

20
19

CODZIENNIE ODPOWIEDZIALNI

RAPORT ODPOWIEDZIALNOŚCI
GRUPY AGORA ZA 2019 R.



13 MARCA 2020

AGORA SA

SPRAWOZDANIE NA TEMAT DANYCH NIEFINANSOWYCH
GRUPY AGORA S.A. ZA ROK 2019 DO
SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

www.raportCSR.agora.pl

SPIS TREŚCI

GRUPA AGORA.....	3
30-LECIE AGORY	23
STRATEGICZNIE ROZWIJAMY CSR.....	33
NASZE OSIĄGNIĘCIA.....	43
TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY	46
DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE	68
BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM	75
DZIAŁAMY NA RZECZ SPOŁECZEŃSTWA	90
DBAMY O ŚRODOWISKO	108
TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY	123
O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA.....	141
INDEKS GRI	145
KONTAKT.....	150

GRUPA AGORA

PODSUMOWANIE DZIAŁALNOŚCI W 2019 ROKU

WYNIKI FINANSOWE GRUPY AGORA

23 spółek skonsolidowanych w grupie kapitałowej Agory
1,2 mld zł przychody ze sprzedaży netto
↑9,5% wzrost przychodów ze sprzedaży netto r/r
114,8 mln zł EBITDA Grupy Agora [bez MSSF 16]
↑93,3% wzrost EBITDA r/r
16,2 mln zł zysk netto (oczyszczony) [bez MSSF 16]

KINA

49 multiplexów sieci Helios
277 ekranów w multiplexach sieci Helios
52,4 tys. miejsc w multiplexach sieci Helios
14,0 mln biletów zakupionych w sieci kin Helios
23% udział sieci kin Helios w liczbie sprzedanych biletów

FILM, KSIĄŻKA, MUZYKA

9 tytułów spółki NEXT FILM wprowadzonych do kin
28,7% udział NEXT FILM w widowni polskich filmów
4,9 mln – widzów na filmach spółki NEXT FILM
1,4 tys. sprzedanych egzemplarzy wydawnictw książkowych i płytowych Wydawnictwa Agora

DZIAŁALNOŚĆ GASTRONOMICZNA

20 restauracji fast casual w grupie kapitałowej Helios w 2019 r.:
12 restauracji Papa Diego z kuchnią meksykańską,
2 restauracje Van Dog,
6 restauracji Pasibus z burgerami tworzonymi na podstawie autorskich receptur

PRASA

9 mln osób miesięcznie czyta teksty „Gazety Wyborczej” i na Wyborcza.pl
300 tys. osób posiada dostęp do płatnych treści „Gazety Wyborczej” i na Wyborcza.pl
13. miejsce Wyborcza.pl w globalnym rankingu mediów z największą liczbą prenumeratorów na świecie
8,8 mln osób miesięcznie odwiedzało serwisy internetowe „Gazety Wyborczej”

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

23,5 tys. powierzchni reklamowych AMS
536 miejscowości, w których AMS oferuje reklamę outdoorową
1580 nowoczesnych wiat przystankowych w Warszawie

INTERNET

16,3 mln internautów odwiedziło serwisy grupy Gazeta.pl
526 mln odsłon wykonanych na serwisach grupy Gazeta.pl
59% zasięg wśród internautów serwisów grupy Gazeta.pl
12,7 mln internautów korzystało z serwisów grupy Gazeta.pl przez urządzenia mobilne
159. miejsce Yieldbird wśród najdynamiczniej rozwijających się firm technologicznych z EMEA

RADIO

59 stacji, **4** marki radiowe – GRUPA RADIOWA AGORA (GRA)
6,4% udział w słuchalności rozgłośni radiowych Grupy Agora
20 tys. subskrypcji cyfrowych Premium Radia TOK FM (koniec roku)
15% najwyższy udział w czasie słuchania w 8 największych miastach
153 minuty średni czas słuchania w pasmach dziennych radiostacji GRA

GRUPA MEDIALNO-ROZRYWKOWA

Agora działa na polskim rynku medialnym od 1989 r. Jej przedsięwzięcia to komplementarne biznesy medialne, które łączy marka Agory oraz poszanowanie wspólnych wartości. Od 1999 r. Agora S.A. jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Jej największymi przedsięwzięciami są m.in.:

- Helios S.A. – operator największej pod względem liczby obiektów sieci kin w kraju i właściciel NEXT FILM – firmy zajmującej się dystrybucją i produkcją filmową takich popularnych filmów, jak m.in. „Bogowie”, „Sztuka kochania. Historia Michaliny Wisłockiej” czy „Pokot”;
- spółka AMS S.A. – lider polskiego rynku reklamy zewnętrznej, oferujący nośniki we wszystkich segmentach rynku;
- „Gazeta Wyborcza” – największy opiniotwórczy dziennik i lider transformacji cyfrowej prasy w Polsce. W swoim portfelu prasowym Agora ma również czasopisma (m.in. „Wysokie Obcasy Extra”, „Avanti” „Książki. Magazyn do czytania”);
- działalność Wydawnictwa Agora, która obejmuje książki, albumy muzyczne oraz wydawnictwa filmowe. Agora prowadzi również księgarnie internetowe: Kulturalnysklep.pl oraz Publio.pl;
- trzy muzyczne stacje radiowe: Radio Złote Przeboje, Radio Pogoda i Rock Radio oraz ponadregionalne Radio TOK FM o wyjątkowej w skali kraju formule radia informacyjnego;
- kilkadziesiąt marek internetowych, m.in. portal Gazeta.pl i serwis Sport.pl, które są dostępne poprzez www oraz aplikacje mobilne;
- spółka Yieldbird – jedna z najszybciej rozwijających się polskich spółek zajmujących się reklamą programatyczną oraz spółki HRLink, GoldenLine i ROI Hunter;
- koncepty gastronomiczne w segmencie fast casual: Papa Diego i Van Dog (spółka Foodio Concept z grupy Helios) oraz Pasibus (spółka Step Inside z grupy Helios);
- drukarnia w Warszawie, w której drukowane są zarówno wybrane tytuły wydawane przez spółkę, jak i innych wydawców.

SIEĆ KIN HELIOS, FILM, KSIĄŻKA, MUZYKA ORAZ DZIAŁALNOŚĆ GASTRONOMICZNA

Segment Film i Książka obejmuje działalność kinową, produkcję i dystrybucję filmów, Wydawnictwo Agora oraz działalność gastronomiczną.

HELIOS - NAJWIĘKSZY OPERATOR KIN W POLSCE POD WZGLĘDEM LICZBY OBIEKTÓW

49 multipleksów sieci Helios

277 ekranów w multipleksach sieci Helios

52,4 tys. miejsc w multipleksach sieci Helios

HELIOS jest największą siecią kinową w Polsce pod względem liczby obiektów – ma już 49 multipleksów, z 277 ekranami i 52,4 tys. miejsc.

Sieć kin Helios zakończyła 2019 r. z trzema nowymi obiektami: w Legionowie, Pabianicach i w Warszawie (centrum handlowo-rozrywkowe Blue City). Na koniec roku sieć dysponowała 13 salami Helios Dream, promowanymi hasłem „Wymarzone miejsce na film”. Są one wyposażone w komfortowe, elektrycznie rozkładane fotele oraz rozwiązania technologiczne, zapewniające wyjątkową jakość obrazu i dźwięku. Unikalny koncept Helios Dream jest odpowiedzią na marzenie kinomanów o komfortowej przestrzeni do oglądania filmów.

Poza regularnym repertuarem, w którym prezentowane są największe hity światowej kinematografii, Helios proponuje seanse specjalne, takie jak: „Kino Kobiet”, „Nocne Maratony Filmowe”, „Kino Konesera” czy „Helios dla Dzieci”. W ofercie są również filmy z ukraińskim dubbingiem, zniżki dla weteranów i szkół. Przy kinach działają także kawiarnie Helios Café.

Dla swoich widzów, oprócz seansów z bieżącego repertuaru, sieć kin Helios kolejny raz przygotowała projekcje specjalne takie, jak wybrane odcinki „Przyjaciół” z okazji 25-lecia premiery tego komediowego serialu wszech czasów, a także pierwsze odcinki nowych sezonów seriali „Wataha” i „Wikingowie”. Oprócz tego w kinach Helios można było zobaczyć transmisje najbardziej prestiżowych rozgrywek klubowych na świecie, czyli meczów Ligi Mistrzów oraz pierwszy odcinek finałowego sezonu kultowego serialu HBO „Gra o tron”, a także wziąć udział w turniejach gamingowych – w multipleksach w Gdańsku, Poznaniu i w Warszawie w specjalnie zaaranżowanych salach kinowych odbywały się rozgrywki turniejowe z udziałem publiczności i transmisje ze zmagania w grze akcji.

Sieć Helios jest zaangażowana w wiele działań społecznych, m.in. „Kino Na Temat” i „Kino Na Temat Junior”, Festiwal Polskich Filmów Fabularnych w Kinie Helios w Gdyni, partnerstwo przy Warszawskim Festiwalu Filmów o Tematyce Żydowskiej, cykl Helios bez barier – pokazy polskich filmów w wersji z napisami dla osób niesłyszących, Seanse po ukraińsku czy udział w programie „Miejsce Przyjazne Weteranom” oraz własna akcja „Bilet dla Powstańca”.

ROSNĄCA FREKWENCJA W KINACH SIECI HELIOS

14,0 mln – liczba biletów zakupionych w sieci kin Helios w 2019 r.

23% udział sieci kin Helios w liczbie sprzedanych biletów w 2019 r.

W 2019 r. liczba zakupionych biletów w sieci kin Helios w ujęciu kalendarzowym sięgnęła 14,0 mln, co oznacza wzrost o 10,3% w porównaniu z 2018 r. Z kolei w 2018 r. w kinach sieci Helios zakupiono 12,7 mln biletów, czyli o 4,4% więcej niż w 2017 r.

W 2019 r. liczba kupionych biletów do kin w Polsce wyniosła 61,7 mln, a zatem frekwencja w kinach wzrosła o 3,3% w porównaniu z 2018 r., kiedy to zakupiono ponad 59,7 mln biletów a frekwencja w kinach wzrosła w porównaniu do 2017 r. o 5,5%. Trend wzrostowy na rynku kinowym trwa nieprzerwanie od 2013 r. W 2019 r. udział Heliosa w liczbie sprzedanych biletów – wzrósł do blisko 23%.

NEXT FILM – PRODUCENT I DYSTRYBUTOR FILMÓW

NEXT FILM, spółka z grupy Helios zajmująca się produkcją i dystrybucją filmową w 2019 r. wprowadziła do kin 9 tytułów. Łączna liczba widzów na filmach spółki NEXT FILM wyniosła blisko 4,9 mln, a w porównaniu z 2018 r. wzrosła o ponad 308% (wówczas liczba widzów wyniosła 1,2 mln).

9 tytułów spółki NEXT FILM wprowadzonych do kin w 2019 r.

28,7% udział NEXT FILM w widowni polskich filmów w 2019 r.

4,9 mln – widzów na filmach spółki NEXT FILM w 2019 r.

Tabela 1. Tytuły wprowadzone do kin przez NEXT FILM w 2019 r.

TYTUŁ FILMU	PREMIERA	LICZBA WIDZÓW	ROLA NEXT FILM
„Underdog”	Styczeń 2019	904,8 tys.	Koprodukcja/Dystrybucja
„Miszmasz czyli Kogel Mogel 3”	Styczeń 2019	2,4 mln	Dystrybucja
„Całe szczęście”	Marzec 2019	484,9 tys.	Dystrybucja
„Słodki koniec dnia”	Maj 2019	142,8 tys.	Dystrybucja
„Na bank się uda”	Sierpień 2019	285,7 tys.	Dystrybucja
„Piłsudski”	Wrzesień 2019	359,4 tys.	Dystrybucja
„Ikar. Legenda Mietka Kosza”	Październik 2019	86,7 tys.	Koprodukcja/Dystrybucja
„Ukryta gra”	Listopad 2019	191,3 tys.	Koprodukcja/Dystrybucja
„Kult. Film”	Listopad 2019	26,9 tys.	Dystrybucja

Źródło danych: Boxoffice.pl

FILMY WPROWADZONE DO KIN PRZEZ NEXT FILM W 2019 R.:

- W styczniu 2019 r. swoją premierę miał „Underdog” - pełen sportowych emocji film inspirowany prawdziwą historią zawodnika MMA z Erykiem Lubosem, Mamedem Khalidovem i Aleksandrą Popławską w rolach głównych. Film zanotował najlepsze otwarcie wszechczasów polskiego filmu według Boxoffice.pl. Jednym z koproducentów filmu był NEXT FILM.
- Także w styczniu spółka wprowadziła na ekrany kin w całej Polsce „Miszmasz czyli Kogel Mogel 3” – trzecią część kultowej polskiej komedii. Film obejrzało prawie 2,4 mln widzów.
- Od marca w kinach wyświetlana była komedia romantyczna „Całe szczęście” wyprodukowana przez TVN S.A.
- Od maja na dużym ekranie można było oglądać film „Słodki koniec dnia” z Krystyną Jandą w roli głównej, doceniony na festiwalach Sundance i OFF Camera.
- W sierpniu NEXT FILM zapraszał na film „Na bank się uda” w reżyserii Szymona Jakubowskiego – pełną wyrazistych postaci i dowcipnych dialogów komedię kryminalną, w której wystąpili m.in. Maciej Stuhr, Marian Dziędziel, Adam Ferency i Lech Dyblik.
- W połowie września swoją premierę miał film Michała Rosy „Piłsudski” (dystrybucja NEXT FILM). W tytułowej roli wystąpił Borys Szyc, a obok niego na ekranie widzowie zobaczyli plejadę znakomitych aktorów.
- W październiku 2019 r. NEXT FILM wprowadził na ekrany kin w całej Polsce film „Ikar. Legenda Mietka Kosza” w reżyserii Macieja Pieprzycy. To historia legendy polskiego jazzu, buntownika, outsidera, niewidomego geniusza fortepianu. W obrazie, nagrodzonym na festiwalu w Gdyni m.in. Srebrnymi Lwami, widzowie mogli zobaczyć Dawida Ogrodnika, Justynę Wasilewską, Piotra Adamczyka, Jowitę Budnik i innych. NEXT FILM był koproducentem tego tytułu.
- Od początku listopada widzowie kin mogli zaś oglądać film „Ukryta gra” Łukasza Kościńskiego. W najnowszej produkcji Watchout Studio, koprodukowanej przez NEXT FILM, wystąpiły międzynarodowe i polskie gwiazdy: Bill Pullman, Robert Więckiewicz, Lotte Verbeek, James Bloor i Aleksiej Sieriebriakow. „Ukryta gra” to kino z pogranicza thrillera szpiegowskiego i political fiction, zrealizowane przez uznanych twórców – w scenografii Allana Starskiego zdjęcia wykonał Paweł Edelman.
- Pod koniec listopada FILM do kin wszedł „Kult. Film” - wyjątkowy film dokumentalny, prezentujący nigdzie niepublikowane materiały z życia legendarnego zespołu Kult oraz jego frontmana Kazika Staszewskiego.

Od marca 2019 r. NEXT FILM współpracuje z platformą Netflix, dzięki czemu stopniowo udostępnia ona kilkadziesiąt tytułów koprodukowanych i dystrybuowanych przez spółkę – we wrześniu dołączył do nich m.in. utytułowany „Pokot” w reżyserii Agnieszki Holland i Kasi Adamik. Ta współpraca to dopełnienie dotychczasowych kanałów dystrybucji spółki NEXT FILM.

WYDAWNICTWO AGORA – WYDAWCA BESTSELLERÓW KSIĄŻKOWYCH I MUZYCZNYCH

WYDAWNICTWO AGORA specjalizuje się w literaturze faktu i biografii, choć w jego ofercie nie brakuje także książek historycznych, poradników, wywiadów, przewodników turystycznych, bogatego katalogu audiobooków oraz klasyki (kolekcje dzieł Stanisława Lema, Marka Hłaski czy Ryszarda Kapuścińskiego). Wśród autorów wydawnictwa wymienić można m.in. Hannę Krall, Jacka Hugo-Badera, Magdalenę Grzebałkowską, prof. Jerzego Bralczyka i prof. Jana Miodka, Mariusza Szczygła, Adama Wajraka, Witolda Szabłowskiego, Michała Rusinka, Joannę Fabicką, Grzegorza Kasdepke.

Ważną pozycją w ofercie są również albumy muzyczne z różnych gatunków: od popu przez rock, hip-hop, alternatywę aż po jazz. Wydawnictwo Agora Muzyka produkuje koncerty, które są rejestrowane i wydawane na płytach DVD, wspiera debutantów, promuje dobrą muzykę i ważne artystyczne inicjatywy. Projekty muzyczne wydawnictwa cieszą

się uznaniem krytyków i słuchaczy – wiele z nich osiągnęło status złotych i platynowych płyt. Większość albumów ma także edycje winylowe. Wydawnictwo jest również wydawcą filmów koproduktowanych czy dystrybuowanych przez NEXT FILM na DVD i Blu-ray, regularnie wprowadzając je na listy bestsellerów.

Artyści Wydawnictwa Agora zdobyli 20 nominacji w 12 kategoriach w ramach Muzyka Rozrywkowa i Jazz do Fryderyków 2019, które ogłosiła w styczniu 2020 r. Akademia Fonograficzna, w tym m.in. za Utwór Roku, Album Roku Rock, Album Roku Pop Alternatywny czy w kategoriach kompozytorskich. W gronie rekordzistów znaleźli się: Król, który został nominowany aż w 4 kategoriach, oraz Muniek Staszczuk, który otrzymał 3 nominacje.

Błażej Król został również uhonorowany „Paszportem Polityki 2019” w kategorii Muzyka popularna.

1,4 tys. egzemplarzy wydawnictw książkowych i płytowych Wydawnictwa Agora sprzedanych w 2019 r.

Wśród najlepiej sprzedających się tytułów Wydawnictwa Agora w 2019 r. znalazły się m.in.: książka Blanki Lipińskiej „Kolejne 365 dni”, wspomnienia Michelle Obamy „Becoming. Moja historia”, „Sodoma. Hipokryzja i władza w Watykanie” Frédérica Martela, „Szczere” Donalda Tuska oraz biografia „Czapkins. Historia Tomka Mackiewicza”. Wszystkie te tytuły przez wiele tygodni gościły na liście bestsellerów Empiku, największego dystrybutora książek w Polsce. Ogromnym zainteresowaniem czytelników cieszyła się również biografia Krzysztofa Wielickiego, legendy polskiego himalaizmu pt. „Piekiło mnie nie chciało” a także unikalny, wysmakowany edytorsko, opracowany przez Kamila Sipowicza zbiór zapisków Kory „Miłość zaczyna się od miłości”.

Natomiast fani muzyki chętnie sięgali m.in. po najnowsze albumy zespołu Pro8L3M, Fisz Emade oraz Kwiat Jabłoni – najlepszego debiutu roku, w ocenie wielu recenzentów muzycznych. Fanom muzyki Agora zaproponowała również świetnie przyjętą przez krytyków solową płytę Muńka Staszczuka „Syn miasta”, drugi album Jazz Bandu Młynarski-Masecki „Płyta z zadrą w sercu”, a także krążki bardzo popularnych polskich wykonawców „MTV Unplugged Kasia Kowalska” oraz „Reset” zespołu De Mono.

Nakładem Wydawnictwa Agora ukazały się też publikacje związane z filmami dystrybuowanymi przez NEXT FILM – m.in. książka „Ikar. Legenda Mietka Kosza” autorstwa reżysera ekranizacji i płyta Leszka Możdżera ze ścieżką muzyczną z filmu oraz powieść szpiegowska „Ukryta gra” Piotra Głuchowskiego, Łukasza Kośmickiego i Marcela Sawickiego, a także film „Kamerdyner”.

Oprócz tego Wydawnictwo Agora zostało wydawcą i dystrybutorem polskiej wersji strategicznej gry komputerowej „WARSAW”, której akcja toczy się w okupowanej Warszawie w czasie Powstania Warszawskiego. Premiera gry nastąpiła 2 października 2019 r. – w 75. rocznicę zakończenia Powstania.

PODCAST „POCZYTAWSZY”

Od października 2019 r. o najnowszych propozycjach wydawniczych można usłyszeć w podcaście o książkach, który Wydawnictwo Agora stworzyło jako pierwsze wśród polskich wydawców książek. Cykl „Poczytawszy” to rozmowy o książkach, pasjach, procesie twórczym i życiu - z autorami, bohaterami książek oraz innymi twórcami rynku czytelniczego, a także dźwięki ze światów, o których opowiadają rozmówcy czy niepublikowane wcześniej nagrania z życia bohaterów książek.

PUBLIO.PL I KULTURALNYSKLEP.PL – KSIĘGARNIE INTERNETOWE AGORY – BOGATA OFERTA WYDAWNICZA

Księgarnie internetowe Agory to:

- Publio.pl – ponad 31 tys. e-booków, około 3,5 tys. audiobooków i 350 tytułów prasowych,
- Kulturalnysklep.pl – ponad 1 tys. książek, wydawnictw, płyt, filmów, wydań prasowych i plakatów.

35 tys. tytułów w ofercie Publio.pl

PUBLIO.PL to internetowa księgarnia, która oferuje czytelnikom ponad 35 tys. e-booków i audiobooków oraz kilkaset tytułów prasowych od najlepszych polskich wydawców. W ofercie księgarni znajdują się zarówno bestsellery literatury pięknej i literatury faktu, jak i pozycje wydawnictw specjalizujących się w publikacjach naukowych, edukacyjnych czy poradnikowych. Koneserzy prasy mogą wybierać spośród wiodących tytułów rynku wydawniczego takich, jak m.in. „Gazeta Wyborcza”, „Polityka”, „Zwierciadło”, „Wysokie Obcasy Extra” i wiele innych. W maju 2019 r. Publio.pl świętowało 7. urodziny.

KULTURALNYSKLEP.PL jest księgarnią internetową oferującą książki Wydawnictwa Agora, płyty CD oraz płyty winylowe z muzyką, filmy DVD, a także dodatki do „Gazety Wyborczej” oraz plakaty AMS. Ponadto w ofercie znajduje się szeroki wybór czasopism m.in. „Wysokie Obcasy Extra”, „Avanti”, „Logo”, dostępnych jako pojedyncze numery bieżące, wydania archiwalne oraz numery specjalne.

Kulturalnysklep.pl to szeroki wybór książkowych bestsellerów, hitów muzycznych i filmowych Grupy Agora w atrakcyjnych, promocyjnych cenach.

PUBLIO.PL NA TARGACH KSIĄŻKI

W 2019 r. księgarnia internetowa Publio.pl była obecna na Międzynarodowych Targach Książki w Krakowie i Warszawie. Dla wszystkich miłośników e-booków Publio.pl przygotowało atrakcje i promocje – zarówno na stoisku

targowym, jak i online na stronie Publio.pl. Jak zawsze podczas targów książki, Publio.pl zachęcało do udziału w akcji „Książka za książkę”. Każda osoba, która przekazała 5 papierowych książek, otrzymała kod rabatowy na darmowy e-book lub audiobook ze specjalnie przygotowanej na tę okazję listy tytułów, a także eko-torbę. Wszystkie zebrane książki zostały przekazane do bibliotek publicznych z województwa małopolskiego i Biblioteki Narodowej.

DZIAŁALNOŚĆ GASTRONOMICZNA – ORYGINALNE KONCEPTY W SEKTORZE FAST CASUAL

W grupie kapitałowej Helios rozwijana jest działalność gastronomiczna. Na koniec 2019 r. działało 20 restauracji, w tym 14 należących do Foodio Concepts (12 - Papa Diego, 2 - Van Dog) oraz 6 należących do spółki Step Inside (Pasibus).

20 restauracji fast casual w grupie kapitałowej Helios w 2019 r.:

12 restauracji Papa Diego z kuchnią meksykańską,

2 restauracje Van Dog,

6 restauracji Pasibus z burgerami tworzonymi na podstawie autorskich receptur

PAPA DIEGO to marka stworzona przez Foodio Concepts – firmę założoną przez spółkę Helios z Grupy Agora oraz jej partnerów biznesowych. Papa Diego proponuje wyrazistą i świeżą kuchnię meksykańską, pełną aromatycznych ziół i naturalnych przypraw. Koncept odkrywa przed swoimi gośćmi klasyczne dania kuchni meksykańskiej: tacos, burrito, nachosy i deserowe churros.

VAN DOG to marka dla koneserów street food. Goście restauracji mogą spróbować m.in. Van Dogów w wersji gourmet Van Fryt podawanych na wiele zdumiewających sposobów czy szalonych, kolorowych freak shake'ów.

Tabela 2. Lokale Papa Piego Van Dog działające w ramach spółki Foodio Concept (stan na koniec 2019 r.)

MIASTO	LOKAL	OTWARCIE	
Katowice (Libero)	Papa Diego	11.2018	
Gdańsk (Forum)	Papa Diego	11. 2019	
Poznań (Posnania)	Papa Diego	12.2019	
Katowice (Galeria Katowicka)	Papa Diego	02.2019	
Gdańsk (Galeria Bałtycka)	Papa Diego	04.2019	
Warszawa (Koneser)	Papa Diego	Van Dog	04.2019
Warszawa (Blue City)	Papa Diego	Van Dog	05.2019
Warszawa (Galeria Młociny)	Papa Diego		05.2019
Warszawa (C.H. Sadyba)	Papa Diego		06.2019
Łódź (Manufaktura)	Papa Diego		07.2019
Szczecin (Galaxy Chr)	Papa Diego		11.2019
Gdynia (C.H. Riviera)	Papa Diego		12.2019

INWESTYCJA W BURGEROWNIE PASIBUS

W marcu 2019 r. Helios podpisał list intencyjny o współpracy z częścią wspólników spółki Food for Nation, właścicielem sieci burgerowni Pasibus, a w kwietniu uzyskał zgodę Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na rozwój tej działalności. W efekcie już od maja 2019 r. zaczęły powstawać kolejne burgerownie Pasibus stworzone we współpracy z Heliosem. W maju w warszawskiej Galerii Młociny otwarta została burgerownia Pasibus - drugi stołeczny lokal tej marki i pierwszy stworzony z Heliosem. W ramach współpracy planowane jest otwarcie w sumie kilkadziesiąt lokali pod marką Pasibus.

Tabela 3. Lokale Pasibusa działające w ramach spółki Step Inside w grupie Helios (stan na koniec 2019 r.)

Miasto	MIESIĄC OTWARCIA
Warszawa (Galeria Młociny)	05.2019
Opole (Solaris)	06. 2019
Olsztyn (Galeria Warmińska)	08.2019
Katowice (Silesia City Center)	09.2019
Lublin (Vivo! Lublin)	12.2019
Częstochowa (Galeria Jurajska)	12.2019

„GAZETA WYBORCZA” I JEJ MAGAZYNY, CZASOPISMA I WYDARZENIA KULTURALNE

Segment Prasa to „Gazeta Wyborcza” wraz z magazynami, czasopisma oraz serwisy internetowe związane z tymi tytułami. Segment obejmuje również organizację wydarzeń kulturalnych i działalność drukarni w Warszawie.

„GAZETA WYBORCZA” LIDEREM PROCESU TRANSFORMACJI CYFROWEJ PRASY W POLSCE

9 mln osób miesięcznie czyta teksty „Gazety Wyborczej” i na Wyborcza.pl¹

¹ Wyniki opracowane przez Polskie Badania Czytelnictwa na podstawie Badania PBC oraz danych badania Gemius PBI na zlecenie Agory SA. Dane za okres styczeń-wrzesień 2019 r., łączny zasięg dla wydania papierowego „Gazety Wyborczej” (CCS) oraz Wyborcza.pl, Wyborcza.biz i Wysokieobcasy.pl (RU miesięcznie).

300 tys. osób posiada dostęp do płatnych treści „Gazety Wyborczej” i na Wyborcza.pl²

² Średnie dzienne rozpowszechnianie płatne razem (rozpowszechnianie wydań drukowanych, rozpowszechnianie e-wydań) oraz średnia dzienna liczba płatnych dostępów cyfrowych w 4. kwartale 2019 r.

96,7 tys. średnie rozpowszechnianie płatne „Gazety Wyborczej”³

³ Rozpowszechnianie płatne razem to suma sprzedaży egzemplarzowej wydań drukowanych, sprzedaży egzemplarzowej e-wydań, prenumeraty wydań drukowanych i prenumeraty e-wydań oraz innych płatnych form rozpowszechniania wydań drukowanych i innej płatnej dystrybucji e-wydań, ZKDP 2019.

218 tys. prenumerat Wyborcza.pl na koniec 2019 r.⁴

⁴ Dane wydawcy

„Gazeta Wyborcza” stanowi rzetelne źródło informacji i ważną płaszczyznę debaty publicznej, dostarcza ciekawej rozrywki i zachęca do aktywnego spędzania wolnego czasu. Jest ceniona i nagradzana za jakość dziennikarstwa, innowacyjność oraz zaangażowanie w sprawy społeczne.

W 2019 r. średnie rozpowszechnianie płatne Gazety Wyborczej wyniosło 96,7 tys. egzemplarzy i zmniejszyło się o 9% w stosunku do 2018 r.

Na koniec grudnia 2019 r. liczba płatnych prenumerat cyfrowych „Gazety Wyborczej” wyniosła blisko 218 tys. Takim wynikiem może się pochwalić jedynie czołówka prestiżowych tytułów prasowych z całego świata.

8,8 mln osób miesięcznie odwiedzało w 2019 r. serwisy internetowe „Gazety Wyborczej”⁵

⁵ Wyniki badania Gemius/PBI za 2019r.

13. miejsce Wyborcza.pl w globalnym rankingu mediów z największą liczbą prenumeratorów na świecie⁶

⁶ Global Digital Subscription Snapshot 2019. FIPP (Lipiec 2019 – dane dot. 192 415 Wyborcza.pl subskrypcji)

„GAZETA WYBORCZA” – WYDANIA LOKALNE

W 2019 r. codzienne dodatki lokalne wydawane były w 7 największych regionach: mazowieckim, śląskim, dolnośląskim, małopolskim, pomorskim, wielkopolskim i łódzkim. W pozostałych znaleźć można było strony z lokalnymi informacjami. Zaś w piątkowym wydaniu „Gazety Wyborczej” ukazywały się magazyny poświęcone lokalnym sprawom z 20 największych polskich miast: Białegostoku, Bydgoszczy, Częstochowy, Katowic, Kielc, Krakowa, Lublina, Łodzi, Olsztyna, Opola, Płocka, Poznania, Radomia, Rzeszowa, Szczecina, Torunia, Trójmiasta, Wrocławia oraz Gorzowa Wielkopolskiego/Zielonej Góry. W Warszawie zaś wydawana była „Gazeta Stołeczna”.

Od 2020 r. „Gazeta Wyborcza” stawia na lokalne serwisy internetowe i piątkowe tygodniki ukazujące się w 20 największych miastach. Więcej informacji o wydarzeniach z różnych regionów kraju ukazuje się w ogólnopolskim wydaniu gazety i serwisie Wyborcza.pl.

W 13 ośrodkach (Białystok, Bydgoszcz, Częstochowa, Gorzów Wielkopolski/Zielona Góra, Kielce, Lublin, Olsztyn, Opole, Płock, Radom, Rzeszów, Szczecin, Toruń) od poniedziałku do czwartku informacje i inne treści lokalną publikowane na łamach papierowego wydania gazety i dostępne w internecie w lokalnych serwisach Wyborcza.pl. Natomiast w wydaniach tradycyjnych czytelnicy mogą przeczytać treści dotyczące tych miast w piątki – w postaci magazynów, np. „Tygodnik Olsztyn” czy „Tygodnik Białystok”, których częścią jest informator kulturalny „Co Jest Grane 24”. W 7 największych aglomeracjach (Warszawa, Kraków, Łódź, Wrocław, Poznań, Gdańsk i Katowice) treści lokalne pozostają częścią codziennych wydań „Gazety Wyborczej” oraz serwisów lokalnych Wyborcza.pl.

We wszystkich 20 miastach zespół dziennika przygotowuje dla internautów również newslettery z informacjami lokalnymi, wydawane pod marką „Dzień dobry”. Codziennie przed godz. 8:00 czytelnicy otrzymują najświeższe informacje z miasta i regionu, poranny komentarz dnia dziennikarza lokalnej redakcji „Gazety Wyborczej”, prognozę pogody i dane o jakości powietrza, a także linki do najciekawszych publikacji na Wyborcza.pl. Więcej na ten temat - Wyborcza.pl/newsletter.

MAGAZYNY „GAZETY WYBORCZEJ”

Do wydania „Gazety Wyborczej” dołączane są w różne dni tygodniaki tematyczne: „Duży Format”, „Ale Historia”, „Mój biznes. Ludzie, praca, innowacje”, „Wyborcza TV”, „Tylko Zdrowie”, „Co Jest Grane 24” oraz „Wysokie Obcasy”.

Na początku października 2019 r. powstał Klub Przyjaciół Wyborczej. Cyfrowi prenumeratorzy dziennika, którzy zdecydują się na zakup specjalnej subskrypcji i wsparcie „Gazety Wyborczej”, mogą bezpłatnie uczestniczyć w organizowanych dla nich spotkaniach, dyskusjach i interakcjach z redakcją. Otrzymują też zaproszenia na imprezy w całej Polsce m.in. cykliczne spotkania Centrum Premier Czerna 8/10, „Kobiety wiedzą, co robią” i „Wyborcza na żywo”, a także ofertę atrakcyjnych zniżek od partnerów, np. Wydawnictwa Agora.

Oferta wydawnicza „Gazety Wyborczej” to również miesięcznik „Wysokie Obcasy Extra” oraz dwumiesięcznik „Książki. Magazyn do czytania”. Od 2017 r. wydawany jest również magazyn „Wysokie Obcasy. Praca”, który stał się dwumiesięcznikiem.

76,3 tys. sprzedaż egzemplarzowa „Wysokich Obcasów Extra” w grudniu 2019 r.³

³grudzień 2019, ZKDP. Rozpowszechnianie płatne razem to suma sprzedaży egzemplarzowej wydań drukowanych, sprzedaży egzemplarzowej e-wydań, prenumeraty wydań drukowanych i prenumeraty e-wydań oraz innych płatnych form rozpowszechniania wydań drukowanych i innej płatnej dystrybucji e-wydań.

22,6 tys. sprzedaż egzemplarzowa dwumiesięcznika „Książki. Magazyn do czytania” w grudniu 2019 r.⁴

⁴dane własne wydawcy. Średnia sprzedaż w 2019 r. wyniosła 18,1 tys. egzemplarzy.

INSTYTUT DOBREGO ŻYCIA

„Instytut Dobrego Życia” to specjalny serwis internetowy uruchomiony w 2019 r. pod marką „Wysokich Obcasów” z artykułami psychologicznymi, felietonami, wywiadami, reportażami, poradnikami i materiałami wideo oraz platforma e-learningowa. Jest dostępny w sieci pod adresem Instytutdobregozycia.pl i Wysokieobcasy.pl/Instytut. Jego użytkownicy mogą przeczytać m.in. o tworzeniu dobrej atmosfery w pracy, a także o samoświadomości, sposobach na radzenie sobie ze stresem czy byciu rozsądnym rodzicem. Mogą też wziąć udział w szkoleniach e-learningowych w dotychczas niespotykanej w polskim internecie jakości produkcji telewizyjnych, m.in. „Mindfulness” Zuzy Ziomeckiej, „Kreatywne pisanie z Barłogiem Literackim” Sylwii Chutnik i Karoliny Sulej, „Ekspresowy kurs dbania o siebie” Agi Kozak, „Jak mówić, żeby nas słuchano Kamili Kalińczak”. Instytut organizuje też warsztaty dla firm i menedżerów.

CZASOPISMA I SERWISY INTERNETOWE

60,7 tys. sprzedaż egzemplarzowa „Avanti” w październiku 2019 r.⁵

18 tys. sprzedaż egzemplarzowa „Logo” w październiku 2019 r.⁵

⁵X 2019, ZKDP. Rozpowszechnianie płatne razem to suma sprzedaży egzemplarzowej wydań drukowanych, sprzedaży egzemplarzowej e-wydań, prenumeraty wydań drukowanych i prenumeraty e-wydań oraz innych płatnych form rozpowszechniania wydań drukowanych i innej płatnej dystrybucji e-wydań.

Agora jest wydawcą czasopism i związanych z nimi serwisów internetowych. Ich tematyka jest różnorodna m.in. lifestylowa i shoppingowa. Atrakcyjne teksty, dobrej jakości zdjęcia oraz zamieszczone w serwisach materiały multimedialne zapewniają popularność tych tytułów wśród czytelników i internautów. W 2019 r. działalność prasowa Agory została skupiona pod skrzydłami „Gazety Wyborczej”, której zespół wydaje obecnie także czasopisma spółki „Avanti” (pierwsze w Polsce pismo shoppingowe) oraz „Logo” (jedeny miesięcznik dla mężczyzn o charakterze shoppingowo-lifestyle’owym).

AVANTI to nie tylko barwne czasopismo dla miłośniczek mody i zakupów, które pozwala przyjemnie spędzić czas i zapoznać się z tym, co jest modne. To przede wszystkim stylistka - przyjaciółka, która doradzi, podpowie, zainspiruje. „Avanti” to także najświeższe przeglądy zakupowe, intrygujące sesje, raporty z wybiegów, ceny i testy - wszystko, co pomaga na co dzień dokonywać najlepszych wyborów i czuć się z tym wyjątkowo.

LOGO jest pismem bliskim czytelnikowi. Komentuje istniejącą rzeczywistość wykorzystując wiele form dziennikarskich. Nowości: rozwinięte i intrygujące teksty, rubryka „pogadajmy o jedzeniu”, więcej komentarzy i refleksji autorów, rozbudowana sekcja moto oraz odświeżony dział mody, a także charakterystyczne sesje okładkowe.

W 2019 r. Spółka podjęła decyzję o zaprzestaniu regularnego wydawania tytułów: „Opiekun” (kwartalnik skierowany do osób, które na stałe opiekują się bliskimi) oraz „Kuchnia” (ekskluzywne pismo o gotowaniu i dobrym jedzeniu).

FESTIWALE MUZYCZNE I WYDARZENIA KULTURALNE

Agora jest organizatorem wielu interesujących wydarzeń muzycznych, rozrywkowych oraz edukacyjnych. W 2019 r. były to: Cojestgrane24 Festival Warszawa, Olsztyn Green Festival, Białystok NewPop Festival, „Kobiety wiedzą, co robią”, Wysokie Obcasy Extra Live, Kino Letnie.

OLSZTYN GREEN FESTIVAL

6. edycja Olsztyn Green Festival

W dniach 15-17 sierpnia 2019 r. odbyła 6. edycja Olsztyn Green Festival – corocznej imprezy, na której spotykają się fani najlepszej polskiej muzyki popularnej oraz ekologii. 3-dniowe wydarzenie gościło na plaży miejskiej w Olsztynie, w malowniczej scenerii jeziora Ukiel.

Podczas festiwalu wystąpili m.in. Ørganek, Paulina Przybysz, Łąki Łan, Wojtek Mazolewski Quintet, Nosowska i The Dumplings. Oprócz koncertów na uczestników imprezy czekało mnóstwo wydarzeń towarzyszących, promujących ekologię i zdrowy tryb życia.

W strefie eko można było wziąć udział w licznych warsztatach, m.in. recyklingowych, podczas których uczestnicy tworzyli nowe przedmioty z materiałów z odzysku. W ramach zajęć edukacyjnych dla dzieci mogły one doświadczyć, jak aktywnie, w zabawie wykorzystać plastikowe korki i jak być bardziej eko.

Festiwalowi towarzyszyło również kino festiwalowe „Co Jest Grane 24” i Against Gravity, podczas którego można było obejrzeć 13 godzin filmów muzycznych i o tematyce eko.

CO JEST GRANE FESTIVAL

16 polskich artystów i zespołów na dwóch scenach Co Jest Grane Festival 2019

Po raz czwarty redakcja „Co Jest Grane 24” zorganizowała miejski letni festiwal, na którym wystąpili najlepsi polscy artyści. Podczas Co Jest Grane 24 Festival 2019, który odbył się 14 i 15 czerwca 2019 r. na terenie Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski w Warszawie, na uczestników czekały seanse filmowe w Kinie Festiwalowym, warsztaty dla dzieci oraz strefa foodtrucków.

Na dwóch scenach wystąpiło 16 polskich artystów i zespołów: Lao Che, Daria Zawiałow, Waglewski Fisz Emade, O.S.T.R., Tęskno, Baranowski, Rasmentalism, Paweł Domagała, EABS, Mela Koteluck, Ralph Kaminski, Łąki Łan, Mery Spolsky, Novika, Mazolewski/Porter oraz Smolik/Kev Fox.

Dwudniowe wydarzenie otworzył finał „Wielkiego Testu z klasyki rocka” organizowany przez Rock Radio, do udziału którego stacja zaprosiła aktorów, muzyków, sportowców i dziennikarzy oraz słuchaczy stacji, a nagroda główna konkursu trafiła na cel charytatywny. A na Co Jest Grane 24 Stage Teatr Muzyczny Roma zaprezentował fragmenty najbardziej znanych musicali.

Na uczestników wydarzenia czekały spotkania z artystami, którzy podpisali swoje płyty, Kino Festiwalowe, a w nim filmy muzyczne i pasmo produkcji młodzieżowych oraz specjalna strefa dla dzieci.

BIAŁYSTOK NEW POP FESTIVAL

Ørganek, Daria Zawiałow, Kortez, Fisz Emade Tworzywo, Łąki Łan, Mery Spolsky, Miouch, Rasmentalism, Sonbird, Otsochodzi i Anita Lipnicka – to artyści drugiej edycji Białystok New Pop Festival, miejskiego festiwalu kulturalnego organizowanego przez Agorę. Dwudniowe wydarzenie odbyło się w weekend 13-14 lipca 2019 r. na dziedzińcu Pałacu Branickich w Białymstoku.

W programie festiwalu znalazły się koncerty największych polskich gwiazd sceny alternatywnej, spotkania z artystami, warsztaty, strefy aktywnego wypoczynku oraz zajęcia dla najmłodszych. Organizatorzy przygotowali wiele atrakcji dla dzieci, m.in. strefę gier planszowych i zręcznościowych, stanowisko działań twórczych, sektor twórczego recyklingu, warsztaty rozwijające kreatywne myślenie, Misja Robotyka oraz wspólne czytanie książek. Dorośli w strefie mody mogli odwiedzić stoiska z oryginalnymi produktami oraz markami modowymi.

GOŁDAP FESTIVAL NA ZDROWIE KULTURA

1 czerwca 2019 r. w Mazurskich Tężniach Solankowych przy Promenadzie Zdrojowej w Gołdapi odbył się festiwal „Gołdap Festival. Na zdrowie kultura”. Wstęp na ten jednodniowy kulturalny festiwal o tematyce pro-zdrowotnej, w formule piknikowej był bezpłatny. Gwiazdą muzyczną festiwalu była Izabela Trojanowska, zagrali też Reni Jusis i Bovska.

Na czas wydarzenia organizatorzy przygotowali strefę dla dzieci – wiele atrakcji prowadzonych m.in. przez Fundację Alternatywnej Edukacji „ALE”, ale też Pawujciowy EKO-Teatryk, czyli teatralne zabawy tematyczne i naśladowcze na żywo z przewodnimi motywami związanymi z ekologią, ochroną środowiska i zdrowym stylem życia. W strefie aktywnej można było wziąć udział w zajęciach z jogi, fit dance oraz pod hasłem zdrowy kręgosłup. W strefie zdrowia odbyły się rozmowy z lekarzami i fizjoterapeutami. Więcej: www.goldapfestival.pl.

WARSZAWSKI FESTIWAL KONESERA

1000 plastikowych butelek zaoszczędzonych podczas festiwalu

W 2019 r. po raz drugi odbył się Warszawski Festiwal Konesera w Centrum Praskim Koneser. W programie znalazły się koncerty: Ørganka, Nosowskiej, Skubasa, Sabiny oraz Wojtek Mazolewski Quintet Komeda, L.U.C & Rebel Babel Ensemble, The Dumplings, Fisz Emade Tworzywo.

Wydarzenie miało również ekologiczny wymiar. Firma AMS przekazała wielorazowe butelki z filtrem wszystkim artystom i członkom ekip technicznych pracujących podczas Warszawskiego Festiwalu Konesera. Dzięki temu, że przez dwa dni pili oni filtrowaną wodę z kranu, udało się zaoszczędzić 1000 plastikowych butelek.

#BĘDZIECZYTANE EŁK FESTIWAL

#będzieczytane Ełk Festiwal to impreza promująca literaturę, czytelnictwo i muzykę. Już po raz drugi odbyła się w Ełckim Centrum Kultury, w którym wystąpiły polskie artystki koncertujące w ramach trasy „Women’s Voices”. Gośćmi festiwalu byli również pisarze – Szymon Hołownia, Krzysztof Wielicki oraz Marcin Popkiewicz.

Na scenie amfiteatru w Ełku pojawiły się: Edyta Bartosiewicz, Paulina Przybysz, Mela Koteluk, Ania Rusowicz i Julia Pietrucha – bohaterki cyklu imprez „Women’s Voices”, czyli trasy koncertowej „Wysokich Obcasów”, w której występują same kobiety. Tym razem wokalistki wystąpiły pod hasłem przewodnim „Kobiety walczą o planetę”, chcąc zwrócić uwagę na najważniejsze problemy współczesnego świata – ekologiczne, społeczne, polityczne i ekonomiczne.

Podczas festiwalu można było również wziąć udział w spotkaniach z literatami. Gośćmi Michała Olszewskiego byli: Szymon Hołownia – dziennikarz, publicysta i autor książek o tematyce teologicznej, Krzysztof Wielicki – polski taternik, alpinista i himalaista, autor m.in., „Korony Himalajów 14 x 8000”, współautor „Mount Everest biznesu” i „Rozmów o Evereście” oraz Marcin Popkiewicz – naukowiec, dziennikarz i pisarz zajmujący się kwestiami ekologicznymi, autor takich tytułów, jak m.in. „Rewolucja energetyczna. Ale po co?” i „Świat na rozdrożu” oraz współautor publikacji „Nauka o klimacie” i „Polski węgiel”. Przygotowano również atrakcje dla najmłodszych festiwalowiczów.

DRUK

W 2019 r. miała miejsce ważna zmiana związana z prowadzeniem działalności poligraficznej Grupy Agora. W obliczu niekorzystnych trendów rynkowych oraz w odpowiedzi na zmniejszenie wolumenu zamówień od klientów zewnętrznych, zwłaszcza na druk w technologii coldset, Grupa zdecydowała się na ograniczenie tego biznesu - zamknięcie dwóch z trzech drukarni i redukcję zatrudnienia w postaci zwolnień grupowych. Od trzeciego kwartału 2019 r. zoptymalizowana działalność poligraficzna Grupy Agora, w ramach której działa jedna drukarnia zlokalizowana w Warszawie, wchodzi w skład segmentu Prasa.

GRUPA GAZETA.PL I SPÓŁKI INTERNETOWE

Segment internet Grupy Agora to grupa serwisów Gazeta.pl oraz spółki internetowe: Yieldbird, HRLink (wcześniej Online Technologies HR), Hash.fm, Goldenline, Domiporta oraz ROI Hunter.

GAZETA.PL TO JEDEN Z NAJPOPULARNIEJSZYCH POLSKICH PORTALI

Gazeta.pl jest w czołówce największych polskich portali internetowych, a jej serwisy należą do wiodących w swoich kategoriach tematycznych. Prezentują użytkownikom różnorodne treści, m.in. artykuły oraz autorskie materiały wideo – dostępne także poprzez aplikacje na urządzenia mobilne. Grupa Gazeta.pl to 40 serwisów, 9 aplikacji mobilnych i ponad 100 podserwisów o różnorodnej tematyce.

16,3 mln internautów odwiedziło serwisy grupy Gazeta.pl w grudniu 2019 r.¹

526 mln odsłon wykonanych na serwisach grupy Gazeta.pl w grudniu 2019 r.¹

59% zasięg wśród internautów serwisów grupy Gazeta.pl w grudniu 2019 r.¹

12,7 mln internautów korzystało z serwisów grupy Gazeta.pl przez urządzenia mobilne w grudniu 2019 r.¹

42 minuty średni czas na użytkownika dziennie w grudniu 2019 r.¹

¹Wyniki badania Gemius/PBI za grudzień 2019. Dane dotyczące liczby użytkowników (real users), odsłon oraz czasu spędzonego przez użytkowników pochodzą z badania Gemius PBI. Dane obejmują użytkowników w wieku 7 lat lub więcej, łączyjących się z serwerów znajdujących się na terenie Polski i dotyczą domen przypisanych do Agory SA w prowadzonym przez Gemius SA Rejestrze Usługodawców i Grup Usługodawców. Dane o serwisach Grupy Gazeta.pl audytowane są przez Gemius SA. Dane platformy mobile odzwierciedlają zarówno ruch przez www, jak i poprzez aplikacje mobilne (Gazeta.pl LIVE, Sport.PL LIVE, Moje Dziecko, Moja Ciężka, Tuba.fm, aplikacja Gazeta Wyborcza, Clou).

Serwisy tworzone w ramach grupy Gazeta.pl zajmują wysokie pozycje w rankingach tematycznych. Według danych Gemius PBI za grudzień 2019 r., grupa Gazeta.pl jest wiceliderem w kategoriach: „Plotki, życie gwiazd” (serwis Plotek.pl), „Informacje lokalne i regionalne” (m.in. serwisy lokalne Wyborcza.pl i Metrowarszawa.pl) i „Dzieci i rodzina” (serwis eDziecko.pl).

Wysokie miejsca serwisy grupy Gazeta.pl zajmują także w kategoriach: „Informacje i publicystyka – ogólne” (trzecie miejsce, m.in. serwisy Wyborcza.pl i Wiadomosci. Gazeta.pl), „Sport” – (również trzecie miejsce, m.in. serwis Sport.pl), „Serwisy kobiece” (czwarte miejsce, serwisy Kobieta. Gazeta.p i Wysokieobcasy.pl), „Moda i uroda” (czwarte miejsce, serwis Avanti24.pl), „Motoryzacja” (szóste miejsce, m.in. serwis Moto.pl) oraz „Diety, odchudzanie, fitness” (szóste miejsce, m.in. serwis Myfitness. Gazeta.pl).

Reklamodawcom grupa Gazeta.pl proponuje szereg kompleksowych i niestandardowych rozwiązań reklamowych, które zapewniają efektywne dotarcie do użytkowników sieci. W ofercie biura reklamy Gazeta.pl znajdują się m.in. wysokojakościowe rozwiązania content marketingowe oraz nowoczesne narzędzia content-2-commerce. Z kolei wydawcom zainteresowanym optymalizacją powierzchni reklamowych w modelu programmatic pomaga zespół firmy Yieldbird.

SERWISY GAZETA.PL

BIZNES I INFORMACJE	<p>Wiadomości.Gazeta.pl najświeższe informacje z kraju i świata</p> <p>Next.Gazeta.pl nowoczesny serwis o biznesie i technologiach</p> <p>Metrowarszawa.Gazeta.pl najświeższe wiadomości z Warszawy i okolic</p> <p>Weekend.Gazeta.pl nowoczesny, atrakcyjny wizualnie serwis prezentujący interesujące, długie teksty ilustrowane wielkoformatowymi zdjęciami i uzupełnione stałymi formatami wideo</p>
ROZRYWKA	<p>Plotek.pl serwis zapewniający internautom najświeższe informacje ze świata gwiazd i celebrytów</p> <p>Buzz.Gazeta.pl serwis przeznaczony dla wszystkich osób zainteresowanych tym, co nowe i popularne w internecie</p>
HOME & LIVING	<p>Czterykarty.pl kompendium fachowej wiedzy w zakresie porad na temat aranżacji i remontowania wnętrz</p>

SPORT I MOTORYZACJA	<p>Sport.pl jeden z najpopularniejszych polskich serwisów sportowych</p> <p>PolskaBiega.pl największy i najpopularniejszy w Polsce serwis dla biegaczy</p> <p>Moto.pl serwis prezentujący wiadomości motoryzacyjne, testy i opinie o samochodach oraz porady</p>
TURYSTYKA I REKREACJA	<p>Myfitness.pl serwis prezentujący trendy z zakresu zdrowego stylu życia i zestawy ćwiczeń dla fanów fitness</p> <p>Podroze.Gazeta.pl zawiera praktyczne informacje podróżnicze pozwalające zaplanować wakacje w Polsce i za granicą</p>
KULINARIA	<p>Haps.pl serwis kulinarny Gazeta.pl prezentujący kulinarne wideo, a także inspiracje przygotowywane z blogerami i kucharzami</p> <p>Ugotuj.to zawiera kulinarne przepisy, które może zrobić każdy</p>
MODA I URODA	<p>Avanti24.pl to najnowsze modowe trendy</p> <p>Kobieta.Gazeta.pl serwis dla kobiet ciekawych życia</p>
PARENTING	<p>eDziecko.pl internetowy przewodnik dla rodziców</p> <p>Junior.Gazeta.pl serwis dla rodziców starszych dzieci</p>
WIDEO	<p>Gazeta.pl NOW, Poranna rozmowa Gazeta.pl, Studio Biznes, Sekcja piłkarska, Haps, Zwykli niezwykli – popularne formaty wideo</p>

Aplikacje mobilne Gazeta.pl to: Gazeta.pl LIVE, Sport.pl LIVE, Football LIVE oraz Moja Cięża z eDziecko.pl i Moje Dziecko z eDziecko.pl.

W 2019 r. Gazeta.pl wprowadziła też nowości dla klientów – m.in. w czerwcu, w trosce o bezpieczeństwo użytkowników i reklamodawców, zespół portalu na wszystkich swoich stronach podpiął narzędzie ABT Shield, stworzone przez firmę Edge NPD. To nowoczesne rozwiązanie wykorzystujące sztuczną inteligencję, które pozwala na ograniczenie rozpowszechniania wprowadzających w błąd informacji, a także negatywnego wpływu botów i trolli na doświadczenie czytelników oraz skuteczność kampanii reklamowych.

SPÓŁKI TECHNOLOGICZNE GRUPY AGORA LIDERAMI RYNKU

141,9 mln zł przychody spółki Yieldbird

7,9 mln zł EBIT spółki Yieldbird

8,8 mln zł EBITDA spółki Yieldbird

Spółki z zakresu nowych technologii w Grupie Agora:

- **Yieldbird** – specjalizuje się w optymalizacji przychodów z reklamy programatycznej. Firma konsekwentnie zwiększa skalę działalności i rozwija innowacyjne usługi, np. poprzez produkt w modelu SaaS, który wszedł do oferty spółki w styczniu. W 2019 r. Yieldbird kontynuował rozwój działalności międzynarodowej, m.in. dzięki pozyskaniu klientów w Stanach Zjednoczonych, Danii, Irlandii oraz Serbii, a także nawiązaniu partnerstwa z brazylijskim oraz szwedzkim partnerem. Spółka dołączyła również do IAB Europe – wiodącej organizacji zrzeszającej podmioty europejskiego ekosystemu reklamy cyfrowej. Firma z Grupy Agora specjalizująca się w optymalizacji zasobów reklamowych wydawców została drugim polskim członkiem tego stowarzyszenia.
- **HRLink** – rozwija nowoczesną aplikację ATS oferowaną pracodawcom i agencjom rekrutacyjnym w modelu SaaS. Platforma HRLink.pl służy do prowadzenia sprawnej rekrutacji, automatycznego multipostingu ogłoszeń rekrutacyjnych oraz łatwego zarządzania bazą kandydatów.

