

03

Společenská
odpovědnost (CSR)



Skvělé místo
k práci

Společenská odpovědnost (CSR)

Společenská odpovědnost a trvalá udržitelnost byly i v roce 2010 součástí firemní kultury a strategie společnosti Telefónica O2. V průběhu celého roku 2010 brala společnost ohled nejen na dopady svého působení na okolí, ale také usilovala o zapojení všech zainteresovaných stran a snažila se uspokojit veškeré potřeby společnosti vyplývající z aktuální situace na trhu. Jako společnost, která je vedoucím poskytovatelem telekomunikačních služeb v České republice, se Telefónica O2 snažila využít svého postavení k prospěchu potřebným. Klíčovými pilíři veškerých aktivit zůstávalo budování důvěry, partnerství a otevřený dialog se všemi zainteresovanými stranami. Spojením všech těchto pilířů se společnost snažila docílit maximální efektivity, pomoci a podpory.

Společnost Ernst & Young provedla v rámci celé skupiny Telefónica audit, zaměřený na klíčové oblasti CSR (ekologii, etiku, vztah k zaměstnancům, zákazníkům, dodavatelům a ke komunitě). Jeho vyhodnocení bylo využito pro plánování cílů CSR a akčních kroků pro nastávající rok. Cíle CSR byly předloženy ke schválení představenstvu společnosti a výboru pro etiku a společenskou odpovědnost, který dohlíží na realizaci CSR aktivit.

V průběhu roku 2010 probíhal celoskupinový výzkum zaměřený na důvěru a vnímání společnosti Telefónica O2 v očích veřejnosti, tzv. RepTrak. I tento výzkum pomohl definovat priority CSR a řídit reputaci společnosti.

Etické zásady podnikání

Firemní kultura a reputace představují jednu z priorit skupiny Telefónica, tudíž i v roce 2010 společnost Telefónica O2 věnovala budování etického prostředí a svého renomé v této oblasti velkou pozornost. Součástí vzdělávání zaměstnanců ve sféře etických zásad podnikání byl elektronický kurz, který byl otevřen celý rok a k 31. prosinci 2010 jej absolvovalo 89 % všech zaměstnanců včetně části externích pracovníků.

Povinností zaměstnanců je nahlásit neetické chování, jehož se mohou stát svědky, přičemž společnost zaručuje zachování anonymity oznamovatele. Telefónica O2 připravila informační kampaň zaměřenou na šíření povědomí o existenci nástrojů důvěrné pomoci. Zaměstnanci mohou etické pochybení nahlásit několika možnými způsoby. Vybrat si mohou mezi elektronickou aplikací, zasláním elektronické zprávy, dopisu, zavoláním na linku (se záznamníkem v mimopracovních hodinách), nebo návštěvou kanceláře správy společnosti. Zaměstnanci také mají k dispozici odborné poradce z oblasti lidských zdrojů,

bezpečnosti a právních záležitostí. Nahlášené podněty šetří útvar Bezpečnost nebo útvar Interní audit. Mimoto 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. Aktivita 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 O2 pravidelně hodnotí organizační jednotka Interního auditu společnosti.

Etické zásady podnikání jsou základním dokumentem společnosti, jsou součástí pracovního řádu a je vyžadováno jeho dodržování zaměstnanci. Brožuru etické zásady podnikání obdrží každý zaměstnanec při nástupu do společnosti a je ke stažení na podnikovém intranetu i webových stránkách společnosti. Firemní etické zásady podnikání deklarují, že Telefónica O2 je směrem dovnitř společnosti i vůči svým zákazníkům otevřená, důvěryhodná a srozumitelná. Přirozeným krokem byl proto vstup společnosti do Koalice pro transparentní podnikání, čímž se Telefónica O2 veřejně přihlásila ke svým etickým hodnotám. V roce 2010 se společnost stala jedním z více než dvaceti zakládajících členů Koalice pro transparentní podnikání. Koalice na konci roku 2010 zahrnovala přes třicet společností, představitelů českých a mezinárodních společností napříč odvětvími. Koalice bude i nadále úzce spolupracovat s Platformou pro transparentní veřejné zakázky, která sdružuje politické strany, podnikatelské asociace a veřejné instituce a podílí se na přípravě novely zákona o veřejných zakázkách. Společnost Telefónica O2 se též tímto způsobem chce po boku dalších významných společností a institucí zasloužit o budování etického prostředí v České republice.

