

An aerial photograph showing a town with red-roofed buildings and a river winding through it. The town is situated on a hillside, and the river flows through a valley. The image is partially obscured by a dark teal overlay in the top right corner.

## Společenská odpovědnost (CSR)

# 03

Zefektivňujeme naši práci,  
abychom ušetřili čas  
našim zákazníkům.

---

# Společenská odpovědnost (CSR)

# 03

## Úvod

Telefónica CR vnímá společenskou odpovědnost jako způsob řízení svého podnikání v souladu se zájmovými skupinami. Teprve bude – li firma pozitivně ovlivňovat ekonomický, technologický a společenský pokrok prostřednictvím svých aktivit, bude sama úspěšnou společností.

Řečeno jinými slovy – způsob, jakým je dosahováno ekonomicko-finančních výsledků, je stejně důležitý jako samotné výsledky. Strategie trvalé udržitelnosti, kterou Telefónica CR přijala, se nyní implementuje napříč všemi aktivitami prostřednictvím řízení rizik podnikání, vyhledávání příležitostí, které mohou znásobit pozitivní dopady našich služeb na společnost, a proaktivního zapojování zainteresovaných stran a partnerů.

V roce 2011 se Telefónica CR umístila mezi pěti nejlépe hodnocenými telekomunikačními společnostmi z hlediska společenské odpovědnosti na indexu Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Tento index je nejdůležitějším měřítkem investic do společenské odpovědnosti v rámci telekomunikačního odvětví, který hodnotí jak operátory pevných, tak i mobilních sítí.

Aktivity a výsledky Telefónica CR v oblasti trvalé udržitelnosti procházejí nezávislým posouzením firmou Ernst & Young v rámci každoročního auditu; jsou také monitorovány po interní linii Výborem pro správní záležitosti společnosti Telefónica.

V oblasti společenské odpovědnosti dosáhla Telefónica CR v roce 2011 řady úspěchů : spuštění sociálního programu Think Big, který podporuje mladé lidi v jejich úsilí zlepšit kvalitu života v jejich komunitě; úspěchy strategie zapojení zaměstnanců; vyšší energetická účinnost; řešení výzev, kterým společnost čelí v souvislosti s příležitostmi digitálního světa; zlepšení v oblasti etického chování všech zaměstnanců a k životnímu prostředí šetrnější dodavatelský řetězec.

Více informací ke konkrétním okruhům se dozvíte v následujících kapitolách:

## Etické zásady podnikání

Firemní kultura a reputace představují jednu z priorit skupiny Telefónica. V červnu 2011 bylo zveřejněno aktualizované znění Zásad podnikání (Business Principles), které odráží současné priority skupiny Telefónica. Jedná se o soubor 42 základních zásad, jejichž dodržování považuje Telefónica CR za nástroj, jak si udržet a získávat důvěru zákazníků, akcionářů, ale i zaměstnanců, smluvních partnerů a celé veřejnosti. Mezi klíčové zásady patří striktní odmítnutí korupce v jakékoli formě, respekt k právu, ochrana informací a osobních údajů.

I v roce 2011 společnost Telefónica CR pokračovala v šíření povědomí o těchto principech mezi svými zaměstnanci, a to prostřednictvím elektronického kurzu. Tento kurz byl nově plně integrován do standardního školicího portálu, což zvýšilo uživatelské pohodlí pro zaměstnance. Zaměstnanci si znalost zásad obnovují v rámci kurzu každé 3 roky, k 31. prosinci 2011 mělo tedy platný certifikát o absolvování kurzů 85 % všech zaměstnanců.

Povinností zaměstnanců je nahlásit neetické chování, jehož se mohou stát svědky, přičemž společnost zaručuje zachování anonymity oznamovatele. Telefónica CR v průběhu roku 2011 opět zaměstnancům připomněla, že mohou využít nástroje důvěrné pomoci. Zaměstnanci mohou podezření na neetické chování nahlásit několika možnými způsoby. Vybrat si mohou mezi elektronickou aplikací, zasláním elektronické zprávy, dopisu, telefonicky příslušné pověřené osobě (compliance officer) nebo osobní návštěvou. Zaměstnanci také mají k dispozici odborné poradce z oblasti lidských zdrojů, bezpečnosti a právních záležitostí. Nahlášené podněty šetří útvar Bezpečnost nebo útvar Interní audit ve spolupráci s compliance officerem. Mimo to jsou k dispozici také nástroje vyšší instance, umožňující předání zprávy do kanceláře etických zásad podnikání mateřské společnosti Telefónica nebo prostřednictvím nástrojů zřízených na úrovni evropské divize – společnosti Telefónica Europe. Nahlášení možných nesrovnalostí v oblastech účetnictví, v systémech vnitřní kontroly finančních záležitostí a v účetním auditu společnosti nebo její skupiny je možné prostřednictvím tzv. whistleblowing kanálu, který je směřován přímo do mateřské společnosti Telefónica. Aktivity v oblasti etiky mají plnou podporu správních orgánů a managementu, sleduje je výbor pro etiku a společenskou odpovědnost a jeho prostřednictvím dozorčí rada. Účinnost nástrojů důvěrné pomoci (včetně realizace následných šetření) je pravidelně monitorována výborem pro etiku a společenskou odpovědnost. Stav dodržování etických zásad podnikání ve společnosti Telefónica CR pravidelně hodnotí organizační jednotka Interního auditu společnosti.

