badań były zgodne z normatywnymi higienicznymi.

W Orange Polska w porównaniu z rokiem ubiegłym zmniejszyła się liczba wypadków przy pracy – z 67 do 48. Zarejestrowano jeden komunikacyjny wypadek śmiertelny,

spowodowany przez innego użytkownika ruchu drogowego. Nie było wypadków ciężkich i zbiorowych.

W 2013 r. Państwowy Inspektor Sanitarny wydał dwie decyzje o uznaniu choroby pracownika i byłego pracownika TP S.A. za chorobę zawodową. W jednym przypadku, z uwagi na fakt, że stwierdzono brak narażenia w TP na czynnik szkodliwy, który wskazuje się jako przyczynę powstania choroby zawodowej, decyzja o stwierdzeniu choroby została przekazana pracodawcy tylko do wiadomości. Od drugiej decyzji TP wniosła odwołanie i sprawa jest w toku.

W 2013 roku w OCS 11 zdarzeń uznano za wypadki przy pracy (2012 – 8). W ich wyniku poszkodowanych zostało 11 pracowników. Nie zanotowano wypadku śmiertelnego ani ciężkiego. Nie zanotowano przypadku choroby zawodowej.

wskaźnik częstotliwości wypadków*	2012	2013
Orange Polska	4,0	3,1
OCS	1,8	2,5
liczba dni niezdolności do pracy	2012	2013
Orange Polska	2 664	1 937
OCS	331	329
wskaźnik ciężkości wypadków **	2012	2013
Orange Polska	40,0	40,4
OCS	41,4	29,9

* liczba osób poszkodowanych w wypadkach przy pracy w przeliczeniu na 1 000 zatrudnionych

** liczba dni absencji powypadkowej przypadającej na 1 wypadek



telepraca

Zrównoważony rozwój to także umiejętność zachowania harmonii między pracą a życiem prywatnym. Dzięki nowoczesnym formom pracy, wykorzystaniu internetu i telefonów komórkowych, zaciera się granica między czasem w pracy i poza nią. Ale nowe technologie mogą pomóc w zachowaniu tej równowagi, np. poprzez telepracę.

Promowanie różnorodnych form zatrudnienia, w tym telepracy w Orange Polska, to jedno z zadań, jakie realizujemy w ramach strategii CSR. Korzystać z tego systemu mogą w pierwszej kolejności pracownicy wychowujący dzieci do lat czterech, dzieci niepełnosprawne oraz kobiety w ciąży.

Charakterystyka branży w jakiej działamy motywuje nas do wdrażania nowych, innowacyjnych rozwiązań. Również w kontekście elastycznych form zatrudnienia pracujemy nad nowymi rozwiązaniami, które pozwolą odpowiedzieć na oczekiwania naszych pracowników.

dodatkowe świadczenia

Naszym pracownikom zapewniamy pełną **obsługę medyczną** w kilkudziesięciu placówkach Grupy Lux Med i CM LIM oraz w 1 500 placówkach partnerskich. Z opieki medycznej mogą korzystać pracownicy zatrudnieni na podstawie umowy o pracę. Zapewniamy też możliwość specjalnego urlopu na leczenie sanatoryjne – dodatkowy urlop płatny traktowany jak urlop wypoczynkowy.

Pracownicy, uprawnieni członkowie ich rodzin, a także emeryci i renciści mogą korzystać z **Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych oraz Centralnych Funduszy: Mieszkaniowego, Wypoczynku i Pomocy Społecznej**.

W sytuacji, kiedy wsparcie od firmy okazuje się niewystarczające, pracownicy Orange Polska mogą skorzystać z pomocy Fundacji Orange w ramach programu **Wspieramy się**.

Pracownicy mogą także liczyć na finansowanie imprez sportowych, turystycznych i kulturalnych z Centralnego Funduszu Sportu, Turystyki i Kultury, a także z karty FitProfit.

Mogą też uczestniczyć w **Pracowniczym Programie Emerytalnym (PPE)**. Jest on największym funduszem pracowniczym w Polsce, zarówno pod względem wartości aktywów, jak i liczby członków.

W 2013 roku 83,7% pracowników Orange Polska było członkami Funduszu. Od 2011 r. Fundusz jest dostępny także dla pracowników Orange Customer Service Sp. z o.o. Pod koniec 2013 roku członkami PFE było 76,3% pracowników OCS.

Wartość aktywów naszego Funduszu osiągnęła na koniec 2013 r. kwotę 1,167 mld zł.



6.3 zarządzanie różnorodnością

Zapewnienie przejrzystych kryteriów oceny pracowników oraz wdrożenie zasad równego traktowania jest jednym z podstawowych warunków funkcjonowania firmy odpowiedzialnej społecznie



Marcelina Pytlarczyk,
Ekspert ds. CSR

Do jednej z moich odpowiedzialności w zespole CSR należy koordynowanie tematu związanego z zarządzaniem różnorodnością. To miłe uczucie patrzeć jak z roku na rok przybywa pracowników zainteresowanych tym tematem, a w firmie działań, które przyczyniają się do budowania bardziej różnorodnego i otwartego środowiska pracy. Do jednych z aktywności, które zasługują na szczególne wyróżnienie należy program „Zdrowie na tak” skierowany do pracowników z niepełnosprawnościami. Program ten ma wspierać budowanie kultury firmy, opartej na szacunku do osób z niepełnosprawnościami, ale także jest czytelnym sygnałem, że ważny jest dla nas każdy pracownik.

Istotne są dla nas także działania podejmowane na zewnątrz firmy. Po raz drugi przyjęliśmy na siebie tytuł Opiekuna Karty Różnorodności w Polsce. Jako członkini Rady Różnorodności, działającej przy Konfederacji Lewiatan, mam przyjemność uczestniczyć w jej pracach.

Ważne jest także uczestniczenie w badaniach dotyczących różnorodności w miejscu pracy. Dlatego wzięliśmy udział w pierwszej edycji ogólnopolskiego badania Barometr Różnorodności wskaźnikiem Diversity Index. Nasz wskaźnik to 65%. Wynik wysoki ale przed nami wciąż sporo wyzwań, którym postaramy się sprostać.

Różnice, które cechują pracowników, takie jak np. wiek, płeć, postawa życiowa, poglądy, profile zawodowe, przyczyniają się do poszerzania naszych horyzontów, zwiększają efektywność zespołów, ale mają także istotny wpływ na lepsze zrozumienie potrzeb naszych klientów. Wierzymy, że umiejętne zarządzanie różnorodnością w miejscu pracy otwiera przed wszystkimi nowe możliwości.

Kluczowe znaczenie ma dla nas tworzenie kultury organizacyjnej opartej na wzajemnym szacunku do różnic, które nas charakteryzują. Wierzymy, że jej podstawą jest edukacja, dlatego wśród pracowników propagujemy wiedzę na ten temat, a w ocenę kompetencji menedżerów wpisaliśmy „zarządzanie różnorodnością”.

liczba zatrudnionych według płci	2012	2013
 % kobiet wśród wszystkich	44,4%	42,7%
 liczba osób na stanowiskach menedżerskich	3 729	3 656
 kobiety menedżerowie	1 019	1 008
 mężczyźni menedżerowie	2 710	2 648
 % kobiet na stanowiskach menedżerskich	27,3%	27,6%



Bardzo ważny jest dla nas równy dostęp do stanowisk, bez względu na płeć czy wiek. Do naszej procedury zatrudnienia w części dotyczącej rekrutacji dodaliśmy specjalną klauzulę o obowiązku rekomendowania kandydatury obojga płci na wszystkie stanowiska. Istotnym wyzwaniem jest dla nas promowanie aktywności zawodowej kobiet, ich rozwoju zawodowego i zwiększenia liczby obejmowanych stanowisk kierowniczych. Dlatego też w tym obszarze postawiliśmy sobie konkretne cele, takie jak utrzymanie do 2015 roku udziału kobiet na stanowiskach menedżerskich na poziomie 35% oraz wzrost do 65% ilości stanowisk sukcesorów z przynajmniej jedną kobietą w grupie TOP 350 (w 2013 roku wskaźnik ten wyniósł 41,7%).

Wierzmy, że współpraca w międzynarodowym środowisku z najlepszymi ekspertami pozwala spojrzeć na temat różnorodności w szerszym kontekście, dlatego uczestniczymy w pracach [Platformy Wymiany Wiedzy i Doświadczeń](#), działającej przy Komisji Europejskiej.

W październiku 2013 roku ukazała się publikacja, w pracach nad nią również wzięliśmy udział: „Assessing Diversity. Impact in Business. By the European Union Platform of Diversity Charters”. Obok takich firm jak Sodexo, Deutsche Telekom czy Hewlett-Packard Austria, podzielił się naszym podejściem, ale także konkretnymi rezultatami płynącymi z zarządzania różnorodnością.

Nasza firma aktywnie włączyła się w projekt stworzenia wskaźnika do oceny zarządzania różnorodnością w firmie Diversity Index i sama poddała się temu badaniu.



Małgorzata Lelińska,
Koordynatorka projektu Diversity Index,
Konfederacja Lewiatan

Opracowanie wskaźnika Diversity Index i organizacja Barometru Różnorodności – ogólnopolskiego badania firm przy zastosowaniu tego innowacyjnego narzędzia – było i jest dla Konfederacji Lewiatan dużym wyzwaniem. Zarządzanie różnorodnością to na polskim rynku temat wciąż nowy. Firmy podchodzą do niego z dużą nieufnością. Pokutują silne stereotypy, że nie wszyscy na rynku pracy sprawdzają się równie dobrze, a dla niektórych wręcz nie ma na nim miejsca. Zaangażowanie takich firm jak Orange – ciągle nielicznych w Polsce – w realizowane przez nas przedsięwzięcia w obszarze promowania zarządzania różnorodnością jest szczególnie cenne. Pozwala poznać działania podejmowane w praktyce przez przedsiębiorstwa w tym obszarze, a także trudności i sukcesy, jakie się z tym wiążą.

Nic tak skutecznie nie przekonuje innych do nowych idei czy praktyk jak pozytywne doświadczenia liderów rynku, których podziwia się za sukcesy biznesowe i próbuje naśladować. Orange konsekwentnie buduje takie miejsce pracy, które przyciąga największe talenty, zachęca do rozwoju, działania z dużą energią, kreatywnością, zaangażowaniem. Jesteśmy przekonani, że dzieje się to także dzięki dostrzeganiu, docenianiu i wzmacnianiu różnorodności. Jak skuteczne są te działania pokazuje chociażby wynik wskaźnika Diversity Index – jeden z najwyższych wśród firm dużych i średnich, które dotychczas skorzystały z tego narzędzia. Jest czego gratulować!