Působení na trhu a chování k zákazníkům

Zákaznická zkušenost

V roce 2010 se stala Zákaznická zkušenost zásadním pilířem strategie Bravo!. Konkrétně byla vyjádřena ve formulaci čtyř závazků zákazníkům:

1. **Rozdíl je v našich lidech** – snažíme se přesvědčit naše zákaznický tým, 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.

Plnění těchto závazků bylo v roce 2010 důležitým kritériem pro spouštění nových produktů a pro úpravu stávajících produktů a služeb. Jejich naplňování a celkovou úroveň zákaznické zkušenosti společnost monitorovala prostřednictvím řady pravidelných nebo jednorázových průzkumů. Hlavní index CSI (index spokojenosti zákazníků) vykazoval v průběhu roku 2010 pozitivní trend ve všech segmentech.

V segmentu rezidentních zákazníků došlo ke zlepšení kvality péče o zákazníky na call centrech. Prioritou bylo zajistit dostupnost zákaznické linky a zvýšit úspěšnost vyřešení požadavku na první zavolání. Zákazníkům, kteří se nemohli dovolat na zákaznickou linku v obdobích nárůstu provozu na call centrech, byla nabídnuta možnost zpětného zavolání. Ve snaze o zkvalitnění péče pro malé a střední firmy Telefónica O2 zavedla tzv. virtuálního agenta, pomocí kterého bylo zajištěno rychlejší a přesnější spojení na kvalifikované operátory. V průběhu roku došlo také ke sloučení segmentů Soho a středních firem a ke změně obslužného modelu, což se podařilo provést bez negativního dopadu na zákaznickou spokojenost. V segmentu středně velkých firem byl zaveden koncept tzv. business partnerů, kteří poskytují osobní péči firemním zákazníkům.

Společnost se zaměřila na snížení čekacích dob v prodejnách. Díky zavedení vyvolávacích systémů a přizpůsobením kapacit podmínkám provozu se snížil i počet zákazníků opouštějících prodejnu bez obslužení. Na začátku roku bylo spuštěno měření zpětné vazby od zákazníků, kteří byli obsluženi v naší prodejní síti. Výsledky průzkumu byly použity pro zkvalitnění péče a zefektivnění přístupu k zákazníkům a pro odstranění příčin nespokojenosti, souvisejících např. se správností zadávání objednávek. Společnost také zavedla koncept tzv. specialistů na prodejnách pro malé a středně velké zákazníky poskytujících odbornou péči.

V oblasti instalací a odstraňování poruch fixních služeb se společnost zaměřila na dodržení termínů instalací a na aktivní komunikaci se zákazníkem v průběhu vyřizování požadavku. Telefónica O2 implementovala nový proces zřizování fixních služeb pomocí specializovaného týmu back office, který nově přebírá zodpovědnost za dořešení požadavku od začátku do konce, zatímco prodejní kanály se soustředí především na přijetí objednávky. V průběhu roku společnost dále zavedla nový zjednodušený proces vyřizování reklamací na úrovni zaměstnanců v přední linii. Zároveň se během roku 2010 podařilo odstranit některé příčiny reklamací a snížit tím objem nežádoucích hovorů na call centrech a počet reklamací o cca 30 %. V oblasti online služeb společnost uvedla nové stránky www.o2.cz a aktivně se zapojila do sociálních sítí (Facebook, Twitter).

V segmentu korporátních zákazníků společnost zrušila automatický hlasový systém a na zákaznické lince operátoři dokázali obslužit více než 95 % hovorů do 15 vteřin. Na základě zpětné vazby od firemních zákazníků byla zkrácena lhůta dodávky zejména mobilních služeb na následující pracovní den.

V rámci BRAVO projektu POTR společnost zrevidovala příčiny vysoké chybovosti faktur. To vedlo ke změně pracovních postupů, úpravám systémů, ke zkrácení lhůt řešení reklamací, zavedení kvalitativních kontrol a ke zvýšení informovanosti zákazníků. Současně proběhlo i zjednodušení produktového portfolia a mnohé zákazníky společnost převedla ze starých tarifů na nové.

Spokojenost korporátních zákazníků od počátku roku 2010 každý měsíc kontinuálně rostla, zejména v oblasti řešení reklamací a dodávky služeb. Zvýšila se i spokojenost v oblasti obchodních vztahů a jednání se zákaznickou linkou.

