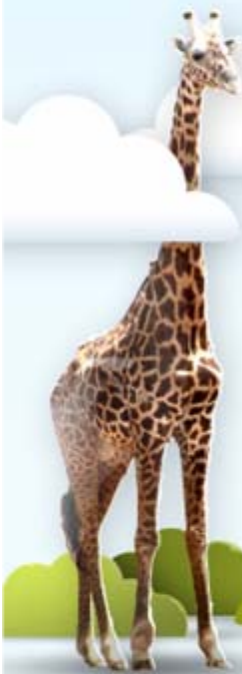




# better future

הדוח החברתי של חברת פרטנר תקשורת לשנת 2007



[www.orange.co.il/betterfuture](http://www.orange.co.il/betterfuture)



עמוד	נושא
4	דבר המנכ"ל
5	על הדוח החברתי
6	<b>אחריות חברתית</b>
7	מדיניות האחריות החברתית
9	<b>על החברה</b>
14	מבנה בעלות, מועצת המנהלים
15	<b>איכות הסביבה</b>
16	המדיניות שלנו
17	האופן בו אנו פועלים
18	חסכון באנרגיה
19	צמצום פליטות גזי חממה
21	מחזור וצמצום צריכה ופסולת
22	טלפונים סלולאריים, הרשת ובריאות הציבור
24	<b>מוצרים, שיווק ולקוחות</b>
25	המדיניות שלנו
26	האופן בו אנו פועלים
27	דיאלוג עם לקוחותינו
28	דיאלוג עם ספקינו
28	מוצרים ושירותים
28	הדרכה
29	תקשורת שיווקית
29	בטיחות המכשירים
30	נגישות לשירותים ולמוצרים
31	שקיפות ובהירות המידע
32	הכרה והערכה





עמוד	נושא
33	<b>סביבת העבודה וזכויות עובדים</b>
34	מדיניות סביבת העבודה וזכויות העובדים שלנו
35	האופן בו אנו פועלים
36	דיאלוג עם העובדים
38	הכשרה, הדרכה והעשרה
40	העסקה הוגנת
42	רווחה
43	מניעת הטרדה
43	הכרה והערכה
44	<b>הארגון והקהילה</b>
46	המדיניות שלנו
46	האופן בו אנו פועלים
47	חינוך לתקשורת וטכנולוגיה מתקדמת
49	מתגייסים למען הקהילה
49	יצירת הזדמנויות תעסוקה
51	תרומות ואימוץ עמותות
52	תקציב קשרי קהילה
53	<b>הבטחה לעתיד</b>
55	יעדים מרכזיים לשנים 2008-2009
58	הזמנה לדיאלוג
58	תודות
60	אינדקס ה GRI



## שלום!



מיום הקמתנו אנו שואפים לקחת חלק פעיל ביצירת עתיד טוב יותר. עבורנו, המחויבות לעתיד היא אינה סיסמא ריקה אלא מחויבות יומיומית של כולנו, אליה אנו נרתמים בכל תחומי העשייה והפעילות המגוונים שלנו: פיתוח המוצרים, איכות השירות, ההצעות השיווקיות וכמובן מחויבות חברתית.

מאז תחילת פעילותינו ב-1999 עם השקת המותג orange בישראל, אנו מאמינים כי לחברות עסקיות יש תפקיד חשוב ביצירת שינוי חברתי.

לכן אנחנו בפרטנר, משלבים שיקולים ערכיים, חברתיים וסביבתיים לצד שיקולים כלכליים.

עם השנים פיתחנו תרבות ארגונית השמה במרכז חתירה למצוינות, מקצוענות ויושרה המאפשרים לנו להביא ערך מוסף לציבור לקוחותינו, בעלי מניותינו, עובדינו ובעלי העניין הנוספים.

אנו פועלים לפיתוח בר קיימא העונה על צרכי ההווה ומבטיח את העתיד ורואים בגישה זו לא רק הכרח וצו המצפון, אלא גם את סוד הצלחתנו העסקית.

אני מאמין שחיים בחברה בריאה, מועילה ותורמת הוא המרחב בו כולנו רוצים לחיות, פשוט כי זה טוב לכולנו. אני מאמין שההשקעה שלנו בחינוך לטכנולוגיה ותקשורת נותנת כלים לעתיד טוב יותר ומחויבותנו כמותג חזק היא בראש ובראשונה לתרום מחוזקותינו באופן שינביט זרעים עתידיים.

בדוח זה אני רואה הזדמנות לשתף ולהזמין אתכם לבחון יחד עימנו את פעילותינו בתחום האחריות החברתית, ולסייע לנו להמשיך ולהשתפר.

**יחד** - ניצור כאן עתיד מצוין

**דוד אבנר, מנכ"ל**



## הדוח החברתי של פרטנר - פרופיל וגבולות

דוח זה בא לסקור את פעילות החברה על כלל תחומי האחריות החברתית, תוך התייחסות למימד הכלכלי, הסביבתי והחברתי.

זהו הדיווח החברתי הראשון אותו אנו עורכים, ומטרתו להציג לכלל מחזיקי העניין בחברה את פעילותינו, תוך ציפייה לשיפור מתמיד שיושג על ידי הערותיכם והארותיכם לתחומים שנסקרו.

הדיווח מתייחס, בעיקרו, לשנת הפעילות 2007 (אלא אם צוין אחרת) וחל על כלל מרכזי השירות והמכירה, אתרי השידור בארץ ומטה החברה אשר נמצא בפארק אפק בראש העין.

טרם הדיווח ערכנו מיפוי מקיף לכלל נושאי האחריות החברתית, בהתייחס למדדים מובילים בארץ ובעולם. בהתאם למסקנות המיפוי, אנו שוקדים בימים אלה על בניית תכניות עבודה להמשך פעילותינו בתחום. תוצאות הפעילות ייסקרו בדיווח הבא שיתייחס לתקופת הפעילות 2008-2009.

דוח זה נכתב על פי מתכונת G3 של ארגון GRI הבינלאומי ברמת דיווח B, תוך שאיפה להציג את כלל הנושאים המהותיים לפעילות החברה.

בסוף הדוח מופיעה טבלה המביאה את המדדים השונים שנסקרו בדיווח זה ואת מיקומם בתוכו.

G3 - מסגרת וכללים לדיווח חברתי בחסות ארגון ה-GRI – Global Reporting Initiative. במסגרת G3 קיימות 3 רמות דיווח A/B/C והיא כיום מסגרת הדיווח המובילה והמקובלת בשוק הבינלאומי.



## מהו דוח אחריות חברתית?

**אחריות חברתית** הינה האופן בו ארגונים משלבים שיקולים חברתיים, ערכיים וסביבתיים לצד שיקולים כלכליים בפעילות העסקית השוטפת. המטרה בנקיטת מדיניות של אחריות חברתית היא הקטנת ההשפעות השליליות והגדלת ההשפעות החיוביות של הארגון על סביבתו.

**דוח חברתי** הוא אחד האמצעים המשמעותיים העומדים לרשות הארגון לבטא את מחויבותו לניהול הביצועים החברתיים והסביבתיים ולשיפורם.

הדוח מיועד לכל מחזיקי העניין של החברה, שהם כל מי שהחברה משפיעה עליו או מושפע ממנה - בעלי מניות, משקיעים, לקוחות, עובדים, ספקים ושרשרת ערך, רשויות והציבור הרחב (קהילה).

הדוח הינו וולונטרי ומשקף את מחויבות החברה לשקיפות, דיווח ודיאלוג עם מחזיקי העניין.

אין כללים מחייבים לכתיבת דוח חברתי, אולם הגישה המקובלת בעולם לגיבוש דוח חברתי מאוגדת בהנחיות

ה-GRI ([global reporting initiative](#)), ארגון שמטרתו לפתח הנחיות בינלאומיות שיאפשרו דיווח מקיף ומהותי עבור כל מגזר עסקי, יאפשרו בחינה של התקדמות הארגון בניהול האחריות החברתית והשוואתו לארגונים אחרים.



## אחריות חברתית



## מדיניות האחריות החברתית שלנו

אנו בפרטנר פועלים על פי עקרונות האחריות החברתית וכללי הדיווח המקובלים, תוך התייחסות רב מימדית הכוללת מימדים כלכליים, חברתיים וסביבתיים, על מנת להמשיך להביא ערך מוסף למגוון מחזיקי העניין שלנו.

### אנו רואים עצמנו מחויבים:

#### ללקוחותינו

על ידי פיתוח מוצרים מתקדמים המשקפים חדשנות טכנולוגית, תוך מתן שירות מצוין, אישי וחוויתי ואיכות רשת גבוהה. אנו שואפים לקיים דיאלוג שוטף ללמידה ושיפור מתמידים.

#### לבעלי המניות והמשקיעים

על ידי מתן ערך מוסף והתחייבות לעשות שימוש נכון ומושכל בהון ובמשאבים.

#### לעובדינו

ביצירת סביבת עבודה ייחודית, מתקדמת, שיויונית, מאתגרת, בטוחה ומעצימה המעודדת דיאלוג ומערכת יחסים הוגנת.

#### לרשויות ולרגולציה

על ידי הקפדה על קיום הכללים, החוקים והתקנות החלים עלינו כמפעיל תקשורת ובתרומה בפעילותינו לפיתוח המשק הישראלי.

#### לשותפים ולשרשרת הערך

אנו רואים בספקים שלנו שותפים לדרך, מכירים בצרכיהם ושואפים לסייע לצמיחתם והתפתחותם תוך יצירת ערך משותף.

#### לחברות מתחום התקשורת

על ידי עידוד תחרות הוגנת ליצירת ערך מוסף לטובת כלל הציבור.

#### לציבור

באמצעות פעילות המבוססת על כללי האתיקה והשקיפות מתוך אחריות חברתית סביבתית ורצון לסייע בפיתוח הקהילה בישראל.

#### לערכי החברה

על ידי הצמדות לערכי החברה:

**חתירה למצינות, יושרה, יחד, חוויה, אפשר, ייחוד, מקצוענות ולמידה,** המנחים אותנו בפעילותנו להשגת חזוננו הלכה למעשה.



## כיצד אנו מיישמים את מדיניות האחריות החברתית?

אימצנו מספר כלים המהווים לנו מנחה ושיטת פעולה.

### הקוד האתי

בעוד עקרונות הפעילות המפורטים לעיל מוכוונים לקדם את פרטנר אל עבר חזונה, הקוד האתי קובע את סף ההתנהגות המקובלת בחברה. הקוד האתי מופץ לכל עובד, מנהל ודירקטור בחברה, ובנוסף הינו זמין בפורטל הפנימי של החברה. קוד זה מחייב את כלל עובדי ומנהלי החברה ללא הבחנה. בראשית שנת 2008 פתחנו בהטמעת הקוד באמצעות לומדה אינטראקטיבית המאפשרת הטמעה טובה יותר של הקוד האתי בקרב עובדינו בכל הדרגים.

### הפרות ציות

באמצעות מנגנון Whistle Blower אנו מאפשרים לכל עובד לדווח על הפרה לכאורה של הקוד האתי ו/או להעביר כל תלונה היישר למבקר החברה ולמטה חברת האצ"סון בהונג-קונג.

התלונה המתורגמת נשלחת למטה חברת האצ"סון וחוזרת אל היחידה הרלוונטית בפרטנר לצורך בירור. יחידה זו מחויבת למסור את ממצאיה, ולדווח על אופן הטיפול למטה חברת האצ"סון.

בנוסף, מפעיל מבקר החברה תיבת תלונות, בה ניתן להגיש תלונות בכל נושא, בציון או בעילום שם. הנושאים נחקרים על ידי המבקר באמצעות בדיקה עצמאית בשטח, איסוף מסמכים ותיעוד, תשאול המנהלים האחראיים על פי נושא התלונה וקבלת התייחסותם. מידע על התלונה נמסר ליו"ר ועדת ביקורת סמוך למועד קבלתה בלשכת הביקורת. בתום החקירה ננקטים צעדים רלוונטיים על פי המלצת המבקר.

מבקר החברה מפרסם את דבר קיומם של ערוצים אלו לכלל העובדים מספר פעמים בשנה, ובשניהם נעשה שימוש על ידי העובדים.

### מיפוי סיכונים

אחת לשלוש שנים מתבצע מיפוי סיכונים כולל, על ידי המבקר הפנימי. המיפוי מקיף את כלל תחומי פעילות החברה. הסקר מתייחס בעיקר לנושאים אשר יכולה להיות להם השפעה מהותית על איתנות החברה, מצבה הפיננסי ותדמיתה. כמו כן, הסקר עוסק באמצעים שנוקטת החברה על מנת להפחית את הסיכונים ולהיערך לקראתם.

### דירוג מעלה



פרטנר משתתפת בדירוג "מעלה" המודד את רמת ניהול האחריות החברתית של חברות בישראל.

בדירוג "מעלה" 2008 שפורסם ב 11/6/08 בהתייחס לביצועי החברות ב 2007 בתחומי האתיקה, ממשל תאגידי, איכות סביבה, מעורבות בקהילה סביבת עבודה וזכויות עובדים, דורגה פרטנר בדירוג הגבוה ביותר - פלטינה, כאחת מבין 10 החברות המובילות בישראל בתחום האחריות החברתית.

פרטנר היא גם אחת מ-20 החברות המובילות בדירוג שעומדות בתנאי הסף של מדד ת"א 100 ואשר מרכיבות את מדד מעלה. מדד זה הושק ב 2005 בשיתוף הבורסה לניירות ערך בת"א והוא משמש כלי פיננסי שמטרתו לאפשר השקעה אתית על פי קריטריונים של אחריות חברתית.

פרטים נוספים על הדירוג ומדד מעלה ניתן למצוא [באתר מעלה](#).





# על החברה



## על החברה

בין 1997 ל-2006 גדל שיעור משקי הבית שבבעלותם לפחות מכשיר סלולארי אחד והגיע ל 87%, לראשונה שיעור גדול יותר משיעור הבעלות על טלפון ניח 85% (לקט נתונים סטטיסטיים תש"ח-תשס"ח, הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה)  
**נכון לסוף 2007 שיעור החדירה של הטלפונים הסלולאריים בישראל עמד על 125%.**

ב 10 השנים האחרונות הפך הטלפון הסלולארי לנחלת הרוב, חלק בלתי נפרד מחיינו האישיים והעסקיים. היום, המכשיר הוא הרבה יותר מטלפון ומשמש כמרכז מידע אישי זעיר, משוכלל ונייד המאפשר תקשורת בין אישית רב גונית: שיחה קולית, שיחת וידאו, הודעות טקסט, הודעות תמונה ו-וידאו. כמו כן, המכשיר הסלולארי האישי משמש גם כיומן, נגן מוסיקה אישי, מכונת משחקים משוכללת, אמצעי ניווט ושער גישה זמין מכל מקום לאינטרנט ולמייל.

חברת פרטנר תקשורת בע"מ, הינה חברת תקשורת הפועלת בישראל, ומספקת שירותים ויישומים באמצעות הטכנולוגיות המתקדמות בעולם תחת המותג Orange™. פרטנר מספקת פתרונות תקשורת מתקדמים, המהווים חלק אינטגרלי מן השירותים הניתנים ללקוח. בנוסף מאתרת החברה כל העת את צרכי השוק המשתנים ומפתחת פתרונות פונקציונאליים המאפשרים ללקוח לנהל את התקשורת האישית, המשפחתית והעסקית שלו בצורה נבונה, חסכונית ויעילה יותר.