Potwierdzeniem wagi, jaką przywiązujemy do tematu różnorodności, jest dla nas fakt, że od 2 lat jesteśmy nie tylko sygnatariuszem, ale też opiekunem Karty Różnorodności (ang. Diversity Charter) w Polsce. Treść polskiej wersji Karty była tworzona w ramach grup roboczych z udziałem przedstawicieli firm, administracji oraz organizacji pozarządowych. Ważnym elementem tych prac były konsultacje

z przedstawicielami organizacji reprezentujących interesy różnych grup społecznych, np. osób z niepełnosprawnościami, starszych, rodziców, mniejszości seksualnych czy religijnych. Zarówno Karta, jak i sam tytuł Opiekuna jest dla nas zobowiązaniem do promowania zasad różnorodności, a także motywatorem do ciągłego rozwoju i samodoskonalenia naszej firmy.



Ewa Wojsławowicz,
Menedżerka Karty Różnorodności,
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Karta Różnorodności, w Polsce koordynowana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, jest zobowiązaniem, podpisywanym przez pracodawców, którzy obligują się do wprowadzenia zakazu dyskryminacji w miejscu pracy, decydują się działać na rzecz promocji różnorodności oraz wyrażają gotowość do zaangażowania wszystkich pracowników i pracownic oraz partnerów biznesowych w te działania. Karta Różnorodności zachęca pracodawców do wykorzystywania potencjału drzemiącego w różnorodnych zespołach. Firmy, instytucje, organizacje pozarządowe i uczelnie decydujące się na implementację tego narzędzia, działają na rzecz spójności i równości społecznej.

Karta Różnorodności jest międzynarodową inicjatywą, obecną w 12 krajach Unii Europejskiej, realizowaną pod parasolem Komisji Europejskiej. Orange Polska pełni rolę Opiekuna Karty Różnorodności w Polsce od momentu jej powstania, czyli od 2012 r. Firma była jednym z inicjatorów stworzenia Karty, aktywnie uczestniczyła w procesie jej powstawania (biorąc udział w konsultacjach treści), a także wspiera Kartę na co dzień, będąc ambasadorem zasad w niej zawartych.

Cieszymy się, że Orange Polska objęło Kartę swoim patronatem – to dowód na to, że firmie bliskie są idee zarządzania różnorodnością – wdrażają je wewnętrznie, ale także gotowi są na dzielenie się swoim doświadczeniem z innymi pracodawcami.

Nasza firma zaangażowała się też w stworzenie Stowarzyszenia EPWN Warsaw (European Professional Women's Network). Główną ideą tej organizacji jest wspieranie zasady równości kobiet i mężczyzn oraz uwzględnianie problematyki równości szans na poszczególnych etapach kariery zawodowej. Ważną formułą współpracy w ramach Stowarzyszenia jest networking. Wspólnie z reprezentantami innych firm chcemy dzielić się wiedzą i doświadczeniami na ten temat.

W 2013 roku postanowiliśmy również uruchomić program skierowany do pracowników z niepełnosprawnościami. Celem programu „Zdrowie na tak”, jest budowanie otwartego i przyjaznego środowiska pracy, w szczególności dla pracowników z orzeczoną niepełnosprawnością.

W ramach programu pracownicy, którzy dostarczą pracodawcy orzeczenie o niepełnosprawności mogą skorzystać z dodatkowego pakietu usług medycznych w LUX MED.

Kwestie różnorodności pojawiają się w Kodeksie Etyki, który określa procedury mające zapewnić pracownikom możliwość zgłaszania nieprawidłowości, także w związku z dyskryminacją i mobbingiem. Na stronach portalu pracowniczego znajdują się wiadomości o tym, co to jest mobbing, zachowania dyskryminacyjne, przepisy obowiązujące w tej sprawie, a także informacje, gdzie zgłaszać przypadki naruszenia naszych zasad, w tym aplikacja zapewniająca anonimowość zgłoszeń. Aby skutecznie przeciwdziałać

wszelkim przejawom dyskryminacji i budować przyjazną atmosferę pracy, dbamy również o odpowiednie szkolenia dla naszych menedżerów. Każdy z nich musi przejść obowiązkowe e-szkolenie z zakresu przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi.

przejrzysta polityka płac

Obowiązuje u nas jednolita i przejrzysta polityka wynagradzania oparta na równym traktowaniu, sprawiedliwej ocenie i niedyskryminacji. Stosunek podstawowego wynagrodzenia kobiet i mężczyzn na stanowiskach menedżerskich wynosił w 2013 roku 90,9%, natomiast na stanowiskach niemenedżerskich 76,7%.

Zapewniamy naszym pracownikom wynagrodzenia adekwatne do poziomu płac rynkowych w Polsce. Przyjęta w Orange Polska polityka wynagradzania opiera się na:

- zapewnieniu przejrzystych i konkurencyjnych zasad wynagradzania pracowników,
- zwiększeniu zaangażowania oraz odpowiedzialności za realizację wyznaczonych im zadań i celów,
- utrzymaniu pracowników o wysokim poziomie kompetencji oraz umożliwieniu im rozwoju,
- pozyskaniu z zewnętrznego rynku osób o najwyższych kompetencjach i kwalifikacjach zawodowych,
- jasnych i czytelnych zasadach ustalania wysokości wynagrodzeń zasadniczych.



ciekawy
zespół



załączniki

6.4 zrównoważony rozwój

W firmie działa proces oceny i rozwoju pracowników (RiO), który zakłada powiązanie wyników oceny rocznej z planem rozwoju kariery pracownika. W 2013 roku wzbogaciliśmy ten proces o nowe standardy: jedno gwarantowane szkolenie dla każdego pracownika, monitorowanie wykonania zaplanowanych działań w trakcie roku, a także uwzględnienie wartości Orange w ocenie.



18 219 (97%) pracowników wzięło udział w procesie oceny



Grzegorz Steinke,
Dyrektor Rekrutacji
i Rozwoju Pracowników

Jestem przekonany, że firma odpowiedzialna społecznie to taka, która dba o swoich pracowników i ich rozwój. Branża telekomunikacyjna jest jedną z najbardziej dynamicznych i innowacyjnych. Wymaga od nas niestandardowych pomysłów, które mogą zaproponować osoby ciekawe świata i dbające o własny rozwój. Ciekawość jest elementem niezbędnym do rozwoju firmy i proponowania innowacyjnych rozwiązań.

Dodatkową siłę czerpiemy z naszej różnorodności, bo przecież wielu z nas ma unikalne doświadczenia, kompetencje i umiejętności oraz swój sposób patrzenia na świat. Z ciekawości i różnorodności biorą się często inspiracje i energia, aby spełniać się zawodowo. Te czynniki stanowią DNA marki Orange i jej wartości.

Mówiąc o rozwoju pracowników, bierzemy pod uwagę nie tylko szkolenia, ale także zbudowanie przyjaznego środowiska do dzielenia się wiedzą, a także do rozwoju swoich pasji i zainteresowań. To właśnie jest nasza praca.

W 2013 roku po raz pierwszy oparliśmy proces RiO dla menedżerów na modelu Kompetencji menedżera Orange, w którym ważny jest balans pomiędzy kompetencjami związanymi z realizacją zadań a budowaniem relacji z ludźmi.

W tegorocznym RiO nowością była również możliwość rekomendowania pracowników do programu dzielenia się wiedzą ekspercką.

W roku 2013 po raz trzeci zaprosiliśmy pracowników do przekazania menedżerom informacji zwrotnej metodą 360°. Informacja zwrotna 360° sprzyja tworzeniu wspólnego stylu pracy, komunikacji i zarządzania. W procesie wzięło udział ponad 2 300 menedżerów Orange Polska.

Po zakończeniu oceny rocznej odbywa się **planowanie sukcesji**, czyli proces identyfikowania i rozwoju pracowników, którzy są kandydatami do objęcia kluczowych stanowisk w Orange Polska. Ma on na celu zapewnienie ciągłości zarządzania na kluczowych stanowiskach, przy jak najlepszym wykorzystaniu potencjału menedżerskiego znajdującego się wewnątrz firmy.

Aby przyciągnąć i utrzymać w firmie pracowników o wysokim potencjale zawodowym, dać im możliwość rozwoju kwalifikacji i kompetencji, opracowaliśmy politykę mobilności, oferujemy pracownikom zmieniającym miejsce pracy system świadczeń alokacyjnych, dajemy pracownikom pierwszeństwo w rekrutacji, możliwość pracy w różnych spółkach Orange Polska. W ciągu roku w Orange Polska pojawia się ponad 1 000 ofert na wewnętrznym rynku pracy.

W naszej firmie działa też program **Nawigator rozwoju**, który pomaga pracownikowi w określeniu jego mocnych stron, obszarów rozwoju oraz dalszej drogi zawodowej w Orange Polska. Współpraca z doradcą rozwoju zawodowego pozwala obiektywnie ocenić dotychczas zdobyte kompetencje i realnie określić cel, który chce się osiągnąć.

mobilność międzynarodowa

Naszym pracownikom dajemy też szansę na karierę międzynarodową w ramach programu **International Mobility**. Jego głównym celem jest wzmocnienie współpracy biznesowej i dzielenie się najlepszymi doświadczeniami we wszystkich obszarach działania globalnej organizacji. Program ten służy zwiększeniu mobilności pracowników w ramach Orange Group oraz identyfikacji i zatrzymaniu w firmie pracowników o wysokich kwalifikacjach zawodowych i dużym potencjale rozwojowym.

Uczestnikom Programu zapewniamy wsparcie w procesie zmiany miejsca pracy, dbamy o ich bezpieczeństwo

podatkowe i bezpieczeństwo związane z ubezpieczeniem społecznym i zdrowotnym w nowym kraju pobytu.

W ramach corocznej oceny każdy pracownik może wykazać zainteresowanie rozwojem poza granicami kraju. W ramach mobilności krótkoterminowej – typu Talent Sharing – wspieramy realizację celów biznesowych projektów, które toczą się na styku różnych krajów. W 2013 roku 20 pracowników skorzystało z takiej możliwości, a od początku programu w 2004 roku – 227.

Wyjazdy długoterminowe łączą się z podróżą do krajów europejskich czy tak egzotycznych, jak Vanuatu. Orange Polska promuje unikalne kompetencje pracowników do budowy operatorów w krajach rozwijających się.

Regularnie prezentujemy pracowników Orange Polska na forum International Mobility Review. Patrząc globalnie, organizujemy międzynarodowe eventy, zarówno dla pracowników Orange, jak i studentów z całego świata.



Corina Ghiatau,
Konsultantka ds. Rozwoju
Organizacji, Orange Rumunia

W czasie tych 6 miesięcy spędzonych w nowym miejscu pracy miałam dwa zadania. Pierwsze powierzyła mi firma – był to projekt oceny programu Talentów Orange Polska – diagnoza aktualnych działań – mocnych i słabych stron procesu, zaprojektowanie zmian wspólnie z całym zespołem zasobów ludzkich, w taki sposób, aby nowy proces Talentów wspierał zarówno działania związane z zarządzaniem zasobami ludzkimi, jak i strategię biznesową firmy.