Agora jest udziałowcem HRLink sp. z o.o. od 2012 r. We wrześniu 2019 r. Agora została większościowym udziałowcem HRLink Sp. z o.o. Dzięki tej transakcji Agora umocniła swoją pozycję na rynku usług rekrutacyjnych i B2B.

- **ROI Hunter** – dostawca platformy marketingowej umożliwiającej firmom z branży e-commerce promowanie i sprzedaż produktów za pośrednictwem Google’a i Facebooka dzięki zaawansowanym narzędziom do kreacji kampanii i analizy danych. W czerwcu 2019 r., zgodnie z umową inwestycyjną, Agora zakupiła kolejne udziały w czeskiej spółce ROI Hunter i jest właścicielem 23,9% udziałów w tym podmiocie. ROI Hunter intensywnie rozwija swoją ofertę dla marketerów – w 2019 r. w Londynie powstało biuro odpowiedzialne za sprzedaż w Europie. Dodatkowo spółka rozpoczęła współpracę partnerską z jedną z największych platform e-commerce w Stanach Zjednoczonych i wprowadziła do swojej oferty nowe narzędzie - Creative Factory, które pozwala m.in. w prosty sposób tworzyć reklamy wideo na Facebooka i Instagrama.
- **GoldenLine** – spółka prowadząca jeden z największych serwisów rekrutacyjnych w Polsce. Obecnie platforma posiada prawie 3 miliony użytkowników i ponad 80 tysięcy profili pracodawców.
- **Domiporta** – spółka integrująca wszystkie segmenty rynku mieszkaniowego na jednej platformie cyfrowej. Łączy nabywców i posiadaczy nieruchomości, deweloperów, najemców, agencje pośrednictwa, banki finansujące zakup mieszkań oraz podmioty świadczące usługi projektowe i wykończeniowe. Spółka odnotowała w 2019 r. dwucyfrowy wzrost liczby użytkowników, z powodzeniem wprowadziła mechanizmy gwarantujące wysoką jakość ruchu na stronie oraz rozpoczęła inicjatywy integrujące środowisko pośredników nieruchomości.

GRUPA RADIOWA AGORY

Działalność radiowa Grupy Agora to: Radio TOK FM, Radio Żółte Przeboje, Radio Pogoda i Rock Radio oraz platforma muzyczna Tuba.FM i portal informacyjny Tokfm.pl.

MARKI RADIOWE AGORY OFERUJĄ INFORMACJE, ROZRYWKĘ I MUZYKĘ – W ETERZE I W INTERNECIE

59 stacji, **4** marki radiowe

6,4% udział w słuchalności rozgłośni radiowych Grupy Agora w 2019 r.¹

20 tys. subskrypcji cyfrowych Premium Radia TOK FM na koniec grudnia 2019 r.

100% wzrost subskrypcji cyfrowych Premium Radia TOK FM w ciągu dwóch lat

15% najwyższy udział w czasie słuchania w miastach (Warszawa, GOP, Trójmiasto, Poznań, Kraków, Wrocław, Łódź, Szczecin) wśród stacji lokalnych i ponadregionalnych w 2019 r.¹

¹ Udział w czasie słuchania stacji miejskich (bez ogólnopolskich) największych nadawców: Grupa Radiowa Agory, Grupa RMF, Eurozet, Polskie Radio.

153 minuty średni czas słuchania w pasmach dziennych radiostacji Grupy Radiowej Agory, która jest liderem czasu słuchania wśród grup radiowych w 2019 r. w miastach powyżej 100 tys.²

Tabela 4. Udziały w słuchalności²

	2019	zmiana r/r
Stacje muzyczne Grupy Agora (Rock Radio, Żółte Przeboje oraz Radio Pogoda)	4,3%	↓0,1pkt%
Radio informacyjne TOK FM	2,1%	↑0,1pkt%

² Dane o udziałach w słuchalności pochodzą z badania RadioTrack, przeprowadzanego przez firmę MillwardBrown SMG/KRC (wszystkich dni słuchania, kwadrans: 06:00-19:59, grupy radiowe bez stacji ogólnopolskich) w miastach 100 tys+, za okres styczeń-grudzień 2019 r.: 84 024. Średni czas słuchania stacji miejskich (bez ogólnopolskich) największych nadawców: Grupa Radiowa Agory, Grupa RMF, Eurozet, Polskie Radio.

23 obszary miejskie Radia TOK FM

8 stacji Radia Pogoda

24 stacje Radia Żółte Przeboje

4 stacje Rock Radia

Radio TOK FM zakończyło 2019 r. kolejnym sukcesem swojej płatnej oferty podcastów - na koniec grudnia liczba wykupionych dostępów TOK FM Premium przekroczyła 20 tys. To wzrost o 20% od marca 2019 roku. Przez ostatnie 2 lata baza subskrybentów zwiększyła się o 100%. Od 6 lat Grupa Radiowa Agory konsekwentnie rozwija ofertę cyfrową TOK FM, dodając nowe treści oraz funkcjonalności umożliwiające jak najwygodniejsze korzystanie z nich. W tym celu w 2019 r. m.in. poszerzała portfolio własnych podcastów, także tych tworzonych włącznie do sieci, a także audycje partnerów prezentowanych na platformie tokfm.pl i w aplikacji TOK FM. W ten sposób od połowy października 2019 r. udostępniany był 6-odcinkowy reporterski serial podcastowy „Śledztwo Pisma”, cieszący się dużą popularnością, a od grudnia także podcast „Gazety Wyborczej” „8:10”. Oprócz tego zespół TOK FM wdrożył w 2019 r. nowości technologiczne - specjalną akcję w Asystencie Google pozwalającą na sterowanie głosowe Radiem TOK FM w polskiej wersji językowej, a także projekt Search the Radio, dzięki któremu możliwe jest pełnotekstowe wyszukiwanie w treściach audycji radiowych.

Stacje muzyczne Grupy Radiowej Agory regularnie urozmaicają swój program i oferują odbiorcom kolejne atrakcyjne treści. Oprócz tego wiosną 2019 r. Radio Żółte Przeboje, Rock Radio i Radio Pogoda wprowadziły do sklepów AppStore i Google Play swoje najnowsze aplikacje. Umożliwiają one nie tylko słuchanie programów na żywo - z możliwością wyboru lokalnej stacji i podglądem granych na antenie utworów, ale również otrzymywanie powiadomień redakcyjnych o nowych akcjach oraz konkursach.

EUROZET

2019 r. był także bardzo ważny dla Grupy Agora w kontekście umacniania jej pozycji na rynku radiowym i możliwego jeszcze większego poszerzenia portfolio. W nawiązaniu do planów strategicznych spółki na lata 2018-2022, w lutym 2019 r. Agora nabyła mniejszościowy udział w Eurozet Sp. z o.o. (40%), drugiego największego nadawcy radiowego w Polsce, gwarantując sobie możliwość objęcia całości udziałów, jeśli w przyszłości okaże się to korzystne biznesowo. Jesienią spółka ogłosiła zamiar kupna pozostałych udziałów w Eurozet Sp. z o.o. (60%) i w ślad za tym złożyła wniosek do Prezesa UOKiK o wyrażenie zgody na dokonanie tej transakcji. Dla Agory przeprowadzenie tej transakcji oznaczałoby kolejny krok w realizacji strategii w zakresie rozwoju obecnie posiadanych biznesów i wzmocnienie pozycji spółki na rynku radiowym.

REKLAMA ZEWNĘTRZNA AMS

Segment Reklama Zewnętrzna odnosi się do działalności spółek AMS S.A. oraz Adpol Sp. z o.o., Optimizers Sp. z o.o. (od 30 czerwca 2019 r.) oraz Piano Group Sp. z o.o. (od 1 lipca 2019 r.), która jest 100% akcjonariuszem spółki Benefit Multimedia Sp. z o.o. SKA.

AMS – NAJWIĘKSZA FIRMA REKLAMY OOH W POLSCE, DYSPONUJĄCA NAJSZERSZYM PORTFOLIO NOŚNIKÓW

23,5 tys. powierzchni reklamowych¹

536 miejscowości, w których AMS oferuje reklamę outdoorową

970 ekranów platformy MoveTV zlokalizowanych w ponad 240 największych klubach fitness w 30 miastach w Polsce oraz zagranicą

1580 nowoczesnych wiat przystankowych w Warszawie

¹skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora wg MSSF 4.kw.2019 r. Bez powierzchni reklamowych na autobusach i tramwajach oraz ekranów bankomatów, Cityinfo i MoveTV.

W ofercie AMS znajduje się:

- | | | |
|---------------------|---|--------------------------------------|
| ▪ Digital OOH | ▪ City Transport – ekrany w komunikacji zbiorowej | ▪ Cityscroll |
| ▪ Premium Citylight | ▪ City Info | ▪ Ekrany na bankomatach |
| ▪ Citylight | ▪ Billboard 18 | ▪ Move TV – ekrany w klubach fitness |
| ▪ Dynamic Backlight | ▪ Billboard 12 | ▪ Smart City |
| ▪ Backlight | | |

AMS został większościowym udziałowcem (60%) Piano Group, prowadzącej działalność w obszarze digital out of home (DOOH) jako operator platformy MoveTV z ekranami w największych klubach fitness w Polsce i autorskim kontentem premium dostosowanym do oglądania podczas ćwiczeń. Dzięki tej transakcji AMS, lider polskiego rynku reklamy zewnętrznej, poszerzył swoje portfolio o nowy rodzaj nośników i umocnił swoją pozycję w segmencie DOOH zgodnie ze strategią rozwoju Grupy Agora. Platforma Move TV, należąca do Piano Group, wykorzystuje ponad 970 ekranów zlokalizowanych w ponad 240 największych klubach fitness w 30 miastach w Polsce oraz w Czechach i Bułgarii. MoveTV dołączyła do kanałów w cyfrowym portfolio nośników AMS, w którym są również reklama na ekranach bankomatów, w środkach transportu zbiorowego i galeriach handlowych, a także nośniki Digital Citylight, Digital Cityscreen i Dynamic Backlight.

W 2019 r. AMS realizował kolejne kampanie, wykorzystując przede wszystkim potencjał nośników premium.

Od grudnia 2019 r. w serwisie Cityinfo na cyfrowych nośnikach AMS pojawiają się fiszki ekonomiczne - TEPiszki. To cykl edukacyjny przygotowany we współpracy z Towarzystwem Ekonomistów Polskich (TEP), który ma wspierać poszerzenie świadomości społecznej oraz propagować wiedzę ekonomiczną. Cityinfo to aktualizowany na bieżąco miejski serwis informacyjno-reklamowy, przygotowywany przez profesjonalny zespół. Informacje prezentowane są w kategoriach m.in. podróże, moda i uroda, fitness, zdrowie, wnętrza, co gdzie kiedy, a od grudnia także w sekcji ekonomia.

AMS systematycznie zwiększa też liczbę nośników Premium Citylight w swojej ofercie. W marcu podpisał z MPK Łódź długoterminową umowę na modernizację ponad 250 wiat przystankowych. Po przebudowie każda z nich będzie wyposażona w co najmniej 3 powierzchnie reklamowe Premium Citylight. O nowym wyglądzie przystanków zdecydują nie tylko nośniki reklamowe, ale również zmodernizowane ławki i tablice rozkładu jazdy oraz energooszczędne listwy LED oświetlające zarówno wnętrza wiaty, jak i obszar peronu przystankowego.

W czerwcu 2019 r. AMS podpisał umowę z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi, na mocy której od 1 lipca 2019 r. będzie operatorem reklamy na wiatkach przystankowych w Poznaniu przez kolejnych 10 lat. Zgodnie z umową w ciągu trzech lat poznańskie citylighty zostaną zmodernizowane i będą oferowane w standardzie premium. Obecnie współpraca AMS z MTP dotyczy 1153 powierzchni reklamowych i będzie rozszerzana o kolejne wiaty.

NASZE OTOCZENIE RYNKOWE

Grupa Agora poprzez swoje spółki i marki działa na rynku reklamy, prasowym, kinowym, filmowym, internetowym, radiowym oraz gastronomicznym. W swoich działaniach regularnie monitoruje dane dotyczące otoczenia i konkurencji. Poszczególne dane dotyczące otoczenia zewnętrznego zaprezentowane są poniżej.

RYNEK REKLAMOWY

9,6 mln zł wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce w 2019 r.

↑3% wzrost wydatków reklamowych ogółem w Polsce r/r

skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora wg MSSF 4. kw. 2019 r.

W 2019 r. wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce wyniosła około 9,6 mld zł i wzrosła o 3,0% w stosunku do 2018 r. W tym czasie reklamodawcy ograniczyli swoje wydatki na reklamę w prasie, telewizji i radiu. Wzrosły natomiast wydatki na reklamę w internecie, kinie oraz na nośnikach reklamy zewnętrznej. Dane dotyczące szacunków dynamiki zmian wartości wydatków reklamowych w poszczególnych mediach zaprezentowano w tabeli poniżej:

Tabela 5. Wydatki na reklamę w 2019 r.

	Telewizja	Internet	Radio	Reklama zewnętrzna	Czasopisma	Dzienniki	Kino	OGÓŁEM
Dynamika zmian wartości wydatków reklamowych	(0,5%)	10,0%	(0,5%)	5,0%	(7,0%)	(11,5%)	7,0%	3,0%
Udział w wydatkach na reklamę ogółem	44,5%	36,0%	6,5%	6,0%	4,0%	1,5%	1,5%	100%

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora wg MSSF 4. kw. 2019 r.

RYNEK KINOWY

61,7 mln liczba sprzedanych biletów w 2019 r.

↑3,3% wzrost liczby sprzedanych biletów w Polsce r/r

skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora wg MSSF 4.kw.2019 r.

W 2019 r. liczba sprzedanych biletów według Boxoffice.pl sięgnęła 61,7 mln, co oznacza wzrost o 3,3% w porównaniu z 2018 r. Trend wzrostowy na rynku kinowym trwa nieprzerwanie od 2013 r., w którym to liczba sprzedanych biletów wyniosła 36,3 mln. W kolejnych latach wyniosła ona 40,5 mln (2014 r.), 44,7 mln (2015 r.), 52,0 mln (2016 r.), 56,6 mln (2017 r.) oraz 59,7 mln w 2018 r. Rosnąca frekwencja widoczna jest również w całej Europie, gdzie kina odwiedziło 1,34 miliarda widzów. W samej Unii Europejskiej frekwencja w kinach wyniosła ponad 1 miliard. W porównaniu do 2018 r. liczba widzów wzrosła o 4,5%. Źródło: [The International Union of Cinemas \(UNIC\)](#).

RYNEK PRASY

↓10,3% spadek rozpowszechniania płatnego dzienników w Polsce r/r

W 2019 r. rozpowszechnianie płatne razem dzienników w Polsce zmniejszyło się o 10,3%. Największe spadki w obu okresach miały miejsce w segmencie dzienników regionalnych.

Tabela 6. Średnie miesięczne rozpowszechnianie płatne ogólnopolskich dzienników w 2019 r.:

	2019	2018	zmiana
„Fakt Gazeta Codzienna”	215 508	237 700	↓9,3%
„Super Express”	113 652	118 369	↓4,0%
„Gazeta Wyborcza”	96 719	106 227	↓9,0%
„Rzeczpospolita”	42 105	45 108	↓6,7%
„Dziennik Gazeta Prawna”	35 856	41 353	↓13,3%
„Przegląd Sportowy”	20 875	23 832	↓12,4%
„Gazeta Polska Codziennie”	13 312	15 388	↓13,5%
„Puls Biznesu”	10 922	11 473	↓4,8%
„Parkiet Gazeta Giełdy”	4 323	4 150	↓0,4%

Źródło: ZKDP. Rozpowszechnianie płatne razem to suma sprzedaży egzemplarzowej wydań drukowanych, sprzedaży egzemplarzowej e-wydań, prenumeraty wydań drukowanych i prenumeraty e-wydań oraz innych płatnych form rozpowszechniania wydań drukowanych i innej płatnej dystrybucji e-wydań.

RYNEK REKLAMY ZEWNĘTRZNEJ

574,5 mln zł łączna wielkość estymowanej sprzedaży reklamy zewnętrznej w 2019 r.

↑5,1% wzrost wielkości sprzedaży OOH w Polsce r/r

Łączna wielkość estymowanej sprzedaży w trzech segmentach rynku reklamy zewnętrznej (tradycyjnej reklamy OOH, reklamy tranzytowej i reklamy DOOH) wyniosła 574,5 mln zł i była wyższa niż w 2018 r. o 5,1% (dane Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej i Domu Mediowego STARCOM (Publicis Media)).

RYNEK INTERNETOWY

27,7 mln liczba internautów w Polsce w grudniu 2019 r.

23,4 mln liczba internautów w Polsce korzystających z urządzeń mobilnych w grudniu 2019 r.

56,8 mln odsłon wykonanych przez internautów w grudniu 2019 r.

1 godz. 37 min. średni czas spędzony przez jednego internautę dziennie w sieci w grudniu 2019 r.

Liczba internautów w Polsce w grudniu 2019 r. wyniosła ogółem 27,7 mln, z czego na komputerach osobistych i laptopach (komputery osobiste używane w domu oraz w pracy) z sieci korzystało 22,9 mln, a na urządzeniach mobilnych (smartfony i tablety) 23,4 mln. Łącznie użytkownicy sieci wykonali 56,8 mld odsłon, zaś przeciętny internauta spędzał w internecie blisko 1 godz. 37 min. dziennie.

Tabela 7. Wydawcy – właściciele witryn internetowych, z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urządzenia

lp.	Wydawca	Liczba internautów	Odsłony	Zasięg wśród internautów	Śr. liczba internautów w dziennie	Śr. liczba odsłon dziennie	Śr. czas na użytkownika dziennie
1	Grupa Google	26 271 772	8 728 785 165	94,92%	14 574 408	258 856 743	00:27:12
2	Grupa Wirtualna Polska	21 521 886	2 811 447 494	77,76%	6 799 793	90 470 068	00:26:34
3	Facebook.com	21 344 198	3 774 891 752	77,12%	7 209 654	82 373 011	00:23:50
4	Grupa RAS Polska	21 036 067	2 006 108 539	76,01%	5 618 745	64 759 032	00:18:06
5	YouTube.com	19 541 733	983 469 030	70,61%	5 771 462	30 979 992	00:14:32
6	Grupa Interia.pl	18 986 240	1 366 564 856	68,60%	3 915 340	43 496 722	00:21:57
7	Grupa Allegro	18 525 520	2 353 143 340	66,94%	4 403 369	75 854 293	00:14:03
8	Grupa Polska Press	18 030 011	734 502 087	65,15%	3 005 658	23 478 154	00:03:02
9	Grupa Gazeta.pl	16 322 640	525 855 214	58,98%	3 115 413	16 776 470	00:07:01
10	Grupa OLX	16 265 144	4 189 358 625	58,77%	3 869 643	135 608 511	00:21:32

Źródło: Wyniki badania Gemius/PBI za grudzień 2019. Liczebność próby: N= 204618. Grupa objęta badaniem 7-75 lat. Do badania wykorzystano dane o strukturze internautów pochodzące z badania NetTrack Kantar MillwardBrown z 3. kw. 2019 r. i badania Maluchy z 2018 r.

RYNEK RADIOWY

21,7 mln osób słuchało codziennie radia w 2019 r.

72% mieszkańców Polski słuchało codziennie radia w 2019 r.

12 mln osób słuchało radia w samochodzie w 2019 r. i było to najpopularniejsze miejsce słuchania radia

6 godz. 32 min. średni czas słuchania radia w pracy w 2019 r.

72% mieszkańców Polski, czyli około 21,7 mln osób słuchało codziennie radia w 2019 r. Liczba słuchaczy w dni powszednie wyniosła 22,3 mln osób (74%). W stosunku do zeszłego roku słuchalność utrzymuje się na podobnym poziomie. Najdłużej radia słuchamy w pracy – aż 6 godzin 32 min. W stosunku do zeszłego roku czas ten wydłużył się o 8 minut. Pierwszy raz w historii samochód okazał się miejscem, gdzie radio słuchane jest najchętniej (12,5 mln słuchaczy). Średnio 2 razy więcej osób słucha radia w samochodzie niż w 2003 roku.

Źródło: Radio Track, KANTAR, fala: I-XII 2019; I-XII 2018, wszystkie kwadranty

GRUPA KAPITAŁOWA AGORA

23 spółek skonsolidowanych w grupie kapitałowej Agory

Grupa kapitałowa na dzień 31 grudnia 2019 r. to 23 spółek skonsolidowanych, 4 jednostek współkontrolowanych i stowarzyszonych i jedna spółka nie objęta konsolidacją i wyceną metodą praw własności.

Tabela 8. Wykaz spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej

		% posiadanych akcji / udziałów (efektywnie)	
		31.12.2019 r.	31.12.2018 r.
SPÓŁKI ZALEŻNE KONSOLIDOWANE			
1	Agora Poligrafia Sp. z o.o., Tychy	100,0%	100,0%
2	Agora TC Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
3	AMS S.A., Warszawa	100,0%	100,0%
4	Adpol Sp. z o.o., Warszawa (1)	100,0%	100,0%
5	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o., (GRA), Warszawa	100,0%	100,0%
6	Doradztwo Mediowe Sp. z o.o., Warszawa (2)	100,0%	100,0%
7	IM 40 Sp. z o.o., Warszawa (2)	72,0%	72,0%
8	Inforadio Sp. z o.o., Warszawa (2)	66,1%	66,1%
9	Helios S.A., Łódź	91,4%	91,4%
10	Next Film Sp. z o.o., Warszawa (3)	91,4%	91,4%
11	Next Script Sp. z o.o., Warszawa (4)	75,9%	75,9%
12	Domiporta Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
13	Optimizers Sp. z o.o., Warszawa (1)	100,0%	100,0%
14	Yieldbird Sp. z o.o., Warszawa (9)	93,7%	81,5%
15	GoldenLine Sp. z o.o., Warszawa	92,7%	92,7%
16	Plan A Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
17	Agora Finanse Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
18	Foodio Concepts Sp. z o.o., Łódź (3)	82,3%	82,3%
19	Step Inside Sp. z o.o., Łódź (3), (6)	91,4%	-
20	Piano Group Sp. z o.o., Warszawa (1), (10)	60,0%	-
21	Benefit Multimedia Sp. z o.o., Warszawa (5), (10)	60,0%	-
22	Benefit Multimedia Sp. z o.o. S.K.A., Warszawa (5), (10)	60,0%	-
23	HRLink Sp. z o.o. (d. Online Technologies HR Sp. z o.o.), Szczecin (11)	79,8%	46,2%
JEDNOSTKI WSPÓŁKONTROLOWANE I STOWARZYSZONE WYCENIANE METODĄ PRAW WŁASNOŚCI			
24	Hash.fm Sp. z o.o., Warszawa	49,5%	49,5%
25	Instytut Badań Outdooru IBO Sp. z o.o., Warszawa (1)	50,0%	50,0%
26	ROI Hunter a.s., Brno (8)	23,9%	13,4%
27	Eurozet Sp. z o.o., Warszawa (7)	40,0%	-
SPÓŁKI NIE OBJĘTE KONSOLIDACJĄ I WYCENĄ METODĄ PRAW WŁASNOŚCI			
28	Polskie Badania Internetu Sp. z o.o., Warszawa	16,7%	16,7%

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4 kw. 2019 r.

(1) pośrednio przez AMS S.A.;

(2) pośrednio przez GRA Sp. z o.o.;

(3) pośrednio przez Helios S.A.;

(4) pośrednio przez Next Film Sp. z o.o.;

(5) pośrednio przez Piano Group Sp. z o.o.;

(6) w dniu 11 stycznia 2019 r. Sąd Rejonowy dla Łodzi – Śródmieście zarejestrował założenie Spółki, w której Helios S.A. posiada 100% udziału w kapitale.;

(7) nabycie akcji w spółce w dniu 20 lutego 2019 r.;

(8) nabycie dodatkowych udziałów w dniu 17 czerwca 2019 r.;

(9) nabycie dodatkowych udziałów w spółce w dniu 8 sierpnia 2019 r.;

(10) nabycie udziałów w spółce w dniu 15 lipca 2019 r.;

(11) nabycie dodatkowych udziałów w spółce w dniu 12 września 2019 r. oraz zmiana nazwy spółki z Online Technologies HR Sp. z o.o. na HRLink Sp. z o.o. w dniu 28 listopada 2019 r.

WYNIKI FINANSOWE

1,2 mld zł przychody ze sprzedaży netto Grupy Agora w 2019 r.

↑9,5% wzrost przychodów ze sprzedaży netto Grupy Agora r/r

190,2 mln zł EBITDA Grupy Agora w 2019 r.

↑93,3% wzrost EBITDA Grupy Agora r/r

16,2 mln zł zysk netto Grupy Agora w 2019 r. (oczyszczony)

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy za 2019 r. obejmuje konsolidację Agory S.A. oraz 23 spółek zależnych. Ponadto, na dzień 31 grudnia 2019 r. Grupa posiadała udziały w jednostce współkontrolowanej: Instytut Badań Outdooru IBO Sp. z o.o. oraz w jednostkach stowarzyszonych Hash.fm Sp. z o.o., ROI Hunter a.s. oraz Eurozet Sp. z o.o.

Tabela 9. Wyniki finansowe Grupy Agora

<i>mln zł</i>	2019	2018	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży netto (1)	1 249,7	1 141,2	↑9,5%
Sprzedaż usług reklamowych	579,7	554,5	↑4,5%
Sprzedaż biletów do kin	258,0	236,4	↑9,1%
Sprzedaż wydawnictw	139,2	131,1	↑6,2%
Sprzedaż barowa w kinach	111,0	90,2	↑23,1%
Sprzedaż usług poligraficznych	47,2	63,7	↓25,9%
Pozostała sprzedaż	39,1	65,3	↑272,4%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(1 225,0)	(1 140,3)	↑7,4%
Usługi obce	(447,7)	(438,7)	↑2,1%
Wynagrodzenia i świadczenia	(336,2)	(328,7)	↑2,3%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(153,0)	(153,1)	↓0,1%
Amortyzacja	(158,0)	(87,6)	↑80,4%
Reprezentacja i reklama	(77,5)	(67,5)	↑14,8%
Koszty restrukturyzacji (2)	(5,6)	(3,6)	↑55,6%
Zysk ze sprzedaży nieruchomości (3)	-	13,9	-
Odpisy na należności od Ruch S.A. objęte p.p.u. (4)	-	(20,3)	-
Odpisy aktualizujące (5)	(7,5)	(9,9)	↓24,2%
Zysk netto [bez MSSF 16]	9,6	9,4	↑2,1%
Zysk netto	6,0	9,4	↓36,2%
Wynik operacyjny – EBIT	24,7	0,9	2 644,4%
<i>marża EBIT (EBIT/Przychody)</i>	2,0%	0,1%	↑1,9pkt%
Wynik operacyjny – EBIT [bez MSSF 16] (6)	17,4	0,9	1 833,3%
<i>marża EBIT [bez MSSF 16]</i>	1,4%	0,1%	↑1,3pkt%
EBITDA [bez MSSF 16] (6)	114,8	98,4	16,7%
<i>marża EBITDA [bez MSSF 16]</i>	9,2%	8,6%	↑0,6pkt%
EBITDA (7)	190,2	98,4	↑93,3%
<i>marża EBITDA (EBITDA/Przychody)</i>	15,2%	8,6%	↑6,6pkt%
Koszty (oczyszczone) (8)	(1 224,8)	(1 130,4)	↑8,4%
EBIT (oczyszczony) (8)	24,9	10,8	↑130,6%
Zysk netto (oczyszczony) (8)	16,2	17,5	↓7,4%

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4 kw. 2019 r.

(1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży, poza przychodami ze sprzedaży biletów i barowej w kinach oraz usług poligraficznych, zawierają przychody ze sprzedaży Wydawnictwa Agora i działalności filmowej (funkcjonujących w ramach segmentu Film i Książka);

(2) dotyczy kosztów restrukturyzacji (w tym zwolnień grupowych) w segmencie Druk i w działach wspomagających w 1. kw. 2019 r.; w 2018 r. dotyczy zwolnienia grupowego w segmencie Druk w 1. kw. 2018 r. i kosztów zwolnień związanych z restrukturyzacją pionu Czasopisma w 2. kw. 2018 r.;

(3) dotyczy zysku osiągniętego przez spółkę Agora S.A. w wyniku transakcji sprzedaży nieruchomości położonych w Gdańsku i w Warszawie w 1. kw. 2018 r.;

(4) kwota zawiera odpis aktualizujący należności od Ruch S.A. objęte przyspieszonym postępowaniem układowym (p.p.u.);

(5) podane kwoty obejmują odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, w 2019 r. odpisy dotyczyły głównie wartości niematerialnych GoldenLine, w 2018 r. odpisy dotyczyły głównie domeny GoldenLine i tytułu prasowego „Ładny Dom”;

(6) wartość wyniku operacyjnego EBIT, EBITDA oraz wyniku netto z wyłączeniem wpływu Międzynarodowego Standardu Sprawozdawczości Finansowej 16 Leasing;

(7) wskaźnik EBITDA definiowany jest jako EBIT powiększony o amortyzację i odpisy z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych;

(8) podane kwoty nie obejmują odpisów aktualizujących z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, w 2019 r. odpisy dotyczyły głównie wartości niematerialnych GoldenLine, w 2018 r. odpisy dotyczyły głównie domeny GoldenLine i tytułu prasowego „Ładny Dom”.

WYNIKI SPÓŁEK ZALEŻNYCH GRUPY AGORA

Tabela 10. Wyniki wybranych spółek zależnych na koniec 2019 r. (dane jednostkowe)

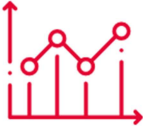


tys. PLN	PRZYCHODY		WYNIK NETTO	
	2019	2018	2019	2018
AMS	181 775	173 741	27 581	27 581
Grupa Radiowa Agora	51 296	51 936	16 107	12 737
Doradztwo Mediowe	105 463	108 706	3 721	3 914
Domiporta	9 269	9 655	(807)	348
Helios S.A.	417 565	367 915	29 655	32 345
Next Film	53 341	14 490	693	(3 823)
Yieldbird	141 916	93 310	6 298	5 731
GoldenLine	6 949	14 251	(5 817)	(700)
Foodio Concept	9 314	295	(9 034)	(1 589)
Step Inside	6 975	-	(1 352)	-
Move TV	3 495	-	1 391	-
HRlink	2 774	-	(304)	-

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2019 r.

W DRODZE DO REALIZACJI STRATEGII

STRATEGIA GRUPY AGORA NA LATA 2018-2022

Celem nadrzędnym Zarządu Spółki jest przyspieszenie rozwoju i wzrost skali grupy kapitałowej Agora. Filarami nowej strategii Grupy Agory na lata 2018-2022 są:

		
systematyczny rozwój dotychczasowych biznesów, także poprzez akwizycje wzmacniające obecne biznesy Grupy Agora	poszerzenie oferty największych przedsięwzięć o innowacyjne produkty lub usługi premium	rozwój nowej działalności w perspektywicznych segmentach rynku

W lutym 2019 r. Spółka nabyła 40,0% udziałów w Eurozet Sp. z o.o., nadawcy drugiego pod względem zasięgu ogramu radiowego w Polsce. W październiku 2019 r. Agora złożyła wniosek do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o wyrażenie zgody na nabycie pozostałych 60% udziałów spółki Eurozet. Transakcja ta może zmienić pozycję Grupy Agora na rynku nadawców radiowych oraz wpłynąć na weryfikację zamierzeń inwestycyjnych Grupy w biznesach pozamedialnych. Jednocześnie warto zaznaczyć, że ta potencjalna transakcja nie zmienia najważniejszych celów ani założeń strategicznych Grupy Agora. Najistotniejszym celem Grupy Agora pozostaje przyspieszenie rozwoju i wzrost skali działalności, co będzie widoczne w zwiększeniu przychodów i rentowności Grupy.

Biorąc pod uwagę złożony wniosek o zgodę Prezesa UOKiK na przejęcie 60% udziałów Eurozet Sp. z o.o. oraz poczynione już inwestycje w obszarze działalności internetowej i cyfrowego outdooru, Spółka będzie angażować się w mniejszą liczbę nowych projektów inwestycyjnych do 2022 r.

Priorytetowym kierunkiem rozwoju Grupy Agora w obszarze szeroko rozumianej rozrywki pozostają kina. Do chwili obecnej nie udało się Spółce znaleźć innych projektów z tego obszaru, które zapewniłyby Grupie równie satysfakcjonującą stopę zwrotu, przy jednoczesnych dobrych perspektywach rozwoju.

Pierwszy etap funkcjonowania ma za sobą działalność gastronomiczna rozwijana w ramach grupy Helios w Foodio Concepts Sp. o.o. oraz Step Inside Sp. z o.o. Na koniec 2019 r. w pierwszej z nich działało już 14 lokali. Celem na najbliższy rok jest poprawienie ich efektywności finansowej. Drugi koncept - rozwijany pod marką Pasibus miał na koniec ubiegłego roku 6 działających lokali. Na początku 2020 r. podpisana została umowa inwestycyjna, która zapewni szybszy rozwój tej dobrze rokującej sieci burgerów.

Kolejnym ważnym kierunkiem rozwoju w perspektywie strategicznej Grupy Agora do 2022 r. są cyfryzacja oraz rozwój usług i produktów premium. Nadal poszukujemy aktywów, które uzupełniłyby lub wzmocniły nasze portfolio w tych obszarach. Przykładami takich inwestycji są chociażby Piano Group Sp. z o.o., właściciel platformy Move TV. Dzięki tej inwestycji AMS zrobił kolejny krok w budowie swojej oferty cyfrowych nośników i usług oraz wzmocnił pozycję w perspektywnym obszarze DOOH.

Natomiast przykładem działań związanych z poszerzaniem oferty istotnych przedsięwzięć o innowacyjne produkty lub usługi premium jest dalszy dynamiczny rozwój spółki Yieldbird, lidera branży ad-tech związany z wprowadzeniem do oferty produktu sprzedawanego w modelu SaaS (*software as a service*). Spółka Yieldbird w swojej dotychczasowej działalności osiągnęła globalny sukces i kontynuuje rozwój na rynkach zagranicznych.

Dokonałiśmy także inwestycji w segmencie rozwiązań B2B. W czerwcu 2019 r. zakupiliśmy kolejne udziały w czeskiej spółce ROI Hunter i jesteśmy właścicielami 23,9% udziałów w tym podmiocie. ROI Hunter oferuje platformę marketingową umożliwiającą firmom z branży e-commerce promowanie i sprzedaż produktów za pośrednictwem Google'a i Facebooka. We wrześniu zostaliśmy też większościowym udziałowcem spółki HR Link Sp. z o.o., jednej z najszybciej rozwijających się spółek technologicznych w Europie.

Istotnym kierunkiem rozwoju Agory pozostaje sprzedaż jakościowych treści w modelu subskrypcyjnym. W trakcie obecnej perspektywy strategicznej Grupa chce potroić średnią liczbę subskrypcji „Gazety Wyborczej” i podcastów Radia TOK FM, a także zapewnić lepszą monetyzację tego modelu biznesowego. Docelowo w 2022 r. połowa przychodów „Gazety Wyborczej” ma pochodzić ze źródeł cyfrowych, a jej rentowność regularnie się poprawiać. Spółka konsekwentnie dąży do zrealizowania tego celu. Na koniec 2019 r. liczba subskrypcji cyfrowych „Gazety Wyborczej” sięgnęła rekordowego poziomu blisko 218 tys., a udział przychodów cyfrowych „Gazety Wyborczej” w całości wpływów dziennika wzrósł do 24,0%. Zwiększyła się także liczba sprzedanych dostępów do podcastów Radia TOK FM – na koniec grudnia 2019 r. wyniosła ona 20 tys.

30-LECIE AGORY

NASZE 30 LAT

KALENDARIUM ROZWOJU GRUPY AGORA

2019	maj	30-lecie Agory i „Gazety Wyborczej”
	luty	Agora zostaje mniejszościowym udziałowcem grupy Eurozet, nabywając 40% udziałów jej kapitale zakładowym
	luty	otwarcie pierwszego kina Helios w Warszawie
	listopad	Agora wchodzi na polski rynek gastronomiczny - otwarcie pierwszych lokali Papa Diego
2018	wrzesień	Agora inwestuje w spółkę ROI Hunter – szybko rozwijającego się dostawcę rozwiązań marketingowych dla e-commerce
	marzec	ukazuje się pierwszy „Raport odpowiedzialności Grupy Agora” - za 2017 r.
	maj	finał inwestycji AMS „1580 wiat przystankowych w Warszawie”
2017	grudzień	debiut Agory w prestiżowym RESPECT Index, indeksie spółek odpowiedzialnych GPW liczba aktywnych płatnych subskrypcji „Gazety Wyborczej” przekroczyła 100 tys.
	grudzień	rusza stacja telewizyjna Agory METRO TV. W 2017 r. Discovery odkupiła od Agory 100 % udziałów.
2016	grudzień	AdTaily zmienia nazwę na Yieldbird - pod tą marką spółka rozwija ofertę reklamy programatycznej
	styczeń	Agora większościowym udziałowcem GoldenLine
2015	wrzesień	premiera pierwszej samodzielnej produkcji filmowej Agory – film „Król życia”
	czerwiec	do portfolio stacji radiowych Agory dołącza Radio Pogoda
2014	marzec	rusza kanał filmowy Stopklatka TV. W 2018 r. Agora sprzedała swoje udziały spółce Kino Polska TV
	styczeń	rusza Rock Radio
2012	wrzesień	Helios powołuje spółkę dystrybucyjną NEXT FILM
	maj	rusza Publio.pl - internetowa księgarnia z e-bookami i audiobookami.
2010	sierpień	Agora rozpoczyna działalność na rynku reklamy kinowej – nabywając pakiet większościowy spółki Helios
2009	wrzesień	rusza serwis WysokieObcasy.pl
2008	maj	pierwsze ekrany CityINFOtv od AMS w wagonach warszawskiego metra
2007	marzec	startuje portal Sport.pl
2006	kwiecień	startuje serwis rekrutacyjny Gazetapraca.pl
2005	listopad	AMS wyróżniony w rankingu magazynu „Media i Marketing Polska”
2004	czerwiec	pierwszy projekt specjalny wydany w ramach Biblioteki Gazety Wyborczej
2002	wrzesień	Agora inwestuje w rynek reklamy zewnętrznej i nabywa udziały w AMS
	kwiecień	poprzez zakup 12 magazynów Agora rozpoczyna działalność na rynku prasy kolorowej
	marzec	otwarcie nowej siedziby spółki przy ul. Czerskiej 8/10 w Warszawie
2001	październik	Agora wkracza na rynek prasy bezpłatnej jako wydawca dziennika „Metro”
	styczeń	działalność rozpoczyna portal Gazeta.pl
1999	kwiecień	akcje Agory debiutują na giełdach w Warszawie i Londynie
1996	czerwiec	Agora kupuje udziały w pierwszej radiostacji
1995	marzec	rusza działalność online Agory – internetowa wersja „Gazety Wyborczej”
1994	lipiec	Agora otwiera pierwszą drukarnię w Warszawie
1993	styczeń	powstaje sieć kin Helios
1992		spółka Agora-Gazeta zmienia nazwę na Agora
1989	grudzień	powstaje pierwsze biuro ogłoszeń w Warszawie
1989	8 maja	ukazuje się pierwszy numer „Gazety Wyborczej” (początkowy nakład to 150 tys. egz.)

PRACOWNICY ŚWIĘTUJĄ 30. URODZINY „GAZETY WYBORCZEJ” I AGORY

30 lat Agory jest nierozzerwalnie związane z dziejami wolnej Polski. Z jednej redakcji gazety codziennej, mieszczącej się w żłobku przy ul. Iwickiej wyrosła duża, stabilna grupa medialna, skupiająca wiele różnorodnych działalności. Z drugiej strony udało się też zachować to, co przyświecało założycielom Agory – pasję i chęć zmieniania świata. 30-lecie Agory świętowaliśmy przez cały rok. Pracownicy i współpracownicy zostali zaangażowani do udziału w plebiscytach, konkursach, dodatkowych atrakcjach, a przede wszystkim zaproszeni na Bal Agory!

W ramach wspólnego świętowania 30-lecia Agory przygotowanych zostało szereg działań skierowanych do pracowników:

- newsletter „Wieści na 30” oraz dedykowane strony poświęcone jubileuszowi - źródło wszystkich informacji na temat wydarzeń, które zostały przygotowane z okazji 30-lecia „Gazety Wyborczej” i Agory. Newsletter pozwolił również na wspólne odliczanie dni do Balu Agory i przedstawiał informacje organizacyjne oraz wieści na temat konkursów i plebiscytów
- „30 przebojów na 30-lecie Agory” – specjalny plebiscyt, w którym pracownicy wybierali po jednym utworze z każdego roku – od 1989 do 2019 r. W ten sposób powstał repertuar koncertu, który odbył się podczas Balu Agory!

Specjalne, jubileuszowe konkursy dla pracowników: „Łamigłówka urodzinowa”, „Pocztówka z Agory”, Najlepszy Teledysk oraz plebiscyty: Najbardziej pomocny kolega/pomocna koleżanka. Najfajniejsza stylówka, Najserdeczniejszy uśmiech.

CO ZWIĄZANEGO Z GRUPĄ AGORA WŁOŻYŁBYŚ/WŁOŻYŁABYŚ DO KAPSUŁY CZASU?

Każde miejsce ma swojego ducha, swój zapach, swoje dźwięki, swoje historie... Agora również. Pracuje tu wiele wspaniałych osób. Dzięki nim budynek wypełnia się życiem, kreatywnością, pozytywną energią. To oni tworzą Agorę. Niestety, każda chwila z nimi jest ulotna. Ciekawym sposobem na utrwalenie ducha Agory, wszystkich osób, chwil, byłoby umieszczenie w kapsule czasu mapy dźwięków ze spotkań, z boxów, z kawiarni, stołówki, recepcji, korytarza, kuchni... Koniecznie powinien znaleźć się tam śmiech moich radiowych koleżanek. Nawet 1000 lat później mógłby dać ludziom wiele radości.

Zwycięski wpis w „Łamigłówce urodzinowej”

Dodatkowe atrakcje dla pracowników: 11 maja 2019 r. – w dniu Balu Agory pracownicy mogli uczestniczyć w specjalnie przygotowanych dodatkowych wydarzeniach, m.in. wziąć udział w spektaklach: „Wykrywacz kłamstw” (Teatr Capitol), „Zabawa” (Teatr Polonia), „Nietota” (Teatr Powszechny) oraz pokazach filmów: „Słodki koniec dnia” (kino Helios w Blue City), „The Place”, „Mężczyzna Imieniem Ove”, „Pamiętki Claire Darling”, „Do Zobaczenia W Zaświatach” (Niezależne Kino Amondo), a także w wziąć udział w „Stand Up-ie z Piotrem Szumowskim i Maciejem Adamczykiem” (kino Helios w Blue City). Osoby z zespołu Agory mogły wybrać się również na specjalne wycieczki – oprowadzanie po wystawach Muzeum Narodowego oraz Muzeum Polin oraz zwiedzanie Warszawy z Teatrem Syrena. Teatr ten przygotował także profesjonalny warsztat aktorski.

Specjalne nagrody:

- dla najstarszych stażem – uroczysty obiad i symboliczna nagroda
- dla „30 szczęśliwych”, wylosowanych spośród wszystkich pracowników
- dla 30-latków (osób kończących 30 lat w maju 2019 r.)

BAL AGORY

Domówka Grupy Agora to wspólne święto wszystkich pracowników i współpracowników!

Atrakcją wieczoru był jedyny w swoim rodzaju koncert „30 przebojów na 30-lecie”, podczas którego można było usłyszeć - wybrane przez pracowników w specjalnym plebiscycie - kultowe utwory w nowych aranżacjach oraz zobaczyć w filmowym felietonie najważniejsze wydarzenia z ostatnich 30 lat. W koncercie wzięli udział: Natalia Przybysz, Barbara Wrońska, Daria Zawiałow, Igor Herbut i Piotr Rogucki, a muzyczne wspomnienia przywoływali prowadzący – Joanna Kruk z Radia Pogoda i Jarosław Barwiak z Radia Złote Przeboje.

Po przemówieniach Bartosza Hojki, prezesa Agory i Adama Michnika, redaktora naczelnego „Gazety Wyborczej” urodzinowy tort pokroili równolatkowie Agory – pracownicy, którzy w maju 2019 r. również skończyli 30 lat.

W końcówce imprezy wystąpili zespół 36i6 oraz DJ Black Belt Greg.

Na imprezowiczów czekały również dodatkowe atrakcje – fotobudki oraz niezwykła wystawa na 30. urodziny - „Wehikuł czasu „Gazety Wyborczej” przygotowana przez redakcję, obejmująca przedmioty i symbole związane z początkiem działalności Agory i wczesną historią dziennika.

AGORA MUNDIAL NA 30-LECIE!

ponad **100** uczestników Mundialu Agory w 2019 r. i **11** drużyn piłkarskich

Kolejny piłkarski Mundial Agory, czyli turniej piłki nożnej dla pracowników i współpracowników Grupy Agora odbył się w dniu Balu Agory - 11 maja.

Zwycięzcą turnieju została drużyna portalu Gazeta.pl (połączony zespół Łodzi i Olsztyna), II miejsce zajęła drużyna Heliosa, a III miejsce - łączony zespół drukarni z Tychów i Piły!

30 LAT „GAZETY WYBORCZEJ”



Pierwszy numer „Gazety Wyborczej”, powstałej w związku z pierwszymi wolnymi wyborami do parlamentu, ukazał się 8 maja 1989 r. w nakładzie 150 tys. egzemplarzy i liczył 8 stron. Z okazji 30-lecia dziennika ukazał się reprint tego numeru, w którym znalazły się m.in. symboliczna odezwa do narodu Lecha Wałęsy oraz lista kandydatów do Sejmu i Senatu rekomendowanych przez Komitet Obywatelski powołany przy przewodniczącym NSZZ „Solidarność”.

„GAZETA WYBORCZA” ZMIENIA SWOJE HASŁO NA „NIE MA WOLNOŚCI BEZ SOLIDARNOŚCI”

„Gazeta Wyborcza” powróciła do historycznego hasła „Nie ma wolności bez solidarności”, wyrażając w ten sposób wsparcie redakcji dla dyskryminowanych grup społecznych w Polsce. W związku z tą zmianą redakcja przygotowała specjalne artykuły, materiały wideo i działania promocyjne, m.in. plakat z hasłem dziennika i zachęcała swoich czytelników do aktywności w sferze publicznej.

„Nie ma wolności bez solidarności” jako hasło „Gazety Wyborczej” po raz pierwszy pojawiło się w winiecie w 1989 r. Wyrażało wówczas chęć budowy nowego państwa opartego na demokracji i wspólnocie. Powrót do hasła od 27 lipca 2019 r. symbolizuje solidarność z wykluczonymi w polskim społeczeństwie grupami społecznymi i zawodowymi – osobami z niepełnosprawnościami, nauczycielami, społecznością LBGT+, lekarzami, pielęgniarkami oraz sędziami.

We wspólnym stanowisku całego zespołu dziennika można przeczytać: Przesłanie: „Nie ma wolności bez solidarności”, nas zobowiązuje. Świat, jaki znaliśmy – stabilny, bezpieczny, przewidywalny – rozpadnie się na naszych oczach, jeśli zamkniemy się w egoizmie, jeśli zajęci własnym doraźnym interesem będziemy tylko kupować, konsumować i przeżuwać. Wtedy na oścież otworzymy bramy przed populistami i politycznymi szarlatanami.(...) Wracamy do tego, co na początku: „Nie ma wolności bez solidarności”.

Światowe media wsparły „Wyborczą” i poinformowały o zmianie hasła na „Nie ma wolności bez solidarności”

O „Gazecie Wyborczej” i jej zmianie hasła najważniejsze światowe media zamieściły obszerne artykuły, m.in.:

- „Washington Post” przedrukował w całości apel redakcji „Wyborczej” z 27 lipca. - [naszą odpowiedź na agresję i napaści na uczestników Marszu Równości w Białymstoku 20 lipca i nakreślenie spirali nienawiści wobec różnych grup społecznych i mniejszości. W anglojęzycznej wersji tekst zatytułowany został „Polski rząd stygmatyzuje mniejszości. Czas zająć w tej sprawie stanowisko”](#).
- Hiszpańska „El País” tytułuje swój własny materiał „Wyborcza we wspólnej obronie LGBT przed agresją w Polsce” i przypomina o solidarności w walce z dyskryminacją i przemocą.
- Węgierski „Heti Világgazdaság” podkreśla, że podobne apele słyhać było z „Wyborczej” w 1990 r. „Dziennikarze wzywają do solidarności z tymi, którzy ich zdaniem zostali wykluczeni przez polskie władze w ciągu ostatnich czterech lat. Przykładami są nauczyciele, osoby niepełnosprawne, mniejszości seksualne, sędziowie, prokuratorzy. Mówią: »grupy te są publicznie pozbawione godności i środków do życia«. To drugi po „Népszava” ważny tytuł na Węgrzech, który opisał apel i zmianę hasła „Wyborczej”.

wyborcza
**Nie ma wolności
bez solidarności**

Nowe hasło Gazety Wyborczej
w światowych mediach



- „la Repubblica” poprosiła o wywiad naczelnego „Wyborczej” Adama Michnika, który powrócił do hasła z lat 90. uzasadnił „zagrożeniem wolności w Europie, która opiera się na demagogach i populistach”.
- O naszym apelu i zmianie hasła napisały też m.in. słowacki „Dennik” i szwedzki „Dagens Nyheter”.

Artykuł za Wyborcza.pl - <http://wyborcza.pl/7,75398,25066942,swiatowe-media-wspieraja-wyborcza-i-pisza-o-zmianie-przez.html>

PRZECZYTAJ WIĘCEJ W CZĘŚCI RAPORTU „JESTEŚMY RÓŻNORODNI”

Zespół „Gazety Wyborczej” od początku angażuje się w najważniejsze ogólnopolskie i lokalne akcje o charakterze społecznym, edukacyjnym i kulturalnym; jest także inicjatorem licznych kampanii i projektów. W ostatnim czasie dziennik wspierał np. strajkujących nauczycieli, m.in. przygotowując specjalne wydanie gazety, newsletter strajkowy oraz akcję sprzedaży specjalnej oferty prenumeraty cyfrowej, z której przychód – 200 tys. zł – został przekazany na wsparcie strajkujących. Wcześniej jego zespół brał również udział w Czarnych Protestach, zaangażował się w akcję „Rodzić po ludzku” oraz kwestował na rzecz Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy.

WYJĄTKOWE WYDANIE „GAZETY WYBORCZEJ” Z OKAZJI 30. URODZIN DZIENNIKA



8 maja 2019 r. redakcja dołączyła do swojego wydania pierwszy numer „Gazety Wyborczej”, który ukazał się w 1989 r. Obchodom jubileuszu towarzyszyło również specjalne logo, w którym w czerwonym prostokącie znanym z tradycyjnej wersji znaku znalazło się „30 lat”.

W urodzinowym wydaniu „Gazety Wyborczej” można było przeczytać m.in. tekst redaktora naczelnego Adama Michnika o dzienniku i Polsce oraz artykuł Justyny Suheckiej o dniu z życia redakcji. Redakcja oddała również głos swoim czytelnikom, którzy w listach pisali, czego oczekują od dziennika na następne 30 lat.

„1989” – SPECJALNY MAGAZYN „GAZETY WYBORCZEJ”



Na 30. urodziny „Gazety Wyborczej” i z okazji 30. nadchodzącej rocznicy pierwszych częściowo wolnych wyborów w Polsce, redakcja dziennika przygotowała też wyjątkowy magazyn „1989”. W wydaniu dziennikarze przypominali Polskę sprzed 30 lat. Pisali o życiu codziennym schyłku lat 80. - o tym, co się w Polsce jadło i nosiło, co oglądało w telewizji, za czym stało w kolejce i z czego żartowało, a także jaka była rola i miejsce kobiet w tamtym czasie. W 30. rocznicę wydania pierwszego numeru „Gazety Wyborczej”, jej pracownicy opowiedzieli o początkach gazety. Poeta i publicysta Antoni Pawlak wspominał redakcyjne zebrania w piaskownicy, a redaktorka sekretariatu redakcji i korektorka Teresa Kruszona, która w dzienniku pracuje od samego początku, wspominała, jak zmieniał się język gazety.

DONALD TUSK CZŁOWIEKIEM ROKU „GAZETY WYBORCZEJ”



„Gazeta Wyborcza” po raz 20. wręczyła tytuł Człowieka Roku. W 2019 r. odebrał go Donald Tusk, przewodniczący Rady Europejskiej i były premier Polski, a laudację na jego cześć wygłosił Timothy Snyder. Podczas uroczystości, odbywającej się 10 maja 2019 r., będącej częścią obchodów 30. urodzin „Gazety Wyborczej”, wręczono też nagrody Ludzie Roku Czytelników „Gazety Wyborczej” oraz specjalne wyróżnienia od redaktora naczelnego Adama Michnika. – Laureatami tych ostatnich zostali: prezydent Paweł Adamowicz - za jego oddanie dla Gdańska oraz prezes Fundacji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy - Jerzy Owsiak za łączenie Polaków. Relację na żywo z gali można było obejrzeć na stronie Wyborcza.pl, a fragment z wręczenia tytułu Donaldowi Tuskowi - również na antenie TVN24. Wieczór relacjonowany był też na profilach „Gazety Wyborczej” w mediach społecznościowych, m.in. na Instagramie. Obecnie pełen zapis wideo uroczystości dostępny jest na Wyborcza.pl - link, a skrót najważniejszych momentów - link. Tytuł Człowiek Roku „Gazety Wyborczej” przyznawany jest w ramach corocznych obchodów urodzin dziennika od 1999 r. Do tej pory wyróżnieni nim zostali: Vaclav Havel (1999), George Soros (2000), Siergiej Kowaliow (2001), Joschka Fischer (2002), Günter Verheugen (2003), Bronisław Geremek (2004), Javier Solana (2005), Zbigniew Brzeziński (2006), abp Józef Życiński (2007), Andrzej Wajda (2008), Tadeusz Mazowiecki (2009, tytuł Człowiek Dwudziestolecia), Władysław Bartoszewski (2010), Richard von Weizsacker (2011), Tadeusz Konwicki (2012), Yoani Sánchez (2013), Michaił Chodorowski (2014), Bronisław Komorowski (2015), Timothy Snyder (2016), Frans Timmermans (2017) i Anne Applebaum (2018). Nagrodę specjalną dla Człowieka Dwudziestopięciolecia odebrał Lech Wałęsa.