Produkty a služby pro zákazníky se specifickými potřebami

V roce 2010 se Telefónica O2 zaměřila na pomoc a podporu osob se specifickými potřebami, především seniorů a osob se zdravotním postižením, a snažila se jim usnadnit komunikaci.

Společnost uvedla na trh novou verzi telefonu pro seniory Aligator. Jde o mimořádně jednoduchý a snadno ovladatelný přístroj určený především starším osobám a zdravotně postiženým, kteří mají potíže s ovládáním běžných mobilních telefonů. Přístroj umožnil přístup k jednotlivým funkcím pomocí jednoduchých postranních tlačítek. Současně disponoval robustními tlačítky a velkým, dobře podsvíceným displejem pro usnadnění rozeznávání písmen a číslic. Cenově byl tento přístroj dostupnější než jeho předchůdce.

Telefónica O2 ztraktivnila svou nabídku a nabízela zákazníkům možnost pořídit si tento nový typ telefonu za zvýhodněnou cenu. Předplacená nabídka obsahovala 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

I v roce 2010 společnost pokračovala s provozem služby Hovor pro neslyšící, jež umožňuje neslyšícím zákazníkům snadněji komunikovat, například objednávat se k lékaři, zajišťovat urgentní opravy nebo využívat informační telefonní služby. Prostřednictvím tohoto pracoviště mohou komunikovat jak lidé s poruchou sluchu se slyšícími, tak i naopak. Službu mohou lidé využít prostřednictvím psacího telefonu, mobilního telefonu, faxu, ICQ, emailu nebo pevné linky. Speciálně vyškolení operátoři jsou volacím k dispozici 24 hodin denně. Od začátku roku 2010 společnost nabízí tuto službu zcela zdarma. V roce 2010 pracovníci této linky vyřídili celkem 13 438 hovorů. Nejoblíbenějším kanálem pro komunikaci byl fax, email, ICQ, SMS a pevná linka.

Poskytované slevy

Telefónica O2 i v roce 2010 poskytovala osobám s I. stupněm závislosti slevu O2 pro ZTP na pevné lince, přestože vláda České republiky státní příspěvek zrušila. Současně společnost zachovala možnost pronájmu speciálního telefonu pro tuto vybranou skupinu obyvatel.

Konference INSPO 2010 a soutěž „Internet a můj handicap“

Telefónica O2 byla v roce 2010 generálním partnerem 10. 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 v České republice svého druhu jediná. Zástupci společnosti 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 vyhlášeni právě na konferenci INSPO.

Povodně 2010 – reakce na vzniklou krizovou situaci

Společnost Telefónica O2 v létě roku 2010 reagovala na kritickou situaci, vzniklou v důsledku povodní, a opět se rozhodla vyjít maximálně vstříc všem lidem postiženým povodněmi. Připravila pro ně speciální programy a služby, které jim pomohly řešit nastalou situaci. Konkrétně šlo o možnost bezplatného vydání nové SIM karty, a to i se stejným telefonním číslem, slevu ve výši až 1000,- Kč na nákup nového mobilního či fixního telefonu, pořízení ADSL, ISDN modemu či Set-top-boxu pro O2 TV. Kromě toho si mohli zákazníci individuálně dohodnout odklad splatnosti faktur za fixní služby a mobilní služby s uzavřenou smlouvou, a to až o čtvrt roku. Zmrazeno bylo i vymáhání stávajících pohledávek a došlo k případné reaktivaci čísla, pokud na něm již proběhlo omezení služeb pro neplnění závazků. Osobám postiženým živelnou katastrofou

poskytla společnost Telefónica O2 50% slevu na volání z mobilního telefonu v rámci České republiky po dobu dvou následujících zúčtovacích období. Majitelé předplacených karet mohli získat 100,- Kč kredit navíc po dobu 6 měsíců. Současně společnost Telefónica O2 vyhlásila zaměstnaneckou sbírku na pomoc postiženým povodněmi. Konečné příspěvky všech zaměstnanců byly navýšeny společností. Nadace O2 předala celkový výtěžek 1 423 706 Kč společnosti Člověk v tísni, se kterou dlouhodobě spolupracuje při mimořádných událostech, jako jsou živelné pohromy, přírodní katastrofy apod.

Pomáháme chránit děti ve světě komunikačních technologií

Jako poskytovatel komunikačních služeb se Telefónica O2 rozhodla 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.