Moim drugim celem – bardziej osobistym – było zdobywanie nowych doświadczeń i uczenie się jak najwięcej, nie tylko o Orange Polska, ale także o historii Polski, miejscach, ludziach, a nawet języku, który jest uważany za jeden z trudniejszych na świecie. W realizacji obu celów wspierali mnie serdeczni i mili ludzie, dzięki którym moja praca była nie tylko łatwiejsza, ale także okazała się wspaniałą przygodą.



Marta Niewęglowska,
Ekspert R&D

W ramach programu Talent Sharing miałam okazję uczestniczyć w pracach Orange Labs w Grenoble. Ten wyjazd procentuje do dziś wspólnymi warsztatami, codzienną wymianą doświadczeń, nawiązywaniem nowych relacji biznesowych. W trakcie swojego 3-miesięcznego pobytu w Grenoble miałam okazję uczestniczyć w projekcie realizowanym w Touluzie, Montpellier, Biarritz i Paryżu.

To była wyjątkowa okazja do poznania innych osób, innej kultury, doskonałej kuchni. Ten wyjazd umożliwił mi szersze spojrzenie oraz lepsze zrozumienie zasad pracy zespołu z Francji. To była również okazja do poznania ludzi z różnych kręgów kulturowych, nawiązania przyjaźni oraz zachęta do dalszych podróży i poszukiwań.



ciekawy
zespół



załączniki

dostępne szkolenia

Prowadzimy wiele programów szkoleniowych, których celem jest rozwój kompetencji i odpowiednie przygotowanie pracowników do realizacji strategicznych wyzwań firmy. Nasi pracownicy podnoszą kwalifikacje specjalistyczne, językowe, mają możliwość skorzystania z dofinansowania nauki na studiach wyższych, podyplomowych, w tym MBA.

		2012	2013
	łączna liczba pracowników przeszkolonych (w tys.)	21,4	17,7
	łączna liczba godzin przeznaczonych na szkolenia (w tys.)	606,8	605
	średnia liczba godzin szkoleń rocznie na pracownika (h/os.)	28,2	32,3

W ramach poszczególnych obszarów firmy prowadzimy **Szkoły Profesjonalne** dające możliwości doskonalenia zawodowego, rozwoju kompetencji pracownika. Nauczycielami w tych Szkołach są eksperci z firmy. W firmie działa 16 Szkół Profesjonalnych, z którymi współpracuje 90 ekspertów.

Realizujemy program wyłaniania i rozwoju talentów menedżerskich – **Talent Review**, który wspiera osoby pełne inicjatywy, z konkretnymi osiągnięciami, posiadające potencjał menedżerski, budujące konstruktywne relacje z innymi ludźmi, działające zgodnie z wartościami Orange oraz zaangażowane i chętne do podejmowania nowych wyzwań. Osoby z grupy Talentów są brane pod uwagę w pierwszej kolejności podczas rekrutacji na stanowiska menedżerskie. Mogą one zostać objęte dedykowanymi programami rozwojowymi, mają także możliwość udziału w kluczowych dla firmy projektach.

Aby propagować jednolite standardy zarządzania w Grupie Orange uruchomiliśmy międzynarodowy program rozwojowy **Orange Campus**, oferowany wszystkim menedżerom Orange Group. Jego założenia oparto w dużej mierze na modelu rozwoju przez dzielenie się doświadczeniami. Orange Campus ma trzy międzynarodowe ośrodki szkoleniowe: w Polsce, Francji i Hiszpanii. Podczas szkoleń duży nacisk kładziemy na styl zarządzania, podkreślamy znaczenie jakości relacji międzyludzkich, dobrej komunikacji, współpracy i koncentrowania się na jakości usług dla naszych klientów, przyjaznej atmosfery w codziennej pracy.

Kluczowym założeniem wszystkich szkoleń Orange Campus jest ich rozpoznawalny styl – interaktywność i wspieranie różnorodności. Grupy szkoleniowe są zorganizowane w taki sposób, aby wspierać różnorodność i współpracę pomiędzy menedżerami. W jednej grupie spotykają się menedżerowie z różnych funkcji biznesowych, poziomów zarządzania, a w wersji międzynarodowej także z różnych krajów.

Również odchodzącym pracownikom zapewniamy możliwość szkoleń w zakresie aktywnego poszukiwania pracy, autoprezentacji czy przygotowywania dokumentów aplikacyjnych. W procesach zmian organizacyjnych w firmie aktywnie uczestniczą doradcy z Centrum Rozwoju Kompetencji, którzy biorą udział w grupowych spotkaniach informacyjnych oraz indywidualnych spotkaniach z pracownikami odchodzącymi z firmy.

Korzystamy z **Biblioteki Produktów Rozwojowych**, dostępnej w portalu szkoleniowym, która gromadzi między innymi szkolenia e-learningowe rozwijające kompetencje osobowe, profesjonalne i specjalistyczne. Znajdziemy tu także e-booki, filmy, propozycje zadań rozwojowych, e-materiały szkoleniowe, informacje o szkoleniach, warsztatach i wiele innych propozycji. W bibliotece znajduje się obecnie ponad 10 tys. propozycji edukacyjnych.

Jak na firmę teleinformatyczną przystało, w naszych szkoleniach powszechnie wykorzystujemy e-learning.

W ofercie mamy ponad 5,6 tys. produktów elektronicznych – wśród nich interaktywne szkolenie dotyczące etyki, społecznej odpowiedzialności biznesu czy zasad niedyskryminacji.

Naszym pracownikom i partnerom oferujemy **internetowy Portal Edukacyjny**, z którego można korzystać także poza miejscem pracy. Zapraszamy ich też do uczestnictwa w **ministażach**, czyli kilkudniowych pobytach w innym zespole Orange Polska.

Organizujemy też szkolenia integracyjne, a jedną z coraz częściej wybieranych możliwości, wykraczających poza typowe zadania teambuildingowe, jest połączenie szkolenia z zaangażowaniem na rzecz innych. **Integracja przez pomaganie** – to jedna z propozycji wolontariatu pracowniczego, przygotowana przez Orange Community. Zespołom planującym wyjazd integracyjny proponujemy współpracę z organizacją pozarządową czy instytucją społeczną. W ofercie edukacyjnej dla pracowników mamy **szkolenie antystresowe**, które obejmuje metody radzenia sobie z emocjami i trudną sytuacją w pracy oraz poza nią.

W 2013 roku rozpoczęliśmy realizację projektu „Światłowod Wiedzy źródłem motywacji do dzielenia się wiedzą eksperta”, który został przygotowany na konkurs Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP). „Rozwiązania jutra w HR” otrzymał dofinansowanie z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Poddziałania 2.1.1 Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki „Rozwój kapitału ludzkiego w przedsiębiorstwach”.

Celem projektu jest poprawa dostępności wiedzy posiadanej przez ekspertów w organizacji poprzez stworzenie innowacyjnych i skutecznych narzędzi zarządzania wiedzą i motywacją.

W ramach projektu stworzymy system identyfikacji, rozwoju i motywowania ekspertów, obejmujący narzędzia HR i IT, wspierający dzielenie się i wymianę wiedzy pomiędzy ekspertami i innymi pracownikami przedsiębiorstwa. Proponowane rozwiązanie budowane jest w oparciu o model społecznościowy.

Metodyka „Światłowodu Wiedzy” będzie zawierała produkty HR (wzory ankiet, raportów, instrukcji) umożliwiające m.in. identyfikację wiedzy strategicznej w organizacji, zbudowanie Centrów Wiedzy, rozwój, aktywizację Ekspertów oraz Produkty IT umożliwiające transfer wiedzy, bazujące na modelu społecznościowym.

Obecnie projekt jest w fazie testowej. Planowane jest wdrożenie metodyki „Światłowodu Wiedzy” w 8 średnich i dużych przedsiębiorstwach, w tym w Orange Polska, powstanie 4 Centrów Kompetencyjnych oraz upowszechnienie wiedzy z projektu wśród innych przedsiębiorstw.

Wypracowane w ramach projektu narzędzia HR i IT zostaną przekazane Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), która docelowo udostępni je innym przedsiębiorstwom, zainteresowanym wdrożeniem u siebie takich rozwiązań.

więcej:

<http://swiatlowodwiedzy.orange.pl/>



docenianie i wyróżnianie dobrych pracowników

Staramy się doceniać wyróżniających się pracowników. Co roku organizujemy konkurs **Orange Stars**. Celem konkursu jest wyłonienie osób, które swoją postawą promują ideę pracy zespołowej, są gotowe na wyzwania i osiąganie najlepszych rezultatów, działają zgodnie z etyką i wartościami Orange, a ich styl pracy, komunikacji i zarządzania cieszy się powszechnym szacunkiem kolegów i współpracowników. Laureaci stanowią grupę opiniotwórczą, są zapraszani do realizacji ważniejszych projektów realizowanych w firmie.

Zachęcamy też pracowników do kreatywności, poszukiwania ciekawych rozwiązań, usprawniania działań naszej firmy. Zapraszamy pracowników i osoby współpracujące z firmą do konkursu **Telekreator**, którego celem jest promowanie ich innowacyjności oraz pomysłowości, przy założeniu możliwości praktycznego wykorzystania zgłaszanych pomysłów.

dla studentów

Mamy w Orange program praktyk studenckich. W 2008 roku uruchomiliśmy program edukacyjny **Twoja Perspektywa** dla studentów kierunków technicznych i ekonomicznych. Prowadzimy go wspólnie z Polskim Stowarzyszeniem Zarządzania Kadrami i Business for Society. Program oferuje warsztaty, konkurs, program ambadorski, Studenckie Kluby Orange oraz płatne praktyki w Orange Polska.

Istotną częścią programu jest ogólnopolski konkurs **Twoja Perspektywa**, skierowany do młodych ludzi, których pasjonują nowoczesne technologie oraz ich zastosowanie w nowych obszarach biznesowych i codziennym życiu. Konkurs jest wieloetapowy i rozgrywany w trzech dziedzinach: telekomunikacja, informatyka oraz marketing i zarządzanie. **Twoja Perspektywa** to także program ambadorski, który opiera się na ścisłej współpracy firmy z uczelniami za pośrednictwem studentów – ambadorów Orange Polska.

Program jest odpowiedzią na wyzwania, jakie młodym ludziom stawia rynek pracy, i pomaga studentom w uzupełnieniu praktycznej wiedzy biznesowej. Dla firmy stanowi możliwość pozyskania dobrze przygotowanych do zawodu osób. Jest to unikatowy projekt tego typu w branży telekomunikacyjnej. Jesteśmy również jednym ze stałych uczestników konkursu „Grasz o staż”.



pasja i zaangażowanie

W ramach programu **Orange Passion** umożliwiamy pracownikom dzielenie się swoimi pasjami i zainteresowaniami. W naszym intranecie stworzyliśmy miejsce, w którym wspólnie możemy promować pasje muzyczne, filmowe, sportowe czy fotograficzne. Organizujemy też wewnętrzne imprezy, ułatwiające pracownikom realizację ich zaintereso-

wań, przygotowujemy konkursy fotograficzne, muzyczne, organizujemy konkurs, w którym najlepsze projekty otrzymują wsparcie finansowe. Co roku możemy też w intranecie wylicytować obrazy i fotografie naszych artystów, a dochód z aukcji przekazywany jest na cele społeczne.