פרטנר החלה לספק שירות סלולארי מסחרי בינואר 1999 בהשראת החזון אותו הגדירה לעצמה אז והמנחה אותה גם היום: **"להוביל את שוק התקשורת האישית בישראל בגישה שיווקית אחרת, באיכות השירות ובחדשנות טכנולוגית לתועלתם של לקוחותיה, בעלי המניות והעובדים."**

בשנת 2002 הורחב הרישיון למתן שירותי רט"ן שהוענק לחברה באפריל 1998 באופן שהתיר לה להפעיל את רשת הדור השלישי בישראל, כמו כן, פרטנר מציעה שירותי דור שלישי בנדידה במאות רשתות ברחבי העולם. לרשת פרטנר כיסוי אוכלוסייה של 97% ו- 2.86 מיליון לקוחות (נכון ל 31 בדצמבר, 2007). פרטנר כבר מיישמת את הטכנולוגיה הסלולארית המתקדמת של HSDPA המאפשרת גלישה במהירות של עד 3.6 Mbit/s.



פרטנר מחזיקה כעת ברישיונות למתן שירותי רט"ן, טלפוניה ניידת, תמסורת ושירותי אינטרנט ועל ידי כך תוכל למנף את הנכסים אשר בנתה בעולם הסלולארי על מנת להרחיב את סל התקשורת אותו היא מספקת ללקוחותיה.

פרטנר היא חברה מיוחדת בעלת תרבות ארגונית המדגישה חתירה למצוינות, מקצוענות ויושרה כמרכיבים מרכזיים בפעילותה. נאמנה לחזונה, ממשיכה פרטנר לפעול בעקביות להגשמת חזונה כמובילת שוק התקשורת האישית בישראל באיכות השירות ובחדשנות טכנולוגית.

### סיפור ההצלחה של חברת פרטנר

פרטנר היא סיפור הצלחה מקומי מוכח, תוצאה של גישה שיווקית חדשה, טכנולוגיה מתקדמת וגישה שירותית יוצאת דופן.

קבלת רישיון מפעיל סלולארי	1998	אפריל
השקה מסחרית	1999	ינואר
הנפקה בבורסות של NASDAQ ושל לונדון	1999	נובמבר
רישום למסחר בבורסה לניירות ערך בתל אביב	2001	יולי
השקת רשת הדור השלישי	2004	דצמבר
הנפקת אג"ח בסך 2.0 מיליארד ש"ח בישראל	2005	מרץ
רכישה עצמית של 33.3 מיליון מניות	2005	אפריל
פדיון אגרות חוב בסך 175 מיליון דולר	2005	אוגוסט
פרטנר מחלקת דיבידנד לראשונה	2005	אוקטובר
השלמת רכישת פעילות התמסורת של MED-1 IC-1 וקבלת רישיון תמסורת	2006	יולי
מינוי דוד אבנר כמנכ"ל החברה	2007	ינואר
קבלת רישיון מפ"א (יחד עם VOB)	2007	ינואר
קבלת רישיון נס"ר (נקודת סיום רשת)	2007	פברואר
חצי מיליון לקוחות דור שלישי	2007	אוקטובר



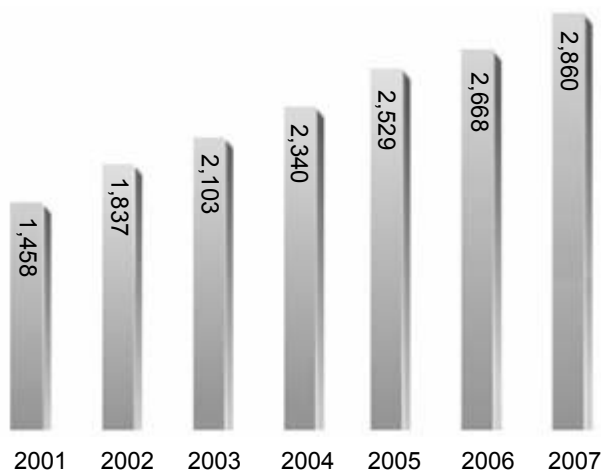


פרטנר זוכה להערכה רבה בקרב הציבור והקהילה העסקית בישראל. כביטוי להערכה הרבה לניהול ולביצועים פרטנר זכתה לאורך השנים בפרסים היוקרתיים ביותר בתחומים השונים, וכן במיקום גבוה בדירוגים המובילים במשק.

במרץ 2007 דורגה פרטנר במקום השני בדירוג החברות המוערכות ביותר במשק הישראלי. הדירוג נערך על-ידי חברה חיצונית, BDI-COFACE, שראייה 500 ממנהלי החברות המובילות במשק. רשימת החברות המוערכות הורכבה על-פי שלושה מדדים: חברות בהן פועלת ההנהלה האיכותית ביותר, חברות הראויות להערכה בזכות השירותים והמוצרים שלהן וחברות הראויות להערכה בשל הצלחתן הפיננסית.

**פרטנר נהנית מאיתנות פיננסית ומגידול מתמיד בנתח השוק וברווחיות:**

**מספר לקוחות (אלפים)**



2007	2006	2005	באלפי ₪
6,133,644	5,606,711	5,122,939	הכנסות
1,404,520	1,218,392	902,906	רווח תפעולי
1,278,203	1,051,950	557,458	רווח לפני מס
939,786	682,287	354,560	רווח נקי
6.01	4.44	2.19	רווח נקי למניה

2,014,668	1,850,107	1,568,616	EBITDA
-----------	-----------	-----------	--------



**חברי הנהלת פרטנר**

- דוד אבנר ..... מנכ"ל
- עמנואל אבנר ..... סמנכ"ל כספים ראשי
- אלון ברמן ..... סמנכ"ל טכנולוגיות
- חיים בקר ..... סמנכ"ל תפעול
- אלי גליקמן ..... סמנכ"ל חטיבת לקוחות
- עודד דגני ..... סמנכ"ל פיתוח עסקי, אסטרטגיה וקשרי משקיעים
- מיכל דנא ..... סמנכ"ל משאבי אנוש
- ארז פז ..... סמנכ"ל שיווק ותוכן
- רולי קלינגר ..... סמנכ"ל ייעוץ משפטי ורגולציה ומזכירת החברה
- גיל רוזנפלד ..... סמנכ"ל חטיבה עסקית
- גדי גילאון ..... סגן סמנכ"ל מערכות מידע
- יעקב (קובי) זכאי ..... סגן סמנכ"ל, מנהל רגולציה וקשרי ממשל

(נכון למועד פרסום הדוח)





**בעלי מניות**

פרטנר הינה חברה ציבורית, מניותיה של החברה נסחרות בבורסת תל אביב (TASE) תחת הסימול PTNR ותעודות ה-ADS של פרטנר נסחרות בנאסד"ק (Global Select Market) תחת הסימול PTNR. חברת Hutchison Telecommunications International Ltd (HTIL) הינה בעלת המניות העיקרית בחברת פרטנר ומחזיקה בכ-51% ממניות החברה. HTIL הינה מפעילת תקשורת מובילה המתמקדת בשווקים דינאמיים. יתרת מניות החברה מוחזקות על ידי בעלי מניות מייסדים ישראלים או חליפיהם (5%) והיתר על ידי הציבור הרחב (44%).



פרטנר רואה חשיבות רבה בקשר שלה עם בעלי מניותיה ושוק ההון. לאור חשיבות זו קיימת בפרטנר חטיבה שאחראית בין היתר על קשרי החברה עם שוק ההון בארץ ובחו"ל ובראשה סמנכ"ל פיתוח עסקי, אסטרטגיה וקשרי משקיעים. מחלקת קשרי משקיעים אחראית על הבנת הצרכים ואספקת המידע הנחוץ למשקיעים תוך שקיפות ודיאלוג מתמיד.

בשנת 2007 זכתה פרטנר בדירוג קשרי משקיעים בין לאומי שנערך ע"י Investor Relations IRGR, Global Rankings, בשני מקומות ראשונים בקטגוריית חברות אירופיות בינוניות וקטנות עבור אתר קשרי המשקיעים שלה ועבור מדיניות הגילוי הפיננסי הטובה ביותר.



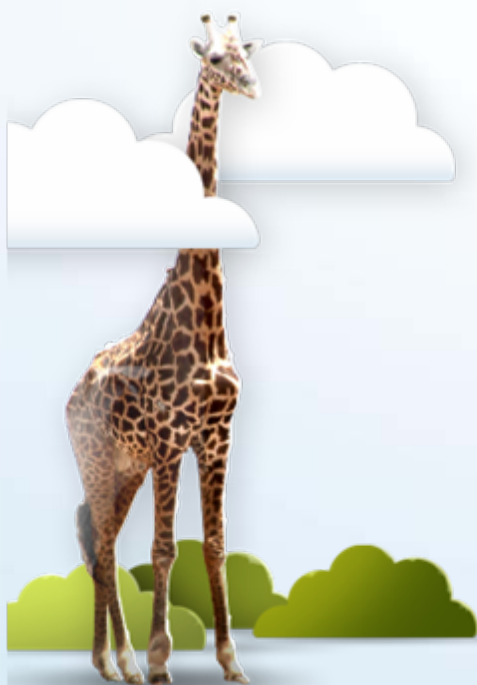
**מועצת המנהלים**

מועצת המנהלים של פרטנר כוללת 11 דירקטורים, מתוכם 3 דירקטורים בלתי תלויים (Independent Director) ששניים מהם עונים להגדרת דירקטור חיצוני. מועצת המנהלים כוללת ארבע ועדות: ועדה ניהולית (executive committee), ועדת ביטחון, ועדת גמול ועדת ביקורת. הדירקטורים נבחרים על ידי האסיפה הכללית של החברה בהסתמך על המלצת מועצת המנהלים המבוססת על בחינת כישוריהם וניסיונם. על פי דרישת הרישיון הדירקטור מטעם הישראלים המייסדים נבחר על-ידי בעלי המניות הישראלים המייסדים. בועדת הביקורת מכהנים 2 הדירקטורים החיצוניים כהגדרתם בחוק החברות ודירקטור בלתי תלוי.

כל חברי ועדת הביקורת הינם מומחים פיננסיים. חברי מועצת המנהלים של פרטנר פועלים למניעת ניגוד עניינים, ומקיימים בקפדנות אחר הוראות החוק הרלבנטיות בעניין זה לרבות הימנעות מהשתתפות בהצבעה בנושא שעל הפרק, במקרה בו לדירקטור יש עניין אישי והדבר נדרש על פי החוק. יו"ר מועצת המנהלים של פרטנר, מר פוק קאניג (Fok Kin-ning, Canning) הינו נושא משרה, כהגדרת מונח זה בחוק החברות, תשנ"ט - 1999, בהיותו חבר מועצת מנהלים. מר פוק אינו מכהן בתפקיד נוסף בחברת פרטנר.



## איכות הסביבה





**שומרים על הסביבה  
 מבטיחים היום  
 את אפשרויות המחר**

**חושבים יותר ירוק | מביטים יותר רחוק | נושמים יותר עמוק | מרגישים יותר orange**

אנו מבינים כי התייחסות להשפעותינו הסביבתיות כיעד אסטרטגי יוצרת ערך משותף עבורנו כגוף עסקי ועבור הסביבה והדורות הבאים. הדרך שלנו לשפר את איכות הסביבה שבה אנו חיים הינה באמצעות חסכון בצריכה, שימוש חוזר בציוד, מחזור ופינוי מבוקר של פסולת.

**מדיניות איכות הסביבה שלנו**

אנו רואים בהגנה על הסביבה חשיבות רבה וערך מנחה בפעילותינו השונות, מחויבים לצמצם את השפעותינו הסביבתיות, לשימוש במקורות בני קיימא ולשמירה על משאבי הטבע למען הדור הנוכחי ועתיד הדורות הבאים. אנו מנהלים השפעותינו הסביבתיות באמצעות מערכת לניהול סביבתי הכוללת: הקצאת משאבים, סקרים סביבתיים, הגדרת יעדים, יישום תוכנית עבודה, הדרכות והכשרות, תהליכי ניטור ובקרה, העמקת הפעילות ושיפור מתמיד. כמו כן אנו משלבים שיקולים סביבתיים בתהליכי קבלת ההחלטות. אנו פועלים בהתאם לעקרונות המקובלים לצמצום הפגיעה בסביבה: הפחתת השימוש בחומרי גלם, שימוש חוזר בחומרי גלם שמקורם בפסולת, מחזור הפסולת ופינוי מבוקר של הפסולת. אנו רואים עצמנו מחויבים לפעול לקידום עקרונות אלו גם בקרב כלל בעלי העניין. אנו מכבדים ועומדים בחוקים ובתקנות הקשורים להיבטים סביבתיים והישימים לפעילותנו, לרבות עמידה בתקנים בינלאומיים וולונטריים המאומצים על ידינו. אנו פועלים בשקיפות מול לקוחות, עובדים, ספקים ושאר בעלי העניין ומנהלים אתם דיאלוג מתמיד בנושא האחריות הסביבתית.







## אנו נושאים באחריות להגן על סביבתנו כחלק בלתי נפרד מפעילותנו העסקית.

### האופן בו אנו פועלים:

#### אנו מנהלים את השפעותינו הסביבתיות במספר רמות

■ **רשויות מוניציפאליות** - אנו פועלים בשיתוף מלא ובהתאם להנחיות של הרשויות המוניציפאליות שבשטחן ממוקמים האתרים השונים של החברה. מעבר למילוי כלל דרישות החוקים והתקנות הנוגעות לאיכות הסביבה, אנו פועלים בשיתוף עם אדריכלי הנוף ברשויות על מנת לשלב את אתרי השידור שלנו בנוף העירוני.

■ **שותפים ושרשרת ערך** - אנו שואפים לצמצם את ההשפעות הסביבתיות הקשורות לכלל פעילותינו, לכן אנו דורשים, בין היתר, מהספקים הרלוונטיים שלנו היתרים ואישורים לגבי הפעילויות שיש להן השלכה על איכות הסביבה (לדוגמא: פינוי פסולת לאתרים מורשים, פינוי ושפכים)

1. **ניהול מרכזי** - נושא איכות הסביבה בפרטנר מנוהל על ידי סמנכ"ל משאבי אנוש, המתווה את אופן וכיוון הפעילות ונושאת באחריות הניהולית בתחום. נושא האנטנות, קרינה ואישורי המשדר לאיכות הסביבה בעניין זה נמצאים באחריות סמנכ"ל טכנולוגיות.

2. **ניהול חוצה ארגון** - פרטנר מנהלת את השפעותיה הסביבתיות באמצעות מערכת לניהול סביבתי הכוללת: הקצאת משאבים, סקרים סביבתיים, הגדרת יעדים, יישום תוכנית עבודה, תהליכי ניטור ובקרה העמקת הפעילות ושיפור מתמיד. פעילות זו מתבצעת בסיוע של עורכי מבדקים, מתאמים חטיבתיים ונאמני איכות ביחידות השונות.

3. **הדרכה** - כלל עובדי החברה עוברים הדרכה להעלאת המודעות בנושאי איכות הסביבה. כמו כן נערכות הדרכות והשתלמויות מקצועיות לבעלי התפקידים השונים במערכת הניהול הסביבתי.

4. **דיאלוג** - אנו מנהלים דיאלוג בנושא איכות הסביבה עם מחזיקי העניין הרלבנטיים:

■ **ארגוני תקינה וארגונים וולונטריים** - אנו פועלים על פי התקן הבינלאומי לניהול סביבתי ISO14001 ומשלימים את הצעדים האחרונים להסמכה לתקן זה. כמו כן, אנו פועלים ברוח פרק איכות הסביבה בקוד לניהול אחריות חברתית של ארגון מעלה.