Zásady podnikání jsou jakožto základní dokument společnosti součástí pracovního řádu a je vyžadováno jeho dodržování zaměstnanci. Brožuru Zásady podnikání obdrží každý zaměstnanec při nástupu do společnosti v rámci úvodního školení, kde je Zásadám i hodnotám značky O2 věnována zvláštní sekce. Text Zásad je ke stažení na podnikovém intranetu i webových stránkách společnosti.

Firemní Zásady podnikání deklarují, že Telefónica CR je směrem dovnitř společnosti i vůči svým zákazníkům důvěryhodným partnerem.

## Působení na trhu a chování k zákazníkům

### Zákaznická zkušenost

Zákaznická zkušenost byla i v roce 2011 pro společnost Telefónica CR prioritou a nadále zůstává zásadním pilířem strategie Bravo!.

Společnost nadále kladla důraz na dodržování čtyř závazků vůči zákazníkům:

1. Rozdíl je v našich lidech – snažíme se přesvědčit naše zákazníky tím, že pozitivně přistupujeme k řešení jejich potřeb.
2. Nejlepší zkušenost s internetem – poskytujeme kompletní, dostupnou a seriózní nabídku internetu na doma, na cestách, v práci i z mobilního telefonu.
3. Být zákazníkem O2 je vždy výhodnější – všechny naše nabídky mají skutečnou hodnotu.
4. Stavíme na důvěře – nabízíme spolehlivé služby a zkušenost s tím, že O2 plní své sliby a dodává péči, kterou si zákazník zaslouží.

Tyto závazky jsou důležitým kritériem pro spouštění nových a úpravy stávajících produktů a služeb. Jejich naplňování a celkovou úroveň zákaznické zkušenosti Telefónica CR pečlivě monitoruje.

Pro zákazníky fixních služeb byla spuštěna nová technologie VDSL, která umožňuje vyšší rychlost internetu na doma. Komunikační kampaň přinesla velký zájem stávajících zákazníků, kteří doposud používali technologii ADSL. Velká část aktivit společnosti byla soustředěna na vzdělávání v oblasti využití mobilního internetu, bezpečného používání komunikačních technologií a přímou a srozumitelnou komunikaci.

V roce 2011 byl zahájen projekt O2 Guru, jehož prostřednictvím Telefónica CR poskytuje péči zákazníkům na sociálních sítích. Byla natočena série videí, kde O2 Guru například radí, jak si poradit s danou službou či nastavením chytrého telefonu.

Segment malých a středních firem prošel resegmentací zákazníků, jejich obsluha byla zkvalitněna. Byl zrušen hlasový automat v call-centrech, zákazníci se nyní dovolávají přímo operátorovi. Tato změna se pozitivně projevila v hodnocení zákaznické péče.

V rámci BRAVO projektu POTR Telefónica CR v roce 2011 zaznamenala několik zásadních úspěchů.

V divizi Firemních zákazníků bylo dokončeno nastavení procesu proaktivního informování zákazníků i u mobilních požadavků o jejich vyřízení a zpoždění. Tato změna přinesla snížení počtu dotazů zákazníka na stav jeho požadavku. Dále byl spuštěn nový proces zavedení Rámcové dohody v jeden den včetně optimalizace tarifů zákazníkovi, který snížil chybovost v zadávání údajů při vkládání individuální nabídky zákazníka. Podařilo se nastavit automatické vkládání nových čísel do VPN skupiny zákazníka. Ten je proaktivně informovaný o výši prodávané částky v případě, že nemá zapojený žádný datový balíček.

