

A blue kite is flying in the upper left corner, with a long string extending across the top of the page. The string is held by a blue silhouette of a person running from right to left. The person is in a dynamic running pose, with one leg forward and arms pumping. The entire scene is set against a solid black background.

2015-2016

СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

TELE2

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Оглавление

Обращение генерального директора Tele2

1. Tele2 сегодня

- 1.1. Информация о компании
- 1.2. Основные этапы развития Tele2 в России
- 1.3. Продукты и услуги
- 1.4. Положение на рынке
- 1.5. Развитие сети мобильной связи
- 1.6. Научно-техническое развитие
- 1.7. Розничная сеть продаж

2. Ответственное ведение бизнеса

- 2.1. Система корпоративного управления
- 2.2. Стратегия Tele2
- 2.3. Принципы ведения бизнеса
- 2.4. Как Tele2 понимает свою социальную ответственность
- 2.5. Ключевые стейкхолдеры Tele2

3. Tele2 Россия — доступная и качественная связь

- 3.1. Доступность
- 3.2. Качество связи
- 3.3. Качество обслуживания
- 3.4. Безопасность в сфере мобильной связи

4. Люди Tele2

- 4.1. Численность и характеристика персонала
- 4.2. Права человека и недискриминационная политика найма
- 4.3. Кадровая устойчивость
- 4.4. Развитие корпоративной культуры

5. Вклад в развитие регионов присутствия

- 5.1. Просветительские и образовательные мероприятия о сотовой связи
- 5.2. Развитие предпринимательства
- 5.3. Поддержка фонда «Навстречу переменам»
- 5.4. Социальные инвестиции
- 5.5. Благотворительность
- 5.6. Корпоративное волонтерство в Tele2
- 5.7. Поддержка общественных мероприятий

6. Мобильная связь и экология

- 6.1. Экологическая политика Tele2
- 6.2. Воздействие мобильной связи на окружающую среду
- 6.3. Воздействие мобильной связи на здоровье человека
- 6.4. Минимизация воздействия на изменение климата
- 6.5. Утилизация отходов и экономия природных ресурсов
- 6.6. Экоофис Tele2

7. Об отчете

Приложение
Таблица соответствия отчета
Руководству GRI G4

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Обращение генерального директора Tele2



Сергей Эмдин

генеральный директор Tele2

Дорогие друзья!

Я рад представить вам новый социальный отчет, в котором мы рассказываем о том, что Tele2 делает для людей — для наших клиентов, сотрудников, жителей российских регионов. Отчет охватывает период 2015–2016 годов, который стал новым этапом в развитии нашей компании. Мы проделали огромную работу по интеграции сотовых активов «Ростелекома», в результате чего Tele2 вышла на принципиально новый уровень развития. Нам удалось не просто стать новым федеральным оператором, а полностью перестроить бизнес-процессы, разработать принципиально новый тарифный портфель, переоборудовать все фир-

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

менные салоны, открыть новые контактные центры, а также расширить действующие. Все изменения мы провели в максимально комфортном режиме для сотрудников, клиентов и партнеров.

Компания совершила беспрецедентный в истории отрасли технологический рывок: мы начали предоставлять свои услуги в 23 новых регионах и запустили сети скоростного мобильного интернета в 61 регионе страны. Мы успешно завершили выход на московский рынок мобильной связи и окончательно закрепили за Tele2 статус оператора федерального масштаба. Объединение ресурсов, компетенций и опыта позволило реализовать новые возможности и обеспечить синергию для бизнеса.

Очень важно, что в эту эпоху перемен мы сохранили приверженность ответственному ведению бизнеса и нашу корпоративную философию, основными ценностями которой являются честность, открытость, вызов. Мы по-прежнему остаемся самым выгодным мобильным оператором на российском телекоммуникационном рынке и делаем мобильную связь доступной все большему числу людей. Наряду с большими городами мы строим сеть и в малонаселенных, отдаленных и труднодоступных местах, где наличие сотовой связи имеет важное социальное значение. Благодаря развитию сети Tele2 доступ к качественным услугам связи смогли получить жители нашей страны, которые раньше не имели такой возможности.

В своей стратегии мы делаем акцент на использовании инновационных продуктов, которые отражают предпочтения абонентов и поддерживают их стиль жизни. Все, что выгодно нашим клиентам, выгодно и нам. Поэтому учет интересов и ожиданий потребителей услуг Tele2 — ключевое направление и в части развития нашего бизнеса, и в части корпоративной социальной ответственности. Мы активно привлекаем абонентов к оценке качества связи и уровня обслуживания, учитываем их мнение при формировании планов технического развития, для улучшения работы сети дистрибуции и клиентского сервиса.

Мы гордимся результатами такого подхода, а те, кто пользуются услугами компании, по достоинству оценивают нашу работу — в 2016 году 96,7% клиентов дали высшую оценку качеству обслуживания.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Вклад Tele2 в устойчивое развитие регионов России — это создание новых рабочих мест, обучение и развитие персонала, сотрудничество с местными поставщиками и подрядчиками. В регионах присутствия мы помогаем малому и среднему бизнесу, развиваем местные сообщества, реализуем образовательные и благотворительные проекты.

При нашем активном участии фонд поддержки социальных инициатив в сфере детства «Навстречу переменам» помогает социальным предпринимателям. Каждый из победителей ежегодного конкурса получает финансовую помощь на реализацию своего проекта и консультационную поддержку от фонда и его партнеров.

Впечатляющих результатов нам удается достичь в первую очередь благодаря профессиональной и эффективной команде, высокому уровню вовлеченности людей. Мы опираемся на нестандартно мыслящих и мотивированных на созидание сотрудников, которые избегают шаблонных решений и обладают широким взглядом на бизнес. Особое внимание мы уделяем профессиональному развитию персонала и нашей корпоративной культуры, основанной на ценностях Tele2Way.

По итогам 2016 года Tele2 вошла в топ-100 лучших работодателей и заняла 14-е место, поднявшись в рейтинге на 9 пунктов всего за один год. Также Tele2 была отмечена среди работодателей с самыми развитыми HR-процессами и названа одной из наиболее привлекательных для соискателей компаний. Это не только подтверждает высокую репутацию Tele2, но и говорит о том, что наши цели и ценности разделяют деловые партнеры и профессиональное сообщество.

В этом документе мы подводим итоги нашей работы в сфере социальной ответственности и рассказываем о нашем вкладе в устойчивое развитие регионов присутствия. Впереди новые вызовы и новые свершения. Надеемся, что вместе с вами мы сможем сделать больше. ◀

1. Tele2 сегодня



1.1. Информация о компании	7
1.2. Основные этапы развития Tele2 в России	9
1.3. Продукты и услуги	11
1.4. Положение на рынке	12
1.5. Развитие сети мобильной связи	13
1.6. Научно-техническое развитие	16
1.7. Розничная сеть продаж	18

TELE2

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

1.1. Информация о компании

Tele2 — это альтернативный оператор мобильной связи. Компания работает в России с 2003 года и продолжает здесь традиции бренда, который Ян Стенбек создал в Швеции. За это время из небольшого регионального оператора мы стали одной из крупнейших телекоммуникационных компаний России.



После десяти лет успешной работы в России в марте 2013 года шведский концерн Tele2 AB продал российское подразделение группе ВТБ. В феврале 2014 года Tele2 и «Ростелеком» заявили об объединении мобильных активов на базе Tele2 и создании нового федерального оператора. Соглашение открыло новые перспективы развития Tele2. Лицензионный портфель объединенной компании охватывает почти всю территорию РФ, что позволяет строить сеть федерального масштаба. Кроме того, оператор обладает частотами для развертывания сетей мобильной связи стандарта 3G/4G во всех федеральных округах, а также в Москве.

В начале 2015 года 33 операционные компании, в том числе переданные Tele2 в ходе объединения с мобильными активами «Ростелекома», были

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

присоединены к единой управляющей компании, которая в конечном итоге получила название ООО «Т2 Мобайл». ООО «Т2 Мобайл» осуществляет операционную деятельность, оказывая услуги сотовой связи под брендом Tele2 в регионах присутствия оператора. 55% компании принадлежит группе ВТБ и консорциуму инвесторов, доля «Ростелекома» составляет 45%.

Сегодня Tele2 обладает уникальными качествами инновационного бизнеса. Компания органично сочетает в своей работе глобальные передовые подходы с целевой ориентацией на развитие отечественного рынка мобильной связи.

Tele2 вносит ощутимый вклад в развитие регионов присутствия: оператор способствует активному росту конкурентной среды, стимулирует снижение стоимости услуг и улучшение качества мобильной связи. Компания строит бизнес по уникальной для телекоммуникационного рынка модели, оказывая качественные услуги по доступным ценам и поддерживая стиль жизни своих клиентов.

Управление затратами и работа по сокращению издержек помогают компании развиваться активнее других игроков российского рынка мобильной связи.

На конец 2016 года численность персонала составила 7348 человек. По итогам 2016 года Tele2 второй раз подряд вошла в Топ-100 лучших работодателей России по версии сайта HeadHunter, за год поднявшись в рейтинге на девять пунктов и заняв в нем 14-ю строку.



АБОНЕНТСКАЯ БАЗА TELE2
ПО ИТОГАМ 2016 ГОДА
СОСТАВИЛА БОЛЕЕ

39 МЛН
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

ПО ИТОГАМ III
КВАРТАЛА 2017 ГОДА –
40,3 МЛН



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

1.2. Основные этапы развития Tele2 в России

Шведская телекоммуникационная группа Tele2 AB выходит на российский рынок. Дочерняя компания Tele2 Россия запускает в коммерческую эксплуатацию первые GSM-сети в семи регионах.

◀ 2003

▶ 2004

Tele2 запускает GSM-сети еще в 4 областях и покупает оператора сотовой связи в Воронежской области. Абонентская база компании превысила 1 млн человек.

Tele2 запускает GSM-сеть в Воронежской области и покупает липецкого оператора сотовой связи. Число абонентов превышает 3 млн человек.

◀ 2005

▶ 2006

Tele2 покупает четырех GSM-операторов. В этом же году под брендом Tele2 начинают работать компании в Липецкой области и Республике Коми. Более 6 млн человек являются абонентами Tele2 в России.

Tele2 запускает сети в трех новых областях, продает свои операции в Иркутске, получая дополнительно льготный национальный роуминг в сети «Билайн». Tele2 покупает оператора сотовой связи в Краснодарском крае. Абонентская база Tele2 в России насчитывает более 8,5 млн человек.

◀ 2007

▶ 2008

Штаб-квартира Tele2 принимает решение о выделении российского бизнеса в отдельный регион. Ведется активная работа по строительству сетей в новых регионах. В октябре 2008 года численность абонентов Tele2 в России превысила 10 млн человек.

Tele2 продолжает активную региональную экспансию и инвестиции в строительство, несмотря на сложную экономическую ситуацию. Tele2 имеет лицензии на оказание услуг сотовой связи в 37 регионах России и обслуживает около 14 млн абонентов.

◀ 2009

▶ 2010

Tele2 Россия — победитель национальной премии «Компания года» в номинации «Телекоммуникации» и рейтинга «Эксперт-400» в номинации «Успешный дебют». Открыт общий центр обслуживания финансовых, бухгалтерских и налоговых операций группы Tele2 Россия.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Tele2 Россия имеет лицензии на оказание услуг мобильной связи в 42 субъектах Российской Федерации. Абонентская база достигает 20 млн человек. Оператор запускает масштабный проект по переходу на новый фирменный стиль.

◀ 2011

▶ 2012

Успешное испытание первой в России сети стандарта LTE-1800. Мобильная связь Tele2 доступна от самого западного до самого восточного региона России. Абонентская база превышает 22 млн человек. Tele2 Россия входит в десятку лучших работодателей России и занимает восьмое место среди крупных компаний в рейтинге лучших работодателей Европы.

Группа ВТБ приобретает Tele2 Россия у шведского концерна Tele2 AB и продает 50% акций консорциуму стратегических инвесторов. Tele2 совместно с НИИ Радио успешно проводит второе испытание технологии LTE в диапазоне 1800 МГц. Компания получает федеральную лицензию на работу в качестве виртуального мобильного оператора. Более 23,7 млн абонентов.

◀ 2013

▶ 2014

Tele2 и «Ростелеком» объявили об объединении мобильных активов и создании нового федерального сотового оператора. Под контроль Tele2 переходят семь дочерних сотовых компаний «Ростелекома». Tele2 начинает оказывать услуги связи более чем в 60 регионах России, получает лицензии 2G/3G во всех федеральных округах и 4G-лицензию на всю территорию страны.

На базе Tele2 и сотовых активов оператора «Ростелеком» создан четвертый федеральный оператор сотовой связи. Запуск сети в 22 регионах, в т.ч. в Москве и МО; в 51 регионе действуют сети 3G/4G; 35 млн абонентов в России.

◀ 2015

▶ 2016

Завершена интеграция сотовых активов «Ростелекома». Tele2 окончательно закрепляет за собой статус федерального оператора мобильной связи. Запущена сеть в Самарской области, 14 сетей 3G/4G, а также сети LTE-450 в 6 регионах страны. 38,9 млн абонентов в России.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

1.3. Продукты и услуги

Tele2 предоставляет абонентам услуги мобильной связи и скоростного мобильного интернета в стандартах 2G, 3G и 4G. Частным и корпоративным клиентам компания предлагает линейки тарифных планов, каждая из которых для удобства абонентов включает не более пяти тарифов. Все тарифы разработаны с учетом потребностей различных категорий абонентов, имеют понятную структуру, удобны в подключении и использовании.

Абонентское оборудование Tele2 представлено серией функциональных и недорогих смартфонов. Они позволяют клиентам пользоваться всеми современными услугами мобильной связи в комфортном режиме. Компания предлагает также линейку устройств для передачи данных — модемов и мобильных роутеров.

Полный перечень услуг и тарифов приведен на корпоративном интернет-сайте <https://tele2.ru>



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

1.4. Положение на рынке

Tele2 оказывает услуги сотовой связи в 65 регионах России. Компания входит в четверку крупнейших федеральных операторов, действующих на рынке мобильной связи. Из года в год Tele2 подтверждает статус одной из самых динамичных и эффективных компаний в отрасли. На протяжении 2015–2016 годов компании удавалось сохранять минимальный уровень оттока абонентов и демонстрировать прирост абонентской базы.

Наиболее крупными регионами с точки зрения масштаба бизнеса и количества активных абонентов Tele2 являются Санкт-Петербург и Ленинградская область, Челябинская и Нижегородская области, а также Москва и Московская область. Этот регион во многом обеспечил прирост абонентской базы Tele2 в 2016 году.



ПО ДАННЫМ
НА КОНЕЦ II КВАРТАЛА
2016 ГОДА,
ДОЛЯ TELE2
ПО АБОНЕНТАМ
В РОССИИ
СОСТАВЛЯЛА
БОЛЕЕ
15%



СЕВЕРО-ЗАПАД

Санкт-Петербург
Архангельск
Великий Новгород
Вологда
Калининград
Ленинградская обл.
Мурманск
Нарьян-Мар
Петрозаводск
Псков

ЦЕНТР

Тула
Владимир
Калуга
Кострома
Рязань
Смоленск
Тверь

ЧЕРНОЗЕМЬЕ

Воронеж
Белгород
Брянск
Курск
Липецк
Орёл
Пенза
Саранск
Саратов
Тамбов

ЮГ

Ростов-на-Дону
Волгоград
Краснодар
Майкоп

МОСКВА

Москва
Московская обл.

ВОЛГА

Нижегород
Ижевск
Йошкар-Ола
Казань
Киров
Самара
Ульяновск
Чебоксары

УРАЛ

Екатеринбург
Курган
Оренбург
Пермь
Салехард
Сыктывкар
Тюмень
Ханты-Мансийск
Челябинск

СИБИРЬ

Новосибирск
Абакан
Барнаул
Кемерово
Красноярск
Кызыл
Омск
Томск

БАЙКАЛ И ДАЛЬНИЙ ВОСТОК

Иркутск
Биробиджан
Владивосток
Магадан
Петропавловск-Камчатский
Улан-Удэ
Южно-Сахалинск

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

1.5. Развитие сети мобильной связи



Широкий региональный охват и соответствующая стратегия роста определяют специфику работы компании по развитию сети мобильной связи, а также структуру оказываемых услуг. Tele2 активно работает в регионах со слаборазвитой дорожной сетью и географически отдаленными территориями, где недостаточно представлены другие виды связи. Компания считает важным предоставлять доступ к качественной и недорогой сотовой связи всем жителям сельской местности, малых и средних городов в отдаленных и труднодоступных зонах. Поэтому мы последовательно инвестируем в развитие технологической инфраструктуры, что позволяет обеспечить устойчивое покрытие таких территорий. В этом отношении социальная миссия компании — преодоление цифрового неравенства — гармонично сочетается с ее бизнес-стратегией.

Tele2 создает свою инфраструктуру таким образом, чтобы сеть работала максимально эффективно. Компания тщательно подходит к планированию сети и использует современное оборудование, что позволяет предоставлять абонентам надежную мобильную связь по самым выгодным ценам. При этом на всех этапах строительства и развития своей сети Tele2 использует новейшие технологии и оборудование.

В 2015 году Tele2 досрочно завершила интеграцию мобильных активов «Ростелекома». Всего за год сеть под брендом Tele2 была запущена в 22 новых регионах, в том числе в Москве и Московской области, а ско-

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ростной мобильный интернет — в 51. Tele2 первой среди операторов сотовой связи обеспечила LTE на всех станциях Петербургского метрополитена — Санкт-Петербург стал первым городом в России, где на всех станциях метро доступен высокоскоростной мобильный 4G-интернет.

К марту 2016 Tele2 запустила услуги под своим брендом в 23 регионах России. В течение 2016 года компания продолжила активное развитие бизнеса и приступила к внедрению на сетях третьего поколения технологии HD-Voice, которая расширяет частотный диапазон и повышает качество передачи голоса. Услуги высокоскоростного мобильного интернета в сетях 4G стали доступны еще в 10 регионах.



В мае того же года Tele2 ввела в коммерческую эксплуатацию первую в России LTE-сеть на частотах 450 МГц в Тверской и Новгородской областях. В течение последующих двух месяцев сеть LTE-450 под брендом Skylink появилась в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, а также в Московском регионе.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Выход на московский рынок

В октябре 2015 года Tele2 запустила собственную сеть в Московском регионе и закрепила за собой статус федерального оператора мобильной связи. Компания в рекордные для отрасли сроки построила современную сеть в стандартах 3G и 4G с использованием самого современного оборудования.

В настоящий момент более 12 тысяч базовых станций обеспечивают охват свыше 97% населения Москвы и области. Сетью LTE покрыто 70% станций московского метро. В ноябре 2016 года оператор запустил технологию Wi-Fi Calling, которая позволяет московским абонентам Tele2 совершать голосовые вызовы и отправлять SMS по тарифам домашнего региона через Wi-Fi.



Профессиональное сообщество признало выход Tele2 на рынок московского региона одним из самых ярких событий телекоммуникационной отрасли за последние несколько лет. По итогам голосования спикеров и делегатов международного форума «Телеком-2017» газеты «Ведомости» выход Tele2 на рынок Москвы и Московской области был признан одним из трех наиболее важных событий в сфере телекоммуникаций.

В 2016 году Tele2 вышла на третье место по количеству базовых станций в России (96 219). По данным Роскомнадзора, компания продемонстрировала наибольший рост среди российских операторов, прежде всего за счет активного строительства сетей стандарта LTE¹.

¹<https://rkn.gov.ru/press/publications/news50106.htm>

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

1.6. Научно-техническое развитие

Чтобы не потерять позиции на рынке мобильной связи, сотовые операторы должны кардинально изменить свои бизнес-стратегии и расширить сферу деятельности, научиться точно улавливать меняющиеся потребности пользователей, предоставить широчайший набор услуг во всех сферах жизни. Поэтому в июне 2016 года Tele2 заключила соглашение о взаимодействии и стратегическом партнерстве в сфере развития информационных технологий и телекоммуникаций с инновационным центром «Сколково».

Стороны договорились о совместной разработке и проведении конкурсов инновационных проектов и других мероприятий в области IT и телекоммуникационных технологий. Участие в таких проектах поможет Tele2 определять новые направления развития бизнеса, внедрять в свою деятельность высокотехнологичные решения и создавать на их базе новые сервисы для абонентов. Кроме того, Tele2 рассмотрит разрабатываемые резидентами «Сколково» проекты, которые в перспективе можно внедрить в компании для автоматизации и повышения эффективности бизнес-процессов.

Также Tele2 выступила индустриальным партнером мероприятия Startup Village в «Сколково». Компания представила гостям и участникам возможности новой сети LTE-450, которую запустила под брендом Skylink. Ключевое преимущество данной технологии — качественное покрытие и высокие скорости передачи данных даже в отдаленных населенных пунктах и дачных поселках, где отсутствует устойчивое покрытие сетей GSM и быстрый мобильный интернет.

За отчетный период Tele2 начала разработку и реализацию целого ряда современных технических и бизнес-решений.

Компания активно развивает направление Big Data. Анализ «больших данных» позволяет оператору решать такие практические задачи, как, например, определение оптимальных мест установки новых базовых станций и монобрендовых салонов связи.

Tele2 активно работает над проектами в области интернета вещей (IoT). С помощью решений M2M (machine-to-machine) к сети мобильной связи можно подключать самые различные типы устройств, такие как счетчики

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ



электричества, воды и тепла в квартире, автомобильные компьютеры, системы «умного дома», охранные сигнализации и другие. Развитие этого направления станет фактором дальнейшего развития бизнеса в самых разных отраслях: машиностроении, медицине, коммунальном хозяйстве, сфере услуг.

Интеграции с другими отраслями будет способствовать и внедрение стандарта пятого поколения связи, который обеспечивает сверхвысокие скорости передачи данных. Разработки в области развития технологий 5G позволят в будущем обеспечить существенную емкость сетей и постоянное подключение к ним еще большего количества пользовательских устройств и объектов инфраструктуры. В сентябре 2016 года Tele2 и компания Nokia подписали соглашение о сотрудничестве, направленное на ускорение развития сетей мобильной связи в стандарте 5G в России. Компании также провели демонстрацию возможностей технологии мобильной связи пятого поколения и представили различные варианты ее использования: для беспилотного управления автомобилями, организации «умного» движения в городской среде и видеоаналитики.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

1.7. Розничная сеть продаж

Tele2 всегда уделяла большое внимание развитию своей розничной сети. Увеличивая количество торговых точек и одновременно повышая эффективность каждой из них, компания помогает клиентам получить качественную консультацию именно в том месте, где им удобно.