WEHIKUŁ CZASU „GAZETY WYBORCZEJ”- NIEZWYKŁA WYSTAWA NA 30. URODZINY

Redakcja „Gazety Wyborczej”, na specjalnie przygotowanej wystawie, zaprezentowała przedmioty i symbole związane z początkiem działalności Agory, wczesną historią dziennika i wydarzeniami, które miały wówczas miejsce. W kolekcji znalazły się przedmioty codziennego użytku z 1989 r. i początku lat 90. Dzięki zebranych komputerom, telefonom i maszynom do pisania i innym eksponatom, zespołowi „Wyborczej” udało się otworzyć stanowisko redaktorskie z przełomu 1989/1990 r., a także inne ważne pomieszczenia, m.in. ciemnię z oryginalnym powiększalnikiem, kuwetami i zdjęciami na sznurkach, pokój maszynistek i pokój redaktora naczelnego. Na wystawie obejrzyć można było też archiwalne fotografie i dokumenty z zasobów redakcji oraz pamiątki i zdjęcia, które przynieśli pracownicy i przyjaciele „Gazety Wyborczej”.

FILM <https://wyborcza.pl/10,82983,24772730,wehikul-czasu-gazety-wyborczej-niezwykla-wystawa-na-30-urodziny.html>

NOWA MAKIETA NA 30-LECIE „GAZETY WYBORCZEJ” I WOLNEJ POLSKI

Nowoczesne, przejrzyste i jeszcze bardziej przyjazne czytelnikom – takie stały się wydania papierowe „Gazety Wyborczej” 4 czerwca 2019 r. Projekt makiety, który zadebiutował w 30. rocznicę wyborów z 1989 r., przygotował Jacek Utko, utytułowany twórca szat graficznych gazet z całego świata. Dodatkowo w nowej odsłonie dziennik zaproponował czytelnikom strony Temat dnia i dział Poradnik, a w piątki – tygodniki lokalne łączące dotychczasowe magazyny z przewodnikiem kulturalnym „Co Jest Grane 24”.

„Gazeta Wyborcza” zaczęła ukazywać się w nowej makiecie, wprowadzonej z okazji 30. urodzin dziennika, po kilkunastu latach od poprzedniej zmiany. Dzięki niej dziennik zyskał nowoczesny, bardziej uporządkowany i spójny układ treści, jest przejrzysty i bardziej czytelny. Zapewniły to m.in. nieco powiększona, prostsza czcionka, większe przestrzenie w projekcie poszczególnych stron oraz lepiej eksponowane fotografie, np. na drugiej stronie wydania. Dodatkowo autorzy komentarzy, felietonów i opinii są przedstawiani rysunkowym portretem.

CO POKOLENIE TO WYBORCZA!

„Gazeta Wyborcza” już od 30 lat towarzyszy różnym pokoleniom i zmianom zachodzącym w Polsce.

- *Mijają lata i - choć różnimy się wiekiem, płcią czy pochodzeniem - cały czas łączą nas słowa, obrazy i emocje. Dlatego w naszej nowej kampanii wizerunkowej pokazujemy, jak różni są nasi odbiorcy, a jednocześnie jak cały czas potrafimy być z nimi i odpowiadać na ich potrzeby. To od 30 lat wyróżnik „Gazety Wyborczej” – medium wielopokoleniowego, świadka, a czasem też inicjatora zmian nie tylko społecznych zachodzących w naszej polskiej codzienności. To zaszczyt powiedzieć, że „Co pokolenie, to Wyborcza” – mówi Jerzy Wójcik, wydawca „Gazety Wyborczej”.*

W kampanii „Co pokolenie, to Wyborcza” można było zobaczyć osoby młodsze i starsze, o różnych zainteresowaniach i pasjach. Kolejne sceny łączy charakterystyczny dla „Gazety Wyborczej” czerwony prostokąt, znany z logo dziennika.

W ten sposób zespół „Gazety Wyborczej” i Wyborcza.pl przypominał, jak różnymi sprawami zajmuje się na co dzień i jak różnorodnie podejmuje tematy - więcej o tym można znaleźć na stronie kampanii Wyborcza.pl/pokolenia.

Reklamy nawiązują do jubileuszu 30-lecia, który „Gazeta Wyborcza” świętowała 2019 r. - pokazują, że dziennik towarzyszy jako medium różnym pokoleniom od wielu lat.

Linki: http://extra.wyborcza.pl/pokolenie_gw/?disableRedirects=true,

<https://www.youtube.com/watch?v=ALplx5Fe30>, <https://www.youtube.com/watch?v=IKI60ye98yM>,

<https://www.youtube.com/watch?v=zG2SJI5iVB8>, <https://www.youtube.com/watch?v=nh6h6qrZ3g>

30 LAT SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI AGORY

Agora jest od ponad 30 lat obecna na rynku mediowym, rozwija swoje biznesy również w innych dziedzinach, równocześnie jest firmą odpowiedzialną, od początku istnienia zaangażowaną społecznie. Oto 30 wybranych długoletnich kampanii i działań Grupy Agora, które realizowane są przez nasze media, spółki i biznesy. Większość z nich jest wciąż realizowana, część została po wielu latach zakończona, jednak ich wpływ na społeczeństwo był ogromny.

1993**AGORA GRA Z WOŚP**

Od wielu lat media i marki Grupy Agora angażują się w aukcje, zbiórki pieniędzy oraz informowanie i komunikowanie o działaniach WOŚP. „Gazeta Wyborcza” wielokrotnie była partnerem medialnym Finału, zaś informacje o zbiórkach WOŚP ukazywały się we wszystkich mediach Agory, dziennikarze byli zaś obecni w sztabie w Warszawie i w wielu innych sztabach Orkiestry w całej Polsce, obserwując i relacjonując przebieg zbiórki. Od wielu lat marki, spółki i media Agory angażują się w aukcje przedmiotów, których dochód przekazany jest na Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy.

1994

„RODZIĆ PO LUDZKU”

„Rodzić po ludzku” to głośna, w owym czasie sztandarowa akcja "Gazety Wyborczej", która rozpoczęła się w 1994 r. i do której redakcja wracała jeszcze cyklicznie przez kilkanaście lat. Dzięki dotychczasowym edycjom udało się zmienić oblicze polskich porodówek, uwrażliwić służbę zdrowia na potrzeby rodziców i dziecka w tak szczególnym momencie jakim jest poród. Kobiety mogą dziś rodzić w towarzystwie bliskiej osoby, w pojedynczej sali, w komfortowych warunkach. W ramach akcji powstały m.in. przewodniki po szpitalach i porodówkach. Obecnie działa Fundacja Rodzić po ludzku.

1997**NAGRODA LITERACKA NIKE**

Nagroda Literacka Nike przyznawana jest corocznie w październiku za najlepszą książkę poprzedniego roku. Jej celem jest promocja polskiej literatury. W konkursie mogą startować wszystkie gatunki literackie. Organizatorami konkursu są Fundacja Nagrody Literackiej „NIKE” i „Gazeta Wyborcza”, fundatorem Fundacja Agory. Nagroda przyznawana jest od 1997 r.

2002**"SZKOŁA Z KLASĄ"**

Kampania "Szkoła z klasą" powstała w 2002 r. z inicjatywy "Gazety Wyborczej" i Centrum Edukacji Obywatelskiej. Przedsięwzięcie miało na celu upowszechnianie obywatelskich i interaktywnych standardów nauczania w szkołach podstawowych, gimnazjach i szkołach średnich - zaangażowało tysiące placówek w całej Polsce. Program "Szkoła z klasą" opierał się na sześciu zasadach mądrej szkoły, przyjaznej uczniom, nauczycielom i rodzicom. Do każdej zasady zostały przygotowane zadania. Szkoła biorąca udział w programie powinna była wybrać i zrealizować sześć zadań - po jednym do każdej zasady. Za zaliczenie zadań otrzymywała tytuł "Szkoły z klasą".

Kampania została wyróżniona w rankingu ogólnopolskich projektów społecznych biznesu mających największą wartość dla społeczeństwa w mijającym 30-leciu „Rankingu 30x30 – społeczne projekty biznesu ostatniego 30-lecia”.

2003**FABRYKA ŚW. MIKOŁAJA „GAZETY WYBORCZEJ”**

Fabryka Świętego Mikołaja to coroczna akcja pomocy dzieciom realizowana przed świętami Bożego Narodzenia przez wrocławską redakcję „Gazety Wyborczej”. Od 2003 r. zbierana są pieniądze na rzecz potrzebujących, w które zaangażowane są lokalne firmy i czytelnicy.

2004**GALERIA PLAKATU AMS**

Galeria Plakatu AMS powstała w kwietniu 2004 r. Jest projektem non-profit, którego celem jest rozbudzenie społecznego zainteresowania reklamą zewnętrzną, promowanie polskiego, dobrze zaprojektowanego plakatu oraz zbliżenie środowisk reklamowego i akademickiego. Głównym punktem projektu są otwarte konkursy na plakat o tematyce społecznej i kulturalnej. Biorą w nich udział przede wszystkim studenci szkół artystycznych oraz młodzi graficy-projektanci. Co roku na konkurs napływa kilkaset prac – jest to prawdopodobnie największy konkurs dla młodych grafików w Polsce. Prace laureatów są eksponowane w ogólnopolskich kampaniach na nośnikach reklamowych typu citylight (gabloty wiat przystankowych) należących do AMS. Wybrani uczestnicy odbyli staże w czołowych polskich agencjach reklamowych, część z nich rozpoczęła tam pracę. Jak dotąd odbyło się dziewiętnaście edycji konkursu:

1. Zapraszamy do... – promocja miast i regionów Polski
2. Popatrz w chmury, zostaw mury! – walka z wandalizmem
3. Bądź mądry – czytaj prasę – promocja czytelnictwa prasy
4. Wszyscy jedziemy na jednym wózku – uświadomienie nierównego statusu niepełnosprawnych
5. 20. Międzynarodowe Biennale Plakatu – plakat reklamujący Biennale Plakatu
6. Zostaw samochód – daj odetchnąć miastu – promocja komunikacji miejskiej
7. Sieć = alienacja lub sieć = wspólnota – społeczna rola internetu
8. Myśl rowerowo! – promocja roweru jako środka komunikacji w miastach
9. Fryderyku! Wróć do Warszawy! – związki Fryderyka Chopina z Warszawą
10. Skłodowska-Curie była kobietą – wspieranie starań kobiet o równouprawnienie
11. Dzisiaj Polska! – promocja Polski podczas prezydentury w Unii Europejskiej
12. Miłość nie cukierki – najlepiej w rodzinie – jeśli nie biologicznej, to w zastępczej
13. Przemoc. Twoja sprawa – wezwanie do reagowania na przemoc
14. Tacy jesteśmy. Polacy 1989–2014 – autoportret Polaków roku 2014
15. Przestrzeń wspólna – przestrzeń niczyja? – dyskusja na temat przestrzeni publicznej
16. Szekspir do nieskończoności – uniwersalność twórczości Szekspira 400 lat po jego śmierci
17. Myślę o Wiśle – promocja Wisły w 2017 r. – Roku Rzeki Wisły

18. Rzeczpospolita = rzecz wspólna – jak rozumiemy dobro wspólne w 100. rocznicę odzyskania przez Polskę niepodległości

19. Jedz ostrożnie – promocja zdrowego odżywiania i jego społecznego znaczenia.

20. Zwierzę też człowiek – tematyka związana z prawami zwierząt do godnego życia.

FUNDACJA AGORY

Fundacja Agory powstała w październiku 2004 r. Od 2005 r. ma status organizacji pożytku publicznego (OPP). W ostatnich latach Fundacja Agory koncentruje się na współorganizowaniu i finansowaniu akcji społecznych prowadzonych wspólnie z „Gazetą Wyborczą” oraz zajmuje się działalnością charytatywną. Działania Fundacji Agora, wspierane często przez media Agory, w tym „Gazetę Wyborczą”, mają długą historię. Przełomowa kampania „Rodzic po ludzku”, zdrowotne „Leczyć po ludzku” i „Narkopolacy” czy „Pomóż swoim rodzicom”, która wspiera rozwój wolontariatu opiekuńczego, to działania, które realizowane były dzięki zbiórkom 1 % podatku.

2006

„POLSKA BIEGA”

Akcja społeczna Polska Biega oraz serwis Polskabięga.pl istnieją od 2006 r. Akcja zachęca Polaków do biegania i radzi im, jak to robić bezpiecznie i efektywnie. Weekend Polska Biega, który jest kulminacją działań związanych z akcją, to jedno wielkie święto biegaczy.

2009

„POLACY ODWAGI!”

Akcja "Polacy Odwagi!" zaczęła się w 2009 r. Jej celem jest zachęcenie wszystkich, którym ciąży nadliczbowe kilogramy, do zadbania o linię i zdrowie. Wielkie odchudzanie z "Gazetą Wyborczą" objęło cykl tekstów poradnikowych, informacje o zwyczajach żywieniowych i prawidłowej diecie, a także wywiady z ekspertami do spraw żywienia.

2010

NAGRODA IM. RYSZARDA KAPUŚCIŃSKIEGO

Nagroda im. Ryszarda Kapuścińskiego za reportaż literacki jest formą wyróżnienia i promocji najwartościowszych książek reporterskich, które podejmują ważne problemy współczesności, zmuszają do refleksji, pogłębiają wiedzę o świecie innych kultur. Jej celem jest uhonorowanie mieszkającego przez ponad 60 lat w Warszawie Ryszarda Kapuścińskiego, wybitnego reportera, dziennikarza, publicysty i poety, najczęściej – obok Stanisława Lema – tłumaczonego polskiego autora. Nagroda im. Ryszarda Kapuścińskiego za reportaż literacki jest organizowana od 2010 r. przez „Gazetę Wyborczą” i Miasto st. Warszawa i przyznawana autorom najlepszej książki reporterskiej roku i najlepszego przekładu roku. Patronem honorowym Nagrody jest Alicja Kapuścińska. Nagrodzie towarzyszy akcja edukacyjna, mająca na celu propagowanie twórczości R. Kapuścińskiego wśród uczniów warszawskich szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Do udziału w konkursie przystąpili uczniowie zgłaszający się indywidualnie lub wytypowani przez szkoły, placówki wychowania pozaszkolnego, domy kultury i biblioteki.

2011

NAGRODA IM. ANNY LASZUK

Radio TOK FM od 2011 r. nagradza ludzi, instytucje lub organizacje za odważne, niekonwencjonalne, niezwykle działania, dzieła lub wypowiedzi, które w ciągu minionego roku miały istotny wpływ na świadomość społeczną lub zmieniły polską rzeczywistość. Wśród laureatów Nagrody Radia TOK FM im. Anny Laszuk są m.in. Czarny Protest/Ogólnopolski Strajk Kobiet, płk Krzysztof Olkowicz, Robert Biedroń, Adam Bodnar wraz z Koalicją Organizacji Pozarządowych, Obrońcy Puszczy Białowieskiej. Ubiegłoroczne wyróżnienie trafiło do Inicjatywy Wolne Sądy. Patronką wyróżnienia jest Anna Laszuk, przedwcześnie zmarła dziennikarka Radia TOK FM, którą redakcja upamiętnia za jej odwagę w przełamywaniu stereotypów, zaangażowanie i pasję, z jaką podejmowała walkę o prawa człowieka, szczególnie prawa kobiet i mniejszości.

2013

FESTIWAL MATEMATYKI I „MATEMATYKA SIĘ LICZY”

Akcja „Matematyka się liczy” od 2013 r. pokazuje jak ważną dziedziną nauki jest matematyka i udowadnia, że to, w jaki sposób opowiada się o niej i jej naucza, to podstawa sukcesu. W jej ramach redakcja "Gazety Wyborczej" opisuje różnego rodzaju problemy matematyczne i zjawiska statystyczne. Zastanawia się m.in. nad tym, kiedy matematyka miała swój początek i czy możliwy jest jej koniec.

Zwieńczeniem akcji jest „Festiwal Matematyki”, który odbywa się w warszawskiej siedzibie „Gazety Wyborczej” - twórcy akcji podsumowują działania, a goście mogą przenieść się wydarzenia do matematycznego świata, w którym pasjonaci i popularyzatorzy królowej nauk poprowadzą matematyczne warsztaty.

FUNDACJA AKADEMIA INTEGRACJI – PRACA, EDUKACJA, SPORT

Fundacja „Akademia Integracji. Praca. Edukacja. Sport” została powołana do życia przez AMS S.A. i jest kontynuacją projektu „AMS dla Integracji”. Skupia się na szeroko pojętych problemach i zagadnieniach związanych z życiem,

aktywnością i rolą społeczną osób z niepełnosprawnościami, ze szczególnym naciskiem na pracę, edukację i sport. Pomysłodawcami i pracownikami fundacji są szermierze na wózkach, wybitni sportowcy, paraolimpijczycy, wielokrotni medaliści Mistrzostw Świata i Mistrzostw Europy, którzy wraz z innymi pracownikami AMS są wolontariuszami Fundacji. Cele, które stawia sobie fundacja to: uwrażliwienie na drugiego człowieka, pomoc w integracji osób z niepełnosprawnościami pełnosprawnych, a także aktywizacja osób z niepełnosprawnościami.

KINO NA TEMAT I KINO NA TEMAT JUNIOR

Kino na Temat oraz Kino na Temat Junior to projekty edukacyjne skierowane odpowiednio do starszych uczniów oraz młodszych uczniów i przedszkolaków, które odbywają się we wszystkich kinach sieci kin Helios już od 2013 r.

Kino na Temat skierowane jest do młodzieży z najstarszych klas szkół podstawowych oraz ponadpodstawowych. Każde spotkanie to - oprócz projekcji filmu - także debata z udziałem zaproszonych gości oraz włączenie widzów do dyskusji poprzez głosowanie.

Kino na Temat Junior łączy oglądanie filmu czy bajki z zabawą. Warsztaty i quizy z atrakcyjnymi nagrodami są skonstruowane przez edukatorów filmowych zgodnie z obowiązującą w przedszkolach i młodszych klasach szkoły podstawowej podstawą programową.

2014

#USŁYSZ... – AKCJA RADIA TOK FM

Debata Radia TOK FM pod hasłem "Usłysz" - "Usłysz swoje miasto", "Usłysz swoją szkołę", "Usłysz swojego posta" - są organizowane już od 2014 r. przy okazji wyborów i ważnych społecznie reform, np. parlamentarnych, samorządowych oraz reformy edukacji. Formuła debat Radia TOK FM stanowi platformę do dialogu - umożliwia publiczności i słuchaczom zadawanie pytań uczestnikom spotkań, m.in. kandydatom na postów. Debata TOK FM są organizowane w wybranych miastach nadawania stacji.

2015

„DŁUGOWIECZNI”

Długowieczni to akcja społeczna „Gazety Wyborczej”. Od początku 2015 r. redakcja pisze o sprawach związanych ze starzejącym się społeczeństwem; organizowane są też wydarzenia specjalne i debaty o potrzebach starszych osób. Akcję wspólnym komentarzem zapoczątkowali: Jolanta Kwaśniewska, prezes Fundacji Porozumienie bez Barrier, Juliusz Braun, ówczesny prezes TVP, Jurek Owsiak, Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy oraz Jarosław Kurski, pierwszy zastępca redaktora naczelnego „Gazety Wyborczej”.

„PRACOWNIA MIAST”

- „Pracownia miast” to forum dialogu między liderami opinii: samorządowcami, mieszkańcami oraz naukowcami, ekspertami, przedstawicielami rządu, świata biznesu i kultury. Wyjątkowość akcji społecznej „Gazety Wyborczej” polega na tym, że nie ogranicza się do dyskusji, ale jest narzędziem do wypracowywania rozwiązań konkretnych problemów. Dzięki „Pracowni miast” władze otrzymują praktyczne wskazówki, co zrobić, żeby ich miasta stały się miejscem lepszym do życia. Postulaty i rekomendacje są wdrażane, monitorowane i opisywane przez dziennikarzy „Gazety Wyborczej”.

„KULTURA DOSTĘPNA” W KINACH HELIOS

Sieć kin Helios, jako pierwszy operator kinowy w Polsce, dołączyła w 2015 r. do programu Kultura Dostępna, realizowanego z inicjatywy Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Kultura Dostępna w Kinach to program, którego celem jest dotarcie z polską sztuką filmową do szerokiego grona odbiorców dzięki przystępnej cenie biletu. Promuje on również polską sztukę filmową.

ADOPTUJ PSZCZOŁĘ

Portal Gazeta.pl od 2015 r. współpracuje z Fundacją Greenpeace Polska, która organizuje akcję „Adoptuj pszczołę”. Co roku Gazeta.pl zachęca do pomocy pszczołom poprzez wirtualną adopcję owadów, czyli przekazania 2 zł za każdą adoptowaną pszczołę na cele akcji. Im więcej adoptowanych pszczoł, tym więcej środków na koncie Greenpeace przeznaczonych na ochronę pszczoł.

2016

„SUPERBOHATERKA WYSOKICH OBCASÓW”

Redakcja „Wysokich Obcasów” – sobotniego magazynu „Gazety Wyborczej” organizuje plebiscyt „Superbohaterka Wysokich Obcasów”. Kapituła oraz czytelnicy wybierają w nim kobiety, które najbardziej poruszyły ich wyobraźnię w minionym roku. Są to bohaterki artykułów opublikowanych na łamach „Wysokich Obcasów”, ale również osoby, które zdaniem redakcji tygodnika swoją śmiałością zmieniają świat, zarażają innych energią, potrafią przezwyciężać zarówno osobiste bariery, jak i społeczne czy polityczne ograniczenia. W gronie wyróżnionych są osoby znane szerszej publiczności, jak i kobiety, które stały się bohaterkami jedynie lokalnie.

„WYBORCZA NA ŻYWO”

Spotkania z cyklu „Wyborcza na żywo” odbywają się od 2016 r. w całej Polsce. Rozmowy dotyczą wydarzeń politycznych, gospodarczych, kulturalnych i sportowych, a także spraw lokalnych. Gośćmi spotkań są dziennikarze, ale

też bohaterowie tekstów lub autorzy, którzy zagościli na łamach „Gazety Wyborczej” i Wyborcza.pl, lokalni samorządowcy, społecznicy, artyści i sportowcy.

2017

MIASTA IDEI „GAZETY WYBORCZEJ”

Projekt „Miasta Idei” zwraca uwagę na procesy, które zachodzą we współczesnych miastach, na ich problemy, ale też poszukiwanie takich kierunków rozwoju, aby miasta stały się atrakcyjne dla mieszkańców. Spotkania organizowane w ramach projektu mają rozbudzać kreatywność i entuzjazm uczestników – mieszkańców, aktywistów miejskich i organizacji pozarządowych oraz pomóc wypracować ciekawe rozwiązania.

JUTRONAUCI

Projekt „Jutronauci” „Gazety Wyborczej” gromadzi wyjątkowych ludzi: artystów, naukowców i przedsiębiorców, których łączy zainteresowanie postępem technologicznym. Od 2017 r. na łamach dziennika oraz na Wyborcza.pl/Jutronauci można było poznać sylwetki osób, których praca i pomysły mają szansę wpłynąć na przyszłość świata. Projektowi towarzyszą wydarzenia, w tym uroczysta gala w Warszawie.

CENTRUM PREMIER CZERSKA 8/10

Centrum Premier Czerska 8/10 to miejsce spotkań poświęconych twórcom i dziełom z dziedziny literatury, filmu, teatru i muzyki. Organizuje je „Gazeta Wyborcza” w swojej siedzibie w Warszawie, m.in. we współpracy z markami Agory. Każde wydarzenie to spektakl multimedialny pełen filmów przybliżających bohaterów i ich działalność, relacja w mediach społecznościowych oraz transmisja na Wyborcza.pl.

FAMILY FEST

Redakcje serwisów eDziecko.pl, Avanti24.pl i Czterykaty.pl po raz trzeci zaprosiły internautów na piknik Family Fest – tym razem organizowany 1 i 2 czerwca 2019 r. w Arkadach Kubickiego w Warszawie. W programie bezpłatnego pikniku znalazły się atrakcje zarówno dla młodszych, jak i trochę starszych dzieci. Family Fest to wyjątkowe wydarzenie, w którym zabawa nie jest tylko rozrywką, ale łączy się z edukacją i pozytywnie wpływa na rozwój dzieci, poszerzając ich horyzonty i wiedzę o świecie. W czasie dwóch dni odbyły się m.in. koncerty dla najmłodszych, wspólne zabawy i quizy, spektakle, warsztaty z kreatywnego budowania z klocków LEGO i pokazy. Organizatorami Family Fest byli Gazeta.pl oraz Zamek Królewski w Warszawie.

„PRYVIT” – PIERWSZA BEZPŁATNA GAZETA DLA UKRAIŃCÓW WE WROCŁAWIU

„Pryvit” to pierwsza gazeta stworzona z myślą o Ukraińcach mieszkających w Polsce. Jest to wspólne przedsięwzięcie wrocławskiej redakcji „Gazety Wyborczej”, Miasta Wrocław oraz Fundacji Ukraina. Wydawcy zależy, aby dzięki gazecie „Pryvit” Ukraińcy lepiej poznali Wrocław, dowiedzieli się, jak korzystać z walorów miasta i imprez w nim organizowanych, a także co sprzyja integrowaniu się Polaków i Ukraińców. Gazeta „Pryvit” jest dostępna od 2017 r. za darmo w miejscach często odwiedzanych przez Ukraińców, np. w siedzibie Fundacji Ukraina, cerkwi prawosławnej, urzędach, uczelniach, ale też w restauracjach, które prowadzą Ukraińcy. Lista miejsc, w których można dostać „Pryvit”, znajduje się na <http://wroclaw.wyborcza.pl>. Nakład gazety to 6 tys. egz.

2018

FUNDACJA GAZETY WYBORCZEJ

Fundacja Gazety Wyborczej została powołana przez Agorę w 2018 r. Wzorem New York Times Company i The Guardian Media Group wydawca „Gazety Wyborczej” stworzył organizację non-profit, aby rozwijać wartościowe projekty medialne i realizować istotne cele społeczne.

Celami Fundacji są m.in. przyczynienie się do powstania kolejnych niezależnych i ambitnych materiałów dziennikarskich dotyczących najważniejszych spraw społecznych i politycznych, np. reportaży śledczych, raportów o ochronie środowiska i międzynarodowych projektów dziennikarskich.

FUNDACJA WYSOKICH OBCASÓW

Walka o prawa kobiet, upominanie się o najślabszych, opisywanie nieopisanych „herstori” czy wreszcie nagłaśnianie tematów związanych ze zdrowiem i psychologią - to codzienność magazynu „Wysokie Obcasy” już od 20 lat. Fundacja „Wysokich Obcasów”, która powstała w 2018 r. jako wspólna inicjatywa Agory oraz marki „Wysokie Obcasy”, ma wspierać niezależne i rzetelne dziennikarstwo, a także inicjatywy społeczne na rzecz ochrony i promocji praw kobiet oraz integracji różnych środowisk.

Fundacja „Wysokich Obcasów” zajmuje się działalnością na rzecz likwidacji dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, orientację seksualną, pochodzenie etniczne, przekonania, zdrowie, sytuację społeczną czy wygląd na forum międzynarodowym i w Polsce.

2019

WYBORCZA NA ZIELONO

„Gazeta Wyborcza” coraz więcej uwagi poświęca tematom związanym z ekologią i kryzysem klimatycznym. Na początku 2019 r. ruszył projekt „Wyborcza na zielono” – we wszystkich sekcjach dziennika ukazują się teksty poświęcone m.in. błyskawicznie postępującym zmianom klimatycznym w Polsce. W czerwcu 2019 r. ukazał się raport o

wodzie, dokumentujący dramatyczną sytuację hydrologiczną w kraju. Tematem artykułów są m.in. polityka węglowa, gospodarka odpadami i rozwiązania antysmogowe. Swoją akcją „Szanuję, nie marnuję” rozpoczęły „Wysokie Obcasy”, które poprzez cykl artykułów inspirują do zmiany prostych codziennych nawyków i świadomego kupowania w duchu idei less waste. Powstał też newsletter ekologiczny, w którym znaleźć można teksty na temat tego jak zapobiec katastrofie klimatycznej.

GAZETA.PL WYDAJE OSTATNI NUMER „TWOJEGO WEEKENDU” NA RZECZ KOBIET


Z okazji Dnia Kobiet Gazeta.pl wraz VMLY&R Poland i partnerami wydała specjalny ostatni numer magazynu „Twój Weekend”, który poświęciła m.in. niezwykłym kobietom. Zamknięcie najdłużej wydawanego polskiego pisma erotycznego, które przez 27 lat sprowadzało kobiety do roli wyłącznie obiektów seksualnych, to symboliczny sprzeciw wobec ich uprzedmiotowienia. W ostatnim numerze „Twojego Weekendu” zamiast typowych dla pisma erotycznego zdjęć i tekstów znalazły się materiały o sile, mądrości i pięknie. W magazynie zachowane zostały znane dotychczasowym czytelnikom sekcje i rubryki, by w przewrotny sposób nadać im zupełnie nowe znaczenie. Znalazły się tam ciekawe historie kobiet i mężczyzn, przedstawione w artykułach, wywiadach i felietonach. W wyjątkowej sesji okładkowej wzięły udział Ewa Kasprzyk, Orina Krajewska i Joanna Jędrzejczyk. Projekt zdobył wiele międzynarodowych nagród w prestiżowych konkursach branży reklamowej i cieszył się ogromnym zainteresowaniem.

STRATEGICZNIE ROZWIJAMY CSR

STRATEGIA CSR

Naszą odpowiedzialność rozumiemy jako wpływ na otoczenie i tworzenie wartości dla społeczeństwa. Od 2017 r. strategicznie rozwijamy CSR (ang. *Corporate Social Responsibility*, społeczna odpowiedzialność biznesu) m.in. dzięki przyjętym kierunkom odpowiedzialności. Naszym hasłem przewodnim jest „Codziennie odpowiedzialni”. W 2019 r. główną osią działań w Grupie Agora były zrównoważony rozwój i wprowadzenie „Polityki środowiskowej Agory”, jak również szeregu działań edukacyjnych i komunikacyjnych - dlatego do hasła dodajemy „**Codziennie odpowiedzialni – dbamy o środowisko!**”

„**Codziennie odpowiedzialni. Strategiczne podejście do odpowiedzialności**” to dokument wskazujący główne kierunki przyjęte przez Agorę S.A. w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju. Rozwój oparty na odpowiedzialności, budowanie trwałych relacji z otoczeniem oraz docenienie różnorodności w społeczeństwie i miejscu pracy – to filary naszego odpowiedzialnego podejścia do zarządzania.

 ROZWÓJ OPARTY NA ODPOWIEDZIALNOŚCI	 BUDOWANIE TRWAŁYCH RELACJI Z OTOCZENIEM	 DOCENIENIE RÓŻNORODNOŚCI W SPOŁECZEŃSTWIE I W MIEJSCU PRACY
Odpowiedzialne rozwijanie działalności. Transparentność.	Wysokie standardy etyki i uczciwe realizowanie zobowiązań	Docieranie z produktami i usługami z obszaru mediów, rozrywki i reklamy do szerokiego grona różnorodnych odbiorców.
Rozwój kompetencji pracowników. Zdobywanie nowych doświadczeń.	Budowanie zaufania w codziennych relacjach z odbiorcami, partnerami biznesowymi i pracownikami.	Tworzenie miejsca pracy sprzyjającego różnorodności, opartego na szacunku i otwartości.
Inicjowanie i włączanie się w partnerstwa na rzecz rozwoju społecznego i zrównoważonego rozwoju.	Prowadzenie dialogu z interesariuszami i budowanie trwałych relacji z otoczeniem.	Odwaga i innowacyjność w działaniach biznesowych i społecznych.





Co roku w raporcie odpowiedzialności Grupy Agora przedstawiamy cele szczegółowe. Są one powiązane z kierunkami wskazanymi w dokumencie oraz wynikają z zaangażowania firmy w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju.

CELE I REZULTATY







CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU – ZASADA 5P

ZASADA 5P (People, Planet, Prosperity, Peace, Partnership): to nowa wizja rozwoju nawiązująca do Celów Zrównoważonego Rozwoju zaprezentowana w Agendzie 2030, która koncentruje się na 5 wielkich zmianach transformacyjnych: **Ludzie, Planeta, Dobrobyt, Pokój, Partnerstwo.**

- W ramach rewizji Celów Zrównoważonego Rozwoju wskazanych w Raporcie Odpowiedzialności za 2018 r., zgodnie z Zasadą 5P wskazujemy na **główne kierunki naszej odpowiedzialności: Ludzie i Planeta. Grupa Agora będzie realizować działania związane z rozwojem kapitału ludzkiego, kapitału społecznego oraz zrównoważonego rozwoju, szczególnie w ramach wpływu środowiskowego.**
- Kierunki dodatkowe wskazane przez nas to: **Dobrobyt i Pokój. Grupa Agora wspiera rozwój gospodarczy oparty o innowacyjność, w wolnych od nierówności, zrównoważonych miastach i społeczeństwach. Aktywnie włącza się w budowę społeczeństwa obywatelskiego oraz wspiera instytucje stojące na straży wolności mediów i demokracji.**
- **Partnerstwo** rozumiemy jako uzupełnienie i wzmocnienie działań w wymienionych powyżej kierunkach.

Główne kierunki grupy AGORA	
 LUDZIE (PEOPLE)	<p>Jesteśmy zdecydowani wyeliminować ubóstwo i głód, we wszystkich ich formach i wymiarach, a także zapewnić, by wszyscy ludzie mogli wykorzystywać swój potencjał w godności i poczuciu równości, żyjąc w zdrowym środowisku.*</p> 
 PLANETA (PLANET)	<p>Jesteśmy zdecydowani chronić naszą planetę przed degradacją, między innymi poprzez zrównoważoną konsumpcję i produkcję, zrównoważone gospodarowanie jej zasobami naturalnymi oraz podejmowanie pilnych działań w zakresie zmian klimatu, tak aby mogła ona służyć potrzebom obecnych i przyszłych pokoleń.*</p> 

Kierunki dodatkowe grupy AGORA

 <p>DOBROBYT (PROSPERITY)</p>	<p>Jesteśmy zdecydowani zapewnić wszystkim ludziom możliwość korzystania z dobrodziejstw dostatniego i satysfakcjonującego ich życia oraz by postęp gospodarczy, społeczny i technologiczny odbywał się w zgodzie z naturą.*</p> 
 <p>POKÓJ (PEACE)</p>	<p>Jesteśmy zdecydowani wspierać pokojowe, sprawiedliwe i inkluzywne społeczeństwa, wolne od lęku i przemocy. Osiągnięcie zrównoważonego rozwoju nie jest możliwe bez pokoju, a pokój nie jest możliwy bez zapewnienia zrównoważonego rozwoju.*</p> 
 <p>PARTNERSTWO (PARTNERSHIP)</p>	<p>Jesteśmy zdecydowani mobilizować środki konieczne do wdrożenia niniejszej Agendy poprzez ożywione globalne partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju, w duchu wzmocnionej globalnej solidarności, koncentrujące się zwłaszcza na potrzebach osób najuboższych i najsłabszych, przy udziale wszystkich krajów, wszystkich interesariuszy i wszystkich ludzi.*</p> 

[**Przekształcamy nasz świat: Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju do roku 2030.*](#)

Dążymy w swoich działaniach do realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (Sustainable Development Goals, SDGs), w ramach poszczególnych sfer działalności. Poniżej opisane zostały główne aspekty realizacji poszczególnych celów, które opisują nasze podejście w 2019 r.

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU (SDGs)



Zgromadzenie Ogólne ONZ przyjęło 17 „Celów Zrównoważonego Rozwoju” (Sustainable Development Goals, SDGs), które mają zostać zrealizowane do 2030 wspólnie – przez państwa, przedsiębiorstwa i społeczeństwa na całym świecie.

**CEL 1. KONIEC Z UBÓSTWEM**

- zaangażowanie w akcje charytatywne, których celem jest wsparcie potrzebujących
- edukacja społeczeństwa na temat wsparcia dla potrzebujących

CEL 2. ZERO GŁODU

- edukacja w zakresie niemarnowania żywności oraz racjonalnej konsumpcji

CEL 3. DOBRE ZDROWIE I JAKOŚĆ ŻYCIA

- podnoszenie jakości życia i zdrowia społeczeństwa poprzez dedykowane akcje i inicjatywy
- promocja zdrowego stylu życia

CEL 4. DOBRA JAKOŚĆ EDUKACJI

- działania na rzecz podnoszenia jakości edukacji
- wsparcie placówek edukacyjnych, szkół oraz nauczycieli
- działalność edukacyjna, w tym inicjatywy i kampanie edukacyjne

CEL 5. RÓWNOŚĆ PŁCI

- skuteczne przeciwdziałanie dyskryminacji ze względu na płeć
- wzmocnienie udziału i roli kobiet w procesach decyzyjnych na wszystkich szczeblach
- dążenie do równego traktowania we wszystkich aspektach zatrudnienia
- działania wspierające równość kobiet i równe traktowanie
- inicjatywy wzmacniające udział i rolę kobiet we współczesnym społeczeństwie

CEL 6. CZYSTA WODA I WARUNKI SANITARNE

- dbałość o wodę wiąże się z monitorowaniem zużycia wody
- racjonalne użytkowanie zasobów
- edukacja na temat problemu wody w Polsce oraz promocja picia wody z kranu

CEL 7. CZYSTA I DOSTĘPNA ENERGIA

- dążenie do efektywności energetycznej
- optymalizacja zużycia energii elektrycznej poprzez działania proekologiczne i wprowadzenie nowych rozwiązań
- edukacja ekologiczna związana z efektywnością energetyczną

CEL 8. WZROST GOSPODARCZY I GODNA PRACA

- rozwój kompetencji pracowników Agory
- zapewnienie stabilnego zatrudnienia
- zaangażowanie pracowników w działania społeczne, edukacyjne i kulturowe
- dbałość o respektowanie praw człowieka w miejscu pracy
- rozwijanie współpracy z podmiotami, które przestrzegają prawa oraz zachowują należytą staranność w przestrzeganiu standardów branżowych oraz praw człowieka
- rozwijanie i prowadzenie dotychczasowej działalności w oparciu o standardy odpowiedzialnego biznesu

CEL 9. INNOWACYJNOŚĆ, PRZEMYSŁ, INFRASTRUKTURA

- innowacyjne rozwiązania służące zwiększeniu efektywności wykorzystania zasobów
- technologie i procesy produkcyjne przyjazne dla środowiska
- projekty wspierające innowacyjność, promocję nowych modeli i rozwiązań biznesowych oraz przedsiębiorczości

CEL 10. MNIEJ NIERÓWNOŚCI

- skuteczne przeciwdziałanie dyskryminacji i wprowadzenie polityki równego traktowania we wszystkich aspektach zatrudnienia, bez względu na: płeć, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, rasę, narodowość, pochodzenie etniczne, religię, wyznanie, bezwyznaniowość, przekonanie polityczne, przynależność związkową, orientację psychoseksualną, tożsamość płciową, status rodzinny, styl życia, formę, zakres i podstawę zatrudnienia, inny typ współpracy oraz inne przesłanki narażone na zachowania dyskryminacyjne

- inicjowanie i wspieranie projektów oraz działań służących realizacji tego celu

CEL 11. ZRÓWNOWAŻONE MIASTA I SPOŁECZEŃSTWA

- współtworzenie miast inteligentnych dzięki ekologicznym, interaktywnym i funkcjonalnym rozwiązaniom

- działania na rzecz zrównoważonych miast, ich mieszkańców, adresujące najważniejsze tematy związane z miastami

CEL 12. ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA I PRODUKCJA

- wspieranie gospodarki obiegu zamkniętego
- ograniczanie kubatury odpadów
- świadczenie najwyższej jakości usług, odpowiadanie na potrzeby i oczekiwania klientów



- budowanie dobrych i długotrwałych kontaktów z klientami
- uczciwość i postępowanie zgodne z najwyższymi standardami etyki oraz transparentność w relacjach z klientami i partnerami biznesowymi
- oferowanie produktów i usług dostosowanych do różnych grup klientów

CEL 13. DZIAŁANIA W DZIEDZINIE KLIMATU

- szacowanie wpływu działalności na klimat
- rozwiązania i działania służące minimalizowaniu negatywnego oddziaływania
- edukacja i rzetelna informacja w mediach na temat zmian klimatycznych

CEL 14. ŻYCIE POD WODĄ

- edukacja i rzetelna informacja w mediach na temat zmian klimatycznych, w tym np. zagrożonych ekosystemów oceanów i mórz

CEL 15. ŻYCIE NA LĄDZIE

- edukacja i rzetelna informacja w mediach na temat zmian klimatycznych, w tym np. różnorodności biologicznej

CEL 16. POKÓJ, SPRAWIEDLIWOŚĆ I SILNE INSTYTUCJE

- skutecznie działający system etyki i compliance zapewniający sprawne przeciwdziałanie wszelkim formom nadużyć
- przeciwdziałanie korupcji i łapówkarstwu oraz zachowanie należytej staranności w ramach współpracy z otoczeniem
- system zgłaszania i monitorowania nadużyć, ochrona sygnalistów
- wzmocnienie instytucji oraz organizacji, które przyczyniają się do rozwoju społecznego i społeczeństwa obywatelskiego

CEL 17. PARTNERSTWO NA RZECZ CELÓW

- partnerstwo na rzecz rozwoju, szczególnie edukacji, kultury, sztuki, dziennikarstwa i mediów oraz wspierania równości kobiet i mężczyzn

NASZE CELE NA 2020 R.

Grupa Agora postawiła sobie następujące cele w zakresie odpowiedzialnego biznesu. Ich szczegółowy opis i zakres jest wskazany w poszczególnych rozdziałach Raportu.

Cele Grupy Agora związane z odpowiedzialnym biznesem w 2020 r.

 <p>ZARZĄDZANIE I RAPORTOWANIE</p>	 <p>MIEJSCE PRACY</p>	 <p>ŚRODOWISKO</p>	 <p>ETYKA I COMPLIANCE</p>
<ul style="list-style-type: none"> • przygotowanie Raportu Odpowiedzialności Grupy Agora zgodnie ze Standardami GRI • przeprowadzenie dialogu z interesariuszami • strategiczna współpraca z instytucją/organizacją związaną z rozwojem odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju w organizacji 	<ul style="list-style-type: none"> • wdrożenie kompleksowego systemu szkoleniowego w postaci e-learningu • wprowadzenie nowego systemu benefitów dla pracowników jako odpowiedź na zgłoszone oczekiwania pracowników 	<ul style="list-style-type: none"> • wprowadzenie rozwiązań prośrodowiskowych w zakresie efektywności energetycznej, m.in. fotowoltaika • optymalizacja zużycia energii – wymiana central wentylacyjnych w budynku • rozwijanie projektów związanych z ekologią i ochroną środowiska w mediach Grupy Agora 	<ul style="list-style-type: none"> • rozwinięcia działań związanych z systemem compliance w Agorze S.A. oraz największych spółkach Grupy Agora • szkolenia dla pracowników z „Kodeksu etyki Agory” i systemu zgłaszania nieprawidłowości • wdrożenie i komunikacja zasad zawartych w „Polityce prezentowej Agory”

NASZE ZOBOWIĄZANIA Z 2019 R. I ICH REALIZACJA

W „Raportcie Odpowiedzialności 2018 Grupy Agora” zostały przedstawione cele na 2019 r. Realizacja tych celów związanych z odpowiedzialnością firmy opisana jest w poszczególnych częściach poniższego Raportu Grupy Agora. Poniżej znajduje się ich podsumowanie:

Obszar	Cel	Stopień realizacji	Rozdział raportu
 ZARZĄDZANIE I RAPORTOWANIE	<ul style="list-style-type: none"> kontynuacja dialogu z interesariuszami przygotowanie raportu za 2019 r. zgodnie ze Standardami GRI 	w pełni zrealizowane	<ul style="list-style-type: none"> Strategia CSR
 MIEJSCE PRACY	<ul style="list-style-type: none"> wdrożenie strategii działań działu pracowniczego w Agorze S.A. kontynuacja działań związanych z przeciwdziałaniem dyskryminacji i mobbingowi 	częściowo zrealizowane Strategia w procesie przygotowań	<ul style="list-style-type: none"> Miejsce pracy
 ŚRODOWISKO	<ul style="list-style-type: none"> efektywność energetyczna – zmniejszenie zużycia energii oraz ograniczenie wagi odpadów stworzenie i wprowadzenie polityki środowiskowej Agory zwiększenie świadomości pracowników Agory w zakresie segregacji odpadów 	w pełni zrealizowane	<ul style="list-style-type: none"> Zaangażowanie środowiskowe
 ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM	<ul style="list-style-type: none"> wdrożenie kompleksowego systemu compliance w Grupie Agora kontynuacja szkoleń i komunikacji na temat etyki dla wszystkich pracowników Grupy Agora implementacja „Polityki otrzymywania i wręczania prezentów i innych korzyści w Agorze S.A.” 	częściowo zrealizowane Kontynuacja działań w 2020 r.	<ul style="list-style-type: none"> Etyka i compliance

WYBRANE WYDARZENIA ZWIĄZANE Z ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ GRUPY AGORA W 2019 R.

Marzec 2019 r.: Rekordowa liczba działań Grupy Agora w raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2018. Dobre praktyki”

Kwiecień 2019 r.: Agora nagrodzona Srebrnym Listkiem CSR „Polityki”

Maj 2019 r.: Agora z tytułem „Transparentna spółka roku 2018”

Maj 2019 r.: 30-lecie Agory

Czerwiec 2019 r.: Agora po raz kolejny w akcji „Dwie godziny dla rodziny”

Sierpień 2019 r.: Grupa Agora przedstawia swój wpływ na otoczenie w interaktywnym „Raporcie odpowiedzialności za 2018 r.”

Październik 2019 r.: „Szkoła z klasą” wyróżniona w „Rankingu 30x30 - społeczne projekty biznesu ostatniego 30-lecia”

DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

Interesariusze Grupy Agora to wszystkie strony zainteresowane działalnością firmy, na które działalność Agory ma wpływ. W procesie mapowania interesariuszy zostały wyodrębnione najważniejsze grupy wraz ze wskazaniem form zaangażowania oraz prowadzenia dialogu.

Grupa Agora dąży do systematycznego kontaktu ze wszystkimi interesariuszami, np. w formie: odpowiadania na pytania czy wątpliwości. Dzięki prowadzonej komunikacji Agora poznaje oczekiwania interesariuszy oraz buduje trwałe relacje z otoczeniem. Istotnym wyzwaniem w procesie dialogu jest cykliczność oraz sformalizowanie narzędzi, m.in. wprowadzenie regularnych badań klientów.

Zasady dialogu, które zostały przyjęte przez Grupę Agorę, to: cykliczność, bezpośredniość i dwustronność.

Tabela 11. Formy dialogu z interesariuszami

Grupy interesariuszy	Formy dialogu z interesariuszami
 <p>PRACOWNICY WSPÓLPRACOWNICY STAZYSŁCI PRAKTYKANCI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • cykliczne spotkania z zarządem (możliwość zadawania pytań, transmisja on-line) • badanie opinii pracowników (np. w sprawie raportowania, kodeksu etyki) • szkolenia, spotkania dla pracowników (w tym „Witamy w Agorze”) • system zgłaszania nieprawidłowości związanych z niepożądanymi zachowaniami • Intranet, e-maile wewnętrzne • proces oceny rocznej • rada pracownicza, związki zawodowe, przedstawiciele pracowników • media społecznościowe
 <p>AKCJONARIUSZE OTOCZENIE GIEŁDOWE GIEŁDA PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH DOMY MAKLERSKIE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • raporty bieżące i okresowe • strona korporacyjna • newslettery • cykliczne spotkania, konferencje dedykowane analitykom, inwestorom oraz Investor Day dla analityków • investor feedback – ankieta skierowana do inwestorów • udział w konferencjach zewnętrznych, spotkaniach indywidualnych • dedykowany kontakt e-mailowy, telefoniczny oraz poprzez stronę www • media społecznościowe
 <p>KLIENCI I ODBIORCY (CZYTELNICZY SŁUCHACZE, WIDZOWIE, INTERNAUCI) KLIENCI BIZNESOWI I INSTYTUCJONALNI PARTNERZY BIZNESOWI – DOSTAWCY</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ogólny kontakt do przekazywania uwag, sugestii • cykliczne badania użytkowników serwisów Grupy Agora (m.in. Gazeta.pl) • testy nowych produktów i usług • spotkania dla klientów, partnerów biznesowych (śniadania branżowe) • kontakt e-mail, telefoniczny, w tym Biuro Obsługi Klienta • dyżury reporterskie (w mediach) • media społecznościowe
 <p>KONKURENCJA OTOCZENIE BIZNESOWE MEDIA BRANŻOWE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • spotkania i inicjatywy branżowe • zaangażowanie w projekty i inicjatywy zewnętrzne • udział w konferencjach, wydarzeniach • konsultacje publiczne • informacje prasowe • newslettery • wypowiedzi w mediach, opinie, komentarze • strona korporacyjna • media społecznościowe
 <p>ADMINISTRACJA PUBLICZNA REGULATORZY I LEGISLATORZY</p>	<ul style="list-style-type: none"> • spotkania dla klientów, partnerów biznesowych (śniadania branżowe) • inicjatywy branżowe • zaangażowanie w projekty i inicjatywy zewnętrzne • udział w konferencjach, wydarzeniach • konsultacje publiczne
 <p>SPOŁECZEŃSTWO OBYWATELSKIE I SPOŁECZNOŚCI LOKALNE ORGANIZACJE POZARZĄDOWE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • wspólne działania i inicjatywy • spotkania, konferencje • udział w zewnętrznych inicjatywach • działania fundacji przy Grupie Agora • media społecznościowe

DOBRA PRAKTYKA

RAPORT ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA

87 wskaźników GRI i **65** dobrych praktyk zaprezentowanych w raporcie za 2018 r.

„Codziennie odpowiedzialni: różnorodność, relacje i rozwój” – to hasło przewodnie interaktywnego raportu Grupy Agora opisującego jej strategiczne podejście do odpowiedzialności. Dzięki publikacji można dowiedzieć się m.in. jak różnorodny jest zespół Grupy pod względem płci czy wieku, w jaki sposób Agora angażuje w działania społeczne swoich klientów i partnerów biznesowych oraz jak dba o środowisko naturalne.

Nowy raport Grupy Agora w szczególny sposób przedstawia realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDGs) oraz filarów strategii CSR, którymi są: różnorodność, relacje i rozwój. Publikacja obejmuje takie obszary, jak: relacje w miejscu pracy, dbałość o przestrzeganie praw człowieka, kwestie etyki i compliance, odpowiedzialność w relacjach z klientami i dostawcami, wpływ społeczny i środowiskowy, a także ład organizacyjny i model biznesowy.

- Część „Nasza odpowiedzialność” opisuje strategiczne podejście Grupy Agora do odpowiedzialności, cele i rezultaty realizacji strategii, mapę interesariuszy i opis dialogu z nimi oraz zarządzanie ryzykami niefinansowymi.
- W obszarze „Różnorodność” znaleźć można m.in. informacje dotyczące struktury zatrudnienia, rozwoju zawodowego i szkoleń dla pracowników oraz bezpieczeństwa w miejscu pracy.

Dodatkowo, oprócz projektów związanych z promocją zdrowia, kultury oraz aktywności fizycznej wśród pracowników, w tym rozdziale opisane są również działania zmierzające do zachowania równowagi pomiędzy pracą a życiem osobistym (work-life balance) oraz z zakresu przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi w miejscu pracy.

- Część „Relacje” przedstawia schemat wprowadzonego w 2018 r. systemu etyki oraz informacje na temat „Kodeksu etyki Agory” i ochrony sygnalistów. W tym rozdziale prezentowane są też łańcuch wartości oraz zasady dotyczące budowania relacji z klientami, dostawcami i podwykonawcami.
- W części „Rozwój” zebrane zostały dobre praktyki z zakresu zaangażowania społecznego i działań na rzecz społeczeństwa (m.in. w obszarze edukacji, kultury czy filantropii), a także cele oraz wskaźniki środowiskowe.

Strona raportCSR.agora.pl dostępna jest w polskiej i angielskiej wersji językowej. Jej interaktywna formuła wzbogacona została o infografiki, opisy 65 dobrych praktyk oraz ponad 50 tabel i zestawień z informacjami i danymi. Ponad 120 wyróżnionych liczb zwraca uwagę na kluczowe wyniki i rezultaty oraz wskaźniki efektywności.

W treści Raportu znajdują się również odnośniki do 87 wskaźników Standardu GRI, które zebrane zostały w interaktywnej tabeli. Wszystko po to, aby w jeszcze przystępniejszy i bardziej przejrzysty sposób przedstawić wpływ Grupy Agora na otoczenie.

Na stronie raportCSR.agora.pl wszyscy odbiorcy Raportu mogą wypełnić ankietę, przekazując swoje opinie o tegorocznej edycji raportu, jak również oczekiwania odnośnie kolejnej publikacji.

DOBRA PRAKTYKA

AGORA NAGRODZONA SREBRNYM LISTKIEM CSR „POLITYKI”

Już po raz drugi Agora została doceniona za działania społecznie odpowiedzialne i znalazła się w zestawieniu tygodnika „Polityka” przygotowanym w partnerstwie z firmą doradcą Deloitte oraz Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Spółkę wyróżniono Srebrnym Listkiem CSR za uwzględnienie w codziennej działalności operacyjnej wszystkich kluczowych rozwiązań normy społecznej odpowiedzialności ISO 26000. Laureatów 8. edycji Listków CSR poznaliśmy podczas gali 16 kwietnia 2019 r.

Agora otrzymała Srebrny Listek CSR „Polityki” jako spółka, która deklaruje wdrażanie wszystkich najistotniejszych kategorii zarządczych w ramach normy ISO 26000 (w tym: ład organizacyjny i etyka, prawa człowieka, praktyki z zakresu pracy, zarządzanie wpływem środowiskowym, uczciwe praktyki operacyjne i zagadnienia konsumenckie, a także zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej). W 2018 r. spółka została nagrodzona Białym Listkiem CSR „Polityki”.

DOBRA PRAKTYKA

„SZKOŁA Z KLASĄ” WYRÓŻNIONA W „RANKINGU 30×30 - SPOŁECZNE PROJEKTY BIZNESU OSTATNIEGO 30-LECIA”

„Szkoła z klasą”, kampania poprowadzona przez Centrum Edukacji Obywatelskiej oraz „Gazetę Wyborczą” w latach 2002-2005, została wyróżniona w rankingu ogólnopolskich projektów społecznych biznesu mających największą wartość dla społeczeństwa w mijającym 30-leciu. Lista lokalnych i krajowych inicjatyw została ogłoszona podczas konferencji „Społeczne wyzwania biznesu po 30 latach gospodarki wolnorynkowej w Polsce”, która odbyła się 10 października 2019 r. w Ministerstwie Rozwoju i Inwestycji.

