

## RAPORT SUSTENABILITATE 2014

### Telekom Romania

În 2014, Telekom Romania Communications (fostul Romtelecom) și Telekom Romania Mobile Communications (fostul COSMOTE România), cei doi mari operatori din România, și-au unit forțele în mod oficial, sub un brand nou și dinamic de telecomunicații, Telekom Romania, oferind servicii complete, inovatoare și personalizate de telefonie fixă și mobilă către aproximativ 10 milioane de clienți.



Prin intermediul celor doi operatori, Telekom Romania oferă o gama completă de servicii de telecomunicații, care include 3G și 4G și servicii de date mobile, telefonie fixă tradițională, internet de mare viteză și televiziune pe platforme multiple, inclusive IPTV, precum și programe culturale și specializate, pentru a oferi o experiență completă de divertisment. Pentru clienții business, noul brand oferă acces la cheie prin soluții IT&C, care ajută companiile să devină mai competitive.

Pentru această fuziune au lucrat 2.000 de oameni în peste 100 de proiecte pentru 68.000 de ore – echivalentul a 35 de ani de muncă – în doar 4 luni, pentru a finaliza schimbările legate de aspectele de marketing, vânzări, IT, resurse umane, real estate, inclusive un website unic și un singur centru de contact.

Produse și servicii complet integrate, realizate la cea mai înaltă clasă de performanță pentru consumatori sunt acum oferite sub marca înregistrată T de la Telekom Romania.

Pe lângă o abordare integrată a consumatorilor, de asemenea, Telekom Romania oferă clienților un mediu de lucru uniform. Astfel, mai mult de 500 de sesiuni de training au fost realizate cu angajații – un număr total de 1.855 de ore de training, inclusiv noul brand, noile valori și filosofia de Inovație, Simplitate și Competență, și creșterea implicării angajaților pentru a oferi promisiunea noului brand Telekom Romania.

### Strategia și Managementul CR

Telekom Romania și-a aliniat strategia de CSR cu cea a grupului OTE. Ambii operatori sub brandul Telekom Romania sunt în contact cu diviza de Comunicare Corporativă a OTE Group pentru a simplifica și mai mult acțiunile, a facilita o înțelegere omogenă a valorilor de CSR de către toți angajații OTE Group și pentru a oferi servicii de valoare adăugată



pentru părțile interesate. Companiile au identificat următorii cinci piloni de CSR: Strategie și Management, Piață, Resurse Umane, Societate și Mediu.

Obiectivul Telekom Romania este să opereze într-un mod responsabil, să fie răspunzător pentru potențialul impact al operațiunilor lor și în același timp să își îmbunătățească competitivitatea și să asigure creșterea.

Responsabilitatea Corporativă, din perspectiva organizațională, este parte din Divizia de Comunicare Corporativă, care raportează direct Directorului General al companiei.

Angajații ambelor companii trebuie să respecte Sistemul de Management de Conformitate și Codul de Conduită al OTE Grup. Campanii de conștientizare și de training cu privire la Sistemul de Management de Conformitate către toți angajații sunt derulate anual. În 2013, Telekom Romania Communications a primit certificarea pentru Sistemul de Management al Conformității, care a fost, de asemenea, recunoscut în cadrul Grupului OTE ca "cea mai bună practică" privind verificarea integrității.

Telekom Romania are ca scop integrarea principiilor de operare responsabilă în practicile de management, pentru a se asigura că sunt luate în considerare în procesul decizional, în spiritul „afacerilor de zi cu zi”. Ambele entități au certificări ale sistemului de management în domeniul calității, mediului, sănătății și securității, securității informației etc.

Telekom Romania și-a identificat grupul de părți interesate și le monitorizează îndeaproape opinia, prin sondaje interne și externe.