Главным каналом продаж SIM-карт Tele2 остается монобрендовая сеть, которая охватывает 3,4 тыс. фирменных салонов и модулей. Около трети от общего количества точек продаж в 2016 году пришлось на федеральные розничные сети. Их доля по сравнению с 2015 годом выросла на 5%.

Для того чтобы эффективно развивать монобрендовую сеть в регионах присутствия и избежать размещения нескольких точек продаж в одной торговой зоне, Tele2 разработала «стратегию картирования» (Mapping Strategy). Ее основу составляет ежегодно обновляемая база данных. С помощью этого инструмента производится планирование развития



В 2016 ГОДУ ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ТОЧЕК ПРОДАЖ SIM-КАРТ TELE2 УВЕЛИЧИЛОСЬ НА 11% ПО СРАВНЕНИЮ С ПРЕДЫДУЩИМ ПЕРИОДОМ И СОСТАВИЛО

120 ТЫС.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

монобрендовой розницы и оценка эффективности работы действующих салонов.

Tele2 организовала процесс приобретения своих продуктов и услуг таким образом, чтобы максимально облегчить потребительский выбор и дать возможность абонентам самостоятельно формировать индивидуальный пакет услуг мобильной связи.

С 2010 года по отчетный период компания использовала инновационный формат обслуживания клиентов — «супермаркет связи». Здесь покупатель может самостоятельно скомпоновать свой собственный набор мобильных услуг: выбрать понравившийся номер телефона или сформировать его на основе личных предпочтений, подобрать тариф и дополнить его необходимыми услугами, приобрести телефон и аксессуары. Для корпоративных клиентов открыта специальная секция с готовыми решениями, разработанными под конкретные задачи малого и среднего бизнеса. Наполнив корзину продуктами, покупатель оплачивает свои покупки на кассе и может сразу же начать пользоваться услугами сети Tele2.

В 2016 году компания расширила ассортимент товаров в фирменных салонах. В феврале 2016 года начались продажи первого смартфона Tele2 Mini, который быстро занял лидирующие позиции на отечественном рынке. Во втором полугодии на рынок вышли новые модели брендированных устройств — Tele2 Midi, Tele2 Midi LTE, Tele2 Maxi, Tele2 Maxi LTE. За год доля смартфонов в сети Tele2 увеличилась на 12,1%, что сопоставимо с аналогичным показателем у операторов «большой тройки».

Tele2 продолжает развитие альтернативного канала дистрибуции и привлекает в качестве партнеров крупнейшие федеральные сети ретейла и небольшие региональные компании. В 2016 году появилась возможность стать абонентом Tele2 в магазинах цифровой и бытовой техники «М.Видео», «Техносила», DNS, в офисах страхового дома «ВСК», в отделениях «Росгосстрах-банка» и «Хоум Кредит Банка». Количество точек продаж в этом сегменте в 2016 году увеличилось на 26% и составило 71 тыс. объектов.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Tele2 создала широкую розничную сеть в Московском регионе, обеспечив шаговую доступность услуг. Здесь в короткий срок было открыто порядка 500 монобрендовых салонов и модулей. Помимо этого, подключиться к сети оператора на конец отчетного периода можно было более чем в 13 тыс. торговых точек, среди которых крупные розничные сети по продаже электроники и сотовые ретейлеры.

Tele2 продолжает активно развивать интернет-продажи — в отчетном году более 5% новых абонентов подключились к сети через онлайн-платформу. Число SIM-карт, приобретенных абонентами в интернет-магазине Tele2, увеличилось более чем на 120% по сравнению с 2015 годом. Кроме того, теперь покупателям доступна курьерская доставка товаров из онлайн-магазина компании SPSR Express, федерального партнера Tele2.

Развитие франчайзинга

Tele2 развивает свою розничную сеть по модели франчайзинга. Работа с партнерами дает возможности для более динамичного развития сети с меньшими издержками, позволяет строить более качественную и эффективную розницу, адаптивную к любым изменениям.

Приобрести франшизу Tele2 может предприниматель с опытом работы в розничном сегменте бизнеса, который умеет грамотно управлять персоналом, выстраивать систему логистики и процесс продаж. Став участником партнерской программы Tele2, предприниматель получает возможность начать собственное дело на основе детально проработанного и стандартизированного бизнес-решения. Tele2 заинтересована в успехе партнеров, поэтому оказывает им поддержку на всех этапах ведения бизнеса.

Наличие франшизы Tele2 обеспечивает значительные преимущества: ремонт и оборудование торгового помещения за счет компании, возможность компенсации до 100% арендной платы при условии выполнения плановых показателей, обучение продавцов.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ



Анализировать деятельность наших партнеров и принимать решение о продолжении сотрудничества позволяет программа «Рейтинг дилеров», которая действует во всех регионах присутствия. Основным критерием оценки является соблюдение высоких стандартов обслуживания, направленных на обеспечение максимальной удовлетворенности клиентов. В 2016 году Tele2 предложила новый технологичный вариант сотрудничества — программу прямых продаж SIM-карт «Твой плюс». Любой желающий может стать партнером компании и, привлекая новых абонентов, получать вознаграждение в размере 10% от их расходов на сотовую связь. К концу 2016 года количество участников программы достигло 40 тыс.

2. Ответственное ведение бизнеса

2.1. Система корпоративного управления	23
2.2. Стратегия Tele2	26
2.3. Принципы ведения бизнеса	33
2.4. Как Tele2 понимает свою социальную ответственность	37
2.5. Ключевые стейкхолдеры Tele2	43



TELE2

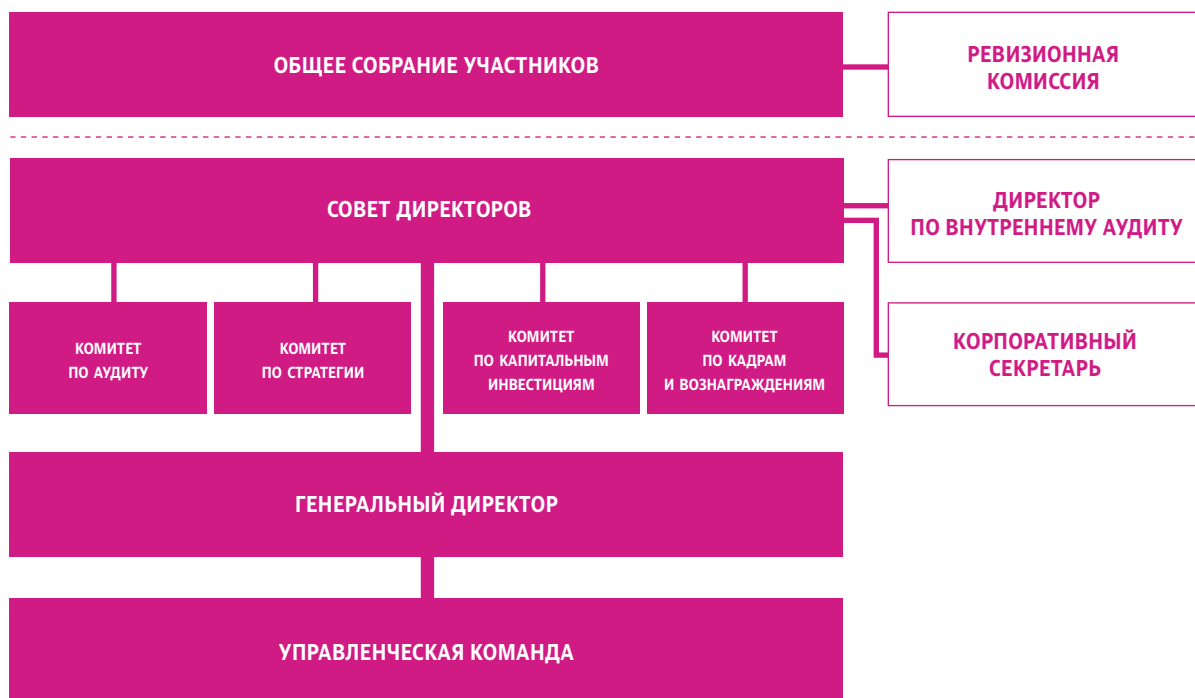
2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

2.1. Система корпоративного управления

Высокий уровень корпоративного управления позволяет принимать более эффективные управленческие решения, привлекать партнеров и инвесторов, а также увеличивает возврат на собственный капитал. Поэтому совершенствование корпоративного управления — один из важных элементов стратегии компании.

Высшим органом управления Tele2 является общее собрание участников, которое формирует подотчетный ему совет директоров. Руководство текущей деятельностью компании осуществляется единоличным исполнительным органом — генеральным директором, который назначается советом директоров.

Основные органы управления



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Вопросы корпоративной социальной ответственности находятся в сфере компетенции генерального директора, а также рассматриваются на заседаниях комитетов при совете директоров.

Совет директоров компании был избран общим собранием участников ООО «Т2 РТК Холдинг» в апреле 2014 года сроком на два года и переизбран в том же составе 25 марта 2016 года. Совет директоров состоит из одиннадцати человек: десяти неисполнительных директоров и одного независимого директора.



За соблюдением требований законодательства, устава и внутренних документов компании органами и сотрудниками Tele2 следит корпоративный секретарь.

Для управления компанией используется функциональная структура, которая включает отдельные дирекции. Каждая из них специализируется на соответствующем виде управленческой деятельности.

Все региональные подразделения Tele2 объединены в девять крупных организационных единиц — макрорегионов, которыми управляет управление по операциям: «Байкал» и «Дальний Восток»², «Волга», «Москва», «Северо-Запад», «Сибирь», «Урал», «Центр», «Черноземье» и «Юг».

² Создан в 2017 году. Существенный факт за пределами отчетного периода. Ранее существовал макрорегион «Дальний Восток»

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Состав совета директоров

- | | |
|--|--|
| Юрий Соловьев | ▶ первый заместитель президента — председателя правления ВТБ (ПАО), председатель совета директоров Tele2 |
| Стефано Зуппет (Stefano Zuppet) | ▶ управляющий директор, соруководитель департамента инвестиционно-банковской деятельности на глобальных рынках «ВТБ Капитал» |
| Боян Иванович (Bojan Ivanovic) | ▶ управляющий директор «ВТБ Капитал» |
| Михаил Осеевский | ▶ президент ПАО «Ростелеком» |
| Сергей Анохин | ▶ старший вице-президент ПАО «Ростелеком» |
| Владимир Кириенко | ▶ старший вице-президент по развитию и управлению бизнесом ПАО «Ростелеком» |
| Кай-Уве Мельхорн (Kai-Uwe Mehlhorn) | ▶ старший вице-президент — финансовый директор ПАО «Ростелеком» |
| Дмитрий Лебедев | ▶ управляющий директор ЗАО «АБР Менеджмент» |
| Александр Пентя | ▶ заместитель генерального директора ЗАО «АБР Менеджмент» |
| Владимир Лукин | ▶ первый заместитель генерального директора ЗАО «Севергрупп» |
| Бруно Дюшарм (Bruno Ducharme) | ▶ глава инвестиционной компании TIW Capital Partners — независимый директор |

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

2.2. Стратегия Tele2



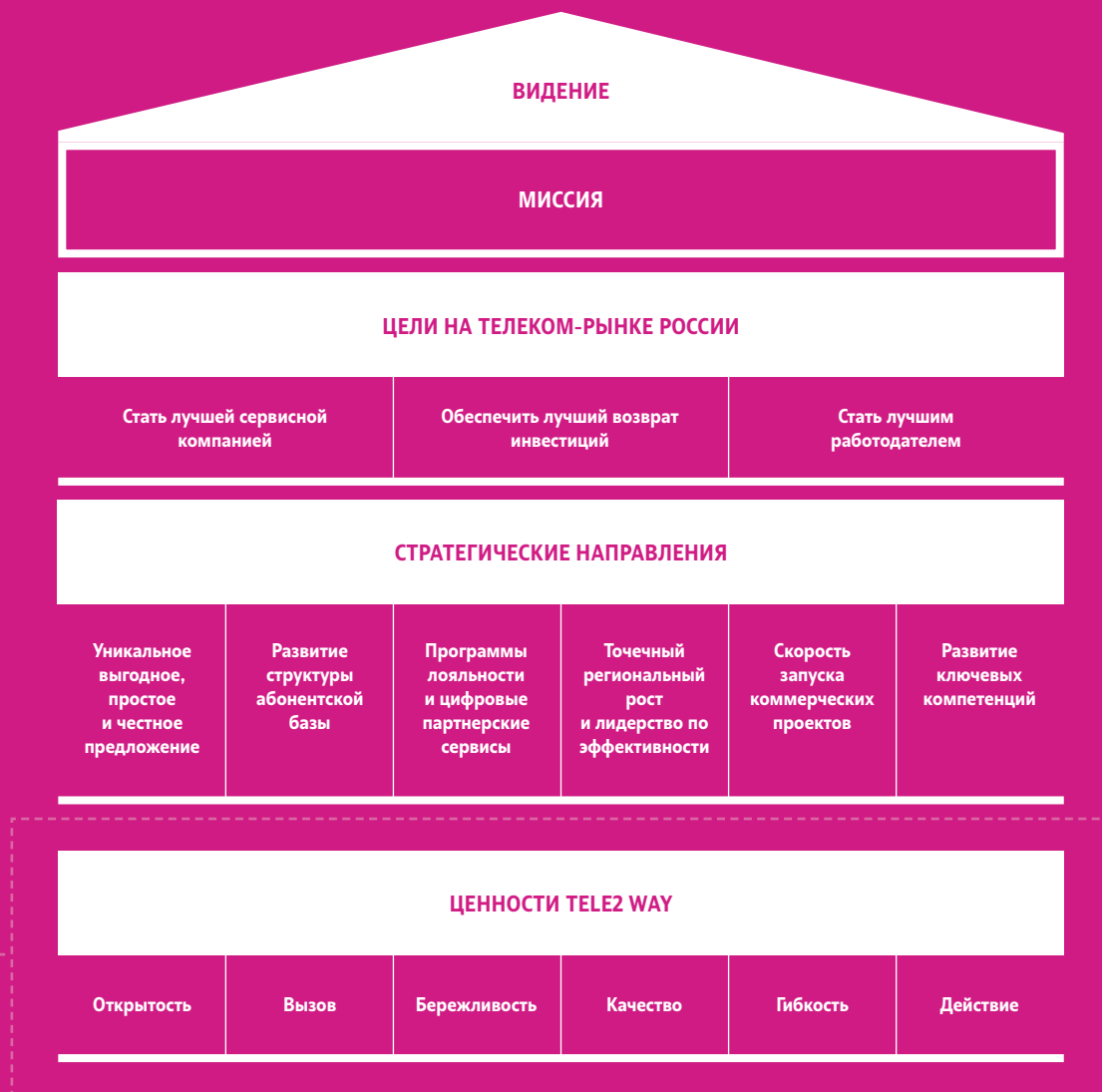
Мы рассматриваем стратегию компании как план ее долгосрочного развития, определяющий приоритетные задачи, используемые ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей.

Стратегическое планирование (или пересмотр ранее выбранного направления развития) происходит в компании регулярно, что позволяет нам гибко реагировать на изменяющиеся условия с учетом рыночных факторов и конкурентной среды.

Команда стратегического блока анализирует формирующиеся на рынке тренды и макроэкономическую ситуацию в стране и совместно с функциональными подразделениями и акционерами обсуждает варианты долгосрочного развития компании.

Для того чтобы наглядно представить будущее компании, в Tele2 используется образ дома. «Дом Tele2» — это стратегическая схема, которая наиболее емко описывает суть компании, ее цели и приоритетные области развития. В декабре 2016 года Tele2 представила обновленную стратегию развития на 2017–2021 годы, которая претерпела значительные корректировки.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Видение

Мы хотим быть не только предпочтительным, но и любимым оператором мобильных услуг. Нам важно, чтобы при выборе Tele2 клиенты доверяли своим эмоциям и симпатиям так же, как и доводам рассудка. Мы по-прежнему останемся самым выгодным мобильным оператором на российском телекоммуникационном рынке.

Миссия

Мы всегда были, есть и будем другими, ведь наш главный принцип — предлагать альтернативу сложившимся рыночным практикам. Мы сохранили наши главные отличия: честность, прозрачность и выгодность продуктов и услуг. Мы также добавили новое ценностное предложение, которое включает разнообразные и привлекательные программы и услуги, разработанные совместно с цифровыми и медиапартнерами.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Цели на рынке

В качестве стратегических мы рассматриваем три наиболее важные цели:

Стать лучшей сервисной компанией. В то время, когда конкуренция за абонента обостряется, а отличительные особенности участников рынка размываются, качество обслуживания клиентов становится одним из основных приоритетов бизнеса.

Обеспечить лучший возврат инвестиций. За последние несколько лет компания сделала значительные инвестиции в развитие сетевой инфраструктуры, что позволило существенно сократить отставание от конкурентов. Основной принцип инвестиций для нас — каждый вложенный рубль должен приносить максимальную отдачу как для компании, так и для клиентов.

Стать лучшим работодателем. Прежде всего, любая компания — это люди, работающие в ней. Это главный актив, и мы по-прежнему будем заботиться о профессиональном развитии сотрудников, чтобы сохранить уникальный дух Tele2.



Стратегические направления

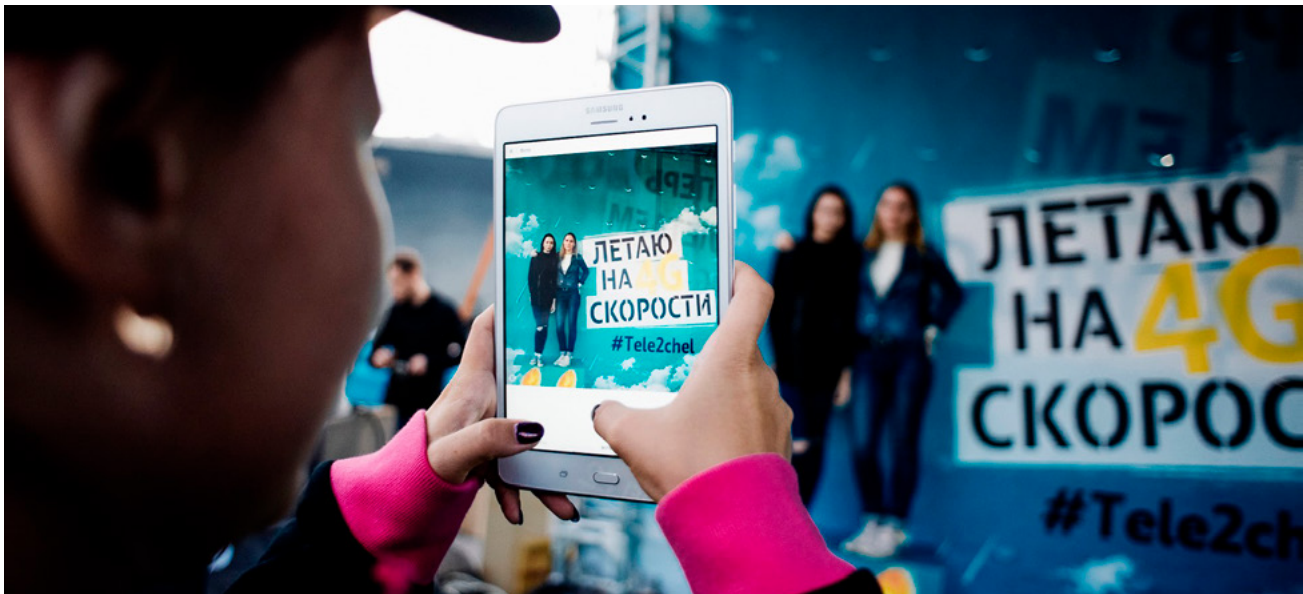
Мы определяем приоритетные стратегические области, чтобы объединить усилия и ресурсы всей компании для решения наиболее важных задач. Наши стратегические направления на 2017–2021 годы:

Уникальное выгодное, простое и честное предложение. Взаимодействие с клиентами, партнерами и конкурентами мы основываем на честности и открытости. В нашем продукте нет «звездочек», скрытых условий или навязанных услуг. Мы не подключаем платных подписок без ведома клиента, открыто и в нужный момент сообщаем об изменениях, отказываемся от массовых раздражающих рассылок. Мы постепенно уходим от позиционирования компании в качестве дискаунтера в сторону предложения выгодных продуктов и услуг, объединенных в единую экосистему, поддерживающую стиль жизни наших абонентов.

Развитие структуры абонентской базы. Рынок телекома на текущий момент достиг своего насыщения и стагнирует как по росту абонентской базы, так и по росту выручки. В текущих условиях основной целью Tele2 становится фокус на удержании и развитии собственной абонентской базы, предложении клиентам высококачественного обслуживания, выгодных, простых и удобных собственных и партнерских продуктов. Для нас важно способствовать тому, чтобы клиенты более активно использовали современные, качественные и выгодные услуги Tele2, в том числе высокотехнологичные услуги передачи данных.

Программы лояльности и цифровые партнерские сервисы. Для того чтобы предлагать нашим клиентам новые и актуальные услуги в соответствии с их запросами и требованиями, мы расширяем рамки стандартного телекоммуникационного предложения и активно взаимодействуем с партнерами в смежных отраслях, интернет- и медиакомпаниями. Модель lifestyle enabler, направленная на поддержку стиля жизни клиентов, является для нас стратегией развития на ближайшие годы, с сохранением таких важных для нас и клиентов атрибутов компании, как выгода, честность и простота.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ



Точечный региональный рост и лидерство по эффективности. Мы будем придерживаться разумного подхода к вложению средств и инвестировать в те проекты, которые востребованы абонентами и принесут максимальную отдачу в краткосрочной перспективе. Компания уже сделала существенные инвестиции в развитие самой современной сетевой инфраструктуры, и мы будем по-прежнему стремиться к лидерству по эффективности.

Скорость запуска коммерческих проектов. В условиях быстроизменяющегося технологического рынка умение быстро реагировать на изменение внешней среды и конкурентной ситуации является главным залогом успеха развития компании. В связи с этим мы активно работаем над оптимизацией внутренних процессов, в частности при создании новых коммерческих проектов. Это позволяет своевременно и с минимальными издержками выводить на рынок новые продукты и услуги.

Развитие ключевых компетенций. Команда Tele2 — это наш главный актив, для которого разработан свой план развития. От реализации этого плана зависит будущее компании, ее роль на рынке и в отрасли в целом.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Наши ценности

Открытость. Честность и открытость лежат в основе нашего общения. Мы работаем в команде и всегда делимся своим опытом, навыками и знаниями.

Вызов. Мы всегда бросаем вызов трудностям, невозможному и самим себе. Смелость — наш принцип. Мы принимаем решения, на которые другие не отваживаются, и никогда не сдаемся.