V segmentu malých a středních firem byly koncem roku 2011 znovu obnoveny některé z plánovaných aktivit, které budou mít v rámci projektů POTRa velkou prioritu i pro rok 2012. Jednou z nich je systém oprav chybně zadaných objednávek z důvodu lidského selhání, což značnou měrou přispěje ke snížení reklamací.

V divizi Rezidentních zákazníků se v oblasti call center Telefónica CR soustředila na kvalitu prodeje. Byly zavedeny povinné standardy pro prodejní hovor a tzv. Sales summary, což je shrnutí objednávky, která je zasílána zákazníkovi e-mailem. Cílem bylo postupné snižování počtu reklamací v této kategorii o 35 %. V roce 2011 došlo k úpravám procesu rušení služeb. Zjednodušil se výpočet výpovědní doby a zákazník je o termínu zrušení informován již při prvním kontaktu.

Díky nově zavedenému systému Smart promo management, tj. informovanosti zákazníka o skončení promo nabídky formou SMS a vět do faktur, se podařilo podchytit celkem 80 % všech promoakcí. Počet reklamací v této kategorii klesl o 75 %.

V rámci této divize byl také upraven proces řešení reklamací, který zrychlil uznání, popř. zamítnutí reklamce zaměstnancům v call centrech a prodejnách a současně nastavil jasná pravidla pro řešení reklamace upomínek za pozdní platbu.

V prodejnách mohli rezidentní zákazníci nově využít Sumarizaci, tzv. Shrnutí objednávky, která usnadňuje orientaci v objednaných produktech, napomáhá kontrole prodejci přímo v prodejně a vede ke snížení počtu reklamací i opakovaných hovorů na call centra. Byl vytvořen informační leták pro prodejny s cílem nastavit správné očekávání zákazníka. Telefónica CR také velmi kladla důraz na dodržování Etického kodexu prodejce.

## Produkty a služby pro lidi se specifickými potřebami

Stejně jako v minulých letech i v roce 2011 se společnost zaměřila na pomoc a podporu osob se specifickými potřebami, především seniorů a osob se zdravotním postižením, a snažila se jim usnadnit komunikaci.

Do svého portfolia Telefónica CR zařadila několik modelů mobilních telefonů určených přímo pro seniory či osoby, které mají potíže s ovládáním běžných tlačítek. Nabídka přístrojů pro sluchově postižené byla samozřejmostí. Nabízela také přístroje, které si poradí s převodem textu a hlasu, a jsou tak lépe využitelné pro zákazníky se zrakovým handicapem.

I v roce 2011 Telefónica CR nabízela mobilní telefon Aligator A400 a SIM kartu s kreditem 100 Kč. Ke každé takové sadě navíc zákazník obdržel dárek – příručku Školička internetu pro seniory. Paušální nabídka umožňovala nákup telefonu za symbolickou 1 Kč k tarifu O2 Neon Senior.

## Služba Hovor pro neslyšící

Také v roce 2011 společnost pokračovala s provozem služby Hovor pro neslyšící. Celkem vyřídili pracovníci této linky v roce 2011 na 15 000 požadavků.

V prvním polovině roku 2011 proběhla mediální kampaň, jež měla za cíl přiblížit tuto službu cílové skupině.

V říjnu roku 2011 Telefónica CR ve spolupráci s Uníí neslyšících Brno uspořádala tzv. Doubledecker tour. Londýnský dvoupatrový autobus objel 14 českých měst. Operátoři linky Hovor pro neslyšící měli tak možnost oslovit na 20 škol a institucí pro neslyšící, ohluchlé či nedoslýchavé.

Během posledního čtvrtletí roku 2011 se zákaznická základna linky zvýšila o 40 %.

## Poskytované slevy

Telefónica CR i v roce 2011 poskytovala osobám s I. stupněm závislosti slevu ve výši státního příspěvku a slevu O2 pro ZTP na pevné lince. Ta byla poskytnuta celkem 48 836 zákazníkům.

## Konference INSPO 2011 a soutěž „Internet, mobilní telefon a můj handicap“

Společnost byla v roce 2011 již tradičně generálním partnerem 11. ročníku konference INSPO – Internet a informační systémy pro osoby se specifickými potřebami, která se specializuje na využití internetu a informačních technologií ve prospěch lidí se zdravotním postižením a je jediná svého druhu v ČR. Zástupci společnosti Telefónica CR zde prezentovali službu Hovor pro neslyšící a systém tísňové péče pro osoby se zdravotním postižením a seniory a předvedli účastníkům možnosti jejich využití. Vedle finanční podpory poskytla společnost také hodnotné dary pro všechny vystupující a výherce literární soutěže „Internet a můj handicap“, jejíž vítězové byli vyhlášováni právě na konferenci INSPO. Výherci si tak odnesli nejen chytré telefony, ale také na dva roky připojení k internetu zdarma.