Ca și recunoaștere a performanțelor, Telekom Romania și/sau cele două companii pe care le cuprinde au primit următoarele patru premii în anul 2014:

- Ca urmare a evaluării unui juriu național și internațional, Telekom Romania a primit Premiul I la Romanian PR Awards, ediția a 12-a, la categoria Comunicare Corporativă, pentru campania de comunicare corporativă pentru rebranding (Telekom Romania și V+O Communication).
- Campaniile digitale ale Telekom Romania dezvoltate de GMP Group au primit premii la 4 categorii la Internetics 2014, cea mai importantă competiție digitală din România. Categoriile sunt: Aplicații Mobile (pentru aplicația Hai!), Campanii Mobile, Digital Brand Experience and Services (pentru campanie Experiențe Împreună).
- Divizia Wholesale a Telekom Romania, divizie responsabilă pentru jucătorii români și străini, a fost selectată pentru al doilea an consecutiv ca și finalistă la evenimentul Global Carrier Awards, cel mai prestigios eveniment de cariere din telecom la nivel internațional.
- Todor Dimitrovski, Managerul de Marketing al Telekom Romania, a fost nominalizat de revista Forbes Romania cel mai bun manager de marketing din România și a fost intervievat despre principiile care îl ghidează către succes pe un profesionist din domeniul marketingului.
- Telekom Romania Communications și Telekom Romania Mobile Communications au primit un "Oskar" în revista săptămânală Capital pentru proiectul ce implică construirea unei infrastructuri de bandă largă în zonele rurale, atingând 783 de localități cu 137.000 de gospodării și aproape 400.000 de locuitori.

Indicatorii cheie de performanță CR ai Telekom Romania în 2014 sunt prezentați în tabelul de mai jos:

	Telekom Romania Communications	Telekom Romania Mobile Communications
<b>Performanțe financiare</b>		
Venituri totale (mn €)	609,1	439,4
Salarizare și beneficiile angajaților (mn €)	(97,1)	Nedeclarate
Cheltuieli operaționale totale (mn €)	(649,8)	(441,7)
EBITDA (mn €)	149,2	103,7
Pro forma EBITDA <sup>1</sup> (mn €)	159,9	105,6
<b>Piața</b>		
Abonați telefonie fixă	2.180.642	-
Abonați telefonie mobilă	-	5.953.517
Abonați internet bandă largă	1.232.075	-
Abonați TV	1.414.408	-
<b>Angajații</b>		
Număr angajați cu contracte pe termen nedeterminat	5.472	1.018
Procentaj anagajați femei (%)	38	55
Angajații care intră sub incidența acordurilor colective (%)	100	0
Cifra de afaceri angajat ca procent din numărul total de salariați (%)	4,11	23,78
Accidente fatele la locul de muncă (număr de anajați)	0	0
Accidente non-fatele la locul de muncă (număr de anajați)	7	1
Accidente non-fatale (zile fără accidente)*	610	65

	Telekom Romania Communications	Telekom Romania Mobile Communications
Traninguri legate de sănătate și sigurană (ore/angajat)	21,32	8,08
Ore training (ore/anajat)	8,03	10,03
<b>Societatea</b>		
Sponsorizări – Donații (inclusiv in-kind) (€)	180.000	61.701
Numărul de proiecte de voluntariat	6	6
Numărul de ore lucrate investite în organizarea și derularea inițiativelor de voluntariat	240	130
Anajați care au făcut voluntariat (numărul de angajați)	287	178
Oamenii ajutați (estimativ)	296.976	115.974
<b>Mediul</b>		
Consumul de electricitate (GWh)	133,04	85,85
Încălzirea și consumul de carburanți în clădiri și instalații (GWh)	26,57	0,88
Consumul de carburanți pentru flota de vehicule (GWh)	38,07	6,98
Emisiile (t) CO <sub>2</sub> directe (scopul 1)	12.692,24	1.934,82
Emisiile (t) CO <sub>2</sub> Indirecte (scopul 2)	66.659,04	41.295,00
Deșeuri periculoase (t)	72,71	65,43
Deșeuri tehnice nepericuloase de la operatorii telecom (t)	7.369,65	5,80
Reciclarea dispozitivelor (mobile și fixe) și a accesoriilor (t)	12	0,029
Numărul de măsurători pe EMF realizate de personal științific de specialitate al companiei și a instituțiilor independente	-	14

\* Zilele fără accidente sunt numărate ca și zile calendaristice.



## Piața

Obiectivul companiilor este acela de a avea o abordare de management bazată pe principiile transparenței și eticii, și în același timp, de a contribui la funcționarea responsabilă în piețele în care își desfășoară activitatea. Se concentrează pe următoarele arii: Guvernare corporativă, Competiție responsabilă, Marketing responsabil, Achiziții responsabile, Conștientizarea publicului, Satisfacția clienților și Securitate și confidențialitatea datelor.