Бережливость. Мы всегда инвестируем с умом и тщательно следим за расходами. Мы подвергаем сомнению любые затраты.

Качество. Просто — значит качественно. Мы никогда не ставим под угрозу ожидаемое качество.

Гибкость. Мы реагируем и действуем быстро. Мы любим изменения и всегда стремимся достигать большего. Мы внимательно следим за потребностями наших клиентов и меняемся в соответствии с ними.

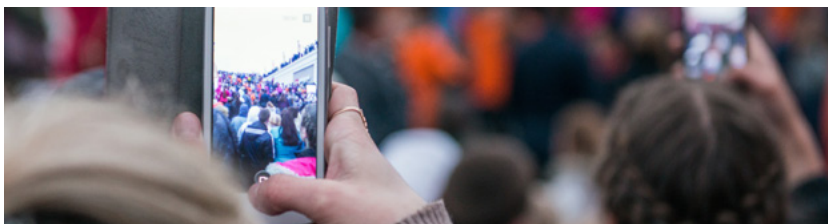
Действие. Мы всегда в центре событий. Мы инициативны и предлагаем решение, а не проблему.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

2.3. Принципы ведения бизнеса

Tele2 считает необходимым придерживаться принципов честного и ответственного ведения бизнеса, зафиксированных в Кодексе корпоративной этики, который опирается на принципы Глобального договора ООН и ряд других международных и национальных документов.



Клиентоориентированность и доступность услуг

Компания Tele2 завоевывает уважение клиентов и выстраивает долгосрочные отношения с ними, предоставляя качественные услуги по выгодным ценам, демонстрируя честность, открытость и добросовестность во всех действиях.

Техническое развитие сети связи и расширение сети дистрибуции компания проводит на основе клиентоориентированного подхода и с учетом пожеланий абонентов.

Информационные материалы и все виды коммуникации с внешними аудиториями Tele2 готовит на основе полной, достоверной и актуальной информации в полном соответствии с законодательством РФ.

Обработывая анкетные данные своих клиентов, Tele2 соблюдает законы, нормы и правила, охраняющие право на частную жизнь и конфиденциальность личных данных граждан. Компания стремится предотвращать любой несанкционированный доступ к данной информации.

Tele2 старается оградить абонентов от незаконных действий третьих лиц. Мы постоянно ведем работу по предотвращению фактов мошенничества с использованием мобильной связи.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Противодействие коррупции и открытый подход во взаимоотношениях с подрядчиками и поставщиками

Действующие в Tele2 процедуры и этические принципы компании строго регламентируют выбор поставщиков и принятие решений о закупках. В целях противодействия коррупции переговоры с поставщиками и дилерами проводятся с участием сотрудников Tele2, ответственных за закупки. При принятии решений применяется принцип двойного контроля. В Tele2 приняты правила, запрещающие сотрудникам любого уровня получать подарки или какие-либо иные привилегии, если это выходит за рамки общепринятых норм бизнес-этики и деловых отношений.

В свою очередь, сотрудники не должны предлагать деньги или какие-либо подарки правительственным служащим или государственным чиновникам, за исключением символических подарков незначительной денежной стоимости. Выполнение данных норм, правил и процедур обеспечивается с помощью системы мотивации персонала, а также посредством эффективной системы контроля бизнес-процессов.

Конфликт интересов

В Tele2 действуют четкие нормы поведения и инструкции, регламентирующие работу по предотвращению конфликтов интересов. Деловые решения принимаются исключительно на благо компании, и никакие личные отношения или соображения не могут оказывать на них влияния. Эти нормы касаются потенциальной выгоды не только для наших сотрудников, но также для членов их семей и друзей.

Соответствующие элементы интегрированы в корпоративные тренинги и инструктажи, которые регулярно проходят сотрудники компании.

В Tele2 внедрена эффективная система контроля за соблюдением норм, правил и процедур, направленных на предотвращение и выявление конфликтов интересов.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Честная конкуренция

Tele2 считает, что открытая и честная конкуренция благотворно влияет на развитие отрасли и общества в целом. Конкуренция вынуждает компании не только снижать издержки, но и обеспечивать более полное удовлетворение потребностей клиентов в качественных услугах связи. Мы строго придерживаемся принципов честной конкуренции в интересах конечных потребителей и выступаем против сговоров и монопольных действий. С момента прихода в Россию в каждом регионе присутствия компания способствует развитию конкуренции, поскольку убеждена, что только в этом случае будет соблюден справедливый баланс интересов бизнеса, клиентов и государства.

Tele2 считает принципиально важным, чтобы все без исключения участники рынка соблюдали общепринятые нормы бизнес-этики и высокие профессиональные стандарты поведения.

Через различные каналы коммуникации компания информирует действующих и потенциальных абонентов о продуктах и услугах, высказывает свою позицию по различным вопросам рынка мобильной связи и отрасли телекоммуникаций в целом. При этом Tele2 соблюдает целый ряд принципов и ограничений, в частности:

- не критикует действия и высказывания других операторов — участников рынка;
- не инициирует обсуждение их сильных и слабых сторон.

Tele2 нацелена на конструктивный диалог и эффективное взаимодействие с участниками рынка по актуальным вопросам отрасли. В их числе: преодоление цифрового неравенства, улучшение качества связи, борьба с мошенничеством в сфере мобильной связи и в сети Интернет, консолидация финансовых, организационных и информационных ресурсов для реализации социально ориентированных проектов.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Достоверность и точность финансовой информации

Tele2 соблюдает строгие правила и стандарты бухгалтерского учета, точно и полностью предоставляет финансовую информацию, использует необходимый внутренний контроль и процедуры, что обеспечивает полное соответствие бухгалтерской и финансовой отчетности действующему законодательству. Сотрудники, участвующие в формировании отчетности, всегда должны предоставлять полную, достоверную, точную и своевременную информацию, на основе которой Tele2 подает документы в государственные органы, в том числе налоговые, и которую использует в публичных коммуникациях.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

2.4. Как Tele2 понимает свою социальную ответственность

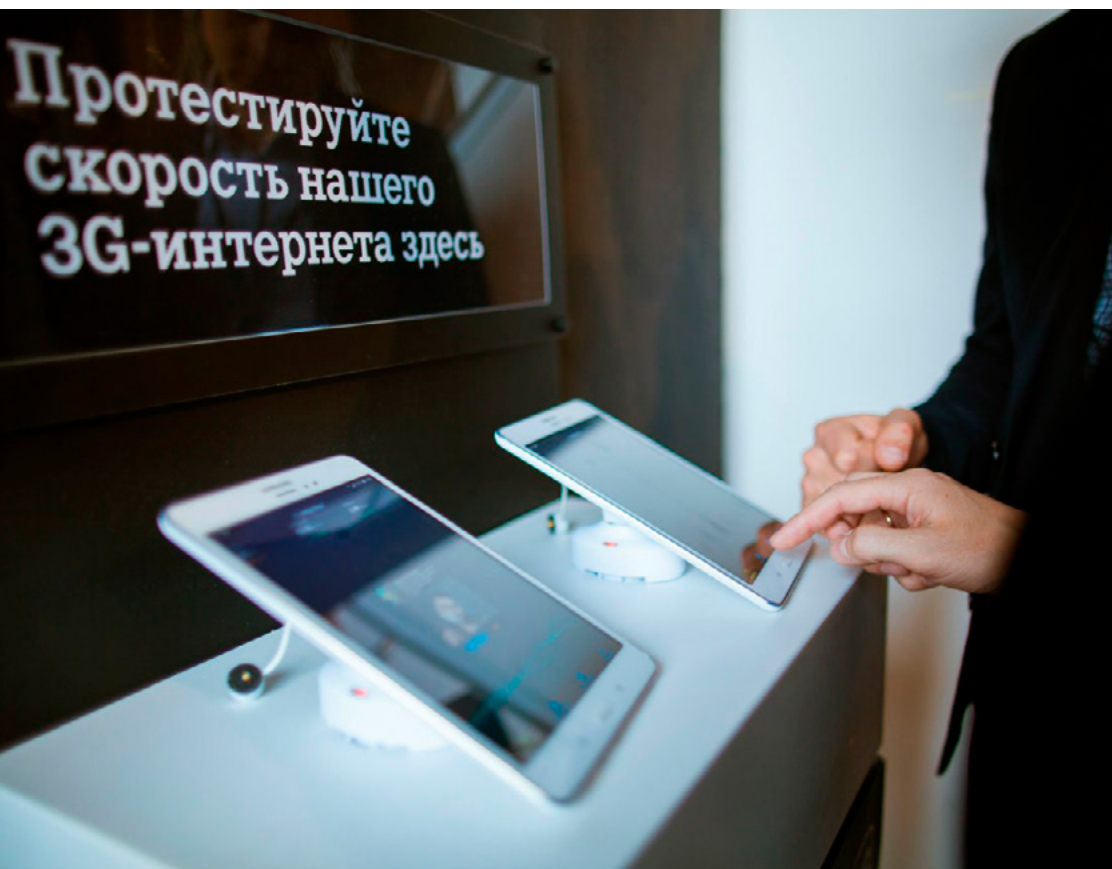
Принципы КСО Tele2

Ключевые принципы деятельности компании в области корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития, а также вопросы взаимодействия с заинтересованными сторонами зафиксированы в Корпоративной социальной политике. Данный документ является основанием для принятия любых решений в сфере КСО. При реализации социальной политики Tele2 исходит из следующих принципов:

- Предоставление клиентам качественной и надежной мобильной связи позволяет добиваться синергетического эффекта при сочетании интересов общества с задачами бизнеса.
- Социальная роль компании заключается также в покрытии сетью Tele2 малонаселенных районов, отдаленных и труднодоступных населенных пунктов, что снижает уровень цифрового неравенства в стране.
- Деятельность в области корпоративной социальной ответственности является одним из факторов конкурентной устойчивости компании на рынке в долгосрочной перспективе, а также фактором снижения нефинансовых рисков.
- В процессе реализации социальной политики Tele2 осуществляет недискриминационный выбор партнеров и объектов своей социальной активности. Компания может учитывать мнение некоммерческих организаций и общественных объединений, органов власти и местного самоуправления регионов присутствия или действовать по собственной инициативе, однако в первую очередь в расчет принимается социальная значимость проекта.
- Реализуя проекты в области КСО, компания объединяет собственные компетенции и ресурсы с партнерами — благотворительными и социальными организациями, органами власти и СМИ.
- Компания развивает механизмы участия абонентов в благотворительности, используя SMS-фандрайзинг. Это позволяет ей формировать общие ценности с абонентами, вовлекать их в свою работу в области реализации принципов социальной ответственности и добиваться позитивного социального эффекта.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

- Tele2 внедряет современные энергоэффективные технологии, которые экономят ресурсы и не наносят вреда природе и здоровью человека.
- Tele2 стремится к тому, чтобы все сотрудники, включая членов совета директоров и руководство компании, а также деловые партнеры, дилеры, консультанты, поставщики и продавцы вели свой бизнес не только в соответствии с требованиями закона, но и с самыми высокими этическими стандартами. В компании принят Кодекс корпоративной этики для сотрудников; соответствующие требования к этичному ведению бизнеса также включены в соглашения с деловыми партнерами.



Система управления КСО

Принципы корпоративной социальной ответственности интегрированы в основные деловые процессы Tele2 и представляют собой неотъемлемый элемент корпоративного управления и планирования. Это обеспечивает системный подход к проектированию и реализации принципов социальной политики компании.

Управленческие, этические и социокультурные аспекты реализации принципов КСО отражены в документах и специальных регламентах, в том числе в Кодексе корпоративной этики и Корпоративной социальной политике Tele2. Эти документы служат практическими ориентирами в каждодневной деятельности на всех управленческих и операционных уровнях.

Соблюдение принципов КСО и Корпоративной социальной политики компании находится в сфере компетенции дирекции по корпоративным коммуникациям, в которой выделено отдельное подразделение — департамент операционных коммуникаций и КСО.

Все сотрудники информированы об основных положениях и принципах КСО, и связанная с их реализацией деятельность рассматривается как неотъемлемая часть рабочего процесса на всех уровнях управления Tele2. На внутреннем информационном ресурсе компании в Интранет создан раздел, который помогает осуществлять оперативное, полное и непрерывное оповещение сотрудников и всех заинтересованных сторон об активности в сфере благотворительности и КСО в регионах присутствия.

Представители компании в различных регионах страны принимают участие в публичных мероприятиях, посвященных различным аспектам КСО. Популяризация социальной ответственности как принципа бизнес-деятельности является для Tele2 важным направлением работы.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Вовлечение сотрудников компании в социальные инициативы

Tele2 ведет систематическую работу по развитию элементов корпоративной культуры, что открывает перед сотрудниками широкие возможности для творческой реализации в профессиональной, образовательной, культурной, социальной и спортивной сферах.

Компания поощряет и поддерживает инициативные проекты в области корпоративной социальной ответственности, основанные на проявлении самостоятельности и развитии творческой энергии сотрудников. Подробнее об участии сотрудников в социальных инициативах см. в разделе «Корпоративное волонтерство в Tele2».

Основные направления социального инвестирования в регионах присутствия

Добровольный вклад компании в развитие социальной сферы существенно выходит за рамки установленного законодательством минимума. Компания не только уделяет повышенное внимание соблюдению законодательных норм и правил в области экологии и охраны окружающей среды, раскрытия информации, работы с персоналом, подрядчиками и поставщиками, но и самостоятельно реализует комплекс программ по социальному и инфраструктурному развитию регионов присутствия. (см. главу 5 «Вклад в развитие регионов присутствия»).

В различных регионах России компания инициирует и поддерживает партнерские проекты в области школьного, высшего и бизнес-образования, здравоохранения, культуры, социальной сферы и спорта. Внимание и помощь перспективным начинаниям, а также развитие потенциала тех, кто готов совершенствоваться и после окончания поддержки со стороны компании, — один из приоритетов социальной политики Tele2.

Рассматривая социальную ответственность как важнейший элемент консолидации интересов стейкхолдеров, Tele2 реализует сбалансированную и эффективную социальную политику. Такой подход позволяет компании быть максимально прозрачной для общества, потребителей,

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

акционеров, персонала, партнеров и государства. Это является неотъемлемым условием стабильности в настоящем и устойчивого развития в будущем.

Целевыми ориентирами Tele2 в области социального инвестирования в регионах присутствия являются следующие направления:

Социально-экономическое развитие

- поддержка малого предпринимательства и содействие формированию предпринимательской культуры
- создание новых рабочих мест, обеспечивающих безопасные условия труда, социальные гарантии и перспективы профессионального роста

Развитие местных сообществ

- поддержка волонтерского движения, ориентированного на устойчивое социальное развитие местных сообществ
- мобильная безопасность и борьба с цифровым неравенством
- участие в профессиональном, культурном и духовном развитии через поддержку региональных инициатив

Социально уязвимые группы общества

- поддержка инициатив людей с ограниченными возможностями, поощрение их интеграции в общество
- благотворительная помощь институциональным учреждениям и общественным организациям социальной направленности
- содействие талантливой молодежи в достижении социально значимых целей и реализации собственного потенциала
- поддержка образования и профессиональной ориентации молодежи

Здоровье и окружающая среда

- экология и охрана окружающей среды
- поддержка проектов в области охраны здоровья
- содействие здоровому образу жизни

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

**К целевым аудиториям социальных проектов относятся:**

- жители регионов присутствия Tele2;
- молодежь — школьники, студенты;
- учителя, врачи и сотрудники благотворительных организаций;
- компании малого и среднего бизнеса, индивидуальные предприниматели и субъекты молодежного предпринимательства;
- дети с ограниченными возможностями и дети-сироты;
- ветераны войны и пожилые люди;
- взрослые люди с ограниченными возможностями (инвалиды);
- многодетные семьи.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

2.5. Ключевые стейкхолдеры Tele2

Компания системно и последовательно развивает многосторонний диалог со всеми заинтересованными сторонами (стейкхолдерами). Эта работа включает непрерывный мониторинг деятельности компании в области КСО и оценку результатов посредством системы обратной связи и тематических исследований.

Для нас исключительно важно формирование партнерских отношений со стейкхолдерами. Мы открыты к сотрудничеству и восприятию новых идей и инициатив в области КСО. В процессе взаимодействия мы активно привлекаем заинтересованные стороны к проектированию, планированию, реализации и оценке эффективности наших усилий в социальной сфере.



Tele2 проводит анализ социального и институционального окружения компании в поисках новых стейкхолдеров, заинтересованных во взаимодействии по проблемам корпоративной социальной ответственности. Перечень ключевых заинтересованных сторон был сформирован рабочей группой в процессе подготовки первого социального отчета компании.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ



Абоненты

Предоставление современных, качественных и доступных услуг мобильной связи широким слоям населения России — это важная задача маркетинговой и социальной политики Tele2, ориентированной на потребительскую аудиторию. Пользователи услуг рассматриваются как полноценные партнеры, с которыми компания выстраивает доверительные и открытые отношения на основе принципов социальной ответственности и сотрудничества.

Компания принимает во внимание территориальные масштабы России и наличие регионов с недостаточно развитой инфраструктурой связи. Tele2 фокусируется на развитии региональной сети в целях удовлетворения потребностей жителей удаленных территорий, сельской местности и малых городов в современных средствах коммуникации.

Предлагая свои услуги, мы учитываем интересы различных групп населения, а также способствуем формированию зрелых потребительских сообществ посредством просветительской и информационной деятельности. Понимая значение малого и среднего предпринимательства для устойчивого развития регионов, Tele2 выступает инициатором социальных акций и программ, ориентированных на эту группу стейкхолдеров. Для измерения клиентского опыта операторы мобильной связи исполь-

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

зуют индекс NPS (Net Promoter Score). Показатель отражает готовность клиентов активно рекомендовать оператора родственникам, друзьям и знакомым.

С сентября 2016 года Tele2 производит измерение NPS в ключевых точках контакта с потребителями: голос/SMS, мобильный интернет, тарифы, контакт-центры, монобрендовые салоны. По итогам 2016 года Tele2 стала безоговорочным лидером телеком-рынка по показателю NPS, который составил 36%.

Процесс управления по результатам NPS внедрен на уровне каждого регионального филиала компании.

В результате повышенного внимания к вопросам клиентского опыта зафиксирован неуклонный рост этого показателя в точках контакта. Особо значимый рост (с 13 до 26%) отмечен по восприятию мобильного интернета. С 2017 года NPS используется в системе бонусных показателей для сотрудников различных подразделений компании.

Tele2 учитывает мнение абонентов при формировании планов технического развития сети и развития сети дистрибуции, активно вовлекая их в процессы тестирования качества связи и уровня обслуживания.



СЛУЖБА ПОДДЕРЖКИ
АБОНЕНТОВ TELE2
БЫСТРЕЕ ВСЕХ В
ОТРАСЛИ ОБРАБАТЫВАЕТ
ЗАЯВКИ АБОНЕНТОВ И
ОБЕСПЕЧИВАЕТ САМОЕ
КОРОТКОЕ ВРЕМЯ
ОЖИДАНИЯ ОТВЕТА
ОПЕРАТОРА



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

В частности, в регионах присутствия компания на регулярной основе реализует проекты, в которые вовлечены действующие и потенциальные клиенты. На основе обратной связи от абонентов оператор вносит необходимые коррективы в свою деятельность.

Ежегодно Tele2 проводит акцию «День открытых людей». В этот день сотрудники компании, включая руководителей, по всей стране выходят на работу в салоны связи и другие точки обслуживания и продаж, чтобы проконсультировать действующих и потенциальных абонентов. Живое общение позволяет им лучше понять потребности клиентов, обсудить с ними качество связи и обслуживания, удобство услуг и сервисов. Вопросы и пожелания клиентов учитываются при разработке новых тарифов и для повышения качества обслуживания.

Одна из ключевых целей Tele2 — стать лучшей сервисной компанией на российском рынке. Чтобы достичь этого, наши продукты и услуги должны быть честными, простыми и выгодными. И коммуникация с клиентами играет в этом контексте очень важную роль. Коммуникационную платформу «Другие правила» мы представили в январе 2017 года. «Другие правила» — это не просто слова: каждым продуктом и услугой мы активно выступаем за права абонентов и против навязанных правил и ограничений.



ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ОПРОСА, КОТОРЫЙ ПРОВЕЛ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ЦЕНТР ЦИМЭС В ОКТЯБРЕ — НОЯБРЕ 2016 ГОДА, TELE2 ЗАНЯЛА ВТОРОЕ МЕСТЕ В СПИСКЕ СОТОВЫХ ОПЕРАТОРОВ, КОТОРЫЕ ВЫЗЫВАЮТ НАИБОЛЬШЕЕ ДОВЕРИЕ КЛИЕНТОВ. В ХОДЕ ОПРОСА СВОЕ МНЕНИЕ ВЫСКАЗАЛИ ПОЧТИ 45 ТЫС. ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Сотрудники

Компания провела внутренний опрос и определила EPV — ценностное предложение сотруднику. Большинство сотрудников Tele2 проголосовали за формулу «Быстро. Честно. Интересно».

Быстро

- Мы растущая компания
- Быстро принимаем и исполняем решения
- Говорим нет бюрократии
- Держим руку на пульсе и не боимся рисковать

Честно

- Мы следуем законам, но нарушаем навязанные правила
- Общаемся честно и открыто с нашими абонентами и друг с другом
- Справедливо оцениваем результаты и умеем благодарить
- Не используем двойные стандарты

Интересно

- Мы всегда ищем возможности для улучшения
- Бросаем вызов трудностям и самим себе
- Проявляем инициативу и делимся идеями
- Учимся друг у друга

В Tele2 действует развитая система внутренних коммуникаций, направленных на обеспечение сотрудников достоверной и актуальной информацией о работе компании, организационных изменениях и управленческих решениях руководства, а также на сбор обратной связи от сотрудников.

Дирекция по обучению и внутренним коммуникациям издает ежеквартальный корпоративный журнал Tele2Day и ежемесячный новостной дайджест ключевых новостей, делает информационные рассылки, в том числе еженедельные бюллетени Friday News (организационные изменения, дни рождения сотрудников каждого из офисов компании), а также проводит регулярные встречи сотрудников с руководством в различных форматах. В каждом макрорегионе и обособленном подразделении

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ежемесячно выпускается собственный дайджест или журнал. Единым информационным ресурсом является внутренний информационный портал (Интранет). Для организации обратной связи с сотрудниками создан специальный почтовый адрес.

Ежегодно проводится опрос вовлеченности персонала, в котором принимают участие все сотрудники. Основная цель опроса — предоставить им возможность поделиться своим мнением или инициировать необходимые изменения. Кроме того, исследование помогает узнать уровень вовлеченности сотрудников, выявить сильные стороны компании как работодателя и зоны роста, а также сформулировать целевой план развития.