## Bezpečně s internetem

### **Pomáháme chránit děti ve světě komunikačních technologií**

Jednou z priorit společnosti Telefónica CR coby poskytovatele telekomunikačních služeb je snaha všemi dostupnými prostředky pomoci eliminovat možná rizika, která s sebou svět moderní technologie přináší. Ochrana dětí a bezpečné prostředí pro děti ve světě informačních a komunikačních technologií platily stále jako klíčové cíle ve vztahu k zákazníkům společnosti. V rámci ochrany dětí byla realizována řada konkrétních kroků.

Společnost se i v roce 2011 držela své politiky „Marketing ve vztahu k dětem“ shrnující zásady respektované v rámci marketingových aktivit společnosti, kterou v minulých letech přijala a podříдила jí své aktivity. Telefónica CR pokračovala v blokování internetových stránek šířících obsah se sexuálně zneužívanými dětmi. V síti O2 byly blokovány všechny stránky, které byly v rámci všech zemí EU nelegální.

### **Podpora akcí zaměřených na ochranu dětí**

V únoru 2011 se již tradičně společnost zapojila do oslav v rámci mezinárodního dne bezpečného internetu a společně s Národním centrem bezpečnějšího internetu podpořila celoevropskou kampaň zaměřenou na náš virtuální život. V rámci kampaně pod heslem „Víc než hra, je to tvůj život!“ uspořádala Telefónica CR sérii workshopů pro své zaměstnance na téma bezpečnějšího internetu.

Telefónica CR i v roce 2011 podpořila odbornou konferenci pořádanou v sídle Senátu v Praze Národním centrem bezpečnějšího internetu, která byla zaměřená na prevenci internetové kriminality – a to zejména ve vztahu k dětem – Prevence internetové kriminality a děti, technologie, edukace, legislativa. Společnost uspořádala po této konferenci diskusní oběd, kde se u jednoho stolu sešli zástupci obchodní, politické i mediální sféry, aby společně prodiskutovali své závazky právě v oblasti digitálních technologií. Hostitelem byl generální ředitel Telefónica CR Luis Antonio Malvido. Výstupy z této expertní skupiny byly zapracovány do strategie společnosti v oblasti „Digital Confidence“ pro následující roky.

Na konci roku 2011 se uskutečnil již devátý ročník mezinárodní konference zaměřené na působení internetu na společnost s názvem Cyberspace, kterou pořádala Právnická fakulta Masarykovy univerzity ve spolupráci s Fakultou sociálních studií MU. Telefónica CR byla hlavním partnerem této akce.

Společnost obdržela prestižní cenu nadace Via Bona za 17 let spolupráce s Linkou bezpečí.

## Péče o zaměstnance a pracovní prostředí

Dlouhodobým cílem, společnosti je být vyhledávaným zaměstnavatelem a vytvořit „místo, kde je radost pracovat“. V loňském byl definován tzv. slib mezi firmou a zaměstnanci, který přesně charakterizuje, čeho chce firma v jednotlivých oblastech dosáhnout a jak ke splnění přispějí také sami zaměstnanci. Některé z oblastí jsou již úspěšně naplňovány, na některých částech bude firma pracovat v průběhu následujících let v rámci svých pracovních plánů.

	<b>Počet zaměstnanců k 31. 12. 2011</b>
celkový počet zaměstnanců	6 494
z toho ženy	36,98%
z toho muži	63,02%
z toho zaměstnanci se zdravotním znevýhodněním či postižením	0,86%

<b>Název organizační jednotky</b>	<b>Fyzický počet zaměstnanců k 31. 12. 2011</b>
Divize Velkoobchod	179
Divize Korporátní zákazníci	988
Divize Rezidentní zákazníci	1 849
Divize Provoz	2 270
Vnější vztahy	20
Lidské zdroje	76
Podpůrné jednotky	295
Divize Finance	324
Právní a regulatorní záležitosti	40
Interní audit a řízení rizik	14
Divize Marketing	197
Kancelář generálního ředitele	33
DHL	55
Telefónica Business Solutions	154
<b>Celkem</b>	<b>6 494</b>