Consiliile de administrație sunt responsabile pentru a lua orice decizie în ceea ce privește administrarea, gestionarea, utilizarea resurselor, precum și orice altă problemă, care ar putea ajuta la atingerea obiectivelor companiilor. Communications de administrație supervizează activitățile organizațiilor la nivel economic, de mediu și al performanțelor sociale, inclusiv riscurile și oportunitățile, și aderarea sau conformitatea cu standardele convenite la nivel internațional, coduri de conduită și principii.

Telekom Romania aderă la strategia OTE în oferirea de informații care să asigure un internet mai sigur pentru copii. În acest sens, derulează campanii de comunicare pentru publicurile interne și externe și participă la evenimente pentru a promova folosirea internetului în siguranță. În plus, ambele companii participă la „Coaliția CEO care dorește să facă internetul un spațiu mai bun pentru copii”, ca membri ai Grupului Deutsche Telekom Group și se luptă să implementeze măsuri de protecție pentru copii.

Pentru a se asigura că materialele de comunicare ale companiilor sunt în linie cu reglementările legale, adecvate, corecte, sincere, precise și respectă diferențele dintre oameni în termeni de vârstă, gen, rasă, religie și statut fizic și mental, Divizia de Brand și Comunicare din România revizuieste toate mesajele publicitare și campaniile, înainte de transmiterea lor către public.

Telekom Romania este cel mai mare grup de companii de pe piața din România și, de aceea, poate influența semnificativ responsabilitatea operațiunilor furnizorilor săi. Din acest motiv, se luptă să implementeze principiile de CSR, aliniind codul de conduită al furnizorilor la ghidul OTE și COSMOTE, în cadrul în care se așteaptă ca partenerii săi și furnizorii să fie conștienți din punct de vedere social și ecologic, să funcționeze în conformitate cu legislația respectivă și reglementările convenite la nivel internațional, și să respecte principiile și aspectele din codurile lor. Conformitatea codurilor este un criteriu al procesului de evaluare și selecție a furnizorilor.

Telekom Romania dorește să fie alegerea preferată a clienților, cultivând o relație mutuală de sinceritate și încredere. Din acest motiv, monitorizează îndeaproape performanțele cu privire la satisfacție clienților săi printr-o serie de sondaje, care sunt realizate prin interviuri telefonice pe un eșantion reprezentativ de public.

## Angajații

Obiectivul companiilor este să creeze un spațiu de lucru sigur, echitabil și să faciliteze dezvoltarea profesională și personală a angajaților. Se concentrează pe următoarele arii din resurse umane: Sănătate și Securitate, Angajare echitabilă, Dreptul muncii, Dezvoltarea angajaților și Beneficii pentru angajați.

Companiile din grupul Telekom Romania aveau la sfârșitul anului 2014 un număr de 6.493 de angajați, ceea ce a contribuit indirect la crearea unui număr semnificativ de locuri de muncă în România, o parte importantă a creșterii economice.

Având ca și prioritate oferirea unui spațiu de lucru sigur pentru angajații săi, Telekom Romania se concentrează pe asigurarea unor condiții de lucru potrivite și respectă regulile de sănătate și siguranță a muncii. Astfel, identifică riscurile prin documentele de evaluare a riscului operațional. Aceste studii permit Telekom Romania să elimine sau să limiteze riscurile respective, prin luarea de acțiuni potrivite, cum sunt trainingurile pentru angajați și prin furnizarea de acțiuni corective potrivite.



Merită menționat faptul că, în anul 2014, nu a avut loc nici un accident fatal și numai opt accidente non-fatale s-au petrecut la locul de muncă, ceea ce rezultă în 675 de zile de absență. În 2014, 6.656 de angajați ai celor două companii au luat parte la traininguri de sănătate și securitatea, totalizând 126.427 de ore de training.

Pentru a crea o cultură corporativă omogenă, Telekom Romania a stabilit un dialog sistematic cu angajații săi prin procese de comunicare internă, folosit varii mijloace, precum internetul, e-mailuri, newslettere electronice săptămânale, mesaje SMS, pliante și postere informative. În 2014, ambele companii au luat parte la "Pulse Survey", un sondaj de opinie privind satisfacția în organizație, care a fost realizat de Grupul OTE.

### Societatea

Obiectivul Telekom Romania este să alinieze succesul său în afaceri la prosperitatea și calitatea vieții tuturor cetățenilor din România. În acest sens, se concentrează pe următoarele arii relevante pentru Societate: Produse și servicii sociale, Contribuția socială, Dezvoltarea economică, Voluntariat, Antreprenoriat și Decalajul digital.

