

## ORANGE SA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INITIATIVES

### INIȚIATIVE DE RESPONSABILITATE SOCIAL CORPORATIVĂ A COMPANIEI ORANGE SA

**CONDRU Nicolae, student, specialitatea: BA**

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, [www.ase.md](http://www.ase.md)

e-mail autor: [condru.nicolae@ase.md](mailto:condru.nicolae@ase.md)

**Abstract.** Responsabilitatea socială corporativă (RSC) reprezintă un element esențial în strategia de dezvoltare sustenabilă a companiei Orange SA. Prin diverse inițiative, Orange sprijină educația digitală, protecția mediului și incluziunea socială, având un impact pozitiv asupra comunităților în care operează. Programe precum „Digitaliada” contribuie la dezvoltarea competențelor digitale ale elevilor, în timp ce inițiativele de reducere a amprentei de carbon reflectă angajamentul companiei față de sustenabilitate. De asemenea, Orange promovează diversitatea și incluziunea prin proiecte dedicate grupurilor vulnerabile. Acest articol analizează principalele direcții ale strategiei RSC a companiei, evidențiind impactul inițiativelor asupra societății și economiei. În concluzie, implicarea activă a Orange SA în responsabilitatea socială demonstrează angajamentul său față de dezvoltarea durabilă și inovarea socială.

**Cuvinte cheie:** responsabilitatea socială, compania Orange, companii, responsabilitatea social corporativă

#### JEL CLASSIFICATION: M1, M10

#### INTRODUCERE

În Moldova, ultimii ani au fost marcați de creșterea gradului de conștientizare a companiilor cu privire la rolul lor în dezvoltarea socială. Crearea rețelei Global Compact Moldova (PGM), precum și creșterea numărului de companii care au aderat la PGM sunt o dovadă în acest sens. În timp ce filantropia este deja adânc înrădăcinată în cultura de afaceri moldovenească, majoritatea companiilor mai au încă un drum lung de parcurs până la adoptarea și implementarea practicilor de RSI (Averin, 2009). Prevalența practicilor filantropice în raport cu practicile de RSI este parțial explicată de relația dintre stat și sectorul privat stabilită în ultimii 20 de ani. Astfel, în mod tradițional, întreprinderilor li s-a „cerut” să facă donații pentru diverse proiecte prioritizate de autoritățile publice centrale și locale și, ca urmare, agenții economici au ajuns să perceapă filantropia ca pe un „impozit” pe care îl plătesc societății pentru activitatea pe care o desfășoară. (Aleksandrova, 2008)

#### CONȚINUTUL DE BAZĂ

Responsabilitatea socială a întreprinderilor este unul dintre subiectele cele mai actuale și mai discutate atât în mediul academic, cât și în rândul elitelor politice și de afaceri. Se produc schimbări care necesită un nivel mai ridicat de adaptare a producerii la schimbările sociale. În acest sens, fundamentele teoretice ale managementului și instrumentele sale sunt regândite. (Responsabilitatea socială corporativă în republica moldova, n.d.)

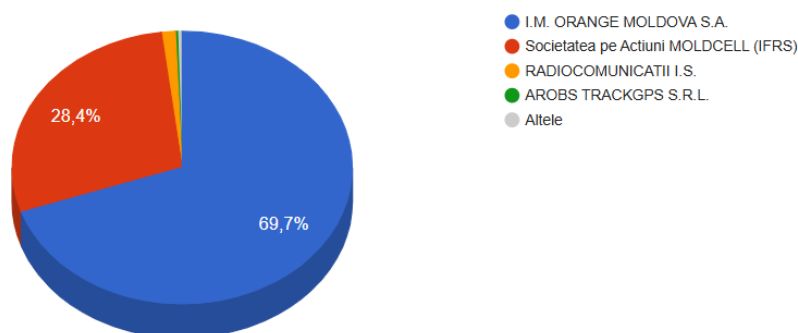
Sunt numeroase definiții ale responsabilității sociale a organizațiilor în practica internațională, ceea ce face posibilă interpretarea termenului "responsabilitate socială a afacerilor" (Evaluarea Responsabilității Sociale Corporative în Moldova, n.d.) în diferite moduri. Putem să ne referim la definițiile date de cele mai prestigioase organizații care se ocupă de aspecte legate de RSC în diferite țări. Comisia Europeană definește responsabilitatea socială a întreprinderilor ca fiind un concept care reflectă decizia unei întreprinderi de a participa în mod voluntar la procesele de îmbunătățire a societății și de protejare a mediului. În interpretarea International Business Leaders Forum, responsabilitatea socială a întreprinderilor este înțeleasă ca încurajarea responsabilității în domeniul eticii