Lidia Kwinta,
Inicjatorka i organizatorka plenerów,
Przewodnicząca Zespołu Kultury
Komisji Krajowej Sportu,
Kultury i Turystyki
w Orange Polska

W naszej firmie działa grupa artystów malarzy nieprofesjonalnych. Aktywność środowiska skupiającego pracowników i emerytów rynku telekomunikacyjnego, interesujących się malarstwem, ma już swoją blisko 20-letnią historię.

Początek działalności miał miejsce w Zakładzie Telekomunikacji w Kielcach w 1995 roku, gdzie powstała sekcja plastyczna Pastele, która zapoczątkowała organizację pierwszych plenerów i wystaw prac malarskich, przez kolejne lata skutecznie zachęcając do udziału pracowników naszej firmy z innych miast.

Przy wsparciu firmy udało się dotychczas zorganizować 17 plenerów malarskich oraz wiele wystaw i charytatywnych aukcji prac malarskich powstałych na plenerach. W naszych plenerach uczestniczyli także przedstawiciele innych firm telekomunikacyjnych z Europy: Słowenii, Estonii, Malty, Szwecji, Holandii, Włoch i Portugalii.

Dzięki przeprowadzonym aukcjom mieliśmy możliwość przekazać za pośrednictwem Fundacji Orange blisko 63 tys. PLN na pomoc potrzebującym.

Dzisiaj Klub Malarzy Orange Polska to grupa 30 osób, których wspólna pasja widoczna jest również na zewnątrz firmy i ma swoją wyjątkową rangę, bowiem od 3 lat patronat honorowy nad plenerem malarskim sprawuje Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej.

Natomiast poprzez program **Orange Community** promujemy wszelkie indywidualne i zespołowe inicjatywy społeczne naszych pracowników. Zapraszamy ich do wolontariatu i realizacji projektów wspólnie z Fundacją Orange, włączania się w organizację imprez o charakterze społecznym, wspieramy organizację charytatywnych koncertów, wystaw i aukcji, organizujemy zbiórki krwi, na bieżąco informujemy o projektach wolontariuszy czy akcjach pomocowych.

Dla naszych pracowników, jak również ich rodzin, przygotowaliśmy program **Oferta dla Ciebie** ze zniżkami u naszych partnerów oraz na nasze produkty i usługi. Wśród nich są m.in. preferencyjne warunki usług telekomunikacyjnych z oferty Orange Polska, korzystne zniżki na ubezpieczenie, usługi komunikacyjne, oferty związane z edukacją, turystyką oraz sportem.



ciekawy
zespół



załączniki

6.5 wolontariat pracowniczy

Wśród nas jest wielu ludzi wrażliwych społecznie, którzy chętnie i bezinteresownie dzielą się swoją wiedzą i dobrą energią z innymi – to wolontariusze.

		2012	2013
	liczba wolontariuszy	2 120	3 524
	liczba godzin wolontariuszy (szacunkowo)	16 020	25 850
	liczba projektów lokalnych (grantowe/konkursowe)	70	171

Wolontariusze Orange działają społecznie przez cały rok. Pracownicy zgłaszają się do programu wolontariatu – często zainspirowani przez swoich kolegów i koleżanki. Kiedy działają w grupie – sami dzielą się zadaniami, wyłaniają lidera i często pracują metodą projektową, jak w codziennej pracy.

Przed wszystkim wolontariusze włączają się w **programy społeczne i edukacyjne Fundacji Orange**:

- **edukacja z internetem** – uczą dzieci i młodzież, jak bezpiecznie korzystać z internetu. Wolontariusze wykorzystują swoją wiedzę o nowych mediach, a także umiejętności prezentacyjne, aby rozwijać kompetencje młodych internautów. Zajęcia prowadzą na podstawie materiałów edukacyjnych i scenariuszy zajęć opracowanych przez Fundację Orange i Fundację Dzieci Niczyje, chodzą do szkół, szpitali, domów dziecka, świetlic i Pracowni Orange.
- **Orange dla bibliotek** – wolontariusze w bibliotekach pomagają osobom starszym w opanowaniu obsługi komputera i internetu na podstawie materiałów ABC internetu.

- **Edukacyjne Wyspy Orange** – wolontariusze sprawują nadzór techniczny nad multimedialnymi stanowiskami, które Fundacja montuje dla dzieci w szpitalach w różnych częściach Polski. Obecnie przygotowujemy scenariusze zajęć powiązane z grami i aplikacjami dostępnymi na stanowiskach, które będą podstawą do edukacyjnych zajęć wolontariuszy z dziećmi.
- **Telefon do Mamy** – wolontariusze podjęli inicjatywę remontowania i przemiany szarych szpitalnych świetlic dla dzieci w kolorowe Bajkowe Kąci. W całej Polsce takich Kąciów przygotowali już ponad 180. Ponadto, każdego roku na Gwiazdkę odwiedzają najmłodszych pacjentów z prezentami (Akcja „Mikołaje Orange”) i animują im wolny czas, organizując konkursy i przedstawienia.

Nieustannie pracujemy nad udoskonalaniem programu wolontariatu pracowniczego, prowadząc badania satysfakcji i oczekiwań pracowników. Zbieramy również informacje wśród beneficjentów i środowisk lokalnych, aby nasze projekty jak najlepiej odpowiadały ich potrzebom.

konkurs grantowy

Od początku istnienia programu wolontariatu, pracownicy Orange Polska mogą przygotować autorski projekt wolontariacki i ubiegać się o wsparcie na jego realizację. Jeśli w swoim otoczeniu widzą potrzebę pomocy, czy to w domu dziecka, szpitalu, czy w innej organizacji pozarządowej, mają możliwość złożenia wniosku o grant i zorganizowanie akcji. Razem z Fundacją Orange przeprowadzają wtedy diagnozę lokalnych potrzeb, opisują założenia i zadania, budżet, harmonogram i kosztorys – a potem rezultaty swoich przedsięwzięć.

Wolontariusze Orange zrealizowali już ponad 330 projektów według własnych pomysłów w różnych zakątkach Polski. Dzięki ich działalności wiele społeczności lokalnych, szkół i organizacji, zyskało nowy plac zabaw, boisko, świetlicę, ich podopieczni wyjechali na wycieczkę edukacyjną.

Od kilku lat pracownicy mają możliwość wspólnie nieść pomoc na rzecz np. szkoły, przedszkola, domu dziecka czy szpitala, przy okazji wyjazdu szkoleniowego z zespołem pracowników. W ramach akcji „Integracja przez pomaganie” zamiast tradycyjnych aktywności z zakresu teambuilding biorą udział w projekcie dobroczynnym w regionie, w którym zaplanowali szkolenie. Taka akcja umożliwia im integrację w grupie, a przy okazji przynosi wymierne korzyści społeczności, której pomagają.



wolontariat kompetencyjny i wolontariat akcyjny

Projekty realizowane w programie wolontariatu pracowniczego w Orange można podzielić na wolontariat kompetencyjny oraz akcyjny. Wolontariat kompetencji wiąże się z profilem firmy, z działaniem w obszarze, w którym firma się specjalizuje. A wolontariat akcyjny to wszystkie inne wolontariackie przedsięwzięcia pracowników – niezwiązane ściśle z branżą, ale równie ważne i potrzebne.

W przypadku Orange wolontariat kompetencji wiąże się z edukacją w zakresie nowych technologii, z budowaniem kompetencji cyfrowych polskiego społeczeństwa i bezinteresownym dzieleniem się wiedzą, aby zwiększyć poziom świadomości i umiejętności ludzi w zakresie wykorzystania cyfrowych narzędzi. Innym rodzajem zaangażowania są akcje społeczne, w które systematycznie włączają się pracownicy – niekoniecznie wykorzystując doświadczenia związane z branżą firmy, w której pracują – np. remonty szkół, boisk, szpitalnych świetlic dla dzieci, organizacja festynu dla osób z niepełnosprawnościami, itp.

Co roku, podczas Dnia Fundacji Orange, odznaką „Razem dla innych” wyróżniamy tych najbardziej aktywnych. W 2013 roku spośród 41 wniosków Komisja Konkursowa wybrała 13 kolejnych kandydatów – wybitnie zaangażowanych społecznie wolontariuszy, otwartych, skutecznych, swoim przykładem zachęcających do włączania się również innych pracowników w program wolontariatu, budujących partnerstwa przy projektach, wyróżniających się innowacyjnym myśleniem.

Od 2011 roku organizujemy także **Tydzień Wolontariatu w Orange**. W tym czasie pracownicy mogą dowiedzieć się więcej o organizowanych działaniach społecznych, włączyć się w nie, a także sami proponować swoje pomysły czy zapraszać do działania swoich współpracowników. Inicjatywa ta rozprzestrzeniła się w 2012 roku na 13 innych krajów Orange.



w 2013 roku:



535 wolontariuszy realizowało projekty
wg własnego pomysłu w konkursie grantowym



87 wolontariuszy
uczyło dzieci
zasad bezpiecznego
internetu

975 pracowników
integrowało się
dzięki wolontariatowi



24 pracowników

przystąpiło do programu podczas Tygodnia Wolontariatu,
a kolejnych 120 zadeklarowało chęć włączenia się
w działania programowe



653 wolontariuszy

remontowało świetlice na dziecięcych oddziałach
szpitalnych zmieniając je w kolorowe
i przytulne Bajkowe Kąciki



1 250 wolontariuszy

przebranych za Mikołajów odwiedziło dzieci
w szpitalach i obdarowało je upominkami

promujemy e-wolontariat

Pokazujemy, że internet to także przestrzeń do realizacji działań społecznych i dobroczynnych. Wolontariat on-line ma wiele twarzy. Jest nim m.in. nieodpłatne udzielanie porad w sieci, tworzenie grup pomocy i samopomocy, współpraca przy promocji, tłumaczeniach, projektach graficznych, prowadzenie e-kampanii społecznych, budowanie baz informacji czy też pomoc w nauce języków obcych i e-korepetycje.

Celem projektu **e-wolontariat** jest rozwój i promocja wirtualnego wolontariatu w Polsce.

W portalu www.e-wolontariat.pl można znaleźć aktualne informacje z Polski i ze świata na temat wolontariatu i akcji dobroczynnych prowadzonych w internecie, a także artykuły edukacyjne, które pomogą zorganizować takie inicjatywy i zostać e-wolontariuszem. Znajduje się tu również baza organizatorów e-wolontariatu w Polsce oraz aktualne oferty dla wirtualnych wolontariuszy. Projekt jest prowadzony przez Fundację Dobra Sieć i Fundację Orange we współpracy z Polsko-Amerykańską Fundacją Wolności.