Telekom Romania recunoaște nevoia de a susține financiar organizațiile non-guvernamentale, care sprijină persoanele în nevoie, concentrându-se pe educație, drepturile copiilor, dezvoltarea comunitară și sport. Cheltuielile în acest sens au depășit în 2014 suma de 240.000 de Euro.

Telekom Romania încearcă să implice angajații, clienții, furnizorii și partenerii săi în diverse inițiative și programe care răspund nevoilor sociale din România. Din dorința de a mobiliza angajații, de a crește vizibilitatea nevoilor sociale și de a promova responsabilizarea și implicarea cetățenească, cultivă voluntariatul prin diverse acțiuni, precum plantarea de copaci, evenimente sportive, donația de sânge, voluntariatul pentru spitalele de copii. În 2014, 465 de angajați au participat voluntar la astfel de evenimente.

De asemenea, companiile oferă suport organizațiilor non-guvernamentale pentru strângerea de fonduri, prin liniile de SMS sau telefon la care clienții pot trimite mesaje sau pot suna să ofere suport financiar pentru anumite cauze umanitare, facilitând astfel ajutorul pentru mii de oameni care în nevoie.

Telekom România, având în vedere obligațiile sale legale și responsabilitatea corporativă, face toate eforturile pentru a asigura continuitatea în afaceri, astfel încât să fie în măsură să ofere servicii la un nivel acceptabil, chiar și atunci când se confruntă cu evenimente neprevăzute. În acest scop, companiile au implementat Sistemele de Continuitate a Managementului în afaceri, certificat sub standardele internaționale al ISO 22301.

### Mediul

Protejarea calității mediului este o preocupare majoră a Telekom Romania. În acest sens, se luptă să minimizeze impactul de mediu al operațiunilor sale și să crească sensibilizarea angajaților săi și a cetățenilor pentru a acționa cu mai multă responsabilitate cu privire la problemele de protecție a mediului. Ariile de mediu includ: Folosirea energiei și schimbările climatice, Folosirea resurselor și managementul deșeurilor, Ozonul, Apa, Conștientizarea mediului, Biodiversitatea, Frecvențele electromagnetice, Impactul vizual și zgomotul.

Angajamentul Telekom Romania de a proteja mediul este, de asemenea, exprimat în politicile de mediu ale companiei și este pus în practică prin dezvoltarea de programe și campanii de mediu, precum și prin aplicarea sistemului de management al mediului certificat conform cu ISO 14001.

În acest cadru, Telekom Romania analizează principalele activități și operațiuni cu privire la impactul lor asupra mediului și încearcă să-și îmbunătățească performanța de mediu prin stabilirea unor obiective, specificarea unor indicatori și implementarea programelor respective. În plus, colectează diverse materiale în vederea reciclării, precum



**EXPERIENȚE ÎMPREUNĂ.**

hârtia, plasticul, uleiuri lubrifiante, echipamente IT și de telecomunicații, telefoane mobile, accesorii, baterii, cabluri, cartuse de imprimantă și altele. În paralel, companiile Telekom Romania au implementat acțiuni prin care îi încurajează părțile interesate să reducă, refolosească și recicleze resursele. Și nu în ultimul rând, au implementat programe de monitorizare a nivelului de frecvențe electromagnetice din rețelele lor, și pentru reducerea consumului de electricitate și apă. Telekom Romania este în procesul de aliniere a politicii frecvențelor electromagnetice la politicile Deutsche Telekom.

**TELEKOM ROMANIA COMMUNICATIONS S.A.**

Piața Presei Libere nr. 3-5, City Gate (Turnul de Nord), Et. 7 - 18, Sector 1, 013702, București, România

Telefon: +40 21 404 1234 | Internet: [www.telekom.ro](http://www.telekom.ro) | Nr. Înreg. Reg. Com.: J40/8926/1997 | CIF: RO427320

**TELEKOM ROMANIA MOBILE COMMUNICATIONS S.A.**

Splaiul Independentei nr. 319G, Sema Parc, Cladirea Atrium House, etajele 1-2, sector 6, București, România

Telefon: +40 21 404 1234 | Internet: [www.telekom.ro](http://www.telekom.ro) | Nr. Înreg. Reg. Com.: J40/433/1999 | CIF: RO11952970