## העשייה שלנו מצמצמים ומייעלים לעתיד טוב יותר!

יחד עם מספרם הגדל בהתמדה של לקוחותינו, אנו נמצאים בתנופת התרחבות מתמדת: מרחיבים מוקדי שירות ומוקדים טלפוניים, מגדילים מספר העובדים ומוסיפים תשתית ואתרי שידור. יחד עם זאת, אנו שואפים תמיד לצריכת משאבים מושכלת וחכמה ונמנעים מבזבז מיותר.

### מצמצמים צריכת אנרגיה

כתוצאה מהרחבת הפעילות, צריכת החשמל שלנו בשנת 2007 עלתה בשיעור של כ-3.2% ללקוח. אנו פועלים באופן תמידי לצמצום צריכת החשמל במספר דרכים:

#### עוברים לשימוש באנרגיה מתחדשת

על מנת להפחית את צריכת חומרי הדלק המתכלים ואת פליטת גזי החממה -כיום, כ-10% ממגברי השידור שלנו פועלים באמצעות אנרגיה סולארית. אנו שואפים להגדיל את כמות המגברים הפועלים באמצעות אנרגיה סולארית ב-10% נוספים מדי שנה. בנוסף, אנו בוחנים בימים אלה את האפשרות להקים מערכת לייצור חשמל באמצעות אנרגיה סולארית. מהלך זה צפוי לחסוך כ-0.5% בצריכת החשמל.

#### מחליפים חלק מתשתית הרשת בציוד חסכוני יותר באנרגיה.

החלפת הציוד החלה ב-2007 ואמורה להסתיים באמצע שנת 2009. המהלך צפוי לחסוך כ-7% בצריכת החשמל של הציוד שהוחלף.

#### מרחיבים את היכולות לחיבור וניתוק אוטומטי של מערכות האנרגיה

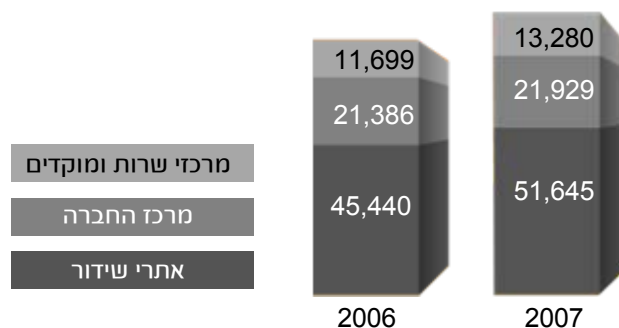
לכלל המשרדים ומרכזי השירות של החברה. מהלך זה צפוי לחסוך כ-1.5% בצריכת החשמל.

#### מחליפים את מערכת התאורה באתרי השידור (תרנים) בתאורה חסכונית מסוג LED.

ההחלפה תבצע באופן הדרגתי במשך כ-3 שנים. המהלך צפוי לחסוך כ-2% בצריכת החשמל.

### צריכת אנרגיה

צריכת אנרגיה לפי מקורות (אלפי קוואט"ש)



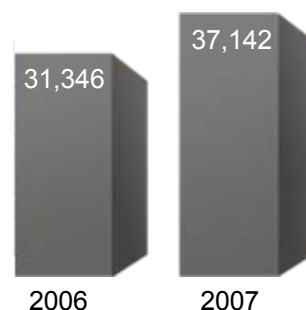


## מצמצמים פליטות ומייעלים מערך התחבורה

פליטות גזי החממה באות לידי ביטוי בפעילותינו דרך הפעלת גנראטורים לייצור אנרגיה באתרי השידור ודרך מערך התחבורה של החברה. בשל אופי פעילות החברה, שאר הפליטות זניחות ואינן רלוונטיות.

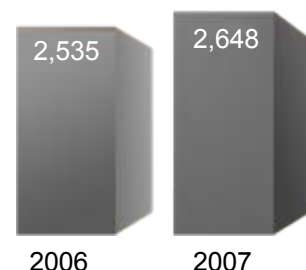
אנו עושים מאמצים לשיפור מתמיד ולייעול מערך התחבורה שלנו מתוך שאיפה להפחית את צריכת הדלק ולשמור על אוויר נקי.

### צי הרכב שלנו (אלפי ק"מ)



למרות הגידול המשמעותי בפעילות החברה (גידול של 7.2% במספר הלקוחות ב-2007) עלה מס' הקילומטרים הממוצע לנהג ב-2.4% בלבד.

### ייעול מערך היסעים של העובדים (אלפי ק"מ)



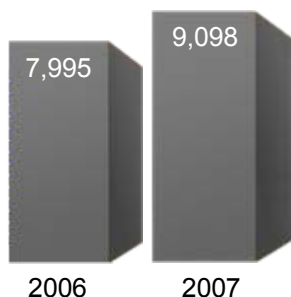
החברה מפעילה מערך היסעים נרחב עבור העובדים במטה החברה בראש העין, התורם לצמצום פליטות גזי החממה. בשנת 2007 ייעלנו את מערך היסעים של העובדים ומס' הקילומטרים הממוצע לנוסע ירד ב-4.3% לעומת 2006.

### ייעול מערך נסיעות הלוגיסטיקה בחברה

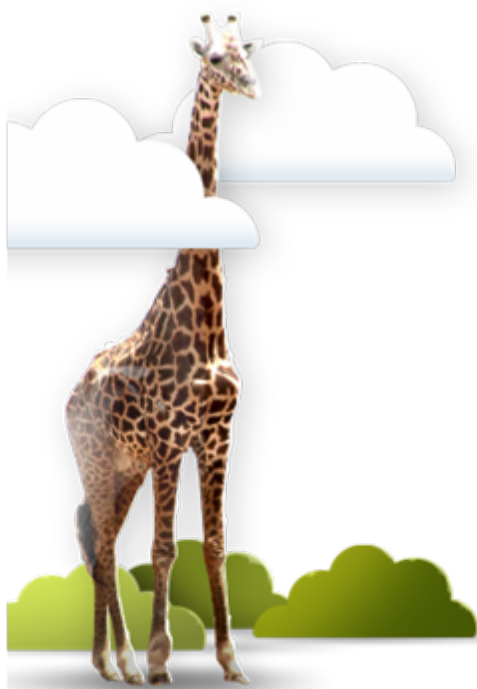
על אף הגידול במספר הלקוחות, לא היה שינוי במס' הקילומטרים (כ-1.2 מיליון) והממוצע השנתי ללקוח ירד ב-6.7%.

### פליטת גז CO2 כתוצאה מפעילות החברה (טון)\*

צמצום פליטות מזהמים מתאפשר אודות לייצור עצמי של חשמל באמצעות גנראטור המזהם פחות מצריכת חשמל ישירה. אנו מייצרים באמצעות הגנראטור כ-6% מצריכת החשמל במטה החברה בראש העין.



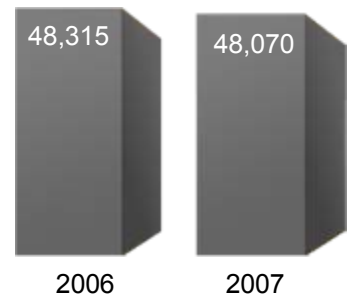
\*פליטות ישירות כתוצאה מייצור אנרגיה, חימום, גנראטור, ק"מ צי רכב, טיסות





### מצמצמים בצריכת המים

צמצום צריכת המים השנתית  
(מ"ק)



על אף הגידול במספר העובדים, הצלחנו בשנת 2007 להגיע להפחתה של כ- 0.5%





## מצמצמים וממחזרים הצריכה והפסולת

אנו רואים במחזור יעד אסטרטגי המאפשר יצירת ערך משותף עבורנו ועבור הסביבה. ערך משותף זה מתבטא בצמצום השימוש בחומרים, צמצום ביצירת פסולת וחסכון במשאבים לכלייהם.

### ■ צמצום צריכת הנייר

חשובות במייל

שירות המאפשר ללקוחותינו לקבל את החשבונית החדשית שלהם באמצעות הדואר האלקטרוני. השירות חוסך את הצורך בהדפסת החשבונית ושליחתה בדואר ומאפשר ללקוחותינו לנהל את חשבוניותיהם באופן מסודר ויעיל יותר. אנו מעודדים את לקוחותינו להצטרף לשירות על ידי הענקה של 60 דקות זמן אויר ליעדי orange ובזק במתנה.

### טפסים ממוחשבים

שירות המאפשר ללקוחותינו שימוש בטפסים אלקטרוניים ובחתימה אלקטרונית במסמכים הדרושים בתהליכי השרות והמכירה. מסמכים אלו נשלחים ללקוח באמצעות הדואר האלקטרוני בהתאם לבקשתו.

### הדפסה מאובטחת

על כל המדפסות מותקנים קוראים המאפשרים רק לשולח ההדפסה לקבלה באמצעות קריאת תג עובד. בנוסף ההדפסה נמחקת תוך שעה במידה והעובד לא הגיע לאסוף את ההדפסה וכך לא מתבצעת הדפסה ללא צורך ונחסך בזבז של נייר.

### תלושי שכר ממוחשבים

החל מיולי 2008 מתבצע מעבר לתלוש שכר ממוחשב המוצג באינטראנט הפנימי של החברה אשר יאפשר לעובדינו מעקב ותיוק יעילים יותר, ויחסוך את הצורך בהדפסת תלושי השכר.

### הדפסה דו צדדית

במרבית מדפסות החברה ברירת המחדל היא להדפסה דו צדדית.

### ■ שימוש חוזר בציוד

שימוש חוזר במכשירים סולאריים

אנו מעודדים את לקוחותינו להחזיר מכשירים שאינם בשימוש בעת ביצוע שדרוג או ניווד ומעניקים להם זיכוי כספי תמורת מסירת המכשיר הישן. חלק מהמכשירים מפורקים לחלקי חילוף, וחלקם נמכרים אנו מעודדים את לקוחותינו להחזיר מכשירים שאינם בשימוש בעת ביצוע שדרוג או ניווד ומעניקים להם זיכוי כספי תמורת מסירת המכשיר הישן. חלק מהמכשירים מפורקים לחלקי חילוף, וחלקם נמכרים לשימוש חוזר במדינות שונות. כמו כן, מכשירים תקולים מפורקים אף הם לחלקי חילוף. שיעור חלקי החילוף הממוחזרים, מתוך כלל חלקי החילוף בהם אנו משתמשים עמד בשנת 2006 על 20.3%, ובשנת 2007 על 20.9% - גידול של 2.7%.

### שימוש חוזר בציוד רשת

מרבית ציוד הרשת (דור שני) שאנו רוכשים עבור אתרים חדשים והן עבור תחזוקת אתרים קיימים, הינו ציוד ממוחדש. כלומר, אנו עושים שימוש חוזר בציוד הרשת הנ"ל ובכך מצמצמים את הצריכה של ציוד חדש.





## טלפונים סלולאריים, הרשת ובריאות הציבור

אנו מקפידים הקפדה יתרה על בקרת מערך מתקני השידור וציוד הקצה, על היבטיהם השונים. לאחרונה, נושא ההשלכות הבריאותיות של שיטת השידור הסלולארי עלה לסדר היום הציבורי. אנו מתייחסים ברצינות רבה לדאגה שהתעוררה בקרב הציבור בעקבות כך. בהמשך יובא הסבר על אופן השידור של הרשת הסלולארית הפועלת באמצעות גלי רדיו - שיטת שידור המלווה אותנו בכל מקום ובכל זמן כבר למעלה מ-100 שנה.

### איך עובדת הרשת הסלולארית

הטלפון הסלולארי שלנו מנהל מערכת יחסים מורכבת למדי עם תחנות בסיס ואנטנות הפרוסות ברחבי העיר באמצעות גלי הרדיו, בלעדיהם לא ניתן להוציא או לקבל שיחות. בו ברגע שהטלפון נדלק, הוא שולח לתחנת הבסיס הקרובה אליו אות שמזהה אותו במערכת הסלולארית ובהתאם ידע להפנות אליו שיחות בכל מקום בו ימצא. כל תחנת בסיס מנהלת את תעבורת השיחות עליה היא אחראית באזור גיאוגרפי המכונה Cell (תא). תחנת הבסיס עוקבת אחר עוצמת האות המשודר על ידי הטלפון הסלולארי. כאשר עוצמת האות נמוכה מן הנדרש, המשמעות היא שהמשתמש הסלולארי נמצא רחוק מדי מתחנת הבסיס שמשדרת אותו. ברגע שזה קורה תחנת בסיס אחרת (הקרובה יותר למשתמש) נוטלת את הפיקוד. על מנת לשמור על כיוון סלולארי טוב, יש צורך בתחנות בסיס המסוגלות לכסות כל מקום בו אנו מעוניינים לבצע שיחה (ראה תרשים) הקשר בין הטלפונים הסלולאריים לתחנות הבסיס מתבצע באמצעות שידור רדיו אלקטרומגנטי - בדיוק באותו סוג השידור שבו נעשה שימוש במקלטי רדיו, במחשבים, בטלוויזיות ובמכשירים נוספים המשמשים אותנו בחיי היומיום.

### רמות השידור ברשת הסלולארית

ככל שהמכשיר הסלולארי רחוק מתחנת בסיס, הוא "מתאמץ" יותר ומשדר שידור רדיו בעוצמה גבוהה יותר. הדבר דומה מאד לשיחה בין בני אדם: כאשר אנו רחוקים מבני שיחנו, אנו מדברים בקול רם ואפילו צועקים על מנת שישמע. כאשר אנו קרובים - ניתן להתאמץ פחות ולדבר בקול שקט (ואפילו ללחוש).

לפיכך, בדרך כלל כמות גדולה של אנטנות תביא לכך שהמכשירים ישדרו ברמות נמוכות יותר - ורמת הקרינה שתיפלט מהם תהיה נמוכה יותר. מספר רב של תחנות בסיס חשוב גם לרמת הקליטה הגבוהה של הרשת הסלולארית, וגורם לכיוון טוב בכל רמת הקרינה הנפלטת מהשידור מקום בו נרצה לדבר. האלקטרומגנטי של האנטנות הסלולאריות, נתונה לפיקוח בינלאומי ומקומי מחמיר. מטרת הפיקוח היא לצמצם ככל האפשר אפשרות של סכנה אפשרית לבריאות הציבור.

ההמלצה לתקן נקבעה ע"י הארגון הבינלאומי לקרינה בלתי מייננת (International Commission on Non-Ionizing Radiation - ICNIRP) ואומצה ע"י ארגון הבריאות העולמי.





מידע נוסף על רמת הקרינה הנפלטת משידור המכשיר, ניתן לקבל בעלון המידע של פורום החברות הסלולאריות המצורף לכל מכשיר, או [באתר האינטרנט של הפורום](#)

למידע נוסף בנושא זה:

[אתר המשרד להגנת הסביבה](#)

[אתר CNIRP](#)

[אתר ארגון הבריאות העולמית](#)

[ליצירת קשר בנושא איכות הסביבה](#)

על פי הנחיות המשרד להגנת הסביבה בישראל על האנטנות הסלולאריות בישראל לעמוד בתקן המחמיר פי 10 מההמלצה של ארגון הבריאות העולמי. האנטנות של פרטנר עומדות בהמלצת התקן של המשרד להגנת הסביבה. רמת הקרינה המותרת בישראל, ונמצאת בפיקוח מתמיד של המשרד להגנת הסביבה, נמוכה ממדינות רבות בעולם, בהן הולנד, אנגליה, ספרד, שוודיה, ארה"ב ומדינות רבות נוספות.