în afaceri, care aduce beneficii atât pentru întreprinderi, cât și pentru societate. De asemenea, aceasta contribuie la dezvoltarea socială, economică și de mediu prin creșterea impactului pozitiv al afacerilor asupra societății și minimizarea celui negativ.

Orange SA este un furnizor de servicii integrate de telecomunicații. Compania oferă servicii de telefonie fixă și mobilă, transmisie de date, telecomunicații mobile, linii închiriate, televiziune, internet și aplicații wireless și servicii de radiodifuziune, precum și alte servicii cu valoare adăugată, inclusiv servicii financiare mobile. De asemenea, oferă o gamă de servicii de gestionare a conținutului online prin intermediul filialei sale, Orange Studio. De asemenea, Orange vinde telefoane mobile, echipamente de bandă largă, dispozitive conectate și accesorii. Compania deservește o gamă largă de clienți casnici și de afaceri, precum și alți operatori de telecomunicații. Are operațiuni comerciale în Asia-Pacific, Europa, America, Orientul Mijlociu și Africa. Orange are sediul central în Paris, Ile-de-France, Franța. (Programe de responsabilitate socială în cadrul companiei Orange Moldova, n.d.)

### Lideri de piață după volumul vânzărilor pentru 2023

Activități de comunicații electronice prin rețele fără cablu (exclusiv prin satelit)



**Figura. 1. Cota de piață după volumul de vânzări**

*Sursa: elaborat de autor*

În figura 1. autorul reprezintă cotă de piață pe baza volumului de vânzări a companiei analizate dar și concurenții principali pe piața de telefonie mobilă. După cum putem observa compania Orange ocupă 69,7% din piață și sunt liderii în telefonie mobilă. Pe al doilea loc se află compania Moldcell care sunt concurenții direcți a companiei analizate. (Informații generale despre activitatea companiei SA Orange, n.d.)

## REZULTATELE

Orange Moldova este recunoscut ca fiind operatorul numărul unu în Moldova în domeniul responsabilității sociale corporative, având cele mai mari investiții în dezvoltarea proiectelor sociale din sectorul educației și al ocrotirii sănătății. În urmă cu cinci ani, compania a înființat propria fundație de binefacere, prin intermediul căreia a investit zeci de milioane de lei pentru susținerea tinerei generații. Aceste investiții s-au concretizat prin acordarea de burse de studii, promovarea incluziunii digitale a elevilor din mediul rural, sprijin financiar pentru tinerii antreprenori din domeniul IT, facilitarea accesului copiilor din familii vulnerabile la programe culturale, precum și îmbunătățirea serviciilor medicale prin dotarea spitalelor cu echipamente performante. (Informații generale despre activitatea companiei SA Orange, n.d.)

Compania Orange are următoare programe de responsabilitate socială ca:

- **Orange și investiții în educație:**

Orange Moldova prioritizează investițiile în domeniul educației, dezvoltând inițiative menite să sprijine tinerii în parcursul lor academic. În acest context, au fost create cafenelele Orange WiFi în principalele universități din Moldova, oferind studenților un spațiu modern pentru învățare și colaborare.

Peste cinci mii de elevi beneficiază de lecții interactive datorită echipamentelor IT donate de Fundația Orange prin proiectul „Incluziunea digital-rurală”. De asemenea, peste 1.200 de studenți din întreaga țară au devenit beneficiari ai programului „Burse de Merit pentru cei mai buni studenți ai țării”.