## Zapojení zaměstnanců

### Průzkum Reflect

Zájem zaměstnanců společnosti o průzkum spokojenosti a motivovanosti se meziročně udržel na velmi vysoké úrovni 83 %. Celkový Reflect index meziročně vzrostl o 3 procentní body a zaznamenal tak první růst od roku 2008. Tento výsledek považovalo vedení společnosti za výborný, zejména vzhledem ke skutečnosti, že v průběhu roku došlo k řadě významných změn. Růst byl zaznamenán také v dílčích oblastech, např. index Top management se meziročně zvýšil o 6 procentních bodů. Indexy Můj manažer, Má práce a rozvoj a Atmosféra stále patří k nejsilnějším stránkám společnosti. Největší příležitostí pro zlepšení zůstává především v efektivitě týmu top manažerů, důvěryhodnosti a dostupnosti.

### Přibližování se k zákazníkům

V roce 2011 společnost pokračovala v programu „Jeden den se zákazníkem“, jehož cílem bylo zprostředkovat manažerům přímý kontakt se zákazníkem a díky tomu zlepšovat vědomí o potřebách našich zákazníků. Programu se zúčastnilo 318 manažerů, kteří strávili jeden pracovní den v prodejně, v call-centru, v back office, či vyrazili za zákazníkem po boku obchodníka nebo technika.

### Zlepšování interní spolupráce

Pro společnost Telefónica CR je důležité, aby jednotlivé interní týmy společně efektivně komunikovaly. Telefónica Tým je nástroj, který formou krátkého strukturovaného dotazníku poskytuje vedoucím jednotlivých týmů zpětnou vazbu a příležitost ke zlepšení vzájemné spolupráce. Po úspěšném pilotu, který v loňském roce proběhl v několika divizích, byl tento program v roce 2011 rozšířen do celé firmy.

### Globální ocenění Bravo Awards

V rámci Telefónica globální strategie Bravo byly zavedeny tzv. Bravo Awards. Ve společnosti byli oceňováni nejlepší zaměstnanci v rámci cen Bravo. Všichni zaměstnanci měli možnost nominovat sebe nebo své kolegy za aktivity, které pomáhají společnosti Telefónica CR držet se na špičce telekomunikačního trhu.

### Programy podporující rovnováhu pracovního a osobního života

Telefónica CR si uvědomuje, že možnost práce z domova přináší výhody všem stranám – zaměstnancům, firmě i jejím zákazníkům. Proto se každý zaměstnanec, u kterého to dovolovala povaha jeho práce, mohl dohodnout se svým nadřízeným na výkonu práce z domova. K dispozici mají zaměstnanecký mobilní telefon a připojení k internetu. Společnost také zaměstnancům po dohodě s nadřízeným umožňovala práci na částečný úvazek. Rodiče dětí v předškolním věku mohli navíc využít benefit z tzv. cafeterie, kterým je příspěvek na úhradu nákladů, jež platili za své dítě v mateřské škole.

Na začátku roku 2011 byl spuštěn webový portál Mámá & Táta, určený zaměstnancům – rodičům společnosti. Projekt je zaměřený zejména na rodiče, kteří se mají do společnosti vracet v horizontu 6–8 měsíců. V rámci projektu byly uspořádány dva dvoudenní workshopy zaměřené jak na aktuální dění ve společnosti a jejich současné uplatnění, tak i na vyvážený životní styl. Spuštění portálu i workshopy vzbudili u zaměstnanců – rodičů velmi pozitivní ohlas.

V druhé polovině roku Telefónica CR podala žádost o čerpání z EU fondů na realizaci mateřského centra v sídle společnosti. Grant z EU se podařilo získat, a proto se v roce 2012 bude společnost soustředit na realizaci mateřského centra.



## Vzdělávání a rozvoj

### **Adaptace nových zaměstnanců**

Stejně jako v minulých letech i v roce 2011 všichni noví zaměstnanci společnosti absolvovali seminář „Welcome Day“, kde se dozvěděli maximum praktických informací důležitých pro orientaci ve společnosti.

### **Základní manažerské kompetence**

Vzdělávací program „Řízení lidí“ pomáhal nově jmenovaným vedoucím pracovníkům s adaptací na jejich roli supervizora nebo liniového manažera. Umožňoval účastníkům nahlédnout do základů práce vedoucího, případně se zdokonalit v současných manažerských dovednostech. Tento pětidenní výcvik rozložený do dvou měsíců absolvovalo v roce 2011 celkem 72 zaměstnanců.