### **עוצמת השידור ורמת הקרינה של המכשירים**

המלצות האגודה הבין לאומית להגנה מקרינה (IRPA/ICNIRP) משנת 1998 דורשות שההספק הנבלע בכל יחידה של רקמה בראש, שמשקלה עשרה גרם, לא יעלה על 20 mW, כלומר  $SAR \leq 2W/kg$ . רמה זו מגדירה בעצם את עוצמת אנרגיית הרדיו המרבית המותרת לכלל האוכלוסייה בארץ וגם בעולם. הסטנדרטים האלה כוללים גם מקדמי בטחון משמעותיים שנועדו להבטיח את בטיחות כלל האנשים, ללא קשר לגילם או מצבם הבריאותי. כל דגם מכשיר סלולארי המשווק בארץ ובעולם תוכנן ויוצר כך שלא יעבור את רמת החשיפה המרבית לאנרגיית גלי רדיו (RF), שנקבעה על ידי תקנים בינלאומיים קפדניים וכאן בארץ על ידי משרד התעשייה והמסחר. הבדיקות שעל פיהן נקבעה הרמה המקסימאלית של הקרינה הנפלטת משידור של המכשיר, נערכות לכל אב טיפוס של מכשיר, כאשר הוא משדר בעוצמה הגבוהה ביותר שהוא מסוגל ובכל תחומי התדרים שבהם ניתן לו רישיון לפעול. בפועל, המכשיר הסלולארי תוכנן להוריד את רמת ההספק שלו, כך שיפעל בעוצמה הנמוכה ביותר שעדיין תאפשר לו להיקלט ברשת הסלולארית. בדיקות אלו נערכות כאשר המכשיר תקין ושלם. חשוב לציין כי תיקון, חבלה או שינוי בצורתו עלולים לשנות את רמת השידור של המכשיר.



# מוצרים, שיווק ולקוחות





## 2.86 מליון לקוחות ואנו מחויבים לכולם.

- ✓ מחויבים לקידמה
- ✓ מחויבים לאיכות יוצאת מן הכלל
- ✓ מחויבים לשירות ללא פשרות
- ✓ מחויבים להגינות
- ✓ מחויבים לשקיפות
- ✓ מחויבים לנגישות

הצלחת לקוחותינו, משמעה הצלחה שלנו. מתוך אמונה זו וכנגזרת של חזוננו אנו רואים מחויבות לפעול בשקיפות ובהגינות בכל הנוגע לתעריפים ולשירותים אותם אנו מספקים. אנו מחויבים לספק ללקוחותינו שירותים ומוצרים הנמצאים בחזית הטכנולוגיה, מחויבים לציוד הקצה ממנו נהנה הלקוח ומוודאים כי עניינו נשמר גם בהתקשרות מול ספקי הציוד השונים.

### מדיניות המוצרים, השיווק והלקוחות שלנו

אנו מנהלים דיאלוג פתוח ושוטף עם לקוחותינו במטרה להבטיח שיפור מתמיד של המוצרים והשירותים לשביעות רצונם.

אנו מחויבים לשקיפות ואמת בפרסום, מתחשבים ברגשות הציבור על גווניו ונמנעים מהצגת תכנים אלימים או נצלניים בפרסומינו.

אנו מתייחסים בכבוד, שוויון והגינות ללקוחותינו מכלל מגזרי האוכלוסייה, מספקים מוצרים ושירותים בטוחים לשימוש, העונים על צרכי הלקוחות ועל צרכיהן של אוכלוסיות מיוחדות וכן דואגים לשירות נגיש לכלל לקוחותינו, ביניהם בעלי מוגבלויות.

אנו מספקים ללקוחותינו פתרונות תקשורת מתקדמים, מידע נרחב על המוצרים והשירותים אותם אנו מספקים ושירות לקוחות יעיל, אדיב וחדשני באיכות ובמקצוענות ללא פשרות תוך שמירה קפדנית על פרטיות הלקוחות.



## הלקוחות שלנו

### מדיניות

## האופן בו אנו פועלים

**הוגנות בשיווק ובפרסום** - אנו משווקים ומפרסמים את מוצרינו בצורה הוגנת ואחראית, פונים לכלל הציבור, ושומרים על כבודן של כלל האוכלוסיות במדינת ישראל. אנו נמנעים לחלוטין משימוש במסרים אלימים, בוטים או נצלניים.

**בטיחות** - לקוחותינו נהנים ממוצרים בטוחים לשימוש, אשר נבדקו בקפידה ועומדים בתקנים מחמירים על פי דרישות החוק.

**בהירות ושקיפות** - לקוחותינו זכאים למלוא המידע אודות המוצרים, התכניות והשירותים אותם אנו מציעים. כחלק מהאסטרטגיה הניהולית, אנו מקפידים על שקיפות התעריפים, ומספקים מידע מלא כנדרש בחוק ומעבר לכך.

**ניהול מרכזי** - נושא השירות ללקוחות החברה, הפרטיים והעסקיים, ושימורם מנוהל על ידי ראש חטיבת הלקוחות (סמנכ"ל) וראש החטיבה העסקית (סמנכ"ל). נושאי השיווק, התוכן וצידוד הקצה מרוכזים על ידי ראש חטיבת השיווק והתוכן (סמנכ"ל).

**דיאלוג** - כחברה השואפת למובילות ומציננות בתחום השירות, אנו שמים את לקוחותינו במרכז העשייה ושואפים להגביר את שביעות רצונם. לשם אפיון צרכיהם ורצונותיהם של לקוחותינו, אנו מנהלים מנגנוני דיאלוג עמם במספר ערוצים. אפיון זה, נערך במטרה להיענות לצורכי לקוחותינו באופן המיטבי. אנו מקפידים להיות "עם האצבע על הדופק" ופועלים לניטור שביעות הרצון של לקוחותינו באמצעים שונים. בנוסף, אנו פועלים בשיתוף עם עמותות שונות למציאת פתרונות מתקדמים להנגשת מוצרינו ושירותינו לאוכלוסיות בעלות צרכים מיוחדים.

**מוצרים ושירותים** - לקוחותינו נהנים ממגוון רחב של מוצרים ושירותים מתקדמים וחדשניים.

**הדרכה** - מתוך הבנה כי מתן שירות מצוין דורש כישורים מקצועיים מתאימים, אנו משקיעים משאבים רבים בהדרכת והכשרת עובדינו במגוון קורסים וסדנאות המדגישים את נושא המציננות בשירות.





## העשייה שלנו:

**שמים אנשים בראש סדר העדיפויות. שמים מערכות יחסים בלב העשייה. יום יום.**

### טיפול מידי

במקרים בהם נתוני הסקר מצביעים על אי שביעות רצון בקרב לקוח מסוים, נציג היחידה אשר עמה היה הלקוח במגע, יוזם שיחה עם אותו הלקוח בפרק זמן של עד 3 ימי עבודה, לטיפול ממוקד בבעיה.

### איכות השירות

אנו מבצעים בקרה רציפה אחר איכות השירות הניתנת ללקוחות החברה. באמצעות הסקרים המוזכרים מעלה, וכן באמצעות מערך לקוחות סמויים הפוקדים את מרכזי השירות ומתקשרים למוקדים הטלפוניים, באמצעות מערכת לדיווח על תקלות שירות (שת"פ ומשוב), מערכת הפתוחה לכלל הנציגים ומאפשרת להם לדווח על כל תקלת שירות בה נתקלו במהלך עבודתם, וכן תוך שימוש בצוות ייעודי שמטרתו להקשיב לשיחות עם לקוחות (פרונטאלי וטלפוני) ולחבר דוח למנהלי היחידות בנוגע לאיכות השיחה, מיומנויות הנציגים ואיתור תהליכים טעוני שיפור.

### דיאלוג עם לקוחותינו

אנו שמים דגש מיוחד על נושא השירות ללקוח, ומשקיעים משאבים רבים בסקירת שביעות הרצון של לקוחותינו ובשיפור מתמיד. הדיאלוג מול לקוחותינו מתבצע במספר אפיקים, וכולל מנגנונים שונים לאיתור צרכיהם ושמירה על רמת שביעות רצון גבוהה:

#### קשר רציף

אנו מעודדים את לקוחותינו לפנות אלינו ולהביע את דעתם. לרשות לקוחותינו מגוון ערוצים לפניה אלינו:

- שרות הלקוחות הטלפוני
- מרכזי השרות והמכירה
- מחלקת פניות הציבור
- אתר orange שמאפשר self-service
- פניה באמצעות הדואר האלקטרוני

#### סקרי שביעות רצון

אנו עורכים סקרים תקופתיים, סקרים שוטפים (בעקבות פניה לשירות פרונטאלי, לשירות טלפוני או למערך המכירות) וסקרים ייעודיים. אנו מנתחים ודנים במידע העולה מהסקרים וקובעים במידת הצורך יעדים לשינוי ולשיפור. אנו מודדים את יישום השינויים ואת מידת השיפור בשירות באמצעות סקרים נוספים ומשוב מעובדינו. ב 2006 ו - 2007, הציון המשוקלל של סקר שביעות רצון הלקוחות עמד על למעלה מ - 9 (מתוך 10).





### שמירה על פרטיות הלקוחות

אנו מקפידים הקפדה יתרה על אבטחת המידע הנוגע לפרטיות לקוחותינו. נושא זה בא לידי ביטוי הן בהיבט אבטחת מערכות המידע והן בהיבט נהלי העבודה.

### דיאלוג עם ספקינו

אנו מקיימים דיאלוג עם ספקינו, מכירים בצרכיהם ושואפים לסייע לצמיחתם והתפתחותם. התחלנו בהטמעת מערכת שתאפשר לספקים גישה למידע בנושאים שונים הקשורים להליך העסקי מולם (מצב הזמנה, מצב חשבונית, תאריך תשלום וכיוצא באלה). אנו שואפים להדק את הקשר עם הספקים בתקופה הקרובה, ולפתח מנגנוני דיאלוג נוספים כגון - כנסי ספקים וסקרי שביעות רצון.

### מוצרים ושירותים

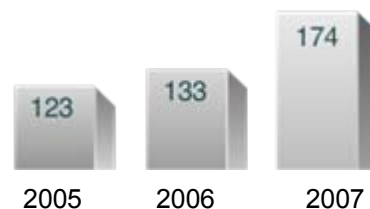
אנו מספקים ללקוחותינו מבחר עשיר ומלהיב של מוצרים ושירותים מקדמת הטכנולוגיה. מידע נוסף על השירותים והמוצרים ניתן למצוא באתר [.orange](http://orange)

### הדרכה

הגידול המתמשך בכמות הלקוחות, החידושים הטכנולוגיים והשינויים בשוק התקשורת, מציבים בפנינו אתגר בתחום הכשרת כח אדם מקצועי, למתן מענה שירותי בסטנדרטים הנהוגים בפרטנר -סטנדרטים של מצוינות בשירות.

■ בשנת 2007 הגדלנו את כמות קורסי ההכשרה לתפקיד, לעובדי חטיבת הלקוחות.

### כמות קורסי ההכשרה לתפקיד - עלייה של 31%



שיעור הנציגים החדשים שעברו בהצלחה את קורס ההכשרה עלה אף הוא - 92.7% בשנת 2007 לעומת 86.7% בשנת 2006

■ פיתחנו את קורסי ההכשרה ע"י ניתוח מחדש של תפקיד נציג השירות, בניית קורס אינטגרטיבי יותר המכשיר עובדים על פי סוג הפניות בהן יטפלו, ופיתוח לומדות הכשרה ללמידה עצמית.





**“ניידות המספרים”**

אחד האתגרים המשמעותיים בשנת 2007 היה ההערכות למהלך ניידות המספרים. היערכותנו להכשרת נציגי השירות והמכירה לטיפול בלקוחות הקיימים והפוטנציאליים במסגרת מהלך זה כללה הדרכה של **2600 עובדים**, ב- **164 מחזורי הדרכה** אשר בוצעו במהלך חודש וחצי. לצורך כך הכשרנו 55 מדריכים, וערכנו 36 ימי הדרכה. ערכנו 10 כנסים רבי משתתפים, ופיתחנו 10 לומדות שונות ללמידה יחידנית.

**תקשורת שיווקית**

אנו נוקטים בגישה אחראית במסרנו הפרסומיים, באופן המשקף את ערכי המותג **orange** ואישיותו: אישי, פשוט, בין לאומי, הוגן, קדמה טכנולוגית, אופטימי, דינמי ומפתיע. כפועל יוצא מכך, אנו נמנעים לחלוטין ממסרים בעלי אופי פוגעני, אלים או בוטה. אנו פועלים בכפוף לחוקי המותג, המנחים אותנו ביצירת שפה תקשורתית הוגנת ובהימנעות ממסרים נצלניים בפנייה לילדים ונוער. אנו מציעים את מוצרינו ושירותינו לכלל האוכלוסייה במדינת ישראל, לפיכך אנו מקפידים לפנות ללקוחותינו הקיימים והפוטנציאליים בשפתם (עברית, רוסית וערבית) ולהתאים את השירותים לצרכיהם.

**מהי ניידות מספרים? בהתאם להנחיית משרד התקשורת, החל מה-2/12/2007 יכולים לקוחות מפעילי התקשורת בארץ לעבור מרשת לרשת, ללא עלות ובתהליך קצר ונוח, ולהישאר עם אותו מספר טלפון, כולל הקידומת. מהלך זה הצריך הערכות מקיפה של החברה בהיבטים רבים.**

**בטיחות המכשירים והגנה מפני תכנים שאינם הולמים.**

- כל המכשירים שאנו משווקים עוברים בדיקות קפדניות אצל היצרן, המספק לנו אישורים על עמידתם בתקני המשרד להגנת הסביבה ומשרד התקשורת.
- אנו מונעים גישת ילדים וגישה אקראית לתכנים בפורטל הסלולארי המיועדים לאוכלוסייה הבוגרת, באמצעות מנגנון שנקרא “זיהוי אמין בגיר” (בהתאם לדרישת הרגולאטור). הלקוח מתבקש להזין ת”ז ושנת לידה באמצעות ממשק בפורטל הסלולארי לצורך בדיקת גיל מול משרד הפנים.





**נגישות לשירותים ולמוצרים**

כחברה מובילה, אנו מתחייבים כלפי לקוחותינו לספק מכשירים ושירותים מתקדמים הנגישים לכלל האוכלוסייה. בין פעולותינו:

- הרשת שלנו מכסה 97% מהאוכלוסייה.
- 31 מוקדי השירות והמכירה שלנו פרוסים בכל רחבי הארץ (מספר המרכזים נכון ל- 31 בדצמבר 2007)
- באירועים וכנסים המוניים וכן בשעות חירום, אנו פורסים ציוד רשת נייד, באמצעות מערך תומך, וצוות עובדים המגיעים למקום האירוע.
- אנו מציעים שירות ללקוחותינו ומספקים תוכן שיווקי במגוון שפות (עברית, אנגלית, רוסית וערבית) ובמגוון אמצעים (שירות פרונטאלי, שירות טלפוני ושירות דרך פורטל החברה).
- אנו מתאימים את שירותינו לצרכי אוכלוסיות שונות, ביניהם: תכניות מותאמות לחיילים, סטודנטים, משפחות ומגזרים.
- משמעות המילה נגישות עבור פרטנר היא לאפשר לכל לקוח הזדמנות שווה והוגנת במפגשי השירות, על ערוציו השונים. כדי ליישם את הנושא, פנינו בשנת 2004 לעמותת נגישות ישראל וקיבלנו דוח יסודי, מקצועי ומפורט שאפשר את יישומה ושילובה של תורת הנגישות בחברה.