W ramach projektu corocznie organizowany jest konkurs „**Odkryj e-wolontariat**”, w którym nagradzamy najciekawsze polskie inicjatywy wolontariackie wykorzystujące internet. Jednocześnie, dzięki konkursowi gromadzimy i szerzymy wiedzę o dobrych praktykach dobroczynności.

Od 2011 roku nasz konkurs ma formułę europejską. Pod hasłem „**Discover e-volunteering**” zachęcamy organizacje z całej Unii Europejskiej do pokazania swoich dobrych praktyk w zakresie wolontariatu w sieci. Do Konkursu w 2013 roku napłynęło 72 zgłoszenia z 24 państw z całej Europy.



Izabela Kręgiel,
Koordynatorka Wolontariatu,
Fundacja Orange

W tym roku przy okazji konkursu Discover e-volunteering wraz z Fundacją Dobra Sieć po raz pierwszy zorganizowaliśmy hackathon dla e-wolontariatu. Było to dwudniowe spotkanie programistyczne, podczas którego programiści i przedstawiciele organizacji pozarządowych oraz pasjonaci wolnego oprogramowania tworzyli aplikacje, za pomocą których fundacje, stowarzyszenia i inne organizacje społeczne mogą bardziej efektywnie działać. W realizacji maratonu programistycznego pomagała fantastyczna grupa Wolontariuszy Orange.

Podczas dwóch dni powstały 4 internetowe aplikacje: narzędzie do zarządzania wolontariatem, platforma do dzielenia się książkami, fundraisingowa animacja flashowa, aplikacja na Facebooka do dzielenia się wydarzeniami realizowanymi przez organizacje pozarządowe. Aplikacje dostępne są na otwartych licencjach i planujemy kolejne hackathony, bo widzimy jak przydatne są w trzecim sektorze nowoczesne narzędzia internetowe.



ciekawy
zespół



załączniki

wspieramy rozwój wolontariatu

Wspólnie z Akademią Rozwoju Filantropii w Polsce i z innymi firmami stworzyliśmy **Koalicję Prezesi-wolontariusze**, której członkowie, prezesi firm, są wolontariuszami i dzielą się swoim czasem oraz doświadczeniem, by wspierać ważne inicjatywy społeczne. W swoich przedsiębiorstwach promują wolontariat i zaangażowanie pracowników w tego rodzaju akcje. W grudniu 2013 roku odbyła się konferencja: „Wolontariat drogą do odpowiedzialnego przywództwa”, której Orange był Partnerem i aktywnym uczestnikiem.

Współpracujemy również ze Stowarzyszeniem Centrum Wolontariatu i aktywnie angażujemy się w program „Wolontariat Biznesu”. Chętnie dzielimy się wiedzą z tymi firmami, które chcą u siebie wprowadzać program wolontariatu pracowniczego. Dzięki nam w Centrum Wolontariatu działa bezpłatna linia 800 300 594 do przyjmowania zgłoszeń od wolontariuszy do programów społecznych. Podobna linia działa na rzecz programu wolontariatu studenckiego PROJEKTOR – 800 444 131.

W 2013 roku Program Wolontariatu Pracowniczego w Orange Polska został uhonorowany tytułem Dobroczynicy Roku 2012 (po raz drugi z rzędu). Kapituła oraz głosujący internauci docenili strategiczne podejście firmy w realizacji programu oraz szeroki zakres dobroczynnych inicjatyw, w które włączają się pracownicy.

Wierzymy, że realizacja postawionych sobie celów biznesowych jest możliwa tylko i wyłącznie dzięki zaangażowaniu ludzi, którzy tworzą naszą firmę. To dzięki nim, pracownikom Orange, ich pracy, wiedzy i doświadczeniu oraz temu, jakimi są ludźmi, jesteśmy w stanie osiągać sukcesy i sprostać wyzwaniom, które stawiają przed nami rynek i klienci.



nasz Raport

Niniejszy Raport opracowany został w odniesieniu do kluczowych szans i wyzwań zrównoważonego rozwoju w branży teleinformatycznej, zdefiniowanych na podstawie dokumentów strategicznych, tj.: „Wizja 2050” World Business Council for Sustainable Development, Wyzwania dla branży ICT według SAM, Raport Global e-Sustainability Initiative, Raport Europa 2020, Raport Polska 2030.

W Raporcie staraliśmy się ująć te kwestie, które są istotne dla naszych interesariuszy i zostały przez nas zidentyfikowane podczas kompleksowego dialogu z nimi.

Obejmuje on dane za okres 1 stycznia – 31 grudnia 2013 roku. Jest to szósty samodzielny Raport zrównoważonego rozwoju firmy i został przygotowany w oparciu o standard Global Reporting Initiative GRI.G3. Uwzględniono w nim także zasady Global Compact.

Orange Polska wydaje Raport co roku. Poprzedni raport został wydany w 2013 roku i obejmował okres 1.01 – 31.12.2012 r. Dodatkowo Orange Polska przygotowuje co roku raport zbiorczy wspólnie z innymi firmami Orange Group. Kolejny Raport CSR ukaże się w 2015 roku. Dane finansowe zawarte w niniejszym Raporcie są zgodne z danymi prezentowanymi w sprawozdaniach finansowych Orange Polska. Pozostałe dane ilościowe pochodzą z poszczególnych jednostek sprawozdawczych firmy.

Raport obejmuje swoim zakresem główne spółki wchodzące w skład Orange Polska: (dawniej Telekomunikacja Polska, PTK Centertel) oraz Orange Customer Service. Wyraźnie zaznaczono w nim zakres prezentowanych informacji. Taki podział wynika z wewnętrznych uregulowań dotyczących raportowania w firmie. Brak jest innych ograniczeń w zawartości danych Raportu.



Poświadczenia zgodności ze stanem rzeczywistym danych zawartych w naszym Raporcie udzielił Zarząd firmy. Wszystkie przedstawione wskaźniki pozyskane od pracowników firmy oraz z wewnętrznych systemów kalkulacyjnych podaliśmy również niezależnej zewnętrznej weryfikacji wykonanej przez firmę audytorską Deloitte – niezależny raport poświadczający prezentujemy na stronie 115. Wszelkie zmiany dotyczące raportowania, związane z wytycznymi GRI, wynikają jedynie z różnic w funkcjonowaniu opracowanego wewnętrznie w Orange Polska systemu raportowania i zostały odpowiednio oznaczone.



załączniki

nota metodologiczna

dane dotyczące zatrudnienia

Dane dotyczące kwestii zatrudnienia, przedstawione w tym Raporcie, zostały zebrane w oparciu o system HR-Info, który bierze pod uwagę takie zmienne jak płeć czy pełniona przez pracownika funkcja. Dane do systemu HR-Info raportowane są na podstawie danych zawartych w systemach kadrowych poszczególnych spółek wchodzących w skład Orange Polska wg standardów Orange.

menedżerowie/menedżerki

(osoby zatrudnione na umowę o pracę pod koniec okresu) Zasada obliczania „wskaźnika kadry zarządzającej” odnosi się do osób zatrudnionych na umowę o pracę. Wskaźnik ten odnosi się do kadry zarządzającej wyższego i średniego szczebla. Klasyfikacja pracowników jako „kadry zarządzającej” odbywa się na podstawie kategorii zaszerogowania pracownika zgodnie z profilem kompetencyjnym wg standardów Orange.

liczba wypadków przy pracy

Wskaźnik odpowiada liczbie zdarzeń wypadkowych, które zostały w danym roku sprawozdawczym uznane za wypadki przy pracy. Zgodnie z przepisami polskimi – warunkuje to ostatecznie data decyzji pracodawcy o uznaniu zdarzenia za wypadek przy pracy, czyli data zatwierdzenia protokołu powypadkowego, a nie tylko data zdarzenia (np. wypadek z grudnia roku poprzedniego nie zostanie wliczony do statystyki danego roku, lecz dopiero do następnego – jeśli protokół zostanie zatwierdzony w styczniu. Do momentu zakończenia postępowania powypadkowego i zatwierdzenia dokumentacji – zdarzenie nie jest (statystycznie) wypadkiem przy pracy.

transport

Wszystkie podróże służbowe pracowników Orange Polska są rejestrowane w systemie Optidoc. Odległości są szacowane na podstawie metody długości trasy po ortodromie (najkrótsza odległość między dwoma punktami na powierzchni ziemi). Odległości pokonywane pociągiem obliczane są na podstawie danych z PKP w zakresie danej trasy kolejowej. W przypadku podróży lotniczych współczynnik emisji CO₂ obliczany jest zgodnie z Protokołem GHG (180 g CO₂/km na pasażera), który został użyty do wszystkich typów lotów krótko- i długodystansowych.

Wskaźnik emisji CO₂ z transportu kolejowego obliczany jest na podstawie metody Bilan Carbone®, jeśli jest ona dostępna w danym kraju. W innych krajach stosowany jest współczynnik standardowy, wynoszący 100 g CO₂/km na pasażera.

energia

Zużycie energii elektrycznej w budynkach Orange Polska obliczane jest z użyciem metody statystycznej, sporządzonej przez statystyka Orange Labs, a dla części obejmującej stacje bazowe Orange Polska – dane szacowane są metodą ekspercką. Takie formy obliczenia energii elektrycznej zostały zaakceptowane przez Orange oraz audytora zewnętrznego. Wskaźnik zużycia paliwa obejmuje łączne zużycie paliwa (oleju opałowego, oleju napędowego i benzyny, ciężkiego oleju opałowego), z wyłączeniem pojazdów samochodowych.

dane środowiskowe

Sprawozdawczość w zakresie środowiska oparta jest na raportowaniu do bazy danych INDICIA. W 2013 roku Orange Polska raportowała w cyklu kwartalnym średnio 100 wskaźników środowiskowych.

emisja CO₂

Dla energii elektrycznej wskaźnik jest obliczany w oparciu o Protokół GHG z wynikami za 2009 r. i jego najnowszej aktualizacji (2012 r.).