### **Leadership**

Rozvojem leadershipu v oblasti středního a vyššího managementu se zabývá dlouhodobý program „Leading to Excellence“. V roce 2011 jej absolvovalo 84 zaměstnanců. Jeho nadstavbou „Feedback – the Pathway to Success“ v roce 2011 úspěšně prošlo 34 manažerů. Pro rozvoj top managementu jsou určeny programy Universitas Telefónica.

## Motivace a odměňování

### **Plán zaměstnaneckých akcí**

I v roce 2011 mohli zaměstnanci dobrovolně nakupovat akcie společnosti Telefónica, S.A. Tuto možnost využilo více než 2 000 zaměstnanců. Investovat mohli v průběhu dvanácti po sobě jdoucích měsíců až 1 200 euro. Pokud bude zaměstnanec vlastnit tyto akcie alespoň dalších 12 měsíců od konce dvanáctiměsíčního nákupního období, společnost mu věnuje jednu volnou dodatečnou akcii za každou zakoupenou, s ohledem na pravidla programu.

### **Zaměstnanecké výhody a motivační programy**

Telefónica CR nabízí svým zaměstnancům širokou nabídku výhod. Zaměstnanci mají možnost volby např. mezi finančními produkty, službami a produkty společnosti anebo benefity podporujícími zdraví, vzdělávání a rovnováhu pracovního a osobního života. Zdravotně znevýhodnění zaměstnanci dostali navíc poukázku na rehabilitační dovolenou ve výši 10 tisíc korun ročně. Kromě toho se pravidelně pro zaměstnance uskutečňují různé soutěže, například při spouštění marketingových kampaní, mající za cíl zvýšit zapojení zaměstnanců do firemního dění.

### **Podnik podporující zdraví**

V roce 2011 proběhl již sedmý ročník soutěže o titul Podnik podporující zdraví. Soutěž organizuje Státní zdravotní ústav v Praze pod záštitou Ministerstva zdravotnictví ČR. Získaný titul je udělován na dobu tří let a Telefónica CR jej získala již potřetí, tentokrát nejvyšší ocenění III. stupně, což je 1. místo. Všechny oceněné podniky se vyznačují vysokou úrovní péče o zdraví zaměstnanců a zaměřením na preventivní aktivity v oblasti podpory zdraví.

## Péče o životní prostředí

### Politika ochrany životního prostředí

Vztah společnosti Telefónica CR k minimalizaci jejího vlivu na životní prostředí byl v roce 2011 definován dlouhodobou strategií a aktualizovanou Politikou ochrany životního prostředí. Ta se dlouhodobě zaměřuje na eliminaci, resp. minimalizaci možných ohrožení či dopadů případného poškození životního prostředí jako celku nebo jeho části, s ohledem na oblast působnosti společnosti a v souladu s úrovní vědeckotechnického poznání. Základní principy péče společnosti o životní prostředí byly součástí koordinovaného přístupu celé skupiny Telefónica a přispěly k naplnění jak skupinových, tak lokálních cílů, ale i zákonných a jiných požadavků.

### Program zelená firma

Trvalým zvyšováním environmentálních požadavků kladených na dodavatele přispívá společnost k hlubšímu prosazení myšlenek péče o životní prostředí i ve svém okolí. Sama také v roce 2011 pokračovala v aktivním zapojování svých zaměstnanců prostřednictvím programu Zelená firma a navázala na předešlé období, kdy odevzdala více než 269 tun vysloužilých elektrozařízení, což jí vyneslo prvenství v rámci tohoto projektu.

### Snižování negativních dopadů

Nadále se dařilo držet trend snižování negativních dopadů na životní prostředí. Bylo dosaženo úspory pohonných hmot na služebních cestách o 18,1 % oproti roku 2010, meziročně poklesla také spotřeba plynu o 23,84 % a elektrické energie bylo spotřebováno o 2 % méně. Množství odpadu podobného komunálnímu produkovaného společností Telefónica bylo v roce 2011 redukováno o 3,5 % oproti roku 2010. Podařilo se zvýšit množství tříděného odpadu, zejména průmyslových obalů ve skladech. V roce 2011 také došlo k významnému posunu v odstraňování regulovaného chladiva R22 z klimatizačních jednotek, bylo vyměněno 56 jednotek nad 10 kW a 228 jednotek do 10 kW.

### Certifikace

Aktivitty společnosti v oblasti péče o životní prostředí podléhaly pravidelnému ověřování, a to jak v interních oblastech, tak u činností dodavatelů. Dosahovaná úroveň je pravidelně oceňována certifikací podle mezinárodního standardu ISO 14001, kterou společnost získala jako první telekomunikační operátor v České republice.