מאז ועד היום אנו פועלים בשיתוף פעולה ודיאלוג עם עמותת נגישות ישראל. כל מרכזי השירות והמכירה שלנו נגישים לבעלי מוגבלויות, 11 מתוכם נגישים מעבר לנדרש על פי חוק וכוללים עמדות שרות מותאמות לנכים בכיסאות גלגלים, כאשר כ- 8 מהם קיימת גם ערכה המסייעת ללקוח בעל מגבלת שמיעה לשמוע טוב יותר את נציג השרות.

כחלק מהמדיניות לשיפור הנגישות ללקוחות, כל מרכז שרות ומכירה חדש שנבנה וכל מרכז קיים שעובר שיפוץ או שינוי כלשהו, מותאמים באופן שתואר כאן לשימוש בעלי מוגבלויות.

- אנו משווקים מכשירים ייעודיים לקשישים ולכבדי ראייה ושמיעה (מסך מוגדל, מקשים מוגדלים, צלצול מוגבר, שמע מוגבר וכו').
- אנו משווקים אוזניות ייחודיות לכבדי שמיעה המותאמות למכשירי שמיעה שונים.
- אנו מספקים שירות שיחת וידאו בדור השלישי המאפשר לחרשים ולכבדי שמיעה לתקשר בשפת הסימנים.



## הלקוחות שלנו

יישום

### שקיפות ובהירות המידע

■ אנו מספקים מידע מלא לגבי המכשירים אותם אנו משווקים: אופי המוצר או השירות, המפרט הטכני של מכשירים ואופן תפעולם, המחיר המלא, נתונים לגבי עמידה בתקני קרינה בלתי מייננת ועוד. מידע זה זמין במרכזי השירות והמכירה, באתר האינטרנט, במענה הקולי ובתוכן שיווקי הנשלח ללקוחותינו מעת לעת.

■ אנו שואפים לפשט את התכניות אותן אנו מציעים ככל שניתן לטובת לקוחותינו, ולטובת ציגי השרות והמכירה שלנו. אנו נוקטים בגישה של צמצום היצע תכניות התעריפים, על מנת להקל על עומס המידע אליו נחשפים הנציגים והלקוחות. יחד עם זאת, אנו מקפידים על שמירת מגוון מספק של תכניות תעריפים והצעות אשר תתאמנה לכל חתכי האוכלוסייה. כמו כן, אנו מצמצמים את כמות המרכיבים של תכנית התעריפים ומגדירים מנגנוני תמחור פשוטים שיקלו על הלקוח להבין מה בדיוק הוא מקבל במסגרת התכנית.

■ **orange בול בשבילך** - אנו מספקים ללקוחותינו מידע והמלצות לגבי מסלולים העשויים להביא לחסכון בחשבון החודשי. מסלולים אלה מותאמים באופן פרטני להרגלי השימוש האישיים של הלקוח. המידע מופיע על גבי החשבונית החודשית.





## פרסים

מאז הקמתה זוכה פרטנר להערכה רבה על פעילותה בתחום השירות והשיווק.

### שירות מס' 1

פרס השירות ללקוח בישראל מטעם המייל (מכון ישראלי לניהול)

בשנים 2002-2004 זכתה פרטנר שלוש שנים ברציפות במקום הראשון בקטגוריית תקשורת, ואף זכתה בפרס על השירות הטוב בישראל בכלל השוק.

**פרסים נוספים בתחום השירות בשנים 2005-2007**  
מטעם "ידיעות אחרונות" וכן במקומות ראשונים בסקרי דעת קהל בשנת 2005-2007 מטעם עיתונים "גלובס" ו-"The Marker".

### מותג מס' 1

מדד המותגים של גלובס

orange נבחר כמותג החזק ביותר בין מותגי התקשורת בישראל ובמקום השני בין כלל המותגים בישראל במדד המותגים של העיתון "גלובס", חמש שנים ברציפות (2004-2008).

### EFFIE

EFFIE Platinum על המהלך השיווקי המצטיין שהוכיח אפקטיביות והישגים יוצאי דופן בין השנים 1999-2004 (2005).

הקמפיין השיווקי הטוב לשנת 2006

המהלך השיווקי - עסקי המוצלח לשנת 2007 בקטגוריית התקשורת, מדיה, היי טק ומחשוב.

### The Marker

המותג החדשני ביותר בישראל והמשפיע ביותר בתחום התקשורת (יוני 2007).





## סביבת העבודה וזכויות עובדים



מעל 5000 עובדים מכל אזורי הארץ מכל גווי הקשת החברתית בישראל שואפים ליצור יחד, סביבת עבודה מאתגרת יותר, חווייתית יותר, מעצימה יותר, בטוחה יותר.

אנו שואפים ליצור לעובדינו סביבת עבודה מאתגרת, חווייתית, מעצימה ובטוחה המשקפת את ערכי המותג שלנו הלכה למעשה, יום יום.

חשיבות התרומה של עובדינו להצלחת החברה ויעדיה משתקפים בחזון פרטנר. האתגר העומד בפנינו הוא לפעול על פי חזון זה, תוך גיוס ושימור כוח אדם איכותי, במציאות תעסוקתית תחרותית.

להיות מותג  
מספר 1  
גם לעובדים!

### מדיניות סביבת העבודה וזכויות העובדים שלנו

פרטנר מכבדת ומקיימת זכויות אדם, נמנעת מדעות קדומות ומעניקה הזדמנות שווה לכל אדם. אנו מכבדים את הצרכים התרבותיים, הדתיים והחברתיים של כל עובדינו ושואפים למתן הזדמנויות תעסוקה שוויוניות ללא הבדלי דת, גזע, מין, לאום, מוצא והעדפה מינית. אנו רואים בעובדינו מקור לעוצמתנו, ומקפידים על כך שיזכו ליחס של כבוד, ישתכרו שכר המאפשר קיום בכבוד וייהנו מסביבת עבודה נוחה ומתקדמת ומסל הטבות מקיף.

אנו נוהגים בהגינות ורגישות גם במקרי פיטורין ומשתמשים בהם כמוצא אחרון. אנו מנהלים דיאלוג שוטף למיפוי העדפותיהם ושיפור שביעות רצונם של העובדים בהיבטים מגוונים של פעילות החברה. אנו דואגים לפיתוח האישי והמקצועי של עובדינו, ולפיכך שמים דגש על מערך ההדרכה המקצועי ומספקים תכניות הכשרה לכלל עובדי החברה.

אנו מקיימים פעילויות רווחה והעשרה מגוונות ויצירתיות לעובדי החברה ובני משפחותיהם. אנו שמים דגש על נושאי הבטיחות, הגהות והבריאות הסביבתית של העובדים והקהילה הקרובה, על ידי הקצאת משאבים, אימוץ תקנים וולונטריים ומערכת ניהולית מקיפה.

אנו חותרים באופן מתמיד לספק סביבת עבודה ייחודית, חווייתית ומעצימה לעובדינו על פי חזון החברה וערכיה, במטרה להיות חברת התקשורת שהכי טוב לעבוד בה.





## האופן בו אנו פועלים

**שותפים ושרשרת ערך** - אנו דורשים מכל קבלני המשנה עמם אנו קשורים, ציות מלא לחוקי ההעסקה, ומפתחים תהליכי אכיפה בנושא.

**בטיחות וגהות** - אנו פועלים על פי תקן OHSAS18001 לבטיחות וגהות תעסוקתית ומשלימים את הצעדים האחרונים להסמכה לתקן זה. כמו כן אנו מקיימים ועדת בטיחות המשותפת להנהלה (סמנכ"ל תפעול הינו נציג ההנהלה בועדה זו) ולנציגי העובדים ביחידות השונות אשר הוסמכו כנאמני בטיחות.

**ניהול מרכזי** - תחומי הגיוס, ההעסקה, ההדרכה והפיתוח הארגוני, רווחת העובדים ובטיחותם מרוכזים על ידי סמנכ"ל משאבי אנוש.

**דיאלוג** - עובדינו הם חלק בלתי נפרד מהצלחת החברה. חשוב לנו לדעת מה הם חושבים, והיכן לדעתם ניתן להשתפר. אנו מתייעצים עם עובדינו במגוון נושאים, סוקרים את מידת שביעות רצונם, מציבים להם יעדים, מעניקים להם משוב על ביצועיהם ומתכננים יחד איתם את עתידם המקצועי בפרטנר.

**הכשרה, הדרכה והעשרה** - אנו משקיעים רבות בפיתוח הדרכה והכשרה מקצועית, מתוך ידיעה כי מקצועיותם של עובדינו היא שתסייע לנו להעניק שירות מצוין ללקוחותינו. אנו עורכים סדנאות העשרה לעובדינו בנושאים שונים על מנת לתרום לפיתוחם האישי. בנוסף, אנו מכשירים ומדריכים את עובדי ומנהלי החברה בנושאי העסקה הוגנת, זכויות העובד ומניעת הטרדה מינית.





## העשייה שלנו, להיות orange מכפנים!

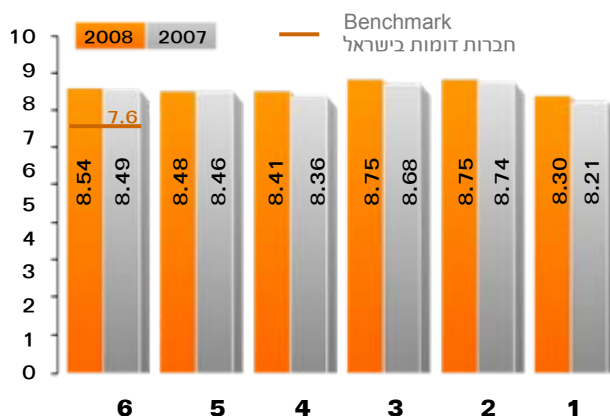
### דיאלוג

עובדינו הם שותפים אמיתיים להצלחת החברה, ככאלה חשובה לנו דעתם. כדי לאפשר להם ביטוי תדיר, קיימים מספר ערוצי דיאלוג והקשבה באמצעותם אנו מניעים תהליכי שיפור.

כביטוי לחשיבות הנושא מהווים ציון סקר העמדות ושיפור שביעות הרצון של העובדים חלק מיעדי החברה, לצד הביצועים הכלכליים עסקיים.

■ **הגדרת יעדים ומשוב לעובד** - בתחילת כל שנה, על בסיס תכנית העבודה השנתית, אנו מגדירים יעדים לעובדינו. בסוף השנה אנו מקיימים עימם משוב על בסיס השגת היעדים. מטרת המשוב הינן לחזק את הדיאלוג והקשר בין המנהל לעובדיו, ליצור שייכות ושותפות, לשפר את ביצועי העובד, לזהות מיומנויות הדורשות חיזוק ולהניע את העובד לצמיחה והתפתחות. העובד מקבל משוב לגבי עמידתו ביעדים שנקבעו לו בתחילת השנה/התפקיד, המידה בה התנהגותו תואמת לערכי פרטנר וכן הערכה כללית בעל פה. **בשנת 2007 קיבלו 98% מעובדי החברה** (שעמדו בקריטריונים - לדוגמא עובדים בחברה 3 חוד' לפחות) **משוב על עבודתם.**

■ **סקר עמדות שנתי** - כחלק מהמאמץ המתמיד לשיפור שביעות רצון העובדים, מתקיים מידי שנה סקר עמדות בו משתתפים עובדי החברה, שיעור המשיבים נע בין 92% ל 94.6% בשלוש השנים האחרונות. פרקי הסקר כוללים התייחסות לתחושות העובד לגבי עצמו, הצוות, למנהל הישיר והעקיף, התרבות הארגונית, שביעות רצונו הכללית והחברה. תוצאות הסקר נמצאות בשיפור מתמיד ובערכים גבוהים ביחס ל benchmark של חברות דומות.



- 1 - מלהיב לעבוד בפרטנר
- 2 - גאה לעבוד בפרטנר
- 3 - השקעה והתחייבות לפרטנר
- 4 - נאמנות לפרטנר
- 5 - מומלץ לעבוד בפרטנר
- 6 - שביעות רצון כללית





■ **סקרי שביעות רצון פנים ארגוניים** - מגוון יחידות בחברה מודדות עצמן באופן שוטף, מנתחות את התוצאות ומפיקות לקחים.

■ **מחלקת רווחה** - עובדינו שותפים בקביעת פעילויות הרווחה, משתתפים בבחירת אמנים, מופעים ופעילויות ומביעים את מידת שביעות רצונם מכל פעילות באמצעות מערכת סקרים ממוחשבת.

■ **מחלקת שכר** - אחת לשנה העובדים מוזמנים להעניק משוב למחלקת השכר על השירות הניתן להם בה.

■ **אגף הדרכה ופיתוח ארגוני** - בסיום כל הדרכה, תכנית או כנס, העובדים ממלאים משוב על המקצועיות, רלוונטיות ופרמטרים נוספים, על מנת להפיק לקחים ולהביא לשיפור מתמיד ומיידי.

■ **קבוצות מיקוד** - עובדינו משתתפים בקבוצות מיקוד מעת לעת במטרה לשתף באופן פעיל בעיצוב, ניהול וביצוע פרויקטים בתחומים שונים כגון העצמת הקהילה ועוד.

■ **תיבת תלונות** - לעובדינו ניתנת אפשרות להגיש תלונות או הצעות בנושאים שונים באמצעות תיבת תלונות במשרד מבקר החברה. המבקר מתייחס בכובד ראש לכל תלונה, גם אם הוגשה בעילום שם.

■ **הכרה מיידית בהצלחה** - בנוסף לבונוסים התקופתיים, אנו נוהגים להכיר, להוקיר ולתגמל מצוינות אישית או קבוצתית בעבודה כגון: עמידה במשימה לפני הזמן שנקבע או בתקציב נמוך מזה שנקבע -תוך שמירת הסטנדרטים הנדרשים, ביצועים מיוחדים המחזקים ומטמיעים את ערכי החברה והמותג וכדומה. ההכרה מתבצעת באופן מיידי באמצעות מערך On the Spot recognition (OTS) שזמין למנהלים בכל עת.

■ **שיחות אופק** - שיחת אופק הינה שיחה ייעודית לנציגי שרות הלקוחות שמטרתה לבחון, יחד עם העובד את אפשרויות הפיתוח והקידום שלו בחברה. השיחות נערכות לעובדים 8 חודשים לאחר קליטתם בחברה.

■ **מכרזים פנימיים** - אנו פותחים את רובן המכריע של המשרות החדשות למכרז פנימי, טרם פתיחת למכרז חיצוני. למעלה מ- 60% מהמשרות המוצעות מאוישות באמצעות ניוז פנימי ע"י עובדי החברה ואנו שואפים לשמר שיעור זה גם בעתיד.

■ **סקר שיתוף פעולה** - אנו עורכים סקר שנתי בקרב מנהלי החברה, על מנת לאמוד את מידת שיתוף הפעולה הפנים הארגוני בין היחידות השונות. ציוני שיתוף הפעולה הפנים הארגוני שלנו לשנת 2007 היו גבוהים מאלה של 2006 ואף גבוהים מהיעד שהצבנו לעצמנו. בדומה לציוני סקר העמדות, גם ציוני איכות שיתוף הפעולה בין היחידות נמדדים כחלק מהיעדים העסקיים של החברה.