Благодаря сформированной системе информационного обмена сотрудники могут свободно выражать свое мнение по различным аспектам организации труда анонимно и без риска для своей профессиональной деятельности и карьеры.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Акционеры и инвесторы

Компания развивается быстрыми темпами и является привлекательным объектом для инвестиций. Tele2 соблюдает строгие правила и стандарты бухгалтерского учета (МСФО), точно и полностью предоставляет финансовую информацию и использует необходимый внутренний контроль и процедуры, обеспечивающие соответствие бухгалтерского учета и финансовой отчетности действующему законодательству. Достоверность финансовой документации очень важна для ведения эффективной деятельности компании и первостепенна для сохранения уверенности и доверия акционеров.

В рамках корпоративного управления обеспечиваются контроль, классификация и подведение итогов всех сделок в соответствии с учетной политикой компании. Сотрудники, участвующие в составлении финансовой отчетности, проходят специальное дополнительное обучение. Система контроля качества исключает любую неточность или манипуляцию данными. Благодаря этому компания использует полную, достоверную и актуальную информацию в публичных сообщениях, а также в отчетах и документах для государственных и налоговых органов.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Деловые партнеры

Доверительные и прозрачные отношения с деловыми партнерами — один из ключевых элементов успеха компании. Tele2 выбирает подрядчиков и поставщиков, а также принимает решения о корпоративных закупках на основе анализа издержек, финансовых и нефинансовых рисков, с учетом объективных критериев и высоких требований к качеству продукции и услуг. При заключении договоров с подрядчиками и поставщиками компания строго соблюдает политику закупок и руководствуется высокими этическими принципами.

Tele2 проводит переговоры с поставщиками и дилерами в соответствии со специальными процедурами, привлекает ответственных лиц со стороны и использует принцип «четырёх глаз», когда все документы утверждаются и подписываются двумя руководителями, не находящимися во взаимном подчинении. Это помогает осуществить параллельное независимое принятие решений и исключить злоупотребления со стороны сотрудников и ситуации, когда третьи лица оказывают неоправданное влияние на принятие деловых решений. Подрядчикам и поставщикам, которые пытались бы незаконно повлиять на закупочные решения Tele2, будет отказано в сотрудничестве.

В 2016 году в Tele2 началось внедрение специальной системы по управлению закупками. С ее помощью будут автоматизированы процессы планирования, подготовки и проведения любых закупочных процедур. Система обеспечит подачу заявок поставщиками в электронном виде, ускорит оценку их предложений, согласование и выбор победителя.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

НКО

Планирование и реализация социальной деятельности Tele2 осуществляются в тесном партнерстве с некоммерческими организациями, действующими в сфере благотворительности, волонтерства и охраны окружающей среды. Компания также сотрудничает со СМИ, которые своевременно, полно и непредвзято информируют население о фактах и тенденциях в сфере социального развития.

Партнерские отношения Tele2 с организациями гражданского общества позволяют добиваться высокой результативности и адресности социальных инвестиций, а также ставить целевые ориентиры в области КСО в соответствии с актуальными запросами населения.

Тесное взаимодействие с НКО способствует большей прозрачности социального инвестирования Tele2 для всех заинтересованных сторон и позволяет совершенствовать систему управления в области КСО на основе экспертных рекомендаций и лучших практик социально ответственного бизнеса. Объединение ресурсных и экспертных усилий компании и НКО повышает эффективность социального инвестирования. На протяжении долгого времени Tele2 оказывает стратегическую поддержку фонду «Навстречу переменам» (ранее Reach for Change), который имеет значительный, в том числе международный опыт поддержки социального предпринимательства.

Tele2 осуществляет периодические консультации, направленные на выявление и уточнение целевых аудиторий социальных инвестиций, благотворительности и спонсорства. Компания применяет полученную информацию для реализации корпоративной социальной политики, в том числе для повышения эффективности практик социальных инвестиций, ориентированных на ключевые заинтересованные стороны.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Органы государственной власти и местного самоуправления

Будучи федеральным оператором, Tele2 стремится к системному выстраиванию открытых и доверительных отношений с органами государственной власти на всех уровнях, а также с органами местного самоуправления. Опыт компании, накопленный за годы успешного сотрудничества с различными органами власти, способствует устойчивости и эффективности корпоративного развития. Соблюдение федерального и регионального законодательства, сотрудничество в реализации социальных программ и программ по развитию мобильной связи в стране, совместная деятельность по предотвращению мобильного мошенничества, активная позиция в области регулирования отрасли — все это помогает Tele2 выстраивать диалог и продуктивное сотрудничество с органами государственной власти.

Взаимодействие с федеральными органами государственной власти

Tele2 участвует в формировании законодательства, регулирующего сферу телекоммуникаций. Представители компании привлекаются для работы в экспертных советах и профильных комитетах органов государственной власти, в частности в работе Временной комиссии Совета Федерации по развитию информационного общества, в Экспертном совете Комитета по информационной политике, информационным технологиям и связи Государственной думы.

Специалисты Tele2 принимали участие в обсуждении широкого круга отраслевых вопросов в рабочих группах Министерства связи и массовых коммуникаций, в работе Консультативного совета по защите прав субъектов персональных данных при Роскомнадзоре, Экспертного совета при Открытом Правительстве, Экспертного совета ФАС по вопросам связи, рабочих группах Министерства экономического развития РФ.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Взаимодействие с региональными органами государственной власти

В регионах присутствия Tele2 объединяет усилия, компетенции и ресурсы с органами исполнительной власти для дальнейшего развития отрасли связи, повышения доступности мобильных услуг и ликвидации цифрового неравенства. С этой целью Tele2 подписывает соглашения о взаимодействии и сотрудничестве в сфере развития мобильной связи с правительствами различных субъектов РФ. В соответствии с соглашениями компания строит собственные базовые станции и предоставляет качественные и недорогие услуги мобильной связи, в том числе на малонаселенных, труднодоступных и отдаленных территориях, где в силу технических ограничений или экономической неэффективности невозможно развернуть сети фиксированной связи. В свою очередь, администрации регионов создают режим максимального благоприятствования для реализации инвестиционных проектов компании.

В 2015–2016 годах такие соглашения компания подписала с администрациями Красноярского края, Москвы и Московской области, Республики Бурятия, Иркутской области, Республики Тывы, Ханты-Мансийского автономного округа, Санкт-Петербурга, Республики Мордовии, Белгородской области, Воронежской области, Ростовской области и ряда других регионов России.

Сотрудничество с региональными органами власти предполагает также инвестиции в реализацию социальных проектов. Это помогает Tele2 эффективно принимать участие в развитии территорий и оставаться не ангажированной в чьих-либо политических интересах.



Экспертное и деловое сообщество

Tele2 активно сотрудничает с отраслевыми общественными организациями и экспертными сообществами, участвуя в обсуждении перспектив развития отечественной телеком-отрасли и проблем ее регулирования. Среди них: Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП), «Деловая Россия», Ассоциация менеджеров, Союз LTE, Ассоциация документальной электросвязи, Российская ассоциация электронных коммуникаций, Региональный общественный центр интернет-технологий и другие сообщества.

СМИ

Tele2 предоставляет обществу и экспертам полную и объективную информацию о своей деятельности. Дирекция по корпоративным коммуникациям Tele2 на регулярной основе информирует СМИ и медиасообщество о различных аспектах работы компании, оперативно обрабатывает обращения журналистов и аналитиков отрасли. В частности, за отчетный период компания распространила более 5800 пресс-релизов и подготовила свыше 1700 комментариев для СМИ. Наши представители регулярно принимают участие в крупнейших отраслевых форумах, конференциях и круглых столах в различных регионах страны.

Компания системно работает над информированием и вовлечением журналистов, блогеров, аналитиков и лидеров общественного мнения в телекоммуникационную тематику. На регулярной основе в различных регионах страны мы организуем пресс-конференции по ключевым темам развития бизнеса Tele2, проводим пресс-туры с целью освещения профессионально значимых для отрасли событий и запуска объектов сетевой и сервисной инфраструктуры. В течение 2015–2016 годов Tele2 организовала более 600 мероприятий с участием журналистов и блогеров. Наши усилия нацелены на то, чтобы представители СМИ и широкой общественности всегда имели возможность оперативно получить достоверную информацию по актуальным вопросам отрасли телекоммуникаций. Публикация очередного социального отчета Tele2 является важным элементом корпоративной информационной политики.

3. Tele2 – доступная и качественная связь

3.1. Доступность	56
3.2. Качество связи	58
3.3. Качество обслуживания	62
3.4. Безопасность в сфере мобильной связи	67

TELE2

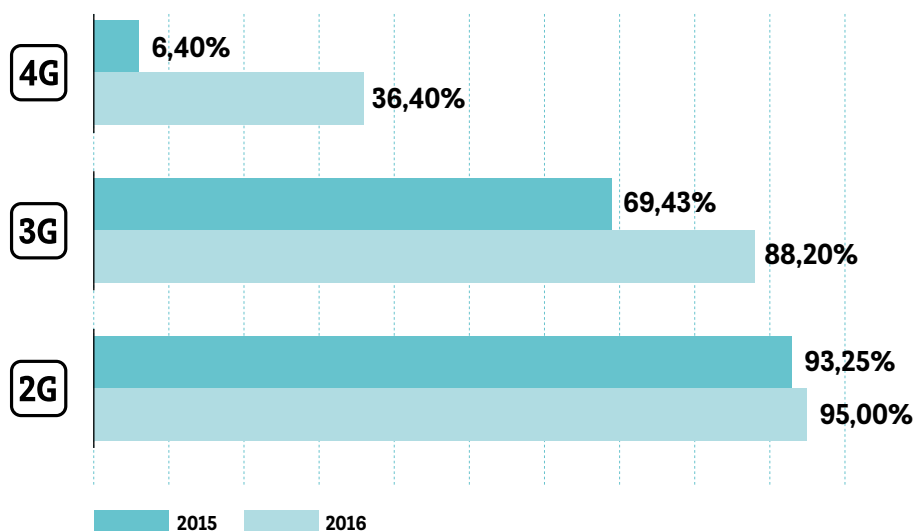
2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

3.1. Доступность

Компания стремится обеспечивать покрытие не только в крупных городах, но и в самых отдаленных уголках страны. Тем самым Tele2 способствует решению важной социальной задачи — сделать качественную и недорогую мобильную связь доступной максимальному числу российских жителей. Население многих регионов, где действует сеть оператора, имеет относительно невысокие доходы и требовательно относится к качеству и стоимости услуг мобильной связи. Компания всегда учитывает этот фактор при формировании собственной ценовой политики.

Tele2 разделяет идеологию осознанного потребления и, предоставляя качественную связь по доступной цене, призывает своих абонентов не переплачивать за продукты и услуги. Благодаря развитию сети Tele2 доступ к качественным услугам связи смогли получить группы населения, которые ранее не имели такой возможности. Таким образом, коммерческая стратегия компании — предоставлять качественную связь по доступным ценам — совпадает с принципами социальной ответственности и устойчивого развития.

Абонентская база Tele2 в регионах в 2015–2016 гг.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

В отчетном периоде компания сохраняет ценовое лидерство, предлагая самые выгодные в России тарифы для частных лиц и предпринимателей. По данным исследования аналитического агентства ComNews Research, как и в предыдущие четыре года, в 2016 году Tele2 стала самым выгодным оператором с фиксированным набором услуг сотовой связи для частных лиц, со средним уровнем потребления (так называемая средняя корзина). Стоимость такой корзины составила 199,00 руб., что на 33% ниже медианы по России. Tele2 стала также лидером по количеству субъектов федерации, в которых ее фиксированные наборы услуг являются самыми выгодными в «дорогой» и «средней» корзинах (51 регион и 54 региона соответственно).

В 2015–2016 годах Tele2 планомерно снижала стоимость услуг международного роуминга в европейских странах, в результате чего цены на звонки в странах Европы и Турции сократились почти вдвое.

Tele2 также стала самым привлекательным оператором для корпоративных клиентов, заняв первое место в 6 из 7 корзин корпоративной сотовой связи.

В 2015–2016 годах Tele2 сосредоточила свои усилия на увеличении активных пользователей услуг передачи данных. Компания довела их долю до 28%, прирост за 2016 год составил 9%. При этом по итогам 2016 года смартфоны заняли 53% от общего числа устройств, зарегистрированных в сети Tele2.



TELE2 ВНОСИТ ВКЛАД
В ПРЕОДОЛЕНИЕ
ЦИФРОВОГО НЕРАВЕНСТВА
И ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО
ПРОСТРАНСТВА
НА ТЕРРИТОРИИ СТРАНЫ



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

3.2. Качество связи

Tele2 предоставляет абонентам качественные и доступные услуги связи. Качество связи — один из ключевых приоритетов компании. Техническая служба в плановом режиме и на основе обращений граждан регулярно расширяет зону покрытия сети и улучшает качество связи в местах повышенных нагрузок.

В 2016 году Tele2 внедрила систему активного мониторинга качества связи в сетях 2G, 3G и 4G. В сутки система совершает более 50 тыс. тестов. Бесперывную и надежную проверку услуг связи обеспечивают географически распределенные модули, установленные в регионах присутствия оператора. В каждом регионе система оценивает качество голосовой связи, успешность отправки SMS и MMS, доступность онлайн-ресурсов компании и ряд других параметров. В случае неудовлетворительного результата теста комплекс автоматически отправляет информацию в службу поддержки сервисов. Это позволяет оператору устранить возможную проблему до того, как с ней массово столкнутся пользователи.

По мере масштабного развертывания сетей скоростного мобильного интернета компания стремится обеспечить высокое качество услуг на основе передачи данных. Внедренная система мониторинга активирует специальное приложение, которое воспроизводит действия интернет-пользователя. Программа загружает различные виды контента в сетях 3G/4G, тестируя скорость передачи данных и доступность каналов соединения. На основе данных мониторинга служба поддержки корректирует работу серверов.

Комплекс в режиме реального времени проверяет качество междугородной и международной связи, при этом тестирование доступно в сетях 780 мобильных операторов в 200 странах мира. Система помогает удаленно, без участия роуминг-партнеров проводить замеры по всему миру без необходимости тестировать качество связи на месте.

В тестировании качества связи Tele2 также могут принять участие абоненты компании. Специально для этого мы разработали простое и удобное приложение для смартфонов и планшетов «Компаньон», которое в фоновом режиме анализирует качество связи и автоматически передает информацию о работе сети. Сервис также позволяет абоненту

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ



самостоятельно тестировать сеть Tele2 в часто посещаемых им местах: измерять скорость передачи данных, уровень сигнала в помещениях и на улице. Для абонентов Tele2 приложение и весь потребляемый им трафик бесплатны.

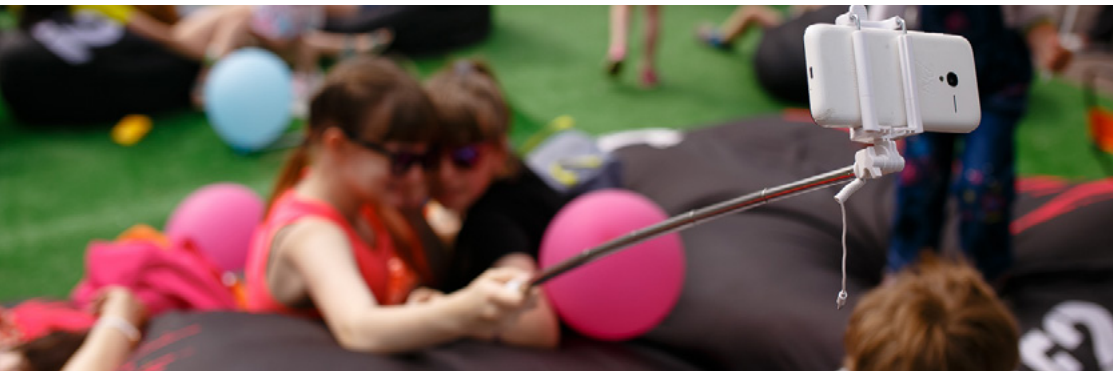
На базе приложения «Компаньон» в 2016 году был реализован интерактивный проект — «Клуб тестеров Tele2». Его участники в течение шести недель в игровой увлекательной форме тестировали связь оператора, выполняя задания и зарабатывая баллы за пройденные квесты. За время проекта его участники провели более 9 тыс. тестов скорости передачи данных в Москве. Кроме того, приложение «Компаньон» автоматически измерило качество связи более чем в 1,5 млн точек в фоновом режиме. Анализ данных, полученных в процессе пользовательского тестирования, позволил выявить более 100 точек, где необходимо улучшить качество связи. По итогам проекта компания запустила новые базовые станции дополнительно к плану технического развития и скорректировала параметры на объектах, что положительно повлияло на качество связи в нескольких десятках районов.

Сетевая инфраструктура Tele2 обладает достаточной пропускной способностью для обеспечения качества голосовой связи и доступа в интернет. Техническая служба компании постоянно работает над расширением емкости каналов связи в местах проведения массовых мероприятий и наиболее загруженных районах крупных городов.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

В 2016 году оператор подготовил сеть к повышенным нагрузкам в связи с проведением чемпионата мира по хоккею. Компания провела дополнительные технические работы и увеличила надежность радиоканалов в московском Ледовом дворце ВТБ спортивно-развлекательного квартала «Парк легенд» и СК «Юбилейный» в Санкт-Петербурге. Оператор увеличил емкость сети, и болельщики могли беспрепятственно делиться впечатлениями об играх чемпионата и при необходимости проводить видеотрансляции матчей.

В 2016 году Tele2 также предоставила услуги высокоскоростного интернета по технологии LTE-450 на аэрофестивале Федерации любителей авиации России в Московской области.



В 2016 году оператор обеспечил качественную связь на территории всех столичных вокзалов, аэропортов, увеличил емкость сети в торговых и бизнес-центрах, а также улучшил качество связи на ключевых транспортных артериях Москвы.

Независимые эксперты неоднократно называли Tele2 лидером по скорости передачи данных. По результатам тестирования, проведенного в 2016 году в Москве и Московской области экспертами информационно-аналитического агентства TelecomDaily, Tele2 второй год подряд заняла лидирующие позиции по скорости мобильного интернета в стандарте 3G. Средняя скорость мобильного интернета при росте абонентской базы и, соответственно, нагрузок на сеть увеличилась за год с 7 до 12 Мбит/с.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

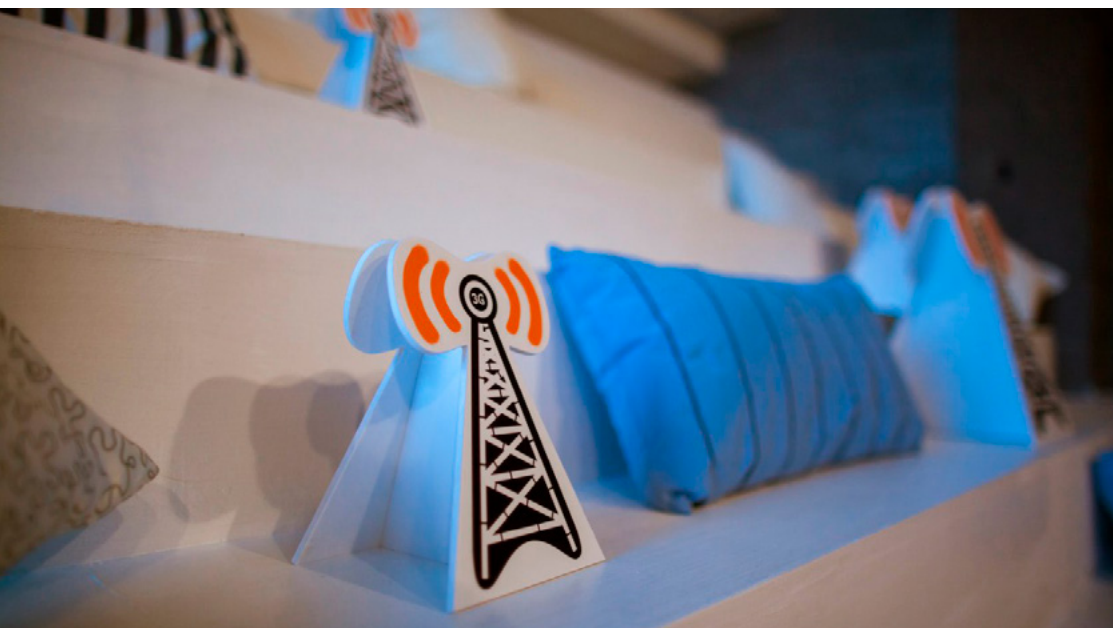
Tele2 лидирует в Москве и по ключевым параметрам качества голосовой связи. Результаты замеров в столичной сети оператора показали полное отсутствие обрывов исходящих вызовов, минимальное количество блокировок звонков, высокие скорость соединения и качество передачи речи. В Московской области Tele2 показала равный результат с другими операторами по успешности соединений с минимальным количеством блокировок и обрывов звонков. По времени соединения и качества передачи речи компания заняла второе место. По скорости передачи данных в сети 4G Tele2 также не уступила другим операторам мобильной связи.

Исследование качественных параметров услуг и сервисов в сетях операторов мобильной связи проводилось по методологии, предложенной Министерством связи и массовых коммуникаций РФ.

Высокое качество связи Tele2 в Москве было также неоднократно подтверждено исследованиями Роскомнадзора и ФГУП «Радиочастотный центр Центрального федерального округа».



TELE2 ЛИДИРУЕТ
ПО СКОРОСТИ МОБИЛЬНОГО
ИНТЕРНЕТА В СТАНДАРТЕ 3G
И ПО КЛЮЧЕВЫМ
ПАРАМЕТРАМ КАЧЕСТВА
ГОЛОСОВОЙ СВЯЗИ
В МОСКВЕ



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

3.3. Качество обслуживания

В основе нашего сервиса — особенное отношение к людям.

- Мы уважаем людей и отстаиваем их интересы
- Мы честны с ними
- Мы выполняем наши обещания
- Мы стремимся помочь, а не ограничиваемся формальными ответами
- Мы помогаем тогда, когда это нужно клиентам, и делаем это с той степенью внимания, которую абоненты вправе ожидать от своего мобильного оператора

Компания всегда оперативно и в полном объеме реагирует на запросы со стороны потребителей. Все жалобы, претензии и предложения рассматриваются с учетом интересов абонентов. Для этого создана специальная система обратной связи. Она нацелена на то, чтобы в кратчайшие сроки реагировать на все поступающие вопросы, оперативно и эффективно решать все возникающие у клиентов проблемы.