### Podpora akcí zaměřených na ochranu životního prostředí

#### **Eko koncept Open Air Festivalu**

Již druhým rokem se společnost Telefónica CR, jako generální partner Open Air Festivalu v Panenském Týnci, starala i o jeho ekokoncept. Eko Think Big zóna festivalu se tak starala nejen o recyklaci a řízení úklidových jednotek, ale také o osvětu. V jednom Think Big stanů si pak mohli hudební fanoušci vyzkoušet, jakou práci dá vyrobit takovou elektřinu. Pomocí vlastních nohou si mohli jízdu na kole zkusit nabít mobilní telefon.

Díky těmto aktivitám společnost Telefónica CR a pořadatelská agentura i v roce 2011 obhájily s tímto konceptem v rámci mezinárodního žebříčku ekologických festivalů Greener Festival Awards příčku „Commended“ (tedy doporučených festivalů).

## Podpora veřejně prospěšných aktivit

Podpora veřejně prospěšných aktivit a filantropie byla i v roce 2011 nedílnou součástí konceptu CSR. Telefónica CR usilovala o to, aby její technologie pomáhaly zlepšovat lidem kvalitu života. Hlavním nástrojem pro transparentní a systémové firemní dárcovství byla již desátým rokem Nadace O2.

Společnost se v roce 2011 účastnila osmého ročníku akce TOP filantrop, ceny Fóra dárců za společensky odpovědné chování. Dostala se do žebříčku deseti nejštedřejších firem v České republice, v kvantitativní kategorii TOP 10 filantrop 2011 se podle objemu investovaných prostředků umístila na čtvrtém místě. V rámci uvedené akce byl vyhlášen další ročník ceny ODPOVĚDNÝ LEADER 2011 – cena společnosti Telefónica Czech Republic za osobní přínos k rozvoji odpovědnosti a CSR.

Celková výše finančních prostředků, věcných darů a telekomunikačních služeb, které Telefónica CR v roce 2011 poskytla na veřejně prospěšné projekty, překročila částku 52 milionů Kč.

## Program Think Big

V roce 2011 zahájila Nadace O2 nový sociální program Think Big, který nahradil dosavadní program Regionálních grantů.

Cílem dlouhodobého programu je podpora neformálních skupin mladých lidí při realizaci jejich nápadů a projektů, kterými chtějí něco změnit, zlepšit nebo vytvořit ve svém okolí.

V první výzvě programu Think Big bylo z došlých 276 žádostí vybráno 100 projektů, mezi které společnost rozdělila přes 5,3 milionu korun. Týmy mladých tak získaly finanční podporu ve výši 10–90 tisíc korun, víkendové vzdělání, telekomunikační balíček od společnosti a podporu mentora z řad zaměstnanců Telefónica CR.

Žádosti o podporu jsou hodnoceny devíti regionálními komisemi. Každá byla složena ze dvou zaměstnanců společnosti, jednoho odborníka na neziskové organizace a volný čas mladých, zástupce médií a jednoho zástupce mladých, který má již zkušenosti s realizací podobných projektů.

Podpořené projekty byly zveřejněny na internetových stránkách [www.O2thinkbig.cz](http://www.O2thinkbig.cz).

## Linka bezpečí 116 111

Nadace O2 byla již 17 let generálním partnerem jediné celostátní bezplatné anonymní linky důvěry pro děti, které se ocitly v tíživých životních situacích. V roce 2011 se Nadace O2 stala již potřetí hlavním partnerem benefičního koncertu Linky bezpečí. Diváci přímého přenosu zaslali Lince bezpečí dárcovské SMS v celkové výši přesahující 450 656 Kč. Celkový výtěžek koncertu činil přes 7,5 milionu

korun a největším dárce se stala společnost Telefónica CR, která darovala prostřednictvím Nadace O2 částku ve výši 3,5 milionu Kč.

## Linka seniorů

Nadace O2 i nadále pokračovala v podpoře Linky seniorů, provozované organizací Elpida o.p.s. Seniori se mohli na telefonním čísle 800 200 007 svěřit pracovníkům linky důvěry se svými problémy i radostmi a dostalo se jim rady a pomoci z oblasti medicíny, práva, psychologie a systému sociální podpory. Linka seniorů řešila v roce 2011 téměř 4 300 závažných hovorů z celkového počtu 28 tisíc kontaktů. Díky finanční podpoře Nadace O2 zůstalo volání na linku bezplatné.