Telefónica O2 se držela své politiky Marketing ve vztahu k dětem, shrnující zásady respektované v rámci marketingových aktivit společnosti, kterou v minulých letech přijala a podle ní také řídila své aktivity. V roce 2010 společnost pokračovala v blokování internetových stránek šířících obsah se sexuálně zneužívanými dětmi. V O2 síti byly blokovány všechny stránky, které byly v rámci všech zemí EU nelegální.

Podpora akcí zaměřených na ochranu dětí

V únoru 2010 se společnost zapojila do oslav v rámci mezinárodního dne bezpečného internetu a společně s Národním centrem bezpečnějšího internetu podpořila celoevropskou kampaň zaměřenou na ochranu osobních údajů na internetu pod heslem „Víš, co posíláš? Mysli!“. Telefónica O2 byla také členem poradního výboru, který vznikl v rámci projektu Saferinternet.

Telefónica O2 také v červnu 2010 podpořila odbornou konferenci, pořádanou v sídle Senátu Parlamentu ČR v Praze Národním centrem bezpečnějšího internetu, která byla zaměřená na prevenci internetové kriminality – a to zejména ve vztahu k dětem. Akce byla konaná pod záštitou 1. místopředsedkyně Senátu Parlamentu ČR PaedDr. Aleny Gajdůškové, JUDr. Miroslava Antla, místopředsedy Ústavně-právního výboru Senátu Parlamentu ČR, a RNDr. Igora Němce, předsedy Úřadu na ochranu osobních údajů.

V září 2010 společnost připravila a na recyklovaném papíře vytiskla informační a varující brožuru pro rodiče s názvem (Naučte svoje děti) Bezpečně surfovat, v níž byla vysvětlena rizika pohybu dětí na internetu a uvedeny rady pro rodiče, jak mohou nebezpečí předcházet. Brožura byla distribuována v síti prodejen O2 a také jako příloha interního časopisu O.pen. Zároveň byla brožura k dispozici na Lince Bezpečí.

V listopadu 2010 podpořila společnost Telefónica O2 mezinárodní konferenci International Safer Internet Conference s názvem „Bezpečnější kyberprostor: Evropské podněty a české zkušenosti“. Na konferenci vystoupilo celkem čtrnáct řečníků (včetně zástupce společnosti Telefónica O2), z toho pět ze zahraničí. Na společné platformě se setkali jak zástupci státního sektoru, tak odborníci z firemní oblasti, aby diskutovali problematiku počítačové a internetové bezpečnosti.

Na konci roku 2010 se uskutečnil již osmý ročník mezinárodní konference, zabývající se působením internetu na společnost, s názvem Cyberspace, kterou pořádala Právnická fakulta Masarykovy univerzity ve spolupráci s Fakultou sociálních studií MU. Telefónica O2 byla hlavním partnerem této akce.

Péče o zaměstnance a pracovní prostředí

Dlouhodobou strategií společnosti v oblasti lidských zdrojů bylo vytvořit z O2 „místo, kde je radost pracovat“. Na podzim roku 2010 byl definován nový 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.

Struktura zaměstnanců

	Stav k 31.12.2010
celkem počet zaměstnanců	6 936
z toho ženy	36,2%
z toho muži	63,8%
z toho zaměstnanci se zdravotním znevýhodněním či postižením	1%

Údaje o počtu zaměstnanců podle divizí

Název organizační jednotky	Stav k 31.12.2010
Divize Korporátní zákazníci	957
Divize Rezidentní zákazníci	2 028
Divize Provoz	2 647
Vnější vztahy	13
Strategie a rozvoj produktů	301
Lidské zdroje	73
Podpůrné jednotky	312
Divize Finance	297
Právní a regulatorní záležitosti	42
Interní audit a řízení rizik	15
Divize Marketing	201
Kancelář generálního ředitele	4
DHL	46
Celkem	6 936

Zapojení zaměstnanců

Průzkum Reflect

Zájem zaměstnanců společnosti o průzkum spokojenosti a motivovanosti se meziročně udržel na 90 %. Celkový Reflect index zůstal na stejné úrovni jako v roce 2009. Tento výsledek považovalo vedení společnosti za dobrý, zejména vzhledem ke skutečnosti, že v průběhu roku došlo k řadě významných změn. V dílčích oblastech se zobrazilo několik menších pozitivních trendů v indexu Top management, který ale stále zůstává největší příležitostí pro zlepšení především v efektivitě týmu top manažerů, důvěryhodnosti a dostupnosti. Indexy Můj manažer, Má práce a rozvoj a Atmosféra stále patří k silným stránkám firmy Telefónica O2.