Pentru aproximativ 400 de tineri proveniți din familii social vulnerabile, Fundația Orange oferă, de cinci ani, sprijin financiar în cadrul proiectului „Burse pentru tinerii din instituții de tip internat”, facilitându-le accesul la școli de meserii, colegii și universități. Finaliștii ediției din acest an au fost invitați să își ridice diplomele în cadrul unei ceremonii organizate recent la Chișinău. (Raport de sustenabilitate Orange, 2022) (Programe de responsabilitate socială în cadrul companiei Orange Moldova, n.d.).

- ***Protecția mediului:***

Compania Orange consideră că furnizorul este responsabil pentru adoptarea unei abordări prudente în gestionarea provocărilor de mediu, implementarea unor inițiative care promovează responsabilitatea ecologică și susținerea dezvoltării tehnologiilor sustenabile. Acesta trebuie să respecte atât standardele locale, cât și pe cele internaționale relevante, asigurând conformitatea cu legislația aplicabilă, inclusiv cu reglementările ROHS și WEEE, menționate în contract.

Pentru a reduce impactul asupra mediului, furnizorul are obligația de a implementa măsuri eficiente de protecție a mediului și de a respecta principiile economiei circulare pe tot parcursul ciclului de viață al produselor, de la concepție și producție până la utilizare și reciclare. De asemenea, acesta trebuie să limiteze sau să elimine emisiile periculoase, să îmbunătățească eficiența energetică și să reducă emisiile de CO<sub>2</sub>. Furnizorul trebuie să dezvolte produse și servicii cu un consum redus de energie și o amprentă de carbon minimizată pe întreaga durată a ciclului lor de viață. Totodată, acesta are responsabilitatea de a obține și respecta toate autorizațiile necesare, precum și de a implementa un sistem de management de mediu conform standardelor internaționale, cum ar fi ISO 14001. (Programe de responsabilitate socială în cadrul companiei Orange Moldova, n.d.)

- ***Orange – lider în investițiile în proiecte din domeniul sănătății***

Datorită Orange și Fundației Orange, zeci de mii de oameni din Moldova beneficiază astăzi de acces îmbunătățit la servicii medicale de calitate. De-a lungul anilor, au fost investite milioane de lei în dotarea spitalelor din întreaga țară cu echipamente medicale de ultimă generație.

Printre cele mai importante realizări se numără modernizarea Centrului de Imagistică al Institutului de Neurologie și Neurochirurgie, care a fost echipat cu un tomograf de înaltă performanță, precum și instalarea unui aparat Roentgen modern la Spitalul pentru copii din Bălți. Aceste investiții contribuie semnificativ la îmbunătățirea diagnosticului și tratamentului pacienților din Moldova (Programe de responsabilitate socială în cadrul companiei Orange Moldova, n.d.)

- ***Orange și angajamentul față de economia circulară***

Pentru Orange, economia circulară înseamnă reducerea la minimum a deșeurilor prin prelungirea ciclului de viață al produselor. Orange este primul operator de telecomunicații din România care a lansat o inițiativă națională dedicată economiei circulare, având scopul de a oferi o nouă viață telefoanelor utilizate. Această inițiativă se desfășoară în cinci direcții principale:

- ✓ **Recumpărare (Buy-Back)** – La nivelul Grupului Orange, obiectivul stabilit pentru îmbunătățirea ratei de colectare prin programul de buy-back este de 29% până la sfârșitul anului 2025. În România, în anul 2022, s-a atins deja o rată de 25,8% pentru telefoanele colectate. Prin acest program, clienții pot aduce telefoane vechi funcționale în orice magazin Orange, primind în schimb un voucher de reducere pentru achiziționarea unui dispozitiv nou. În primul an al inițiativei „Re”, au fost colectate aproximativ 300.000 de telefoane.

- ✓ **Repararea dispozitivelor** – Începând din 2009, serviciul de reparații este disponibil în Service Center-ele Orange, oferind o soluție completă pentru problemele tehnice întâmpinate de utilizatori. În cadrul acestui program, aproximativ 60.000 de telefoane au fost reparate, contribuind astfel la prelungirea duratei de viață a dispozitivelor.

✓ **Reciclare** – În toate magazinele Orange există puncte de colectare dedicate pentru telefoane, tablete, smartwatch-uri, încărcătoare și căști neutilizate. Dispozitivele colectate sunt fie reciclate, fie recondiționate, oferindu-le astfel o nouă viață.