## Minimalizace šikany

Také v roce 2011 byla Nadace O2 partnerem programu Minimalizace šikany. Ve spolupráci s hlavním realizátorem programu, sdružením Aisis, proběhla celostátní soutěž „MIŠÍ děti říkají STOP kyberšikaně“. Do soutěže se zapojilo čtrnáct škol. Hodnotící komise oceňovala bezprostřednost a přirozenost a neotřelé myšlenky, které děti dokázaly ztvárnit. Týmy žáků musely téma představit v rádiovém spotu, televizním spotu a plakátu. V roce 2011 vyhráli hlavní cenu zástupci 28. základní školy Plzeň.

## Dobrovolnické programy pro zaměstnance

Mezi hlavní cíle Telefónica CR v oblasti společenské odpovědnosti patří vytváření příležitostí pro zaměstnance k aktivnímu zapojení do veřejně prospěšných činností a podpory projektů Nadace O2 s cílem rozvíjení firemního dobrovolnictví.

V roce 2011 se veřejně prospěšných činností zúčastnilo 2 374 zaměstnanců. Telefónica CR tak dosáhla nejvyššího zapojení zaměstnanců ze skupiny Telefónica Europe.

Do úspěšných finančních sbírek v roce 2011 přispělo 1 530 zaměstnanců, kteří darovali celkem 1 367 288 Kč. Nejvíce finančních prostředků poskytli na pomoc lidem zasažených živelními katastrofami. Obyvatelům Japonska darovali 394 265 Kč na pomoc při odstraňování škod po ničivých vlnách Tsunami. Obyvatelům Somálska zasažených hladomorem darovali částku ve výši 352 898 Kč. Obě tyto částky společnost Telefónica CR zdvojnásobila a prostřednictvím Nadace O2 předala humanitárním organizacím Adra a Člověk v tísni.

Díky své solidaritě také zaměstnanci usnadnili život 16 lidem. Příspěvkem ve výši 494 000 Kč jim umožnili nakoupit nezbytné zdravotnické pomůcky. Dále podpořili Linku bezpečí, Linku seniorů a pomohli také dětem v Latinské Americe.

Zaměstnanci společnosti se pravidelně účastnili dobrovolnických akcí a věnovali jim svůj čas, své schopnosti a dovednosti.

Telefónica CR nadále podporovala teambuildingy pro dobrou věc, během nichž manažeři s celými svými týmy pracovali v neziskových organizacích. V roce 2011 věnovalo tímto způsobem 933 zaměstnanců (16 týmů) téměř 7 500 hodin práce neziskovým organizacím. Svůj volný čas darovalo 132 zaměstnanců. Nejvíce z celkového počtu 4 755 hodin volného času strávili zaměstnanci jako mentoři Think Big, kteří jsou podporou týmů mladých lidí.

Nadace O2 také ocenila ty zaměstnance společnosti, kteří byli ve svém volném čase aktivními dobrovolníky. V roce 2011 díky této službě veřejnosti získalo 18 zaměstnanců částku 400 000 Kč pro veřejně prospěšné organizace, kterým pravidelně a dlouhodobě pomáhají.

Na velikonočních a vánočních trzích, které Nadace O2 pořádala ve 12 budovách po celé České republice, nabízely zaměstnancům chráněné dílny produkty vyrobené lidmi se zdravotním znevýhodněním. Šedesát dílen v roce 2011 získalo díky zaměstnancům společnosti tímto způsobem přes 450 000 Kč.

## Mezinárodní dobrovolnický projekt Proniño

Dobrovolné aktivity 6 zaměstnanců společnosti přesáhly i v roce 2011 hranice České republiky. Zapojili se do mezinárodního dobrovolnického programu Proniño, který Telefónica CR realizovala v zemích Latinské Ameriky.

Celkem 30 dobrovolníků ze všech zemí, kde skupina Telefónica působila, pomáhalo v Ekvádoru, Brazílii, Guatemale, Argentíně a Kolumbii. Zde měli za úkol co nejsmysluplnějším způsobem vyplnit čas dětí, které po škole buď končí na ulici, nebo musí pracovat. Na tuto pomoc zaměstnanci čerpali svou dovolenou a každý takto věnoval přes 252 hodin svého volného času.

## Daruj krev s Nadací O2

Také v roce 2011 pokračoval projekt Daruj krev s Nadací O2, jehož cílem bylo podpořit dobrovolné dárcovství krve v České republice. Do projektu se v průběhu roku zapojilo 156 zaměstnanců a odebráno bylo více než 70 litrů krve. Odběry pravidelně probíhaly přímo v budovách společnosti.