Přiblížování se k zákazníkům

V roce 2010 společnost zavedla nový program nazvaný „Jeden den se zákazníkem“, jehož cílem bylo zprostředkovat manažerům přímý kontakt se zákazníkem a díky tomu zlepšovat vědomí o potřebách našich zákazníků. V roce 2010 se programu zúčastnilo 240 manažerů, kteří strávili jeden pracovní den v prodejně, v call-centru, či vyrazili za zákazníkem po boku obchodníka nebo technika.

Zlepšování interní spolupráce

Pro společnost je důležité, aby jednotlivé interní týmy společně efektivně spolupracovaly. Telefónica Tým je nový nástroj ve formě krátkého strukturovaného dotazníku, který poskytuje vedoucím jednotlivých týmů příležitost zlepšení služby poskytované interním zákazníkům. V roce 2010 byla tato zpětná vazba zkušebně spuštěna v několika divizích, rozšíření do celé firmy bude pokračovat v roce 2011.

Výroční ceny Spirit of O2

Už tradičně se ve společnosti oceňovali nejlepší zaměstnanci v rámci výročních cen Spirit of O2. Všichni zaměstnanci měli možnost nominovat sebe nebo své kolegy za aktivity, které napomáhají společnosti Telefónica O2 držet se na špičce telekomunikačního trhu. Novinkou roku 2010 bylo zavedení nové kategorie, kdy měli zaměstnanci možnost zvolit mezi sebou toho nejlepšího a ocenit jej Cenou zaměstnanců.

Globální ocenění Bravo Awards

V rámci Telefonica globální strategie Bravo byly zavedeny tzv. Bravo Awards, model nefinančního odměňování zaměstnanců za příspěví zaměstnanců k dosažení cílů společnosti.

Programy podporující rovnováhu pracovního a osobního života

Telefónica O2 si uvědomovala, že dát zaměstnancům možnost pracovat 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. Při využívaných komunikačních prostředcích (pevné či mobilní internetové připojení a zaměstnanecký mobilní telefon) nebyla potřeba veškeré aktivity vykonávat z kanceláře. Firma 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.

Vzdělávání a rozvoj

Adaptace nových zaměstnanců

V roce 2010 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 2010 celkem 84 zaměstnanců.

Leadership

Rozvojem leadershipu v oblasti středního a vyššího managementu se i v roce 2010 zabýval dlouhodobý program Leading to Excellence. Pro jeho absolventy (za čtyři roky jich bylo více jak 500) byla určena nadstavba Feedback – the Pathway to Success, která byla v roce 2010 úspěšně zahájena pro 24 manažerů. Pro rozvoj top managementu jsou určeny programy Telefónica Corporate University.

Job Model – účel a popisy pracovních pozic

V roce 2010 Telefónica O2 zavedla Job Model, na kterém intenzivně pracovala v minulých letech. Job Model přinesl konzistentní a seriózní východisko pro základní mzdy ve firmě tím, že se zaměstnanci zařazují dle vykonávané práce do jedné ze šesti základních skupin a příslušného mzdového stupně, k němuž je přiřazena i odpovídající sazba bonusu, případně má další návaznost na odměňování. Kritériem pro zařazování je základní účel každé jednotlivé pracovní pozice, tj. to, co má zaměstnanec na tom či onom pracovním místě vykonávat a za co odpovídá.

Plán Zaměstnaneckých akcií

Telefónica O2 v roce 2010 představila program, který nabízí jedinečnou příležitost investovat do akcií společnosti a získat odměnu, pokud budou mít zaměstnanci akcie v držení určitou dobu a splní i další podmínky programu.

Zaměstnanci jsou oprávněni nabývat akcie Telefónica, S. A., každý měsíc v průběhu jednoho roku, a to až do celkové roční hodnoty 1 200 eur. 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.

Motivační programy a benefity

I přes náročnou ekonomickou situaci na trhu nabídla Telefónica O2 již tradičně svým zaměstnancům pestrou škálu benefitů, tzv. caterii, v rámci níž si zaměstnanci mohli zvolit např. finanční produkty, služby a produkty O2, benefity podporující zdraví, vzdělávání se nebo rovnováhu pracovního a osobního života. Zdravotně znevýhodnění zaměstnanci dostali navíc poukázku na rehabilitační dovolenou ve výši 10 tisíc korun ročně.