Kampania z inicjatywy „Gazety Wyborczej” i Centrum Edukacji Obywatelskiej i miała na celu upowszechnianie obywatelskich i interaktywnych standardów nauczania w szkołach podstawowych, gimnazjach i szkołach średnich. Przedsięwzięcie zaangażowało tysiące placówek w całej Polsce. Program „Szkoła z klasą” opierał się na sześciu

zasadach mądrej szkoły, przyjaznej uczniom, nauczycielom i rodzicom. Do każdej zasady zostały przygotowane zadania. Szkoła biorąca udział w programie powinna była wybrać i zrealizować sześć zadań - po jednym do każdej zasady. Za zaliczenie zadań otrzymywała tytuł „Szkoły z klasą”.

W „Rankingu 30×30 -społeczne projekty biznesu ostatniego 30-lecia” zostało wybranych, w odrębnych kategoriach, po 30 najlepszych projektów ogólnopolskich oraz lokalnych. Ranking wyłonił w sumie 60 projektów biznesu, które zdaniem jury miały największy wpływ społeczny w minionych 30 latach. Wyboru dokonało grono ekspertów zajmujących się w praktyce zawodowej społeczną odpowiedzialnością biznesu. Organizatorem zestawienia jest ośrodek THINKTANK, a jego koordynatorem Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Cały ranking dostępny jest na [stronie](#).

NASZE OSIĄGNIĘCIA

ponad **70** nagród i wyróżnień dla Grupy Agora

22 nagród i wyróżnień dla działań, marek i spółek Grupy Agora

- [Agora z tytułem „Transparentna spółka roku 2018”](#)
- [Agora ponownie nagrodzona za „Najlepszy serwis IR” i jako „Lider komunikacji online”](#)
- [Media Agory – Plotek.pl i Radio Złote Przeboje z Effie Awards 2019](#)
- [AMS po raz 10. na szczycie Rankingu Biur Reklamy „Media Marketing Polska”; wyróżnienia dla „Gazety Wyborczej” i Tandem Media](#)

SPÓŁKI INTERNETOWE W PRESTIŻOWYCH RANKINGACH

- [Yieldbird ponownie w rankingu Deloitte „Technology Fast 500 Europe, Middle East & Africa \(EMEA\)”](#)
- [Online Technologies HR \(HRLink.pl\) po raz kolejny w rankingu Deloitte „Technology Fast 50 Central Europe”](#)
- [Yieldbird w zestawieniu „Gazele Biznesu 2019”](#)

159. miejsce Yieldbird wśród najdynamiczniej rozwijających się firm technologicznych z Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki

Yieldbird już po raz drugi znalazł się w gronie najdynamiczniej rozwijających się firm technologicznych z Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki. Firma z Grupy Agora awansowała w prestiżowym zestawieniu Deloitte Technology Fast 500 EMEA na 159. miejsce. Yieldbird konsekwentnie poszerza ofertę usług, a także zwiększa skalę działalności, docierając do nowej grupy klientów.

38. miejsce HRLink wśród na liście 50 najszybciej rozwijających się firm technologicznych z Europy Środkowej

HRLink, spółka z Grupy Agora tworząca innowacyjne rozwiązania informatyczne dedykowane rekrutacji online, kolejny rok z rzędu znalazła się na liście 50 najszybciej rozwijających się firm technologicznych z Europy Środkowej według Deloitte. Spółka jest jedyną firmą oferującą aplikację ATS w gronie finalistów. HRLink nieustannie rozwija swoje produkty w celu optymalizacji pracy osób rekrutujących i automatyzacji procesów rekrutacji. Od ponad 7 lat firma rozwija nowoczesną aplikację ATS (ang. applicant tracking system), oferowaną pracodawcom i agencjom rekrutacyjnym w modelu SaaS.

NAGRODY DLA „GAZETY WYBORCZEJ” I JEJ PROJEKTÓW

- [„Gazeta Wyborcza” liderem najsilniejszych brandów w Polsce w rankingu Top Marka 2019](#)
- [„Gazeta Wyborcza” nagrodzona za wspieranie sektora nowoczesnych usług](#)
- [Projekt „Europe Talks” z udziałem „Gazety Wyborczej” nagrodzony The Jean Monnet Prize 2019](#)

NAGRODY DLA HELIOSA I JEGO SPÓŁEK

- [Tomasz Jagiełło z tytułem Professional of the Year](#)
- [Katarzyna Borkowska wśród najbardziej wpływowych kobiet w branży kinowej](#)
- [Papa Diego z nagrodą SCF Retailers Award za debiut roku w kategorii F&B](#)
- [Helios Café w Blue City z nagrodą Sweets & Coffee Award 2019](#)
- [Marcin Czubak z Heliosa z nagrodą CineEurope Gold Award](#)
- [Helios i Papa Diego z nagrodami PRCH Retail Awards](#)

NAGRODY DLA SEGMENTU RADIO

- [Akcja TOK FM na platformie Asystent Google z nagrodą Mixx Awards 2019](#)

NAGRODY DLA AMS

- [Srebro dla AMS w konkursie INNOVATION 2019 za „Zielone przystanki”](#)

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA ZWIĄZANE Z ODPOWIEDZIALNYM BIZNESEM:

- [Agora nagrodzona Srebrnym Listkiem CSR „Polityki”](#)
- [„Szkoła z klasą” wyróżniona w „Rankingu 30x30 - społeczne projekty biznesu ostatniego 30-lecia”](#)

15 nagród dla dziennikarzy i fotoreporterów

- [Grzegorz Sroczyński z Nagrodą im. Bolesława Prusa za całokształt osiągnięć](#)
- [Patrik Ogorzałek z „Gazety Wyborczej Rzeszów” z prestiżową nagrodą](#)
- [Paweł Wilkowicz ze Sport.pl ze statuetką DEMES 2018](#)
- [Sławomir Kamiński z nagrodą za zdjęcie roku w konkursie Grand Press Photo 2019](#)
- [Michał Olszewski z krakowskiej „Gazety Wyborczej” wśród laureatów Nagród Dziennikarzy Małopolski](#)
- [Agnieszka Burton laureatką Nagrody im. Macieja Płażyńskiego](#)
- [Marcin Pietraszewski z „Gazety Wyborczej Katowice” z nagrodą Silesia Press 2019](#)
- [Ewa Wołkanowska-Kołodziej nagrodzona za cykl publikacji w „Gazecie Wyborczej”](#)
- [Małgorzata Bujara i Bożena Aksamit z „Gazety Wyborczej” z nagrodami „Obywatel Dziennikarz”](#)
- [Adam Michnik nagrodzony przez Uniwersytet Ostrawski](#)
- [Bartosz Józefiak z trzecim miejscem w konkursie „Uzależnienia XXI wieku”](#)
- [Adam Wajrak laureatem Nagrody im. Andrzeja Wajdy](#)
- [Adam Wajrak z nagrodą Polskiego PEN Clubu](#)
- [Ewa Podolska i Anna Gmiterek - Zabłocka laureatkami konkursu „Dziennikarz Medyczny Roku 2019”](#)
- [Grand Press 2019 - Bożena Aksamit z nagrodą za reportaż o ks. Jankowskim](#)

23 nagrody dla wydawnictw książkowych, muzycznych Wydawnictwa Agora oraz filmów i spółki NEXT FILM

- [Książka „Jacek” z Nagrodą Historyczną „Polityki” 2019](#)
- [Autorka książki „Nela i Artur. Koncert intymny Rubinsteinów” z Nagrodą Literacką dla Autorki „Gryfia” 2018](#)
- [Książka „Gotuję z Lewiatanem” z wyróżnieniem Pearl Impact Awards 2019](#)
- [Magdalena Grochowska laureatką Warszawskiej Premiery Literackiej za książkę „W czasach szaleństwa”](#)
- [Anne Applebaum odznaczona orderem państwowym przez prezydenta Ukrainy](#)
- [„Kieślowski. Zbliżenie” - tytuł wydany nakładem Wydawnictwa Agora „Najlepszą książką” wg Kapituły Nagrody „Newsweeka”](#)
- [Błażej Król laureatem Paszportów „Polityki” 2019](#)
- [„Władcy Polski. Historia na nowo opowiedziana” najlepszą książką historyczną 2019 roku](#)
- [Blanka Lipińska laureatką Bestsellerów Empiku 2019 w kategorii literatura obyczajowa](#)
- [„Kamerdyner” z dwoma Orłami](#)
- [„Słodki koniec dnia” wygrywa konkurs OFF Camera 2019](#)
- [Nagroda Specjalna Jury Festiwalu Sundance dla Najlepszej Aktorki Krystyny Jandy za „Słodki koniec dnia”](#)
- [9 nagród dla NEXT FILM podczas 44. Festiwalu Filmów Fabularnych w Gdyni](#)
- [3 statuetki Orłów – Polskich Nagród Filmowych dla filmów NEXT FILM](#)

NAGRODY DLA FILMÓW NEXT FILM

9 nagród podczas 44. Festiwalu Filmów Fabularnych w Gdyni

Tytuły dystrybuowane przez NEXT FILM zdobyły aż 9 spośród 18 nagród przyznanych na tegorocznym Festiwalu Filmów Fabularnych w Gdyni. „Ikar. Legenda Mietka Kosza”, nowy film Macieja Pieprzycy, otrzymał 6 wyróżnień, w tym Srebrne Lwy. 2 nagrody odebrali twórcy „Ukrytej gry”, zaś za pierwszoplanową rolę żeńską - w filmie „Piłsudski” - uhonorowana została Magdalena Boczarska.

3 statuetki Orłów – Polskich Nagród Filmowych

„Ikar. Legenda Mietka Kosza” oraz „Ukryta gra” zdobyły łącznie 3 statuetki Orłów – Polskich Nagród Filmowych. „Ikar. Legenda Mietka Kosza” za Najlepszą Muzykę (Leszek Możdżer) i Najlepszy Dźwięk (Marcin Pawłowski, Robert Czyżewicz), a „Ukryta gra” za najlepszą drugoplanową rolę męską (Robert Więckiewicz).

NAGRODY DLA WYDAWNICTWA AGORA

5 nominacji Wydawnictwa Agora do Bestsellerów Empiku 2019

Blanka Lipińska, której książka „Kolejne 365 dni” ukazała się nakładem Wydawnictwa Agora, została laureatką Bestsellerów Empiku 2019 w kategorii literatura obyczajowa.

Na liście nominowanych do Bestsellerów Empiku 2019, prócz nagrodzonej książki Blanki Lipińskiej, znalazło się 5 innych tytułów wydawanych bądź dystrybuowanych przez Wydawnictwo Agora: w kategorii Audiobook książka „Becoming. Moja historia” Michelle Obama, w kategorii Muzyka filmowa muzyka z filmu „Ikar. Legenda Mietka Kosza” skomponowana przez Leszka Możdżera, płyta „Nieumiarkowania” Błażeja Króla w kategorii Odkrycie Roku oraz filmy, których scenariusze zainspirowały powstanie książek Wydawnictwa Agora: „Kamerdyner” w reż. Filipa Bajora

w kategorii Film fabularny oraz „Ukryta gra” autorstwa Piotra Głuchowskiego, Łukasza Kośmickiego i Marcela Sawickiego w kategorii Odkrycie Roku.

Za swoje publikacje z 2019 r. Wydawnictwo Agora otrzymało też inne prestiżowe nagrody m.in Nagrodę Historyczną „Polityki” 2019 za biografię Jacka Kuronia pt. „Jacek” Anny Bikont i Heleny Łuczywo; Paszport „Polityki” dla Króla za płytę „Nieumiarkowana” czy Nagrodę „Newsweeka” im. Teresy Torafińskiej w kategorii „Najlepsza książka” za biografię „Kieślowski. Zbliżenie” Katarzyny Surmiak-Domańskiej.

20 nagród i wyróżnień dla akcji portalu Gazeta.pl Ostatni „Twój Weekend”

- [Festiwal Cannes Lions: Grand Prix w kategorii Glass The Lion for Change, Tytanowy Lew i 3 brązowe statuetki w kategoriach Print&Publishing, Media, Brand Experience](#)
- [Grand Prix Gerety Awards: Grand Prix w kategorii Media Cut](#)
- [WAN-IFRA: złoto w kategorii Redesigned Products w konkursie Print Innovation Awards](#)
- [Golden Drum 2019 w Portoroż: Grand Prix w kategorii Print oraz 2 srebra w kategoriach Content i Social Good](#)
- [Festiwal London International Awards: Native Advertising i Business-to-Consumer, a także tytuł Finalist w kategorii Direct Marketing-Consumer](#)
- [Nagrody KTR: 2 złota \(komunikacja korporacyjna i CSR - obszar Corporate & CSR\) oraz wykorzystanie reklamy prasowej - obszar Press\), 1 srebro \(kampanie zintegrowane - wykorzystujące co najmniej dwa różne kanały dotarcia do konsumenta - obszar Big Idea Campaigns\) i 3 brązowe Miecze w obszarach: Niestandardowe użycie mediów drukowanych \(Use of Print\), Działania PR promujące markę lub produkt \(Product & Brand\) i Innowacje w komunikacji \(In Communication\)](#)
- [D&AD Impact: Grafitowy Ołówek \(Graphite Pencil\) w kategorii Campaign / Equality and Diversity](#)
- [Epica Awards: Złoto w kategorii Public Interest - Gender Equity](#)

NAJWIĘCEJ NAGRÓD W HISTORII POLSKIEJ REKLAMY

- ◆ pierwsze polskie **Grand Prix** festiwalu reklamowego w **Cannes** w kategorii **Glass: The Lion for Change**
- ◆ pierwszy polski **Titanium Lion w Cannes**
- ◆ **3 Brązowe Lwy w Cannes** w kategoriach Print&Publishing, Media, Brand Experience
- ◆ **Grand Prix** konkursu **Golden Drum** w Portoroż w kategorii Print
- ◆ **2 srebra** w kategoriach Content i Social Good konkursu **Golden Drum** w Portoroż
- ◆ **Złoto** w kategorii Redesigned Products w konkursie **Print Innovation Awards WAN-IFRA w Berlinie**
- ◆ **Grafitowy Ołówek** (Graphite Pencil) na **D&AD Impact** w kategorii Campaign / Equality and Diversity
- ◆ **Grand Prix** w konkursie **Gerety Awards** w kategorii Media Cut
- ◆ Dwa złota, jedno srebro i trzy brązowe Miecze na konkursie **KTR**
- ◆ **Złoto** w **Epica Awards** w kategorii Public Interest - Gender Equity
- ◆ ciąg dalszy nastąpi...



TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY

Pracownicy to najważniejszy kapitał firmy, dlatego Grupa Agora dąży do tego, aby stworzyć pracownikom atrakcyjne warunki pracy. Zarząd Agory stara się zapewnić pracownikom środowisko otwarte na różnorodność, w którym naczelnymi zasadami są: równe traktowanie, respektowanie praw człowieka, wzajemny szacunek oraz współpraca.

KLUCZOWE OBSZARY WPŁYWU SPOŁECZNEGO GRUPY AGORA W ASPEKcie MIEJSCA PRACY W OPARCIU O CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU TO:



- rozwój kompetencji pracowników Agory
- zapewnienie stabilnego zatrudnienia
- zaangażowanie pracowników w działania społeczne, edukacyjne i kulturalne
- dbałość o respektowanie praw człowieka w miejscu pracy

Wszystkie wskaźniki zawarte w części „Różnorodni” zostały obliczone na podstawie łącznej liczby pracowników zatrudnionych na umowę o pracę z wyłączeniem osób na urlopach bezpłatnych, rehabilitacyjnych i wychowawczych oraz samozatrudnionych i z agencji pracy tymczasowej, chyba że wskazano inaczej. Do łącznej liczby pracowników i współpracowników (osoby pracujące lub współpracujące z Grupą Agora w 2019 r.) oprócz pracowników etatowych włączone są również osoby na kontraktach menedżerskich oraz w ramach uchwały o powołaniu, jak również stali współpracownicy zatrudnieni na umowę o dzieło, na umowę zlecenie oraz samozatrudnieni i z agencji tymczasowej. Skonsolidowane dane ujęte w ramach wskaźników dotyczą spółki Agora S.A. oraz spółek: Agora Poligrafia, Agora TC, AMS, Adpol, Domiporta, Grupa Radiowa Agory (GRA), Doradztwo Mediowe, Inforadio, GoldenLine, Helios, NEXT FILM, Foodio Concept, HRLink, Optimizers, Yieldbird, chyba że wskazane jest inaczej.

NASI PRACOWNICY

4 822 osoby pracujące lub współpracujące z Grupą Agora w 2019 r.

W Grupie Agora w 2019 r. pracowało 4 822 osób i było to o 23 osoby więcej niż rok wcześniej. Ze względu na specyfikę działalności (prowadzenie kin i restauracji) znaczna część współpracowników to osoby pracujące na umowach cywilnoprawnych (studenci, młodzi ludzie pracujący dorywczo). W Agorze S.A. współpracownicy na umowach cywilnoprawnych to głównie dziennikarze, osoby przygotowujące artykuły, wywiady i inne materiały do mediów Agory.

2 626 osoby pracujące w Grupie Agora w 2019 r. na podstawie umowy o pracę

W 2019 r. w Grupie Agora suma wszystkich osób zatrudnionych na podstawie umowy o pracę wyniosła 2 626 i było to o 213 osób mniej niż w 2018 r.

Zatrudnienie etatowe w Grupie na koniec grudnia 2019 r. wyniosło 2 495 etatów i zmniejszyło się o 216 etatów w porównaniu z końcem grudnia 2018 r. Spadek ten wynika głównie z niższego zatrudnienia w zrestrukturyzowanej działalności poligraficznej, działalności prasowej oraz działach wspomagających. Wzrost zatrudnienia miał natomiast miejsce w segmentach Film i Książka oraz Reklama Zewnętrzna.

Tabela 12. Struktura zatrudnienia pracowników i współpracowników na dzień 31 grudnia 2019 r.

GRUPA AGORA	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
	2019			2018		
OGÓŁEM pracownicy w tym:	2 540	2 023	4 563	2 453	2 108	4 561
umowy o pracę	1 462	1 164	2 626	1 501	1 338	2 839
umowy cywilno-prawne	1 074	842	1 916	944	747	1 691
kontrakty menedżerskie i uchwały o powołaniu	4	17	21	8	23	31
Pracownicy samozatrudnieni (b2b)*			259			238
OGÓŁEM WSZYSCY			4 822			4 799

AGORA S.A.	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
	2019			2018		
OGÓŁEM pracownicy w tym:	1024	860	1884	1083	1024	2 107
umowy o pracę	854	654	1508	904	801	1 705
umowy cywilno-prawne	167	202	369	172	210	382
kontrakty menedżerskie i uchwały o powołaniu	3	4	7	7	13	20
Pracownicy samozatrudnieni (b2b)*			135			154
OGÓŁEM WSZYSCY			2019			2 261

* brak danych dotyczących płci.

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

STRUKTURA ZATRUDNIENIA

Udział kobiet i mężczyzn w gronie pracowników całej Grupy Agora oraz w poszczególnych spółkach jest porównywalny, z niewielkimi odchyleniami. Różnorodność w Grupie Agora widoczna jest również w strukturze wieku, która zbliżona jest do struktury wiekowej społeczeństwa. Struktura zatrudnienia w porównaniu do ubiegłego roku zmieniała się nieznacznie.

Tabela 13. Struktura zatrudnienia w Grupie Agora i jej największych spółkach w podziale na wiek i płeć

		GRUPA AGORA	AGORA S.A.	AMS	HELIOS	GRA
2019						
Kobiety	< 30 lat	16,1%	14,2%	6,9%	25,7%	12,5%
	30-50 lat	70,7%	68,5%	76,2%	69,1%	83,9%
	>50 lat	13,2%	17,3%	16,9%	5,2%	3,6%
	Ogółem	55,7%	56,6%	56,1%	54,0%	44,1%
Mężczyźni	< 30 lat	15,8%	11,9%	2,6%	25,7%	12,7%
	30-50 lat	68,5%	69,1%	65,8%	67,0%	81,7%
	>50 lat	15,7%	19,0%	31,6%	7,3%	5,6%
	Ogółem	44,3%	43,4%	43,9%	46,0%	55,9%
Ogółem	< 30 lat	16,0%	13,2%	5,0%	25,7%	12,6%
	30-50 lat	69,7%	68,8%	71,7%	68,1%	82,7%
	>50 lat	14,3%	18,0%	23,3%	6,2%	4,7%
2018						
Kobiety	< 30 lat	17,1%	15,9%	5,1%	25,6%	10,5%
	30-50 lat	70,8%	68,6%	78,6%	69,8%	86,0%
	>50 lat	12,1%	15,5%	16,3%	4,6%	3,5%
	Ogółem	52,9%	53,0%	56,6%	52,3%	46,3%
Mężczyźni	< 30 lat	13,7%	11,4%	2,7%	25,2%	15,2%
	30-50 lat	72,6%	72,6%	68,0%	66,9%	81,8%
	>50 lat	13,7%	16,0%	29,3%	7,9%	3,0%
	Ogółem	47,1%	47,0%	43,4%	47,7%	53,7%
Ogółem	< 30 lat	15,5%	13,8%	4,0%	25,5%	13,0%
	30-50 lat	71,7%	70,5%	74,0%	68,4%	83,7%
	>50 lat	12,8%	15,7%	22,0%	6,1%	3,3%

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

Struktura zatrudnienia w podziale na płeć i miejsce pracy (region) jest porównywalna do ogólnej struktury zatrudnienia. Różnice w poszczególnych regionach (woj. wielkopolskie, woj. łódzkie, woj. kujawsko-pomorskie, woj. śląskie) wynikają z lokalizacji w tych województwach działów IT, technicznych oraz drukarni, w których większość pracowników to mężczyźni. Najwięcej pracowników Grupy Agora zatrudnionych jest w woj. Mazowieckim (ponad

60%). Znaczny udział zatrudnionych osób w Grupie Agora pracuje w województwach: śląskim, wielkopolskim, pomorskim i łódzkim.

Tabela 14. Struktura zatrudnienia w Grupie Agora w podziale na płeć i region pracy

GRUPA AGORA	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
województwo	2019	2019	2018	2018
dolnośląskie	53,9%	46,1%	58,6%	41,4%
kujawsko - pomorskie	58,0%	42,0%	59,2%	40,8%
lubelskie	52,2%	47,8%	55,6%	44,4%
lubuskie	38,5%	61,5%	46,2%	53,8%
łódzkie	70,4%	29,6%	63,6%	36,4%
małopolskie	56,6%	43,4%	59,5%	40,5%
mazowieckie	56,4%	43,6%	56,7%	43,3%
opolskie	59,3%	40,7%	59,1%	40,9%
podkarpackie	45,8%	54,2%	45,0%	55,0%
podlaskie	51,7%	48,3%	53,1%	46,9%
pomorskie	60,8%	39,2%	57,6%	42,4%
śląskie	51,6%	48,4%	36,7%	63,3%
świętokrzyskie	48,0%	52,0%	54,8%	45,2%
warmińsko - mazurskie	35,7%	64,3%	26,7%	73,3%
wielkopolskie	45,0%	55,0%	28,3%	71,7%
zachodniopomorskie	52,1%	47,9%	56,8%	43,2%

AGORA	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
województwo	2019	2019	2018	2018
dolnośląskie	61,8%	38,2%	69,2%	30,8%
kujawsko - pomorskie	58,5%	41,5%	59,3%	40,7%
lubelskie	42,9%	57,1%	0,0%	100,0%
lubuskie	33,3%	66,7%	45,5%	54,5%
łódzkie	50,0%	50,0%	52,9%	47,1%
małopolskie	54,1%	45,9%	52,8%	47,2%
mazowieckie	58,0%	42,0%	56,7%	43,3%
opolskie	57,1%	42,9%	57,1%	42,9%
podkarpackie	66,7%	33,3%	66,7%	33,3%
podlaskie	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%
pomorskie	56,3%	43,7%	53,1%	46,9%
śląskie	48,4%	51,6%	48,6%	51,4%
świętokrzyskie	22,2%	77,8%	38,5%	61,5%

warmińsko - mazurskie	33,3%	66,7%	28,6%	71,4%
wielkopolskie	55,6%	44,4%	22,3%	77,7%
zachodniopomorskie	50,0%	50,0%	62,5%	37,5%

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

Znacząca większość pracowników zatrudniona jest na umowę na czas nieokreślony, na pełny etat. Umowy na niepełny etat są ponad dwukrotnie częstsze w przypadku kobiet, ze względu na godzenie ról zawodowych i prywatnych.

Tabela 15. Struktura zatrudnienia ze względu na rodzaj i typ umowy, w podziale na płeć

GRUPA AGORA	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018
na okres próbny	1,9%	2,2%	1,8%	1,4%	1,9%	1,8%
na czas określony	9,4%	8,5%	6,6%	6,2%	8,2%	7,4%
na czas nieokreślony	86,9%	87,6%	90,4%	91,6%	88,4%	89,5%
na zastępstwo	1,8%	1,7%	1,2%	0,8%	1,5%	1,3%
	2019	2018	2019	2018	2019	2018
na pełny etat	95,5%	96,3%	96,7%	97,1%	96,1%	96,7%
na niepełny etat	4,5%	3,7%	3,3%	2,9%	3,9%	3,3%

AGORA	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018
na okres próbny	1,3%	1,5%	1,4%	0,6%	1,3%	1,1%
na czas określony	7,6%	7,7%	2,6%	4,5%	5,4%	6,2%
na czas nieokreślony	89,9%	89,7%	95,4%	94,4%	92,3%	91,9%
na zastępstwo	1,2%	1,0%	0,6%	0,5%	1,0%	0,8%
	2019	2018	2019	2018	2019	2018
na pełny etat	95,7%	95,8%	96,6%	96,9%	96,1%	96,3%
na niepełny etat	4,3%	4,2%	3,4%	3,1%	3,9%	3,7%

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

ZMIANY W ZATRUDNIENIU. ROTACJA PRACOWNIKÓW

Relatywnie wysoki wskaźnik odejść pracowników w grupie wiekowej poniżej 30. roku życia jest głównie związany z postawami tych osób: mobilnością, wyższą skłonnością do zmiany miejsca pracy, chęcią zdobycia nowych doświadczeń oraz zmierzania się z wyzwaniami w innej organizacji.

21,7% rotacja wśród wszystkich pracowników Grupy Agora zatrudnionych na umowę o pracę

Wysoki wskaźnik rotacji spowodowany był restrukturyzacją w segmencie Druk i zakończeniem działalności dwóch z trzech drukarni. Zwolnienie grupowe zostało przeprowadzone w okresie od 25 marca do 23 kwietnia 2019 r. i objęło 147 pracowników zatrudnionych głównie w segmencie Druk w Grupie Agora (co stanowi 56% wszystkich zatrudnionych w tym obszarze, w tym 89% zatrudnionych w drukarni Agory S.A. w Pile oraz 88% zatrudnionych w spółce Agora Poligrafia Sp. z o.o. w Tychach, według stanu na dzień 1 marca 2019 r.).

Tabela 16. Wskaźniki zatrudnienia nowych pracowników oraz rotacji pracowników w podziale na grupy wiekowe i płeć

GRUPA AGORA	2019						Ogółem wśród wszystkich
	Kobiety			Mężczyźni			
Płeć							
Wiek	< 30 lat	30-50 lat	>50 lat	< 30 lat	30-50 lat	>50 lat	
Procent nowo zatrudnionych pracowników w danej kategorii wiekowej	33,5%	10,0%	2,1%	38,6%	7,7%	2,2%	12,3%
Procent odejść pracowników w danej kategorii wiekowej	26,3%	15,9%	7,3%	26,1%	30,6%	20,8%	21,7%

GRUPA AGORA		2018					Ogółem wśród wszystkich
Płeć	Kobiety			Mężczyźni			
Wiek	< 30 lat	30-50 lat	>50 lat	< 30 lat	30-50 lat	>50 lat	
Procent nowo zatrudnionych pracowników w danej kategorii wiekowej	30,1%	9,6%	5,0%	29,0%	7,6%	0,0%	11,1%
Procent odejść pracowników w danej kategorii wiekowej	24,6%	13,9%	6,6%	28,4%	17,4%	0,0%	15,6%

AGORA		2019					Ogółem wśród wszystkich
Płeć	Kobiety			Mężczyźni			
Wiek	< 30 lat	30-50 lat	>50 lat	< 30 lat	30-50 lat	>50 lat	
Procent nowo zatrudnionych pracowników w danej kategorii wiekowej	27,3%	9,6%	0,7%	30,8%	5,1%	0,8%	9,2%
Procent odejść pracowników w danej kategorii wiekowej	29,8%	15,6%	8,1%	28,2%	31,2%	21,0%	21,8%

		2018					Ogółem wśród wszystkich
Płeć	Kobiety			Mężczyźni			
Wiek	< 30 lat	30-50 lat	>50 lat	< 30 lat	30-50 lat	>50 lat	
Procent nowo zatrudnionych pracowników w danej kategorii wiekowej	31,3%	9,5%	4,3%	29,7%	7,6%	3,1%	10,9%
Procent odejść pracowników w danej kategorii wiekowej	27,1%	14,4%	5,7%	18,7%	15,8%	18,8%	15,8%

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

ZMNIJSZENIE ZATRUDNIENIA W SEGMENTE DRUK W GRUPIE AGORA

5 marca 2019 r., Spółka poinformowała o rozpoczęciu działań optymalizacyjnych w zakresie działalności poligraficznej Grupy Agora. Decyzja o przeprowadzeniu przez Agorę działań optymalizacyjnych, w tym zwolnień grupowych, miało związek z postępującym spadkiem przychodów ze sprzedaży usług poligraficznych w technologii coldset, w której specjalizują się drukarnie Grupy Agora. Trend ten wynika w dużej mierze ze spadku sprzedaży egzemplarzowej krajowej prasy drukowanej, której wydawcy są głównymi nabywcami usług realizowanych w technologii coldset. Zlecenia od klientów z innych branż, w tym realizowane w technologii heatset, mają istotnie mniejszy udział w przychodach z działalności poligraficznej Grupy – ze względu na ograniczenia infrastrukturalne nie były i nie są one w stanie skompensować utraty przychodów związanych z drukiem coldsetowym.

Zarząd Agory przystąpił do konsultacji w tej sprawie zarówno ze związkiem zawodowym działającym przy Spółce, jak i z radą pracowników Spółki i Agory Poligrafii Sp. z o.o., a także powiadomił właściwe urzędy pracy o zamiarze przeprowadzenia zwolnień grupowych w spółkach Agora S.A. i Agora Poligrafia Sp. z o.o.

Zwolnienie grupowe zostało przeprowadzone w okresie od 25 marca do 23 kwietnia 2019 r. i objęło 147 pracowników zatrudnionych głównie w segmencie Druk w Grupie Agora (co stanowi 56% wszystkich zatrudnionych w tym obszarze, w tym 89% zatrudnionych w drukarni Agory S.A. w Pile oraz 88% zatrudnionych w spółce Agora Poligrafia Sp. z o.o. w Tychach, według stanu na dzień 1 marca 2019 r.).

Na tych samych warunkach Spółka i Agora Poligrafia Sp. z o.o. rozstała się z pracownikami, którzy byli zatrudnieni w drukarniach w Tychach i w Pile po 30 czerwca 2019 r. Pracownicy objęci zostali także działaniami osłonowymi obejmującymi, m.in. wsparcie w poszukiwaniu pracy oraz przekwalifikowaniu.

Spółka, zgodnie z wymogami prawa, przekazała stosowne informacje, w tym treść zawartych Porozumień, Powiatowemu Urzędowi Pracy. Spółka przeprowadziła zmiany z dbałością o pracowników, oferując im szereg działań osłonowych i wspierających.

WORK-LIFE BALANCE

ŚWIADCZENIA DLA PRACOWNIKÓW

Pracownicy spółek z Grupy Agora objętych Wspólnym Funduszem Socjalnym mają do dyspozycji wiele propozycji w zakresie benefitów, m.in.:



- dostęp do platformy benefitowej i częściowa refundacja kosztów karnetów sportowych,
- dodatkowe świadczenia socjalne skierowane do pracowników, którzy znaleźli się w trudnej sytuacji życiowej,
- częściowa refundacja kosztów wydarzeń sportowych (w tym biegowych),
- pożyczki mieszkaniowe.

92% pracowników Grupy Agora skorzystało z systemu MyBenefit w 2019 r.

Pracownicy mogli korzystać z platformy MyBenefit, na której cyklicznie przyznawane były punkty, które można wymienić na świadczenia. Liczba przyznanych punktów zależy od sytuacji materialnej pracowników. W szerokiej ofercie znajdują się m.in. zniżki i promocyjne ceny na bilety: do kina, na koncerty, do teatrów, na imprezy kulturalne, wydarzenia sportowe – mecze czy widowiska, a także oferta usług z zakresu sportu i rekreacji, usług i kolonii dla dzieci, wizyt w SPA lub promocji w sklepach. W ofercie jest również karta MultiSport.

Tabela 17. System MyBenefit

	2019	2018	r/r
% pracowników korzystających z Systemu MyBenefit*	92%	91%	↑1pkt%

*dane bez spółek: Helios, Foodio Concept, Step Inside, AMS, Adpol i GoldenLine. Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

WSPARCIE RODZICÓW

Agora wspierała pracowników, którzy zostali rodzicami w następujący sposób:

- zasiłek dla rodziców w związku z urodzeniem dziecka,
- dofinansowanie wyprawki szkolnej,
- refundacja czy dofinansowanie „zielonych szkół” i wydatków na kolonie,
- refundacja kosztów przedszkoli, żłobków, kosztów zatrudnienia opiekunki do dzieci.

Jednocześnie ważną kwestią pozostaje zapewnienie możliwości powrotu do pracy po zakończonym urlopie rodzicielskim. Monitorowane są wskaźniki powrotów do pracy i retencji po urlopie rodzicielskim.

72,1% pracowników powróciło do pracy po wykorzystaniu urlopu macierzyńskiego/tacierzyńskiego

Tabela 18. Powroty do pracy i retencja po urlopie rodzicielskim

GRUPA AGORA	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
	2019			2018		
Pracownicy, którzy skorzystali z urlopu rodzicielskiego	142	37	179	76	51	127
Pracownicy, którzy powrócili do pracy urlopie rodzicielskim	93	36	129	108	58	166
Pracownicy, którzy powrócili do pracy urlopie rodzicielskim i byli zatrudnieni przez kolejne 12 miesięcy od powrotu	102	7	109	92	50	142
Odsetek powrotów do pracy	65,5%	97,3%	72,1%	85,2%	86,2%	85,5%

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora bez danych spółek Foodio i Step Inside

AGORA S.A.	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
	2019			2018		
Pracownicy, którzy skorzystali z urlopu rodzicielskiego	61	21	82	66	41	107
Pracownicy, którzy powrócili do pracy urlopie rodzicielskim	46	21	67	53	39	92
Pracownicy, którzy powrócili do pracy urlopie rodzicielskim i byli zatrudnieni przez kolejne 12 miesięcy od powrotu	52	4	56	50	36	86
Odsetek powrotów do pracy	75,4%	100,0%	81,7%	80,3%	95,1%	86,0%

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

PROMOCJA KULTURY

Pracownicy Grupy Agora mają również do dyspozycji szereg zniżek na produkty z oferty Grupy Agora:

- 70% zniżki na prenumeratę cyfrową „Gazety Wyborczej”
- 75% zniżki na dostęp do Premium Radia TOK FM
- 15% zniżki na zakupy na Kulturalnysklep.pl
- 25% zniżki na zakupy na Publio.pl
- 10% zniżki na zakupy w Gazeta Cafe
- bilet ulgowy zamiast normalnego w kinach sieci Helios i zniżek w restauracjach Foodio Concept w całej Polsce – dla siebie i dla osoby towarzyszącej
- specjalne ceny biletów na wybrane koncerty i wydarzenia muzyczne Agory

DOBRA PRAKTYKA**AGORA „PRACODAWCĄ PRZYJAZNYM CZYTAJĄCYM”**

Agora aktywnie promuje czytelnictwo nie tylko w społeczeństwie, ale również wśród pracowników, którzy mogą skorzystać ze zniżek pracowniczych.

Firma jako jedna z pierwszych w Polsce dołączyła do akcji „CzytajPL” i otrzymała tytuł „Pracodawca przyjazny czytającym”.

DOBRA PRAKTYKA**DARMOWE E-BOOKI NA WAKACJE I NA ŚWIĘTA**

2544 pobrań e-booków w ramach akcji „Darmowe e-booki” w 2019 r.

W 2019 r. dwukrotnie – przed wakacjami i w okresie świątecznym – pracownicy Grupy Agora mogli bezpłatnie pobrać e-booki ze strony sklepu Publio.pl w ramach akcji promocyjnej czytelnictwo. To już kolejna odsłona działań mających na celu promocję czytelnictwa wśród pracowników.

Tabela 19. Akcja „Darmowe e-booki” w Grupie Agora

	2019	2018
liczba pobrań w ramach akcji „Darmowe e-booki”	2 544	3 156

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

DOBRA PRAKTYKA**„PRZECYTANA? WYMIENI SIĘ!”**

250 książek zostało przekazanych charytatywnie do domów samotnej matki, do Wspólnoty Chleb Życia Siostry Małgorzaty Chmielewskiej, na Jarmark Dominikański oraz do zakładu karnego w Uhercach Mineralnych



Inicjatywa wymiany przeczytanych książek z dotychczasowych jednorazowych działań przerodziła się w cykliczną akcję. Pracownicy Grupy Agora z siedziby przy ul. Czerskiej 8/10 w Warszawie każdego dnia mogą przynieść lub zabrać książki z regału, który na stałe został umiejscowiony w siedzibie firmy. Raz na kwartał część zbiorów jest przekazywana charytatywnie do domów samotnej matki, do Wspólnoty Chleb Życia Siostry Małgorzaty Chmielewskiej, na Jarmark Dominikański oraz do zakładu karnego w Uhercach Mineralnych.

DOBRA PRAKTYKA**„CHODŹ DO TEATRU”**

165 wyjść propozycji wyjść do teatru przygotowano dla pracowników Agory w 2019 r.

48 spektakli znalazło się w ofercie specjalnej akcji „Chodź do teatru”

Pracownicy Agory od 2018 r. mogą kupować bilety do wybranych teatrów w preferencyjnych cenach. W ofercie są warszawskie Teatr Kwadrat, Teatr Ateneum, Och Teatr, Teatr Polonia, Teatr Ochoty, a także Teatr Polski we Wrocławiu. Raz w miesiącu proponowany jest nowy repertuar.

ELASTYCZNE GODZINY PRACY I PRACA ZDALNA

Pracownicy poszczególnych spółek Grupy Agora, w porozumieniu z przełożonymi, mogą skorzystać z możliwości pracy zdalnej, jak również z elastycznych godzin pracy. W siedzibie głównej Agory przy ul. Czerskiej 8/10 w Warszawie do dyspozycji pracowników jest stołówka ze śniadaniem, obiadem i kolacją, kawiarnia Gazeta Cafe, a także wydzielone miejsce na zostawienie roweru oraz parkingi dla samochodów. W klubie fitness na parterze budynku znajduje się

basen, siłownia i sauna.



DOBRA PRAKTYKA DWIE GODZINY DLA RODZINY

Co roku Agora przystępuje do akcji „Dwie godziny dla rodziny” i w okolicach Dnia Dziecka (w 2018 r. był to 1 czerwca, w 2019 r. 31 maja) proponuje pracownikom skrócenie czasu pracy o 2 godziny i spędzenie go ze swoimi bliskimi.

DODATKOWE DNI URLOPU



69% o tyle wzrosła w 2019 r. liczba pracowników Agory i spółek zależnych, którzy wykorzystali cały swój roczny urlop w porównaniu do liczby pracowników w 2018 r.

Od 2019 r. pracownikom Agory i jej wybranych spółek zależnych, którzy zaplanują i wykorzystają w całości do końca roku swój urlop wypoczynkowy, przysługują dodatkowe 2 dni wolne od pracy - 24 i 31 grudnia, z zachowaniem prawa do wynagrodzenia. Dzięki tej propozycji aż o 69% wzrosła liczba osób, które wykorzystały swój urlop w całości w stosunku do roku ubiegłego.

OPIEKA NAD DZIEĆMI PODCZAS STRAJKU NAUCZYCIELI W 2019 R.



W związku z planowanym ogólnopolskim strajkiem nauczycieli, a co za tym idzie odwołaniem zajęć w szkołach przygotowana została specjalna propozycja dla dzieci wszystkich pracowników Grupy Agora z Warszawy. Podczas strajku, przez dwa tygodnie dzieci miały zorganizowane specjalne bezpłatne zajęcia w siedzibie firmy na ul. Czerskiej oraz częściowo płatne w FunParku Digiloo. W programie znalazły się m.in. eksperymenty chemiczne, warsztaty plastyczne oraz gry i konkursy. Opiekę nad dziećmi sprawowali profesjonalni animatorzy.

ZAWODY SPORTOWE DLA PRACOWNIKÓW

Zdrowy tryb życia jest promowany poprzez fundusz biegowy, który chce wspierać jak największą liczbę biegaczy. Każdy pracownik ma określony limit dofinansowania dostępny w ciągu roku: w zawodach biegowych – maratonach i półmaratonach lub innych niestandardowych biegach na dystansach długich, a także w biegach narciarskich na długich dystansach.

Pracownicy mogą brać również udział w organizowanych przez Agorę zawodach i turniejach:



zawody „Jajo Agory”



narciarskie regaty „Agora Cup”



turniej piłki „Agora Mundial”



nożnej turniej „Agora Open”

tenisowy

Tabela 20. Fundusz biegowy Agory S.A.

	2019	2018
Pracownicy, którzy skorzystali z funduszu biegowego	12	28

Źródło: Dane własne.

ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO PRACY

Kwestia bezpieczeństwa i higieny pracy ma dla Grupy Agora istotne znaczenia, dlatego oprócz spełniania wszystkich wymogów prawnych i formalnych firma podejmuje działania w celu zapobiegania wypadkom oraz urazom w miejscu pracy. Regularnie odbywają się szkolenia wewnętrzne – okresowe szkolenia BHP, szkolenia przeciwpożarowe oraz z pierwszej pomocy przedmedycznej.

MONITORING WYPADKÓW

W Agorze regularnie monitorowane są zagrożenia oraz liczba wypadków w postaci rejestru wypadków na poziomie Grupy i oddzielnie dla każdej spółki. Zdefiniowany został również sposób rejestrowania i zgłaszania danych dotyczących wypadków przy pracy oraz wypadków w drodze do pracy. Pracownicy są szkoleni z zakresu BHP zgodnie z obowiązującymi regulacjami. W czasie szkoleń omawiane są: procedura zgłaszania wypadków przy pracy oraz najważniejsze wnioski i zalecenia z zaistniałych wcześniej zdarzeń. Pracownicy są zapoznawani z oceną ryzyka zawodowego na poszczególnych stanowiskach pracy. Kadra kierownicza na bieżąco jest informowana o wymaganiach proceduralnych z zakresu BHP i jest w stałym kontakcie ze specjalistą ds. BHP.

Tabela 21. Wypadki oraz nieobecność w pracy z podziałem na płeć

GRUPA AGORA	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
Liczba wypadków przy pracy	2019			2018		
lekkich	0	0	0	2	10	12
ciężkich	4	3	7	0	0	0
śmiertelnych	0	0	0	0	0	0
Wypadkowość	2,7	2,6	2,7	1,2	7,4	4,0
Absencja chorobowa	7,8	3,8	6,0	10,3	3,9	10,2

AGORA S.A.	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
Liczba wypadków przy pracy	2019			2018		
lekkich	0	0	0	0	7	7
ciężkich	1	1	2	0	0	0
śmiertelnych	0	0	0	0	0	0
Wypadkowość	1,2	1,5	1,3	0	8,7	4,1
Absencja chorobowa	13,3	6,7	10,5	13,7	6,2	10,2

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

Wypadkowość określana jest jako iloraz liczby poszkodowanych w wypadkach przy pracy i łącznej liczby pracowników na koniec raportowanego okresu przemnożony przez 1000. **Absencja chorobowa** to stosunek łącznej liczby dni absencji chorobowej i poziomu zatrudnienia na koniec roku finansowego (źródło: Statystyczna Karta Wypadków GUS Z-KW).

W firmie prowadzony jest rejestr wypadków centralnie i oddzielnie dla każdej spółki. W firmie zdefiniowany jest sposób rejestrowania i zgłaszania danych dotyczących wypadków przy pracy oraz wypadków w drodze do pracy.

DOBRA PRAKTYKA

SZKOLENIE Z PIERWSZEJ POMOCY

82 osób wzięło udział w szkoleniach dotyczących udzielania pierwszej pomocy

W listopadzie 2019 r. odbył się cykl szkoleń dla pracowników Agory z udzielania pierwszej pomocy. Do udziału w szkoleniu, składającym się z części teoretycznej i praktycznej, zaproszeni zostali pracownicy z Warszawy i oddziałów lokalnych. Prowadzili je wykwalifikowani ratownicy medyczni.



Wśród poruszonych tematów znalazły się m.in. zabezpieczenie poszkodowanych, wyposażenie apteczki pierwszej pomocy, postępowanie z poszkodowanymi w przypadku urazów, podstawy reanimacji, techniki obsługi defibrylatora AED. Po ukończeniu szkolenia wszyscy uczestnicy otrzymali imienne zaświadczenia.

W 7 jednodniowych szkoleniach wzięły udział 82 osoby z Warszawy, Łodzi, Poznania, Gdańska i Katowic.

W szkoleniach w 2018 r. wzięło udział 45 pracowników i współpracowników.



DOBRA PRAKTYKA

ZDROWIE NA ETACIE

Agora jako pracodawca dąży do tego, aby członkowie jej zespołu mogli zachować równowagę pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym oraz prowadzić zdrowy tryb życia. Dlatego w siedzibie spółki systematycznie wprowadzane są rozwiązania wspomagające osiągnięcie tego celu.

W lutym 2019 r. zorganizowany został, wspólnie z firmą Benefit System, cykl wykładów, ćwiczeń oraz indywidualnych konsultacji pod hasłem „Zdrowie na etacie”. Jego celem było pokazanie jak świadomie i rozsądnie prowadzić zdrowy styl życia. Udział w wydarzeniu był otwarty i bezpłatny, a dodatkowo zaplanowano transmisje z wykładów dla pracowników z oddziałów. Pierwszy dzień rozpoczął się od krótkiego instruktażu ergonomii na stanowisku pracy przy biurkach. Do dyspozycji pracowników byli trenerzy personalni, którzy pokazywali przy stanowiskach pracy jak przybrać prawidłową postawę. Można było również wziąć udział w zajęciach z automasażu oraz wykładzie „10 niezbędnych wskazówek treningowych”. Kolejnego dnia odbywały się konsultacje z dietetykami, ale też analizy składu ciała i indywidualnie rozmowy na temat zdrowego odżywiania. Pracownicy mogli również posłuchać wykładu o diecie MIND i ponownie wziąć udział w zajęciach z automasażu.

SZKOLENIA I ROZWÓJ

Polityka szkoleniowa Agory odwołuje się do znaczenia ludzi w organizacji. Szkolenia są źródłem wiedzy i umiejętności, pozwalają skutecznie wdrażać zmiany i doskonalić procesy.

SZKOLENIA WEWNĘTRZNE

208 osób wzięło udział w szkoleniach, które zajęły **25,5** dnia szkoleniowego w 2019 r.

Szkolenia wewnętrzne przeprowadzone w 2019 r. można podzielić na 3 kategorie:

- menedżerskie (szkolenia: „Niezbędnik menedżera”, „Coachingowy styl zarządzania”)
- wprowadzające („Witamy w Agorze”, „Nawigator”)
- rozwijające umiejętności osobiste („Komunikacja w pracy Redaktora”, „Udzielanie informacji zwrotnej”,)
- Warsztaty moderowane

Na szkolenia mogli się zgłosić pracownicy wszystkich spółek Grupy Agora.

Tabela 22. Szkolenia wewnętrzne

	2019	2018
Szkolenia menedżerskie i rozwijające umiejętności osobiste	94	152 osób
Szkolenia wprowadzające	114	113 osób
Ogółem	208 osób 25,5 dni szkoleniowe	265 osób 33 dni szkoleniowe

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora. Dane nie uwzględniają spółki GoldenLine.

SZKOLENIA Z PRZECIWDZIAŁANIA DYSKRYMINACJI I MOBBINGOWI

88 uczestników szkoleń z przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi

W 2019 r. przeprowadzono serię szkoleń z przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi dla pracowników spółek należących do Grupy Agora.

Przeszkolono (w ramach 4 jednodniowych szkoleń) 88 osób, w tym 81 uczestników obejmujących stanowiska kierownicze oraz 7 specjalistów.

WITAMY W AGORZE

114 osób wzięło udział w szkoleniu „Witamy w Agorze” w 2019 r.

Każdy nowy pracownik Agory S.A. w chwili rozpoczęcia pracy jest zapraszany do udziału w całodniowym szkoleniu wprowadzającym „Witamy w Agorze”. Oprócz podstawowych informacji o firmie, zasadach BHP, bezpieczeństwie danych i zasadach korzystania ze sprzętu komputerowego, uczestnicy poznają też aspekty działania Agory jako odpowiedzialnej firmy. Podczas szkolenia prezentowane są m.in. zasady przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi w miejscu pracy, Kodeks obsługi klientów czy wewnętrzne regulacje. Oprócz prezentacji pracownicy otrzymują również rozbudowany materiał na temat odpowiedzialnego biznesu oraz etyki.

COACHING WEWNĘTRZNY

12 procesów coachingowych zrealizowanych w Agorze w 2019 r.

Od dwóch lat w Grupie Agora stosowany jest coaching wewnętrzny jako narzędzie rozwojowe dla menedżerów firmy. Coachami są trenerzy wewnętrzni z działu HR, osoby wykształcone i certyfikowane przez międzynarodową organizację ICC (International Coaching Community).

Przeprowadzono coaching dla 12 osób w Agorze w 2019 r. (w tym 32 odbyte sesje). W zestawieniu uwzględniono kontynuacje procesów z roku 2018 oraz procesy, które się rozpoczęły i są aktualnie w toku (w 2018 r. zrealizowano 9 procesów coachingowych).

SZKOLENIA W GAZETA.PL

W pionie Gazeta.pl w 2019 r. kontynuowane były szkolenia rozwojowe i merytoryczne.

149 w sumie w ponad **149 528** godzinach szkoleniowych, w tym **62** pracowników pionu Gazeta.pl

wzięło udział w **16** szkoleniach i konferencjach merytorycznych dotyczących IT

Dane zawierają szkolenia z przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji, pierwszą pomoc oraz wyróżnione poniżej szkolenia i konferencje merytoryczne.

DOBRA PRAKTYKA

SZKOŁA REPORTERÓW „GAZETY WYBORCZEJ”

23 uczestników drugiej edycji Szkoły Reporterów w 2019 r.

Druga edycja Szkoły Redaktorów „Gazety Wyborczej” rozpoczęła się w listopadzie 2019 r. To 10 trzydniowych zjazdów zaplanowanych na 12 miesięcy. Uczestnicy doskonalą swój warsztat redaktorski pod okiem doświadczonych dziennikarzy „Gazety Wyborczej”, autorów książek i scenariuszy oraz ekspertów nowych mediów. Ideą projektu jest rozwijanie kompetencji i przygotowanie młodych stażem redaktorów do wyzwań, jakie stawia dziennikarstwu współczesny świat.



Zajęcia mają głównie charakter ćwiczeń oraz warsztatów obejmujących m.in. pracę nad konkretnymi tekstami z różnych gatunków, stylów i form dziennikarskich. Prowadzą je przede wszystkim doświadczeni dziennikarze i redaktorzy „Gazety Wyborczej”. W gronie uczniów drugiej edycji Szkoły Redaktorów znalazły się 23 osoby ze wszystkich działów „Wyborczej”, w

tym m.in. z oddziałów lokalnych, redakcji „Wysokich Obcasów” oraz BiQdata, działów kultury i promocji.

„Gazeta Wyborcza” zainaugurowała działalność Szkoły Redaktorów w 2018 r. Ideą projektu było przekazywanie wiedzy i rozwijanie kompetencji redaktorów dzięki kontaktowi z najlepszymi specjalistami, nie tylko z grona ludzi „Wyborczej”, a także przygotowanie ich do wyzwań, jakie stawiają dziennikarstwu dzisiejszy świat i przemiany we współczesnych mediach.

DOBRA PRAKTYKA

„WIELKIE OPowieści” – KONKURS DLA DZIENNIKARZY „GAZETY WYBORCZEJ”

6 prac nagrodzonych w wewnętrznym konkursie „Wielkie opowieści” dla dziennikarzy „Gazety Wyborczej”

„Wielkie opowieści” to redakcyjny konkurs na autorski projekt dziennikarski, który został ogłoszony w połowie 2018 r., a rozstrzygnięty na początku 2019 r. Mogli w nim wziąć udział dziennikarze „Gazety Wyborczej” z całej Polski. Spośród kilkuset nadesłanych zgłoszeń wybrano sześć najciekawszych pomysłów. Ich autorzy otrzymali środki finansowe na realizację projektów oraz urlop, w czasie którego w całości mogli poświęcić się swojemu tematowi. Nagrodzone prace ukazywały się w odcinkach na łamach „Gazety Wyborczej” i w serwisie Wyborcza.pl od stycznia 2019 r.

Laureaci edycji z 2018/2019 r.:

- **Agnieszka Urazińska i Tomek Stańczak - Dzieci bezdomne**
Dzieci bezdomne. Często bardziej chcą wyjść z bezdomności niż ich matki
Dzieci bezdomne. Wstydę się, że nie mam domu
Dzieci bezdomne. Budzę się, a ten dom wciąż stoi
- **Adam Zadworny - Bricha: historia Beniamina Permana**
Wielka ucieczka Beniamina Permana. Część pierwsza: Święty Graal szczecińskiej безпеki
Wielka ucieczka Beniamina Permana. Część druga: Bricha i szmugiel idą przez Szczecin
Wielka ucieczka Beniamina Permana. Część trzecia i ostatnia: Oni mnie tu zabiją
- **Ada Petriczko - Brakujące kobiety w Indiach**
Vandana Shiva: Wzrost gospodarczy? Jeszcze niedawno rosły dzieci, drzewa, zwierzęta, doświadczenie. Nie pieniądze
Arundhati Roy: Kocham tę ziemię, krajobraz, muzykę, ale kraj? Jestem zbyt nowoczesna albo zbyt staroświecka, żeby wierzyć w tę ideę

KOMUNIKACJA ZWIĄZANA Z NOWYM SYSTEMEM POCZTOWYM

30 newsletterów pt. „Czy wiesz, że...” wysłanych w 2019 r.

W 2019 r. w Agorze i wybranych spółkach nastąpiła zmiana systemu pocztowego. W związku z tym dział IT przygotował szereg działań wspierających tę zmianę. Zorganizowano spotkania, warsztaty, webinary i tworzone newslettery. Powstał również cykl pt. „Czy wiesz, że..”, dzięki któremu pracownicy mogą poznać ważne informacje i porady dotyczące narzędzi, których używają w swojej codziennej pracy. Co tydzień pojawiają się nowe ciekawe tematy w formie e-maila i na stronie serwisu IT.