Нам важно мнение клиента, и после каждого сервисного контакта мы предлагаем дать нам оценку. Это действительно важно для нас, ведь мы стремимся стать лучше и сделать связь удобнее для наших клиентов. Пользователи могут решать свои вопросы в личном кабинете на сайте tele2.ru, в приложении «Мой Tele2» для Android и iOS, писать на страницах компании в официальных группах в социальных сетях «ВКонтакте» и Facebook. Абоненты могут также задавать вопросы и получать информацию с помощью чат-бота в Telegram и чата в Viber, общаться с консультантами в салонах связи Tele2 или звонить в контактный центр. Контактный центр сертифицирован по международному стандарту качества ISO 18295. Это первый и пока единственный подобный сертификат в России.

С помощью «Личного кабинета» абоненты могут получать детализированную информацию о состоянии своего счета, менять тарифный план и подключать дополнительные услуги. Сервис позволяет пополнять лицевой счет без комиссии с помощью банковской карты, а также просматривать историю платежей и получать последние новости об услугах и специальных акциях.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Обновление формы на сайте позволило сократить время абонентов на ее заполнение и наше — на обработку их запросов. Автоматический ответ на запрос абонента по электронной почте или по телефону информирует пользователя о том, насколько быстро будет обработано его обращение. Если оператор не успевает ответить в обозначенный срок, абонент получает денежную компенсацию за просрочку на свой личный счет — такой проект в качестве пилотного был успешно опробован в Челябинске и на Дальнем Востоке.

С помощью такого нового сервиса, как онлайн-чат на корпоративном сайте или в приложении Telegram, пользователи могут мгновенно в онлайн-режиме получать ответы на свои вопросы.

Одним из ключевых элементов системы абонентского обслуживания является контактный центр обслуживания абонентов. Это один из крупнейших центров обработки вызовов, который в круглосуточном режиме обслуживает пользователей мобильной связи во всех регионах присутствия компании. Он действует на базе площадок дистанционной поддержки, расположенных в Иркутске, Ростове-на-Дону, Саранске и Челябинске. В общей сложности абонентов компании обслуживают 2150 операторов службы поддержки. Автоматизированное рабочее место оператора интегрировано с внутренними корпоративными сервисами. Это позволяет сотрудникам получать оперативный доступ к данным о клиентах (пол, возраст, род деятельности, история обращений), а также предоставлять им информацию по финансовым операциям и менять тарифные планы. Это помогает эффективно подготовиться к диалогу и сэкономить время абонента при обработке запроса.

Более 60% абонентов получают необходимую для себя информацию без помощи оператора: система динамического речевого взаимодействия (IVR) автоматически получает детальные данные о звонящем абоненте и перенаправляет его в ту часть голосового меню, где клиент самостоятельно сможет найти актуальные для него предложения.

Система оценки качества позволяет прослушивать разговоры операторов с абонентами и записывать экраны мониторов. Так Tele2 контролирует полезность консультации и корректность внесения информации в программу по итогам разговора. Это помогает получать обратную связь от клиентов и оперативно на нее реагировать.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ



В Tele2 уделяют особое внимание обучению операторов: способности правильно понять абонента, помочь с решением любых вопросов и тем самым улучшить его настроение. Над развитием профессиональных навыков операторов постоянно трудится команда тренеров. Они не только дают сотрудникам первоначальные знания о процедурах и продуктах компании, но в первую очередь обучают грамотному общению с людьми. У операторов формируется эмпатия — способность сопереживать клиенту и неформально подходить к решению вопросов. Tele2 прикладывает максимум усилий для того, чтобы обращения абонентов рассматривались в кратчайшие сроки. Сотрудники наделены реальными полномочиями в обслуживании, которые позволяют им самостоятельно принимать решения в спорных ситуациях и тем самым оперативно помогать клиентам в момент обращения. Для этого в 2016 году реализуется проект «Реальные полномочия», который предполагает проведение однодневного тренинга для всех сотрудников, специального тренинга для менеджеров и цикла поддерживающих мероприятий на протяжении всего года.

В основе системы абонентского обслуживания Tele2 — доброжелательность, качество обслуживания и скорость обработки обращений. Жалобы в Tele2 рассматриваются как важная и полезная информация и используются как эффективный и быстрый способ совершенствовать качество продукции и сервиса, оптимизировать бизнес-процессы.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

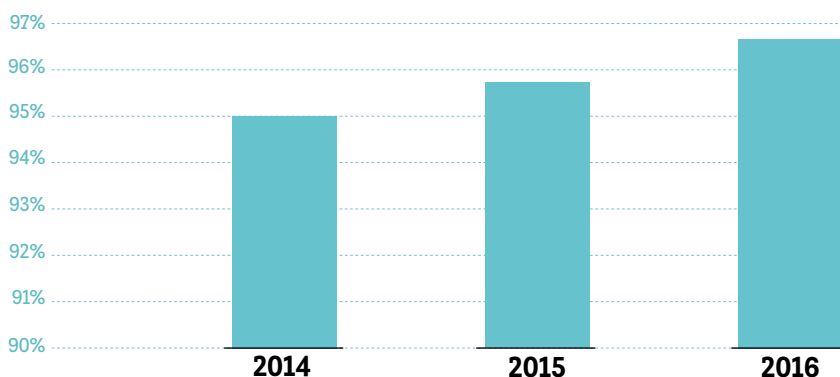
Не более 5% звонков абонентов приходится на жалобы и технические вопросы. Большинство из них решаются уже на первой линии обслуживания. Более 80% обращений касается вопросов о продуктах и услугах компании.

Для измерения уровня удовлетворенности абонентов мы используем систему IVR и контактный центр, проводим SMS-опросы через офисы продаж и вторую линию поддержки, интернет-опросы с использованием электронной почты, социальных сетей, мессенджеров и онлайн-чатов. Среди электронных каналов обслуживания около трети контактов с абонентами приходится на онлайн-общение (чаты и Telegram), две трети — на отложенное общение по электронной почте. Большая часть (70%) от общего числа запросов клиентов Tele2, направленных в адрес компании по электронной почте, приходится на жителей Московского региона. В 2016 году количество клиентов, которые дали высшую оценку качеству обслуживания в контактных центрах (5 баллов), достигло 96,7%. Удовлетворенность обслуживанием онлайн за тот же период составила 94%.



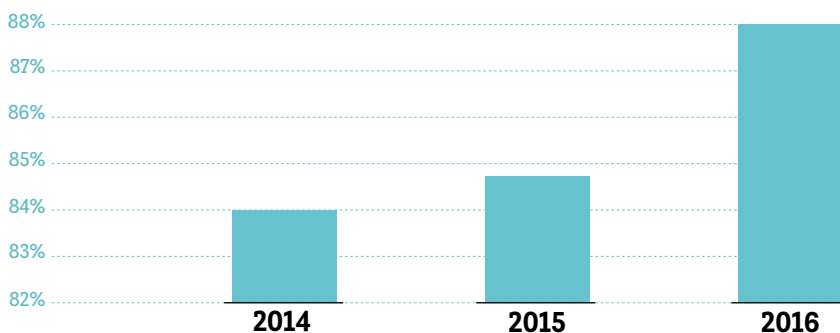
2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Удовлетворенность клиентов обслуживанием в контактных центрах



Для дистанционного контроля качества обслуживания в офисах продаж с 2011 года вместо методики «тайный покупатель» используется видеомониторинг. Он позволяет обеспечить прямой контроль во всех точках контакта клиента с сотрудниками компании. Удовлетворенность клиентов при визите в офис продаж в 2016 году значительно выросла и составила 88%.

Удовлетворенность клиентов обслуживанием в офисах продаж



Один из ключевых приоритетов системы обслуживания абонентов — защита персональных данных. Все операции, услуги и сервисы, связанные с получением, обработкой и хранением персональных данных абонентов, обеспечены необходимыми степенями защиты в соответствии с самыми высокими отраслевыми стандартами.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

3.4. Безопасность в сфере мобильной связи

Работа по обеспечению безопасности в сфере мобильной связи организована в Tele2 в полном соответствии с законодательством Российской Федерации.



Стремясь предоставлять абонентам услуги высокого качества, оператор Tele2 уделяет особое внимание вопросам информационной безопасности. Сервисы компании находятся под постоянным контролем и защитой, а к специальным проектам Tele2 привлекает сертифицированных внешних экспертов.

Сотрудники контактного центра Tele2 ежегодно принимают и обрабатывают тысячи обращений с жалобами на разные виды мошенничества. По каждому обращению проводится проверка, по результатам расследования устраняются возможности для совершения подобных преступлений в будущем. В Tele2 действует постоянная федеральная программа по борьбе с преступлениями в сфере мобильной связи, в ходе которой оператор блокирует мошеннический и рекламный трафик. Компания выдвигает строгие требования к контент-провайдерам. Сервисы подписок, которые чаще всего используют злоумышленники в расчете на

невнимательность пользователей, проходят в Tele2 специальную процедуру проверки. Кроме того, на постоянной основе осуществляется поиск несанкционированных рассылок. Бесплатный сервис «Антиспам-SMS» позволяет абонентам оператора самостоятельно блокировать входящие SMS-рассылки с любых номеров.

Выполняя все законодательно установленные требования и процедуры, Tele2 по собственной инициативе разъясняет клиентам принципы и формы безопасного использования мобильной связи. Компания проводит активную политику, направленную на профилактику и предотвращение случаев телефонного мошенничества и незаконного раскрытия персональных данных. (см. раздел 5.1. «Просветительские и образовательные мероприятия о сотовой связи»).

Абоненты, обратившиеся в компанию с вопросами, касающимися безопасного использования средств мобильной связи, получают профессиональные консультации. На сайте Tele2 в разделе «Защита и безопасность» абоненты также могут узнать о способах предупреждения и защиты от преступных действий, видах мобильного мошенничества и правилах поведения в том случае, если они стали жертвой мобильных аферистов.

Наши представители участвуют в тематических мероприятиях (конференциях, круглых столах и т. п.), посвященных проблемам безопасности мобильной телефонии. Компания сотрудничает с правоохранительными органами в расследовании и профилактике преступлений в сфере мобильной связи.

Для выявления незаконного информационного контента с элементами насилия над несовершеннолетними действует специальная программа NetClean ProActive.

4. Люди Tele2



4.1. Численность и характеристика персонала	70
4.2. Права человека и недискриминационная политика найма	72
4.3. Кадровая устойчивость	73
4.4. Развитие корпоративной культуры	78

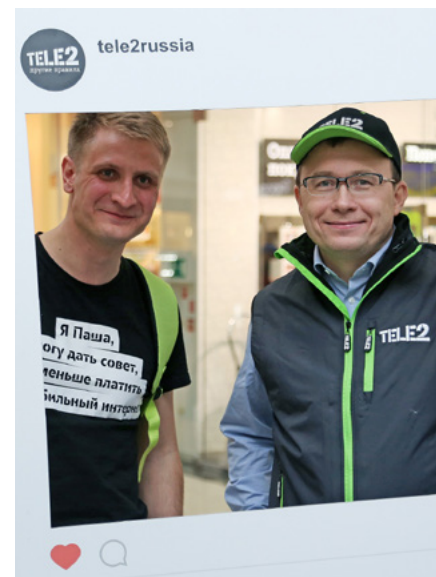
TELE2

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

4.1. Численность и характеристика персонала

Сотрудники являются основным и наиболее ценным нематериальным активом компании. Социальная ответственность в отношении персонала Tele2 строится на основе следующих принципов:

- отсутствие любого вида дискриминации, равные возможности для карьерного и профессионального роста, независимо от пола, возраста, этнической принадлежности, вероисповедания, места проживания и специальности;
- инвестиции в профессиональное развитие посредством корпоративной системы обучения с учетом справедливой оценки работы;



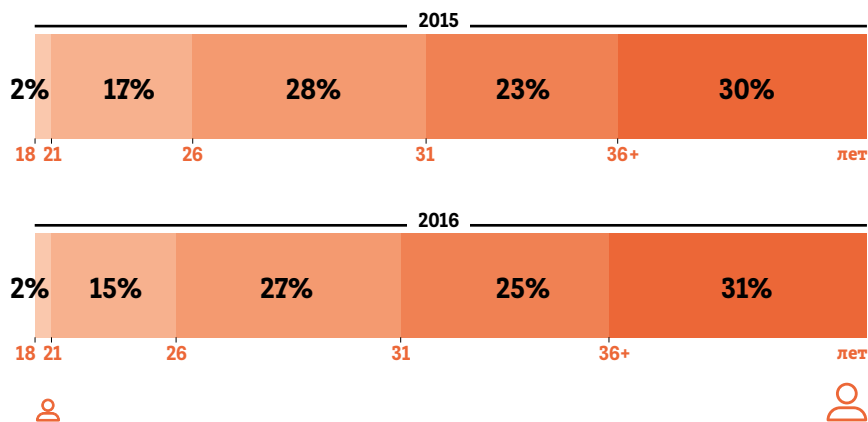
- привлечение молодых специалистов, разделяющих корпоративные ценности и принципы трудовой этики, для создания сильной команды единомышленников;
- уровень материального вознаграждения и социального обеспечения, гарантирующий достойное качество жизни и возможности для самореализации, потребления, досуга, отдыха и семейной жизни, а также для творческого и профессионального развития.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

В Tele2 работают в основном молодые специалисты. Более двух третей сотрудников относятся к возрастной категории до 35 лет. Это придает компании дополнительную динамику развития и ставит перед ней важные задачи по использованию человеческого потенциала в соответствии с современными требованиями. Женщины составляют более половины сотрудников — 52%, мужчины — 48% (соответственно 53% и 47% в 2015 году).

В 2016 году с учетом естественного оттока численность персонала незначительно сократилась (–7%) по сравнению с предыдущим периодом и составила 7348 человек по состоянию на конец года.

Абонентская база Tele2 в регионах в 2015-2016 гг.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

4.2. Права человека и недискриминационная политика найма

Tele2 неукоснительно соблюдает права человека и гражданина по отношению ко всем сотрудникам. Компания запрещает любые виды дискриминации в активной или пассивной форме при приеме на работу, в процессе трудовой деятельности или профессионального роста на основании этнической принадлежности, национальности, вероисповедания, политических убеждений, инвалидности, пола, сексуальной ориентации, брачного или родительского статуса либо возраста.

Tele2 рассматривает разнообразие взглядов, мнений и убеждений как фактор обеспечения прав и свобод человека. Никто из сотрудников не может быть подвергнут на рабочем месте физическому, сексуальному, психологическому или вербальному насилию. Принудительный труд и эксплуатация детского труда категорически запрещены. При оформлении на работу в Tele2 сотрудники не должны предоставлять дополнительные документы сверх предписанных действующим трудовым законодательством. Все нанятые сотрудники заключают понятные и недвусмысленные трудовые договоры, определяющие условия их занятости. В Tele2 отсутствует профсоюзная организация, но компания уважает право сотрудников свободно объединяться в сообщества и коллективно вести переговоры в соответствии с законодательством.

В 2016 году количество жалоб на практику трудовых отношений, поступивших от сотрудников, рассмотренных и урегулированных компанией, соответствовало уровню лучших отраслевых практик. Жалоб в связи с нарушениями прав человека не поступало.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

4.3. Кадровая устойчивость

Компания убеждена, что наряду со стратегией, технологиями или продуктами важную роль в достижении успеха играют квалифицированные, целеустремленные, лояльные сотрудники, нацеленные на достижение общих и искренне разделяемых целей. Поэтому в Tele2 ведется планомерная работа по созданию условий для формирования и сохранения сильного кадрового резерва. Для этого мы предоставляем инициативным, амбициозным и успешным сотрудникам возможности для профессионального и личностного роста.

Компания последовательно работает над повышением кадровой устойчивости при помощи комплексных программ адаптации и развития. Эти программы способствуют совершенствованию профессиональных навыков и продвижению сотрудников по карьерной лестнице.

Безопасные и комфортные условия труда — предмет нашего особого внимания. Для предотвращения несчастных случаев и причинения вреда здоровью мы стремимся до минимума сократить уровень рисков в производственной среде. Для обеспечения безопасности мы предоставляем соответствующее оборудование и при необходимости — средства индивидуальной защиты.

Tele2 реализует масштабную корпоративную социальную политику в отношении сотрудников и членов их семей. Компания предоставляет своим сотрудникам высококонкурентную заработную плату, систему бонусов и компенсаций, обеспечивает медицинское страхование и расширенный социальный пакет.



В 2016 ГОДУ TELE2
ВНОВЬ ВОШЛА
В ТОП-25 КОМПАНИЙ
ЕЖЕГОДНОГО
РЕЙТИНГА
РАБОТОДАТЕЛЕЙ
РОССИИ ПОРТАЛА
HEADHUNTER И РБК
И УЛУЧШИЛА СВОИ
ПОЗИЦИИ
НА 9 ПУНКТОВ

Обучение и профессиональное развитие

Система внутрикорпоративного обучения Tele2 охватывает все группы сотрудников и все регионы присутствия. Она опирается на принципы непрерывного образования, когда получение новых знаний сочетается с освоением лучших практик и профессиональным общением участников. Образовательная система Tele2 не только работает на профессиональный рост, но и является важным каналом общения и командообразования между представителями различных подразделений компании.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ



Модель обучения основана на компетенциях и ценностях Tele2Way, направлена на эффективное достижение стратегических целей и состоит из программ очного и дистанционного обучения.

Каталог очного обучения состоит из 24 курсов, которые назначаются сотрудникам персонально. При выборе тренинга учитываются ежегодные планы развития сотрудников. Дистанционное онлайн-обучение (E-Learning) доступно всем сотрудникам и включает в себя около 30 курсов по компетенциям, курс по постановке целей и формированию планов развития, а также курсы по Microsoft Office.

Кроме того, у сотрудников есть доступ к электронной профессиональной библиотеке, в которой содержится более 250 книг о бизнесе и саморазвитии; а также к сборникам статей Harvard Business Review.

В 2016 году была запущена модульная программа развития лидерских компетенций сотрудников, входящих в кадровый резерв Tele2. Цель программы — развивать резервистов, повышать их личную эффективность, формировать проактивную позицию и понимание необходимых действий для достижения личных и корпоративных целей. Важный аспект — усиление кроссфункционального взаимодействия внутри и между макрорегиональными командами. В 2016 году из 83 участников программы 20% получили возможность карьерного развития и были переведены внутри компании на более высокие позиции.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Система стажировок

Ежегодно Tele2 проводит программу стажировки для студентов предпоследних курсов и выпускников вузов страны в разных регионах России. Стажировка в Tele2 — отличный шанс узнать, как ведется работа в современной телекоммуникационной компании, попробовать свои силы и показать собственные компетенции. Студентам Tele2 предлагает оплачиваемую работу, тренинги и дистанционное обучение, участие в масштабных проектах наравне с командой Tele2, возможность перенимать опыт профессионалов и шанс перейти в штат компании после стажировки.

Программа Tele2 Praktik длится с июля по август включительно. В случае успешного завершения стажеры имеют возможность остаться в компании на пролонгированную программу стажировки, которая предполагает частичную занятость в течение учебного года. Программа стажировки в Tele2 — оплачиваемая на всех этапах.

Для компании программа стажировки — это прежде всего способ привлечь в команду молодых, амбициозных и талантливых специалистов. Благодаря стажировке мы с самого начала можем обучить их всему, что необходимо для успешной работы по стандартам Tele2 в рамках нашей корпоративной культуры.

В 2016 году программа Tele2 Praktik охватила 11 городов России. Из более 3 тыс. претендентов стажерами стали 43 студента, успешно прошедших многоуровневый отбор. По итогам летней стажировки 39 из них получили предложение остаться в компании в рамках пролонгированной программы на условиях гибкого графика, позволяющего совмещать работу с учебой. Большая часть молодых специалистов получила работу в техническом, финансовом и коммерческом департаментах.



ВСЕГО ЗА СЕМЬ ЛЕТ
СУЩЕСТВОВАНИЯ
ПРОГРАММЫ
TELE2 PRAKTIK
СТАЖИРОВКУ В TELE2
ПРОШЛИ БОЛЕЕ
350 СТУДЕНТОВ,
ЧЕТВЕРТЬ ИЗ НИХ
БЫЛА ПЕРЕВЕДЕНА
НА ПОСТОЯННЫЕ
ПОЗИЦИИ
В КОМПАНИИ

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Ежегодная оценка персонала

В Tele2 используется система управления персоналом по целям (KPI). Этот инструмент позволяет планировать результаты деятельности на всех организационных уровнях и эффективно направлять усилия сотрудников на их достижение.

Для определения вклада каждого сотрудника в развитие компании на основании единых критериев мы разработали комплексную систему оценки по целям и ценностям. Она позволяет нам анализировать результативность персонала.

Оценка по целям и ценностям проводится ежегодно с промежуточным этапом в середине года. В процессе оценки анализируется степень достижения сотрудником количественных показателей эффективности, а также качество и своевременность выполнения поставленных задач. Некоторые цели, определенные на региональном уровне или поставленные для отдельных сотрудников, соответствуют критериям концепции устойчивого развития. Это касается вопросов управления персоналом, клиентского обслуживания, энергоэффективности и ряда других функциональных направлений. Результаты оценки непосредственно влияют на премирование, а также на карьерный рост сотрудников.

Материальное стимулирование

Компания обеспечивает сотрудникам достойную оплату труда, которая включает оклад и премиальную часть. Размер вознаграждения определяется в соответствии с должностью и на основании анализа практик и тенденций на рынке труда. Социальные бонусы и льготы персоналу предоставляются в соответствии с российским законодательством, внутренними регламентами и с учетом ситуации на рынке.

Для мотивации выполнения и перевыполнения сотрудниками корпоративных и индивидуальных планов существует система премий, которые не входят в фиксированную часть оклада.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Премирование предусмотрено:

- для сотрудников подразделений продаж и обслуживания (ежеквартально);
- сотрудников контактных центров (ежемесячно);
- всех остальных сотрудников (ежегодно).

Размер премий определяется по результатам, достигнутым за соответствующий период.

В Tele2 поощряется перемещение сотрудников между регионами. Для поддержки высокого уровня мобильности компания компенсирует им затраты на переезд.

Особое внимание уделяется социальной защите сотрудников. Им предоставлен сбалансированный пакет льгот, который в 2015–2016 годах включал:

- страхование жизни и здоровья, предоставление скидок на страховые программы для родственников;
- доплату по больничному листу до 100% оклада;
- компенсацию членства в спортивных клубах;
- оплату расходов, связанных с переездом сотрудника по причине производственной необходимости;
- материальную помощь в различных жизненных ситуациях;
- единовременную выплату по вступлению в брак и пр.;
- доплату за использование личного транспорта в служебных целях;
- предоставление служебной сотовой связи;
- профессиональные тренинги и повышение квалификации.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

4.4. Развитие корпоративной культуры

Кодекс этики Tele2

Tele2 уделяет особое внимание развитию продуктивной и благоприятной корпоративной культуры, способствующей раскрытию личностного и профессионального потенциала каждого сотрудника. За годы работы на российском рынке сформировался свод правил поведения и ценностей, которые нашли отражение в ряде документов. Они доступны для ознакомления сотрудникам, партнерам и всем заинтересованным сторонам.