## הכשרה, הדרכה והעשרה

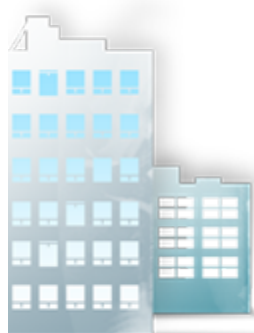
- אגף ההדרכה והפיתוח הארגוני שלנו אמון על -
  - פיתוח ותפעול קורסים להכשרת עובדים חדשים.
  - בניית תכניות לחיזוק ופיתוח הידע לפי צרכי היחידות השונות.
  - בניית מערכי הדרכה ספציפיים למערכות או תהליכים חדשים בחברה.
  - הקניית מיומנויות מקצועיות ומיומנויות חיים במסגרת קורסים וסדנאות.
  - פיתוח התרבות הארגונית.
  - פיתוח והכשרת מנהלים.

מחלקת הפיתוח הארגוני תומכת בארגון בהשגת יעדיו העסקיים, על ידי כך שהיא מספקת תמונת מצב להנהלה ולמנהלים ברמות השונות, גוזרת פעולות מתקנות לטובת שיפור הביצועים ותחזוקת "הרוח הכתומה", מלווה שינויים ארגוניים ומסייעת בהטמעתם, כמו כן, מסייעת בהטמעת מסרים ארגוניים.

- **קפה מנכ"ל** - מפגש בלתי אמצעי שמתקיים אחת לחודש בהשתתפות מנכ"ל החברה ו-12 עובדים או מנהלים. עבור העובדים מהווה המפגש הזדמנות לפגוש את המנכ"ל בפורום מצומצם ולהביע את דעתם בנושאים שונים. עבור המנכ"ל מהווה המפגש הזדמנות ליצור קשר ישיר עם ה"שטח", להיחשף למידע ולהעביר מסרים ניהוליים ותרבותיים. המפגשים מתועדים, עולים לדיון בהנהלה ומייצרים תכנית פעולה. בכך תורמים המפגשים לפתרון בעיות מהיר ומהווים פלטפורמה להעלאת רעיונות חדשים. סיכום של המפגשים נשלח גם למשתתפים בכל מפגש.

- **orangeDea** - ערוץ שנפתח לכלל העובדים במחצית 2007 להעלאת רעיונות לשיפור בתחומים שונים. הרעיונות שהתקבלו ויישמו מזכים את העובדים בתגמול. **בשנת 2007 הועלו באמצעות ערוץ זה 383 רעיונות, מתוכם 17 רעיונות כבר התקבלו.**

- **קו ישיר למנכ"ל** - אתר במערכת האינטראנט הפנימי, שנועד לאפשר לעובדים לשתף את מנכ"ל החברה בתחושות, רעיונות, הצעות, שאלות או בקשות. בערוץ זה מתקבלות בין 2 ל-3 פניות ביום, התשובה נמסרת לעובד על ידי המנכ"ל תוך 2 ימי עבודה. העובד יכול לבחור אם פנייתו תפורסם או לא.





■ פעילויות העשרה

במהלך השנה נערכים ימי עיון והעשרה בנושאים שונים כגון: שבוע האיכות, שבוע פיננסי (ניהול הכסף שלך), שבוע ספורט ובריאות וכו'. עובדים המרוחקים ממטה החברה ומעוניינים להשתתף בסדנאות, זכאים להסעות ובמקרים מסוימים גם ללינה על חשבון החברה.

■ מלגות

פרטנר מעניקה לעובדיה המצטיינים מלגות ללימודים אקדמיים, בשנת 2007 חולקו סה"כ 81 מלגות לימודים, גובה ממוצע למלגה הינו למעלה מ 5,000 ש"ח ברוטו לעובד.

■ orange college

אנו מציעים לעובדינו לשלב לימודים אקדמיים עם עבודתם, ומציעים מגוון תארים, לימודי תעודה ומסלולי הכשרה במתכונות שונות - הן במתקני החברה והן במתן הטבות במוסדות שונים.

דוגמאות: תואר ראשון בשיתוף עם האוניברסיטה הפתוחה והמכללה למנהל. תואר שני במנהל עסקים (MBA) בשיתוף המכללה למנהל, הסבת הנדסאים למהנדסים, קורסים בגישור, ניהול פרויקטים, פיתוח מנהלים ועוד.

בשנת 2007 השתלכו במסגרות לימודים אלה 254 עובדים.

■ הכשרה מקצועית

ממוצע שעות הדרכה לעובד:

עובד חדש בכניסה לתפקיד: קורס שאורך כחודש ימים  
 עובדים: 4 ימים בממוצע בשנה  
 מנהלים: 6 ימים בממוצע בשנה

ממוצע ימי הדרכה לעובד בשנת 2007 עמד על 13 יום.

הכשרות עיקריות בשנת 2007:

קורסי בסיס לכניסה לתפקיד.  
 תוכניות פיתוח מנהלים לכל דרגי הניהול: ניהול זוטא, ניהול ביניים וניהול בכיר.  
 הדרכות בנושא ניידות מספרים.





## העסקה הוגנת

- בסיס השכר לחישוב התנאים הסוציאליים לעובדי המכירות שלנו כולל את עמלות המכירה.
- אנו פועלים לשיפור שקיפות מרכיבי השכר לעובדינו:
  - כל עובד מקבל עם תחילת עבודתו הסבר מפורט על תנאי העסקתו ותלוש השכר. מידע זה זמין לכלל העובדים דרך אתר האינטראנט של החברה. ביוני 2008 הושקה לומדה ייעודית לנציגי חטיבת לקוחות ונציגי המכירות, לומדה המאפשרת גישה עצמאית למידע רחב בנושא תלוש השכר.
  - החל מיולי 2008 מתבצע מעבר לתלוש שכר ממוחשב המוצג באינטראנט הפנימי של החברה, ובכך מאפשרים לעובדים מעקב שכר נוח ויעיל יותר, גישה רציפה למידע לאורך זמן וכמובן לחסכון בנייר.
  - אנו נותנים הזדמנות העסקה שווה לכל אדם, וממיינים עובדים על פי קריטריונים מקצועיים בלבד, וללא משוא פנים.

- מתוך שאיפה לגייס ולשמר כוח אדם איכותי, ומתוך אמונה בערכי המובילות וההוגנות, אנו מספקים לעובדינו תנאים והטבות מעבר לנדרש על פי חוק, תוך שאנו שוקלים שיקולים המתחשבים ברווחת העובד, קיום בכבוד ושביעות רצון, הוגנות ושיקולים כלכליים:
  - עובדינו זכאים לתנאי שכר ותנאים סוציאליים מעבר לנדרש בחוק - חלקם מתחילת עבודתם בחברה וחלקם החל מהשנה השנייה לעבודתם.
  - אנו דורשים מכל קבלני המשנה שלנו ציות לחוקי ההעסקה, ושוקדים בימים אלה על פיתוח נוהל לאכיפת הנושא.
  - עובדינו נהנים מביטוח בריאות ייחודי הכולל כיסוי בדיקות וטיפולים לנשים בהריון, ופתרונות למצבים של מחלות קשות - מימון החברה חל לגבי חלק מהעובדים מתחילת עבודתם ולגבי חלק מהשנה השנייה לעבודתם. העובדים מחויבים במס בגין הטבה זו.
  - השכר המינימלי המשולם בפרטנר גבוה משכר המינימום בכ - 10% (שכר זה רלבנטי עבור שנת העבודה הראשונה בלבד, כאשר לאחר מכן חל שיפור משמעותי בשכר ותנאי העסקה). כמו כן, החברה מעניקה לעובדים מעת לעת תמריצים ו/או בonusים, לפי שיקול דעתה ובהתאם לביצועי העובדים.







■ הפסקת עבודה

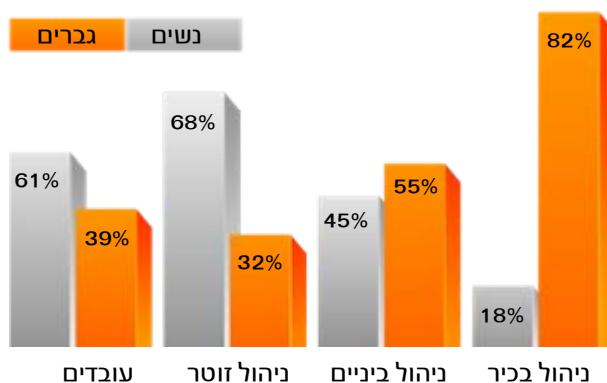
אנו רואים בפיטורין מוצא אחרון ועושים מאמצים להימנע מכך. עם זאת, כאשר אנו נדרשים לסיים העסקתו של עובד אנו פועלים על פי חוק, בין היתר מקפידים על מתן הודעה מוקדמת בהתאם לחוק ובמקרים מסוימים אף מעבר לנדרש על פי חוק, כפי שאנו מתחייבים לכך בהסכמי ההעסקה, ועושים מאמץ להימנע מפיטורין בתקופות חגים.

■ גיוון בהעסקה

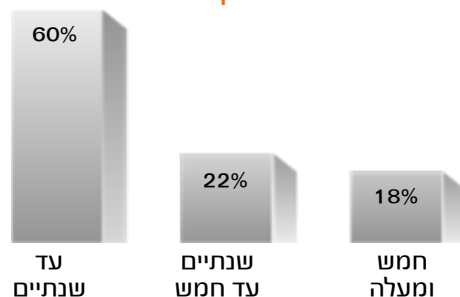
כגוף המעסיק מעל 5000 עובדים במדינת ישראל אנו רואים את נושא שוויון ההזדמנויות בהעסקה כחשוב וראוי. אנו מעסיקים עובדים מכל אזורי הארץ, ומכל גווי הקשת החברתית בישראל, ומתייחסים בשוויון לכל עובדינו ללא הבדלי דת, גזע, מין, גיל, מוצא, לאום והעדפה מינית.

דוגמא אחת מיני רבות לגיוון בהעסקה, הינו מרכז השרות הטלפוני שנפתח באפריל 2006 בירושלים, אותו מאיישים נציגים ונציגות שרות מקרב הקהילה החרדית. אופי הפעילות של מרכז זה הותאם לצרכי הקהילה החרדית - נציגות השרות עובדות בבוקר ונציגי השרות בשעות אחר הצהריים והערב; באופן הזה מתקיימת הפרדה מלאה בין גברים ונשים. כמו כן, יש התחשבות מרבית בצרכים המיוחדים של האוכלוסייה החרדית בכל הקשור לשעות העבודה לפני החגים ובחול המועד פסח וסוכות. עובדינו מהקהילה החרדית נהנים ממזון בהכשר בד"צ ופעילויות הרווחה עבורם מותאמות לצרכיהם.

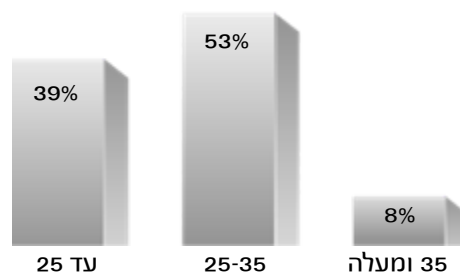
התפלגות העובדים לדרג ניהולי לפי מגדר



התפלגות עובדים לפי וותק



התפלגות עובדים לפי גיל





**רווחה**

■ פעילויות לכל המשפחה כגון: אירועים לילדים ומשפחות, קייטנה לילדי עובדים, חלוקת תיקים לילדי כיתה א', העסקת ילדי עובדים בחופשת הקיץ ועוד.

אנו סוקרים באופן תדיר את שביעות רצונם של עובדינו מהפעילויות המתבצעות על מנת להשתפר ולהתייעל.

תוצאות הסקרים האחרונים מעידות כי עובדי החברה שבעי רצון מפעילויות הרווחה (ציון 8.1 מתוך 10), 79% מהעובדים סבורים כי הפעילויות תרמו לתחושה שפרטנר היא מקום שכדאי לעבוד בו. ציוני שביעות הרצון הפרטניים מכל פעילות מעידים על רמת שביעות רצון גבוהה (הרוב המכריע בציונים 8-9 מתוך 10).



תפיסת הרווחה שלנו מתרגמת הלכה למעשה את ערכי החברה: "חוויה", "ייחוד", "יחד" ו"אפשר". תפקידה של מחלקת הרווחה שלנו להפתיע, לרגש, להתחדש ולפעול באופן פרו-אקטיבי על מנת ליצור חוויה ייחודית ומשמעותית עבור עובדינו. לפיכך, פועלת מחלקת הרווחה תוך הגדרת יעדים ועמידה בהם, חשיבה מחוץ לקופסא וירידה לפרטים. אנו פועלים להתאמת הפעילות לתרבות הארגונית "ברוח orange" אך מקפידים גם להתחשב בקהלים שונים בתוך הארגון.

אנו נמצאים בדיאלוג מתמיד עם עובדינו ומקבלים הצעות לפעילויות ושירותי הרווחה:

■ הסעות, סבסוד ארוחות, מתנות בכל חג, מתנות באירועים אישיים (יום הולדת, יום נישואין, לידה) ועוד.

■ שירותים לעובדים במטה החברה: פאב, חדר כושר, בית כנסת, שירותי בנקאות, קולנוע (פתוח בימי הקיץ), כביסה וניקוי יבש, מכירת לחם פרחים ושוקולד לסוף השבוע, פיתוח תמונות, השכרת DVD, סוכנות נסיעות ועוד.

■ פעילויות רווחה כגון: טיולים, הצגות סגורות לעובדינו, סרטים, אירועים חברתיים, אירועים לציון חגים, הרצאות, סדנאות, ערכי ריקודים, ירידים, פעילויות אגפיות וחטיבתיות במסגרת שעות העבודה, סופי שבוע צוותיים ופעילויות גיבוש.



### מניעת הטרדה

אנו שואפים לספק לעובדינו סביבת עבודה בטוחה ונקייה מאפליה והטרדה מכל סוג שהוא. לצורך כך מינינו סמכות בכירה לטיפול והדרכה בנושאי הטרדה, מכל סוג, אפליה ופגיעה בזכויות העובד - מנהלת אגף גיוס, פרט וקשרי קהילה. מנהלת האגף עורכת הדרכות יזומות לעובדים ומנהלים בנושאי חוקי העסקה ומניעת הטרדה מינית. כמו כן, סמכות ניהולית זו חוקרת כל תלונה בנושאים הנ"ל, גם אם הוגשה בעילום שם, מסיקה מסקנות ופועלת ליישומן.

בנוסף, בשנת 2007 התחלנו בהפצת לומדה לעובדים ולמנהלים בחברה בנושא מניעת הטרדה מינית. בשנת 2007 לא הוגשו תלונות בגין אפליה, אך הוגשו שתי תלונות בגין הטרדה מינית. שתיהן הסתברו כהתנהגות בלתי הולמת של מנהלים אך לא כהטרדה מינית וטופלו בהתאם.

### פרטים

בסקר מגזין The Marker בשיתוף חברת BDI-COFACE המדרג את 50 החברות שהכי כדאי לעבוד בהן מתוך 500 חברות במשק ואשר משקף הסתכלות רחבה על החברות במשק הישראלי במגוון פרמטרים שיוצרים חברה מצליחה ומובילה, פרטנר דורגה במקום הראשון מבין חברות התקשורת בשנים 2006 ו- 2008. (בדירוג הכללי פרטנר דורגה במקום השני בשנת 2006, במקום הרביעי בשנת 2007 ובמקום השלישי בשנת 2008).