Dodatkowo przygotowano specjalne dyżury specjalistów IT pod hasłem „EspressoIT”, podczas których można było ad hoc uzyskać pomoc i fachowe porady dotyczące bieżącej pracy i korzystania z aplikacji i narzędzi.

ROZMOWY ROZWOJOWE

Spotkania rozwojowe prowadzone w większości spółek Grupy Agora pozwalają omówić m.in.: poziom realizacji celów i zadań, mocne strony pracownika, obszary do rozwoju, oczekiwania menedżera, potrzeby pracownika, a także kwestie docenienia, wyrażenia uznania oraz zaplanowania działań na przyszłość.

2 148 osoby pracujące w Grupie Agora w 2019 r. na podstawie umowy o pracę

88,7% pracowników spółek Grupy Agora podlegało rozmowom rozwojowym w 2019 r.

1 533 pracowników spółek Grupy Agora wzięło udział w rozmowach rozwojowych w 2019 r.

Tabela 23. Pracownicy podlegający ocenie w Grupie Agora

GRUPA AGORA	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
	2019			2018		
Procent pracowników ogółem podlegających rozmowom rozwojowym	89,5%	87,7%	88,7%	89,4%	89,9%	89,6%
stanowiska niższe niż kierownicze	86,9%	84,5%	85,8%	89,5%	90,7%	90,0%
stanowiska kierownicze lub wyższe	99,6%	98,6%	99,1	89,7%	89,2%	89,5%
Pracownicy poddani rozmowom rozwojowym	903	630	1533	1 003	711	1 714
stanowiska niższe niż kierownicze	696	469	1165	776	529	1305
stanowiska kierownicze lub wyższe	207	161	368	227	182	409
AGORA	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
	2019			2018		
Procent pracowników ogółem podlegających rozmowom rozwojowym	89,6%	85,4%	87,6%	88,7%	88,6%	88,7%
stanowiska niższe niż kierownicze	87,14%	81,7%	84,7%	88,8%	89,5%	89,1%
stanowiska kierownicze lub wyższe	99,4%	97,7%	98,6%	89,2%	87,8%	88,5%
Pracownicy poddani rozmowom rozwojowym	728	492	1220	802	562	1 364
stanowiska niższe niż kierownicze	560	361	921	621	411	1 032
stanowiska kierownicze lub wyższe	168	131	299	181	151	332

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora. Dane nie uwzględniają spółek GoldenLine i Helios S.A., gdzie rozmowy rozwojowe w takiej postaci nie są przeprowadzane.

Dla pracowników i przełożonych przygotowano zostały zasady, które regulowane są w następujących dokumentach wewnętrznych: instrukcja prowadzenia rozmów rozwojowych, arkusz rozmowy rozwojowej, procedura odwoławcza dotyczące oceny celów i zadań. Zadaniem tych dokumentów jest wskazanie, jakie są cele rozmów rozwojowych, jak powinny one przebiegać oraz w jaki sposób pracownik może się od nich odwołać.

Rozmowy rozwojowe przeprowadzane są ze wszystkimi pracownikami, którzy pracują na podstawie umowy o pracę na czas nieokreślony albo na czas określony (z wyłączeniem pierwszej umowy na okres próbny oraz pracowników pracujących krócej niż 3 miesiące).

Wyzwaniem dla Agory pozostaje kwestia zwiększenia udziału pracowników na stanowiskach kierowniczych lub wyższych w procesie oceny pracowniczej.

DOBRA PRAKTYKA**SZERSZA KOMUNIKACJA DO PRACOWNIKÓW NA TEMAT STRATEGII GAZETA.PL**

W pionie Internet Agory w 2018 r. opracowano Standardy pracy menedżera, a w 2019 r. rozwijano narzędzia, które miały wzmocnić realizację strategii Gazeta.pl. Wśród nich znalazły się m.in. OKR (ang. Objectives and Key Results) – czyli określenie celów i kluczowych rezultatów. Dzięki usystematyzowaniu pracy oraz cyklicznej weryfikacji OKR

wzmocniona została komunikacja kwartalnych celów strategicznych, a pracownicy wykazują się ich większym zrozumieniem. Pozwoliło to też na sprawną realizację projektów międzyzespołowych oraz mierzenie postępów działań. Kolejnym krokiem było powstanie grupy roboczej, która wypracowała nowy model komunikacji i spotkań. Głównymi celami procesu są poprawa przepływu informacji w zespołach, transparentność oraz wzrost zaangażowania i poczucia identyfikacji pracowników z firmą.

ZAANGAŻOWANIE PRACOWNIKÓW

Grupa Agora od wielu lat inicjuje i angażuje się w szereg projektów edukacyjnych, społecznych i kulturalnych, wśród nich są również te skierowane do wewnątrz firmy. Celem inicjatyw do zespołu pracowników jest tworzenie przyjaznego miejsca pracy i budowanie poczucia wpływu na nie oraz dbanie o środowisko i otoczenie.

DOBRA PRAKTYKA

AGORA POMYSŁÓW

10 inicjatyw zgłosili pracownicy w ramach akcji „Agora pomysłów” w 2019 r.

Projekt „Agora pomysłów” realizowany przez dział pracowniczy pozwala na zgłaszanie przez pracowników inicjatyw dotyczących sfery firmowej.

Dotychczas zrealizowane zostały następujące inicjatywy:

- wiosenna i jesienna akcja wymiany ubrań wraz z przekazaniem rzeczy do organizacji: Żoliborskiego Stowarzyszenia Dom Rodzina Człowiek oraz Wspólnoty Chleb Życia
- szkolenie z udzielania pierwszej pomocy prowadzone przez wykwalifikowanych ratowników
- dwutygodniowe warsztaty dla dzieci w związku ze strajkiem nauczycieli



DOBRA PRAKTYKA

ODDAJ STANIK DO RE(CYC)LINGU



145 staników przekazanych na szczytny cel

Akcja „Oddaj stanik do re(cyc)lingu” zorganizowana została w ramach kampanii Dotykam = Wygrywam. W akcji zainicjowanej przez portal Gazeta.pl mógł wziąć udział każdy pracownik i współpracownik Grupy Agora. Za każdy oddany stary, zużyty, niepotrzebny biustonosz można było otrzymać bon rabatowy o wartości 20 zł na zakup nowego biustonosza z oferty marki Panache. W akcji zebrano 145 staników, środki uzyskane z ich reCYClingu zostały przekazane na szczytny cel - działania charytatywne wspierające Stowarzyszenie Polskie Amazonki Ruch Społeczny oraz Fundację Wsparcie na Starcie. Dodatkowo w ramach akcji promowana była profilaktyka zdrowotna i samobadanie wraz z ulotkami i plakatami ze strony kampanii www.dotykamwygrywam.pl.

DOBRA PRAKTYKA

ZBIÓRKA „PRZYNIĘŚ BUTY DLA BEZDOMNEGO”

5,5 tys. par obuwia zebranych w ramach całej akcji „Przynieś buty dla bezdomnego”



Zima to szczególnie dotkliwa pora roku dla osób dotkniętych bezdomnością, dlatego Agora zachęcała do przejrzania swoich szafek z butami i udziału w zbiórce obuwia jesienno-zimowego. Akcję „Przynieś buty dla bezdomnego” zorganizowała firma WoshWosh, a Agora wzięła w niej udział po raz pierwszy. W ciągu 2 tygodni akcji zebrano ponad 5,5 tys. par obuwia dla bezdomnych, co pokazuje siłę przedsięwzięcia i słuszność propagowania idei zero waste. Oczyszczone i naprawione trafiły do najbardziej potrzebującym w całej Polsce dzięki pomocy Szafy Przyjaciół Wspólnoty Sant'Egidio, Fundacji Kapucyńskiej im. Anicenta Kopalińskiego, Towarzystwu Pomocy im. Św. Alberta oraz Kamiljańskiej Misji Pomocy Społecznej.

DOBRA PRAKTYKA

NIE NOSISZ? WYMIĘŃ SIĘ! - WYMIANA UBRAŃ W AGORZE

Dwukrotnie w ciągu roku (wiosną i na jesień) dział pracowniczy Agory przygotowuje akcję „Nie nosisz? Wymień się”. Pracownicy i współpracownicy mogą nie tylko przejrzeć swoje szafy i wymienić się nienoszonymi ubraniami, ale też wesprzeć cele charytatywne, m.in. Żoliborskiego Stowarzyszenia Dom Rodzina Człowiek oraz Wspólnoty Chleb Życia.

WYNAGRODZENIA

W Agorze S.A. funkcjonują różne systemy motywacyjne, np. gotówkowe plany motywacyjne, systemy motywacyjne w działach sprzedaży, plany motywacyjne dla członków zarządu, itp. Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz

pracowników Agory S.A. w 2019 r. wzrosły o 2,3%, głównie w segmencie Film i Książka, ze względu na większą liczbę kin i rozwój działalności gastronomicznej. Ta kategoria kosztów była również wyższa w segmentach Reklama Zewnętrzna i Radio. Zmniejszyła się natomiast w Prasie oraz Internecie. Wpływ na wysokość tej kategorii kosztów miała także rezerwa restrukturyzacyjna związana z ograniczeniem działalności poligraficznej.

336,2 mln zł suma wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w 2019 r.

2,3% wzrost sumy wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników r/r

Tabela 24. Wynagrodzenia i świadczenia dla pracowników Grupy Agora

		2019	2018	r/r
Suma wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników	Grupa Agora	336,2 mln zł	328,7 mln zł	↑2,3%
	Agora S.A.	182,0 mln zł	193,4 mln zł	↓5,9%

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora wg MSSF 2019 r.; jednostkowe sprawozdanie finansowe Agory S.A. wg MSSF 2019 r.

Tabela 25. Stosunek wynagrodzenia kobiet i mężczyzn w Grupie Agora do średniego wynagrodzenia ogółu pracowników

Grupa Agora	2019		2018	
	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
stanowiska kierownicze i wyższe	92,1%	108,8%	94,7%	106,3%
stanowiska niższe niż kierownicze	94,9%	107,0%	98,9%	101,2%

Agora S.A.	2019		2018	
	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
stanowiska kierownicze i wyższe	93,6%	107,1%	94,4%	106,3%
stanowiska niższe niż kierownicze	92,9%	109,8%	94,1%	106,7%

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

Tabela 26. Relacja średniego wynagrodzenia kobiet i mężczyzn w Grupie Agora do płacy minimalnej w 2019 r.

	Kobiety	Mężczyźni
Grupa Agora	236%	265%
Agora	264%	297%

Źródło: Płaca minimalna w 2019 r. wyniosła 2 250 zł. Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

WEWNĘTRZNE REGULACJE

W Grupie Agora w odniesieniu do kwestii zatrudnienia obowiązują następujące regulacje:

- Regulamin pracy

Regulamin pracy jest dokumentem wewnętrznym obowiązującym w każdej spółce Grupy Agora spełniającej wymogi prawne. Reguluje on organizację i porządek pracy w ramach stosunku pracy oraz związane z tym prawa i obowiązki pracodawcy i pracowników. Przepisy obowiązują wszystkich bez względu na zajmowane stanowisko, rodzaj umowy czy wymiar czasu pracy.

- Regulamin tworzenia Funduszu Świadczeń Socjalnych. Wspólny Fundusz Socjalny

Regulamin tworzenia Funduszu Świadczeń Socjalnych określa główne zasady tworzenia funduszu i jego gospodarowania, a także uprawnienia i warunki do otrzymywania świadczeń z jego środków. Jest on wewnętrznym dokumentem, który obowiązuje w każdej spółce Grupy Agora spełniającej kryteria niezbędne do tworzenia takich funduszy. Spółki: Agora, Agora TC, Agora Poligrafia, Doradztwo Mediowe, Grupa Radiowa Agory, Inforadio, NEXT FILM, Domiporta, Yieldbird, Optimizers podpisały porozumienie o Wspólnym Funduszu Socjalnym.

- Regulamin wynagradzania pracowników

Regulamin wynagradzania wraz z załącznikami określa ogólne warunki wynagradzania wszystkich pracowników bez względu na rodzaj umowy o pracę i zajmowane stanowisko. Regulamin zawiera też regulacje szczególne, dedykowane niektórym stanowiskom. Regulamin jest dokumentem wewnętrznym obowiązującym w każdej spółce Grupy Agora jako niezależny dokument.

- Polityka wynagradzania kluczowych menadżerów Grupy Agora [link](#)

Celem Polityki wynagradzania kluczowych menadżerów Grupy Agora jest stworzenie atrakcyjnych warunków pracy tak, aby przyciągnąć i zatrzymać wykwalifikowanych pracowników, którzy mają kluczowe znaczenie dla realizacji

strategii spółki i jej długoterminowego rozwoju. Agora dba o to, aby system wynagradzania kluczowych pracowników był dopasowany do warunków rynkowych i sytuacji finansowej firmy, a zarazem konkurencyjny.

- **Polityka różnorodności realizowana w Grupie Agora [link](#)**

Celem Grupy Agora jest stworzenie kultury organizacyjnej gwarantującej wzajemne wspieranie się wszystkich pracowników w codziennych obowiązkach. Działania promujące różnorodność wewnątrz organizacji pomagają tworzyć zróżnicowany, ale sprawnie współpracujący zespół. Polityka różnorodności opiera się na przełamywaniu barier: wieku, płci, stanu zdrowia, etc. – przyświeca jej zasada, że potencjał zawodowy pracowników wynika z ich kompetencji.

- **Polityka antydyskryminacyjna i antymobbingowa w Agorze S.A.**

Agora S.A. jest jedną z pierwszych spółek, w której powstała polityka przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi w miejscu pracy. Jej pierwsza wersja weszła w życie już w 2003 r. W 2018 r. została wprowadzona nowa wersja dokumentu. Celem wewnętrznej polityki antydyskryminacyjnej i antymobbingowej w Agorze S.A. jest przeciwdziałanie zjawisku dyskryminacji lub mobbingu oraz edukacja pracowników.

- **Porozumienie w sprawie warunków stosowania telepracy w Agorze S.A.**

Porozumienie zawarte w 2016 r. ustala warunki zatrudnienia pracowników w formie telepracy. Jest to wewnętrzny dokument. Każda z pozostałych spółek Grupy Agora określa wewnętrznie zasady telepracy i pracy zdalnej, m.in. na postawie regulaminu pracy i innych obowiązujących zasad.

JESTEŚMY RÓŻNORODNI

Jedną z wartości leżących u podstaw Agory, zadeklarowaną w Karcie Agory, jest przestrzeganie praw człowieka. Prawa te są rozumiane bardzo szeroko, zarówno jako zapewnienie odpowiedzialnego miejsca pracy – godnej pracy, jak również przeciwdziałanie wszelkim formom dyskryminacji i mobbingowi oraz zapewnienie równego traktowania wszystkich pracowników.

KLUCZOWE OBSZARY WPŁYWU SPOŁECZNEGO GRUPY AGORA W ASPEKcie PRAW CZŁOWIEKA W OPARCIU O CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU TO:



- skuteczne przeciwdziałanie dyskryminacji ze względu na płeć
- wzmocnienie udziału i roli kobiet w procesach decyzyjnych na wszystkich szczeblach
- dążenie do równego traktowania we wszystkich aspektach zatrudnienia



- rozwój kompetencji pracowników Agory
- zapewnienie stabilnego zatrudnienia
- zaangażowanie pracowników w działania społeczne, edukacyjne i kulturowe



- skuteczne przeciwdziałanie dyskryminacji i wprowadzenie polityki równego traktowania we wszystkich aspektach zatrudnienia bez względu na: płeć, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, rasę, narodowość, pochodzenie etniczne, religię, wyznanie, bezwyznaniowość, przekonanie polityczne, przynależność związkową, orientację psychoseksualną, tożsamość płciową, status rodzinny, styl życia, formę, zakres i podstawę zatrudnienia, inny typ współpracy oraz inne przesłanki narażone na zachowania dyskryminacyjne

PRZECIWDZIAŁANIE DYSKRYMINACJI

W Agorze i spółkach zależnych (AMS, Grupa Radiowa Agory, Helios, Yeldbird) funkcjonuje „Polityka antydyskryminacyjna i antymobbingowa” (dalej „Polityka”), która służy tworzeniu komfortowego miejsca pracy wspierającego różnorodność.

Najważniejsze elementy Polityki to:

- wprowadzenie funkcji pełnomocnika ds. przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi. Rolę tę pełni dyrektor ds. pracowniczych, odpowiadając za działania służące przeciwdziałaniu dyskryminacji i mobbingowi w miejscu pracy, w tym działania edukacyjne kierowane do wszystkich osób zatrudnionych podnoszące świadomość i wiedzę w tym temacie. Każdy pracujący lub współpracujący z Agorą członek zespołu może się z tą osobą skontaktować, skonsultować wątpliwości lub zgłosić sytuację niepożądaną;
- rozszerzenie możliwości przekazywania wątpliwości, pytań lub nieprawidłowości. Wraz z Kodeksem etyki uruchomiony został anonimowy, poufny i bezpieczny zewnętrzny kanał komunikacji prowadzonych przez Linie Etyki – zewnętrzną firmę ekspercką;
- zaakcentowanie roli i odpowiedzialności kadry kierowniczej, która powinna uważnie obserwować i reagować na zachowania oraz sytuacje, które noszą znamiona dyskryminacji lub mobbingu;
- przykłady niepożądanych zachowań, mogących świadczyć o dyskryminacji lub mobbingu oraz wzór formularza zgłoszeniowego.

W 2019 r. Polityka została zaktualizowana zgodnie z wprowadzonymi zmianami w Kodeksie Pracy.

KAMPANIA INFORMACYJNO-EDUKACYJNA

W 2019 r. działania związane z przeciwdziałaniem dyskryminacji i mobbingowi skupione były w spółkach zależnych Agory S.A., które kolejno przyjmowały Politykę przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi. W ramach tego procesu odbywały się prezentacje dla zespołów zarządczych spółek.

SZKOLENIA Z PRZECIWDZIAŁANIA DYSKRYMINACJI I MOBBINGOWI

88 uczestników szkoleń z przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi

W 2019 r. przeprowadzono serię szkoleń z przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi dla pracowników spółek należących do Grupy Agora.

Przeszkolono (w ramach 4 jednodniowych szkoleń) 88 osób, w tym 81 uczestników pełniących funkcje kierownicze oraz 7 specjalistów.

Zasady przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi w miejscu pracy są również prezentowane w ramach cyklicznych szkoleń dla nowych pracowników – „Witamy w Agorze”.

MECHANIZMY SKARGOWE DOTYCZĄCE PRZECIWDZIAŁANIA DYSKRYMINACJI I MOBBINGOWI W MIEJSCU PRACY

7 liczba spraw zgłoszonych i rozpatrzonych w 2019 r. dotyczących relacji w miejscu pracy

W ramach „Polityki antydyskryminacyjnej i antymobbingowej” oraz „Kodeksu etyki Agory” wprowadzonych w 2018 r. zaproponowane zostały nowe kanały i możliwości przekazywania wątpliwości czy pytań lub zgłaszania nieprawidłowości przez pracowników i współpracowników w związku z relacjami w miejscu pracy.

W Agorze obecnie dostępne są następujące formy zgłaszania spraw dotyczących dyskryminacji i mobbingu oraz relacji w miejscu pracy:

- wewnętrzne – z zachowaniem poufności:
 - kontakt z pełnomocnikiem ds. przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi (e-mail, telefon lub kontakt osobisty)
 - kontakt z compliance officerem (e-mail, telefon lub kontakt osobisty)
- zewnętrzne – z zachowaniem poufności i anonimowości
 - kontakt z zewnętrzną firmą ekspercką Linia Etyki (platforma internetowa, e-mail, infolinia czynna w godz. 7:00-18:00)

W procedurze zgłaszania nieprawidłowości podkreślono, że każde zgłoszenie jest poufne, a osoby zgłaszające (sygnaliści) są objęci szczególną ochroną. Dodatkowo każde zgłoszenie jest ważne i zostanie rozpatrzone, zaś odpowiedź na nie zostanie przedstawiona tak szybko, jak tylko będzie to możliwe. W przypadku spraw wymagających szczególnego traktowania termin może wynieść 30 dni lub dłużej.

W 2018 r. zgłoszono i rozpatrzono 5 spraw w tym: 3 sprawy dotyczące relacji pracownik-przełożony, 2 sprawy dotyczące relacji pracownik-pracownik. W 2019 r. zgłoszonych i rozpatrzonych zostało 7 spraw dotyczących relacji w miejscu pracy.

BADANIE ANKIETOWE WŚRÓD PRACOWNIKÓW

W 2019 r. zostało podjętych szereg działań, które miały za zadanie upowszechnić obowiązującą w Agorze „Politykę antydyskryminacyjną i antymobbingową”. Aby podsumować i poddać ewaluacji te działania, we wrześniu 2019 r. dział pracowniczy przeprowadził badanie ankietowe wśród pracowników pt. „Ocena funkcjonowania polityki antydyskryminacyjnej i antymobbingowej w Agorze”.

133 osoby wzięły udział w badaniu:

69% z nich to kobiety

31% z nich to mężczyźni

77% z nich zajmuje stanowiska specjalistyczne

23% z nich zajmuje stanowiska kierownicze

W badaniu szukano odpowiedzi na pytanie, które z wprowadzonych rozwiązań zwiększyły świadomość pracowników w tych kwestiach, a które nie miały takiego wpływu:

- Co pracownicy wiedzą o wprowadzonych w Polityce zasadach?
- Jak je oceniają?
- Czy zdaniem pracowników Polityka jest skuteczna?
- Co jeszcze należy zrobić?

Główne wyniki:

97% respondentów wie o istnieniu „Kodeksu etyki Agory”

68% respondentów wie o funkcji pełnomocnika ds. przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi

63% przyznało, że wprowadzenie w Agorze „Polityki antydyskryminacyjnej i antymobbingowej” wpłynęło na zwiększenie świadomości pracowników

53% respondentów wie o funkcji compliance officera **52%** respondentów wie o istnieniu Linii Etyki

RÓŻNORODNOŚĆ W MIEJSCU PRACY

Różnorodność i otwartość to wartości będące integralną częścią działań Agory i jej polityki zatrudniania. Pracownicy Grupy Agora to osoby pochodzące z różnych środowisk i kultur, wykazujące się różnymi umiejętnościami i talentami, reprezentujące różne punkty widzenia oraz mające różne doświadczenia życiowe i zawodowe. Dzięki nim w firmie działa zróżnicowany, ale sprawnie współpracujący zespół.

Jako sygnatariusz Karty Różnorodności Agora zobowiązała się do:

- tworzenia atmosfery i kultury organizacyjnej, która zapewnia szacunek dla różnorodności,
- wprowadzenia instytucjonalnych, wewnątrzorganizacyjnych rozwiązań w celu rozwoju polityki równego traktowania,
- wypracowania i wdrożenia polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy,
- wprowadzenia monitoringu antydyskryminacyjnego oraz antymobbingowego, a także cyklicznej edukacji na temat przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi,
- prowadzenia dialogu z osobami zatrudnionymi na temat przyjętej polityki zarządzania różnorodnością,
- corocznego raportowania na temat podjętych działań i ich praktycznych rezultatów,
- promowania i upowszechniania zarządzania różnorodnością w Polsce.

Firma realizuje te zobowiązania na różnych płaszczyznach, ich efekty opisane są w ramach raportu niefinansowego.

DOBRA PRAKTYKA

AGORA SYGNATARIUSZEM KARTY RÓŻNORODNOŚCI

8 marca 2017 r. Grupa Agora została Sygnatariuszem Karty Różnorodności jako pierwsza grupa medialna w Polsce. W ten sposób dołączyła do grona pracodawców z całej Europy działających na rzecz różnorodności w miejscu pracy. Jako pracodawca Agora zobowiązała się do wdrażania zasad zarządzania różnorodnością i polityki równego traktowania oraz ich promowania i upowszechniania wśród wszystkich interesariuszy organizacji.



RÓWNE TRAKTOWANIE

Skład ciał zarządzających, kadry kierowniczej oraz kadry pracowniczej w podziale na kategorie według płci, wieku, wykształcenia wskazuje na równość w zatrudnieniu ze względu na płeć zarówno na stanowiskach kierowniczych i wyższych, jak i niższych niż kierownicze. Jednocześnie pracownicy Grupy Agora wykazują się strukturą wieku analogiczną do piramidy wieku polskiego społeczeństwa.

51,8% udział kobiet na stanowiskach kierowniczych i wyższych w Grupie Agora

56,9% udział kobiet na stanowiskach niższych niż kierownicze w Grupie Agora

Tabela 27. Pracownicy w podziale na kategorię zatrudnienia i płeć

GRUPA AGORA	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
	2019		2018	
stanowiska kierownicze i wyższe	51,8%	48,2%	54,3%	45,7%
stanowiska niższe niż kierownicze	56,9%	43,1%	52,5%	47,5%

AGORA S.A.	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
	2019		2018	
stanowiska kierownicze i wyższe	52,1%	47,9%	52,5%	47,5%
stanowiska niższe niż kierownicze	58,0%	42,0%	53,2%	46,8%

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

Tabela 28. Pracownicy w podziale na kategorię zatrudnienia, wiek i płeć

Grupa Agora	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych	2019	2018	2019	2018	2019	2018
< 30 lat	4,6%	6,6%	4,6%	3,0%	4,7%	4,8%
30-50 lat	82,4%	82,6%	72,8%	75,7%	77,7%	79,4%
>50 lat	13,0%	10,8%	22,6%	21,3%	17,6%	15,6%
Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze	2019	2018	2019	2018	2019	2018
< 30 lat	19,1%	20,3%	19,7%	16,7%	19,4%	18,6%
30-50 lat	67,6%	67,3%	67,0%	71,8%	67,3%	69,4%
>50 lat	13,3%	12,4%	13,3%	11,5%	13,3%	12,0%

Agora S.A.	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych	2019	2018	2019	2018	2019	2018
< 30 lat	6,5%	8,9%	1,8%	4,1%	4,2%	4,9%
30-50 lat	76,2%	77,0%	71,2%	75,2%	73,8%	79,5%
>50 lat	17,3%	14,1%	27,0%	20,7%	22,0%	15,6%
Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze	2019	2018	2019	2018	2019	2018
< 30 lat	16,3%	18,1%	15,5%	13,7%	16,0%	16,0%
30-50 lat	66,4%	66,0%	68,4%	71,8%	67,2%	68,8%
>50 lat	17,3%	15,9%	16,1%	14,5%	16,8%	15,2%

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

O kompetencjach zespołu Grupy Agora świadczy wskaźnik poziomu wykształcenia. Kobiety są lepiej wykształcone niż mężczyźni, wskazuje na to zarówno udział wykształcenia wyższego na stanowiskach kierowniczych i wyższych, jak i na stanowiskach szeregowych.

70,6% wszystkich pracowników Grupy Agora ma wyższe wykształcenie

Tabela 29. Pracownicy w podziale na kategorię zatrudnienia, wykształcenie i płeć

Grupa Agora	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Wykształcenie podstawowe	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%
Wykształcenie średnie	20,7%	20,5%	27,3%	27,4%	24,4%	23,6%
Wykształcenie wyższe	79,0%	79,2%	72,7%	72,6%	77,2%	76,2%
Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Wykształcenie podstawowe	0,0%	0,1%	0,4%	0,3%	0,2%	0,2%
Wykształcenie średnie	25,0%	26,9%	38,6%	46,1%	30,8%	36,0%
Wykształcenie wyższe	75,0%	73,0%	61,0%	53,6%	69,0%	63,8%

Agora S.A.	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Wykształcenie podstawowe	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Wykształcenie średnie	23,2%	22,1%	24,7%	25,9%	23,9%	23,9%
Wykształcenie wyższe	76,8%	77,9%	75,3%	74,1%	76,1%	76,1%
Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Wykształcenie podstawowe	0,0%	0,0%	0,6%	0,5%	0,3%	0,2%
Wykształcenie średnie	25,9%	27,9%	37,6%	44,2%	30,7%	35,6%
Wykształcenie wyższe	74,1%	72,1%	61,8%	55,3%	69,0%	64,2%

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

W Grupie Agora dużą wagę przywiązuje się również do kwestii zatrudnienia osób z niepełnosprawnościami. Znaczna część z nich to pracownicy spółki AMS, która od wielu lat aktywnie działa na rzecz zatrudniania osób z niepełnosprawnościami.

3,7% zatrudnionych w Grupie Agora to osoby z niepełnosprawnościami

Tabela 30. Udział pracowników z niepełnosprawnościami

Płeć	2019			2018		
	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
Grupa Agora	2,6%	5,0%	3,7%	2,7%	4,4%	3,5%
Agora S.A.	0,8%	1,2%	1,0%	0,9%	1,1%	1,0%

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

Siedziba Grupy Agora zlokalizowana jest w Polsce i głównie w tym kraju firma prowadzi swoją działalność. Zdecydowaną większość pracowników stanowią osoby z polskim obywatelstwem.

Tabela 31. Procent obcokrajowców w stosunku do liczby wszystkich pracowników w Grupie Agora

Płeć	2019			2018		
	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
Grupa Agora	0,5%	0,5%	0,5%	0,3%	0,7%	0,5%
Agora S.A.	0,4%	0,2%	0,3%	0,2%	0,1%	0,2%

Źródło: Dane działu pracowniczego Grupy Agora.

REPREZENTACJA PRACOWNIKÓW, SWOBODA ZRZESZANIA SIĘ

W Grupie Agora działają następujące instytucje reprezentujące pracowników: rada pracowników, związek zawodowy oraz instytucja przedstawiciela pracowników. Wszystkie trzy instytucje są zapraszane do konsultacji w kluczowych kwestiach pracowniczych.

Rada pracowników działa na podstawie Ustawy o informowaniu pracowników i przeprowadzaniu z nimi konsultacji oraz porozumienia zawartego między radą a zarządem firmy. Wybory do rady są powszechne, a kadencja rady trwa 4 lata. Rada pracowników reprezentuje interesy pracowników oraz jest formalnym ogniwem łączącym pracowników z zarządem, działając jako grono doradcze i konsultacyjne. Rada pracowników funkcjonuje w spółkach: Agora, Agora Poligrafia i Grupa Radiowa Agory. Informacje o radzie pracowników i jej składzie znajdują się w intranecie.

Organizacja Międzyzakładowa NSZZ „Solidarność” AGORA S.A. i INFORADIO SP. Z.O.O („OM”) działa przy spółkach: Agora, Inforadio, Agora Poligrafia, AMS, Doradztwo Mediowe, Grupa Radiowa Agory od 12 grudnia 2011 r. W grudniu 2018 r. OM poszerzyła swój zasięg o GoldenLine Sp. z o.o., a w styczniu 2019 r. o Tandem Media Sp. z o.o. Zgodnie z wymogami prawa zarządy spółek, przy których funkcjonują związki zawodowe, przeprowadzają konsultacje lub odpowiednio uzgadniają określone prawem decyzje z przedstawicielami związku zawodowego. W pozostałych spółkach, zgodnie z wymogami prawnymi, istnieje instytucja przedstawiciela pracowników. W Grupie Agora nie występują umowy zbiorowe między pracodawcą a pracownikami.

NALEŻYTA STARANNOŚĆ W ZAKRESIE PRAW CZŁOWIEKA

Kwestia przestrzegania praw człowieka w działalności Grupy Agora dotyczy przede wszystkim prawa pracy i relacji z pracownikami i współpracownikami. Firma przestrzega również praw człowieka w relacjach z otoczeniem. W działalności Grupy Agora nie zdiagnozowano ryzyk związanych z pracą dzieci, pracą przymusową lub innymi sytuacjami naruszania praw człowieka. Grupa Agora wykazuje jednak należytą staranność w tym temacie, zgodnie z Wytycznymi ONZ ds. biznesu i praw człowieka.

DOBRA PRAKTYKA**TYDZIEŃ RÓŻNORODNOŚCI W MEDIACH AGORY ORAZ RESTAURACJACH PAPA DIEGO**

Agora traktuje różnorodność jako bardzo ważną cechę społeczną, wyróżniającą ją również jako miejsce pracy. W swoich działaniach dąży do tego, aby w jej zespołach panowała kultura otwartości i równości, a pracownicy mogli czuć się dobrze.

W związku z Paradą Równości „Gazeta Wyborcza” zwiększyła częstotliwość ukazywania się newslettera LGBT+, który – zamiast co środę – wychodził codziennie od środy, 5 czerwca 2019 r. do niedzieli, 9 czerwca 2019 r. Można było w nim znaleźć tematy dotyczące mniejszości seksualnych – materiały o społeczeństwie, kulturze i polityce.

W serwisie Wyborcza.pl publikowane były specjalne treści redakcyjne poświęcone Paradzie Równości, m.in. relacja na żywo z parady i pikniku, które odbyły się 8 czerwca 2019 r., oraz wywiady z organizatorami marszu.

Z kolei Gazeta.pl prowadziła pisemną relację live z Parady Równości w Warszawie. Tego dnia zmieniło się także logo portalu widoczne na stronie głównej.

Radio TOK FM regularnie emitowało informacje przed Paradą Równości i Tygodniem Równości. Ukazywały się one również na stronie Tokfm.pl.

Sieci Papa Diego i Van Dog przez cały tydzień przed paradą eksponowały w lokalach tęcze flagi, a także przygotowały promocję – zniżkę 20% dla wszystkich osób, które przyjdą z tęczowym akcentem. Papa Diego przygotowało darmowe posiłki dla wolontariuszy zaangażowanych w Paradę Równości.

DOBRA PRAKTYKA**„GAZETA WYBORCZA” WSPIERA SPOŁECZNOŚĆ LGBT+**

27 lipca 2019 r. „Gazeta Wyborcza” powróciła do historycznego hasła „Nie ma wolności bez solidarności”, wyrażając w ten sposób wsparcie redakcji dla dyskryminowanych grup społecznych w Polsce. W związku z tą zmianą redakcja przygotowała specjalne artykuły, materiały wideo i działania promocyjne, m.in. plakat z hasłem dziennika, i zachęcała swoich czytelników do aktywności w sferze publicznej.

„Nie ma wolności bez solidarności” jako hasło „Gazety Wyborczej” po raz pierwszy pojawiło się w winiecie dziennika w 1989 r. Wyrażało wówczas chęć budowy nowego państwa opartego na demokracji i współnocie. Powrót do tego hasła miał symbolizować solidarność z wykluczonymi w polskim społeczeństwie grupami społecznymi i zawodowymi – osobami z niepełnosprawnościami, nauczycielami, społecznością LGBT+, lekarzami, pielęgniarkami oraz sędziami.

We wspólnym stanowisku całego zespołu dziennika można było przeczytać przesłanie:

„Nie ma wolności bez solidarności”, nas zobowiązuje. Świat, jaki znaleźliśmy – stabilny, bezpieczny, przewidywalny – rozpadnie się na naszych oczach, jeśli zamkniemy się w egoizmie, jeśli zajęci własnym doraźnym interesem będziemy tylko kupować, konsumować i przeżuwać. Wtedy na oścież otworzymy bramy przed populistami i politycznymi szarlatanami.(...) Wracamy do tego, co na początku: „Nie ma wolności bez solidarności”.

Stanowisko redakcji „Gazety Wyborczej” było wyświetlane na Wyborcza.pl. Otrzymali je także e-mailem subskrybenci newsletterów i prenumeratorzy Wyborcza.pl.

W związku ze zmianą hasła zespół „Gazety Wyborczej” przygotował specjalne działania redakcyjno-promocyjne.

Do numeru „Gazety Wyborczej” z 27 lipca 2019 r. dołączony został plakat z nowym hasłem dziennika oraz informatorem prawnym dla osób biorących udział w marszach równości i poradnikiem, jak sobie radzić z homofobicznymi uwagami. Na łamach powiększonego wydania dziennika pojawił się fotoreportaż o osobach nieheteronormatywnych, raport o postrzeganiu społeczności LGBT+ przez Polaków, a także kalendarium marszów równości.

Plakat rozdawany był podczas manifestacji w stolicy, która odbyła się pod hasłem „Warszawa przeciw przemocy: Solidarność z Białymstokiem” (27 lipca 2019 r., od godz. 14.00 na Placu Defilad), a także w trakcie marszu przeciwko przemocy w Białymstoku, który odbył się 28 lipca 2019 r.

Dodatkowo we wszystkich tygodnikach lokalnych „Gazety Wyborczej” z 26 lipca 2019 r. znalazły się artykuły przedstawiające m.in. sytuację osób ze społeczności LGBT+, zapowiedzi i relacje z demonstracji solidarnościowych oraz rozmowy z ekspertami, a w winiety została wkomponowana tęcza. Miało to symbolicznie wyrazić solidarność z osobami atakowanymi w Białymstoku. Podobna grafika pojawiła się również w winiecie krajowego wydania „Gazety Wyborczej” w weekendowym numerze oraz przy logo serwisu Wyborcza.pl.

Na Wyborcza.pl opublikowano również specjalne materiały wideo, m.in. sondę redakcyjną, w której dziennikarze i reporterzy „Gazety Wyborczej” mówią, czym dla nich jest solidarność, a także się spot prezentujący najważniejsze działania Polaków, które przejawiały się solidarnością z osobami wykluczonymi, m.in. ze społeczności LGBT+, z niepełnosprawnościami, kobietami czy pracownikami sądów.

Reporterzy Wyborcza.pl na bieżąco relacjonowali weekendowe wydarzenia w całym kraju związane z poparciem dla społeczności LGBT+, a artykuły na ten temat udostępnione zostały poza paywallem Wyborcza.pl.

„Gazeta Wyborcza” zachęcała też czytelników do wyrażania swoich opinii na temat obecnych wydarzeń w Polsce, m.in. w związku z wydarzeniami z Białymostku, a także dzielenia się swoimi historiami obrazującymi solidarność z innymi. Można je było przysłać na adres: listy@wyborcza.pl.

DOBRA PRAKTYKA

GAZETA.PL WYDAJE OSTATNI NUMER "TWOJEGO WEEKENDU" NA RZECZ KOBIEC

48 stron ostatniego numeru „Twojego weekendu”

„Twój Weekend” był najdłużej ukazującym się w Polsce magazynem erotycznym. W grudniu 2018 r. w serwisie Allegro ukazało się ogłoszenie o sprzedaży tego tytułu. Zespół portalu Gazeta.pl wraz z VMLY&R Poland i partnerami (MasterCard, Bank BNP Paribas, Wavemaker, Papaya Films) zdecydował się go kupić, aby przygotować ostatnie wydanie „Twojego Weekendu”, będące zaczynem dyskusji o wizerunku płci, relacjach partnerskich, równouprawnieniu i o tym, jak codziennie wprowadzać je w życie.

Z okazji Dnia Kobiet Gazeta.pl wraz z VMLY&R Poland i partnerami wydała specjalny ostatni numer magazynu „Twój Weekend”, który poświęciła m.in. niezwykłym kobietom. Zamknięcie najdłużej wydawanego polskiego pisma erotycznego, które przez 27 lat sprowadzało kobiety do roli wyłącznie obiektów seksualnych, to symboliczny sprzeciw wobec ich uprzedmiotowienia. W ostatnim numerze „Twojego Weekendu” zamiast typowych dla pisma erotycznego zdjęć i tekstów znalazły się materiały o sile, mądrości i pięknie. W magazynie zachowane zostały znane dotychczasowym czytelnikom sekcje i rubryki, by w przewrotny sposób nadać im zupełnie nowe znaczenie. Znalazły się tam ciekawe historie kobiet i mężczyzn, przedstawione w artykułach, wywiadach i felietonach. W wyjątkowej sesji okładkowej wzięły udział Ewa Kasprzyk, Orina Krajewska i Joanna Jędrzejczyk. Na 48 stronach magazynu znalazły się artykuły autorstwa m.in. Rikha Sharma Rani („New York Times”), Marii Rotkiel, terapeutki i psycholożki oraz Rafała i Tymka Bryndali, Miłosa Brzezińskiego, Rafała Madajczaka.

Nakład wyniósł 20 tys. egz. w kioskach, dodatkowo przygotowano e-wydanie na stronie Twojweekend.pl. Zysk ze sprzedaży wydania drukowanego lub elektronicznego magazynu został przeznaczony na wspieranie edukacji równościowej w szkołach.

Inicjatorzy i pomysłodawcy projektu to: VMLY&R Poland i Gazeta.pl. Główni partnerzy zaś to: MasterCard i Bank BNP Paribas, Wavemaker, Papaya Films (produkcja wizualna kontentu) oraz Fundacja Sukcesu Pisanego Szminką.

Projektowi towarzyszyła kampania reklamowa, nowa odsłona serwisu Twojweekend.pl, działania influencerów oraz hashtagiem #ostatniTW.

Ostatni numer „Twojego Weekendu” był jedną z najbardziej nagradzanych akcji w historii polskiego marketingu. Była to również pierwsza w historii polska kampania nagrodzona głównymi nagrodami w najbardziej prestiżowym międzynarodowym konkursie z obszaru reklamy i komunikacji – Cannes Lions, czyli Grand Prix w kategorii Glass: The Lion for Change, Tytanowy Lew oraz brązowymi statuetkami na tym festiwalu. Wśród pozostałych nagród wymienić można m.in. złotą statuetkę w kategorii Redesigned Products na Print Innovation Awards 2019 od WAN-IFRA, 6 nagród KTR oraz Grand Prix Gerety Awards, Grand Prix w kategorii Print oraz Srebrne Bębny w kategoriach Social Good i Content w międzynarodowym konkursie Golden Drum. **Więcej w części: Nasze osiągnięcia.**

Kolejnym krokiem Gazeta.pl po kupieniu „Twojego Weekendu” było rozpoczęcie cyklu „Ósmy dzień miesiąca”, a impulsem do jego powstania były komentarze użytkowników portalu. Ósmego dnia miesiąca w artykułach poruszane są różne tematy związane z dyskryminacją – kwestie dotyczące płac, seksu, zainteresowań czy edukacji. W ten sposób redakcja chce inspirować do dyskusji na tematy, które naprawdę nurtują czytelników.

<https://twojweekend.pl/>

<https://www.youtube.com/watch?v=IFQhGUVQQQw&>

<https://www.youtube.com/watch?v=VBoW8JSt0-8>

<http://kobieta.gazeta.pl/kobieta/0,107964.html?tag=%F3smy+dzie%F1+miesi%B1ca>

DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA

Grupa Agora dba o najwyższe standardy etyczne w firmie, a także działalność zgodnie z prawem, wewnętrznymi regulacjami oraz zewnętrznymi kodeksami, które zostały przyjęte przez Agorę S.A. i poszczególne spółki.

Niedozwolone są wszelkie działania, które mogą być odczytane jako godzące w firmę i jej dobre imię, w tym: korupcja, oferowanie oraz przyjmowanie korzyści i prezentów oraz wszelkie nadużycia.

KLUCZOWE OBSZARY WPŁYWU SPOŁECZNEGO GRUPY AGORA W ASPEKTCIE ETYKI I PRZECIWDZIAŁANIA NADUŻYCIOM W OPARCIU O CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU TO:



- Rozwijanie współpracy z podmiotami, które przestrzegają prawa oraz zachowują należytą staranność w przestrzeganiu standardów branżowych oraz praw człowieka
- Rozwijanie i prowadzenie dotychczasowej w działalności oparciu o standardy odpowiedzialnego biznesu




- Skutecznie działający system etyki i compliance zapewniający sprawne przeciwdziałanie wszelkim formom nadużyć
- Przeciwdziałanie korupcji i łapówkarstwu oraz zachowanie należytej staranności w ramach współpracy z otoczeniem
- System zgłaszania i monitorowania nadużyć, ochrona sygnalistów

W 2018 r. w Agorze S.A. wdrożony został kompleksowy system etyki, w tym „Kodeks etyki” oraz procedura zgłaszania nieprawidłowości. W ramach tych działań przeprowadzony został audyt etyczny, a także wprowadzono poufny system zgłoszeń nieprawidłowości oraz funkcję compliance officer’a.

W 2019 r. miały miejsce: analiza luki w systemie zarządzania zgodnością, opracowanie rekomendacji i wskazanie propozycji dalszych kroków oraz rozpoczęcie prac nad kompleksowym systemem compliance w Grupie Agora.

CELE W 2019 R.

Obszar	Cele
 ETYKA I COMPLIANCE	Kontynuacja działań w ramach systemu compliance w Grupie Agora. Wprowadzenie Karty Ryzyk Compliance jako podstawowego narzędzia systemu zarządzania zgodnością oraz ustanowienie struktury systemu zarządzania zgodnością w poszczególnych spółkach Grupy Agora
	Wprowadzenie szkoleń e-learningowych na temat etyki skierowanych do wszystkich pracowników
	Komunikacja i edukacja na temat „Polityki otrzymywania i wręczania prezentów i innych korzyści w Agorze S.A.”

CELE NA 2020 R.

Cele postawione na 2020 r. to:

Obszar	Cele	Stopień realizacji	Uwagi
 ETYKA I COMPLIANCE	Wdrożenie kompleksowego systemu compliance w Grupie Agora	Częściowo zrealizowany	Rozpoczęcie prac nad systemem compliance w Grupie Agora, które będą kontynuowane w 2020 r.
	Kontynuacja szkoleń i komunikacji na temat etyki skierowanych do wszystkich pracowników Grupy Agora	Częściowo zrealizowany	Realizowane działania komunikacyjne. Plan szkoleniowy do realizacji w 2020 r.
	Implementacja „Polityki otrzymywania i wręczania prezentów i innych korzyści w Agorze S.A.”	W pełni zrealizowany	Przyjęcie Polityki przez zarząd w grudniu 2019 r. Komunikacja i szkolenia w styczniu i lutym 2020 r.

SYSTEM ETYKI W AGORZE

System etyki w Agorze składa się z: kodeksu etyki, wewnętrznych polityk i regulaminów, zewnętrznych kodeksów branżowych, stanowiska compliance officera oraz systemu zgłaszania nieprawidłowości. Dla efektywności tego systemu istotne są także komunikacja i edukacja pracowników.

GŁÓWNE ELEMENTY SYSTEMU ETYKI AGORY

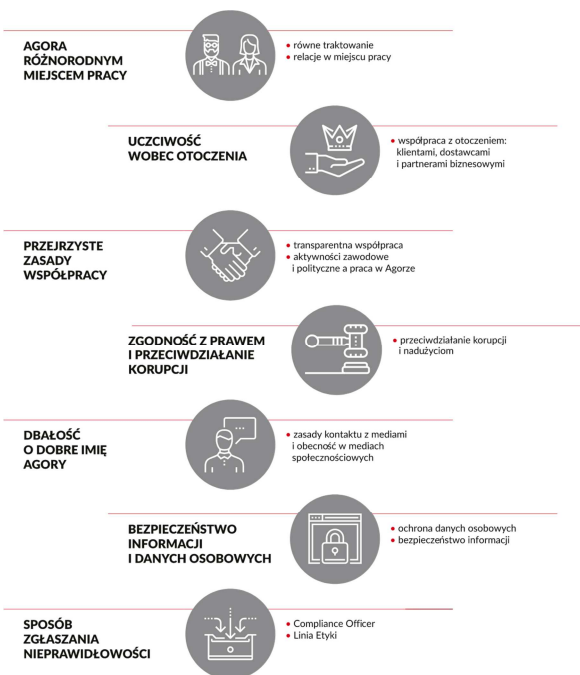


KODEKS ETYKI AGORY S.A.

„Kodeks etyki Agory” to dokument wewnętrzny, skierowany do wszystkich pracowników i współpracowników Spółki, który podsumowuje dotychczasowe wewnętrzne i zewnętrzne regulacje w zakresie etyki i przeciwdziałania

nadużyciom, a przede wszystkim wskazuje, jakie postawy i zasady postępowania są w Agorze oczekiwane, a jakie firma uznaje za błędne lub niedopuszczalne.

Ten zbiór wskazówek i wartości jest wyrazem odpowiedzialnego i transparentnego podejścia w następujących obszarach, będących jednocześnie tytułami rozdziałów „Kodeksu etyki”:



▪ **RÓŻNORODNE MIEJSCA PRACY** – określa główne zasady w miejscu pracy: współpracę, równe traktowanie wszystkich pracowników i współpracowników oraz szacunek wobec siebie nawzajem;

▪ **UCZCIWOŚĆ WOBEC OTOCZENIA** – mówi o uczciwych relacjach z otoczeniem i wysokich standardach etycznych wobec klientów, dostawców i kontrahentów;

▪ **PRZEJRZYSTE ZASADY WSPÓŁPRACY** – jest związany z transparentnością w miejscu pracy, m.in. w relacjach z partnerami biznesowymi, dostawcami i kontrahentami, a także porusza temat pracy w Agorze w kontekście innych aktywności zawodowych i politycznych;

▪ **ZGODNOŚĆ Z PRAWEM I PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI** – wskazuje metody przeciwdziałania wszelkim nadużyciom i korupcji w firmie;

▪ **DBAŁOŚĆ O DOBRE IMIĘ AGORY** – podsumowuje zasady komunikacji i prezentacji informacji o firmie oraz dbania o jej reputację;

▪ **BEZPIECZEŃSTWO INFORMACJI** – dotyczy ochrony informacji poufnych i tajemnicy przedsiębiorstwa oraz ochrony danych osobowych.

„Kodeks etyki Agory” obowiązuje każdego z pracowników, współpracowników i członków kadry zarządzającej Agory S.A., bez względu na pełnioną w firmie funkcję czy zajmowane stanowisko.

W „Kodeksie etyki Agory” znajdują się zasady, jakimi powinni kierować się pracownicy i współpracownicy w relacjach ze wszystkimi interesariuszami; zestawienie najważniejszych dokumentów, które zawierają szczegółowe regulacje dotyczące konkretnych tematów; schemat zgłaszania nieprawidłowości w Agorze wraz z danymi kontaktowymi do osób, które mogą pomóc we wszelkich tematach związanych z etyką, a także podpowiedzi, które mogą pomóc ocenić zgodność decyzji z zasadami i wartościami firmy oraz słownik z najważniejszymi definicjami.

Zarząd Agory S.A. zarekomendował wszystkim spółkom wchodzącym w skład Grupy Agory przyjęcie „Kodeksu etyki”.

„ZBIÓR ZASAD POSTĘPOWANIA DLA DOSTAWCÓW I PODWYKONAWCÓW AGORY”

Ważną częścią systemu etyki Agory jest „Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory”, opublikowany na stronie agora.pl, który zawiera najważniejsze zasady współpracy dla dostawców i podwykonawców. Jednocześnie podwykonawcy Agory zostali zobowiązani do zapoznania się z zasadami określonymi w tym dokumencie i przestrzegania ich.

RELACJE Z DOSTAWCAMI I PODWYKONAWCAMI

Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory

- ✓ odpowiedzialne relacje z interesariuszami
- ✓ uczciwa konkurencja
- ✓ przestrzeganie praw człowieka
- ✓ etyka i transparentność w relacjach z dostawcami i kontrahentami oraz otoczeniem
- ✓ wpływ na środowisko naturalne i zrównoważony rozwój
- ✓ zgodność z prawem i przeciwdziałanie korupcji

„Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory” dostępny jest na stronie: <https://www.agora.pl/odpowiedzialny-biznes#slide-etyka>

SYSTEM ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI

W Agorze działa poufny system zgłaszania nieprawidłowości. Jego zasady zostały opisane w dwóch wewnętrznych procedurach: „Procedurze zgłaszania nieprawidłowości w Agorze S.A.” oraz „Procedurze rozpatrywania zgłoszeń”. Wskazano w nich, że każde zgłoszenie jest poufne, a osoby zgłaszające (sygnaliści) są objęci szczególną ochroną, jak również to, że każde zgłoszenie jest ważne i zostanie rozpatrzone, zaś odpowiedź na nie zostanie przedstawiona tak szybko, jak tylko będzie to możliwe. Jednak w przypadku spraw wymagających szczególnego traktowania i

Poufny system zgłaszania nieprawidłowości



rozpatrzenia termin ten może wynieść 30 dni lub dłużej.

W ramach systemu zgłaszania nieprawidłowości funkcjonują wewnętrzne i zewnętrzne kanały, które służą do przekazywania wątpliwości, zadawania pytań lub zgłaszania nieprawidłowości przez pracowników i współpracowników.

W Agorze obecnie dostępne są następujące kanały zgłaszania nieprawidłowości:

- wewnętrzne – z zachowaniem poufności:
 - kontakt z pełnomocnikiem ds. przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi (e-mail)
 - kontakt z compliance officerem (e-mail etyka[@]agora.pl, telefon lub kontakt osobisty)
- zewnętrzne – z zachowaniem poufności i anonimowości – Linia Etyki:
 - kontakt z zewnętrzną firmą ekspercką Linia Etyki (platforma internetowa, e-mail, infolinia czynna w godz. 7:00-18:00)

Każde zgłoszenie, pytanie czy sugestia, przekazane za pomocą portalu, e-maila lub infolinii do Linii Etyki trafia do doradców merytorycznych, którzy pozostają w kontakcie z sygnalistą. System pozwala na zachowanie anonimowości, korespondencja jest szyfrowana, a dostęp do niej mają tylko doradcy Linii Etyki. Dane mogą zostać przekazane compliance officerowi Agory po wyrażeniu wyraźnej zgody przez zgłaszającego. Linia Etyki wspiera również Agorę w rozwiązywaniu spraw.

12 spraw zgłoszonych poprzez Linie Etyki w 2019 r.

w tym **9** sugestii oraz **3** nieprawidłowości

5 liczba spraw zgłoszonych poprzez Linie Etyki w 2018 r.

W 2019 r. w ramach Linii Etyki wpłynęło 12 zgłoszeń, większość z nich, czyli 9 to sugestie, zaś 3 to nieprawidłowości. Część z nich spowodowała wprowadzenie nowych rozwiązań, część zbadania sprawy oraz rozpatrzenia zgłoszenia pod kątem możliwej nieprawidłowości, część zaś była pytaniami, na które udzielono odpowiedzi. Jednocześnie zgłoszenia i pytania trafiały bezpośrednio do compliance officera Agory, jak również do Pełnomocnika ds. przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi (5 zgłoszeń). Zgłoszenia te zostały opisane w części raportu dotyczącej miejsca pracy i praw człowieka. W 2019 r. było to 5 spraw dotyczących relacji w miejscu pracy.

7 liczba spraw zgłoszonych i rozpatrzonych w 2019 r. dotyczących relacji w miejscu pracy

KOMUNIKACJA „KODEKSU ETYKI AGORY” I EDUKACJA SKIEROWANA DO PRACOWNIKÓW

Komunikacja na temat „Kodeksu etyki Agory” i systemu etyki ma na celu promowanie wśród pracowników, współpracowników oraz kontrahentów przyjętych w organizacji zasad i wartości poprzez różne formy przekazu, w tym: e-mail, newslettery, plakaty, dedykowane serwisy w intranecie, szkolenia i działania niestandardowe.