С 2010 года в компании действует Кодекс поведения, где в простой и ясной форме изложены ключевые позиции Tele2 по различным аспектам деятельности. Документ также содержит единые принципы поведения, которыми персонал руководствуется в своей профессиональной активности. Все сотрудники, руководители и члены совета директоров Tele2 ознакомлены с содержанием Кодекса и действуют в соответствии с его положениями.

Кодекс раскрывает позицию компании по следующим направлениям:

- безопасность изделий и услуг;
- конфиденциальность информации о клиентах, безопасность клиентов;
- сотрудничество с подрядчиками и поставщиками;
- честность ведения бизнеса, противодействие коррупции, позиция относительно конфликта интересов, ведения финансовой отчетности, корпоративного управления;
- уважительное отношение к сотрудникам, включая справедливые условия труда, компенсации и льготы, охрану труда и технику безопасности;
- окружающая среда.

Основные подходы, изложенные в Кодексе, описаны в разделе «Принципы ведения бизнеса» настоящего отчета.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Система ценностей Tele2 Way, проект Walk the Talk и продолжение традиций корпоративной культуры Tele2

Сегодня Tele2 — крупный федеральный оператор. Однако главные черты компании, созданной Яном Стенбеком, мы сохранили: нам по-прежнему присущи бунтарский дух, прозрачность и стремление предоставлять абонентам качественные услуги связи по выгодным ценам.

У нас более 40 миллионов абонентов в 65 регионах России и команда из более 7000 профессионалов, работающих в разных городах присутствия. Чтобы объединить команду, необходима прочная общая база — это наши ценности: открытость, качество, вызов, гибкость, бережливость и действие. Эти ценности объединены в систему, названную Tele2Way, — мы сохраняем ее со времен создания Tele2 в Швеции в 1993 году. Все новые сотрудники знакомятся с ней на вводном тренинге. Его проводят амбассадоры бренда, которые давно работают в компании, прошли курс обучения тренерскому мастерству и успешно внедряют эту систему на работе и в жизни.

Тренинг для сотрудников проводится в двух форматах. Tele2Way Basic предназначен для специалистов по ценностям и корпоративным стандартам, а Tele2Way Leadership представляет собой курс для руководителей по корпоративным стандартам вдохновляющего лидерства как ключевой стратегии управления.

В 2016 году было проведено 214 тренингов, в том числе 200 Tele2 Way Basic и 14 тренингов Tele2 Way Leadership. Обучение прошли более 2,8 тыс. новых сотрудников компании.

Проект Walk the Talk (WTT), стартовавший в апреле 2013 года, предоставил сотрудникам возможность продемонстрировать неравнодушное отношение к работе и внести свой вклад в развитие бренда Tele2. Мы выявили недоработки и задачи, которые возможно решить собственными силами компании. Более 300 сотрудников приняли участие в рабочих встречах. На них были определены системные направления для улучшения сервиса и конкретные локальные задачи. Реализация проекта WTT не только привела к значительным внутрикорпоратив-

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ



ным улучшениям и повысила качество обслуживания клиентов, но и мотивировала сотрудников на дальнейшее развитие. В 2015 году была запущена онлайн-версия проекта WTT — интернет-портал, а в 2016 — мобильное приложение. WTT помогает сотрудникам Tele2 своевременно выявлять проблемы еще до того момента, когда с ними сталкиваются абоненты, и оперативно устранять их.

Частью проекта WTT является конкурс. Каждый сотрудник Tele2 может предложить идею нового продукта, сервиса, услуги или бизнес-процесса. Идеи новых продуктов, услуг или сервисов делятся на инновационные, которые предлагают уникальный для рынка сервис, и операционные — расширяющие функционал существующих услуг. Как правило, инновационная идея дает начало стратегическому проекту, требующему серьезных инвестиций и трудозатрат, привлечению различных подразделений, в то время как операционные могут быть реализованы в рамках существующих или находящихся на стадии внедрения услуг.

Инновационные идеи — победители конкурса «База идей» тестируются и рассматриваются перед запуском в реализацию. Менеджеры подразделений оценивают предложения сотрудников и внедряют лучшие идеи в практику работы.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Система корпоративного признания, наград и поощрений

Компания постоянно совершенствует систему мотивации и поощряет лучших сотрудников. В 2012 году Tele2 впервые наградила сотрудников, которые внесли значимый вклад в развитие компании, в последующие годы эта церемония стала традицией.

«Достижение года» — это награда для сотрудников любого уровня, показавших выдающиеся результаты работы в течение отчетного периода. Ее получают профессионалы, которые реализовали значимый проект, существенно повлияли на бизнес компании, разработали и внедрили инновации.

Крупные подразделения самостоятельно отбирают номинантов и определяют победителей в соответствии с квотами, которые рассчитываются пропорционально численности сотрудников. Затем список финалистов рассматривается и утверждается функциональными и административными руководителями номинантов, членами управленческой команды Tele2 и ее генеральным директором.

С 2011 года действует специальная программа признания для сотрудников, давно работающих в компании: за каждые пять лет работы в Tele2 сотрудники получают памятные подарки.



5. Вклад в развитие регионов присутствия

5.1. Просветительские и образовательные мероприятия о сотовой связи	83
5.2. Развитие предпринимательства	88
5.3. Поддержка фонда «Навстречу переменам»	89
5.4. Социальные инвестиции	92
5.5. Благотворительность	97
5.6. Корпоративное волонтерство в Tele2	98
5.7. Поддержка общественных мероприятий	100

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

5.1. Просветительские и образовательные мероприятия о сотовой связи



Tele2 проводит активную просветительскую работу с целью повысить грамотность населения в области мобильной связи и современных средств коммуникации. Далеко не все владельцы современных гаджетов используют выгоды мобильного интернета или осведомлены о правилах безопасного поведения в сети. Некоторые пользователи, особенно люди старшего возраста, не знают о том, что с помощью интернета можно общаться с друзьями и близкими по всему миру, вносить коммунальные платежи, приобретать товары и услуги. Поэтому Tele2 в своих информационных материалах рассказывает о возможностях безопасного использования мобильных устройств, а также проводит образовательные мероприятия, предназначенные для различных категорий населения. Такие проекты компания реализует совместно с общественными организациями и учреждениями образования.

В **Архангельске** в 2016 году Tele2 запустила серию открытых лекций, на которых все желающие смогли познакомиться с основами мобильного интернета. Специалисты рассказали об особенностях использования различных моделей смартфонов, о полезных ресурсах интернета, о том, как правильно установить приложения, обезопасить свои гаджеты в

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

сети, как с помощью умных технологий сэкономить на связи, покупках и путешествиях. Цель мероприятий — развеять страхи части пользователей смартфонов перед мобильным интернетом, показать его пользу и выгоду в повседневной жизни.

В **Кирове** Tele2 выступила в качестве партнера областного фестиваля компьютерной грамотности «Бабушка в сети». Фестиваль собрал на своей площадке наиболее активных и продвинутых пенсионеров: слушателей Института третьего возраста, а также участников проекта «Волонтеры информационного общества» — пенсионеров, которые учатся работать на компьютере и пользоваться интернетом. Для участников фестиваля была организована образовательная программа. Выступавшие рассказали пенсионерам об особенностях работы в сети Интернет и о том, как безопасно оплачивать услуги онлайн и сохранить пенсию в целости и сохранности. Руководство компании Tele2 приняло



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

участие в церемонии открытия фестиваля, а менеджер по работе с претензиями регионального офиса посвятила свое выступление теме мобильного мошенничества. Она обобщила свой опыт работы с абонентами и предупредила о самых распространенных видах обмана, жертвой которого чаще всего становятся пожилые люди.

Tele2 **Ростов-на-Дону** совместно с общественной организацией «Мир без границ» и администрацией города провела акцию «Мобильный час», в ходе которой воспитанникам детских домов Ростовской области рассказали о принципах работы сотовой связи. Ребята побывали на экскурсии в биллинг-центре и контактном центре. Они узнали об особенностях работы компании, а сотрудники отдела абонентского обслуживания



провели для них урок мобильной грамотности. В **Пскове** участниками «Мобильного часа» стали также ученики, победители фотоконкурса «Я — первоклассник», который ежегодно организует газета «Псковская правда — Вече». Сотрудники Tele2 в **Орле** проводят открытые уроки в школах, на которых рассказывают учащимся о нюансах работы сотовой связи, об услугах компании, а также о законе об отмене «мобильного рабства».

Сотрудники **мурманского** филиала провели акцию «Мобильный факультатив» для воспитанников детского дома «Ровесник». Дети не только

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ



узнали о принципах работы сотовой связи на уроке мобильной грамотности, но и попали с экскурсией на базовую станцию и в административный офис Tele2. По итогам «Мобильного факультатива» для ребят была организована викторина, победители которой получили призы — мобильные телефоны. Аналогичное мероприятие «Мобильного факультатива» оператор провел для 30 мурманских школьников в Информационном центре по атомной энергии, который действует на площадке атомного ледокола «Ленин».

В Мурманске Tele2 выступила партнером проекта «Мобильный квиз». Квиз (от англ. quiz — «викторина») — соревнование, основу которого составляют вопросы на определенные темы. В ходе состязания участники должны ответить на 50 вопросов о мобильной связи: о принципах ее работы, мобильной безопасности, этикете и пр. В Мурманском областном краеведческом музее Tele2 также организовала выставку

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

мобильных телефонов, и жители региона могли наглядно проследить эволюцию средств связи за последние двадцать лет.

Tele2 ведет активную работу с учащейся молодежью в регионах присутствия компании, проводя различные мероприятия по профессиональной ориентации.

В Смоленске команда филиала Tele2 приняла участие в ярмарке вакансий на базе Смоленского института экономики. На собеседование с потенциальными работодателями пришло более 600 студентов, 200 из которых заинтересовались работой в салонах Tele2. Студенты познакомились с вакансиями в салонах Tele2 в Смоленской области и оставили свое резюме для дальнейшего собеседования. Специалист компании по обучению сотрудников провел презентацию и рассказал об истории и принципах работы оператора и о преимуществах услуг Tele2.

В 2016 году Tele2 пригласила на экскурсию студентов в **Туле** и познакомила их с работой офиса изнутри. Студенты узнали о ценностях и правилах работы в Tele2, а также приняли участие в практическом занятии по созданию тарифного плана.

В Краснодаре Tele2 первой присоединилась к проекту «Современные профессии» благотворительной организации «Синяя птица» и пригласила воспитанников Динского социального приюта «Островок» в офис компании. Здесь для них провели экскурсию по офису, лекцию о преимуществах различных видов профессий и чаепитие. **В Иркутске** в Байкальском центре тренинга Tele2 провела обучающий курс «Цели и ценности» для детей-сирот из Усольского детского дома. Подопечные детского дома в игровой форме познакомились с ценностями Tele2, посетили поселок Листвянка, побывали в Байкальском музее и увидели Байкал. В завершении акции подростки получили от оператора портфели с канцелярскими товарами к новому учебному году.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

5.2. Развитие предпринимательства



Tele2 рассматривает развитие предпринимательства как фактор устойчивого развития российских регионов и оказывает содействие формированию цивилизованной предпринимательской культуры. Образовательные акции и программы по этой теме предназначены для различных групп населения.

Tele2 поддержала образовательный проект «Бизнес-клуб “Серебряный стартап”» во **Владивостоке**, направленный на вовлечение в занятие предпринимательской деятельностью людей старшего поколения. «Бизнес-клуб “Серебряный стартап”» — проект автономной некоммерческой организации «Дальневосточный центр развития гражданских инициатив и социального партнерства». Его участники — люди старше 55, которые хотят изучить основы предпринимательства. Слушателей обучают также навыкам владения компьютером. Tele2 передала клубу оборудование для оснащения компьютерного класса.

Компания ежегодно выступает в качестве партнера федеральной программы «Ты — предприниматель» в **Курской области**. Tele2 присуждает специальную номинацию «Самый эффективный стартап» и дарит победителю год бесплатной связи. Tele2 также организует тренинги для участников проекта и активно участвует в мероприятиях, направленных на продвижение бизнес-тарифов.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

5.3. Поддержка фонда «Навстречу переменам»

С 2012 года Tele2 является основным партнером фонда «Навстречу переменам». Финансовая и консультационная помощь фонду в рамках проекта федерального уровня — ключевое направление деятельности Tele2 по реализации принципов корпоративной социальной ответственности, в частности поддержки развития социального предпринимательства.

Основная задача фонда — помочь социальным предпринимателям, которые изменяют жизнь детей к лучшему. Учредители фонда и его партнеры исходят из того, что социальные предприниматели, как и любые бизнесмены, создают новые модели для реализации перспективных бизнес-идей. Но, в отличие от традиционного бизнеса, они фокусируются на решении общественных проблем. Они пытаются воплотить эти модели в жизнь, построить на их основе устойчивые структуры, не только приносящие прибыль, но и дающие социальный эффект.



Программа «Навстречу переменам» предусматривает выявление, конкурсный отбор и поддержку наиболее перспективных проектов, разработанных социальными предпринимателями — руководителями или сотрудниками российских некоммерческих организаций, лидерами

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

инициативных групп, которые работают для улучшения жизни детей и подростков в областях, определенных законом «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».

В 2015 году во Всероссийском конкурсе приняли участие более 400 социальных предпринимателей. Их проекты были направлены на создание новых возможностей для развития, досуга и полноценной жизни детей в малых и средних городах России, поддержку и реабилитацию



детей с особыми потребностями. Инициативы предпринимателей были также направлены на работу с трудными детьми и подростками, социализацию выпускников детских домов, на помощь детям из многодетных и малообеспеченных семей. Для каждого из шестерых победителей фонд обеспечил начальное финансирование в течение одного года в сумме 1,2 млн рублей, а также консультационную помощь от компаний-партнеров в продвижении проекта в формате бизнес-инкубатора и информационную поддержку на территории региона.

В 2016 году на конкурс поступило 305 заявок от социальных предпринимателей. В 13 городах России при поддержке Tele2 были организованы встречи с потенциальными заявителями. 50 человек приняли участие в обучающих семинарах в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Новосибирске.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Более 100 сотрудников компании Tele2 приняли участие в организации конкурса: читали заявки во время волонтерских чтений, проводили очные собеседования с заявителями. Трое сотрудников стали экспертами фонда, восемь — наставниками социальных предпринимателей, 22 — регулярно консультируют подопечных фонда.

50 проектов конкурса 2016 года дошли до полуфинала, восемь конкурсантов вышли в финал, а четверо стали победителями грантового конкурса. Каждый из победителей получил финансовую помощь в размере 1,2 млн рублей на реализацию своего проекта и консультационную поддержку от организаторов фонда.



**ПОБЕДИТЕЛИ
ВСЕРОССИЙСКОГО
КОНКУРСА СОЦИАЛЬНЫХ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
«НАВСТРЕЧУ ПЕРЕМЕНАМ —
2016»**

**АННА И АНАТОЛИЙ
ВОЩИКОВЫ (КАМЕНСК-
УРАЛЬСКИЙ), ПРОЕКТ
«ОСОБЫЙ ВЕЛОСИПЕД ДЛЯ
ОСОБЕННЫХ ДЕТЕЙ»**

**НАТАЛЬЯ ЛИСКОВЕЦ
(КЕМЕРОВО), МОБИЛЬНОЕ
ПРИЛОЖЕНИЕ IDIABET-MOBILE**

**МАРГАРИТА РЕБЕЦКАЯ
И ВИКТОРИЯ ПАДАЛКО
(МОСКВА), ИНКЛЮЗИВНЫЙ
ТЕАТРАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ
«ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ»**

**СЕРГЕЙ УМБЕТОВ (БАРНАУЛ),
ПРИБОР ДЛЯ ОРИЕНТАЦИИ
В ПРОСТРАНСТВЕ СЛЕПЫХ
И СЛАБОВИДЯЩИХ ДЕТЕЙ**

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

5.4. Социальные инвестиции

Помощь учреждениям системы здравоохранения

Социальная деятельность Tele2 в регионах присутствия сфокусирована на стратегической благотворительности и предусматривает системный подход к социальным инвестициям, в том числе в рамках соглашений с органами власти. Tele2 оказала финансовую помощь государственным учреждениям системы здравоохранения **Брянской области**. Компания выделила 600 тыс. рублей на закупку и установку двух электрокардиографов и четырех шприцевых насосов для хирургического отделения Новозыбковской центральной районной больницы.

В **Хабаровском крае** Tele2 приобрела современное медицинское оборудование для детского санатория «Амурский». Ежегодно санаторий принимает около 3 тыс. детей от 1 года до 18 лет с различными хроническими заболеваниями. Оборудование, закупленное для санатория в рамках благотворительной программы, — это новый шаг в развитии материально-технической базы учреждения. Новая медицинская техника позволит проводить больше реабилитационных процедур, а значит, улучшить качество лечения и ускорить восстановление маленьких пациентов.

Социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних «Радуга» в **Ярцеве (Смоленская область)** в рамках благотворительной помощи от Tele2 получил сертификат на медицинское оборудование и материальные ценности. Компания также передала медицинское оборудование общей стоимостью 2 млн рублей по соглашению о социально-экономическом сотрудничестве с регионом детскому реабилитационному центру в **Иркутске**.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Поддержка образования

В рамках соглашения о сотрудничестве между Tele2 и правительством **Ростовской области** компания приобрела лингафонное оборудование на сумму 850 тыс. рублей для воспитанников областной санаторной школы-интерната №28 в Ростове-на-Дону. Комплекс звукотехнической аппаратуры на 12 рабочих мест позволил создать оптимальные условия для изучения иностранных языков.



В рамках соглашения о сотрудничестве между Tele2 и правительством **Камчатского края** компания приобрела современное интерактивное оборудование и методики исследования психофизиологического состояния и развития детей для Камчатского детского дома в Петропавловске-Камчатском. Оборудование и методические материалы помогут сформировать у детей с ограниченными возможностями здоровья — а это дети-сироты и оставшиеся без попечения родителей — навыки социальной ответственности, логическое мышление и будут способствовать их гармоничному развитию.

Во **Владимире** Tele2 передала учебное оборудование и мебель на 600 тыс. рублей Лухтоновской коррекционной школе-интернату. Задачей интерната является реабилитация и интеграция в общество детей-сирот с отклонениями в развитии, поэтому создание комфортных условий проживания и обучения подопечных имеет большое социальное значение.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

В **Калининградской области** оператор в партнерстве с благотворительной организацией «Верю в чудо» оборудовал компьютерный класс для детей, проходящих курс социальной адаптации в психиатрической больнице №2. Во **Владимирской области** Tele2 передала партию компьютеров в детские дома и в нуждающиеся семьи, а в **Брянске** — департаменту семьи, социальной и демографической политики, который распределил технику среди отделений соцзащиты населения региона.

Для эффективной реабилитации воспитанников Бельско-Устьенского детского дома-интерната в **Псковской области** Tele2 установила теплицу. Зимний сад предназначен для выращивания сельскохозяйственных культур в течение всего года. Работая в теплице, воспитанники разного возраста смогут получить важные трудовые навыки. В **Иркутске** Tele2 совместно с местными СМИ помогла реализовать проект по созданию сада плодово-ягодных культур на территории Дома ребенка №1.

Оператор оказал поддержку Координационному центру по постинтернатному сопровождению выпускников детских домов, работающему на базе **Мурманского** центра «Ровесник», где оказывается помощь детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей. Компания подготовила новый кабинет с кухонным оборудованием и мебелью для отделения социальной адаптации подопечных центра.

В **Нижнем Новгороде** Tele2 приобрела оборудование для пресс-центра авторской академической школы №186. Учащиеся два раза в год сами выпускают школьную газету «Зебра» и теперь смогут не только сверстать ее, но и отпечатать необходимый тираж. Детскому приюту «Надежда» в Саранске, подопечные которого часто перемещаются по городу, оператор подарил новый микроавтобус.

В **Перми** компания помогла открыть лабораторию сетевых технологий в радиотехническом колледже имени А. С. Попова. Tele2 передала учебному заведению новое оборудование для лаборатории. Колледж получил ноутбуки, коммутаторы, голосовые шлюзы, маршрутизаторы, IP-телефоны, проекторы, беспроводные передатчики и многое другое.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Развитие городской среды

Tele2 активно взаимодействует с местными сообществами и региональными властями, работает над улучшением городской среды в регионах присутствия. Компания реализует проекты по созданию спортивно-досуговой инфраструктуры, организует городские фестивали.

В 2015 году Tele2 установила спортивные площадки для детей в нескольких населенных пунктах **Ленинградской области**. Проекты были реализованы в рамках соглашений с местными властями. В 2016 году спортивные площадки с логотипом Tele2 появились в **Петрозаводске** на территории детского учреждения «Надежда» — центра помощи детям, оставшимся без попечения родителей; на территории социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних в **Усогорске (Республика Коми)**; в **Тверской области** в Областном центре помощи детям, оставшимся без попечения родителей; в детском лагере «Красная горка» в **Костромской области** и в **Оренбургской области** на территории школы-интерната санаторного типа №4.

В **Костроме** Tele2 поддержала проект преобразования детской поликлиники №5. В рамках благотворительной акции активисты украсили фасад медицинского учреждения граффити на тему мультфильма «Незнайка на Луне», а также оформили интерьеры поликлиники. В мероприятии участвовали директора, руководители и сотрудники отделов компании вместе со своими детьми. Волонтеры получили карандаши, кисти и краски.

В 2015 году Tele2 при поддержке Правительства **Санкт-Петербурга** и комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями провела конкурс «Честное граффити». Компания отобрала лучшие работы, авторы которых получили возможность нанести свои рисунки на стены детских садов и объекты транспортной инфраструктуры Санкт-Петербурга. С помощью проекта удалось оживить городское пространство и привлечь молодых и творческих людей к добровольческой деятельности в сфере благоустройства городских территорий.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

В 2015 и 2016 годах Tele2 провела несколько городских фестивалей «ЧестФест», объединенных единой концепцией. В 2015 году они прошли в **Новосибирске, Челябинске, Ростове-на-Дону** и еще семи городах России. Участниками фестивалей стали неравнодушные жители, которые постоянно ищут новые пути помощи родному городу. Они имели возможность познакомиться с принципами работы Tele2 и принять участие в совместном благоустройстве городского пространства. Для гостей «ЧестФестов» работали спортивные площадки, площадки с товарами от партнеров оператора, фестивали сопровождались выступлениями местных музыкальных групп. В 2015 году в этих мероприятиях приняли участие 104 тыс. человек. В 2016 году оператор организовал шесть «ЧестФестов» в **Омске, Новосибирске, Томске, Туле, Ижевске и Калининграде**, их посетили 74,5 тыс. гостей.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

5.5. Благотворительность

Компания самостоятельно проводит или выступает партнером целевых благотворительных проектов и акций, направленных как на решение актуальных социальных задач, так и на оказание прямой помощи социально незащищенным гражданам.