Wskaźniki emisji paliw (gaz, olej opałowy, węgiel, benzyna, olej napędowy i LPG) pochodzą z Protokołu GHG z 2007 r.

zbiórka elektrośmieci

Wskaźnik „E-odpadów zebranych od klienta” to suma wszystkich telefonów komórkowych, stacjonarnych i urządzeń multimedialnych, dostarczonych do punktów sprzedaży, otrzymanych pocztą i zebranych przez dostawców usług. Wskaźnik ten obejmuje również telefony komórkowe pracowników Orange Polska oraz zebrane baterie i ładowarki. Spółki zależne, dla których nie ma odpowiedniego kanału gromadzenia i przetwarzania e-odpadów nie stosują tego wskaźnika.

model LBG

London Branchmarking Group to metodologia zarządzania, mierzenia i raportowania efektywności zaangażowania społecznego firm. Pozwala na kompleksowe obliczanie wartości całościowego zaangażowania firmy, a więc wyrażenie w wartościach pieniężnych kosztów/nakładów, jakie ponosi firma.

wolontariat

Koszty pracy wolontariackiej to szacunkowa liczba godzin pracy wolontariuszy pomnożona przez średnią wysokość wynagrodzenia w firmie za jedną godzinę pracy.

niezależny raport poświadczający



Deloitte Advisory Sp. z o.o.
z siedzibą w Warszawie
Al. Józefa Piłsudskiego 119
00-854 Warszawa
Polska

Tel: +48 22 511 09 11
Fax: +48 22 511 03 10
www.deloitte.com/pl

Niezależny raport poświadczający dotyczący Raportu Społecznej Odpowiedzialności Orange Polska 2013

Do Zarządu Orange Polska S.A.

Dokonałszy przeglądu Raportu Społecznej Odpowiedzialności Orange Polska 2013 (zwanego dalej „Raportem CSR” lub „Raportem”) opracowanego przez Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie, przy Al. Jerozolimskich 160 (dalej „Spółka”) w zakresie wskaźników opracowanych w oparciu o Wytyczne do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju G3 dla raportowania ustalonego na poziomie „D”, wydane przez Global Reporting Initiative (GRI). Prace poświadczające obejmowały okres od 1 stycznia 2013 r. do 31 grudnia 2013 r. w zakresie danych ilościowych oraz jakościowych.

Za rzetelność prawdziwość i jasność informacji w nim zawartych oraz za prawdziwość przygotowanej dokumentacji odpowiada Zarząd Spółki. Naszym zadaniem było wydanie na podstawie przeglądu Raportu CSR niezależnego raportu poświadczającego.

Nasze procedury nie obejmowały niezależnej oceny prawdziwości, dokładności i kompletności informacji i dokumentów przekazanych przez Spółkę. Nie staraliśmy się także badać systemu kontroli wewnętrznej wdrożonego w Spółce i w ich wyniku nie wyrażamy opinii na temat poprawności tego systemu. Nasze procedury nie stanowiły badania sprawozdań finansowych w rozumieniu Ustawy o rachunkowości. W związku z tym nie wyrażamy w niniejszym raporcie opinii ciągłego rewidentów ani żadnych innych stwierdzeń co do sprawozdań finansowych Spółki w rozumieniu stosujących przepisów dotyczących ciągłych rewidentów.

Prace związane z planowaniem i realizacją zadania weryfikacyjnego miały charakter zlecenia posmaczającego o ograniczonym zakresie realizowanego według ISAE 3000 – Międzynarodowego Standardu Usług Poświadczających („Usługi poświadczające wino niż budownictwo lub przegląd historycznych informacji finansowych”). Standard ten nakłada na nas obowiązek zaplanowania i przeprowadzenia przeglądu w taki sposób, aby uzyskać umiarkowaną pewność, że Raport CSR nie zawiera istotnych nieprawidłowości. Zakres i metoda przeglądu Raportu istotnie różni się od badania skierowanego na dostarczenie wystarczającego zapewnienia (reasonable assurance). Celem przeglądu nie jest wyrażenie opinii o prawdziwości, rzetelności i jasności Raportu CSR i w związku z tym opinia ta nie wyrażamy. Procedury dotyczące przeglądu Raportu CSR obejmowały:

- Identyfikację zagrożeń i wyników istotnych dla treści Raportu z punktu widzenia realizacji przez Spółkę strategii społecznej odpowiedzialności biznesu oraz oczekiwań jej interesariuszy
- Porównanie informacji zawartych w Raporcie CSR z informacjami zawartymi w Sprawozdaniu Finansowym Orange Polska S.A. za rok 2013
- Wnioski z badania odpowiedzialnymi za realizację strategii społecznej odpowiedzialności biznesu oraz za przygotowanie Raportu CSR
- Weryfikację informacji zawartych w Raporcie pod kątem zgodności z dokumentacją wewnętrzną Spółki
- Ocena stopnia spójności Wytycznych do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju oraz uwzględnienia Ramowych Zasad Raportowania GRI.

Przebadany przez nas przegląd dostarczył nam zapewnienie (zapewnienie o ograniczonym zakresie – limited assurance) do tego by, potwierdzić, że nie zostały zidentyfikowane istotne błędy w zakresie danych i informacji zawartych w Raporcie CSR przygotowanym przez Orange Polska, dotyczących wskaźników społecznie raportowanych przez Spółkę, jak również niezgodności z Wytycznymi do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju G3, ustalonymi dla poziomu „D” wydanymi przez Global Reporting Initiative.



Deloitte Advisory Sp. z o.o.

Warszawa, dnia 1 lipca 2014 r.

tabela wskaźników gri

Indeks GRI					
Lp.	Wytyczne	Czy raportowany?	Wskaźniki ISO 26000	Zasady Global Compact	Strona
1. STRATEGIA I ANALIZA					
1.1	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla (np. dyrektora wykonawczego, prezesa zarządu lub innej osoby o równoważnej pozycji) na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju dla organizacji i jej strategii	TAK	6.2		s. 5
1.2	Opis kluczowych wpływów, szans i ryzyk	TAK			s. 8-23, 113
2. PROFIL ORGANIZACYJNY					
2.1	Nazwa organizacji	TAK			s. 8
2.2	Główne marki, produkty i/lub usługi	TAK			s. 8-9
2.3	Struktura operacyjna organizacji, z wyróżnieniem głównych działów, spółek zależnych, podmiotów powiązanych oraz przedsięwzięć typu joint venture	TAK	6.2		skonsolidowany Raport Roczny 2013, www.orange.pl dla inwestorów/o spółce
2.4	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	TAK			s. 123
2.5	Liczba krajów, w których działa organizacja oraz podanie nazw tych krajów, gdzie zlokalizowane są główne operacje organizacji lub tych, które są szczególnie adekwatne w kontekście treści raportu	TAK			s. 11
2.6	Forma własności i struktura prawna organizacji	TAK			s. 14
2.7	Obsługiwane rynki z zaznaczeniem zasięgu geograficznego, obsługiwanych sektorów, charakterystyki klientów/konsumentów i beneficjentów	TAK			s. 8-9
2.8	Skala działalności	TAK			s. 8
2.9	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury lub formy własności	TAK			skonsolidowany Raport Roczny 2013, www.orange.pl dla inwestorów/o spółce
2.10	Nagrody otrzymane w raportowanym okresie	TAK			s. 26-28
3. PARAMETRY RAPORTU					
PROFIL RAPORTU					
3.1	Okres raportowania (np. rok obrotowy/kalendarzowy)	TAK			s. 113
3.2	Data publikacji ostatniego raportu (jeśli został opublikowany)	TAK			s. 113
3.3	Cykl raportowania (roczny, dwuletni, itd.)	TAK			s. 113
3.4	Osoba kontaktowa	TAK			s. 123
3.5	Proces definiowania zawartości raportu wraz z: • ustaleniem istotności poszczególnych kwestii dla organizacji i jej interesariuszy; • priorytetyzacją poszczególnych kwestii oraz • identyfikacją interesariuszy – adresatów raportu	TAK			s. 28-29, 112
3.6	Zasięg raportu (np. kraje, oddziały, jednostki zależne, dzierżawione obiekty, przedsięwzięcia typu joint venture, dostawcy)	TAK			s. 8, 113
3.7	Oświadczenie w sprawie jakichkolwiek ograniczeń, w zakresie i zasięgu raportu	TAK			s. 113
3.8	Informacja o przedsięwzięciach typu joint venture, podmiotach zależnych, obiektach dzierżawionych, operacjach outsourso- wanych i innych jednostkach, które w znaczący sposób mogą wpłynąć na porównywalność działań organizacji w poszczegól- nych okresach i/lub w stosunku do innych organizacji	TAK			www.networks.pl

3.9	Techniki i przyjęte założenia odnośnie szacunków i kalkulacji wskaźników i innych informacji zawartych w raporcie	TAK			s. 114
3.10	Wyjaśnienia dotyczące efektów jakichkolwiek korekt informacji zawartych w poprzednich raportach z podaniem powodów ich wprowadzenia oraz ich wpływu (np. fuzje, przejęcia, zmiana roku/okresu bazowego, charakteru działalności, metod pomiaru)	TAK			brak korekt do poprzednich raportów
3.11	Znaczne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie	TAK			brak znaczących zmian
INDEKS TREŚCI GRI					
3.12	Tabela wskazująca miejsce zamieszczenia Standardowych Informacji w raporcie	TAK			s. 116-121
WERYFIKACJA					
3.13	Polityka i obecna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu. Jeśli nie zawarto takich danych w niezależnym raporcie poświadczającym, wyjaśnienie zakresu i podstaw zewnętrznej weryfikacji oraz relacji pomiędzy organizacją i zewnętrznym podmiotem poświadczającym	TAK	7.5.3		s. 115
4. NADZÓR, ZOBOWIĄZANIA I ZAANGAŻOWANIE					
NADZÓR					
4.1	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy, odpowiedzialnymi za poszczególne zadania, jak na przykład tworzenie strategii czy nadzór nad organizacją	TAK	6.2	Zasada 1-10	s. 14-16
4.2	Wskazanie, czy przewodniczący najwyższego organu nadzorczego jest również dyrektorem zarządzającym (a jeśli tak, to jakie funkcje pełni w ramach zarządu wraz z uzasadnieniem takiej struktury)	TAK			zapis ten nie dotyczy Orange Polska
4.3	Liczba członków najwyższego organu nadzorczego z wyróżnieniem niezależnych i/lub niewykonawczych członków (dotyczy organizacji posiadających monistyczną strukturę rady nadzorczej/organu nadzorczego)	TAK			s. 16
4.4	Mechanizmy umożliwiające akcjonariuszom i pracownikom zgłaszanie rekomendacji i wskazówek dla najwyższego organu nadzorczego	TAK			s. 14
4.5	Związek pomiędzy poziomem wynagrodzeń najwyższego organu nadzorczego, wyższej kadry menedżerskiej oraz zarządu (obejmując system odpraw) a wynikami organizacji (obejmując wyniki społeczne i środowiskowe)	TAK			wynagrodzenie Członków Zarządu jest stałe, system premiowania zależy od wyników ekonomicznych firmy
4.6	Procesy pozwalające na uniknięcie konfliktu interesów członków najwyższego organu nadzorczego	TAK			s. 16
4.7	Proces weryfikacji kwalifikacji i doświadczenia członków najwyższego organu nadzorczego pod kątem wytyczania strategii obejmującej zagadnienia ekonomiczne, środowiskowe i społeczne	TAK			s. 14-15
4.8	Wewnętrznie sformułowana misja lub wartości organizacji, kodeks postępowania oraz zasady odnoszące się do aspektów ekonomicznych, społecznych i środowiskowych funkcjonowania organizacji oraz poziom ich implementacji	TAK			s. 11-12
4.9	Procedury najwyższego organu nadzorczego dotyczące nadzoru identyfikacji i zarządzania kwestiami ekonomicznymi, środowiskowymi i społecznymi, włączając stosowne ryzyka i szanse oraz dostosowanie się lub zgodność z uznanymi międzynarodowymi standardami, kodeksami postępowania i zasadami	TAK			s. 14-15
4.10	Proces ewaluacji wyników działań najwyższego organu nadzorczego w odniesieniu do kwestii ekonomicznych, środowiskowych i społecznych	TAK			wynagrodzenie członków RN ustalane jest przez WZA zgodnie z Regulaminem RN. Wynagrodzenie jest stałe.