Nowi pracownicy mogą zapoznać się z dokumentem podczas szkolenia „Witamy w Agorze”. W 2019 r. w szkoleniach tych wzięło udział 114 osób. Każda z nich otrzymała egzemplarz „Kodeksu etyki Agory”.

Jednocześnie „Kodeks etyki” i system zgłaszania nieprawidłowości był tematem spotkań i warsztatów dla menedżerów podczas sesji strategicznej, a także Rady Dyrektorów i innych spotkań i warsztatów najwyższej kadry menedżerskiej. Na 2020 r. zaplanowane są obowiązkowe szkolenia e-learningowe skierowane do wszystkich pracowników, w których poruszony zostanie temat „Kodeksu etyki”.

SYSTEM COMPLIANCE W AGORZE

W 2019 r. w Agorze rozpoczęły się prace nad budową systemu compliance.

Jednym z podjętych działań było przeprowadzenie analizy luki w systemie zarządzania zgodnością oraz opracowanie rekomendacji w zakresie modelu systemu zapewnienia zgodności (compliance) w Grupie Agora.

Projekt obejmował zagadnienia związane ze zgodnością regulacyjną (wynikającą z obowiązków prawnych), jak również zgodnością dobrowolną (dobrymi praktykami i standardami branżowymi). W toku prac przeprowadzono analizę kluczowych obszarów działalności pod kątem ryzyka braku zgodności, przegląd aktualnego stanu procedur i regulaminów wewnętrznych, identyfikację luki, czyli porównanie obecnego stanu z wymogami prawnymi i dobrymi praktykami rynkowymi, oraz opracowanie rekomendacji. W prace zaangażowany był międzydziałowy zespół ds. compliance (dział prawny, compliance officer, dział komunikacji korporacyjnej, zarząd) oraz przedstawiciele poszczególnych spółek Grupy Agora.

W 2019 r. rozpoczęto pracę związane z opracowywaniem i wprowadzeniem systemu compliance do Grupy Agory oraz wskazano na następujące priorytety: wprowadzenie „Polityki otrzymywania i wręczania upominków i innych korzyści w Agorze S.A.”, szkolenia związane z procedurą na wypadek kontroli/przeszukania, wdrożenie „Procedury AML”, wprowadzenie konsoli compliance oraz opracowanie systemu komunikacji w zakresie projektów compliance.

W 2020 r. planowane są dalsze prace nad systemem compliance w Agorze, który tworzą:

- Regulacje wewnętrzne (Kodeks Etyki, Polityka Compliance, wewnętrzne procedury i instrukcje)
- Compliance officer oraz zespół ds. compliance
- Cykliczna ocena ryzyka braku zgodności oraz ocena i aktualizacja wdrożonego systemu compliance
- System informowania i rozpatrywania informacji o możliwych nadużyciach i nieprawidłowościach
- Karta Ryzyk Compliance, czyli monitoring zgodności działalności w kluczowych obszarach biznesowych
- Szkolenia i komunikacja

PROCEDURA PRZECIWDZIAŁANIA PRANIU PIENIĘDZY ORAZ FINANSOWANIU TERRORYZMU W AGORZE S.A.

W 2019 r. Zarząd przyjął „Procedurę przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu w Agorze S.A.”, która ma na celu określenie zasad i trybu postępowania Agora w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowania terroryzmu. W ten sposób Agora realizuje obowiązki wynikające z przepisów prawa. Procedura obowiązuje wszystkich uczestniczących w wykonywaniu czynności związanych z usługowym prowadzeniem ksiąg rachunkowych dla klientów. Stosowanie procedury jest obowiązkowe i ma zastosowanie do relacji z wszystkimi klientami. Każdy pracownik i współpracownik ma obowiązek zapoznania się z Procedurą. W tym temacie prowadzone były spotkania i szkolenia dla zespołu Agory.

ZASADY ŁADU KORPORACYJNEGO W GRUPIE AGORA

W Grupie Agora powstał również dokument, który opisuje zasady corporate governance w Agorze i większościowych spółkach z ograniczoną odpowiedzialnością należących do grupy kapitałowej Agory S.A. (w których Agora posiada bezpośrednio albo za pośrednictwem innej spółki ponad 50% udziałów w kapitale zakładowym). „Zasady ładu korporacyjnego w Grupie Agora” skierowane zostały do członków Zarządu Agory, dyrektorów segmentów biznesowych Agory S.A. oraz członków Zarządu, Rady Nadzorczej, Zgromadzenia Wspólników poszczególnych spółek większościowych, a także prawników grupy kapitałowej.

Celem dokumentu było przedstawienie:

- podstawowych i wybranych zagadnień związanych z funkcjonowaniem w Grupie Agora,
- zasad postępowania z informacjami mogącymi stanowić informacje poufne,
- zasad funkcjonowania Zarządu, Rady Nadzorczej oraz Zgromadzenia Wspólników,
- uprawnień oraz zadań, a także odpowiedzialności członków organów spółek,
- wzorów podstawowych dokumentów korporacyjnych.

PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI I NADUŻYCIOM

Priorytetem firmy jest działanie zgodnie z prawem i należytą starannością oraz zapobieganie sytuacjom, które mogłyby doprowadzić do korupcji, łapownictwa oraz nadużyć. W „Kodeksie etyki” opisane zostały główne zasady dotyczące tej sfery.

Następnie rozpoczął się proces przygotowania systemu compliance w Grupie Agora, który ma wprowadzić w tym zasady wynikające ze „Standardów rekomendowanych dla systemu zarządzania zgodnością w zakresie przeciwdziałania korupcji oraz systemu ochrony sygnalistów w spółkach notowanych na rynkach organizowanych przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.”.

W 2019 r. miał miejsce incydent, w ramach którego jeden z byłych pracowników Agory przekroczył swoje uprawnienia i m.in. mógł uzyskać dostęp do danych osobowych współpracowników. W wyniku procedury wyjaśniającej przeprowadzona została analiza ryzyka, a następnie odbyło się spotkanie dla ewentualnych osób zagrożonych taką sytuacją oraz wprowadzono działania zaradcze.

W 2018 r. nie stwierdzono sytuacji związanych z korupcją i nadużyciem.

ETYKA REKLAMY I DZIENNIKARSTWA

W przypadku Grupy Agora kwestie z zakresu etyki reklamy związane są zarówno z rolą Spółki jako reklamodawcy, jak również jako wydawcy mediów. Kwestie te mają ogromne znaczenie dla całej działalności.

ZEWNĘTRZNE KODEKSY OBOWIĄZUJĄCE W AGORZE

Grupa Agora przyjęła kodeksy zewnętrzne jako obowiązujące w firmie:

- [Kodeks Dobrych Praktyk Wydawców Prasy](#)
- [Kodeks Etyki Reklamy](#)

Samoregulacje branżowe związane są w szczególności z odpowiedzialnością Grupy Agora w ramach jej głównej działalności: medialnej oraz reklamowej. Grupa Agora dokłada wszelkich starań, aby powyższe zasady były realizowane zgodnie z oczekiwaniami interesariuszy.

Dbą o to, aby reklamy emitowane przez media Grupy były zgodne z obowiązującym prawem (m.in. z zakazami reklamy, dotyczącymi np. gier hazardowych, napojów alkoholowych czy wyrobów tytoniowych) oraz dobrymi obyczajami. Każde ogłoszenie czy reklama powinny być zgodne pod względem treści i formy z prawem, dobrymi obyczajami, linią programową lub charakterem publikacji oraz z normami wiążącymi Agorę jako wydawcę: „Kodeksem Etyki Reklamy” oraz „Kodeksem Dobrych Praktyk Wydawców Prasy”.

Dodatkowo reklamy produktów/branż o podwyższonym ryzyku oraz budzących wątpliwości są akceptowane przez prawników.

KODEKS ETYKI REKLAMY

Agora jest sygnatariuszem „Kodeksu etyki reklamy”, który jest obowiązującym powszechnie standardem komunikacji marketingowej w Polsce. Stanowi on zbiór zasad, jakimi powinni kierować się przedsiębiorcy, w tym zwłaszcza reklamodawcy oraz inne osoby prawne, fizyczne i jednostki organizacyjne nie mające osobowości prawnej, zajmujące się działalnością w zakresie reklamy. Kodeks opiera się na powszechnie przyjętych zasadach etyki i dobrych praktykach rynkowych, w szczególności standardach etyki biznesu, normach etycznych w komunikacji marketingowej rekomendowanych przez The European Advertising Standards Alliance (EASA).

<https://www.radareklamy.pl/kodeks-etyki-reklamy>



RADA REKLAMY

KODEKS DOBRZYCH PRAKTYK WYDAWCÓW PRASY (KODEKS WYDAWCÓW)

Został wprowadzony przez Izbę Wydawców Prasy (IWP). Jest to zbiór norm o charakterze wewnętrznego aktu samokontroli środowiska wydawców zrzeszonych w IWP, a także innych wydawców, którzy do niego przystąpią w kolejnych latach. Głównym celem dokumentu jest ochrona interesów czytelników oraz wydawców przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi naruszającymi szeroko rozumiane dobre praktyki.

[Kodeks Dobrych Praktyk Wydawców Prasy](#)



STANDARD ADS.TXT

Agora, dzięki zespołowi Yieldbird jako pierwszy wydawca w Polsce wdrożyła w 2017 r. w serwisach internetowych standard ads.txt. Rozwiązanie ads.txt, opracowane przez IAB Tech Lab, jest odpowiedzią na dwa problemy coraz częściej występujące w ekosystemie reklamy programatycznej: podszywanie się pod znane domeny (tzw. *domain spoofing*) oraz nieuczciwą odsprzedaż powierzchni reklamowej w programatycznych aukcjach otwartych. Zastosowanie standardu w serwisach internetowych Agory jest przykładem odpowiedzialności wydawcy, a zarazem przykładem realizacji zaleceń IAB w tym zakresie. [Więcej](#)

ETYKA DZIENNIKARSKA

Agora jest firmą o długoletnich tradycjach dziennikarskich, dlatego etyka dziennikarska oraz etyka mediów mają szczególne dla niej znaczenie. Wolność słowa, niezależność, a także wiarygodność to zasady, którymi redakcje kierują się w codziennej pracy. Wszelkie treści, które powstają w mediach Agory są oparte na rzetelnym i prawdziwym przekazie. Istotne są wiarygodne źródła oraz transparentność działania.

WEWNĘTRZNE KODEKSY DOTYCZĄCE ETYKI MEDIÓW OBOWIĄZUJĄCE W GRUPIE AGORA:

Rozwinięciem branżowego systemu wartości są wewnętrzne kodeksy Grupy Agora, dotyczące przede wszystkim profesji dziennikarskiej („Kodeks Dziennikarski” i „Kodeks Dziennikarza”). To wewnętrzne dekalogi pracy dziennikarzy i wydawców zatrudnionych w mediach Grupy Agora.

W Agorze S.A. zostały wdrożone dodatkowo „Zasady selekcji reklam i ogłoszeń przyjmowanych do publikacji w „Gazecie Wyborczej”, magazynach „Wysokie Obcasy Extra”, „Książki. Magazyn do czytania” oraz w wydawnictwach cyfrowych (aplikacjach) i serwisach internetowych Wyborcza.pl”, które podsumowują obowiązujące przepisy prawa i wewnętrzne regulacje Agory S.A. dotyczące selekcji reklam i ogłoszeń publikowanych lub emitowanych w wydawnictwach. Uzupełnieniem dokumentu są procedury i zasady określające poszczególne aspekty działalności reklamowej, np.: wytyczne w sprawie zakazu reklamy gier hazardowych, publikacji ogłoszeń wyborczych czy inne.

BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM

Grupa Agora dąży do partnerskich relacji z klientami, dostawcami, partnerami biznesowymi, organizacjami społecznymi, instytucjami i innymi interesariuszami. Prowadząc dialog, wysłuchuje opinii i odpowiada w miarę swoich możliwości na potrzeby tych grup.

KLUCZOWE OBSZARY WPŁYWU SPOŁECZNEGO GRUPY AGORA W ASPEKcie ODPOWIEDZIALNOŚCI WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW W OPARCIU O CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU TO:



- rozwijanie współpracy z podmiotami, które przestrzegają prawa oraz zachowują należytą staranność w przestrzeganiu standardów branżowych oraz praw człowieka
- rozwijanie i prowadzenie dotychczasowej działalności w oparciu o standardy odpowiedzialnego biznesu



- skuteczne przeciwdziałanie dyskryminacji i prowadzenie polityki równego traktowania we wszystkich aspektach zatrudnienia, bez względu na: płeć, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, rasę, narodowość, pochodzenie etniczne, religię, wyznanie, bezwyznaniowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, orientację psychoseksualną, tożsamość płciową, status rodzinny, styl życia, formę, zakres i podstawę zatrudnienia, inny typ współpracy oraz inne przesłanki narażone na zachowania dyskryminacyjne
- inicjowanie i wspieranie projektów oraz działań służących realizacji tego celu



- świadczenie najwyższej jakości usług, odpowiadanie na potrzeby i oczekiwania klientów
- budowanie dobrych i długotrwałych kontaktów z klientami
- uczciwość i postępowanie zgodne z najwyższymi standardami etyki oraz transparentność w relacjach z klientami i partnerami biznesowymi
- oferowanie produktów i usług dostosowanych do różnych grup klientów

NASI KLIENTI I ODBIORCY

Klienci i odbiorcy są jednymi z głównych grup interesariuszy całej grupy kapitałowej Agory. Wyrazem tego są nie tylko przyjęte przez spółki polityki, zasady i regulacje wewnętrzne czy zaangażowanie w działania branżowe, ale również wprowadzanie rozwiązań i podjęcie inicjatyw, których celem są produkty i usługi jeszcze bardziej dostępne, jeszcze bardziej bezpieczne oraz najwyższej jakości.

16,3 mln użytkowników serwisów Gazeta.pl i Wyborcza.pl¹

14,0 mln widzowie kin sieci Helios²

9 mln osób miesięcznie czyta teksty „Gazety Wyborczej” i Wyborcza.pl³

5,6 mln osób w grudniu weszło na stronę główną Gazeta.pl¹

300 tys. dostępów do płatnych treści „Gazety Wyborczej” i na Wyborcza.pl⁴

20 tys. subskrypcji Radia TOK FM na koniec grudnia 2019 r.²

¹ Łączny zasięg wszystkich serwisów z grupy Wyborcza.pl i grupy Gazeta.pl w grudniu 2019 r. Dane: Gemius/PBI, XII 2019, RU 16322640, PV 525855214; opracowanie Agora S.A.

² Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora wg MSSF za 2019 r.

³ Wyniki opracowane przez Polskie Badania Czytelnictwa na podstawie badania PBC oraz danych badania Gemius PBI na zlecenie Agory SA. Dane za okres styczeń - wrzesień 2019, łączny zasięg dla wydania papierowego „Gazety Wyborczej” (CCS) oraz wyborcza.pl, wyborcza.biz i wysokieobcasy.pl (RU miesięcznie)

⁴ Średnie dzienne rozpowszechnianie płatne razem (rozpowszechnianie wydań drukowanych, rozpowszechnianie e-wydań) oraz średnia dzienna liczba płatnych dostępów cyfrowych w 4. kw. 2019 r.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW

W Agorze S.A. funkcjonuje wiele dokumentów określających relacje z klientami, wśród nich wymienić należy:

- „Kodeks dobrych praktyk w obsłudze klienta”
- Wewnętrzne regulaminy, zasady ogólne zamieszczenia reklam i ogłoszeń
- Procedury pracy z klientami
- Procedury reklamacji

Źródłem informacji dotyczącej relacji z otoczeniem, w tym z klientami, odbiorcami i użytkownikami jest również wdrożony w październiku 2018 r. „Kodeks etyki Agory”.

Wśród zasad wskazanych w tym dokumencie są m.in.:



PRZESTRZEGANIE WYSOKICH
STANDARDÓW ETYCZNYCH



ODPOWIEDZIALNOŚĆ
ZA OFEROWANE PRODUKTY
I USŁUGI ORAZ ICH JAKOŚĆ



PRZEJRZYSZE I ZROZUMIAŁE
ZASADY KORZYSTANIA
Z PRODUKTÓW ORAZ USŁUG



TRANSPARENTNA
KOMUNIKACJA
MARKETINGOWA

TRANSPARENTNE ZASADY KORZYSTANIA Z PRODUKTÓW I USŁUG

Agora bierze odpowiedzialność za oferowane przez jej przedsięwzięcia, produkty i usługi, jak i komunikację marketingową. W spółkach Grupy Agora powstały regulaminy, które określają zasady, zakres i warunki korzystania z produktów i usług/serwisów/aplikacji przez kupującego/użytkownika, w tym dotyczące zakupu, zwrotu oraz reklamacji.

Klienci mają możliwość kontaktu z pomocą dla użytkowników:

- Kontakt dla prenumeratorów „Gazety Wyborczej”: pomoc@wyborcza.pl
- Centrum Pomocy Użytkownika portalu Gazeta.pl: pomoc@agora.pl
- Na stronie <https://www.agora.pl/kontakt> znajdują się zaś kontakty do poszczególnych marek i spółek Agory
- W sieci kin Helios działa zaś zespół ds. komunikacji z widzami: opinie@helios.pl

SYSTEM OBSŁUGI REKLAMACJI W AGORZE S.A.

Zasady reklamacji, sposoby składania reklamacji, w tym zobowiązanie do rozpatrzenia reklamacji w ciągu 24 godzin (obowiązuje w dni robocze), opisane są w regulaminach: „Zasadach ogólnych zamieszczania reklam i ogłoszeń w wydawnictwach Agory” oraz „Zasadach ogólnych zamieszczania reklam serwisach internetowych Agory S.A.” a także „Ogólnych zasadach zamieszczania reklam w portalu Gazeta.pl”.

W Agorze S.A. dla działów sprzedaży i obsługi klientów przygotowane zostały procedury dotyczące rozpatrywania reklamacji wraz z załącznikami. Prowadzony jest również rejestr reklamacji, na którego podstawie powstają cykliczne raporty. Wnioski z raportów są analizowane i na ich podstawie wprowadzane są zmiany w oferowanych produktach, usługach lub systemie obsługi klienta.

„KODEKS DOBRZYCH PRAKTYK W OBSŁUDZE KLIENTA”



W komunikacji z klientami biznesowymi oraz indywidualnymi odbiorcami: czytelnikami, użytkownikami, słuchaczami i widzami Grupa Agora przestrzega wewnętrznych regulaminów i procedur, w tym tych dotyczących reklamacji. Głównym standardem dotyczącym relacji z odbiorcami produktów i usług jest „Kodeks dobrych praktyk w obsłudze klienta, czytelnika i użytkownika”.

Kodeks ma na celu usprawnienie kontaktów pomiędzy pracownikami Grupy Agora a klientami, czytelnikami i użytkownikami, a jednocześnie uspołecznienie działań i zapewnienie im skuteczności. W załączniku do Kodeksu znajduje się szczegółowe omówienie konkretnych zasad, m.in. jak właściwie prowadzić korespondencję e-mailową, a jak telefoniczną i poprzez media społecznościowe.

BUDOWANIE RELACJI Z KLIENTAMI

Dla Agory bardzo ważne są relacje z klientami, użytkownikami i czytelnikami. Dlatego w ramach odpowiedzialnego podejścia do tych osób w 2019 r. zainicjował i kontynuował szereg działań.

DOBRA PRAKTYKA

Spółki Grupy Agora szukają rozwiązań, których celem będzie dostęp do produktów i usług dla jak najszerszego grona odbiorców – szczególnie grup wrażliwych, defaworyzowanych i wykluczanych. Jest to zgodne z trendem na rynku szerokiej dostępności produktów i usług o najwyższej jakości.

Wśród odbiorców tych działań są zarówno grupy: osób z różnymi niepełnosprawnościami, obcokrajowcy czy też weterani.

DOBRA PRAKTYKA**HELIOS BEZ BARIER! – POKAZY POLSKICH FILMÓW W WERSJI Z NAPISAMI DLA OSÓB NIESŁYSZĄCYCH****4** filmy w wersji z napisami dla osób niesłyszących w 49 kinach sieci Helios

Helios to największa w Polsce sieć kin wielosalowych – dysponuje 49 obiektami w kraju, zarówno w miastach średniej wielkości, jak i w największych aglomeracjach. Helios wychodząc naprzeciw potrzebom różnych grup widzów organizuje specjalne pokazy. Jedną z takich grup są osoby niesłyszące, które potrzebują napisów do oglądania filmu.

W 2019 r. sieć kin Helios zorganizowała specjalne pokazy, będące odpowiedzią na potrzeby osób niesłyszących oraz liczne sygnały płynące od kinomanów. We wszystkich kinach Helios kilkakrotnie można było obejrzeć polskie filmy w wersji z napisami dla głuchych. Wśród seansów z napisami znalazły się: „Underdog”, „Miszmasz, czyli Kogel Mogel 3”, „Całe szczęście” i „Piłsudski”.

Dzięki dodaniu odpowiednich napisów, dostosowanych do potrzeb osób z dysfunkcją słuchu, mogły one wspólnie z resztą widowni przeżywać niesamowite, filmowe emocje podczas seansów w kinach Helios.

Pokazy filmów wersji z napisami dla osób niesłyszących to kolejne z działań sieci kin Helios skierowanych do grup wykluczonych i marginalizowanych, ale też sposób na otwieranie się kina na nowych odbiorców.

DOBRA PRAKTYKA**SEANSE PO UKRAIŃSKU W SIECI KIN HELIOS****15** światowych hitów z ukraińskim dubbingiem w kinach sieci Helios

Od 2018 r. sieć kin Helios - największy operator kinowy w Polsce organizuje specjalne seanse filmów z ukraińskim dubbingiem. W ten sposób w wybranych multipleksach w całym kraju dostępne są filmy dla ukraińskojęzycznych widzów – zarówno dorosłych, jak i dzieci. Inicjatywa Heliosa spotkała się z zainteresowaniem zarówno ze strony widzów, dystrybutorów i konkurentów, którzy również dołączyli do swojego repertuaru filmy po ukraińsku. Dzięki temu grono klientów zostało rozszerzone o nowe osoby, które mogą korzystać z kultury i oglądać filmowe nowości na kinowym ekranie. W ramach projektu w 2019 r. sieć zaprezentowała 15 hitów światowego kina, m.in. „X-Men: Mroczna Phoenix”, „Ad Astra”, „Toy Story 4”, „Joker”, „Aladyn”, „Avengers: Koniec gry” i „Kapitan Marvel”.

DOBRA PRAKTYKA**„PRYVIT” – PIERWSZA BEZPŁATNA GAZETA DLA UKRAIŃCÓW WE WROCŁAWIU****6 tys.** egzemplarzy to nakład gazety „Pryvit”

„Pryvit” to pierwsza gazeta stworzona z myślą o Ukraińcach mieszkających w Polsce. Jest to wspólne przedsięwzięcie wrocławskiej redakcji „Gazety Wyborczej”, Miasta Wrocław oraz Fundacji Ukraina. Wydawcy zależy, aby dzięki gazecie „Pryvit” Ukraińcy lepiej poznali Wrocław, dowiedzieli się, jak korzystać z walorów miasta i imprez w nim organizowanych i dzięki temu lepiej integrowali się w polskim społeczeństwie. Gazeta „Pryvit” jest dostępna za darmo w miejscach często odwiedzanych przez Ukraińców, np. w siedzibie Fundacji Ukraina, cerkwi prawosławnej, urzędach, uczelniach, ale też w restauracjach, które prowadzą Ukraińcy. Lista miejsc, w których można dostać „Pryvit”, znajduje się na <http://wroclaw.wyborcza.pl>. Nakład gazety to 6 tys. egz.

DOBRA PRAKTYKA**HELIOS W PROGRAMIE „MIEJSCE PRZYJAZNE WETERANOM”**

Pamiętając o ogromnych zasługach polskich żołnierzy, sieć kin Helios przystąpiła do programu Fundacji Stratpoints „Weterani są wśród nas – Miejsce Przyjazne Weteranom”. Dzięki tej inicjatywie każda osoba posiadająca status weterana może kupić wejściówkę do dowolnie wybranego kina sieci w cenie biletu ulgowego. Bilety na wszystkie seanse są dostępne w kasach po okazaniu legitymacji weterana. Inicjatorzy programu, których wspiera Helios, chcą na wzór amerykański dbać i troszczyć się o żołnierzy po zakończeniu ich służby. Oferta dla weteranów i ich rodzin ma

zapewnić pomoc m.in. w zdobyciu nowego zawodu, rozrywkę, opiekę medyczną oraz aktywność fizyczną. Inicjatywa spotkała się z pozytywnym odbiorem widzów, którzy chętnie korzystają z szansy nabycia biletów w korzystnej cenie.

DOBRA PRAKTYKA

„BILET DLA POWSTAŃCA” W KINACH SIECI HELIOS

Z okazji 75. rocznicy wybuchu Powstania Warszawskiego sieć kin Helios przygotowała specjalną akcję skierowaną do bohaterów tego historycznego zrywu. Do końca 2019 r. mogli oni skorzystać z zaproszenia sieci do jednego z 49. kin na dowolnie wybrany seans filmowy. W ten sposób sieć kin Helios chciała wyrazić wdzięczność za ich odwagę i postawę. Akcja „Bilet dla Powstańca” dawała możliwość atrakcyjnego spędzenia czasu w kinie na oglądaniu jednej z wielu ciekawych propozycji filmowych za darmo z osobą towarzyszącą. Aby otrzymać „Bilet dla Powstańca”, należało okazać przy kasie kinowej dokument potwierdzający udział w Powstaniu Warszawskim - np. legitymację związku zrzeszającego uczestników Powstania Warszawskiego, Kartę Powstańca (wydawaną przez ZTM) lub zaświadczenie wydane przez Urząd do Spraw Kombatantów. Sieć Helios nie wyklucza ponownej organizacji akcji w przyszłości.

DOBRA PRAKTYKA

KULTURA DOSTĘPNA W SIECI KIN HELIOS

114 tys. widzów na seansach Kultury Dostępnej w sieci kin Helios

Kultura Dostępna w Kinach to program, którego celem jest dotarcie z polską sztuką filmową do szerokiego grona odbiorców dzięki przystępnej cenie biletu. Promuje on również polską sztukę filmową. W 2019 r. we wszystkich kinach Helios w całej Polsce co czwartek odbywały się seanse, w ramach których wyświetlono łącznie blisko 37 polskich filmów, które obejrzało ponad 114 tys. kinomanów. Widzowie mogli zobaczyć najbardziej cenione przez krytyków oraz nagradzane na międzynarodowych festiwalach filmy polskiej produkcji, m.in.: „Zimna wojna”, „Twój Vincent”, „Jeszcze dzień życia”, „Underdog”, „Zabawa, zabawa”, „53 wojny”, „Słodki koniec dnia”, „Miszmasz czyli Kogel Mogel 3”, „Fuga”, „Kurier”, „Kamerdyner”, „Ja teraz klamię”. Program jest częścią ogólnopolskiego projektu Kultura Dostępna - Narodowego Centrum Kultury oraz MKiDN.

DOBRA PRAKTYKA

AUTOMATYCZNE TRANSKRYPCJE AUDYCJI RADIA TOK FM

Osoby z dysfunkcją słuchu mogą mieć problem z dostępem do wartościowych audycji i podcastów przygotowywanych przez Radio TOK FM. Obecnie rozwijanym rozwiązaniem są automatyczne transkrypcje audycji Radia TOK FM. Są one generowane przez oprogramowanie komputerowe, które rozpoznaje mowę ludzką w nagraniu audio i zamienia ją na tekst pisany. Automatyczne transkrypcje lub ich fragmenty publikowane są celem przybliżenia zawartości poszczególnych audycji radiowych użytkownikom serwisu internetowego tokfm.pl, a także ułatwienia ich wyszukania za pomocą zewnętrznych wyszukiwarek internetowych. Publikacja transkrypcji ma charakter testowy i wybiórczy i nie jest stałym elementem oferty internetowej Radia TOK FM.

Radiostacja dokłada wszelkich starań, aby poprzez rozwój inteligentnych algorytmów oprogramowania do rozpoznawania mowy podnosić jakość transkrypcji.

MARKETING ZAANGAŻOWANY SPOŁECZNIE

Marketing zaangażowany społecznie to włączenie czytelników do wsparcia konkretnych przedsięwzięć.

DOBRA PRAKTYKA

PRENUMERATORZY CYFROWEJ „GAZETY WYBORCZEJ” WSPIERAJĄ CELE SPOŁECZNE

„Gazeta Wyborcza” po raz kolejny zaprosiła czytelników do wsparcia ważnego społecznie tematu w ramach wyjątkowej oferty prenumeraty cyfrowej. W 2019 r. cały przychód z akcji został przekazany na wsparcie strajkujących nauczycieli. W działaniach prowadzonych pod hasłem #Wspieramynauczycieli zebrano 200 tys. zł – na specjalny fundusz, który ma zrekompenzować protestującym nauczycielom utratę części pensji. Redakcja aktywnie wspierała też pracowników oświaty w czasie ich strajku, wydając specjalne, bezpłatne numery dziennika skierowane do nauczycieli, uczniów i ich rodziców, a także relacjonując protesty i tworząc newslettery. 26 kwietnia 2019 r. w siedzibie Agory odbył się wyjątkowy koncert charytatywny Waldemara Malickiego z zespołem, z którego cały dochód przekazano na wsparcie strajkujących.

JAKOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO USŁUG

Dbając o najwyższe standardy transparentności ruchu w internecie, a jednocześnie dostarczając użytkownikom dostęp do treści i forów dyskusyjnych tworzonych z myślą o ich rzeczywistych zainteresowaniach i potrzebach, serwisy internetowe Agory wprowadziły zabezpieczenia przed botami i internetowymi trollami.

DOBRA PRAKTYKA

SERWISY AGORY Z NARZĘDZIEM ABT SHIELD I ZABEZPIECZENIEM PRZED BOTAMI I INTERNETOWYMI TROLLAMI

Zespół portalu Gazeta.pl oraz serwisy grupy Wyborcza.pl w połowie 2019 r. na swoich stronach podpięły narzędzie ABT Shield. To nowoczesne rozwiązanie wykorzystujące sztuczną inteligencję, które pozwala na ograniczenie rozpowszechniania wprowadzających w błąd informacji, a także negatywnego wpływu botów i trolli na doświadczenie czytelników oraz skuteczność kampanii reklamowych.

Zwiększona aktywność fałszywych użytkowników, działalność botów i trolli internetowych czy skanowanie witryn i kopiowanie treści w czasie rzeczywistym to zagrożenia, z którymi coraz częściej mierzą się wydawcy internetowi. Wdrożenie narzędzia ABT Shield przez serwisy Agory to odpowiedź na te problemy.

ABT Shield to narzędzie, które uczy się schematów działania i śledzi zachowanie botów i trolli na podstawie analizy dużej ilości ruchu internetowego. Kluczowi wydawcy i firmy internetowe przeprowadzają wspólną analizę ruchu w celu wymiany doświadczeń, a każdy nowy użytkownik rozwiązania pomaga w budowaniu szczelniejszej i doskonalszej tarczy przeciwko botom i trollom poprzez anonimowe udostępnianie śladów groźnych połączeń.

Produkt ABT Shield powstał dzięki finansowaniu w ramach programu Google DNI Fund i został zaprojektowany w ścisłej współpracy z wydawcami, reklamodawcami, środowiskiem akademickim i think tankami.

Dzięki temu narzędziu zespoły Gazeta.pl i Wyborcza.pl mogą identyfikować i eliminować sztuczny ruch generowany przez boty i fałszywych internautów. To rozwiązanie korzystne zarówno z punktu widzenia użytkowników, pozwala poprawiać jakość treści rzeczywiście czytanych przez internautów, jak i reklamodawców, którzy płacą za jakościowy ruch na stronach prezentujących ich produkty.

Projekt wdrożenia narzędzia ABT Shield w serwisach internetowych Agory jest prowadzony w porozumieniu ze Stowarzyszeniem Komunikacji Marketingowej SAR.

DOBRA PRAKTYKA

WYBORCZA.PL NA RZEC BEZPIECZEŃSTWA MARKI W INTERNECIE

Przedstawiciele „Gazety Wyborczej” działają aktywnie w grupie roboczej Brand Safety IAB, która edukuje rynek nt. bezpieczeństwa marki w internecie. Zaś sama „Gazeta Wyborcza” chce być zaufanym źródłem dla użytkowników – wolnym od fałszywych informacji, mowy nienawiści, trolli, botów czy fraudów reklamowych. W 2020 r. obszar brand safety będzie priorytetem w działaniach – powstaną m.in. kolejne narzędzia pozwalające monitorować i dopasowywać treści reklamowe. Wspólna inicjatywa Wyborcza.pl i Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR powstała w celu ochrony reklamodawców przed botami i trollami oraz przeciwdziałania dezinformacji w internecie.

DOBRA PRAKTYKA

FORMATY REKLAMOWE ZGODNE Z ZALECENIAMI COALITION FOR BETTER ADS W OFERCIE GAZETA.PL

Coalition for Better Ads to międzynarodowa inicjatywa firm. Jednym z jej celów jest standaryzacja formatów reklamowych dostępnych w internecie, w tym przede wszystkim wyeliminowanie reklam uważanych za natrączywe i irytujące z perspektywy konsumentów. Dotychczas koalicja wprowadziła standardy dotyczące formatów statycznych w środowiskach PC i mobile. W 2020 r. wdrożyła regulacje dotyczące obszaru wideo (treści do 8 minut).

Formaty wprowadzone bez Biuro Reklamy Gazeta.pl są zgodne z tymi standardami.

W ofercie Gazeta.pl nie ma bloków reklamowych, zawsze jest tylko jeden spot przed materiałem redakcyjnym. Dodatkowo, portal od dawna stosuje spoty, które trwają maksymalnie do 30 sekund. W przypadku dłuższych spotów zamówionych przez klientów, jedyną dopuszczalną opcją jest emisja z możliwością pominięcia. W tym przypadku również Gazeta.pl przestrzega obowiązujących regulacji. Gazeta.pl nie stosuje reklam przykrywających playera.

Rozwiązania w ofercie biura reklamy Gazeta.pl stanowią alternatywę dla reklam, które według Coalition for Better Ads są najbardziej irytujące i skłaniają internautów do instalowania programów blokujących reklamy. Formaty reklamowe w ofercie Gazeta.pl - Prestitial, Small Sticky Ads oraz Halfpage Mobi - są skuteczne i proste, a zarazem nieinwazyjne i przyjazne dla użytkowników.

Prestitial to format dedykowany na desktop, który pojawia się na całym ekranie jeszcze przed wyświetleniem treści strony. Posiada możliwość natychmiastowego pominięcia reklamy, dzięki czemu użytkownik decyduje o jej oglądaniu. To rozwiązanie całkowicie absorbujące uwagę, idealne do działań wizerunkowych i zasięgowych.

Small Sticky Ads to reklama, która pojawia się na 15 sekund na dole ekranu. Nie jest uciążliwa, ponieważ przykrywa tylko niewielką część strony i dopasowuje się do ekranu. Jednocześnie zwraca uwagę użytkowników, podążając za nimi podczas przeglądania strony.

Halfpage Mobi to format dedykowany na urządzenia mobilne, który płynnie przewija się wraz z zawartością strony. Nie irytuje użytkowników, ale zwraca ich uwagę, ponieważ jest emitowany w tekście.

Więcej informacji o formatach reklamowych: Reklama.Gazeta.pl

DOBRA PRAKTYKA

YELDBIRD Z GRANTEM NCBIR NA INNOWACYJNY PRODUKT ADXO

3,6 mln zł dotacji z NCBiR na projekt ADXo dotyczący opracowania i wdrożenia innowacyjnego systemu zarządzania sprzedażą powierzchni reklamowych wydawców w czasie rzeczywistym

Zespół firmy Yeldbird z Grupy Agora pracuje nad stworzeniem rozwiązania, które pomoże właścicielom serwisów internetowych w poprawie efektywności zarządzania posiadaną przez nich powierzchnią reklamową. Na działania związane z tym innowacyjnym projektem spółka otrzymała grant w wysokości 3,6 mln zł z Narodowego Centrum Badań i Rozwoju w ramach programu „Inteligentny Rozwój”.

ADXo – innowacyjne rozwiązanie, nad którym pracuje Yeldbird, pozwoli zautomatyzować zarządzanie cenami reklam na podstawie analizy danych historycznych oraz zachowania kupujących. Dzięki wykorzystaniu technologii machine learning narzędzie ma zapewnić wydawcom internetowym pełną kontrolę nad polityką cenową oraz lepsze wykorzystanie danych przychodowych.

Produkt będący rezultatem projektu pozwoli także wydawcom internetowym ujednoczyć raportowanie, zmniejszyć nakłady pracy potrzebnej do obsługi programatycznych przychodów reklamowych, poprawić szybkość reakcji na błędy techniczne i zwiększyć efektywność cenową sprzedawanej powierzchni reklamowej. Dzięki kompatybilności z narzędziem Google Ad Manager produkt rozwijany przez Yeldbird będą mogli implementować i obsługiwać wydawcy na całym świecie.

BADANIA CZYTELNIKÓW I UŻYTKOWNIKÓW

Media Agory cyklicznie prowadzą badania wśród swoich użytkowników i czytelników, pytając ich o opinie i sugestie. Główne wnioski są wykorzystywane m.in. do ulepszania pracy serwisów. Okazjonalnie zaś przygotowywane są testy użytkowników oraz badania tematyczne, np. zaangażowania użytkowników mediów społecznościowych.

DOBRA PRAKTYKA**FRIENDLY PANEL, CZYLI GAZETA.PL SYSTEMOWO BADA SWOICH UŻYTKOWNIKÓW**

11 tys. użytkowników wzięło udział w badaniach dotyczących portalu Gazeta.pl

Od 2019 r. w Gazeta.pl działa stały, cykliczny proces badania użytkowników w ramach badań jakościowych i ilościowych. Wnioski i rekomendacje służą m.in. do wprowadzenia nowych formatów kontentowych, które odpowiadają na potrzeby użytkowników. Są one następnie poddawane kolejnym badaniom. Badane są również zmiany dotyczące funkcjonalności czy UX serwisów, a także ważne dla użytkowników kwestie społeczne, w które portal powinien się zaangażować. W ankiecie, którą w 2019 r. wypełniła rekordowa liczba 11 tys. użytkowników, najczęściej wskazywano kwestie uczciwości w dyskursie publicznym oraz ekologii.

W ramach badań przeprowadzono trzy fale friendly panelu i warsztaty z użytkownikami, zaś wyniki są wykorzystywane do realizacji strategii Gazeta.pl.

DOBRA PRAKTYKA**DIALOG Z KLIENTAMI DZIĘKI STRONIE BIURA REKLAMY GAZETA.PL**

W listopadzie 2018 r. zaprezentowana została nowa wersja strony Reklama.Gazeta.pl, która prezentuje najważniejsze informacje na temat serwisów i produktów reklamowych portalu oraz przykłady najciekawszych realizacji biura reklamy Gazeta.pl z ostatnich miesięcy. Strona jest formą dialogu z interesariuszami, ponieważ pozwala na zbieranie na bieżąco informacji zwrotnych od klientów biura reklamy, m.in. dzięki ankiecie.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

Wyrazem docenienia działań Grupy Agora wobec klientów są wyróżnienia i nagrody.

DOBRA PRAKTYKA**AMS PO RAZ 10. NA SZCZYCIE RANKINGU BIUR REKLAMY „MEDIA MARKETING POLSKA”; WYRÓŻNIENIA DLA „GAZETY WYBORCZEJ” I TANDEM MEDIA**

10. raz biuro reklamy AMS zostało liderem zestawienia działów sprzedaży firm reklamy OOH

Jak co roku zespoły sprzedaży działające w Grupie Agora zdobyły w 2019 r. wysokie noty od klientów reklamowych w raporcie „Biura Reklamy 2019”. W badaniu przygotowanym dla „Media Marketing Polska” zespół AMS otrzymał nagrodę Biura Reklamy OOH Roku, a wyróżnienia trafiły do handlowców z „Gazety Wyborczej” i Tandem Media.

Już 10. raz biuro reklamy AMS zostało liderem zestawienia działów sprzedaży firm reklamy OOH.

„Doceniamy przede wszystkim rozwój oferty premium i wyniki biznesowe” - napisali twórcy opracowania.

Zespół sprzedaży AMS oferuje, zdaniem badanych na zlecenie „Media Marketing Polska”, atrakcyjne formaty i rozwiązania technologiczne; potrafi elastycznie i sprawnie działać w sytuacji zmian w trakcie kampanii. Klienci cenią

handlowców AMS za umiejętność doradzenia i zaoferowania ciekawych rozwiązań, za szybkie i wyczerpujące odpowiedzi na briefy oraz transparentną politykę cenową.

W kategorii Biura reklamy prasowej - dzienniki redakcja „Media Marketing Polska” nie wskazała głównego zwycięzcy. Jedno z dwóch wyróżnień trafiło do zespołu sprzedaży „Gazety Wyborczej” i Wyborcza.pl.

„Biuro reklamy Gazety Wyborczej może się wciąż pochwalić najwyższymi wpływami z reklam wśród dzienników oraz - co być może nawet ważniejsze - cieszy się ogromnym zaufaniem klientów” - czytamy w raporcie. Reklamodawcy współpracujący z dziennikiem cenią sobie zwłaszcza doradztwo handlowców „Wyborczej” i ich umiejętność zaoferowania ciekawych rozwiązań, a także elastyczność i sprawność w działaniu oraz transparentność polityki cenowej.

Tandem Media, broker reklamy radiowej i kinowej Agory, w tegorocznej edycji raportu zdobył wyróżnienie w kategorii Biura reklamy kinowej.

„Wyróżniamy biuro Tandem Media za imponujące wyniki sprzedaży i utrzymanie pozycji jednego z liderów na skrajnie wymagającym rynku kinowej reklamy” - uzasadniła redakcja „Media Marketing Polska”. Klienci „kinowi” Tandem Media wskazali, że współpraca z tym zespołem zapewnia im poczucie bezpieczeństwa.

Dobre opinie w rankingu zebrały także: biuro reklamy Gazeta.pl, zwłaszcza za umiejętność doradzenia ciekawych rozwiązań, zespół oferujący reklamy w magazynach Agory (działający w strukturach biura reklamy „Gazety Wyborczej” i Wyborcza.pl).

Magazyn „Media Marketing Polska” co roku publikuje raport „Biura Reklamy”. Oceny zespołów sprzedaży mediów dokonuje w nim panel specjalistów pracowników domów mediowych. Noty przyznawane są m.in. w kategoriach: ogólna ocena biur reklamy, elastyczność i sprawność w sytuacji zmiany w trakcie kampanii, otwartość na negocjacje cenowe, oferowane atrakcyjne formaty i rozwiązania. Badanie zostało przeprowadzone metodą CATI w dniach 15-25 października 2019 r. przez Kantar Millward Brown.

DOBRA PRAKTYKA

„GAZETA WYBORCZA” LIDEREM NAJSILNIEJSZYCH BRANDÓW W POLSCE W RANKINGU TOP MARKA 2019

900 tys. wzmianek o „Gazecie Wyborczej” w mediach

W najnowszym badaniu Top Marka „Gazeta Wyborcza” zajęła pierwsze miejsce w zestawieniu 500 najsilniejszych medialnie marek w Polsce. „Gazeta Wyborcza” jest też liderem brandów w kategorii Prasa - publikowane przez nią najświeższe informacje są cytowane najchętniej spośród tytułów prasowych. Top Marka 2019 to największe badanie marek w polskich mediach. Dwunasta edycja rankingu brandów o najlepszym wizerunku objęła aż 500 marek z 50 branż.

„Gazeta Wyborcza” zwyciężyła jednocześnie w kategorii Prasa - pod względem zarówno liczby, jak i zasięgu wzmianek wymieniających jej brand. W analizowanym okresie ukazało się ponad 900 tys. takich publikacji. Najwięcej wzmianek o „Gazecie Wyborczej” pojawiło się w mediach społecznościowych - 90,1%.

W tegorocznym rankingu Top Marka znalazły się również inne marki Grupy Agora. Gazeta.pl zajęła trzecie miejsce w zestawieniu najbardziej medialnych portali internetowych, a w ogólnym rankingu 500 najbardziej medialnych marek uplasowała się na 101. pozycji. Kolejnymi brandami były: Radio TOK FM (272. miejsce ogółem, 6. wśród stacji radiowych) i Wydawnictwo Agora (292. ogółem, 7. wśród wydawnictw książkowych).

Badanie Top Marka jest wspólnym przedsięwzięciem pomysłodawcy projektu - magazynu „Press” i autora metodologii - Press-Service Monitoring Mediów. Realizowane jest od 2007 r. Pierwsze edycje zawierały analizę publikacji prasowych. W 2013 r. badanie poszerzono o materiały z internetu, dwa lata później - o wzmianki z serwisów społecznościowych.

Wyniki badania Top Marka 2019, przeprowadzonego przez Press-Service Monitoring Mediów, zaprezentowano w listopadowo-grudniowym wydaniu magazynu „Press”. Przeanalizowano w nim materiały z prasy, internetu i mediów społecznościowych opublikowane od 1 lipca 2018 do 30 czerwca 2019 r. - łącznie aż 73 mln wzmianek.

POLITYKA SYSTEMU ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ W DRUKARNI AGORY

Od 24 lipca 2018 r. w pionie Druk Agory S.A. funkcjonuje System Zarządzania Jakością oparty na Normie ISO 9001:2015. Zastąpił on wcześniejszy system oparty na Normie ISO 9001:2008. Główne założenia polityki w zakresie zarządzania jakością z 24 lipca 2018 r. dotyczą ciągłego doskonalenia jakości poprzez spełnienie wymagań i oczekiwań klientów przy stałym wzroście rentowności prowadzonych działań oraz bezpieczeństwa finansowego Agory.

W związku z ogłoszeniem przez zarząd decyzji o zaprzestaniu produkcji w drukarniach w Tychach i w Pile, w czerwcu 2019 r. główne cele zostały zdefiniowane i związane są z przeniesieniem druku klientów zewnętrznych do drukarni w Warszawie oraz demontażem i relokacją części sprzętu z likwidowanych drukarni. W ramach realizacji tych celów przygotowano wewnętrzne szkolenia z obsługi przenoszonych do Warszawy maszyn i urządzeń oraz zaplanowano komunikację skierowaną do klientów. Dzięki tym działaniom zachowano ciągłość produkcji gazet i czasopism po likwidacji dwóch z trzech drukarni Agory.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ MEDIÓW

Działalność mediów Grupy Agora opiera się na wartościach i zasadach, wśród których najważniejsze dotyczą: niezależności, dbałości o jakość i rzetelność przygotowywanych materiałów oraz odpowiedzialność za słowa.

Media Agory starają się rozwijać wśród odbiorców umiejętność korzystania z zasobów oferowanych przez media oraz krytycznego myślenia. Równocześnie dziennikarze i pracownicy Grupy Agora czynnie włączają się w akcje społeczne oraz inicjują szereg działań, kampanii i inicjatyw, które angażują lokalne społeczności i poruszają ważne problemy społeczne.

W ramach oferowanych produktów są takie, których społeczny cel jest związany z ważnymi dla społeczeństwa problemami, kwestiami i tematami.

DOBRA PRAKTYKA

DZIAŁANIA „GAZETY WYBORCZEJ” NA RZECZ WOLNOŚCI W MEDIACH

43 tys. wyświetleń relacji wideo debaty o mediach „FREE WORLD FREE PRESS”

Jakie wyzwania stoją dziś przed dziennikarzami? Czy potrzebne są media publiczne? Czym jest demokratyczne dziennikarstwo? Kto jest dziś cenzorem, a kto trollem? Czym jest dziennikarska wolność? Poszukiwania odpowiedzi na te pytania stały się inspiracją do zorganizowania przez „Gazetę Wyborczą” we współpracy z międzynarodowymi partnerami debat pod hasłem: „FREE WORLD FREE PRESS” oraz warsztatów dla branży medialnej towarzyszących wręczeniu prestiżowej nagrody European Press Prize Award 2019.

Debata o mediach „FREE WORLD FREE PRESS” odbyła się 22 maja 2019 r. w siedzibie „Gazety Wyborczej” w Warszawie. Rozmowie o wyzwaniach współczesnego dziennikarstwa w Polsce i na świecie, prowadzonej w dwóch panelach, towarzyszyło otwarcie wystawy wybitnego fotografa Yannisa Behrakisa pod patronatem agencji Reuters i European Press Prize. Gośćmi debat „Przyszłość mediów publicznych w Polsce” oraz „Rola dziennikarstwa i wolnych mediów na świecie - wczoraj, dzisiaj i jutro” byli dziennikarze, przedstawiciele NGO’ów i ludzie mediów. Udział w wydarzeniu był bezpłatny, przygotowano również transmisje ze spotkania w mediach społecznościowych i na Wyborcza.pl. Dzień później w siedzibie „Gazety Wyborczej” miała miejsce gala European Press Prize Award 2019 – prestiżowego konkursu na najlepszy europejski tekst prasowy. Wydarzeniu, które odbyło się po raz pierwszy w Polsce, towarzyszyły warsztaty dla dziennikarzy, wydawców i redaktorów z Europy.

„Gazeta Wyborcza” często porusza kwestie wolności mediów i rzetelności dziennikarskiej, organizuje też wydarzenia i akcje związane z tą tematyką. We wrześniu 2019 r. „Gazeta Wyborcza Trójmiasto” zorganizowała Panel Reportażystów, który otworzył Gdański Tydzień Demokracji. W dyskusji o tym, czy dziennikarstwo zaangażowane może w dzisiejszym świecie wspierać demokrację, wzięło udział 300 osób.

<https://wyborcza.pl/7,154385,24815002,free-world-free-press-debata-o-mediach-i-otwarcie-wystawy.html>

DOBRA PRAKTYKA

„GAZETA WYBORCZA” POLSKIM PARTNEREM W PROGRAMIE GOOGLE NEWS INITIATIVE FELLOWSHIP

40 redakcji informacyjnych z 11 krajów w programie Google News Initiative Fellowship

„Gazeta Wyborcza” dołączyła do Google News Initiative Fellowship, programu organizowanego przez Europejskie Centrum Dziennikarstwa (EJC). Dzięki tej inicjatywie jedna osoba, wybrana spośród zgłoszonych kandydatów, odbyła ośmiotygodniowy płatny staż dziennikarski w dziale danych „Gazety Wyborczej”. Dziennik był jedynym partnerem medialnym GNI Fellowship z Polski.

Google News Initiative Fellowship, organizowany w krajach Unii Europejskiej przez Europejskie Centrum Dziennikarstwa (EJC), adresowany jest do studentów różnych kierunków studiów, którzy pasjonują się dziennikarstwem oraz nowymi technologiami, rozumiejąc ich coraz większą rolę w pracy redaktorów. Staże oferowane w programie to wyjątkowa okazja dla młodych osób, aby poznać specyfikę działania największych mediów informacyjnych w Europie, móc uczyć się od najlepszych dziennikarzy i zdobyć cenne doświadczenie. Europejskie Centrum Dziennikarstwa (EJC) stawia na jakościowe dziennikarstwo w erze cyfrowej i dzięki programowi GNI Fellowship chce kształcić nowe pokolenie dziennikarzy i rozwijać kompetencje, potrzebne do pracy w mediach.

W ramach GNI Fellowship kilkadziesiąt osób, wybranych spośród wszystkich zgłoszonych kandydatów, zostało zaproszonych na płatne ośmiotygodniowe staże wakacyjne w 40 redakcjach informacyjnych z 11 krajów europejskich: Austrii, Belgii, Finlandii, Francji, Niemiec, Wielkiej Brytanii, Irlandii, Szwecji, Szwajcarii, Holandii oraz – po raz pierwszy w historii – Polski. W programie biorą udział m.in. brytyjski dziennik „The Guardian”, francuska agencja prasowa AFP, fiński publiczny nadawca radiowo-telewizyjny Yle czy irlandzki portal TheJournal.ie, ale również lokalne i regionalne media.

W 2020 r. planowany jest kolejny staż, tym razem w redakcji „Wysokich Obcasów”.

DOBRA PRAKTYKA

„EUROPE TALKS”/”EUROPA ROZMAWIA”**500** osób wzięło udział w festiwalu „European Talks” w Brukseli

„Gazeta Wyborcza” uruchomiła platformę „Europe Talks” łączącą ludzi o różnych poglądach politycznych z całej Europy. To wspólny projekt polskiego dziennika oraz 15 innych europejskich redakcji medialnych, który ma umożliwić debatę wielu środowisk przed wyborami do Parlamentu Europejskiego.

W ramach akcji „Europe Talks” – od 18 marca do 10 kwietnia 2019 r. – w serwisie Wyborcza.pl pod konkretnymi artykułami dostępna była ramka z jednym z siedmiu politycznie kontrowersyjnych pytań, które były wówczas przedmiotem debaty w wielu krajach Unii Europejskiej, np. „czy wszystkie kraje w Europie powinny ponownie wprowadzić ścisłe kontrole na granicach krajowych” lub „czy bogate kraje europejskie powinny wspierać mniej zamożne państwa?”. Dzięki „Europe Talks” po raz pierwszy osoby o różnych poglądach z różnych krajów Unii Europejskiej mogły w tym samym czasie debatować ponad granicami państwowymi. Nieznajomi np. z Belgii, Francji, Włoch i Polski mogli się spotkać ze swoimi europejskimi sąsiadami, poznać ich bliżej i spróbować zrozumieć ich światopogląd. 11 maja 2019 r. podczas finału akcji uczestnicy spotkali osobiście lub przez wideokonferencję z oponentem. W Festiwalu „European Talks” w Brukseli wzięło udział 500 osób.

Pomysłodawcami oraz organizatorami projektu „Europe Talks” byli reprezentanci 16 redakcji medialnych z całej Europy. Pomysłodawcy projektu „Europe Talks” z ZEIT ONLINE zostali nagrodzeni The Jean Monnet Prize „za ogromny wysiłek i osiągnięcie na szeroką skalę, a także za wykorzystanie zasięgu mediów i ich siły organizacyjnej w celu promowania zrozumienia i integracji”. Nagroda The Jean Monnet Prize for European Integration (za integrację europejską) upamiętnia osiągnięcia Jeana Monneta i jest przyznawana osobom lub grupom odnoszącym sukcesy w integracji europejskiej dzięki zaprojektowanym i wdrożonym przez siebie projektom.

DOBRA PRAKTYKA**„GAZETA WYBORCZA” W OBRONIE DZIENNIKARZA IWANA GOŁUNOWA**

„Gazeta Wyborcza” włączyła się do międzynarodowej akcji publikowania reportażu Iwana Gołunowa – nieposłusznego wobec Kremla rosyjskiego dziennikarza portalu Meduza, który 6 czerwca 2019 r. został aresztowany w policyjnej prowokacji w Moskwie. Iwan Gołunow został oczyszczony z zarzutów i wypuszczony na wolność 11 czerwca 2019 r., pomimo tego redakcja w geście dziennikarskiej solidarności opublikowała jego reportaż śledczy pt. „Łowcy skór, wyjmowanie organów, znikające cmentarze i rzuty trupami przez płot”, który opisuje przerażające patologie rosyjskiej branży pogrzebowej.