В рамках действующего соглашения о взаимном сотрудничестве с Правительством **Нижегородской области** Tele2 взяла на себя все расходы по обслуживанию телефона «горячей линии» поисково-спасательного отряда «Волонтер». Ежедневно на этот номер поступают обращения граждан о пропавших в Нижегородской области людях, а также информация о предполагаемом месте их нахождения. Волонтеры в свое свободное время и на личные средства оказывают помощь в поиске пропавших людей и ежегодно участвуют более чем в 200 поисково-спасательных операциях в Нижегородской области.

В 2016 году коллектив регионального офиса Tele2 в **Орловской области** присоединился к благотворительной акции «Дерево добра», организованной «Почтой России». Сотрудники офиса оформили подписку, и воспитанники нескольких детских домов и социально-реабилитационных центров Орловского региона на протяжении полугода бесплатно получали развивающие детские издания.

Tele2 поддержала благотворительную фотовыставку «150 зим» в **Вологде**, на которой были представлены работы фотографа Олега Кормашева. Все вырученные средства были переданы в фонд детской поликлиники №1 для приобретения оборудования и в Центр помощи детям, оставшимся без попечения родителей.

Призы, подарки и сувениры с логотипом Tele2 получили участники VI молодежного форума инвалидов по зрению «Шаг навстречу» в **Курске**; победители конкурсов и викторин среди детей и подростков с ограниченными возможностями, организованных Централизованной библиотечной системой **Белгорода**; лучшие выпускники Павловской коррекционной школы-интерната в **Воронеже**; почетные жители **Пожарского района Приморского края**.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

5.6. Корпоративное волонтерство в Tele2



Tele2 поддерживает инициативы в области социальной ответственности с участием своих сотрудников. Это способствует дальнейшему укреплению корпоративной культуры и существенно обогащает деятельность компании. Tele2 выделяет организационные, информационные и финансовые ресурсы на развитие корпоративного добровольчества.

Цель акции «Помоги собраться в школу» — помочь детям из малообеспеченных и многодетных семей в подготовке к новому учебному году. На средства, собранные в ходе благотворительного аукциона в **Хабаровске и Южно-Сахалинске**, для детей из малоимущих семей были приобретены рюкзаки со школьными принадлежностями. Помимо набора обязательных для учебы вещей сотрудники оператора положили в сумки записки с добрыми пожеланиями. В Южно-Сахалинске сотрудники филиала Tele2 также поддерживают всероссийскую благотворительную акцию «Улыбнемся солнечному дню». Жители города приобретают билеты на аттракционы в Городском парке культуры и отдыха для детей из малообеспеченных, неполных семей, детей из социально-реабилитационных центров, детских домов и интернатов. Коллектив сахалинского филиала ежегодно приобретает более 40 билетов. Сотрудники компании также устроили праздник детям из реабилитационного центра «Маячок» в Южно-Сахалинске.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

В 2016 году сотрудники Tele2 дважды принимали участие в благотворительной акции по сбору макулатуры. Мероприятие было организовано движением добрых дел «Добрый Нижний» в рамках всероссийской Недели добра. В ходе двух акций сотрудники собрали и отправили на вторичную переработку 300 кг сырья. Все собранные средства направлены в помощь Сормовскому дому-интернату для престарелых и инвалидов в **Нижнем Новгороде**, в благотворительный фонд «НОИЦ» на лечение детей с онкозаболеваниями.

В октябре 2015 года сотрудники вологодского филиала Tele2 приняли участие в экологической акции «Зеленая волна». В рамках действующего проекта «Зеленый город» администрация города организовала высадку 20 тыс. саженцев деревьев, и компания выступила партнером этой акции. В сквере рядом с одним из наших фирменных салонов на ул. Костромской сотрудники Tele2 высадили саженцы дубов, кленов и лиственниц.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

5.7. Поддержка культурных и спортивных мероприятий

В 2016 году оператор выступил партнером ежегодной акции «Ночь музеев» в **Москве**. Абоненты получили возможность пройти предварительную онлайн-регистрацию и посетить популярные музеи столицы. В рамках программы поддержки современного искусства Tele2 стала партнером выставки французского издателя, коллекционера и мецената Пьера Броше в Мультимедиа Арт Музее в Москве и поддержала II биеннале уличного искусства «АРТМОСФЕРА», представив выставку «#проект64: НЕ/ЗАВИСИМОСТЬ». На площадке были представлены работы шестнадцати уличных художников, выступающих с критикой общества потребления.

Компания также поддержала ежегодную образовательную акцию «Тотальный диктант» в **Мурманске**, вручив подарки самым грамотным участникам мероприятия.

За отчетный период Tele2 оказала информационную поддержку городской фотовыставке «Город в фокусе» в **Вологде**, выступила телекоммуникационным партнером театральной премии «Прорыв» в **Санкт-Петербурге**, партнером II Всероссийского конкурса детского и юношеского творчества «Открытое сердце» в **Курске**, партнером фестиваля «Юниоры V-ROX» во **Владивостоке**, партнером музыкального фестиваля MAXIDROM в **Москве**. Tele2 оказала PR-поддержку Кубку города по интеллектуальной игре «Ворошиловский стрелок» в **Пскове** и наградила победителя конкурса открыток об Ижевске в рамках II Ижевского фестиваля фантастики. Оператор также выступил партнером спортивных соревнований «Лыжня Вяльбе» в **Магаданской области** и провел зимний лыжный фестиваль «Сезон открыт» в **Архангельске**.



6. Мобильная связь и экология

6.1. Экологическая политика Tele2	102
6.2. Воздействие мобильной связи на окружающую среду	103
6.3. Воздействие мобильной связи на здоровье человека	105
6.4. Минимизация воздействия на изменение климата	107
6.5. Утилизация отходов и экономия природных ресурсов	108
6.6. Экоофис Tele2	109



TELE2

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

6.1. Экологическая политика Tele2

Экологичный подход к ведению бизнеса компания рассматривает как необходимое условие корпоративной ответственности. Следуя принципу предупреждения рисков, Tele2 уделяет особое внимание экологическим аспектам при открытии и закрытии своих производственных площадок и в процессе технического развития сети во всех регионах присутствия. Регламенты проведения работ полностью соответствуют законодательству РФ и включают дополнительные требования по обеспечению экологической безопасности. Все сотрудники проходят инструктаж, организованный в соответствии с лучшими отраслевыми практиками.

Продукты и услуги Tele2 вносят вклад в повышение экологической устойчивости, поскольку переход на цифровые технологии способствует существенному снижению уровня вредных воздействий на окружающую среду. Tele2 предоставляет свои услуги потребителям в строгом соответствии с требованиями экологического законодательства и нормами ведения бизнеса, принятыми в компании. Мы стремимся к тому, чтобы этот подход разделяли не только сотрудники и дочерние компании, но и все подрядчики и поставщики. Соответствующие требования вносятся в качестве отдельного пункта в договоры с контрагентами.

Компания проверяет любую информацию об экологических рисках, поступающую из различных источников. Эти сообщения, так же как и предложения о способах снижения угроз, оператор учитывает при техническом развитии сети. Сотрудники Tele2 прошли специальное обучение оперативному реагированию в случае возникновения чрезвычайных ситуаций. Если сотрудник получает информацию относительно действий, которые предположительно совершаются с нарушением экологической политики, или у него возникают обоснованные сомнения на этот счет, он обязан сообщить об этом уполномоченным лицам компании через систему информирования о нарушениях.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

6.2. Воздействие мобильной связи на окружающую среду



КОМПАНИЯ ИСПОЛЬЗУЕТ САМОЕ СОВРЕМЕННОЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИ БЕЗОПАСНОЕ И ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ВО ВСЕХ РЕГИОНАХ СВОЕГО ПРИСУТСТВИЯ

Деятельность операторов мобильной связи, как правило, не влечет значительного негативного воздействия на окружающую среду и не наносит ущерба местной флоре и фауне. Сооружение и эксплуатация объектов сети мобильной связи не сопровождается образованием большого количества отходов и не сопряжено с использованием существенных объемов опасных материалов.

Однако телекоммуникационная отрасль является источником определенных экологических рисков и воздействий. По своему характеру они значительно отличаются от возможных негативных последствий работы промышленных предприятий.

Сектор информационных и телекоммуникационных технологий — крупный потребитель энергоресурсов, производство которых тесно связано с процессами, влияющими на изменение климата

Сотовые телефоны и телекоммуникационное оборудование являются источниками электромагнитного излучения. Также существует опреде-

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ленная специфика в вопросах переработки и повторного использования материалов и изделий.

Tele2 придерживается проактивного подхода, выявляет и учитывает подобного рода экологические риски, изучает мировой опыт в этой области и активно внедряет современные разработки по профилактике и минимизации техногенных рисков в своей деятельности.

Чтобы сохранить природный баланс и предотвратить вредное влияние технических работ на окружающую среду, на всех этапах проектов по строительству сети Tele2 использует технологии и оборудование, которые считаются передовыми в области экологической безопасности и ресурсосбережения.

Стремясь не нарушать естественный баланс, Tele2 целенаправленно ограничивает вмешательство в природный ландшафт, с тем чтобы мачты и антенны сотовой связи оказывали минимальное визуальное воздействие на архитектурный облик городов и сел. Перед установкой подобного оборудования проводятся все необходимые согласования, в том числе общественные слушания с участием местных жителей.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

6.3. Воздействие мобильной связи на здоровье человека

Базовые станции — один из основных элементов системы сотовой связи — работают в режиме приема и передачи сигнала на мобильные телефоны, находящиеся в зоне их действия. При этом они излучают электромагнитную энергию.

Источником электромагнитной энергии являются также обычные бытовые приборы: телевизоры, радиоприборы, микроволновые печи, компьютеры. Предельная мощность их поля в десятки раз меньше той, которая может вызывать заболевания. Излучаемая мощность передатчика базовой станции равна излучению 10 сотовых телефонов и в 34 раза меньше, чем излучение от микроволновой печи.

За 20 лет использования сотовой связи вредного воздействия на здоровье человека и окружающую среду выявлено не было. Специалисты из разных стран, в том числе Швеции, Венгрии и России, проводили исследования влияния электромагнитного излучения на территориях, прилегающих к базовым станциям. Результаты показывают, что в 100% случаев электромагнитная обстановка в квартирах и офисах здания, на котором установлена базовая станция, не отличается от фоновой в соответствующем диапазоне частот для данного района.

На основе научных исследований разработаны международные и российские стандарты, регулирующие условия безопасного использования такого оборудования. Это позволяет принимать решения о приобретении и применении технологий, минимизирующих потенциальный негативный эффект.

Российские требования по соблюдению санитарных норм к вышкам сотовых операторов в десятки раз жестче, чем западные. В европейских странах предельная норма электромагнитного излучения составляет 1 мВт/см², в нашей стране — 0,01 мВт/см². Однако даже при такой разнице в нормативах мы относимся к установке базовых станций с особым вниманием.

При планировании установки каждой базовой станции проект в обязательном порядке проходит экспертизу санитарно-эпидемиологической службы. Компания приступает к строительству базовой станции только при наличии положительного заключения. После ее установки



СОГЛАСНО ДАННЫМ ВСЕМИРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ, ОРГАНИЗМ ЧЕЛОВЕКА ПОГЛОЩАЕТ В ПЯТЬ РАЗ БОЛЬШЕ СИГНАЛОВ ОТ РАДИОПРИЕМНИКА, ТЕЛЕВИЗОРА И КОМПЬЮТЕРА, ЧЕМ ОТ ВЫШКИ СОТОВОЙ СВЯЗИ

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

органы СЭС проводят инструментальные исследования на местности и выдают заключение о соответствии или несоответствии излучения антенны государственным санитарно-эпидемиологическим правилам и нормам. При этом учитываются все факторы: мощность радио- и телеантенн, местонахождение дома, близлежащие здания и многое другое. По результатам измерений компетентный орган принимает решение о работе конкретной базовой станции и выдает разрешение на ее эксплуатацию.

Оборудование и технологии Tele2 прошли специальную сертификацию в соответствии с утвержденными нормативами и в полной мере отвечают всем требованиям.

Поскольку в обществе продолжает циркулировать информация, основанная на искаженных представлениях о характере воздействия мобильной связи на здоровье человека и состояние живой природы, компания считает важным информировать население о правилах безопасного использования мобильной связи. Эксперты Tele2 регулярно выступают на круглых столах, конференциях и форумах, принимают участие в просветительских мероприятиях, в телевизионных и радиопередачах, в ходе которых совместно с другими операторами мобильной связи и общественными организациями делятся актуальной информацией и отвечают на вопросы абонентов.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

6.4. Минимизация воздействия на изменение климата

Оборудование, которое эксплуатирует компания, потребляет значительные объемы электроэнергии. Ее производство сопровождается выбросами углекислого газа, что в конечном счете вносит вклад в процессы изменения климата. Энергопотребление в компании подлежит измерению и контролю. Tele2 последовательно изыскивает возможности для снижения расхода электроэнергии за счет использования современной техники и внедрения мер энергосбережения. Благодаря непрерывному технологическому прогрессу в отрасли мы имеем возможность использовать новейшие базовые станции, аккумуляторы, кондиционеры базовых станций, ретрансляторы. Поскольку Tele2 приступила к развертыванию сетей 3G и 4G позднее конкурентов, она повсеместно устанавливала оборудование с большей производительностью и меньшим энергопотреблением. Так построена сеть в Москве, самая большая в России.

С помощью партнеров и клиентов Tele2 стремится минимизировать масштаб воздействия от выбросов углекислого газа и таким образом воспрепятствовать изменению климата. Компания предъявляет жесткие требования ко всем сферам деятельности, связанным с выбросами CO₂, в частности к эксплуатации транспорта и организации поездок персонала.

В компании целенаправленно сдерживается рост корпоративного парка автотранспортных средств, практикуется замещение командировок сотрудников и деловых встреч, связанных с эксплуатацией личного, корпоративного или общественного транспорта, использованием электронных средств связи, что обеспечивает возможность ведения переговоров в удаленном доступе.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

6.5. Утилизация отходов и экономия природных ресурсов

Tele2 внимательно относится к вопросам переработки и повторного использования материалов и изделий. Ненужное электрическое и электронное оборудование подлежит использованию для других целей внутри компании или продаже сторонним организациям. Мы предельно аккуратно обращаемся с экологически вредными веществами, стремимся применять упаковку и материалы из нетоксичного сырья, доступного для вторичной переработки и использования. Tele2 утилизирует изношенное офисное и технологическое оборудование в соответствии с требованиями законодательства и по возможности привлекает к переработке сертифицированные компании.

В фирменных салонах Tele2 в **Томске, Волгограде и Волжском** были установлены боксы «Батарейки сдаются» для сбора использованных элементов питания. Использованные батарейки отправляются на переработку при содействии природоохранных общественных организаций. Для привлечения внимания общественности к проблеме опасных отходов информация о проекте и о местах, куда все желающие могут принести и сдать использованные батарейки, освещалась в СМИ и социальных сетях.



2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

6.6. Экоофис Tele2

Компания последовательно реализует мероприятия по созданию комфортной среды и условий труда, отвечающих требованиям экологичности, эргономики и эстетики. Это обеспечивает формирование благоприятного психологического климата в офисе и является фактором охраны здоровья сотрудников.

Наша штаб-квартира размещается на территории современного и экологичного бизнес-парка класса А — Olympia Park, находящегося в благоприятном природном окружении на берегу Химкинского водохранилища.

Инновационное пространственное решение офиса, разработанное архитектурным бюро Line Architects, наилучшим образом отвечает требованиям экологичности и ключевым принципам корпоративной философии.

В офисе Tele2, который занимает два этажа, хорошо продуманы возможности для коммуникации между сотрудниками и их передвижения по всей территории офисного центра. Помимо открытого пространства рабочей зоны, имеются также многофункциональные зоны неформального общения. В офисе есть комфортабельная столовая и спортивный зал.

В отделке офиса были использованы натуральные материалы: натуральный шпон, кирпич и дерево. Зоны для отдыха окружают живые растения. В офисе всегда свежо и комфортно благодаря системе вентиляции и кондиционирования последнего поколения.

Источником получения электроэнергии для нужд офиса являются городские электросети. Для снижения потребления электроэнергии установлено энергоэффективное светотехническое оборудование, которое обеспечивает яркий свет в темное время суток и низкий уровень потребления энергоресурсов.

Компания бережно относится к использованию природных ресурсов и осуществляет переход на безбумажный документооборот с применением современных программных средств администрирования и корпоративного обмена информацией.

7. Об отчете



Приложение.	
Таблица соответствия отчета Руководству GRI G4	114
Контактные данные	133

Это второй отчет о корпоративной социальной ответственности, выпущенный компанией Tele2. В настоящее время в компании принят двухлетний цикл социальной отчетности. Документ охватывает период деятельности компании с 2015 по 2016 год. Он подготовлен в соответствии с Руководством по отчетности в области устойчивого развития GRI G4, вариант «основной». Отчет содержит информацию о стратегии и миссии компании, о принципах ее деятельности в сфере социальной ответственности и устойчивого развития, о ключевых событиях и результатах работы. В нем также приводятся данные о воздействии производственной деятельности Tele2 на экономику, общество и окружающую среду, а также о ее взаимодействии с заинтересованными сторонами. В отчете использована информация из корпоративной системы сбора данных. Подразделения компании также подготовили ответы на запросы, составленные с учетом рекомендаций Руководства GRI. Была также обработана информация из внешних источников. Основные показатели результативности отражают деятельность компании ООО «Т2 РТК Холдинг», ее региональных филиалов и операционных компаний.

При подготовке отчета компания руководствовалась пониманием корпоративной социальной ответственности, которое базируется на положениях стандарта ISO 26000 (Руководство по социальной ответственности). В отчет включалась информация по вопросам, которые являются существенными для всех подразделений и имеют прямое или опосредованное влияние на способность организации создавать, сохранять или разрушать экономическую, социальную и экологическую ценность для себя и для своих заинтересованных сторон, а также общества в целом.

Для определения содержания отчета рабочая группа проанализировала результаты анкетирования внешних и внутренних стейкхолдеров, которое было проведено впервые. В анкетировании приняли участие представители внешних заинтересованных сторон — деловые партнеры, клиенты, поставщики и подрядчики (всего 16 человек). Внутренние заинтересованные стороны были представлены сотрудниками (всего 44 человека). Участники опроса оценили предварительно составленный полный список тем и проблем, относящихся к корпоративной социальной ответственности. Этот список они рассматривали с учетом значимости тем для компании и для ее стейкхолдеров. По итогам опроса была составлена матрица существенности.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Кроме того, при выявлении важных для заинтересованных сторон вопросов в процессе подготовки отчета были проанализированы:

- материалы федеральных СМИ, местной и корпоративной прессы;
- материалы обратной связи работников компании и результаты опросов удовлетворенности сотрудников и клиентов;
- описание социальных проектов компании.

При определении существенности рабочая группа также учитывала значимость этих аспектов для компании, для ключевых заинтересованных сторон, значимость с точки зрения общественного контекста и обязательств бизнеса, в том числе зафиксированных в международных и российских документах.

Рассмотрев результаты этого анализа и с учетом принципа полноты, рабочая группа выделила следующие существенные темы и проблемы, которые должны быть отражены в отчете:

- качество оказания услуг;
- здоровье и безопасность потребителя;
- соответствие требованиям законодательства;
- сохранность персональных данных абонентов;
- равные возможности для карьерного роста;
- инвестиции в развитие местных сообществ;
- обучение сотрудников;
- научно-техническое развитие;
- участие в социально-экономическом развитии территорий присутствия;
- ответственный маркетинг;
- здоровье и безопасность сотрудников.

В отчет в основном включены данные за 2015 и 2016 календарные годы. Там, где это представлялось важным, включалась также информация, выходящая за рамки отчетного периода.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

По существенным аспектам отчет описывает все наиболее значимые воздействия компании. По сравнению с предыдущим отчетным периодом границы раскрытия информации не изменились.

Все данные, представленные в отчете, прошли внутреннее согласование, их полнота и корректность проверены предоставившими их подразделениями с применением стандартных процедур. Указатель стандартных элементов отчетности приведен в Приложении.