**פרטנר שמה לה ליעד להמשיך ולהיות החברה שהכי טוב לעבוד בה מבין חברות התקשורת גם בדירוג 2009.**



# הארגון והקהילה



## להיות חלק מדבר גדול יותר להיות חלק מקהילה ססגונית, מורכבת ומגוונת

כי לעשות טוב עושה לכולנו הרבה יותר טוב היום ובעתיד, למען העתיד.

אנו מבינים שמעורבות והשקעה בקהילה יוצרת ערך משותף עבורנו, עבור הקהילה ועבור הדורות הבאים. מעורבותנו בקהילה משקפת את תפיסת מתן החכה ולא הדג. אנו מאמינים שעוצמתה של מדינה טמונה באזרחיה והחינוך הינו מנוף לצמצום פערים ושינוי חברתי. כחברה טכנולוגית בתחום התקשורת אנו פועלים לשיפור והעצמת החברה הישראלית על ידי פרויקטים העוסקים בחינוך לתקשורת וטכנולוגיה ומתן כישורי חיים, תוך התמקדות באוכלוסיית הילדים והנוער ואוכלוסיות בעלות צרכים מיוחדים בפריפריה הגיאוגרפית והחברתית של המדינה.

אנו מאמינים כי באמצעות אימוץ גישה זו, נוצרת מערכת קשרים הגורמת להפריה מתמדת והעצמה של החברה הישראלית מחד, ושלנו כחלק בלתי נפרד מחברה זו, מאידך. כחלק מתפיסתנו האסטרטגית לניהול קשרי הקהילה, ובעקבות מיפוי הסיכונים וניתוח הפערים שערכנו בתחום, גיבשנו מדיניות בנושא הארגון והקהילה. מדיניות המשקפת את חזוננו וערכינו, ואת דרכי הביטוי שלהם בפעילותינו השוטפת. הנושא מדווח ונדון במסגרת הדירקטוריון כפעילות שוטפת של החברה.





## האופן בו אנו פועלים

### מעורבות, השתתפות, יוזמה

**ניהול מרכזי** - אנו מפעילים ועדה מיוחדת לקשרי קהילה, ברשות המנכ"ל ובהשתתפות סמנכ"ל משאבי אנוש, סמנכ"ל לקוחות, דוברת החברה, נציגים מחטיבות השיווק והכספים, היועצת המשפטית וכן מנהלת קשרי הקהילה ואחריות חברתית. הוועדה מקיימת מפגש חודשי לאיתור צרכים וייזום פעילויות חברתיות.

**דיאלוג** - בכדי להבטיח כי פעולותינו אכן מקדמות את מטרותנו בתחום -העצמה ושיפור של פני החברה בישראל, אנו עורכים, מעת לעת, קבוצות מיקוד בקרב קבוצות אוכלוסייה שונות וכן בקרב עובדי החברה.

**ניהול ממוקד** - בשל חשיבות הנושא לחברה, אנו מעסיקים מנהלת קשרי קהילה ואחריות חברתית במשרה מלאה אשר עוסקת במיפוי סיכונים והזדמנויות בתחום וניטור שוטף של תחומי המעורבות בדגש על למידה ושיפור מתמידים. כמו כן, אמונה מנהלת קשרי הקהילה ואחריות חברתית על מתן המלצות לוועדת קשרי הקהילה, תכנון ויישום תכנית עבודה, יצוע בקרה, ריכוז התקציבים בתחום וניהול ממשקים מול מחזיקי העניין.

## המדיניות שלנו

פרטנר רואה עצמה כחלק בלתי נפרד מן הקהילה בישראל, ופועלת לחיזוקה ושגשוגה.

אנו פועלים בקרב אוכלוסיות בפריפריה הגיאוגרפית והחברתית, ובקרב אוכלוסיות בעלות צרכים מיוחדים, כמפתח לשיפור פני החברה וצמצום הפערים החברתיים והתרבותיים בישראל.

כחברה טכנולוגית בתחום התקשורת אנו עושים שימוש ביכולותינו ובמשאבינו על מנת לקדם מיזמים אשר יקנו כלים להתפתחות וללמידה בקרב אוכלוסיות היעד בתחומי הטכנולוגיה והתקשורת.

אנו מנהלים דיאלוג פתוח ושוטף עם הקהילה ומאמינים במעורבות בפעילות חברתית.

אנו רואים בעשייה את החלק הארי בפעילותנו למען הקהילה, מעודדים את עובדינו להתנדבות ומנהלים תכניות מגוונות המאפשרות לכל עובד לתרום ולהשפיע.

פרטנר תמשיך בעשייה זו למען עתידנו ועתיד הדורות הבאים.





## העשייה שלנו

### תקשורת טובה יותר לעתיד טוב יותר

#### חינוך לתקשורת וטכנולוגיה מתקדמת:

**חדרי מחשב - בשנים 2001-2007** הקמנו למעלה מ-46 חדרי מחשב בהם יותר מ-6000 מחשבים מקרית שמונה בצפון ועד אילת בדרום. מתוך מחויבותנו לערכי ההוגנות והנגישות לטכנולוגיה, הקמנו חדרי מחשב גם ביישובי קו העימות בצפון כגון מרגליות, ביישובים ערביים כגון כפר קאסם, בעיירות פיתוח כגון אור עקיבא וירוחם. כמו כן הקמנו עבור ילדים בעלי מוגבלויות בכפר "עלה נגב" חדר מחשב העונה על צרכיהם הייחודיים.

**קייטנות טכנולוגיות - בשנים 2001-2007** יזמנו קייטנות בתחום המחשבים והתקשורת לילדים מצטיינים מאוכלוסיות דלות הזדמנויות ברחבי הארץ. למעלה מ-23000 תלמידים השתתפו בקייטנות אלו במהלך השנים. מעבר להקניית ידע טכנולוגי וגישה לטכנולוגיות מתקדמות, מאפשרות הקייטנות הזדמנות נדירה למפגש החוצה תרבויות ומגזרים: ילידי הארץ, עולים מאתיופיה וחבר העמים, ילדי המגזר הערבי, ילדים מהקהילה החרדית. אנו מאמינים כי מפגשים אלה מעודדים סובלנות בקרב הילדים המהווים את עתידה של החברה הישראלית.

**תערוכת 'הזמנה לשקט' במוזיאון הילדים בחולון -** היכן שיש אנשים יש תקשורת, לכן בחרנו להעניק חסות לתערוכת 'הזמנה לשקט', תערוכה חווייתית, היוצרת מפגש מרגש ובלתי אמצעי בין שומעים לחרשים. התערוכה מאפשרת לאוכלוסיית השומעים, להיחשף, ללמוד ולהכיר ערוץ תקשורת חדש, רב מימדי - התקשורת הבלתי מילולית, ולראות כיצד מגבלה פיזית של אוכלוסיית כבדי השמיעה הופכת לכלי רב עוצמה, מלמד וסוחף. בנוסף, ניתנת לאדם השומע הזדמנות לנהל דיאלוג עם האדם החירש, לשבור סטיגמות וליצור קרבה בין העולמות השונים. בין היתר, מדגימה התערוכה כיצד פתרונות טכנולוגיים מתקדמים כגון טכנולוגיית "הדור השלישי" של התקשורת הסלולארית מאפשרים תקשורת לחרשים ולכבדי שמיעה.

"אני אדם עם הרבה זהויות, אדם חירש, בת להורים חירשים, אמא, אישה, רעיה. הכול מתערבב, לחירשות יש ביטוי חזק בכל הזהויות, לראשונה אני יכולה למקם במקום משני את החירשות שלי, לתת לדברים אחרים להתבטא. העולם שלי לא נחצה לשניים כשאני מגיעה לעבודה. העולם שלי אחד". **טלי אלימלך, מדריכה בתערוכת 'הזמנה לשקט'**



## הארגון והקהילה

### יישום

**פרויקט דגל** - אנו שמים דגש על יעילות משאבים גם בתחום העצמת הקהילה, לכן מצאנו לנכון למקד את פעילותנו העתידית סביב פרויקט מרכזי אשר לא רק משקף את ערכי החינוך לטכנולוגיה מתקדמת וצמצום הפערים החברתיים בהם אנו דוגלים, אלא גם נותן מענה יעיל לצרכי הקהילה. באמצעות ריכוז הפעילות סביב פרויקט הדגל, נוכל למדוד באופן יעיל את מידת האפקטיביות שבנתינה ולהמשיך במאמצנו התמידי להשתפר גם בתחום זה. לצורך בחירת פרויקט הדגל, קיימנו דיאלוג עם הקהילה באמצעות מחקר מקיף ונעזרנו בקבוצות מיקוד אשר כללו תושבי אזורים שונים בפריפריה, במרכז וכן את עובדי פרטנר. הפרויקט שנבחר יחל בשנת 2008 ויוצג במלואו בדוח הבא.

**תעשיידע** - במהלך שש שנים תרמנו בידע ובפיתוח תוכניות העשרה בתחומי התקשורת לתעשיידע, הזרוע החינוכית של התאחדות התעשיינים. התעשיידע הינו מרכז חינוכי המעניק חוויה לימודית אינטראקטיבית לתלמידים בבתי ספר יסודיים ותיכונים ומאפשר להם היכרות עם עולם התקשורת. מידי שנה מגיעים לתעשיידע מעל 15,000 ילדים ונוער מכל שכבות האוכלוסייה שמהווה, בין היתר, נקודת מפגש והיכרות בין ילדים ונוער מכל שכבות האוכלוסייה.







### מתגייסים למען הקהילה

עובדי פרטנר שותפים לאמונה כי התגייסות למען אלה הזקוקים לכך, מבטיחה עתיד טוב יותר לכולנו. זאת אנו למדים מהשתתפות עובדי פרטנר בפעילויות מגוונות למען הקהילה הן בשעות העבודה והן בזמנם הפרטי. בשנת 2007 התנדבו 1610 מעובדי החברה במשך כולל של 15,528 שעות. בנוסף מחלקת קשרי קהילה משתפת את עובדי פרטנר ומאפשרת להם להציע פרויקטים בתחום ההתנדבות והתרומה לקהילה.

**"לתת באהבה"** - זה כבר ארבע שנים ברציפות אנו נרתמים לפרויקט "לתת באהבה" שמטרתו איסוף מזון למשפחות במצוקה בישראל, בשיתוף עמותת "לתת". אנו תורמים משאבים ויכולות הטכנולוגיות על מנת להקים את המערך הטלפוני הדרוש לקליטת אלפי שיחות התורמים בזמן השידור הטלוויזיוני, כשלמעלה מ-1000 מעובדי החברה מאיישים בהתנדבות את העמדות הטלפוניות. בנוסף תורמת פרטנר באופן ישיר כספים ומגייסת את לקוחותיה ואת ספקיה למען הפרויקט

**עמותת צ.ב.ע** (צעירים בונים עתיד) - אנו מאמצים את מרכז צ.ב.ע בבי"ס יסודות בפתח תקווה במשך ארבע השנים האחרונות. המרכז מעניק תמיכה חינוכית, חברתית ורגשית לילדים משכונות מעוטות הזדמנויות. עובדי פרטנר מתנדבים במרכז ומעניקים לילדים כלים להתמודדות עם אתגרי החיים.

אנו מעודדים התנדבות עצמאית של עובדים ובני משפחותיהם למען הקהילה, בנוסף לפעילויות המתקיימות במסגרת החברה. במסגרת תכנית התנדבות עובדים, אנו מעניקים תרומה כספית שנתית לעמותות בהן עובדינו ובני משפחותיהם מתנדבים באופן קבוע ומתמשך.

### יצירת הזדמנויות תעסוקה

פרטנר פועלת על פי הערך "יחד", ומאמינה שכחלק מהקהילה היא נושאת באחריות ליצור הזדמנויות תעסוקה באופן הוגן, שוויוני ומגוון. לכן אנו עומדים בקשר עם מספר עמותות וארגונים כגון **"בית הגלגלים"** המסייע לבעלי מוגבלויות מוטוריות, **"שמע"** המסייעת לבעלי לקויות שמיעה וחרשים ו**"יוצאים לחיים"** המסייעים לבני 20-30 שהחלימו ממחלת הסרטן, במטרה לקדם העסקת בעלי צרכים מיוחדים בפרטנר. בשנת 2007 שולבו בפרטנר מספר עובדים מעמותות אלה למשרות זמניות וקבועות.



הארגון והקהילה

יישום

דוגמאות לפעילויות נוספות בהם לוקחים עובדי החברה חלק:

- פרויקט "לקט" של ארגון 'משולחן לשולחן' - יכול חקלאי נאסף על ידי מתנדבי החברה שמועבר לאחר מכן למעוטי יכולת.
  - עריכת מסיבות בחגי ישראל במתנ"סים, הוסטלים ובתי חולים לילדים.
  - אימוץ הוסטל לנערות חוסות בראש העין.
  - צביעת בתי קשישים בראש העין לקראת חג הפסח.
  - שיפוץ גני ילדים.
  - פעילות "רפסודיה" עם "יוצאים לחיים" המסייעים לבני 20-30 שהחלימו ממחלת הסרטן, במסגרתה בונים רפסודות ענק וצולחים את הכנרת.
  - איסוף מזון ובגדים למזקקים.
  - תרומת דם - אחת לרבעון מקיימת החברה יום התרמת דם בשיתוף מגן דוד אדום, במסגרת יום התרמה תורמים כ 250 מהעובדים דם.
- ועוד....



צביעת בתי קשישים ברה"ע לקראת חג הפסח



הקמת מתחם פיקניק לבעלי מוגבלויות - פארק מקורות הירקון ופארק בית גוברין



משפצים גן ילדים בשכונת נוה - עופר בתל אביב



צולחים את הכנרת בפעילות רפסודיה עם יוצאים לחיים



מסיבת פורים בבית חולים דנה לילדים





## תרומות ואימוץ עמותות

**פרויקט עתידים לתעשייה -** שנים 2005-2007 הענקנו שלוש מלגות קיום למשתתפי תכנית עתידים, שנועדה לסייע לתושבי הפריפריה לרכוש השכלה אקדמית ולהשתלב בקהילת העסקים והתעשייה בישראל.