DOBRA PRAKTYKA**„GAZETA WYBORCZA” WRAZ Z EUROPEJSKIMI DZIENNIKAMI TWORZY SONAR EUROPE**

Redakcja „Gazety Wyborczej” połączyła siły z zespołami „Le Soir”, „Le Figaro” i „El País”, tworząc nowy projekt medialny „Sonar Europe”. Dzięki współpracy dzienników, zainaugurowanej w marcu 2019 r. powstają atrakcyjne, multimedialne materiały oparte na danych, dotyczące wielu tematów i pokazujące wiele punktów widzenia z różnych krajów Unii Europejskiej. Publikacje spod znaku, Sonar Europe ukazują się w 4 językach twórców projektu na papierowych i cyfrowych łamach dzienników. Sonar Europe to wspólny projekt redakcji „Gazety Wyborczej” oraz „Le Soir” (Belgia), „Le Figaro” (Francja) i „El País” (Hiszpania), należących do prestiżowego, europejskiego stowarzyszenia LENA.

W ramach zaplanowanych na dwa lata działań zespoły tych gazet tworzą materiały dziennikarskie, multimedialne opracowania o tematyce paneuropejskiej, a także krótsze artykuły i infografiki, koncentrujące się na danym kraju lub regionie. Wszystkie publikacje bazują na danych m.in. z obszaru zdrowia, gospodarki, społeczeństwa, polityki oraz edukacji. Zgodnie z założeniami twórców projektu, publikacje spod znaku Sonar Europe mają dotrzeć do szerokiego grona odbiorców z całej Unii Europejskiej, dzięki unikalnej strategii udostępniania treści.

Materiały dziennikarskie stworzone w ramach projektu są dostępne za pośrednictwem stron internetowych partnerów w 4 językach – w Polsce w serwisie BiQdata.Wyborcza.pl w sekcji Sonar_Europe. Inne gazety zrzeszone w LENA, jak również inne zainteresowane media, mogą skorzystać z treści i publikować je na swoich łamach.

Projekt Sonar Europe ma dodatkowo zachęcać inne media w całej Europie do wymiany wiedzy i doświadczeń. Jego twórcy edukują europejskie redakcje m.in. w zakresie korzystania z danych i tworzenia na ich podstawie atrakcyjnych publikacji. W planie są warsztaty i seminaria online i offline dla profesjonalistów z różnych mediów, zainteresowanych pracą z danymi na temat Europy. Liderem projektu Sonar Europe jest „Gazeta Wyborcza”, która w 2017 r. uruchomiła podobny projekt: Sonar.Wyborcza.pl – nowoczesny serwis internetowy, który pokazuje świat i działania polityków w newsach, liczbach i na wykresach. W zespole polskiego dziennika Sonar Europe będzie prowadzony przez dział danych, wydający serwisy BiQdata.Wyborcza.pl i właśnie Sonar.Wyborcza.pl.

Działania w ramach projektu Sonar Europe potrwać do końca lutego 2021 r. Projekt jest współfinansowany przez Dyрекcję Generalną ds. Sieci Komunikacyjnych, Treści i Technologii (DG CONNECT) Komisji Europejskiej.

DOBRA PRAKTYKA**„GAZETA WYBORCZA” WŁĄCZYŁA SIĘ DO AKCJI #VOTE4FRIENDSHIP I ZACHĘCAŁA DO UDZIAŁU W WYBORACH DO PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO**

Tuż przed wyborami do Parlamentu Europejskiego, w piątek, 24 maja 2019 r. do całego nakładu „Gazety Wyborczej” został dołączony plakat z flagą Unii Europejskiej z hasłem „Europa na tak!”. Na jego drugiej stronie zaś znaleźć można było grafikę odwołującą się do idei przyjaźni europejskiej, stworzoną przez młodych artystów w ramach akcji #vote4friendship. To wspólny projekt 16 krajów UE, który ma zachęcić młode osoby do głosowania w zbliżających się wyborach do Parlamentu Europejskiego.

W ramach projektu Pencil Friends, który jest częścią akcji #vote4friendship, 19 grafików i ilustratorów z 16 krajów członkowskich Unii Europejskiej przygotowało plakaty oparte na motywie międzynarodowej przyjaźni – idei bliskiej zarówno Unii Europejskiej, jak i młodym ludziom, którzy chętnie zawierają znajomości przekraczające geograficzne czy mentalne granice.

Każdy z artystów w projekcie stworzył unikalną postać reprezentującego dany kraj „przyjaciela”. Poszczególni bohaterowie zostali połączeni w międzynarodowe pary i przeniesieni na plakaty. Na powstałych grafikach postaci podają sobie ręce i zachęcają do głosowania „na przyjaźń”.

Grafika umieszczona w „Gazecie Wyborczej” symbolizowała przyjaźń polsko-portugalską. Jej autorami są Tymek Jezierski z Polski oraz Tiago Galo z Portugalii.

INICJATYWY I NAGRODY MEDIÓW AGORY

Media Grupy Agora dzięki organizacji konkursów i inicjatyw zabierają głos w ważnych społecznie tematach, jednocześnie zaś promują kulturę.

DOBRA PRAKTYKA**CYKLE KRÓTKICH REPORTAŻY WIDEO GAZETA.PL: #ZWYKLINIEZWYKLI I #MICRODOC****13** multimedialnych materiałów w ramach cyklu krótkich reportaży portalu Gazeta.pl

Bohaterami mikrodokumentów Gazeta.pl są zwykli ludzie, których postawa jest godna naśladowania - przekraczają własne ograniczenia, łamią stereotypy, inspirują, zaskakują, czynią dobro. Celem cyklu jest przybliżenie ich sylwetek i wywołanie pozytywnych emocji w widzach: wzruszenia, inspiracji i motywacji do działania. Twórcy materiałów wideo unikają hejtu i sensacji, śmiało podejmują trudne tematy, np. bezdomności, biedy, choroby, niepełnosprawności itp., które stają się dla odbiorców okazją do przemyśleń. Od 2018 r. cykle są publikowane na portalu Gazeta.pl. W 2019 r. powstało 13 multimedialnych materiałów, m.in. o mechaniku – geju – katoliku, niepełnosprawnym kierowcy rajdowym, klinice ratującej zwierzęta czy akcji „Daj obiad”.

DOBRA PRAKTYKA**CYKL WIDEO „W POŻYCZONYCH GARNITURACH”**

Jakub Hartwich i Adrian Glinka to bohaterowie protestu Rodziców Osób Niepełnosprawnych w Sejmie; obaj jeżdżą na wózku i prowadzą program wideo emitowany w 2018 i 2019 r. na Wyborcza.pl pt. „W pożyczonych garniturach”. Jego celem było uwrażliwienie wszystkich na problemy osób z niepełnosprawnościami, a jednocześnie wypełnienie luki w mediach związanej z brakiem programów tego typu. W 2019 r. powstały odcinki, których gośćmi byli m.in. protestujące w Sejmie mamy, Justyna Dobrosz-Oracz oraz Paweł Wroński, a także Karolina Hamer – mistrzyni paraolimpijska, która walczy o prawa osób z niepełnosprawnościami, wspiera ruchy kobiece i LGBT. Jakub Hartwich i Adrian Glinka odwiedzili też placówkę dla uchodźców na warszawskim Targówku, gdzie razem z wolontariuszkami świetlicy z Fundacji dla Wolności rozmawiali z dziećmi.

DOBRA PRAKTYKA**NAGRODA RADIA TOK FM IM. ANNY LASZUK**

Radio TOK FM od 2011 r. nagradza ludzi, instytucje lub organizacje za odważne, niekonwencjonalne, niezwykle działania, dzieła lub wypowiedzi, które w ciągu danego roku miały istotny wpływ na świadomość społeczną lub zmieniły polską rzeczywistość. W 2019 r. Nagrodę Radia TOK FM im. Anny Laszuk za „wyjątkowy wpływ na rzeczywistość” otrzymali twórcy Inicjatywy Wolne Sądy, którzy bronią niezależności sądów i niezawisłości sędziów przed atakami politycznymi. Oprócz tego Nagrodę Specjalną odebrali Jerzy Owsiak i Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy. Wśród laureatów wcześniejszych edycji Nagrody są m.in. Czarny Protest/Ogólnopolski Strajk Kobiet, płk Krzysztof Olkowicz, Robert Biedroń i Adam Bodnar wraz z Koalicją Organizacji Pozarządowych oraz Obrońcy Puszczy Białowieskiej.

DOBRA PRAKTYKA**NAGRODA FOTOGRAFICZNA „GAZETY WYBORCZEJ” IM. KRZYSZTOFA MILLERA ZA ODWAGĘ PATRZENIA**

300 zgłoszeń do Nagrody im. Krzysztofa Millera za odwagę patrzenia

Nagroda im. Krzysztofa Millera za odwagę patrzenia przyznawana jest od 2018 r., a jej celem jest promocja fotografii o wyjątkowych wartościach dziennikarskich, wyróżniających się pogłębionym, rzetelnym i właśnie odważnym spojrzeniem na trudne tematy społeczne, polityczne, ekonomiczne i kulturowe. Do 2. edycji konkursu organizowanego przez „Gazetę Wyborczą” zgłoszono 4,5 tys. zdjęć. Swoje prace przesyłali zarówno profesjonalści, jak i amatorzy fotografii, indywidualni autorzy oraz kolektywy fotografów. Decyzją jury nagrodę główną otrzymał Alessio Paduano za poruszający fotoreportaż, przedstawiający ofiary handlu ludźmi we Włoszech. Przyznane zostały też Nagroda Deutsche Bank w kategorii #PositiveImpact oraz wyróżnienie specjalne. Finałowa gala odbyła się 3 grudnia 2019 r. w Warszawie. Alessio Paduano - laureat drugiej edycji Konkursu im. Krzysztofa Millera: <https://multimedia.wyborcza.pl/alessio-paduano/>

DOBRA PRAKTYKA

„GAZETA WYBORCZA” JAKO WSPÓŁORGANIZATOR NAGRODY IM. RYSZARDA KAPUŚCIŃSKIEGO

123 zgłoszeń do 10. edycji Nagrody im Ryszarda Kapuścińskiego

Nagroda im. Ryszarda Kapuścińskiego jest przyznawana od 2010 r. przez „Gazetę Wyborczą” i Miasto st. Warszawa autorom najlepszej książki reporterskiej roku i najlepszego przekładu roku. W 10. edycji do konkursu zgłoszono 123 pozycje nadesłane przez 26 wydawnictw. Jury nominowało do finału 10 reportaży. Nagrodę główną za Reportaż Literacki 2018 otrzymał Maciej Zaremba Bielawski – za książkę „Dom z dwiema wieżami” (Huset med de två tornen) wydaną nakładem Wydawnictwa Karakter. Natomiast Mariusz Kalinowski, który tłumaczył wyróżnioną książkę z języka szwedzkiego na polski, został nagrodzony za najlepszy przekład. Najważniejsze w Polsce nagrody dla książek non-fiction wręczono 24 maja 2019 r. Konkursowi towarzyszyła akcja edukacyjna prowadzona wśród uczniów warszawskich szkół.

DOBRA PRAKTYKA

NAGRODA ZA PROJEKT CSR W PLEBISCYCIE „THE BEST OF MOTO”

14 nagród w 2. edycji „The Best of Moto”

W kolejnej odsłonie plebiscytu motoryzacyjnego „The Best of Moto” organizowanego przez serwis Moto.pl nagrodą główną The Best of Moto uhonorowano model Porsche 911 Carrera S. 28 listopada 2019 r. podczas oficjalnej gali w warszawskiej siedzibie Agory wręczono aż 14 statuetek, nagradzając m.in. innowacje techniczne, design i najciekawsze modele samochodów w różnych kategoriach, a także przyznano nagrodę specjalną dla lidera sprzedaży w kategorii e-Moto. W drugiej edycji plebiscytu „The Best of Moto” internauci oddali 20 tys. głosów w 10 kategoriach. Nagrodę za projekt CSR roku jurorzy przyznali projektowi Ford Driving Skills for Life Link do filmiku: <https://www.youtube.com/watch?v=dbcKAE1HnRs&feature=youtu.be&fbclid=IwAR2ed1jPCGDeMKq31KW2kLgvNCEP uP3evkyWr2BZsZtym6EBpGUWjoNKA4Q>

BUDOWANIE RELACJI Z OTOCZENIEM

Relacje z otoczeniem, również branżowym mają dla Grupy Agora szczególne znaczenie, dlatego spółki Grupy, jak również jej media inicjują i angażują się w wiele inicjatyw i działań na rzecz branży.

CZŁONKOSTWO W ORGANIZACJACH BRANŻOWYCH

Grupa Agora chce aktywnie kształtować otoczenie, w którym na co dzień funkcjonuje. Dlatego też jej spółki są aktywnymi uczestnikami organizacji skupiających specjalistów z branż istotnych dla jej działalności.

Główne organizacje, w pracach których uczestniczą przedstawiciele spółek Grupy to:

POLSKIE ORGANIZACJE:

- PKPP LEWIATAN / Związek Pracodawców Prywatnych Mediów
- Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych
- Izba Wydawców Prasy
- Związek Kontroli Dystrybucji Prasy
- IAB Polska – Internet Advertising Bureau Polska
- IGRZ – Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej
- Stowarzyszenie Wydawców ReproPol
- Stowarzyszenie Kina Polskie
- Polskie Stowarzyszenie Nowe Kina
- IAA Polska – Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy Polska

ZAGRANICZNE ORGANIZACJE:

- IAB Europe
- INMA – International Newsmedia Marketing Association
- EPC – European Publishers Council
- EGTA – Association of television and radio sales house
- UNIC – International Union of Cinemas

- ZPAV – Związek Producentów Audio Video
- KIPA – Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych
- Krajowa Izba Książki
- Polskie Badania Internetu

(dane na 31.12.2019 r.)

EDUKACJA BRANŻY

Równie ważną kwestią dla spółek Grupy Agora jak włączanie się w inicjatywy branżowe jest edukacja branży. Podejmowane są działania, w których pracownicy Agory mogą podzielić się swoją wiedzą oraz doświadczeniami z przedstawicielami klientów i partnerów biznesowych. Dzięki temu powstaje platforma do wymiany wiedzy. Takie działania podejmują m.in. Gazeta.pl, Radio TOK FM czy Agora IT – regularnie przygotowując konferencje branżowe. Wyrazem odpowiedzialności jest również członkostwo w organizacjach branżowych

DOBRA PRAKTYKA

GAZETA.PL EDUKUJE BRANŻĘ REKLAMOWĄ W PROJEKCIE GAZETA.PL LAB

Gazeta.pl LAB to projekt edukacyjny Gazeta.pl skierowany do branży reklamowej, który ma na celu przybliżenie klientom najnowszych trendów dotyczących treści i reklamy w internecie oraz projektów realizowanych przez zespół portalu. Obejmuje zarówno większe konferencje merytoryczne, jak i kameralne warsztaty, szkolenia, śniadania edukacyjne czy webinaria, mające na celu optymalizację i doskonalenie współpracy Gazeta.pl z reklamodawcami.

W maju 2019 r. odbyła się druga edycja konferencji EFFECT LAB. Eksperti Gazeta.pl i zaproszeni goście opowiedzieli podczas niej o efektywnej komunikacji w świecie multimedialnego biznesu. Czym jest efektywność w digitalu i jak ją mierzyć? Efektywność treści, komunikacji, dotarcia – jak do tego podejść, jak o tym myśleć, jak oceniać? Podczas konferencji EFFECT LAB eksperci poruszyli temat efektywności w kontekście m.in. content marketingu i reklamy programatycznej czy planowania mediów. Z kolei śniadania biznesowe w 2019 r. poświęcone były rodzicielstwu i digitalowej rewolucji z nim związanej oraz trendom w obszarach moto i biznes.

DOBRA PRAKTYKA

„SZCZĘŚLIWE FIRMY” – PROJEKT „GAZETY WYBORCZEJ” DLA PRACODAWCÓW

400 uczestników debat w ramach projektu „Szczęśliwe firmy”

O rynku pracownika słyszał już każdy – niestety, mało kto wie o zmianach, jakie dokonały się wśród zatrudnionych. Zwykłe benefity nie są już magnesem dla nowych pracowników. Kilkanaście godzin w biurze każdego dnia to nie problem dla młodego pokolenia. Kluczową sprawą jest to, co dostają w zamian. Praca musi im dawać poczucie wpływu na rzeczywistość, z którego czerpią satysfakcję.

W ramach nowego projektu „Szczęśliwe firmy” redakcja „Gazety Wyborczej” wraz z partnerami rozpoczęła debatę na temat nowej kultury organizacyjnej w biznesie i roli pracodawcy w budowaniu szczęśliwych firm. Oprócz debat i warsztatów przygotowano również cykl artykułów prasowych i internetowych. Uczestnicy debat w Gdańsku, Poznaniu, Wrocławiu i Krakowie poszukiwali definicji „szczęścia w pracy”, zastanawiali się nad wartościami, sensem pracy, współczesną rolą lidera oraz funkcjonowaniem na coraz szybciej zmieniającym się rynku. Paneliści rozmawiali o wyzwaniach przyszłości – automatyzacji, sztucznej inteligencji i robotyce, sprawdzili też, jak na poczucie szczęścia w pracy wpływa otoczenie: miasto, życie osobiste, pasje, zdrowie – i czy można traktować je odrębnie oraz w jaki sposób powinien odnaleźć się w tym ekosystemie pracodawca. Uczestnicy poznali również praktyki, jakie stosują najlepsze firmy na polskim rynku.

W ramach projektu odbyły się cztery debaty z ekspertami i pracodawcami w Gdańsku, Poznaniu, Wrocławiu, Krakowie, warsztaty mindfulness, powstał serwis Wyborcza.pl/szczęśliwe firmy, materiały wideo a wszystko dopełnił jakościowy i ekspercki kontent redakcyjny. W spotkaniach wzięło udział ponad 400 uczestników. Swoimi doświadczeniami i rozwiązaniami podzieliło się 10 firm z całej Polski.

Na łamach lokalnych wydań „Gazety Wyborczej” i na Wyborcza.pl pojawił się również cykl artykułów „Szczęśliwe Firmy” bazujących na raportach i doświadczeniach przedsiębiorstw. Materiały przedstawiały m.in. efekty spotkań organizowanych w ramach akcji i prezentowały zalety poczucia szczęścia w firmach zarówno dla pracodawcy, jak i pracownika.. Więcej informacji: <http://wyborcza.pl/AkcjeSpecjalne/0,171210.html>

DOBRA PRAKTYKA

YELDBIRD ZAPRASZA WYDAWCÓW NA YELDFEST POLSKA

W 2019 r. odbyły się trzy wydarzenia w ramach YieldFest – cyklu spotkań dla wydawców zainteresowanych reklamą programatyczną – w Warszawie (12 czerwca), w Londynie (2 października) oraz ponownie w Warszawie (28 listopada). Drugiej polskiej edycji YieldFest Polska towarzyszyło hasło: „Wyzwania i trendy na 2020 rok”. O tym, jak dobrze przygotować się do zmian w ekosystemie reklamy internetowej, opowiedzieli m.in. eksperci Yieldbird, firmy z Grupy

Agora specjalizującej się w optymalizacji zasobów reklamowych wydawców, a także reprezentanci firm Xandr, Codest i Xaxis. Jak ograniczenia w użyciu danych wpłyną na przychody z reklam? Co zrobić, aby nie tracić budżetów reklamowych przez niewłaściwe treści? Jakie są pierwsze efekty po wprowadzeniu przez Google aukcji pierwszej ceny? Odpowiedzi na te i podobne pytania ciężko jest szukać za zamkniętymi drzwiami własnego biura, dlatego zespół Yieldbird po raz kolejny zaprosił na spotkanie z ekspertami z branży, którzy podzielili się z uczestnikami swoją wiedzą. Wstęp na wydarzenie był bezpłatny, obowiązywała rejestracja.

Żeby jeszcze lepiej edukować branżę i angażować się w inicjatywę dotyczącą internetu spółka Yieldbird dołączyła w 2019 r. do IAB Europe, wiodącej organizacji zrzeszającej podmioty europejskiego ekosystemu reklamy cyfrowej.

DOBRA PRAKTYKA

BADANIE POLSKICH PODCASTÓW DLA TANDEM MEDIA

27% internautów w Polsce słucha podcastów

Już 27% internautów w Polsce słucha podcastów. Większość włącza je co najmniej raz w miesiącu, korzystając ze słuchawek i smartfona – w domu lub w czasie podróży, dla rozrywki i żeby dowiedzieć się więcej o świecie. A przy tym słuchacze podcastów, choć w większości zaczęli ich słuchać dopiero rok temu, poświęcają im swoją pełną uwagę i wyżej oceniają ich wiarygodność niż tradycyjnych mediów. To wnioski z najobszerniejszego do tej pory badania polskich słuchaczy podcastów opracowanego dla Tandem Media z Grupy Radiowej Agory.

Podcasty to w Polsce nowo odkryte, dynamicznie rosnące medium. Zgodnie z wynikami badania, przeprowadzonego w sierpniu 2019 r. przez Publicis Groupe, ponad ¼ polskich internautów słuchała już kiedyś podcastów, czyli audycji dostępnych w sieci. Prawie wszyscy ze słuchających włączyli je w ostatnim miesiącu, co sprawia, że zasięg miesięczny podcastów wynosi 27%. W ten sposób Polska dorównuje europejskiej średniej w zakresie słuchania audycji internetowych. Na całym świecie podcasty już zdobyły swoich miłośników – szacuje się, że w ubiegłym roku było ich 800 mln osób, a prognozy na 2022 mówią o 1,5 mld słuchaczy. W Polsce audytorium podcastów doświadczyło niedawno bardzo dynamicznego wzrostu – z badania dla Tandem Media wynika, że 65% spośród aktualnych słuchaczy podcastów zaczęło z nich korzystać w ciągu ostatniego roku. Co interesujące, nowicjusze w słuchaniu audycji internetowych wybierają ich większą liczbę i sięgają do nich częściej niż osoby z dłuższym stażem w słuchaniu podcastów. Blisko ⅓ respondentów subskrybuje tylko jeden podcast, a 12% pięć lub więcej. Największa grupa, bo aż 59%, na stałe wybiera od dwóch do czterech audycji, a ponad połowa osób słucha podcastów co najmniej raz w tygodniu.

DOBRA PRAKTYKA

„JAKOŚĆ WIDEO ON-LINE” – RAPORT GAZETA.PL

Gazeta.pl przygotowała raport „Jakość wideo on-line”, który prezentuje wyniki badania „Rewolucja w komunikacji: Video Hits the Web”. W raporcie znaleźć można odpowiedzi na pytania: Jakie materiały wideo wzbudzają największe zainteresowanie? Co sprawia, że dany serwis wideo jest popularny? Jakie zwyczaje i preferencje związane są ze sposobem oglądania? Raport dotyczący konsumpcji wideo w sieci można pobrać bezpłatnie na stronie Gazeta.pl [TUTAJ \(https://newslettery.gazeta.pl/raportwideo\)](https://newslettery.gazeta.pl/raportwideo)

ŁAŃCUCH DOSTAW

Grupa Agora oferuje różnorodne usługi i produkty. Jej poszczególne biznesy obejmują m.in. wydawanie prasy, tworzenie i prowadzenie portali internetowych, serwisów i aplikacji mobilnych, działalność radiową, kinową i gastronomiczną, produkcję i dystrybucję filmów, działalność reklamową i poligraficzną. Wśród podmiotów, które współpracują z Grupą Agora, wskazać należy zarówno podmioty biznesowe, jak również osoby indywidualne.

Wewnętrzne i zewnętrzne regulacje (kodeksy, dobre praktyki, regulaminy), które obowiązują w firmie, zapewniają klientom i odbiorcom wysoką jakość usług i produktów oraz odzwierciedlają podejście Grupy w tym zakresie.

GRUPA AGORA

AGORA^{SA}

WPLYW SPOŁECZNY

WPLYW ŚRODOWISKOWY

WPLYW EKONOMICZNY

Dostawcy towarów i usług



PRODUCENCI
PAPIERU



DOSTAWCY
ENERGII, PRĄDU,
WODY



USŁUGI
TRANSPORTOWE



KOLPORTAŻ



DYSTRYBUCJA
FILMOWA



DOSTAWCY
PRODUKTÓW



OBSŁUGA
TECHNICZNA

Główni partnerzy biznesowi



REKLAMODAWCY



ZLECENIODAWCY



DUŻE FIRMY



MŚP



DOMY MEDIOWE,
AGENCJE
REKLAMOWE



ADMINISTRACJA
PUBLICZNA I
SAMORZĄDOWA

Klienci



ODBIORCY
I UŻYTKOWNICY



CZYTELNICY



SŁUCHACZE



WIDZOWIE



INTERNAUCI



KLIENCI
INDYWIDUALNI

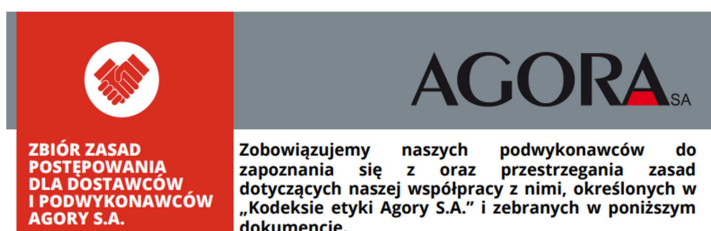


KLIENCI
BIZNESOWI



INSTYTUCJE
PUBLICZNE

WSPÓŁPRACA Z DOSTAWCAMI



Zobowiązujemy naszych podwykonawców do zapoznania się z oraz przestrzegania zasad dotyczących naszej współpracy z nimi, określonych w „Kodeksie etyki Agory S.A.” i zebranych w poniższym dokumencie.

Dla usprawnienia relacji z dostawcami powstał „Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory”, opublikowany na stronie agora.pl, który zawiera najważniejsze zasady współpracy dla dostawców i podwykonawców. Jednocześnie podwykonawcy Agory zostali zobowiązani do zapoznania się z zasadami określonymi w tym dokumencie i przestrzegania ich. (Więcej w części dot. Etyki).

określonymi w tym dokumencie i przestrzegania ich. (<https://www.agora.pl/odpowiedzialny-biznes#slide-etyka>)

Ze względu na rozproszoną i różnorodną działalność biznesów i poszczególnych spółek Grupy Agora nie powstał formalny dokument odnoszący się do współpracy z partnerami biznesowymi, kontrahentami oraz dostawcami.

Wdrożone zostały procedury przetargowe, zasady postępowania przy zawieraniu umów między Agorą a innymi podmiotami oraz inne regulacje określające zasady współpracy, np. „Procedura wyboru dostawców towarów i usług w pionie administracji Grupy Agora”.

RELACJE Z DOSTAWCAMI I PODWYKONAWCAMI

Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory

- ✓ odpowiedzialne relacje z interesariuszami
- ✓ uczciwa konkurencja
- ✓ przestrzeganie praw człowieka
- ✓ etyka i transparentność w relacjach z dostawcami i kontrahentami oraz otoczeniem
- ✓ wpływ na środowisko naturalne i zrównoważony rozwój
- ✓ zgodność z prawem i przeciwdziałanie korupcji

ZOBOWIĄZANIA WOBEC KONTRAHENTÓW

Nasze relacje z interesariuszami opieramy na uczciwości i partnerstwie. Zobowiązujemy się do odpowiedzialnej i rzetelnej realizacji umów i zobowiązań, zgodnie z obowiązującym prawem.

- Zobowiązania z tytułu dostaw i usług są nieoprocentowane i zazwyczaj rozliczane w terminach 14 - 60 dniowych.
- Zobowiązania z tytułu podatków, ceł i ubezpieczeń są nieoprocentowane i rozliczane miesięcznie zgodnie z terminem płatności.
- Zobowiązania krótkoterminowe zawierają zobowiązania w stosunku do jednostek powiązanych.

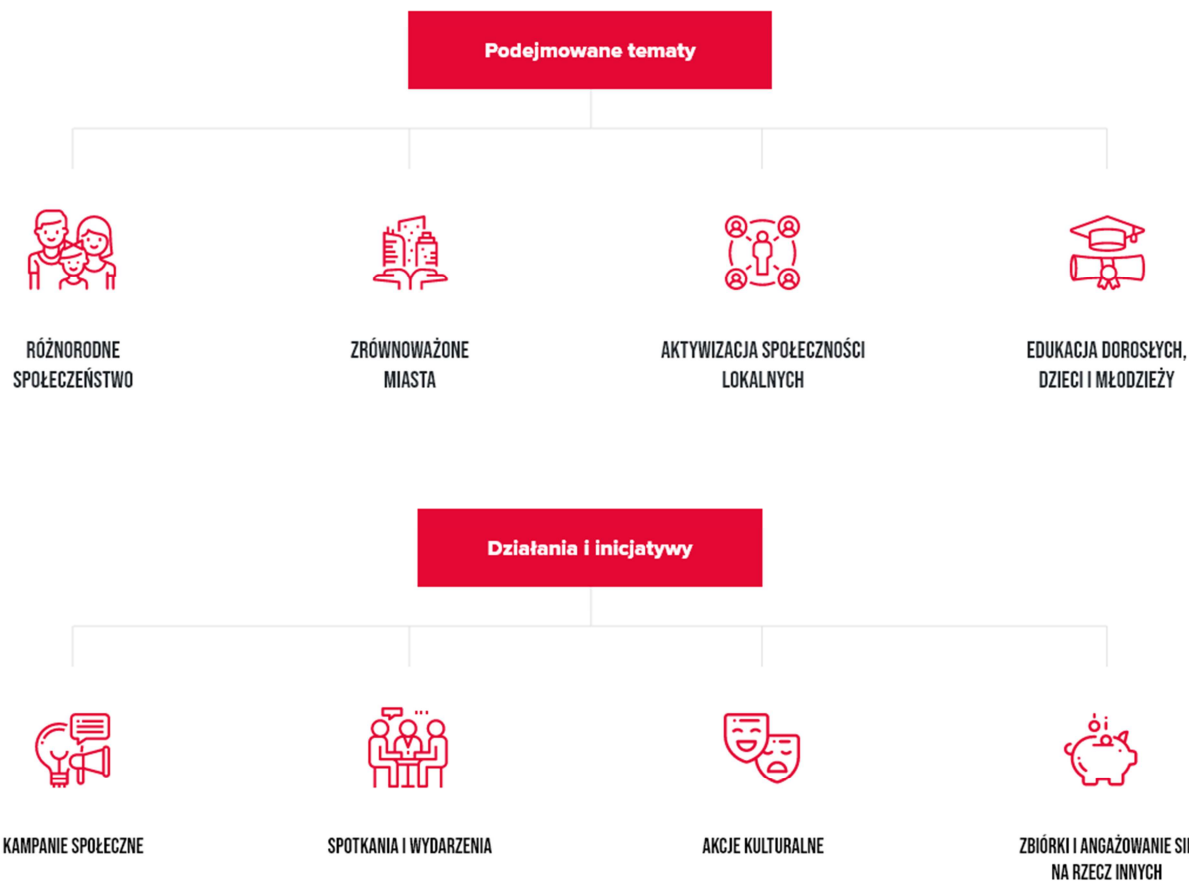
Tabela 24. Wskaźniki efektywności w ramach szybkości obrotów zobowiązań i należności oraz zapasów

Wskaźniki efektywności	2019	2018	r/r
szybkość obrotu zapasów	12 dni	16 dni	↓25,0%
szybkość obrotu należności	61 dni	65 dni	↓ 6,2%
szybkość obrotu zobowiązań	32 dni	31 dni	↑ 3,2%

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora wg MSSF za 4.kw.2019 r.

DZIAŁAMY NA RZECZ SPOŁECZEŃSTWA

W 2019 r. spółki, marki i media Grupy Agora realizowały szereg działań, inicjatyw i akcji zarówno społecznych, jak i kulturalnych oraz edukacyjnych; angażowały się także w akcje charytatywne.



W 2019 r. swoją działalność rozwijały Fundacja Gazety Wyborczej i Fundacja Wysokich Obcasów.

W 2019 r.:

- Powstało **7** murali w ramach akcji „Kobiety na mury”
- Odbyło się **6** spotkań w ramach cyklu „Kobiety wiedzą, co robią”
- „Wysokie Obcasy” nominowały **12** kobiet w 4. edycji plebiscytu „Superbohaterka”
- **140** uczestników debat podczas wydarzenia „Kolej na metropolię” „Pracowni miast”
- Odbyło się **10** debat pod hasłem „Okrągłe stoły – Wielka debata Wyborczej w polskich miastach”
- **400** osób wzięło udział w testach wiedzy o Warszawie, Wrocławiu i Krakowie
- Odbyło się **17** debat pod hasłem „Usłysz swojego posta” oraz **6** debat pt. „Nasza Europa” Radia TOK FM

- **300** osób wzięło udział w Panelu Reportażystów zorganizowanym przez redakcję „Gazety Wyborczej Trójmiasto”
- Zgłoszono **215** projektów do konkursu „Bilet za horyzont” w ramach projektu „Jutronauci”
- Zgłoszono **66** produktów i usług do konkursu „Zaprojektowane po ludzku”
- Zgłoszono **550** opowieści na temat „Nauczyciel na całe życie” w ramach 3. edycji „Akademia Opowieści”
- **1500** osób wzięło udział w konferencji „Matematyka się liczy”
- Przygotowano **36** atrakcji podczas 3. edycji Festiwalu Family Fest, w tym **16** warsztatów w ciągu 2 dni
- **300 tys.** widzów wzięło udział w **3,2 tys.** seansów „Kina na temat” i „Kina na temat Junior” z ponad **150** filmami
- **779** projektów zgłoszonych do **20. edycji** Galerii Plakatu AMS na temat „Zwierzę też człowiek”
- Przystanki AMS z twórczością Andrzeja Wajdy powstały w **8** miastach
- W ramach Centrum Premier Czerska 8/10 odbyło się **8** spotkań
- Odbyło się **50** pokazów filmu „Kto napisze naszą historię” w Polsce dystrybuowanego przez NEXT FILM
- Przygotowano **400** projekcji filmowych w ramach Festiwalu Filmów Fabularnych w Kinie Helios w Gdyni
- Media i spółki Grupy Agora zebrały **486 tys. zł** w 27. Finale Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy
- Wrocławska redakcja „Gazety Wyborczej” zebrała **169,8 tys. zł** w ramach Fabryki św. Mikołaja
- Fundacja Gazety Wyborczej zebrała **32 tys. zł** podczas aukcji na Charytatywni.Allegro.pl
- Fundacja Wysokich Obcasów zebrała **135 tys. zł** w charytatywnej aukcji „Sztuka Siostrzeństwa”
- Fundacja Wysokich Obcasów przekazała **6,5 tys.** bezpłatnych prenumerat „Wysokich Obcasów” i „Gazety Wyborczej” młodym czytelnikom

WPŁYW SPOŁECZNY

Grupa Agora bierze odpowiedzialność za wpływ swoich decyzji i działań na społeczeństwo oraz środowisko, przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, w tym dobrobytu i zdrowia społeczeństwa, uwzględnia oczekiwania swoich interesariuszy. Działania społeczne Grupy są zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami postępowania oraz zintegrowane z działaniami organizacji i praktykowane w jej relacjach z interesariuszami.

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU REALIZOWANE W RAMACH ZAANGAŻOWANIA SPOŁECZNEGO

 <p>1 KONIEC Z UBÓSTWEM</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zaangażowanie w akcje charytatywne, których celem jest wsparcie potrzebujących ▪ edukacja społeczeństwa na temat wsparcia potrzebujących 	 <p>3 DOBRE ZDROWIE I JAKOŚĆ ŻYCIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ podnoszenie jakości życia i zdrowia społeczeństwa dzięki dedykowanym akcjom i inicjatywom ▪ promocja zdrowego stylu życia
 <p>4 DOBRA JAKOŚĆ EDUKACJI</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ działania na rzecz podnoszenia jakości edukacji ▪ wsparcie placówek edukacyjnych, szkół oraz nauczycieli ▪ działalność edukacyjna, w tym inicjatywy i kampanie edukacyjne 	 <p>5 RÓWNOSC PŁCI</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ działania wspierające równość kobiet i równe traktowanie płci ▪ inicjatywy wzmacniające udział i rolę kobiet we współczesnym społeczeństwie

 <p>8 WZROST GOSPODARCZY I GODNA PRACA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zaangażowanie pracowników w działania społeczne, edukacyjne i kulturowe ▪ rozwijanie i prowadzenie dotychczasowej działalności w oparciu o standardy odpowiedzialnego biznesu 	 <p>10 MNIEJ NIERÓWNOŚCI</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ skuteczne przeciwdziałanie dyskryminacji ze względu na różne przesłanki, we wszystkich aspektach ▪ inicjowanie i wspieranie projektów oraz działań służących realizacji tego celu
 <p>9 INNOWACYJNOŚĆ, PRZEMYSŁ, INFRASTRUKTURA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ projekty wspierające innowacyjność, promocję nowych modeli i rozwiązań biznesowych, przedsiębiorczości 	 <p>11 ZRÓWNOWAŻONE MIASTA I SPOŁECZNOŚCI</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ współtworzenie miast inteligentnych, dzięki ekologicznym, interaktywnym i funkcjonalnym rozwiązaniom ▪ działania na rzecz zrównoważonych miast, ich mieszkańców, poruszające najważniejsze tematy związane z miastami
 <p>16 POKÓJ, SPRAWIEDLIWOŚĆ I SILNE INSTYTUCJE</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ skutecznie działający system etyki i compliance zapewniający sprawne przeciwdziałanie wszelkim formom nadużyć ▪ wzmocnienie instytucji oraz organizacji, które przyczyniają się do rozwoju społecznego i społeczeństwa obywatelskiego 	 <p>17 PARTNERSTWA NA RZECZ CELÓW</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ partnerstwo na rzecz rozwoju, szczególnie edukacji, kultury, sztuki, dziennikarstwa i mediów oraz wspierania równości kobiet i mężczyzn

POLITYKA DZIAŁAŃ SPOŁECZNO-SPONSORINGOWYCH W GRUPIE AGORA

W Grupie Agora w zakresie wpływu społecznego obowiązuje Polityka działań społeczno-sponsoringowych, która została przyjęta przez zarząd Agory w 2016 r., jako wyraz jej strategicznego podejścia do społecznej odpowiedzialności biznesu.

W polityce zostały postawione następujące cele:

- edukacja, rozwój indywidualny i społeczny,
- kształtowanie postaw obywatelskich i dbałość o prawa człowieka,
- promocja kultury i powszechnego dostępu do niej,
- promocja zdrowia i zdrowego stylu życia,
- troska o środowisko naturalne,
- troska o innych wyrażająca się w akcjach charytatywnych i pomocowych.

Działania społeczno-sponsoringowe Grupy Agora są wyrazem jej społecznej odpowiedzialności oraz troski o losy regionów, w których funkcjonuje Grupa, jako miejsc, gdzie warto mieszkać, pracować i realizować plany. Działania te mają też na celu budowanie pozytywnego wizerunku Grupy i jej marek jako podmiotów przyjaznych ludziom oraz zaangażowanych w życie społeczności. Treść dokumentu <https://www.agora.pl/polityka-dzialan-spoeczno-sponsoringowych-w-nbsp-grupie-agora>

Wdrożona Polityka działań społeczno-sponsoringowych przyniosła spółce wymierne korzyści: wzmocniła jej pozycję lidera wśród mediów w zakresie realizowania projektów społecznych. Dodatkowo zwiększyła zaangażowanie i satysfakcję pracowników dzięki ich udziałowi w działaniach społecznych.

PROCEDURY DOTYCZĄCE OGŁOSZEŃ CHARYTATYWNYCH NA ŁAMACH INTERNETOWYCH I PRASOWYCH WYDAWNICTW

Ze względu na szeroką działalność w zakresie publikacji ogłoszeń charytatywnych w Agorze S.A. wdrożona została „Procedura przyjmowania i zamieszczania ogłoszeń charytatywnych na łamach *Gazety Wyborczej*” i jej dodatków, w serwisach internetowych oraz czasopismach”, która określa zasady klasyfikacji, weryfikacji i publikacji takich ogłoszeń. Celem procedury jest uregulowanie zagadnień związanych z zamieszczaniem i rozliczaniem ogłoszeń charytatywnych w „Gazecie Wyborczej” i jej dodatkach, internecie oraz czasopismach, monitoring oraz zarządzanie tego typu ogłoszeniami.

DOBRA PRAKTYKA

AKCJA DLA PRACOWNIKÓW – PRZEKAŻ 1%

W 2019 r. pracownicy wskazali **16** organizacji i celów.

Od wielu lat pracownicy Grupy Agora są zapraszani do aktywnego udziału w akcji „Przełącz 1%”, której celem jest kampania informacyjna związana z przekazywaniem 1% z podatku na cele charytatywne. Pracownicy mogą rekomendować fundacje i stowarzyszenia, a także konkretne cele, które są według nich warte wsparcia.

Rekomendacje z osobistymi uzasadnieniami, dlaczego warto wybrać daną organizację lub cel, mogą dotyczyć organizacji ze statusem OPP, czyli organizacji pożytku publicznego. Wszystkie polecenia prezentowane są w intranecie z hasłem „Przeznacz 1%”.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE GRUPY AGORA

Inicjatywy realizowane przez spółkę w obszarze zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności lokalnej wzmocniają jej relacje ze społecznościami lokalnymi, pozwalają na poruszanie ważnych problemów społecznych dzięki dotarciu do szerokiego grona odbiorców, poprawiają reputację oraz jej pozytywny odbiór wśród interesariuszy (m.in. klientów, społeczności lokalnych, organizacji społecznych) we wszystkich lokalizacjach.

W 2019 r. Grupa Agora kontynuowała długoletnie działania w ramach filarów: społecznego, edukacyjnego, kulturalnego oraz charytatywnego, jednocześnie inicjowała też nowe. Wśród nich znalazły się zarówno projekty ogólnopolskie, jak i regionalne.

DZIAŁANIA SPOŁECZNE

W ramach działań społecznych spółki i media Grupy Agora podejmowały przede wszystkim inicjatywy wspierające różnorodność w społeczeństwie – zarówno pod względem płci, jak również wieku. Część projektów adresowała zagadnienia zrównoważonych miast i życia ich mieszkańców. Dzięki organizacji wydarzeń i dyskusji angażowane były społeczności lokalne, rozwijane było społeczeństwo obywatelskie.

RÓŻNORodne Społeczeństwo

DOBRA PRAKTYKA

„Kobiety na mury” – AKCJA „WYSOKICH OBCASÓW”

7 murali w ramach akcji „Kobiety na mury”

Dzięki akcji „Wysokich Obcasów” „Kobiety na mury” powstał niezwykły szlak murali portretujących wyjątkowe kobiety, które zmieniły historię regionu, Polski, a nawet świata. Do malowideł Kory, Wandy Rutkiewicz i Jolanty Wadowskiej-Król dołączyły kolejne - w 2019 r. w Rybniku pojawiły się 2 murale: z pianistką Lidią Grychtołówną oraz z lokalną bohaterką – położną Anną Kozub. Na przystanku PKM Gdańsk Strzyża można z kolei oglądać projekt „Kobiety Wolności” przedstawiający kilkadziesiąt kobiet z całej Polski, które w czasie PRL zaangażowane były w działalność opozycyjną i walczyły o wolny kraj. Malowidło wzbogacone zostało o anegdoty i cytaty. W Słupsku pod hasłem „Kobiety Wolności i Solidarności” powstał mural z wizerunkiem Anny Boguckiej-Skowrońskiej.

DOBRA PRAKTYKA

„Kobiety wiedzą, co robią” – AKCJA „WYSOKICH OBCASÓW”

6 spotkań w ramach cyklu „Kobiety wiedzą, co robią”

„Kobiety wiedzą, co robią” to cykl wydarzeń organizowanych przez „Wysokie Obcasy”, których celem jest stworzenie wspólnoty kobiet, w której mogą się one wspierać nawzajem, inspirować do działania oraz rozmawiać o sprawach związanych ze swoją płcią. Na spotkania zapraszane są ekspertki i liderki - artystki, polityczki, naukowczynie, badaczki i kobiety biznesu oraz czytelniczki. W 2019 r. bezpłatne konferencje odbyły się m.in. w Krakowie (7.12.), Poznaniu (16.11.), Gdańsku (26.10.), Lublinie (7.09.), Warszawie (6.04.) i Rybniku (23.03). Redakcja w ramach cyklu „Klub Wysokich Obcasów” przygotowuje też pokazy niezależnych filmów i dyskusje, a podczas koncertów porusza ważne tematy, jak np. przy okazji Sounds Like Women & Wysokie Obcasy – Siła Głosu Kobiet czy Women's Voices: kobiety ratują planetę.

DOBRA PRAKTYKA

PLEBISCYT SUPERBOHATERKA „WYSOKICH OBCASÓW”

12 kobiet nominowanych w plebiscycie „Superbohaterka” Wysokich Obcasów

„Wysokie Obcasy” po raz czwarty przyznały tytuł „Superbohaterki”. Decyzją kapituły plebiscytu, a także głosami czytelników magazynu została nią Iwona Hartwich – protestująca w Sejmie matka niepełnosprawnego Jakuba Hartwicha.

Laureatkę tytułu „Superbohaterka Wysokich Obcasów 2018” wyłoniła specjalnie powołana kapituła w składzie: redaktorka naczelna „Wysokich Obcasów” Aleksandra Klich-Siewiorek, prezes Agory Bartosz Hojka, wydawczyni „Wysokich Obcasów” Joanna Mosiej-Sitek, dyrektor wydawniczy „Gazety Wyborczej” Jerzy Wójcik, redaktorka naczelna magazynu „Wysokie Obcasy Extra” Ewa Wieczorek, reżyser Borys Lankosz, dziennikarka Dorota

Warakomska, pisarka Krystyna Kofta, prof. Monika Płatek oraz założycielka i prezes Kulczyk Foundation Dominika Kulczyk.

Iwona Hartwich została również laureatką nagrody czytelników i czytelniczek tygodnika. Oprócz statuetki „Superbohaterki 2018” otrzymała także 10 tys. zł od redakcji „Wysokich Obcasów”.

Nagrodę specjalną „Gazety Wyborczej” dla Bohaterki 30-lecia otrzymała Gabriela Lazarek – uczestniczka wielu protestów w obronie demokracji w Polsce. Z jej inicjatywy powstał m.in. apel do instytucji UE oraz europarlamentarzystów o pomoc w walce o demokrację w Polsce. Redakcja doceniła ją za odwagę i nieustępliwość, za samotne protesty na cieszyńskim rynku i obronę demokracji, a także za to, że pokazała, jak można przeciwstawić się władzy. Nagrody zostały przyznane podczas uroczystej gali w warszawskim Teatrze Studio. Wydarzenie było połączone z 20. urodzinami „Wysokich Obcasów”.

W 4. edycji plebiscytu „Superbohaterka Wysokich Obcasów” redakcja sobotniego magazynu „Gazety Wyborczej” nominowała 12 niezwykłych kobiet, które w 2018 roku stały się bohaterkami artykułów opublikowanych na łamach „Wysokich Obcasów”. W gronie wyróżnionych znalazły się osoby znane szerszej publiczności, jak i kobiety, które są znane jedynie lokalnie. To m.in. ikona Solidarności Henryka Krzywonos-Strycharska, aktywistka nominowana do Pokojowej Nagrody Nobla Anna Alboth, paraolimpijka, medalistka mistrzostw świata i Europy w pływaniu Karolina Hamer oraz top modelka i działaczka społeczna Anja Rubik. Sylwetki wszystkich nominowanych bohaterek można znaleźć na Wysokieobcasy.pl/superbohaterka.

DOBRA PRAKTYKA

DŁUGOWIECZNI W SŁUPSKU – „SZCZĘŚLIWY SENIOR”

Życie współczesnego seniora nie musi być szare czy pozbawione radości. Mieszkańcy Słupska mieli okazję się o tym przekonać podczas inauguracji akcji „Szczęśliwy Senior” w październiku 2019 r. Spotkanie z najstarszą DJ-ką na świecie – DJ Wiką, czyli Wirginią Szymt, porady dietetyków, warsztat pielęgnowania wspomnień i wspólne tańce w latynoskich rytmach - to tylko część atrakcji przygotowanych przez „Gazetę Wyborczą Trójmiasto”. Uczestnicy wydarzenia mogli też wysłuchać psychologa, który opowiadał o małych rzeczach, ale mogących wiele zmienić w życiu każdego z nas. Przy wyjściu seniorzy otrzymali upominek - prenumeratę cyfrową dziennika i zestaw kosmetyków. „Gazeta Wyborcza” od wielu lat wspiera seniorów w ramach akcji „DŁUGOWIECZNI”.

DOBRA PRAKTYKA

ŚWIATOWY DZIEŃ ŚWIADOMOŚCI AUTYZMU NA GAZETA.PL

Wbrew obiegowym opiniom autyzm nie jest jednowymiarowy – jest to całe spektrum zaburzeń, na które według szacunków Światowej Organizacji Zdrowia może cierpieć nawet 1 proc. populacji. Co roku 2 kwietnia obchodzony jest Światowy Dzień Świadomości Autyzmu. Z tej okazji na stronie głównej Gazeta.pl pojawiły się materiały dotyczące zaburzeń autystycznych.

Redakcja Gazeta.pl przyłączyła się do obchodów Światowego Dnia Świadomości Autyzmu, prezentując materiały na ten temat – użytkownicy portalu dowiedzieli się m.in. jak osoby ze spektrum autyzmu odbierają świat, a także mogli sprawdzić swoją wiedzę w quizie poświęconym temu zagadnieniu.

Portal przygotował test wiedzy w tym zakresie, można było również zobaczyć, jak osoby z autyzmem postrzegają świat i obejrzeć materiał filmowy.

Redakcja zachęcała również do pomocy osobom cierpiącym na zaburzenia autystyczne poprzez wsparcie Fundacji JiM, której celem jest poprawa sytuacji osób z tego typu zaburzeniami. Organizacja prowadzi Centrum Terapii, organizuje kampanie społeczne i wspiera rodziców dzieci z autyzmem.

ZRÓWNOWAŻONE MIASTA

DOBRA PRAKTYKA

MIASTA IDEI „Gazety Wyborczej”

Projekt „Miasta Idei” zwraca uwagę na procesy, które zachodzą we współczesnych miastach, na ich problemy oraz poszukiwanie kierunków rozwoju, które uczynią z miast atrakcyjne miejsce do życia dla ich mieszkańców. Spotkania organizowane w ramach projektu mają rozbudzać kreatywność i entuzjazm uczestników – mieszkańców, aktywistów miejskich i organizacji pozarządowych oraz pomóc wypracować ciekawe rozwiązania. W 2019 r. rzeszowska redakcja „Gazety Wyborczej” wspólnie z partnerami zorganizowała konferencję nt. „Zawodowcy i amatorzy. Sport w dużym mieście”. Podczas paneli dyskusyjnych rozmawiano na temat sportu zawodowego oraz amatorskiego, a także zastanawiano się nad tym, jak miasta wykorzystują sport, aby się promować i rozwijać oraz czym może się wyróżnić Rzeszów, by osiągnąć w tej dziedzinie sukces.

DOBRA PRAKTYKA

PRACOWNIA MIAST

140 uczestników debat podczas wydarzenia „Kolej na metropolię” „Pracowni miast”

„Pracownia miast” to akcja społeczna „Gazety Wyborczej” poświęcona wyzwaniom, przed którymi stoją polskie miasta. Na warsztatach i konferencjach podejmowane są tematy poprawy jakości życia w miastach. „Pracownia miast” to także przestrzeń do dialogu pomiędzy mieszkańcami, samorządowcami, społecznikami, przedstawicielami rządu, świata biznesu i kultury. W styczniu 2019 r. odbyło się dwudniowe wydarzenie w Katowicach pt. „Kolej na metropolię” o przyszłości kolei metropolitalnej. Podczas warsztatów ponad 40 aktywistów i społeczników przygotowało ocenę sytuacji i własne rekomendacje. Następnie odbyły się debaty ekspertów, w których wzięło udział ok. 140 osób – w tym specjaliści transportu i logistyki, przedstawiciele lokalnych samorządów i politycy, wykładowcy i studenci oraz mieszkańcy.

DOBRA PRAKTYKA**OKRĄGŁE STOŁY – WIELKA DEBATA WYBORCZEJ W POLSKICH MIASTACH****10** debat pod hasłem „Okrągłe stoły – Wielka debata Wyborczej w polskich miastach”

Na wzór historycznych obrad Okrągłego Stołu z 1989 roku „Gazeta Wyborcza” zorganizowała od kwietnia do czerwca 2019 r. cykl debat w polskich miastach, podczas których poruszone zostały tematy istotne dla danej miejscowości, regionu oraz całego kraju. Spotkania poprzedziły warsztaty dla samorządowców, aktywnych mieszkańców oraz ekspertów poświęcone wybranemu lokalnemu tematowi. Po warsztatach zorganizowano debaty publiczne, podczas których były omawiane wypracowane wnioski. Rozmowy prowadzone w podzespołach oraz grupach roboczych dotyczyły m.in. gospodarki i polityki społecznej, ekologii, nauki, oświaty, reformy sądownictwa, młodzieży czy środków masowego przekazu. Na zakończenie debat podpisano porozumienia, wyznaczające kierunki rozwoju danego miasta.

Tematy i miasta debat w 2019 r.:

- Katowice, kwiecień – parkowanie w mieście, m.in. strefy płatnego parkowania, wysokość opłat za postój i to, czy katowiczanie powinni płacić tyle samo, co osoby przyjezdne.
- Częstochowa, maj – za co płaci samorząd, choć powinno państwo, jak decyzje rządowe wpływają na miasto i jego mieszkańców oraz jak sfinansować miejską służbę zdrowia.
- Szczecin, maj – „Miasto - kierowcy - piesi. Kto jest ważniejszy”.
- Szczecin, październik – warsztaty na temat zmian w przestrzeni publicznej „Miasto przyszłości”.
- Lublin, maj – główne kierunki polskiej polityki zagranicznej w ramach 450-lecia Unii Lubelskiej.
- Łódź, maj – „30 lat wolnego biznesu w Łodzi i regionie i co dalej?” Rozmowa o sukcesach łódzkich firm w ostatnim 30-leciu i perspektywach na kolejne lata.
- Opole, czerwiec – „Jak tworzyć otwarte miasto” - kwestia społeczność ukraińskiej, która stanowi sporą część mieszkańców Opola. Dlatego warto się dowiedzieć, jak Ukraińcom żyje się w Opolu i co miasto może zrobić, by żyło im się jeszcze lepiej.
- Zabrze, czerwiec – „Miejsce Śląska w Europie”. Przez ostatnie lata Śląsk przeszedł niezwykłą przemianę, to dobre miejsce do pracy i życia. Jak to przekuć w sukces regionu? Jakie śląskie wartości i idee warto pielęgnować? Jakimi wartościami warto pochwalić się Europie?
- Zielona Góra, czerwiec – „Lubuska młodzież po 30 latach wolności i 15 latach w Unii Europejskiej. Przyszłość, szanse i wyzwania”. 30 lat temu Polska odzyskała wolność. Jakie szanse udało się wykorzystać w woj. lubuskim, a jakie nie? Dlaczego młodzi chcą stąd uciekać?
- Rzeszów, czerwiec – „Którędy droga? Południowa obwodnica Rzeszowa”. Debata o planach budowy obwodnicy południowej Rzeszowa. Dlaczego to tak ważna dla miasta inwestycja? Czy jest możliwe jej przeprowadzenie w atmosferze zgody społecznej? Gdzie szukać źródeł finansowania? Jak ochronić przyrodę?