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

Таблица соответствия отчета Руководству GRI G4



ПОКАЗАТЕЛЬ РАСКРЫТ
ПОЛНОСТЬЮ



ПОКАЗАТЕЛЬ РАСКРЫТ
ЧАСТИЧНО



ПОКАЗАТЕЛЬ
НЕ РАСКРЫВАЕТСЯ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
Стратегия и анализ		
G4-1 Заявление первого лица	Обращение генерального директора Tele2	●
G4-2 Описание ключевых воздействий, рисков и возможностей	Годовой отчет — 2016: Новые возможности Управление рисками	●
Профиль организации		
G4-3 Название организации	1.1. Информация о компании	●
G4-4 Виды продукции и услуги	1.1. Информация о компании	●
G4-5 Расположение штаб-квартиры	Контактные данные	●
G4-6 Страны осуществления деятельности и расположения подразделений	1.1. Информация о компании	●
G4-7 Характер собственности и организационно-правовая форма	1.1. Информация о компании	●
G4-8 Рынки, на которые работает организация	1.4. Положение на рынке	●

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
G4-9 Масштаб организации	1. Tele2 сегодня	●
G4-10 Численность сотрудников	1.1. Информация о компании	●
G4-11 Процент охвата сотрудников коллективными договорами	4.2. Права человека и недискриминационная политика найма	●
G4-12 Цепочка поставок организации	Поставщики и партнеры 1.5. Развитие сети мобильной связи	●
G4-13 Изменения масштаба, структуры, собственности или цепочки поставок	1.2. Основные этапы развития Tele2 в России	●
G4-14 Применение принципа предосторожности	Руководствуясь принципом предосторожности, компания стремится избегать предполагаемого вреда окружающей среде, даже если нет строгих научных данных о том, что та или иная деятельность причиняет такой вред	●
G4-15 Экономические, экологические, социальные принципы и инициативы, к которым организация присоединилась или которые поддерживает	С 2015 года ООО «Т2 Мобайл» является участником Антикоррупционной хартии российского бизнеса	●
G4-16 Членство в ассоциациях	Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР)	●
Выявленные существенные аспекты и границы		
G4-17 Юридические лица, отчетность которых была включена в консолидированную финансовую отчетность	7. Об отчете	●
G4-18 Методика определения содержания отчета и границ аспектов	7. Об отчете	●
G4-19 Все существенные аспекты	7. Об отчете	●
G4-20 Аспекты, существенные внутри организации	7. Об отчете	●

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
G4-21 Аспекты, существенные за пределами организации	7. Об отчете	●
G4-22 Результаты всех переформулировок, приведенных в предыдущих отчетах, и их причины	Отсутствовали	●
G4-23 Существенные изменения охвата и границ аспектов по сравнению с предыдущими отчетными периодами	7. Об отчете	●
Взаимодействие с заинтересованными сторонами		
G4-24 Список заинтересованных лиц	2.5. Ключевые стейкхолдеры Tele2	●
G4-25 Принципы выявления и отбора заинтересованных сторон	2.5. Ключевые стейкхолдеры Tele2	●
G4-26 Подход организации к взаимодействию с заинтересованными сторонами	2.5. Ключевые стейкхолдеры Tele2	●
G4-27 Ключевые темы и опасения, которые были подняты заинтересованными сторонами	2.5. Ключевые стейкхолдеры Tele2	●
Общие сведения об отчете		
G4-28 Отчетный год	2015–2016	●
G4-29 Дата публикации предыдущего отчета	2013	●
G4-30 Цикл отчетности	Один раз в два года, также предусмотрен ежегодный формат	●
G4-31 Контактное лицо для вопросов по отчету	Контактные данные	●
G4-32 Указатель содержания GRI	Приложение 1	●

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
G4-33 Политика и практика организации в отношении внешнего заверения отчета	7. Об отчете	●
Корпоративное управление		
G4-34 Структура корпоративного управления	2.1. Система корпоративного управления Дополнительно в Годовом отчете 2016, разделы: Корпоративное управление и Корпоративная структура	●
G4-35 Порядок делегирования полномочий по решению экономических, экологических и социальных проблем от высшего органа к другим сотрудникам		○
G4-36 Руководитель/руководители, ответственные за решение экономических, экологических и социальных проблем	2.1. Система корпоративного управления	●
G4-37 Процедуры проведения консультаций по экономическим, экологическим и социальным проблемам между заинтересованными сторонами и высшим органом		○
G4-38 Состав высшего корпоративного органа и его комитетов	2.1. Система корпоративного управления Дополнительно в Годовом отчете 2016, разделы: Корпоративное управление и Корпоративная структура	●
G4-39 Должность председателя высшего органа корпоративного управления	2.1. Система корпоративного управления Дополнительно в Годовом отчете 2016, разделы: Корпоративное управление и Корпоративная структура	●
G4-40 Порядок выдвижения и отбора кандидатов в члены высшего органа корпоративного управления и его комитетов. Критерии отбора	Дополнительно в Годовом отчете 2016, разделы: Корпоративное управление и Корпоративная структура	●
G4-41 Процедуры, используемые высшим органом для предотвращения конфликтов интересов	Дополнительно в Годовом отчете 2016, раздел: Основные элементы системы комплаенс	●

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
G4-42 Роль высшего органа и исполнительных руководителей высшего ранга в разработке, утверждении и обновлении формулировок целей, ценностей, миссии, политик и задач организации	2.2. Стратегия Tele2, утверждена советом директоров	●
G4-43 Меры, применяемые для выработки и повышения коллективных знаний членов высшего органа в связи с экономической, экологической и социальной проблематикой	Информационные справки и доклады для руководства компании по экономической, экологической и социальной проблематике	●
G4-44 Оценка деятельности высшего органа корпоративного управления		○
G4-45 Роль высшего органа корпоративного управления в выявлении воздействий, рисков и возможностей и управлении ими	Дополнительно в Годовом отчете 2016, раздел: Управление рисками	●
G4-46 Роль высшего органа корпоративного управления в анализе эффективности используемых организацией методов управления рисками	Дополнительно в Годовом отчете 2016, раздел: Управление рисками	●
G4-47 Как часто высший орган корпоративного управления анализирует экономические, экологические и социальные воздействия, риски и возможности	Дополнительно в Годовом отчете 2016, раздел: Управление рисками	●
G4-48 Должности лиц, официально проверяющих и утверждающих отчет	Директор по корпоративным коммуникациям, руководитель департамента операционных коммуникаций и КСО	●
G4-49 Процедура информирования высшего органа корпоративного управления о критически важных проблемах	Дополнительно в Годовом отчете 2016, разделы: Корпоративное управление и Корпоративная структура	●
G4-50 Характер и общее количество критически важных проблем, доведенных до сведения высшего органа корпоративного управления, механизмы для их рассмотрения и разрешения	Дополнительно в Годовом отчете 2016, раздел: Корпоративная структура	●
G4-51 Правила вознаграждения членов высшего органа корпоративного управления и исполнительных руководителей высшего ранга		○

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
G4-52 Порядок определения размера вознаграждения	Дополнительно в Годовом отчете 2016, разделы: Корпоративное управление и Корпоративная структура	●
G4-53 Выяснение и принятие во внимание мнения заинтересованных сторон о вознаграждении		○
G4-54 Отношение общего годового вознаграждения наиболее высокооплачиваемого должностного лица к среднему годовому вознаграждению всех сотрудников		○
G4-55 Процент роста общего годового вознаграждения наиболее высокооплачиваемого должностного лица к проценту роста среднего годового вознаграждения всех сотрудников		○
Этика и добросовестность		
G4-56 Ценности, принципы, стандарты и нормы поведения организации, кодексы поведения/ этические кодексы	Видение Миссия Кодекс этики Tele2 Tele2 Way, Walk the Talk и интеграция сотрудников в систему ценностей Tele2	●
G4-57 Внутренние и внешние механизмы обращения за консультациями по вопросам этичного и законопослушного поведения, а также по вопросам, связанным с проявлением недобросовестности	Подразделение комплаенс, все адреса для обращений указаны в информационных ресурсах компании	●
G4-58 Внутренние и внешние механизмы сообщения о неэтичном или незаконном поведении/ недобросовестности	Подразделение комплаенс, все адреса для обращений указаны в информационных ресурсах компании	●

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
Категория: Экономическая		
Аспект «Экономическая результативность»		
G4-СПМ Общие сведения о подходах в области менеджмента		●
G4-EC1 Созданная и распределенная прямая экономическая стоимость	В 2016 году компания приняла решение не публиковать полную финансовую и операционную отчетность на регулярной основе	○
G4-EC2 Финансовые аспекты и прочие риски и возможности для деятельности организации, связанные с изменением климата	См. G4-EC1	○
G4-EC3 Обеспеченность обязательств организации, связанных с пенсионными планами с установленными льготами	Группа перечисляет взносы в местные государственные пенсионные и социальные фонды и от имени своих работников. Группа не определила пенсионные планы с установленными выплатами. См.: ООО «Т2 РТК Холдинг». Консолидированная финансовая отчетность за год, закончившийся 31 декабря 2015 года	●
G4-EC4 Финансовая помощь, полученная от государства	См. G4-EC1	○
Аспект «Присутствие на рынках»		
G4-EC5 Отношение стандартной заработной платы начального уровня сотрудников разного пола к установленной минимальной заработной плате в существенных регионах деятельности организации		○
G4-EC6 Доля руководителей высшего ранга в существенных регионах деятельности организации, нанятых из числа представителей местного населения	В данном контексте под местным населением понимаются граждане РФ. Гражданами РФ являются 7 из 11 членов совета директоров и 10 из 11 руководителей высшего ранга, включая генерального директора и его заместителей, а также руководителей основных функций	●

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
Аспект «Непрямые экономические воздействия»		
G4-EC7 Развитие и воздействие инвестиций в инфраструктуру и безвозмездные услуги	1.5. Развитие сети мобильной связи 5. Вклад в развитие регионов присутствия	●
G4-EC8 Существенные непрямые экономические воздействия, включая область воздействия	1.5. Развитие сети мобильной связи 5. Вклад в развитие регионов присутствия	●
Аспект «Практики закупок»		
G4-EC9 Доля расходов на местных поставщиков в существенных регионах осуществления деятельности		○
Категория «Социальная»		
Подкатегория «Практика трудовых отношений и достойный труд»		
G4-СПМ Общие сведения о подходах в области менеджмента	4. Люди Tele2	●
Аспект «Занятость»		
G4-LA1 Общее количество и процент вновь нанятых сотрудников, а также текучесть кадров, в разбивке по возрастной группе, полу и региону	4.1. Численность и характеристика персонала	◎
G4-LA2 Льготы, предоставляемые сотрудникам, работающим на условиях полной занятости	Материальное стимулирование	●
G4-LA3 Доля сотрудников, вернувшихся после отпуска по материнству/отцовству на работу, а также доля оставшихся в организации после выхода из отпуска по материнству/отцовству, по признаку пола		○
Аспект «Взаимоотношения сотрудников и руководства»		
G4-LA4 Минимальный период уведомления в отношении существенных изменений в деятельности организации	В соответствии с трудовым законодательством, не менее чем за два месяца	●

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
Аспект «Здоровье и безопасность на рабочем месте»		
G4-LA5 Доля всего персонала, представленного в официальных совместных комитетах по здоровью и безопасности		○
G4-LA6 Виды и уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой, в разбивке по регионам и полу		○
G4-LA7 Работники с высоким травматизмом и высоким риском заболеваемости, связанными с родом их занятий		○
G4-LA8 Отражение вопросов здоровья и безопасности в официальных соглашениях с профсоюзами		○
Аспект «Подготовка и образование»		
G4-LA9 Среднегодовое количество часов обучения одного сотрудника с разбивкой по полу и категориям сотрудников		○
G4-LA10 Программы развития навыков и образования на протяжении жизни, призванные поддерживать способность сотрудников к занятости, а также оказать им поддержку при завершении карьеры	Обучение и профессиональное развитие	●
G4-LA11 Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности и развития карьеры, в разбивке по полу и категориям сотрудников	Ежегодная оценка персонала	●
Аспект «Разнообразие и равные возможности»		
G4-LA12 Состав руководящих органов и основных категорий персонала организации, с разбивкой по полу, возрастным группам, принадлежности к группам меньшинств и другим признакам разнообразия	4.1. Численность и характеристика персонала	●

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
Аспект «Равное вознаграждение для женщин и мужчин»		
G4-LA13 Отношение базового оклада мужчин и женщин, в разбивке по категориям работников и по существенным регионам осуществления деятельности организации	Материальное стимулирование	●
Аспект «Оценка практики трудовых отношений поставщиков»		
G4-LA14 Процент новых поставщиков, прошедших оценку по критериям практики трудовых отношений	Кодекс корпоративной этики для партнеров определял в отчетном периоде основные требования, которых должны придерживаться партнеры Tele2 при ведении бизнеса, в том числе в части соблюдения трудового законодательства	●
Аспект «Механизмы подачи жалоб на практику трудовых отношений»		
G4-LA15 Существенное фактическое и потенциальное отрицательное воздействие на практику трудовых отношений в цепочке поставок и принятые меры		○
G4-LA16 Количество жалоб на практику трудовых отношений, поданных, обработанных и урегулированных через официальные механизмы подачи жалоб		○
Подкатегория «Права человека»		
Аспект «Инвестиции»		
G4-HR1 Общее число и процент существенных инвестиционных соглашений и контрактов, включающих положения об обеспечении прав человека или прошедших оценку с точки зрения прав человека		○
G4-HR2 Общее количество часов обучения сотрудников политикам или процедурам, связанным со значимыми для деятельности организации аспектами прав человека, включая долю обученных сотрудников		○

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
Аспект «Недопущение дискриминации»		
G4-HR3 Общее количество случаев дискриминации и предпринятые корректирующие действия	Отсутствовали	
Аспект «Свобода ассоциации и ведения коллективных переговоров»		
G4-HR4 Выявленные подразделения, в которых и поставщики, у которых право на использование свободы ассоциации и ведение коллективных переговоров может нарушаться или подвергаться существенному риску, и действия, предпринятые для поддержки этих прав		
Аспект «Детский труд»		
G4-HR5 Выявленные подразделения, в которых и поставщики, у которых имеется существенный риск использования детского труда, и действия, предпринятые для искоренения детского труда	В связи с отраслевой спецификой риск использования детского труда отсутствует	
Аспект «Принудительный или обязательный труд»		
G4-HR6 Выявленные подразделения, в которых и поставщики, у которых имеется существенный риск использования принудительного или обязательного труда, а также действия, предпринятые для искоренения всех форм принудительного и обязательного труда	Отсутствовали	
Аспект «Практики обеспечения безопасности»		
G4-HR7 Доля сотрудников службы безопасности, прошедших обучение политикам и процедурам в отношении аспектов прав человека, связанных с осуществляемой деятельностью	Наем и руководство деятельностью сотрудников службы безопасности осуществляет администрация бизнес-центра, в котором располагается главный офис компании	

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
Аспект «Права коренных и малочисленных народов»		
G4-HR8 Общее число случаев нарушения, затрагивающих права коренных и малочисленных народов, и предпринятые действия		○
Аспект «Оценка»		
G4-HR9 Общее количество и процент подразделений, в отношении которых проводилась оценка на предмет соблюдения прав человека или оценка воздействия в связи с правами человека		○
Аспект «Оценка соблюдения поставщиками прав человека»		
G4-HR10 Процент новых поставщиков, прошедших оценку по критериям соблюдения прав человека		○
G4-HR11 Существенное фактическое и потенциальное отрицательное воздействие на соблюдение прав человека в цепочке поставок и принятые меры		○
Аспект «Механизмы подачи жалоб на нарушение прав человека»		
G4-HR12 Количество жалоб в связи с воздействием на соблюдение прав человека, поданных, обработанных и урегулированных через официальные механизмы подачи жалоб	Отсутствовали	●
Подкатегория «Общество»		
G4-СПМ Общие сведения о подходах в области менеджмента	5.4. Социальные инвестиции	●

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
Аспект «Местные сообщества»		
G4-S01 Процент подразделений с реализованными программами взаимодействия с местными сообществами, программами оценки воздействия деятельности на местные сообщества и программами развития местных сообществ	5.4. Социальные инвестиции	●
G4-S02 Подразделения с существенным фактическим или потенциальным отрицательным воздействием на местные сообщества	Отсутствовали	●
Аспект «Противодействие коррупции»		
G4-S03 Общее количество и процент подразделений, в отношении которых проводилась оценка рисков, связанных с коррупцией, и выявленные существенные риски	Противодействие коррупции и открытый подход во взаимоотношениях с подрядчиками и поставщиками	●
G4-S04 Информирование о политиках и методах противодействия коррупции и обучение им	Противодействие коррупции и открытый подход во взаимоотношениях с подрядчиками и поставщиками	●
G4-S05 Подтвержденные случаи коррупции и предпринятые действия	За отчетный период не выявлено случаев коррупции с участием работников компании	●
Аспект «Государственная политика»		
G4-S06 Общее денежное выражение пожертвований на политические цели по странам и получателям/бенефициарам	Отсутствовали	●
Аспект «Препятствие конкуренции»		
G4-S07 Общее число случаев правовых действий в отношении организации в связи с препятствием конкуренции и нарушением антимонопольного законодательства и их результаты		○

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
Аспект «Соответствие требованиям»		
G4-S08 Денежная сумма существенных штрафов и общее число нефинансовых санкций, наложенных за несоблюдение законодательства и нормативных требований		○
Аспект «Оценка воздействия поставщиков на общество»		
G4-S09 Процент новых поставщиков, прошедших оценку по критериям воздействия на общество		○
G4-S010 Существенное фактическое и потенциальное отрицательное воздействие на общество в цепочке поставок и принятые меры		○
Аспект «Механизмы подачи жалоб на воздействие на общество»		
G4-S011 Количество жалоб в отношении воздействия на общество, поданных, обработанных и урегулированных через официальные механизмы подачи жалоб		○
Подкатегория «Ответственность за продукцию»		
G4-СПМ Общие сведения о подходах в области менеджмента	3. Tele2 — доступная и качественная связь	●
Аспект «Здоровье и безопасность потребителя»		
G4-PR1 Процент значимых категорий продукции и услуг, воздействие которых на здоровье и безопасность оценивается для выявления возможностей для улучшения	6.2. Воздействие мобильной связи на здоровье человека	●
G4-PR2 Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся воздействия продукции и услуг на здоровье и безопасность, в разбивке по видам последствий	Отсутствовали	●

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
Аспект «Маркировка продукции и услуг»		
G4-PR3 Виды информации о свойствах продукции и услуг, требуемые процедурами, и доля значимых категорий продукции и услуг, в отношении которых действуют такие требования к информации	3.3. Качество обслуживания	
G4-PR4 Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся информации и маркировки о свойствах продукции и услуг, в разбивке по видам последствий		
G4-PR5 Результаты исследований по оценке степени удовлетворенности потребителей	3.3. Качество обслуживания	
Аспект «Маркетинговые коммуникации»		
G4-PR6 Продажа запрещенных или спорных товаров	Нерелевантный показатель	
G4-PR7 Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся маркетинговых коммуникаций		
Аспект «Неприкосновенность частной жизни потребителя»		
G4-PR8 Общее количество обоснованных жалоб, касающихся нарушения неприкосновенности частной жизни потребителя		
Аспект «Соответствие требованиям»		
G4-PR9 Денежное выражение существенных штрафов, наложенных за несоблюдение законодательства и нормативных требований, касающихся предоставления и использования продукции и услуг		

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
Категория «Экологическая»		
G4-СПМ Общие сведения о подходах в области менеджмента	6.1. Экологическая политика Tele2	<input checked="" type="radio"/>
Аспект «Материалы»		
G4-EN1 Израсходованные материалы по массе или объему		<input type="radio"/>
G4-EN2 Доля материалов, представляющих собой переработанные или повторно используемые отходы		<input type="radio"/>
Аспект «Энергия»		
G4-EN3 Потребление энергии внутри организации		<input type="radio"/>
G4-EN4 Потребление энергии за пределами организации		<input type="radio"/>
G4-EN5 Энергоемкость		<input type="radio"/>
G4-EN6 Сокращение энергопотребления		<input type="radio"/>
G4-EN7 Снижение потребности в энергии продукции или услуг		<input type="radio"/>
Аспект «Вода»		
G4-EN8 Общее количество забираемой воды, с разбивкой по источникам		<input type="radio"/>
G4-EN9 Источники воды, на которые оказывает существенное влияние водозабор организации		<input type="radio"/>
G4-EN10 Доля и общий объем многократно и повторно используемой воды		<input type="radio"/>

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
Аспект «Биоразнообразие»		
G4-EN11 Производственные площадки, находящиеся в собственности, в аренде или под управлением организации и расположенные на охраняемых природных территориях и территориях с высокой ценностью биоразнообразия, находящихся вне границ охраняемых природных территорий, или примыкающие к таким территориям		○
G4-EN12 Описание существенных воздействий деятельности, продукции и услуг на биоразнообразие на охраняемых природных территориях и территориях с высокой ценностью биоразнообразия вне границ охраняемых природных территорий		○
G4-EN13 Сохраненные или восстановленные местообитания		○
G4-EN14 Общее число видов, занесенных в красный список МСОП и национальный список охраняемых видов, местообитания которых находятся на территории, затрагиваемой деятельностью организации		○
Аспект «Выбросы»		
G4-EN15 Прямые выбросы парниковых газов (область охвата 1)		○
G4-EN16 Косвенные энергетические выбросы парниковых газов (область охвата 2)		○
G4-EN17 Прочие косвенные выбросы парниковых газов (область охвата 3)		○
G4-EN18 Интенсивность выбросов парниковых газов		○
G4-EN19 Сокращение выбросов парниковых газов		○

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
G4-EN20 Выбросы озоноразрушающих веществ (ОРВ)		○
G4-EN21 Выбросы в атмосферу NO _x , SO _x и других значимых загрязняющих веществ		○
Аспект «Сбросы и отходы»		
G4-EN22 Общий объем сбросов с указанием качества сточных вод и принимающего объекта		○
G4-EN23 Общая масса отходов, с разбивкой по видам и методам обращения		○
G4-EN24 Общее количество и объем существенных разливов		○
G4-EN25 Масса перевезенных, импортированных, экспортированных или переработанных отходов, являющихся «опасными» согласно приложениям I, II, III и VIII к Базельской конвенции, а также процент международных перевозок отходов		○
G4-EN26 Принадлежность, размер, статус охраны и ценность с точки зрения биоразнообразия водных объектов и связанных с ними местообитаний, на которые оказывают существенное влияние сбросы организации и поверхностный сток с ее территории		○
Аспект «Продукция и услуги»		
G4-EN27 Степень снижения воздействия продукции и услуг на окружающую среду		○
G4-EN28 Доля проданной продукции и ее упаковочных материалов, возвращаемой для переработки производителю, с разбивкой по категориям		○

2015–2016 | TELE2. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ОБЩИЕ СТАНДАРТНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОТЧЕТНОСТИ	МЕСТО В ОТЧЕТЕ/ КОММЕНТАРИЙ	УРОВЕНЬ РАСКРЫТИЯ
Аспект «Соответствие требованиям»		
G4-EN29 Денежное значение существенных штрафов и общее число нефинансовых санкций, наложенных за несоблюдение экологического законодательства и нормативных требований		○
Аспект «Транспорт»		
G4-EN30 Значимое воздействие на окружающую среду перевозок продукции, товаров, материалов и перевозок рабочей силы		○
Аспект «Общая информация»		
G4-EN31 Общие расходы и инвестиции на охрану окружающей среды, с разбивкой по типам		○
Аспект «Экологическая оценка поставщиков»		
G4-EN32 Процент новых поставщиков, прошедших оценку по экологическим критериям		○
G4-EN33 Существенное фактическое и потенциальное отрицательное воздействие на окружающую среду в цепочке поставок и принятые меры		○
Аспект «Механизмы подачи жалоб на экологические проблемы»		
G4-EN34 Количество жалоб на воздействие на окружающую среду, поданных, обработанных и урегулированных через официальные механизмы их подачи		○

Контактные данные

Запросить дополнительную информацию по тематике отчета, а также высказать свои мнения о данной публикации и внести предложения по совершенствованию нефинансовой отчетности Tele2 можно, обратившись в центральный офис компании по адресу:

125212, Москва
Ленинградское шоссе, 39А БЦ «Олимпия Парк»
Тел.: + 7 (495) 229–84–00
Эл. почта: CSR@tele2.ru
www.tele2.ru

TELE2