załączniki

ZAANGAŻOWANIE W INICJATYWY ZEWNĘTRZNE					
4.11	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	TAK	6.2.	Zasada 7	www.orange.pl /dla inwestorów/ ład organizacyjny
4.12	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	TAK		Zasada 1 -10	s. 20-27, 35, 61-64
4.13	Członkostwo w stowarzyszeniach (takich jak stowarzyszenia branżowe) i/lub w krajowych/międzynarodowych organizacjach rzeczniczych, w ramach których organizacja: <ul style="list-style-type: none">• jest członkiem organów nadzorczych• uczestniczy w projektach lub komisjach• przekazuje znaczne fundusze poza standardowymi opłatami członkowskimi• uznaje członkostwo jako działanie strategiczne	TAK			s. 17
ANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY					
4.14	Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację	TAK	6.2		s. 28-30
4.15	Podstawy identyfikacji i selekcji angażowanych grup interesariuszy	TAK			s. 28
4.16	Podjęcie do angażowania interesariuszy włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy	TAK			s. 28-30, 92-93
4.17	Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie	TAK			s. 28
EKONOMIA					
Podjęcie do zarządzania		TAK	6.2, 6.8	Zasada 1, 4, 6, 7	s. 14-16, 20-23, 45, 76
	Aspekt: WYNIKI EKONOMICZNE				
EC1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona z uwzględnieniem przychodów, kosztów operacyjnych, wynagrodzenia pracowników, dotacji i innych inwestycji na rzecz społeczności, niepodzielonych zysków oraz wypłat dla właścicieli kapitału i instytucji państwowych	TAK	6.8, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9		s. 10
	Aspekt: POŚREDNI WPŁYW EKONOMICZNY				
EC8	Wkład w rozwój infrastruktury oraz świadczenie usług na rzecz społeczeństwa poprzez działania komercyjne, przekazywanie towarów oraz działania pro bono. Wpływ tych działań na społeczeństwo	TAK	6.3.9, 6.8, 6.8.3, 6.8.4, 6.8.5, 6.8.6, 6.8.7, 6.8.9		s. 40, 46-60
EC9	Zidentyfikowanie i opis znacznego pośredniego wpływu ekonomicznego wraz z wyróżnieniem skali i zakresu oddziaływania	TAK	6.3.9, 6.6.6, 6.6.7, 6.7.8, 6.8, 6.8.5, 6.8.6, 6.8.7, 6.8.9		s. 45-46
ŚRODOWISKO					
Podjęcie do zarządzania		TAK	6.2, 6.5	Zasada 7, 8, 9	s. 79, 84
	Aspekt: SUROWCE/MATERIAŁY				
EN1	Wykorzystane surowce/materiały według wagi i objętości	częściowo	6.5, 6.5.4	Zasada 8	s. 86-88
	Aspekt: ENERGIA				
EN3	Bezpośrednie zużycie energii według pierwotnych źródeł energii	TAK	6.5, 6.5.4	Zasada 8	s. 86
EN4	Pośrednie zużycie energii według pierwotnych źródeł energii	TAK			s. 86
EN5	Ilość energii zaoszczędzonej dzięki konserwacji/remontom infrastruktury i poprawie efektywności energetycznej dotychczas stosowanych rozwiązań.	TAK		Zasada 8,9	s. 81
EN6	Inicjatywy podjęte w celu dostarczenia produktów i usług efektywnych energetycznie lub opartych na energii odnawialnej oraz wynikające z tych rozwiązań redukcje zapotrzebowania na energię	TAK			s. 81-82

	Aspekt: EMISJE, ŚCIEKI I ODPADY				
EN16	Łączne bezpośrednie i pośrednie emisje gazów cieplarnianych według wagi	TAK	6.5, 6.5.5	Zasada 8	s. 85
EN17	Inne istotne pośrednie emisje gazów cieplarnianych według wagi	TAK			s. 85
EN22	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem	TAK	6.5, 6.5.3		s. 87-88
	Aspekt: PRODUKTY I USŁUGI				
EN26	Inicjatywy służące zmniejszeniu wpływu produktów i usług na środowisko i zakres ograniczenia tego wpływu	TAK	6.5, 6.5.4, 6.5.6, 6.7.5	Zasada 7, 8, 9	s. 80-84
EN27	Procent odzyskanych materiałów ze sprzedanych produktów i ich opakowań, według kategorii materiału	częściowo	6.5, 6.5.4, 6.7.5	Zasada 8, 9	s. 83
	Aspekt: TRANSPORT				
EN29	Znaczący wpływ na środowisko wywierany przez transport produktów i innych dóbr oraz materiałów, z których korzysta organizacja w swej działalności oraz transport pracowników	TAK	6.5, 6.5.4, 6.5.6	Zasada 8	s. 85-86
	WARUNKI PRACY				
	Podjęcie do zarządzania	TAK	6.2, 6.4, 6.3.10	Zasada 1, 3, 6	s. 91-93
	Aspekt: ZATRUDNIENIE				
LA1	Łączna liczba pracowników według typu zatrudnienia, rodzaju umowy o pracę i regionu	TAK	6.4, 6.4.3		s. 91
LA2	Łączna liczba odejść oraz wskaźnik fluktuacji pracowników według grupy wiekowej, płci i regionu	TAK		Zasada 6	s. 94
LA3	Świadczenia dodatkowe zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie są dostępne dla pracowników czasowych lub pracujących w niepełnym wymiarze godzin, według głównych jednostek organizacyjnych	TAK	6.4, 6.4.3, 6.4.4		s. 93, 97
	Aspekt: RELACJE POMIĘDZY PRACOWNIKAMI I KIEROWNICTWEM				
LA4	Odsetek zatrudnionych objętych umowami zbiorowymi	TAK	6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.3.10	Zasada 1, 3	s. 93
LA5	Minimalne wyprzedzenie, z jakim informuje się o istotnych zmianach operacyjnych wraz ze wskazaniem, czy okresy te są określone w umowach zbiorowych.	TAK	6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5,	Zasada 3	30 dni
	Aspekt: BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY				
LA7	Wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych oraz nieobecności w pracy oraz liczba wypadków śmiertelnych związanych z pracą, według regionów	TAK	6.4, 6.4.6	Zasada 1	s. 96
LA9	Kwestie bezpieczeństwa i higieny pracy uwzględnione w formalnych porozumieniach zawartych ze związkami zawodowymi	TAK			kwestie te zostały zawarte w Ponadzakładowym Układzie Zbiorowym Pracy i Układach Zbiorowych
	Aspekt: EDUKACJA I SZKOLENIA				
LA10	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według struktury zatrudnienia	częściowo	6.4, 6.4.7		s. 103
LA11	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają proces przejścia na emeryturę	TAK	6.4, 6.4.7, 6.8.5		s. 101-104
LA12	Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej	TAK	6.4, 6.4.7		s. 101



załączniki

Aspekt: RÓŻNORODNOŚĆ I RÓWNOŚĆ SZANS					
LA13	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	TAK	6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3	Zasada 1,6	www.orange.pl/ dla inwestorów/ ład korporacyjny
LA14	Stosunek podstawowego wynagrodzenia mężczyzn i kobiet według zajmowanego stanowiska	TAK	6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3, 6.4.4		s. 100
PRAWA CZŁOWIEKA					
Podejście do zarządzania			6.2, 6.3	Zasada 1, 2, 3, 4, 5, 6	s. 12-13
Aspekt: PROCEDURY ODNOŚNIE ZAMÓWIEŃ I INWESTYCJI					
HR2	Procent znaczących dostawców i podwykonawców poddanych weryfikacji pod kątem przestrzegania praw człowieka oraz działania podjęte w tej kwestii	TAK	6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6	Zasada 1, 2, 3, 4, 5, 6	s. 36
HR3	Całkowita liczba godzin szkoleniowych na temat polityk i procedur regulujących kwestie przestrzegania praw człowieka w zakresie prowadzonej działalności oraz procent przeszkolonych pracowników	TAK	6.3, 6.3.5		s. 12
Aspekt: SWOBODA ZRZESZANIA SIĘ I PRAWO DO SPORÓW ZBIOROWYCH					
HR5	Działania zidentyfikowane jako mogące stwarzać zagrożenie dla prawa do swobody zrzeszania się i prawa do sporów zbiorowych oraz inicjatywy wspierające te prawa	TAK	6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.8, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.5	Zasada 1, 2, 3	w firmie nie zidentyfikowano takich działań
Aspekt: PRACA DZIECI					
HR6	Działania zidentyfikowane jako niosące ze sobą istotne ryzyko wykorzystywania pracy dzieci oraz środki podjęte w celu eliminacji takich przypadków	wskaźnik nie jest raportowany ze względu na brak istotności dla regionu, w którym działamy	6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10	Zasada 1, 2, 5	
Aspekt: PRACA PRZYMUSOWA I OBOWIĄZKOWA					
HR7	Działania zidentyfikowane jako niosące ze sobą istotne ryzyko wystąpienia pracy przymusowej lub obowiązkowej oraz środki podjęte w celu eliminacji takich przypadków	wskaźnik nie jest raportowany ze względu na brak istotności dla regionu, w którym działamy	6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10	Zasada 1, 2, 4	
Aspekt: PRAWA LUDNOŚCI RDZENNEJ					
HR9	Łączna liczba przypadków naruszenia praw ludności rdzennej oraz podjęte działania	wskaźnik nie jest raportowany ze względu na brak istotności dla regionu, w którym działamy	6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.8, 6.6.7	Zasada 1, 2	