✓ **Recondiționare** – Din 2013, Orange pune la dispoziție o secțiune online destinată vânzării de telefoane recondiționate. Aceste dispozitive reprezintă o alternativă sustenabilă la telefoanele noi, având un preț accesibil, o garanție de 12 luni și un impact redus asupra mediului. Prin aceste inițiative, Orange contribuie activ la reducerea deșeurilor electronice și la promovarea unor soluții sustenabile în domeniul telecomunicațiilor. (Raport de sustenabilitate Orange, 2022)

## CONCLUZII

În ultimii ani, mediul de afaceri din Republica Moldova a manifestat un interes tot mai crescut față de responsabilitatea socială a întreprinderilor (RSI), reflectând o schimbare semnificativă în abordarea companiilor față de impactul lor asupra societății. Crearea rețelei Global Compact Moldova și creșterea numărului de companii care aderă la această inițiativă confirmă importanța tot mai mare acordată RSI. Cu toate acestea, majoritatea companiilor încă percep filantropia ca pe un act impus de autorități, ceea ce demonstrează că procesul de integrare reală a practicilor de RSI mai are un drum lung de parcurs. Responsabilitatea socială a întreprinderilor este un concept complex, definit diferit de diverse instituții internaționale. Comisia Europeană o vede ca pe o implicare voluntară a companiilor în dezvoltarea socială și protecția mediului, în timp ce International Business Leaders Forum o corelează cu etica în afaceri și beneficiile reciproce pentru societate și companii. În acest context, companii de renume, precum Orange Moldova, demonstrează un angajament solid față de RSI prin investiții considerabile în educație, sănătate și protecția mediului.

Orange Moldova s-a impus ca lider în domeniul responsabilității sociale corporative, investind milioane de lei în proiecte de sprijin pentru educație și sănătate. Prin intermediul Fundației Orange, compania a oferit burse de studii pentru tineri, a promovat incluziunea digitală în mediul rural și a sprijinit antreprenorii IT. De asemenea, a contribuit la dotarea spitalelor cu echipamente medicale moderne, facilitând accesul pacienților la servicii medicale de calitate. În plus, Orange adoptă o strategie sustenabilă prin inițiative de economie circulară. Programe precum buy-back, reparația dispozitivelor, reciclarea și recondiționarea telefoanelor mobile au contribuit la reducerea deșeurilor electronice și la promovarea unui model de consum mai responsabil. Aceste măsuri demonstrează că Orange nu doar implementează RSI ca pe o strategie de imagine, ci și ca pe un angajament real față de dezvoltarea durabilă.

În concluzie, evoluția practicilor de responsabilitate socială în Republica Moldova este vizibilă, iar companiile încep să înțeleagă importanța unei abordări sustenabile în afaceri. Deși filantropia rămâne dominantă, se observă o tendință de trecere spre RSI autentică, axată pe impact pe termen lung. Orange Moldova este un exemplu elocvent al modului în care o companie poate contribui semnificativ la bunăstarea societății, servind drept model pentru alte organizații care doresc să își alinieze activitățile cu principiile dezvoltării responsabile.

## REFERINȚE

1. Averin, A.V (2008). *Politica socială și responsabilitatea socială a întreprinderii*. Moscova: Prior
2. Aleksandrova, E.S. La problema măsurării nivelului de bunăstare. *Buletinul științific* . 2009. (5). 48-56
3. Responsabilitatea socială corporativă în Republica Moldova. (n.d.). [expert-grup.org](http://expert-grup.org)
4. Evaluarea Responsabilității Sociale Corporative în Moldova. Evaluarea Responsabilității Sociale Corporative în Moldova | United Nations Development Programme ([undp.org](http://undp.org))
5. Raport de Sustenabilitate Orange. (n.d). [raport-sustenabilitate-2022.pdf](http://raport-sustenabilitate-2022.pdf)
6. Programe de responsabilitate socială a companiei Orange SA. Orange Moldova - operatorul #1 responsabil social

**Coordonator științific: STOIAN Eugeniu, drd., asist. univ.**  
Academia de Studii Economice din Moldova  
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, [www.ase.md](http://www.ase.md)  
e-mail: [stoian@ase.md](mailto:stoian@ase.md)