Ocenění Zaměstnavatel roku

V roce 2010 společnost získala páté místo v hlavní kategorii ocenění Zaměstnavatel roku. Odborná porota firmu ohodnotila nejvýše ze všech IT/Telco společností.

Péče o životní prostředí

Politika ochrany životního prostředí

Vztah společnosti Telefónica O2 k minimalizaci jejího vlivu na životní prostředí byl v roce 2010 definován dlouhodobou strategií a vyhlášenou Politikou ochrany životního prostředí. Ta se dlouhodobě zaměřuje na eliminaci, resp. minimalizaci možných dopadů případných poškození či degenerace 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 přispěla společnost k hlubšímu prosazení myšlenek péče o životní prostředí i ve svém okolí. Sama také v roce 2010 pokračovala v aktivním zapojování svých zaměstnanců prostřednictvím programu Zelená firma.

Snižování negativních dopadů

Nadále se dařilo držet trend snižování negativních dopadů na životní prostředí. Telefónica O2 spotřebovala k zajištění svých činností v roce 2010 o více jak 2,5 % méně elektrické energie, spotřeba zemního plynu se snížila o více než 7 % a spotřeba vody se snížila o více než 50 % oproti roku 2009. Ve srovnání s rokem 2009 bylo sníženo celkové množství znečišťujících látek vypuštěných do ovzduší ze zdrojů na výrobu tepla, elektrické energie i z dopravních prostředků, kdy např. spotřeba pohonných hmot klesla o více než 20 %. Současně se firmě dařilo snižovat produkci odpadů, neboť byl zaznamenán opětovný meziroční pokles.

Šetrný přístup společnosti se promítl i v jiných oblastech, kdy např. pro obalový materiál byl opětovně využíván recyklát nebo materiály minimalizující dopad na životní prostředí.

Certifikace

Aktivity společnosti v oblasti péče o životní prostředí podléhaly pravidelnému ověřování, a to jak v interních oblastech, tak u činností dodavatelů. Dosahovaná úroveň přístupů 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

Telefónica O2 se i v roce 2010 opětovně zaměřila též na sociální oblast, v níž se snažila aktivně prosazovat principy aktivní péče o životní prostředí. Mezi nejvýznamnější aktivity patřil sociálně zaměřený projekt Nechte svůj starý mobil pomáhat, který podporoval provoz Linky Bezpečí.

V roce 2010 se Telefónica O2 stala hlavním partnerem nového multikulturního projektu pro celou rodinu Open Air Festival. Ve spolupráci s pořadající agenturou Abaton Production a environmentálním partnerem Bioplaneta uspořádala první ročník tohoto festivalu. Díky ucelenému environmentálnímu konceptu bylo zrecyklováno 90 % veškerého odpadu, recyklace i úklid probíhal již během celé akce, nikoliv až po jejím skončení.

Festival byl přihlášen do mezinárodní soutěže Greener Festival Awards a získal druhé nejlepší hodnocení v kategorii „Commended“. Telefónica O2 také získala ocenění za Nejlepší partnerskou spolupráci 2010 v žebříčku Top Filantrop, který pořádá Fórum dárců ve spolupráci s Czech Top 100.

Podpora veřejně prospěšných aktivit

Podpora veřejně prospěšných aktivit a filantropie byla i v roce 2010 nedílnou součástí konceptu CSR. Telefónica O2 usilovala o to, aby její technologie pomáhaly zlepšovat lidem kvalitu života. Hlavním nástrojem pro transparentní a systémové firemní dárcovství byla již devátým rokem Nadace O2.

Společnost se v roce 2010 účastnila sedmého ročníku akce TOP filantrop, ceny Fóra dárců za společensky odpovědné chování. Dostala se do žebříčku deseti nejtědřejších firem v České republice, v kvantitativní kategorii TOP 10 filantrop 2010 se podle objemu investovaných prostředků umístila na šestém místě. Pro měření filantropických aktivit bylo využíváno měření dle LBG, komplexní standardizovaný mezinárodní systém měření filantropických aktivit firem. V rámci uvedené akce byl vyhlášen druhý ročník ceny pro Osobnost roku – cena společnosti O2. Cena byla určena jednotlivci, který se významným způsobem zasloužil o rozvoj a propagaci společenské odpovědnosti firem, osobní angažovanosti v neziskovém sektoru nebo filantropii v České republice.