SPOŁECZEŃSTWO					
Podejście do zarządzania			6.2, 6.6, 6.8	Zasada 10	s. 21-22, 24
	Aspekt: KORUPCJA				
SO3	Procent pracowników przeszkolonych w zakresie polityki i procedur antykorupcyjnych organizacji	TAK	6.6, 6.6.3	Zasada 10	s. 12
	Aspekt: NARUSZENIE ZASAD WOLNEJ KONKURENCJI				
SO7	Całkowita liczba podjętych wobec organizacji kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych oraz ich skutki	TAK	6.6, 6.6.5, 6.6.7		s. 36
	Aspekt: ZGODNOŚĆ Z REGULACJAMI				
SO8	Wartość pieniężna kar i całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami	TAK	6.6, 6.6.7		s. 36
ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKT					
Podejście do zarządzania			6.2, 6.6, 6.7	Zasada 1,8	s. 24, 45, 67
	Aspekt: OZNAKOWANIE PRODUKTÓW I USŁUG				
PR4	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami oraz dobrowolnymi kodeksami dotyczącymi oznakowania i informacji o produktach i usługach według skutków	TAK	6.7, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.9	Zasada 8	s. 36
PR5	Praktyki związane z zapewnieniem satysfakcji klienta, w tym wyniki badań pomiaru satysfakcji klienta	TAK	6.7, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.8, 6.7.9		s. 31-33
	Aspekt: KOMUNIKACJA MARKETINGOWA				
PR6	Programy dotyczące przestrzegania prawa, standardów i dobrowolnych kodeksów regulujących kwestie komunikacji marketingowej, z uwzględnieniem reklamy, promocji i sponsoringu	TAK	6.7, 6.7.3, 6.7.6, 6.7.9		s. 34
PR7	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej, z uwzględnieniem reklamy, promocji i sponsoringu według rodzaju skutków	TAK			s. 36
	Aspekt: OCHRONA PRYWATNOŚCI KLIENTA				
PR8	Całkowita liczba uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klientów oraz utraty danych	częściowo	6.7, 6.7.7	Zasada 1	s. 71
	Aspekt: ZGODNOŚĆ Z REGULACJAMI				
PR9	Wartość pieniężna istotnych kar z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi dostawy i użytkowania produktów i usług	TAK	6.7, 6.7.6		s. 36



załączniki

Podziękowania

Raport Społecznej Odpowiedzialności Orange Polska 2013 to wynik pracy wielu osób, którym tą drogą składam serdeczne podziękowania za poświęcony czas, uwagę i zaangażowanie. To dzięki Wam mogłam zdobyć dane i informacje na temat ciekawych projektów, które dzieją się w naszej firmie.

Dziękuję **Bruno Duthoit** i **Jackowi Kowalskiemu** za poświęcony mi czas na rozmowę o tym, jak najlepiej pokazać w Raporcie pozafinansowe aspekty funkcjonowania naszej firmy na rynku.

Dziękuję przedstawicielom instytucji publicznych – Panu Ministrowi **Rafałowi Trzaskowskiemu**, eurodeputowanemu Panu **Michałowi Boniemu**, Liderowi Cyfryzacji Panu **Włodzimierzowi Marcińskiemu** oraz Rzecznikowi Praw Dziecka Panu **Markowi Michałakowi**, którzy wypowiedzieli się w Raporcie na temat działań Orange Polska.

Dziękuję naszym przyjaciółom i partnerom z organizacji biznesowych, społecznych oraz beneficjentom programów Fundacji Orange, którzy opowiedzieli o naszej współpracy i efektach programów społecznych (w porządku alfabetycznym) – Paniom: **Henryce Bochniarz**, **Magdalenie Chęcińskiej**, **Monice Jarzęckiej**, **Małgorzacie Lelińskiej**, **Mirelli Panek-Owsiańskiej**, **Beacie Szczeszek**, **Alicji Tomaszewskiej**, **Ewie Wojsławowicz**, **Barbarze Wójcik-Wiktorowicz** oraz Panom: **Robertowi Jurek**, **Rafałowi Kramzie**, **Piotrowi Pawłowskiemu**, **Bolesławowi Rokowi**, **Krzysztofowi Smyczkowi**, **Marcinowi Sołodki**.

Dziękuję moim kolegom z Orange Polska, którzy pomogli mi przygotować i ocenić materiały pod względem formalnym i merytorycznym, podzielili się radami, pomysłami, a także wypowiedzieli się w Raporcie. W opracowaniu raportu Społecznej Odpowiedzialności Orange Polska 2013 udział wzięli (w porządku alfabetycznym): **Maria Adamiec**, **Leszek Bańkowski**, **Renata Białas**, **Jacek Bialek**, **Antonina Bojanowska**, **Jerzy Brudnicki**, **Joanna Bruździak**, **Marta Brzoza**, **Irminda Bubalio-Wojciechowska**, **Dorota Buchman**, **Anna Bulanowska-Mekusła**, **Piotr Burdzy**, **Wiesława Chibowska**, **Sławomir Chmielewski**, **Izabela Chocianowska**, **Małgorzata Chojnacka**, **Barbara Chrzczonowska**, **Konrad Ciesiolkiewicz**, **Jadwiga Czartoryska**, **Michał Dondalski**, **Daria Drabik**, **Zbigniew Drohobyski**, **Witold Drożdż**, **Ewa Dworak**, **Maciej Fiedosiejew**, **Magdalena Galus**, **Corina Ghiatau**, **Bartosz Gott**, **Zuzanna Góral**, **Marta Góralewicz**, **Sebastian Grabowski**, **Zuzanna Grefkowicz-Balcer**, **Anna Grochowicka**, **Martyna Hortmanowicz**, **Jacek Hutyra**, **Dorota Jaksa-Pliszka**, **Tomasz Jankowski**, **Marcin Jaroszek**, **Renata Jaruzel**, **Katarzyna Kabiesz**, **Iwona Kamińska**, **Karolina Kanar-Kossobudzka**, **Irena Kaszewska**, **Adam Kmin**, **Maciej Konopko**, **Hanna Kontkiewicz**, **Katarzyna Korczak-Truszevska**, **Anna Kowalik-Mizgalska**, **Piotr Kowalski**, **Krzysztof Kozłowski**, **Ewa Krause**, **Izabela Kręgiel**, **Jerzy Klonecki**, **Monika Królak**, **Ewa Krupa**, **Jacek Kunicki**, **Jarosław Kuszewski**, **Lidia Kwinta**, **Mireille Le Van**, **Paweł Lenarczyk**, **Fryderyk Lewicki**, **Ryszard**

Lindner, **Magdalena Liszewska**, **Mariusz Loch**, **Michał Luboradzki**, **Tomasz Matuła**, **Magdalena Michałowska**, **Marcin Miniewicz**, **Małgorzata Mochnaczewska**, **Marta Niewęglowska**, **Agnieszka Obrok**, **Paweł Olbrys**, **Maria Ostrowska**, **Zbigniew Pachacz**, **Katarina Pacheroova**, **Aneta Piekutowska**, **Tomasz Pluta**, **Wojciech Płazalski**, **Piotr Pollak**, **Magdalena Popławska**, **Katarzyna Ptak**, **Danuta Reiss**, **Aleksandra Rejmer**, **Michał Rosiak**, **Karol Rubinkiewicz**, **Iwona Ruman**, **Wiesław Sadkowski**, **Daria Schreier-Dmochowska**, **Magdalena Socha**, **Katarzyna Sowa-Wareluk**, **Marek Stankiewicz**, **Aleksandra Stasiuk**, **Grzegorz Steinke**, **Krzysztof Styczyński**, **Zbigniew Sujecki**, **Rafał Syrczyński**, **Monika Szczesna**, **Iwona Szeląg-Dudek**, **Agnieszka Szostek**, **Janusz Szreder**, **Jacek Szuflewski**, **Małgorzata Śmietańska**, **Sylvia Talar**, **Karol Taubert**, **Jolanta Tropaczyńska**, **Miłosława Trykowska-Dudek**, **Tomasz Trzeciak**, **Hubert Tuszyński**, **Wojciech Tymirski**, **Elżbieta Waliś**, **Magdalena Walkiewicz**, **Dorota Witek**, **Joanna Włodarczyk**, **Sylvia Włodarska**, **Sylvia Wojtkowska**, **Beata Woyczyńska**, **Aleksandra Wójcik**, **Mariola Wójcik**, **Jacek Wronka**, **Tomasz Wronowski**, **Elżbieta Zakrzewska**, **Roman Ziółkowski**, **Grażyna Zych**, **Bożena Żołnierek**.

Dziękuję moim kolegom z zespołu, którzy wspierali mnie na każdym etapie pracy nad Raportem – **Magdzie Rędziniak** za zaufanie i możliwość samodzielnej i twórczej pracy oraz **Markowi Januszewiczowi** za materiały na temat bezpiecznej sieci, **Hannie Jaworskiej-Orthwein** za wsparcie dotyczące materiału na temat środowiska, **Małgorzacie Piwowar** za konsultacje w części dotyczącej integracji cyfrowej, **Marcelinie Pytlarczyk** za materiał na temat zarządzania różnorodnością oraz **Aleksandrze Śmietanko** za pomoc w komunikacji na temat Raportu.

Dziękuję także internautom, którzy wzięli udział w dyskusji na naszym blogu korporacyjnym, na temat zawartości i formy naszego Raportu. Przez 12 tygodni w cyklu „Piszemy raport CSR” zastanawialiśmy się, jakie tematy powinny znaleźć się w Raporcie, co zmienić w stosunku do ubiegłorocznego dokumentu, jaką formę graficzną wybrać. W dyskusji na blogu udział wzięli: **Aneta**, **Anna**, **BSM**, **Gosia**, **Inga**, **Jacek**, **jak**, **Katarzyna Wróblewicz**, **Kinga**, **Krzysiek**, **LC**, **Madlen**, **manyaky**, **Marta**, **Marta W**, **MAURYCY**, **mibo**, **Nana**, **pablo_ck**, **Paweł Uliczny**, **sd**, **Sebastian Depta**, **Sławek_J**, **szczypior**, **tosh**, **wiola**, **ziemowy**.

Dzięki Wam wszystkim Raport Społecznej Odpowiedzialności Orange Polska 2013 jest dostępny dla naszych pracowników, klientów, inwestorów, dostawców, partnerów społecznych, mediów i opinii publicznej.

Monika Kulik,

Ekspert ds. Odpowiedzialności Społecznej Biznesu
Orange Polska

adres firmy:

Orange Polska

Al. Jerozolimskie 160, 02-326 Warszawa

www.orange.pl

osoba kontaktowa w sprawie Raportu:

Monika Kulik – ekspert ds. Społecznej

Odpowiedzialności Biznesu,

Komunikacja Korporacyjna i CSR

Orange Polska

Al. Jerozolimskie 160, 02-326 Warszawa

monika.kulik@orange.com

odpowiedzialny.biznes@orange.com

Projekt graficzny:

Agencja Reklamowa ArtGroup Sp. z o.o.

www.artgroup.pl

EKO kalkulator

Dzięki wykorzystaniu papieru **Cyclus Offset**, zamiast papieru niemakulaturowego, ograniczyliśmy nasz negatywny wpływ na środowisko o:



702

kg mniej odpadów



104

kg mniej gazów cieplarnianych



1 037

km krótsza podróż samochodem
średniej klasy europejskiej



14 592

litrów mniej zużytej wody



1 345

kWh mniej zużytej energii



1 140

kg mniej zużytego drewna