**ארגון משולחן לשולחן -** מידי יום נאסף מחדר האוכל של החברה בראש העין המזון שנותר עבור מזקקים. התרומה תודות לשיתוף פעולה של פרטנר עם חברת שולץ קייטרינג המפעילה את מערך ההסעדה בחברה. בנוסף, עובדים רבים משתתפים מידי שנה בפרויקט "לקט" של ארגון משולחן לשולחן במסגרתו אוספים המתנדבים יכול חקלאי שנותר במטעים, בשדות ובפרדסים - יכול שלולא האיסוף, היה נשאר בשטח. היכול שנאסף נתרם לעמותות ובתי תמחוי אשר מספקים ארוחות חמות ומזון למזקקים. **ארגון משולחן לשולחן**



**"אמץ לוחם" בשיתוף האגודה למען החייל -** משנת 2005 אנו מאמצים את גדוד "עזוז" של חיל השריון, הגדוד הראשון שאומץ במסגרת פרויקט אמץ לוחם. החל מינואר 2008 אנו מאמצים גם את גדוד "שחר" לחילוץ והצלה של פיקוד העורף. במסגרת זו אנו מסייעים לגדודים בתרומה כספית למימון פעילויות ההווי של הגדוד כגון טיולים, ימי ספורט ועוד. בנוסף, משתלבים החיילים בפעילויות הרווחה שאנו עורכים לעובדים, מתארחים בפרטנר לימי הכנות סגל וסדנאות פיקוד, משתתפים בפעילויות ספורט משולבות להם ולעובדי פרטנר ועוד. **האגודה למען החייל**

**פרויקט "אורות התקווה" של עמותת עלם -** עמותת עלם מסייעת במשך 25 שנים לעשרות אלפי בני נוער במצבי סיכון, הודות לאנשי מקצוע מיומנים, 1500 מתנדבים ופרויקטים חדשניים בכל רחבי הארץ. זה חמש שנים שאנו שותפים לפרויקט "אורות התקווה" של עמותת עלם, בתרומה כספית, במתן תשתיות לפרויקט ובהעלאת המודעות של הציבור לנושא באמצעות אתר האינטרנט והפורטל הסלולארי. בשנת 2005 זכה הפרויקט בשני פרסי EFFIE:

**Grand EFFIE** על המהלך השיווקי פרסומי המצטיין

וב **Gold EFFIE** על אפקטיביות פרסומית שיווקית בקטגוריית מלכ"רים מגזר ציבורי ואחריות חברתית.

בשנת 2005 הפרויקט זכה בתחרות יחסי הציבור העולמית IPRA ובשנת 2006 עלה לגמר העולמי של תחרות הפרסום בפסטיבל קאן והיה בין 5 הקמפיינים הטובים בעולם בתחום המגזר החברתי. עובדי פרטנר שותפים מידי שנה לפרויקט באמצעות תרומתם להדלקת דגל האורות. **עמותת עלם**





הענקנו הטבות לכל החיילים במדים שגויסו למלחמת לבנון השנייה, כדי שישמרו על קשר עם הבית והמשפחה. **התקציב המתוכנן לשנת 2008 גבוה ב- 33% מתקציב 2007.** הגידול בתקציב משקף את מחויבותנו להמשיך בעשייה משמעותית, בתרומה אפקטיבית, ובהתנדבות למען הקהילה. חלוקת התקציב ואופן ניצולו עולים לדיון בועדת קשרי הקהילה של פרטנר אחת לרבעון. הוועדה ברשות המנכ"ל ובהשתתפות סמנכ"ל משאבי אנוש, סמנכ"ל לקוחות, דוברת החברה, נציגים מחטיבות השיווק והכספים, היועצת המשפטית וכן מנהלת קשרי הקהילה ואחריות חברתית.

ליצירת קשר בנושא הארגון והקהילה:  
[community@orange.co.il](mailto:community@orange.co.il)

**קמפיין S.M.S -** אנו מאפשרים שימוש בתשתית הודעות ה - S.M.S לצורך איסוף תרומות למען עמותות העוסקות בהצלת חיים. בשנת 2007 התקיימו 26 קמפיינים לעמותות כגון: עמותת ALS, האגודה למלחמה בסרטן, זק"א, עזר מציון, עמותת 'חברים' ועוד. סה"כ נשלחו על ידי לקוחותינו 124,580 אלף הודעות SMS לתרומה לעמותות השונות במהלך 2007.

**למען תושבי שדרות ועוטף עזה -** בקיץ 2007 הזמנו 600 בני נוער משדרות ויישובי עוטף עזה לצפות במופע הבינלאומי Mamma Mia על מנת לאפשר להם הפוגה קצרה מהמתח הפוקד את אזור מגוריהם.

### תקציב קשרי קהילה

תקציב קשרי קהילה נקבע מידי שנה בתחילת שנת התקציב ע"י הנהלת החברה ובאישור הדירקטוריון.

תקציב שנת 2007 היה בפועל נמוך מתקציב 2006 ב- 9% וזאת לאור הירתמות החברה לסיוע לתושבי הצפון בזמן מלחמת לבנון השנייה בקיץ 2006: פרטנר ועובדיה התגייסו לפעילות ענפה עבור תושבי הצפון והחיילים. נציגינו סיירו בערים המופגזות ובשיתוף עם נציגי הרשויות המקומיות חילקו לתושבים ששהו במקלטים עשרות אלפי ארוחות חמות, מזגנים ומאווררים, משחקים, חומרי יצירה וממתקים. הזמנו עשרות משפחות לסופי שבוע בבתי מלון במרכז הארץ ואלפי ילדים לפעילויות כיף בלונה פרקים וסרטים במרכז.



## הבטחה לעתיד





## כיצד נדאג לעתיד טוב יותר ...

אנו מאמינים כי עתיד טוב יותר הוא הבטחה שמגשימה את עצמה. הבטחה של כל אחד מאיתנו לעצמו, לקהילות בהן הוא חבר ולסביבה בה הוא חי. הבטחה שעל כל אחד מאיתנו לפעול להגשמתה ובכך לתרום את חלקו בעיצוב עתיד טוב יותר, לכולנו.

אנו מתחייבים להמשיך לפעול למען **עתיד טוב יותר**, תמיד.

## הבטחה לעתיד

לכתיבת הדוח החברתי קדם תהליך משמעותי וחוצה חברה, במסגרתו בוצע מיפוי פערים בין הקיים לבין הסטנדרטים של GRI ושל הקוד לניהול חברתי בעסקים של ארגון מעלה, לגבי האופן אנו מנהלים את האחריות החברתית בתחומי הפעילות השונים.

חקרנו, שאלנו ובעיקר למדנו הרבה ובימים אלה, בהם מתפרסם הדוח לכלל מחזיקי העניין שלנו, אנו נמצאים בתהליך של כתיבת תכנית עבודה לשנתיים הקרובות במהלכן נמשיך לדאוג לעתיד טוב יותר עבורנו ועבור הדורות הבאים.

ההבטחה שבבסיס מדיניות האחריות החברתית שלנו היא זו שתנחה אותנו בהמשך דרכנו בשנים הבאות.



**הבטחה לעתיד**

יישום

**אחריות חברתית כוללת** - נמשיך להתנהל ביושר, הגינות ושקיפות מול כל מחזיקי העניין שלנו.

יעדינו המרכזיים בתחום:

לפרסם דוח חברתי שני עבור  
 2008-2009 במטרה להתמיד  
 בשקיפות ובדיאלוג באמצעות  
 ערוץ זה

לשמור על מיקומו  
 בעשירייה הראשונה בדירוג  
 "מעלה"

**איכות סביבה** - נפתח ונקדם את המודעות והמעורבות של עובדינו לנושא איכות הסביבה ונמשיך להציב לעצמנו יעדי שיפור וחסכון למענינו ולמען הדורות הבאים.

יעדינו המרכזיים בתחום:

החלפת ציוד רשת דור 3  
 בציוד חסכוני יותר  
 שיביא לחסכון של 7%  
 בצריכת האנרגיה של הציוד  
 החדש עד שנת 2009

הסמכת החברה לתקן  
 איכות הסביבה ISO 14001  
 בשנת 2008

החלפת כל תאורת התרנים  
 באתרי השידור לתאורה חסכונית  
 מסוג LED, עד שנת 2011



**הבטחה לעתיד**

יישום

**מוצרים, שיווק ולקוחות** - נמשיך לספק ללקוחותינו מוצרים בטוחים ומתקדמים המשקפים חדשנות טכנולוגית ואשר נותנים פתרונות תקשורת אישיים, תוך הקפדה על רמת שירות מצוינת ובלתי מתפשרת לכל האוכלוסייה על צרכיה המגוונים.

יעדינו המרכזיים בתחום:



**סביבת עבודה וזכויות עובדים** - נפעל להמשך הפיתוח האישי והמקצועי של עובדינו, להמשך הדיאלוג וערוצי התקשורת באמצעותם נלמד ונביא לשיפור מתמיד של שביעות רצונם.

יעדינו המרכזיים בתחום:





הבטחה לעתיד

יישום

**הארגון והקהילה** - נמשיך להיות קשובים לצורכי הקהילה בישראל, נמשיך ונפעל לקידום החינוך לטכנולוגיה ותקשורת בקרב אוכלוסיות בפריפריה הגיאוגרפית וחברתית של מדינת ישראל.

יעדינו המרכזיים בתחום:

השקת פרויקט קהילה  
חדש בשנת 2008,  
בראייה רב שנתית

הגדלת היקף מספר שעות  
ההתנדבות של העובדים ב 5%  
בשנת 2008





**אנו שואפים להרחיב את הדיאלוג** עם מחזיקי העניין שלנו - בעלי המניות, משקיעים, לקוחות, עובדים, ספקים ושרשרת ערך והציבור הרחב (קהילה) על מנת להמשיך לתת מענה לצרכים ולציפיות שקיימות מאיתנו.

הדוח הוא אחד האמצעים לכך, נשמח לקבל משוב, תגובות והתייחסויות לכתובת :



## תודות...

תודה לכל עובדינו מהחטיבות השונות שסייעו רבות בתהליך המרתק והמלמד של כתיבת הדוח החברתי הראשון של חברת פרטנר.

**תודה** על ההיענות לאתגר, על הנכונות, הרעיונות, ההערות, על איסוף הנתונים, הניתוח והכתיבה.

**תודה** למחלקת האחריות החברתית של BDO זיו האפט על היעוץ והליווי בהכנת הדוח.

**תודה** לאנשי התקשורת השיווקית על החזון והיצירתיות באופן הצגת הדוח למחזיקי העניין ותודה לחברת YKM על עיצוב האתר והדוח.

**תודה** על זמנכם.

נתראה בדו"ח הבא!





## לדויד אבנר וכל בית orange - פרטנר

אנו שמחים לברך אתכם עם השלמתו ופרסומו של דוח האחריות התאגידית של חברתכם. עיקרו של דיווח הוא עצם היותו חלק מדיאלוג מתמשך עם מחזיקי העניין של החברה העסקית - עבור חברת תקשורת מהווה הדיאלוג אכן יסוד, בסיס לתהליך מתמשך של בית אמון והשתפרות.

תביעת הדוח ופרסומו מעידה על מחויבותכם לשקיפות, לדיאלוג, למיפוי ובקרה - תהליכים וערכים שהינם חלק בלתי נפרד מאמוץ והטמעת אחריות תאגידית כתרבות עסקית.

הדוח שהינכם משיקים היום מצטרף למחויבותכם המתמשכת כחברים פעילים במנהיגות העסקית של מעלה, כארגון יוזם ומחדש, משתתפים מחויבים בדירוג מעלה וכחברה נסחרת במדד מעלה בבורסה לניירות ערך בתל-אביב.

לא בכדי דורגתם בדירוג 2008 בקטגוריית הפלטינום של החברות המובילות.

אנו מעריכים ומוקירים את המאמצים וההשקעה העצומה, שמחים בשותפות האמיצה בין ארגונינו ומאחלים המשך העשייה והצלחה העסקית והחברתית

ט.ט.מ. - נ

טליה אהרוני

מנכ"ל

מעלה - עסקים מנהיגים אחריות חברתית





## GRI Performance indicators

אינדקס ה-GRI מופיע במקור בשפה האנגלית ולפיכך מובא כלשונו בדוח זה.  
אינדיקטור מודגש - core indicator

	Performance Indicator	Description	Reference
<b>Economic</b>	<b>EC1</b>	Direct economic value generated and distributed, including revenues, operating costs, employee compensation, donations and other community investments, retained earnings, and payments to capital providers and governments.	12
	EC5	Range of ratios of standard entry level wage compared to local minimum wage at significant locations of operation.	40
	<b>EC8</b>	Development and impact of infrastructure investments and services provided primarily for public benefit through commercial, in-kind, or pro bono engagement.	47
<b>Environmental</b>	<b>EN2</b>	Percentage of materials used that are recycled input materials.	21
	<b>EN3</b>	Direct energy consumption by primary energy source.	19
	<b>EN4</b>	Indirect energy consumption by primary source.	18
	EN5	Energy saved due to conservation and efficiency improvements.	18
	EN6	Initiatives to provide energy-efficient or renewable energy based products and services, and reductions in energy requirements as a result of these initiatives.	18
	<b>EN8</b>	Total water withdrawal by source.	20
	<b>EN16</b>	Total direct and indirect greenhouse gas emissions by weight.	19
	EN18	Initiatives to reduce greenhouse gas emissions and reductions achieved.	19
<b>EN26</b>	Initiatives to mitigate environmental impacts of products and services, and extent of impact mitigation.	21	



	Performance Indicator	Description	Reference
<b>Labor Practices and Decent Work</b>	<b>LA1</b>	Total workforce by employment type, employment contract, and region.	34
	<b>LA5</b>	Minimum notice period(s) regarding significant operational changes, including whether it is specified in collective agreements.	41
	<b>LA10</b>	Average hours of training per year per employee by employee category.	39
	<b>LA12</b>	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews.	36
	<b>LA13</b>	Composition of governance bodies and breakdown of employees per category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity.	41
<b>Human Rights</b>	<b>HR4</b>	Total number of incidents of discrimination and actions taken.	43
<b>Society</b>	<b>SO1</b>	Nature, scope, and effectiveness of any programs and practices that assess and manage the impacts of operations on communities, including entering, operating, and exiting.	46
<b>Product Responsibility</b>	<b>PR3</b>	Type of product and service information required by procedures, and percentage of significant products and services subject to such information requirements.	31
	<b>PR5</b>	Practices related to customer satisfaction, including results of surveys measuring customer satisfaction.	27
	<b>PR6</b>	Programs for adherence to laws, standards, and voluntary codes related to marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship.	29



## Sector Supplement

	Performance Indicator	Description	Reference
<b>Internal Operations</b>	<b>IO4</b>	Compliance with ICNIRP (International Commission on Non-Ionising Radiation Protection) standards on exposure to radiofrequency (RF) emissions from handsets.	23
	<b>IO5</b>	Compliance with ICNIRP (International Commission on Non-Ionising Radiation Protection) guidelines on exposure to radiofrequency (RF) emissions from base stations.	22
	<b>IO6</b>	Policies and practices with respect to Specific Absorption Rate (SAR) of handsets.	23
	<b>IO7</b>	Policies and practices on the siting of masts and transmission sites including stakeholder consultation, site sharing, and initiatives to reduce visual impacts. Describe approach to evaluate consultations and quantify where possible.	17
<b>Providing Access</b>	<b>PA2</b>	Policies and practices to overcome barriers for access and use of telecommunication products and services including: language, culture, illiteracy, and lack of education, income, disabilities, and age. Include an explanation of business models applied.	30
	<b>PA3</b>	Policies and practices to ensure availability and reliability of telecommunications products and services and quantify, where possible, for specified time periods and locations of down time.	30
	<b>PA6</b>	Programmers to provide and maintain telecommunication products and services in emergency situations and for disaster relief.	30
	<b>PA8</b>	Policies and practices to publicly communicate on EMF related issues. Include information provides at points of sales material.	23
	<b>PA10</b>	Initiatives to ensure clarity of charges and tariffs.	31
	<b>PA11</b>	Initiatives to inform customers about product features and applications that will promote responsible, efficient, cost effective, and environmentally preferable use.	31



	Performance Indicator	Description	Reference
Technology Applications	TA1	Provide examples of the resource efficiency of telecommunication products and services delivered.	21
	TA2	Provide examples of telecommunication products, services and applications that have the potential to replace physical objects (e.g. a telephone book by a database on the web or travel by videoconferencing).	21