Celková výše finančních prostředků, věcných darů a telekomunikačních služeb, které Telefónica O2 v roce 2010 poskytla na veřejně prospěšné projekty, překročila částku 33 milionů Kč.

Regionální granty a Cena Nadace O2

V devátém ročníku programu Regionálních grantů rozdělila Nadace O2 již tradičně 10 milionů korun mezi 54 nestátních neziskových organizací a podpořila přes 7 tisíc dětí a mladých lidí. Granty ve výši 50–400 tisíc Kč získaly projekty na podporu sociálně a zdravotně znevýhodněných dětí a mládeže, na podporu aktivního využití jejich volného času, výchovu a vzdělávání, odstranění bariér a problémů komunikace. Vítězem Ceny Nadace O2 pro rok 2010 se stala Asociace pomáhající lidem s autismem – APLA, konkrétně střediska Praha a Střední Čechy, Jižní Čechy a Jižní Morava za projekty napomáhající pozitivnímu rozvoji dětí s poruchou autistického spektra. Cena Nadace O2 představovala speciální ocenění ve výši 1 milionu Kč pro projekt, který správní radu nadace zaujal svou snahou měnit zavedené společenské zvyklosti a otevírat tabuizovaná společenská témata.

Linka bezpečí 116 111

Nadace O2 byla již 16 let generálním partnerem jediné celostátní bezplatné anonymní linky důvěry pro děti, které se ocitly v tíživých životních situacích. V roce 2010 se Nadace O2 stala již podruhé hlavním partnerem benefičního koncertu Linky bezpečí. Diváci přímého přenosu zaslali Lince bezpečí dárcovské SMS v celkové výši přesahující 800 000 Kč. Celkový výtěžek koncertu činil přes 8,6 milionu korun a největším dárcem se stala společnost Telefónica O2, která darovala prostřednictvím Nadace O2 4,65 mil. Kč.

Linka seniorů

Nadace O2 i nadále pokračovala v podpoře Linky seniorů, provozované organizací Elpida Plus 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 2010 přes 3 500 závažných hovorů z celkového počtu 27 tisíc kontaktů. Díky finanční podpoře Nadace O2 zůstalo volání na linku bezplatné. Nadace O2 ve spolupráci s Elpidou realizovala osvětovou kampaň Mluvme o stáří, jejímž cílem bylo vyvolání mezigeneračního dialogu a rovněž upozornit na názorové stereotypy, které ve společnosti u tématu stáří stále přetrvávají.

Minimalizace šikany

Program úspěšně pokračuje již na více než 60 školách, kde učitelé procházejí několikaměsíčním vzděláváním zaměřeným na osvojení dovedností v problematice šikany. Program je financován z několika zdrojů, z velké části čerpá podporu z evropských sociálních fondů. Nadace O2 se v roce 2010 v rámci programu MÍŠ zaměřila na osvětu, konkrétně na fenomén kyberšikany. Ve spolupráci s hlavním realizátorem programu, sdružením Aisis, realizovala celostátní osvětovou kampaň na všech základních školách v České republice s cílem předat učitelům, rodičům a žákům informace jak se kyberšikaně bránit a jak ji pomáhat řešit.

O2 kachní závody

V roce 2010 realizovala Nadace O2 charitativní projekt s cílem získat další finanční prostředky pro Linku bezpečí a Linku seniorů a zviditelnit činnost těchto dvou organizací mezi zákazníky společnosti. Široká veřejnost si mohla ve všech značkových prodejnách O2 zakoupit žlutou kachničku. Cena jedné kachničky byla 60 Kč a Telefónica O2 se vzdala zisku z prodeje a darovala celých 60 Kč z každé kachničky na podporu Linky bezpečí a Linky seniorů. Linka bezpečí tak získala 548 448 Kč a Linka seniorů 137 112 Kč.

Dobrovolnické programy pro zaměstnance

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

V roce 2010 se do činnosti Nadace O2 zapojilo rekordních 3 048 zaměstnanců, což bylo o 54 % více než v roce 2009. Telefónica O2 Czech Republic dosáhla nejvyššího zapojení zaměstnanců ze skupiny Telefónica Europe.

Zaměstnanci se v roce 2010 zapojili do úspěšných finančních sbírek, 2 371 zaměstnanců darovalo 2 135 058 Kč. Nejvíce finančních prostředků poskytli na pomoc obyvatelům severních Čech zasažených povodněmi v srpnu 2010. Darovali 703 153 Kč. Druhou největší částku, 631 655 Kč, darovali na pomoc obyvatelům Haiti, které zasáhlo ničivé zemětřesení. Obě tyto sbírky společnost Telefónica O2 navýšila o téměř 100 % a darovala je prostřednictvím humanitární organizace Člověk v tísni potřebným rodinám. V roce 2010 změnili svými finančními dary zaměstnanci život osmnácti lidem, kteří si mohli pořídit nezbytné zdravotnické pomůcky. Dále zaměstnanci podpořili Linku bezpečí, Linku seniorů a pomohli také dětem v Latinské Americe.

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

Pokračovali jsme v realizaci teambuildingů pro dobrou věc, během nichž manažeři s celými svými týmy pracovali v neziskových organizacích. V roce 2010 věnovalo tímto způsobem 725 zaměstnanců (17 týmů) 5 800 hodin práce neziskovým organizacím. Zapojilo se sedmkrát více zaměstnanců než v roce 2009. Svůj volný čas darovalo 81 zaměstnanců. 700 hodin trávili při volnočasových aktivitách s dětmi z dětských domovů, 238 hodin pomáhali v Thomayerově nemocnici v Praze, 194 hodin věnovali přípravě a podpoře při plaveckých závodech plavců s těžkým zdravotním handicapem. 1 680 hodin se zaměstnanci věnovali hodnocení a vybírání projektů v hlavním grantovém programu Nadace O2, v němž Nadace O2 rozdělila 10 milionů korun mezi nestátní neziskové organizace.

Nadace O2 také ocenila ty zaměstnance společnosti, kteří byli ve svém volném čase aktivními dobrovolníky. V roce 2010 díky této službě veřejnosti získalo 22 zaměstnanců 400 tisíc korun pro veřejně prospěšné organizace, kterým pravidelně a dlouhodobě pomáhají.

Na velikonočních a vánočních trzích, které Nadace O2 pořádala na dvanácti budovách po celé České republice, nabízely zaměstnancům chráněné dílny produkty vyrobené lidmi se zdravotním znevýhodněním. Šedesát dílen v roce 2010 získalo díky zaměstnancům společnosti tímto způsobem téměř 550 tisíc korun.

Mezinárodní dobrovolnický projekt Proniño

Dobrovolné aktivity zaměstnanců přesáhly i v roce 2010 hranice České republiky. V roce 2010 se šest zaměstnanců společnosti zapojilo do Mezinárodního dobrovolnického programu Proniño, který společnost Telefónica O2 realizovala v zemích Latinské Ameriky. Třicet dobrovolníků ze všech zemí, kde Telefónica působila, poslala v roce 2010 společnost Telefónica do Ekvádoru, Brazílie, Guatemaly, Argentiny a Kolumbie. Zde měli za úkol co nejsmyslnějším 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 O2

V roce 2010 také pokračoval i projekt Daruj krev s O2, jehož cílem je podpořit dobrovolné dárcovství krve v České republice. Do projektu se v průběhu roku zapojilo 140 zaměstnanců a odebráno bylo více než 113 litrů krve. Odběry pravidelně probíhají přímo v budovách společnosti.

Podpora Fair Trade

Projekt S 02 Férově zaměřený na podporu výrobků a služeb z oblasti Fair Trade probíhal i v roce 2010. Podpořit obyvatele nejchudších částí naší planety mohli zaměstnanci, zákazníci i široká veřejnost podpořit zakoupením Fair Trade výrobků v rámci celé řady akcí, které Telefónica O2 v roce 2010 pořádala. Šlo například o velikonoční a vánoční trhy chráněných dílen a Fair Trade výrobků, Dny dárcovství krve zaměstnanců nebo hudební Open Air Festival, kde se lidé mohli o podpoře Fair Trade dozvědět více a zároveň si tyto výrobky koupit. V roce 2010 zakoupili zaměstnanci společnosti Telefónica O2 Fair Trade výrobky v hodnotě 100 tisíc korun a pomohli tím bojovat proti chudobě a dětské práci. Celkově se na podpoře Fair Trade podílelo 5 tisíc zaměstnanců. Fair Trade výrobky byly také využívány jako dárky pro účastníky různých konferencí a také jako vánoční dárky pro obchodní partnery. Zaměstnanci společnosti také měli možnost koupit si výrobky Fair Trade prostřednictvím e-shopu za zvýhodněné ceny, dále pak využít nabídky Fair Trade a etno cateringu při různých firemních akcích.