Organizatorem wszystkich wymienionych wydarzeń była „Gazeta Wyborcza” we współpracy z fundacją „Polska debatuje” oraz Polskim Towarzystwem Badaczy Rynku i Opinii. Patronat nad wydarzeniami objął Związek Miast Polskich.

DOBRA PRAKTYKA**„WIELKI TESTY WIEDZY O MIASTACH” ORGANIZOWANY PRZEZ „GAZETĘ WYBORCZĄ”****400** osób wzięło udział w testach wiedzy o Warszawie, Wrocławiu i Krakowie

Już po raz drugi „Gazeta Wyborcza” zorganizowała „Wielki test wiedzy o miastach”. Tym razem tematami konkursu były Warszawa, Wrocław oraz Kraków. Z 60 pytaniami przygotowanymi przez organizatorów i partnerów zmierzyło się ponad 400 osób podczas wydarzeń na żywo. Testy dostępne były również na lokalnych stronach Wyborcza.pl. Znalazły się w nich pytania z różnych dziedzin: historii, współczesnych wydarzeń, architektury, sportu i kultury. Dla zwycięzców przewidziano cenne nagrody, w tym pieniężne. Organizatorami wydarzeń były lokalne redakcje „Gazety Wyborczej” i

serwisów lokalnych Wyborcza.pl – z Krakowa, Warszawy i Wrocławia, a także lokalni partnerzy: władze miasta, uczelnie i biznes.

AKTYWIZACJA SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH

DOBRA PRAKTYKA

#USŁYSZ... – CYKL DEBAT RADIA TOK FM

17 debat pod hasłem „Usłysz swojego pościa” 6 debat pt. „Nasza Europa”

Radio TOK FM po raz kolejny przygotowało ogólnopolskie cykle spotkań z mieszkańcami polskich miast pod hasłem #Usłysz... Przed wyborami do Parlamentu Europejskiego – w maju 2019 r. odbyło się 6 debat pt. „Nasza Europa” z kandydatami do europarlamentu, a przed wyborami do Sejmu i Senatu – we wrześniu i październiku miało miejsce aż 17 debat pod hasłem „Usłysz swojego pościa” z kandydatami na parlamentarzystów, organizowanych z udziałem publiczności i w radiowym studiu. Dodatkowo Radio TOK FM przygotowało specjalne przewodniki parlamentarne, audycje z udziałem słuchaczy i nowy podcast podsumowujący dany dzień kampanii. Wszystko po to, aby zachęcić wszystkich do udziału w wyborach.

DOBRA PRAKTYKA

„WYBORCZA NA ŻYWO”

Spotkania z cyklu „Wyborcza na żywo” odbywają się od 2016 r. w całej Polsce. Rozmowy dotyczą wydarzeń politycznych, gospodarczych, kulturalnych i sportowych, a także spraw lokalnych. Gośćmi spotkań są dziennikarze, ale też bohaterowie tekstów lub autorzy, którzy zagościli na łamach „Gazety Wyborczej” i Wyborcza.pl, lokalni samorządowcy, społecznicy, artyści i sportowcy. W 2019 r. spotkania odbyły się m.in. w Lublinie, Katowicach i Łodzi, a ich bohaterami byli: Halina Birenbaum – poetka, bohaterka książki „To nie deszcz, to ludzie”, Paweł Piotr Reszka - dziennikarz, autor książki „Płuczki. Poszukiwacze żydowskiego złota”, Peadar de Burca - pisarz, felietonista, autor komedii, Grzegorz Paprzycki - reżyser filmu dokumentalnego „Mój kraj taki piękny”, Krzysztof Wielicki – polski wspinacz, a także Jarosław Kurski, pierwszy zastępca redaktora naczelnego „Gazety Wyborczej”.

DOBRA PRAKTYKA

PANEL REPORTAŻYSTÓW „GAZETY WYBORCZEJ TRÓJMIASTO”

300 osób wzięło udział w Panelu Reportażystów

Czy duża forma dziennikarstwa zaangażowane mają w dzisiejszym świecie sens? Czy reportaż może być narzędziem wspierającym demokrację? O tym rozmawiali autorzy najgłośniejszych reportaży ostatnich miesięcy i lat podczas Panelu Reportażystów zorganizowanego przez „Gazetę Wyborczą Trójmiasto”. W otwartym dla publiczności spotkaniu wzięło udział ponad 300 osób. W audytorium Europejskiego Centrum Solidarności dyskutowali: Katarzyna Włodkowska z „Dużego Formatu”, autorka reportażu „Dom zły” o polskim Fritzlu z Kaszub, Wojciech Bojanowski, dziennikarz śledczy związany z „Faktami” i „Superwizjerem” TVN, który ujawnił okoliczności śmierci 25-letniego Igora Stachowiaka, a także Dziennikarz Roku 2018 Bertold Kittel, współautor reportażu o polskich neofaszystach. W rozmowie brał również udział Szymon Jadczyk z TVN24, laureat nagrody Grand Press 2009, autor reportażu ujawniającego powiązania władz Wisły Kraków z gangsterskim półświatkiem oraz Tomasz Piątek, który w książce „Macierewicz i jego tajemnice” opisał otaczającą ówczesnego ministra obrony narodowej gęstą sieć powiązań z rosyjskimi służbami. Spotkanie pt. „Dziennikarstwo w służbie demokracji” prowadził Maciej Drzewicki – redaktor naczelny tygodnika „Gazety Wyborczej” „Mój Biznes”, współautor m.in. bestsellerowej biografii Anny Przybylskiej. Wielką popularnością wśród publiczności cieszył się magazyn „Wyborcza Classic” „Reporter jest na miejscu”.

Panel otwierał Gdański Tydzień Demokracji, zaś trzy dni później odbyło się kolejne spotkanie zorganizowane przez trójmiejską „Gazetę Wyborczą” - panel komentatorów z udziałem: Dominiki Wielowieyskiej, Renaty Grochal, Piotra Trudnowskiego, Agaty Szczęśniak (OKO.press) i Michała Wróblewskiego z WP.PL. Moderatorem debaty był Grzegorz Kubicki – redaktor naczelny „Gazety Wyborczej Trójmiasto”. Miasto Gdańsk było partnerem obu wydarzeń.

DOBRA PRAKTYKA

KONFERENCJA „Gazety Wyborczej” - 30-LECIE PRZEMIAN GOSPODARCZYCH MAŁOPOLSKI

14 listopada 2019 r. w Międzynarodowym Centrum Targowo-Kongresowym EXPO w Krakowie odbyła się konferencja „30-lecie przemian gospodarczych Małopolski”, organizowana przez „Gazetę Wyborczą”. Projekt „30 małopolskich firm na 30-lecie przemian gospodarczych” miał pokazać 30 lat wspólnej historii, okresu transformacji gospodarczej, a także zaprezentować firmy, które nie tylko przyczyniły się do rozwoju gospodarki, ale i są modelowym przykładem efektywnego prowadzenia biznesu. Podczas wydarzenia odbyły się dwa panele tematyczne, pokazujące rozwój małopolskiego biznesu w ciągu ostatnich 30 lat i omawiające jego przyszłość. Rozdane zostały również nagrody - Jedyne „Gazety Wyborczej” dla Firm 30-lecia według „Gazety Wyborczej”. Wyróżniono 27 firm z Małopolski.

Dodatkowo, uczestnicy wzięli udział w wykładach m.in. Michała Olszewskiego, redaktora naczelnego „Gazety Wyborczej Kraków” o gospodarce 4.0 i dr hab. Grzegorza Micka z Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego o sile różnorodności gospodarki małopolskiej. Wydarzenie prowadzili redaktor Iwona Hajnosz oraz redaktor Michał Olszewski.

DZIAŁANIA EDUKACYJNE

Działania edukacyjne podejmowane przez Grupę Agora były skierowane zarówno do dzieci i młodzieży, jak również i do dorosłych.

EDUKACJA DOROSŁYCH

DOBRA PRAKTYKA

„JUTRONAUCI” – KONKURS „BILET ZA HORYZONT”

215 projektów zgłoszonych do konkursu „Bilet za horyzont” w ramach projektu „Jutronauci”

2,5 tys. osób wzięło udział w 9 wydarzeniach w ramach projektu „Jutronauci”

700 tys. internautów oglądało relacje z wydarzeń w ramach projektu „Jutronauci” Projekt „Jutronauci” „Gazety Wyborczej” gromadzi wyjątkowych ludzi: artystów, naukowców i przedsiębiorców, których łączy zainteresowanie postępowaniem technologicznym. Już trzeci rok z rzędu na łamach dziennika oraz na Wyborcza.pl/Jutronauci można było poznać sylwetki osób, których praca i pomysły mają szansę wpłynąć na przyszłość świata. Projektowi towarzyszyły wydarzenia we Wrocławiu i Krakowie oraz konferencja zorganizowana w Google Campus w Warszawie. Podczas finału ogłoszono zwycięzców konkursu stypendialnego „Bilet za horyzont”. Mentorzy przejrzyli setki zgłoszeń w 6 kategoriach: moda i sztuka, urbanistyka i architektura, plastic free, nowe technologie i startupy, przemysł 4.0 i robotyka, demograficzne projekty społeczne, a następnie wyróżnili osoby, które chcą zmieniać świat.

23 listopada 2019 r. odbyła się finałowa gala trzeciej odsłony programu, obejmująca panele dyskusyjne, warsztaty oraz wystawy, na których można było doświadczyć przyszłości. Jutronauci dyskutowali m.in. o tym, jak możemy stawić czoło wyzwaniom takim, jak ocieplenie klimatu, wszechobecny plastik, automatyzacja pracy czy opieka zdrowotna. Dla najmłodszych gości organizatorzy przygotowali m.in. warsztaty z LEGO Hidden Side, które łączą zabawę klockami z rozszerzoną rzeczywistością.

Podczas finału „Jutronautów” poznaliśmy też zwycięzców konkursu stypendialnego „Bilet za horyzont”. Mentorzy, czyli jutronauci i światowej klasy specjaliści przejrzyli setki zgłoszeń, żeby znaleźć osoby, które z ambicją i rozmachem chcą zmieniać świat.

- Nagrodę w kategorii nowe technologie, biznes, startupy, której mentorem był Sebastian Kulczyk, otrzymała Alicja Szałas - założycielka platformy edukacyjnej Enkids, łączącej uczniów i nauczycieli języków obcych z całego świata.
- W kategorii plastic free zwyciężyła Weronika Banaś, a jej mentorem był Maciej Konopka, grafik i projektant opakowań przyszłości oraz adiunkt na Wydziale Wzornictwa ASP w Warszawie.
- Nagrodę w kategorii moda, rękodzieło, sztuka wręczała mentorka Katarzyna Konieczka - projektantka mody, która współpracowała z takimi gwiazdami jak Lady Gaga czy Fergie oraz z magazynem „Vogue”. „Bilet za horyzont” trafił do Katarzyny Lipecky – rzeźbiarki.
- W kategorii przemysł 4.0, automatyka, robotyka, której mentorował Jędrzej Kowalczyk, prezes polskiego oddziału FANUC, wygrał Marcin Kordas.
- Marzena Rudnicka, założycielka Krajowego Instytutu Gospodarki Senioralnej, była mentorką w kategorii społeczeństwo, projekty społeczne, demografia. Nagroda trafiła ostatecznie do Katarzyny Pado, pracującej nad projektem, który ma pomóc w komunikacji z osobami z demencją.

DOBRA PRAKTYKA

„ZAPROJEKTOWANE PO LUDZKU”

66 produktów i usług, które wzięły udział w konkursie „Zaprojektowane po ludzku”

Jak projektować, by w myśleniu o designie nie zgubić człowieka? - o tworzeniu przyjaznych i potrzebnych ludziom produktów i usług można przeczytać w publikacjach „Gazety Wyborczej” w ramach akcji „Zaprojektowane po ludzku”. Częścią działań realizowanych we współpracy z firmą Amica był konkurs dla firm projektujących i produkujących wszystko, co tworzy dom. Zgłoszenia do konkursu można było nadsyłać do lutego 2019 r., a laureatów specjalnego znaku „Zaprojektowane po ludzku”, wybranych przez kapitułę ogłoszono w marcu 2019 r. Celem konkursu była edukacja, upowszechnianie wiedzy i wyróżnienie twórców produktów i usług, dla których

proces projektowy składa się z etapów prowokujących do zadania sobie elementarnych pytań m.in. o odbiorcę, jego potrzeby czy wpływ na codzienność. Kapituła to grono ekspertów specjalizujących się w projektowaniu: Marcelina Plichta, Tomek Rygali, Oskar Zięta, Mateusz Halawa, Maciej Siuda, Radosław Ratajczak, Agnieszka Jacobson, Mirosław Filiciak, Jarosław Szczepanik, Joanna Krzywda, Natalia Pietruszewska – Golba.

W konkursie wzięło udział 66 produktów i usług, z których wyróżniono dziesięć projektów.

DOBRA PRAKTYKA

DEBATA „PAMIĘĆ ZBIOROWA: 1905, WIELKA WOJNA, ZABÓJSTWO NARUTOWICZA”.

„Gazeta Wyborcza” zorganizowała debatę pt. „Pamięć zbiorowa: 1905, Wielka Wojna, zabójstwo Narutowicza”, która miała miejsce 20 stycznia 2019 r. w Muzeum Narodowym w Warszawie. Spotkanie odbyło się w ramach cyklu debat poświęconych niepodległości Polski. Uczestnikami panelu byli: Roman Giertych – były wicepremier i minister edukacji narodowej, dr hab. Maciej Górny – historyk, pracownik Instytutu Historii PAN oraz Adam Michnik – redaktor naczelny „Gazety Wyborczej”. Moderatorką spotkania była dziennikarka „Gazety Wyborczej” Dorota Wysocka-Schnepf. Uczestnicy debaty szukali odpowiedzi na pytania o genezę odzyskania przez Polskę państwowości – m.in. czy wydarzenia z 1905 r. odnowiły ducha niepodległości Polaków i były zapowiedzią wydarzeń z 1918 r., czy podziały społeczne i polityczne w ówczesnej Polsce różniły się od europejskich i jaki był ich wpływ na kształt państwa, czy zabójstwo Narutowicza położyło kres marzeniom o demokratycznym kraju oraz jaką lekcję wyciągnęliśmy z polskiej drogi do niepodległości. Cykl debat organizowany był z okazji trwającej wystawy „Krzyżąc: Polska! Niepodległa 1918”, którą można było oglądać z Muzeum Narodowym w Warszawie od 26 października 2018 r. do 17 marca 2019 r. Jej głównym założeniem było skonfrontowanie przedstawień wydarzeń historycznych i politycznych z przemianami polskiej sztuki u progu Niepodległości. Partnerami cyklu były trzy redakcje mediów ogólnopolskich – dzienniki „Gazeta Wyborcza” i „Rzeczpospolita” oraz tygodnik „Do Rzeczy”.

DOBRA PRAKTYKA

TRZECIA EDYCJA „AKADEMII OPOWIEŚCI” – AKCJI DLA CZYTELNIKÓW „Gazety Wyborczej”

550 zgłoszeń do konkursu „Akademia Opowieści” pt. „Nauczyciel na całe życie”

„Nauczyciel na całe życie” – pod takim hasłem odbyła się trzecia edycja „Akademii Opowieści”, wyjątkowej akcji „Gazety Wyborczej” skierowanej do czytelników. Redakcja zachęcała do przesyłania opowieści o nauczycielach oraz osobach, które stały się dla innych inspiracją na całe życie. Najciekawsze historie były publikowane na łamach „Gazety Wyborczej” oraz w serwisie Wyborcza.pl, a także wzięły udział w konkursie, w którym do wygrania były nagrody pieniężne i roczna prenumerata cyfrowa dziennika.

W związku z sytuacją w oświacie, zmianami w szkolnictwie i problemami, z jakimi muszą mierzyć się w Polsce pedagodzy, uczniowie i ich rodzice, bohaterami ubiegłorocznej edycji „Akademii Opowieści” byli właśnie nauczyciele. Teksty pod hasłem „Nauczyciel na całe życie”, nieprzekraczające 8 tys. znaków, czytelnicy mogli przysłać do 15 września 2019 r. za pomocą specjalnej formatki na Wyborcza.pl/akademiaopowiesci. Wśród prawie 550 opowieści, które przysłali czytelnicy „Gazety Wyborczej”, były nie tylko te o nauczycielach i nauczycielkach, ale także o rodzicach, dziadkach, szefach albo przyjaciółach.

Najciekawsze opowieści zostały opublikowane na łamach „Gazety Wyborczej”, w jej wydaniach lokalnych oraz na Wyborcza.pl. „Akademia Opowieści” powstała z inicjatywy reporterów związanych z „Dużym Formatem” – tygodnikiem „Gazety Wyborczej” oraz Tomasza Pietrasiewicza z lubelskiego Ośrodka „Brama Grodzka - Teatr NN”. Została stworzona, aby ocalić niezwykle historie o bohaterach naszej codzienności. Dwie poprzednie edycje konkursu, pierwsza pod hasłem „Najważniejszy człowiek w moim życiu” i druga „Nieznani bohaterowie naszej niepodległości”, czytelnicy „Gazety Wyborczej” przesłali ponad 2200 wyjątkowych opowieści. Więcej: Wyborcza.pl/akademiaopowiesci.

DOBRA PRAKTYKA

BEZPIECZNY PORANEK W RADIU TOK FM

W listopadzie 2019 r. swoją antenową premierę miał cykl „Bezpiecznych Poranków z Radiem TOK FM” poświęconych bezpieczeństwu na polskich drogach. Specjalne wydania audycji będą pojawiać się na antenie podczas tzw. długich weekendów. W audycji nadawanej w listopadzie od godz. 7:00, pojawiły się głosy ofiary oraz sprawcy wypadków drogowych, a także rozmowy z psychologami, którzy pomagają poszkodowanym w wypadkach. Poranek poprowadził dziennikarz stacji Adam Ozga we współpracy z Krzysztofem Woźniakiem, autorem audycji „Skołowani” i „Zmotoryzowani”. Program zwieńczyła godzinna debata ekspertów ds. bezpieczeństwa ruchu drogowego. Podczas audycji redakcja zbierała historie i opinie słuchaczy.

EDUKACJA DZIECI I MŁODZIEŻY

DOBRA PRAKTYKA

„MATEMATYKA SIĘ LICZY” – FESTIWAL EDUKACYJNY „Gazety Wyborczej”

1500 osób wzięło udział w konferencji „Matematyka się liczy”

Festiwal Matematyki pokazuje, jak ważną dziedziną nauki jest matematyka i udowadnia, że to, w jaki sposób opowiada się o niej i jej naucza, to podstawa sukcesu. W 6. finale akcji „Matematyka się liczy!”, którą redakcja „Gazety Wyborczej” prowadzi wspólnie z Fundacją mBanku, wzięło udział 1500 osób, na które czekało 10 różnych, merytorycznych warsztatów, 17 stoisk z matematycznymi atrakcjami, a także 500 książek „Dziecinne prosta matematyka” wydanych przez mFundację. Hasło przewodnie wydarzenia, które odbyło się 30 listopada 2019 r. w siedzibie Agory w Warszawie, to „Nauka najmłodszych”. Organizatorzy chcieli pokazać - poprzez zabawę, interaktywne warsztaty oraz szereg atrakcji przygotowanych z myślą o dzieciach, rodzicach i nauczycielach - że matematyka jest z nami od pierwszych dni życia.

DOBRA PRAKTYKA

FAMILY FEST PRZYGOTOWANY PRZEZ EDZIECKO.PL, AVANTI24.PL I CZTERYKATY.PL

36 atrakcji podczas trzeciej edycji Festiwalu Family Fest, w tym **16** warsztatów w ciągu 2 dni

Redakcje serwisów eDziecko.pl, Avanti24.pl i Czterykaty.pl po raz trzeci zaprosiły internautów na piknik Family Fest – tym razem organizowany 1 i 2 czerwca 2019 r. w Arkadach Kubickiego w Warszawie. W programie bezpłatnego pikniku znalazły się atrakcje zarówno dla młodszych, jak i trochę starszych dzieci. Family Fest to wyjątkowe wydarzenie, w którym zabawa nie jest tylko rozrywką, ale łączy się z edukacją i pozytywnie wpływa na rozwój dzieci, poszerzając ich horyzonty i wiedzę o świecie. W czasie dwóch dni odbyły się m.in. koncerty dla najmłodszych, wspólne zabawy i quizy, spektakle, warsztaty kreatywnego budowania z klocków LEGO i pokazy. Współorganizatorem Family Fest był Zamek Królewski w Warszawie.

DOBRA PRAKTYKA

„KINO NA TEMAT” I „KINO NA TEMAT JUNIOR” SIECI KIN HELIOS

300 tys. uczestników wzięło udział w **3,2 tys.** seansów „Kina na temat” i „Kina na temat Junior” z ponad **150** filmami

„Kino na Temat” oraz „Kino na Temat Junior” to programy edukacyjne skierowane do dzieci oraz młodzieży szkolnej, działające we wszystkich kinach Helios nieprzerwanie od 2013 r. „Kino na Temat” to cykl spotkań filmowych dotyczących ważnych spraw społecznych, wydarzeń historycznych oraz tematów istotnych dla młodzieży. Oprócz projekcji filmu odbywa się również debata z udziałem zaproszonych gości - ekspertów i dziennikarzy. „Kino na Temat Junior” to lekcje w kinie skierowane do najmłodszych. Przed każdym seansem prowadzone są warsztaty edukacyjne, przygotowane przez edukatorów filmowych zgodnie z obowiązującą w przedszkolach i szkołach podstawą programową. W 2019 r. odbyło się 3,2 tys. seansów dla wszystkich grup wiekowych, podczas których wyświetlono ponad 150 filmów. Wzięło w nich udział 300 tys. uczestników.

DOBRA PRAKTYKA

„GAZETA WYBORCZA” Z KONSPEKTAMI LEKCJI TOLERANCJI

Jak nauczyć dzieci szacunku dla odmienności, jak rozmawiać z nimi o dyskryminacji i stereotypach - pomysły na lekcje tolerancji w formie gotowych konspektów ukazały się na łamach „Gazety Wyborczej”. Scenariusze lekcji, przygotowane dla rodziców, nauczycieli i wychowawców, powstały we współpracy z organizatorami akcji „Szkoła z klasą”. Konspekty lekcji tolerancji opracowano z myślą o uczniach szkół podstawowych i średnich. Dzięki lekcji numer 1 uczennice i uczniowie mieli okazję przyrzeć się fotografiom z różnych punktów widzenia, starając się zrozumieć odczucia, myśli i motywacje osób na nich przedstawionych. Celem lekcji było wyjaśnienie, jaką funkcję empatia może pełnić w budowaniu porozumienia z ludźmi o odmiennych poglądach, pochodzeniu etnicznym, orientacji seksualnej czy będących w innej sytuacji życiowej. Natomiast uczestnicy lekcji numer 2, w ramach pracy w grupach, mogli sprawdzić, jak tworzą się różne stereotypowe wyobrażenia - dowiedzieć się, jak to możliwe, że jedna informacja wywołuje w naszych głowach całą lawinę skojarzeń oraz emocji i dlaczego to może być niedobre, a nawet szkodliwe. Konspekty lekcji tolerancji to kolejna propozycja „Gazety Wyborczej” dla rodziców, uczniów i nauczycieli. Z myślą o nich powstały publikacje dziennika poświęcone edukacji, a także wydania specjalne, np. „Wysokie Obcasy Psychologia. Cyfrowe dzieci”. W internecie nauczyciele, rodzice i inne osoby zainteresowane tematem mogą zapisać się na [newsletter Wyborcza.pl](mailto:newsletter@wyborcza.pl) Strefa nauczyciela - co poniedziałek jego subskrybenci otrzymują linki do tekstu o edukacji.

DOBRA PRAKTYKA

„MOGĘ BYĆ” – PROGRAM EDUKACYJNY DLA UCZNIÓW SZKÓŁ PODSTAWOWYCH

„Mogę być” to ogólnopolski program edukacyjny serwisu Kobieta.Gazeta.pl realizowany wraz z National Geographic i Barbie, skierowany do uczniów szkół podstawowych, który zachęca dziewczynki i chłopców do realizacji własnych marzeń i pasji. Podkreśla potrzebę poszukiwania wzorców wśród niezwykłych kobiet, zaszczepia myślenie o przyszłości, motywuje do przełamywania stereotypów dotyczących płci oraz promuje równość. Historie wybitnych kobiet prezentowanych w programie przekonują dzieci, że warto być sobą, wytyczać nowe ścieżki i sięgać po więcej. Celem programu było zaangażowanie dzieci, przy wsparciu dorosłych, do poszukiwania i odkrywania własnych ideałów, aktywizowanie najmłodszych do rozwijania zainteresowań i talentów oraz przygotowanie ich do pełnienia w przyszłości różnych ról społecznych i zawodowych. Oprócz kampanii w internecie ogłoszony został konkurs dla szkół na plakat na temat inspirujących kobiet, w którym można było wygrać zestaw o wartości 6000 zł obejmujący: dla klasy kwotę 3000 zł umożliwiającą organizację wycieczki dla zwycięskiej klasy w roku szkolnym 2019/2020; dla szkoły: spotkanie z inspirującą kobietą zorganizowane w szkole, z której pochodzi zwycięska praca konkursowa. Spotkanie przeznaczone jest dla wszystkich uczniów, kadry i rodziców uczniów z danej szkoły; dla nauczyciela: szkolenie dla opiekuna zwycięskiej grupy budujące jego kompetencje zawodowe. Zgłoszenia można przysyłać do 31 marca 2020 r. Więcej: mogebyc.gazeta.pl

KAMPANIA SPOŁECZNA**DOBRA PRAKTYKA****GALERIA PLAKATU AMS****779** projektów zgłoszonych do **20. edycji** Galerii Plakatu AMS „Zwierzę też człowiek”

„Zwierzę też człowiek” - pod takim hasłem odbyła się 20. edycja konkursu Galerii Plakatu AMS. Temat konkursu spotkał się z ogromnym zainteresowaniem twórców, którzy zgłosili rekordową liczbę 779 projektów. Wśród prac zwracających uwagę na prawa zwierząt do godnego życia nie zabrakło dzieł wstrząsających, metaforycznych, wywołujących emocje. Można je oglądać przez cały 2020 rok na nośnikach typu citylight należących do AMS w całej Polsce. Galeria Plakatu AMS to projekt non-profit, którego celem jest rozbudzenie społecznego zainteresowania reklamą zewnętrzną, promowanie dobrze zaprojektowanego plakatu oraz zbliżenie środowisk reklamowego i akademickiego. W konkursie na plakat o tematyce społecznej i kulturalnej biorą udział przede wszystkim studenci szkół artystycznych oraz młodzi graficy-projektanci.

DOBRA PRAKTYKA**„PROWADZĘ, NIE KLIKAM!” – AKCJA SPOŁECZNA MAGAZYNU „LOGO”**

Redakcja „Logo” zorganizowała akcję „Prowadzę, nie klikam!”, która miała zwrócić uwagę na bezpieczeństwo w czasie jazdy samochodem i przeciwdziałać używaniu telefonów komórkowych podczas prowadzenia auta. „Prowadzę, nie klikam!” to akcja, która – nie tylko w czasie wakacyjnych wyjazdów urlopowych – ma przypominać o prawidłowym zachowaniu się na drogach. W jej ramach w lipcowym numerze pisma znaleźć można było artykuły przedstawiające problem coraz częstszego korzystania z telefonu komórkowego w czasie prowadzenia samochodu, uzupełnione najnowszymi statystykami z polskich dróg oraz opisujące przypadki niebezpiecznych wypadków drogowych spowodowanych takim zachowaniem. Autorzy magazynu wraz z ekspertami przeprowadzili również test na torze szkoleniowym, sprawdzając swoją koncentrację na jeździe przy jednoczesnym korzystaniu ze smartfonu. Do części nakładu lipcowego wydania „Logo” dołączona została – w prezencie dla czytelników – zawieszka zapachowa przypominająca o dbaniu o bezpieczeństwo w czasie jazdy z hasłem „LOGOut, prowadzę – nie klikam!”.

DOBRA PRAKTYKA**„POD DOBRĄ OPIEKĄ”**

„Gazeta Wyborcza” wraz z Naczelną Izbą Pielęgniarek i Położnych oraz firmami ARJO, Skamex i Novamed zainicjowała w listopadzie 2019 r. akcję „Pod dobrą opieką”, której celem jest próba znalezienia sposobów na zmianę społecznego odbioru zawodu pielęgniarki i położnej, promocja tych zawodów, poprawa warunków pracy położnej i pielęgniarki, a także polepszenie ich relacji z lekarzami i pacjentami. Projekt wpisuje się w Międzynarodowy Rok Pielęgniarek i Położnych 2020 i odpowiada na 5 wyzwań:

1. Społeczny odbiór zawodu – szacunek, zaufanie – „są z nami przez całe życie”.
Zwrócenie uwagi na społeczną rolę zawodu. Przywrócenie szacunku i uznania w relacji z pacjentem.
2. Rola pielęgniarki w relacji z lekarzem, pacjentem i jego rodziną.
Pokazanie, gdzie pielęgniarka znajduje się w strukturze szpitalnej, czego może od niej oczekiwać pacjent i jakie nowe obszary kompetencji ona przejmować. Dzielenie się dobrymi praktykami z Niemiec, Szwajcarii, a także z Polski.
3. Promocja nauki zawodu pielęgniarki i położnej - zawód przyszłości.

Wskazanie atutów i wyzwań stojących przed tym zawodem, który według analiz dotyczących przyszłości rynku pracy wymieniany jest jako perspektywiczny, potrzebny społecznie, niezastępowalny w wyniku rozwoju technologii.

4. Bezpieczeństwo w zawodzie a warunki pracy. Wprowadzenie znaku Bezpieczny Szpital. Poza ideą i misją, która jest częścią tej pracy, ważne są warunki, w jakich się odbywa. Zwrócenie uwagi na rozwiązania wpływające na poprawę jakości pracy, usprawnianie procesów, bezpieczeństwo pracy, nowe technologie i na to jak w tym powinna odnaleźć się pielęgniarka.
5. Opieka długoterminowa. Starzejące się społeczeństwo, wydłużający się czas życia to nowe wyzwania (i szanse) dla służby zdrowia – w tym pielęgniarstwa.

DZIAŁANIA KULTURALNE

W ramach działań kulturalnych spółki Grupy Agora w 2019 r. wspierały inicjatywy kulturalne i czytelnictwo oraz inicjowały szereg spotkań i wydarzeń wokół książek, filmów i twórców w ramach Centrum Premier Czerska 8/10.

DOBRA PRAKTYKA

NAGRODA LITERACKA NIKE

Nagroda Literacka Nike przyznawana jest corocznie w październiku za najlepszą książkę poprzedniego roku. Jej celem jest promocja polskiej literatury. W konkursie mogą startować wszystkie gatunki literackie. Organizatorami konkursu są Fundacja Nagrody Literackiej Nike i „Gazeta Wyborcza”, fundatorem Fundacja Agory. W 2019 r. nominacje otrzymały cztery powieści, dwie książki reporterskie i biografia oraz ich autorzy - znani pisarze młodego i średniego pokolenia. Wyboru spośród kilkuset książek dokonało jury w składzie: Teresa Bogucka, Agata Dowgird, Maryla Hopfinger, Dariusz Kosiński, Anna Nasiłowska, Antoni Pawlak, Paweł Próchniak, Joanna Szczesna i Marek Zaleski (przewodniczący). Laureatem 23. edycji Nagrody Literackiej Nike został Mariusz Szczygieł – jego zbiór reportaży „Nie ma” jury uznało za najlepszą książkę minionego roku. Mariusz Szczygieł również otrzymał Nagrodę Nike Czytelników, przyznawaną w plebiscyie „Gazety Wyborczej”. Zwycięzca odebrał 100 tys. zł i statuetkę projektu Gustawa Zemły. Pozostałymi książkami-finalistkami 23. edycji Nagrody Nike były: „Ota Pavel. Pod powierzchnią” Aleksandra Kaczorowskiego (Czarne, Wołowiec; biografia), „Prymityw. Epopeja narodowa” Marcina Kołodziejczyka (Wielka Litera, Warszawa; powieść), „Błoto słodsze niż miód” Małgorzaty Rejmer (Czarne, Warszawa; reportaż), „Krótka wymiana ognia” Zyty Rudzkiej (WAB, Warszawa; powieść), „Turysta polski w ZSRR” Juliusza Strachoty (korporacja ha!art., Kraków; powieść), oraz „Królestwo” Szczepana Twardocha (Wydawnictwo Literackie, Kraków; powieść). Laureatem Nagrody Nike w 2018 r. został Marcin Wicha za książkę „Rzeczy których nie wyrzuciłem”. Więcej: Nike.org.pl

DOBRA PRAKTYKA

„PRYZSTANEK: WAJDA” OD AMS

8 miast z przystankami AMS z twórczością Andrzeja Wajdy

Od Szczecina po Kraków filmy Andrzeja Wajdy opowiadały historię na wiatkach AMS. Po Stanisławie Wyspiańskim oraz literackich motywach związanych z twórczością Josepha Conrada czy Stanisława Lema przyszedł czas na przystanki tematyczne związane z Andrzejem Wajdą, któremu poświęcono wystawę „WAJDA” w Muzeum Narodowym w Krakowie. Wybór miejsc, w których powstały wyjątkowe przystanki, nie był przypadkowy. Stały one w miastach, których historia - nieraz bardzo burzliwa - wybrzmiewała w filmach Andrzeja Wajdy. Ikoniczne fotostudy z filmów wybitnego reżysera wkomponowane w miejski pejzaż mogli podziwiać mieszkańcy Szczecina, Gdańska, Poznania, Warszawy, Łodzi, Wrocławia, Katowic i Krakowa. Firma AMS jest pomysłodawcą i mecenasem kampanii „Przystanek: WAJDA”.

DOBRA PRAKTYKA

CENTRUM PREMIER CZERSKA 8/10

8 spotkań w ramach Centrum Premier Czerska 8/10 w 2019 r.

Centrum Premier Czerska 8/10 to miejsce spotkań poświęconych twórcom i dziełom z dziedziny literatury, filmu, teatru i muzyki. Organizuje je „Gazeta Wyborcza” w swojej siedzibie w Warszawie, m.in. we współpracy z markami Agory. Każde wydarzenie to spektakl multimedialny pełen filmów przybliżających bohaterów i ich działalność, relacja w mediach społecznościowych oraz transmisja i relacje na Wyborcza.pl. W 2019 r. odbyło się 8 spotkań: premiera książki „Czapkins. Historia Tomka Mackiewiczza”, pokaz filmu „Mój kraj taki piękny”, dyskusja, spotkanie i rozmowa o kościele katolickim „Bez plebana”, spotkania „Kora intymnie” w Warszawie i Krakowie, premiera biografii „Krzysztof Wielicki. Piekło mnie nie chciało” w Warszawie i Katowicach oraz spotkanie z Donaldem Tuskiem wokół książki „Szczere”.

DOBRA PRAKTYKA**„KTO NAPISZE NASZĄ HISTORIĘ” – POKAZY FILMU DYSTRYBUOWANEGO PRZEZ NEXT FILM****50** pokazów filmu „Kto napisze naszą historię” w Polsce

27 stycznia 2019 r., w Międzynarodowy Dzień Pamięci o Ofiarach Holokaustu, odbyły się specjalne pokazy filmu „Kto napisze naszą historię”. Dystrybutorem filmu w Polsce był NEXT FILM. Widzowie obejrzeni produkcję na ponad 50 pokazach w Polsce i ponad 300 za granicą, między innymi w siedzibie UNESCO w Paryżu oraz w Muzeum Tolerancji w Los Angeles. W Polsce pokazy odbyły się m.in. Muzeum POLIN w Warszawie oraz w Żydowskim Instytucie Historycznym, w którym odbyła się również wystawa oryginalnego Archiwum Ringelbluma. „Kto napisze naszą historię” w reżyserii Roberty Grossman to fabularyzowany film dokumentalny o bezprecedensowym przedsięwzięciu - podziemnym Archiwum Getta Warszawskiego powstałym z inicjatywy Emanuela Ringelbluma w 1940 r., które zajmowało się dokumentowaniem życia w getcie warszawskim. Tzw. Archiwum Ringelbluma wpisane zostało na listę UNESCO „Pamięć Świata” jako zabytek światowego dziedzictwa. Jest ono unikalnym zbiorem dokumentów stanowiących jedno z najważniejszych świadectw o zagładzie Żydów polskich. W rolach głównych wystąpili polscy aktorzy, m.in.: Piotr Głowacki, Jowita Budnik, Karolina Gruszka i Wojciech Zieliński. Głosów w filmie użyli: nagrodzony Oscarem za film „Pianista” Adrien Brody oraz trzykrotnie nominowana do tej nagrody Joan Allen („Ukryta prawda”, „Czarownice z Salem”, „Nixon”). Urodzona w Los Angeles Roberta Grossman ma na koncie m.in. nakręcony w 2008 r. film pt. „Hannah Senesh: Blessed Is the Match”, który znalazł się na liście filmów nominowanych do Oscara oraz do nagrody Primetime Emmy.

DOBRA PRAKTYKA**MURAL INSPIROWANY FOTOGRAFIAMI KRZYSZTOFA MILLERA NA BUDYNKU AGORY**

We wrześniu 2019 r. odbyło się oficjalne odsłonięcie muralu nawiązującego do twórczości fotoreportera „Gazety Wyborczej” Krzysztofa Millera. Malowidło ściennie autorstwa Bruna Althamera, powstałe na jednej z bocznych ścian budynku Agory w Warszawie przy ul. Czerskiej 8/10, przedstawia wybrane postacie ze zdjęć Millera dokumentujących wydarzenia historyczne i konflikty zbrojne na świecie, m.in. nastoletniego uchodźcy w Gruzji, rowerzysty walczącego z grawitacją oraz ofiary konfliktu w Rwandzie. Na pierwszym planie muralu widoczna jest zwrócona plecami do odbiorcy postać fotoreportera trzymającego aparat przy twarzy. Mural upamiętnia Krzysztofa Millera (1962-2016) – legendę fotoreportażu wojennego. W ciągu ponad 25 lat fotografował on niemal wszystkie konflikty zbrojne na świecie oraz przełomowe wydarzenia historyczne. Robił zdjęcia m.in. w Afganistanie, Czeczenii, Rosji, Afryce. Dokumentował przewrót w Rumunii, wojny w Gruzji i Bośni, trzęsienie ziemi w Iranie, a także Aksamitną Rewolucję w Czechosłowacji. Krzysztof Miller związany był z „Gazetą Wyborczą” od początku jej istnienia, został jednym z pierwszych pięciu fotoreporterów zatrudnionych w redakcji dziennika. Przez wiele lat razem z Wojciechem Jagielskim tworzył reporterski duet relacjonujący konflikty zbrojne. Autorem projektu murala był artysta Bruno Althamer, który wcześniej stworzył malowidło z wizerunkiem Kory w ramach akcji „Wysokich Obcasów” pt. „Kobiety na mury”. Krzysztofa Millera upamiętnia też konkurs fotograficzny organizowany przez „Gazetę Wyborczą” od 2018 r. - Nagroda im. Krzysztofa Millera za odwagę patrzenia.

DOBRA PRAKTYKA**FESTIWAL POLSKICH FILMÓW FABULARNYCH W KINIE HELIOS W GDYNI****400** projekcji filmowych w ramach Festiwalu Filmów Fabularnych w Kinie Helios w Gdyni

Multipleks sieci Helios w gdyńskim CH Riviera był głównym Kinem Festiwalowym dla szerokiej publiczności w czasie 44. Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych. Podczas najważniejszego wydarzenia filmowego w Polsce widzowie Heliosa w Gdyni obejrzeni najnowsze polskie produkcje oraz śledzili rywalizację filmów w dwóch konkursach oraz uczestniczyli w spotkaniach twórców i miłośników kinematografii.

44. Festiwal Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni był prawdziwym świętem rodzimego kina – przez 6 dni, od 16 do 21 września 2019 r. łącznie w 15 salach odbyło się ponad 400 projekcji filmowych. Najważniejszym miejscem festiwalu niezmiennie od lat jest Teatr Muzyczny w Gdyni wraz z położonym obok Gdyńskim Centrum Filmowym. W 2019 r. funkcję głównego Kina Festiwalowego dla szerokiej publiczności po raz pierwszy pełniło kino Helios, w którym odbyły się m.in. pokazy Konkursu Głównego. O prestiżowe Złote i Srebrne Lwy ubiegało się aż 19 pełnometrażowych filmów, m.in. „Piłsudski”, „Ikar. Legenda Mietka Kosza” czy „Ukryta gra”. W Konkursie Filmów Krótkometrażowych wzięło udział 27 fabularnych krótkich metraży, zrealizowanych przez polskie szkoły filmowe oraz licznych producentów filmowych. Program Festiwalu obejmował również filmowe sekcje pozakonkursowe, w tym „Panoramę Kina Polskiego”, pokazy filmów Krzysztof Zanussi czy „Sekcję Polonica” obejmującą wybór najciekawszych międzynarodowych koprodukcji, zrealizowanych ze znaczącym udziałem polskich twórców i producentów filmowych.

Festiwal z okazji 80. rocznicy wybuchu II wojny światowej przygotował projekcję „Westerplatte” Stanisława Różewicza, „Lotną” Andrzeja Wajdy i „Orła” Leonarda Buczkowskiego. Miłośnicy klasyki kina mogli zobaczyć ważne polskie filmy w wersji odnowionej cyfrowo. W sekcji „In Memoriam” przypomniane zostały dzieła tych twórców, którzy niedawno odeszli, między innymi filmy: „Frantic”, do którego zdjęcia zrealizował Witold Sobociński, „Sól ziemi czarnej” Kazimierza Kutza, „Przesłuchanie” Ryszarda Bugajskiego, „Zapis zbrodni” Andrzeja Trzosa-Rastawieckiego czy „Miś” z niezapomnianą komediową rolą Zofii Czerwińskiej.

DOBRA PRAKTYKA

HELIOS PARTNEREM WARSZAWSKIEGO FESTIWALU FILMÓW O TEMATYCE ŻYDOWSKIEJ

Sieć kin Helios została partnerem 17. Warszawskiego Festiwalu Filmów o Tematyce Żydowskiej – Kamera Dawida. Część produkcji wyświetlanych w ramach wydarzenia widzowie mogli obejrzeć w najnowocześniejszym multipleksie sieci w galerii Blue City. Filmy emitowane podczas Warszawskiego Festiwalu Filmów o Tematyce Żydowskiej budują postawy tolerancji i otwartości na inność oraz są istotnym elementem w walce z ksenofobią i antysemityzmem. W historii festiwalu zaprezentowane zostały produkcje, które później były doceniane na największych światowych festiwalach – zdobywały między innymi Oscary i Złote Lwy. W dniach 20-22 listopada 2019 r. kino Helios w galerii Blue City zaprosiło na premierę dokumentu „Henri Dauman: Patrząc w górę”, dramatów: „Ci, którzy pozostali” i „Skin. Gniew pod skórą”, a także francuskiego komediodramatu „Podróż poślubna”. Ponadto widzowie mogli poznać historię sześciolatniego żydowskiego chłopca przedstawioną w filmie „Malowany ptak”, zobaczyć produkcję o poszukiwaniu swojego miejsca w Polsce pt. „Złota” oraz „Dziś, jutro... wczoraj” - dokument o rodzinie i trudnych relacjach z wojną i Holocaustem w tle. Wstęp na wszystkie projekcje w ramach wydarzenia był bezpłatny. Aby odebrać zaproszenia, należało udać się do kasy kina w dniu pokazu wybranego filmu.

DZIAŁANIA CHARYTATYWNE

Działalność charytatywna jest prowadzona w Grupie Agora nie tylko dzięki zaangażowaniu czytelników i odbiorców, pracowników oraz społeczności lokalnej, ale także poprzez akcje umożliwiające bezpośrednie wsparcie organizacji społecznych oraz promocję filantropii i dobroczynności.

DOBRA PRAKTYKA

MEDIA GRUPY AGORA WSPIERAJĄ WOŚP

486 tys. zł zebrały w sumie media Agory w 27. Finale Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy

486 tys. zł na zakup nowoczesnego sprzętu medycznego dla specjalistycznych szpitali dziecięcych zebrały w sumie media Agory i sieć kin Helios w 27. Finale Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. „Gazeta Wyborcza”, Radio TOK FM, Rock Radio oraz Helios przygotowały aukcje internetowe, licytując m.in. spacer po Puszczy Białowieskiej z Adamem Wajrakiem, cyfrową prenumeratę Wyborcza.pl na 100 lat, rysunek Andrzej Rysuje, roczne karnety do kin Helios, występ na antenie Radia TOK FM czy współprowadzenie audycji w Rock Radiu. Wirtualne puszkę prowadziły redakcje „Gazety Wyborczej” - oficjalnego partnera 27. Finału oraz portalu Gazeta.pl, który zachęcał internautów do dodatkowego wsparcia pod hasłem #JedenDzieńDłużej. Wszystkie media Grupy Agora informowały o Finale WOŚP.

DOBRA PRAKTYKA

FABRYKA ŚW. MIKOŁAJA „GAZETY WYBORCZEJ”

169,8 tys. zł zebrano w ramach Fabryki św. Mikołaja w 2019 r.

Fabryka św. Mikołaja „Gazety Wyborczej” już po raz 16. zbierała we Wrocławiu pieniądze dla potrzebujących. W 2019 r. w ramach akcji charytatywnej udało się uzbierać 169,8 tys. zł. 8 grudnia 2019 r. w Starej Garbarni przedstawiciele redakcji „Gazety Wyborczej Wrocław” przekazali na rzecz Fundacji Wrocławskie Hospicjum dla Dzieci symboliczny czek na rozpoczęcie budowy Domu Opieki Wyřęczającej (DOW) we Wrocławiu przy ul. Sołtysowickiej 58 oraz na zakup prezentów mikołajkowych dla podopiecznych hospicjum. DOW będzie miał 18 miejsc w pokojach jedno- i dwuosobowych. Powstaną w nim również: sala rehabilitacyjna, pokój zabaw i ogród. To tutaj, pod czujną opieką specjalistów, będą przebywać dzieci chore terminalnie, a personel będzie czasowo wspierać rodziców w opiece nad nimi.

DOBRA PRAKTYKA

DZIEŃ RADIA I TRZECI RADIOWY CHARYTATYWNY BLOK REKLAMOWY

Co roku 11 kwietnia rozgłoszenie w całym kraju świętują Polski Dzień Radia. Na antenach rozgłoszeni Grupy Radiowej Agory przygotowane zostały specjalne konkursy i programy związane z radiem. Tradycyjnie wyemitowany został także Charytatywny Blok Reklamowy. Rano, między 8:00 a 8:30 na antenie wszystkich stacji pojawił się jeden, specjalny blok, z którego całkowity przychód został przekazany Stowarzyszeniu Rodziców i Przyjaciół Dzieci z Wadą Słuchu z Krosna,

które opiekuje się dziećmi z dysfunkcją słuchu. Środki z bloku reklamowego przeznaczone zostały na sfinansowanie m.in. terapii i rehabilitacji dzieci z wadą słuchu, zorganizowanie turnusów rehabilitacyjnych i zajęć integracyjnych. Polski Dzień Radia został ustanowiony na pamiątkę przyjęcia w 1923 r. przez Stowarzyszenie Radiotechników Polskich dokumentu, w którym zawarto opinie do wytycznych do ustawy radiotelegraficznej. W efekcie powstała ustawa na mocy której dwa lata później nadano pierwszą polską audycję radiową. Dzięki inicjatywie I Love Radio na rzecz promocji radia od 2017 r. tego właśnie dnia polski rynek radiowy jednoczy się i działa wspólnie, ponad podziałami. Akcję I Love Radio organizuje wspólnie 5 nadawców radiowych: Grupa Eurozet, Grupa Radiowa Agory, Grupa RMF, Grupa ZPR Media oraz Polskie Radio.

DOBRA PRAKTYKA

AKCJA CHARYTATYWNA ROCK RADIA

Rock Radio regularnie wspiera różne organizacje pozarządowe i cele charytatywne. W 2018 r. wspierało Fundację Rak'n'Roll w ramach projektu „Rock Radio gra dla Rak'n'Rolla”. W czerwcu 2019 r. stacja zorganizowała „Wielki Test z klasyki rocka”, który otworzył warszawski Co Jest Grane 24 Festiwal. Drużyny gwiazd: muzyki, filmu i sportu oraz słuchacze Rock Radia zmierzali się w walce na wiedzę o klasyce rocka. Zaproszenie do udziału w „Wielkim Teście z klasyki rocka” przyjęli m.in. Olga Borys, Odeta Moro, Natalia Sikora, Radosław Majdan, Piotr Świerczewski, Zygmunt Chajzer i Wojciech Cugowski. Zwycięzcy „Wielkiego Testu” przekazali nagrodę finansową na Fundację Warszawskie Hospicjum dla dzieci.

DOBRA PRAKTYKA

PASIBUS CHARYTATYWNIE

Pasibus to niezwykła marka gastronomiczna – łącząca najlepszej jakości składniki oraz przyjazną i luźną atmosferę w lokalach, nawiązującą do liczących korzeni marki. Jednym z ważnych aspektów sieci burgerowni jest zaangażowanie społeczne, które integruje pracowników i zachęca klientów do wsparcia ważnych akcji.

Pasibus angażuje się w wiele charytatywnych inicjatyw. W 2019 r. już po raz kolejny pracownicy firmy przygotowali dary dla rodziny z okolic Wrocławia w ramach Szlachetnej Paczki. Co roku Pasibus wspiera również WOŚP. Prawie 5,5 tys. zł udało się zebrać w 2019 r. na aukcjach na Allegro.pl oraz dodatkowo 500 zł z wyzwania rzuconego na Facebooku – (5 tys. polubień i 3 tys. komentarzy).

Z kolei w grudniu 2018 r. z okazji Pasi Mikołajek klienci mogli napisać List do Pasi Świętego Mikołaja, w którym wskazywali, komu i dlaczego chcieliby pomóc. Finał akcji odbył się w marcu 2019 r. Autorka listu, który został wybrany przez Pasibusa do wsparcia, opisała trudną sytuację na Oddziale Neonatologii w Szpitalu im. A. Falkiewicza we Wrocławiu. Pasibus przekazał na rzecz oddziału lodówkę na leki dla pacjentów, a także 50 kuponów na darmowego burgera dla całego zespołu pracującego na oddziale oraz stałą zniżkę na dowóz dla rodziców i załogi przy współpracy z serwisem Glodny.pl.

DOBRA PRAKTYKA

PASIBUS DLA DZIECI ZE SPEKTRUM ZABURZEŃ AUTYSTYCZNYCH

Od marca 2019 r. trwała zbiórka na sprzęt i wyposażenie do szkoły branżowej o profilu fotograficznym dla dzieci ze spectrum autyzmu (ASD). Organizatorzy ze Stowarzyszenia na Rzecz Edukacji Terapii i Wspomagania Dzieci z ASD Unlock chcą stworzyć możliwości włączenia dzieci z autyzmem do społeczeństwa, w tym poprzez nauczenie ich zawodu tak, aby mogły samodzielnie funkcjonować w dorosłym życiu. W czerwcu 2019 r. do akcji włączył się Pasibus. Z okazji Dnia Dziecka Pasibus dołączył do zbiórki pieniędzy na organizację branżowej szkoły fotograficznej. Tworzy ją wrocławskie Stowarzyszenie Unlock, które działa na rzecz dzieci z zaburzeniami ze spektrum autyzmu. Wybrano zawód fotografa, zarówno ze względu na zainteresowania uczniów, jak też ze względu na fakt, iż mieści się on w obszarze optymalnego funkcjonowania z uwagi na ograniczenia ASD. Zbiórka odbywała się we wszystkich lokalach Pasibusa w całej Polsce 12 czerwca 2019 r. Tego dnia można było kupić taniej jednego z kultowych burgerów marki – Bebka Juniora z autorskim sosem BBQ. Burger kosztował 15 zł, a 2 zł z jego zakupu zostało przekazane na zbiórkę na fotograficzną szkołę branżową dla dzieci z autyzmem. Do końca czerwca Pasibus prowadził też zbiórkę pieniędzy zorganizowaną za pośrednictwem platformy Zrzutka.pl. Środki, które fani Pasibusa zebrali na stronie Zrzutka.pl/PasikdlaDzieci, zostały przekazane Stowarzyszeniu Unlock. Akcja była szeroko promowana w mediach społecznościowych.

Dzięki wsparciu marki PASIBUS udało się zakupić profesjonalny sprzęt fotograficzny do szkoły, wyposażenie studia fotograficznego oraz ciemni; powiększalniki, światłomierze, akcesoria ciemniowe, strumienice, lampy, softboxy, aparaty, obiektywy, statywy, narzędzia do cyfrowej obróbki zdjęć, filtry, blendy, stelaże i tła oraz wiele innych, niezbędnych pomocy.

ORGANIZACJE SPOŁECZNE W GRUPIE AGORA

Spółki z Grupy Agora angażują się w działalność organizacji działających na rzecz edukacji, kultury, sztuki, dziennikarstwa i mediów, równości kobiet i mężczyzn, a także inicjują powstawanie takich podmiotów.

FUNDACJA GAZETY WYBORCZEJ

Fundacja Gazety Wyborczej została powołana przez Agorę w 2018 r. Wzorem New York Times Company i The Guardian Media Group wydawca „Gazety Wyborczej” stworzył organizację non-profit, aby rozwijać wartościowe projekty medialne i realizować istotne cele społeczne.

Celami Fundacji są m.in. przyczynienie się do powstania kolejnych niezależnych i ambitnych materiałów dziennikarskich dotyczących najważniejszych spraw społecznych i politycznych, np. reportaży śledczych, raportów o ochronie środowiska i międzynarodowych projektów dziennikarskich.

FundacjaGazetyWyborczej.pl

DOBRA PRAKTYKA**CHARYTATYWNA AUKCJA NA RZECZ FUNDACJI GAZETY WYBORCZEJ****32 tys. zł** zebrano w pierwszej aukcji na rzecz Fundacji Gazety Wyborczej

Fundacja Gazety Wyborczej zorganizowała specjalną aukcję, z której środki zostały przeznaczone na wsparcie jej misji, jaką jest obrona niezależności mediów jako fundamentu demokracji. W licytacji można było zdobyć jubileuszowe pamiątki oraz atrakcje przygotowane specjalnie dla czytelników dziennika. Do wylicytowania na stronie Charytatywni.Allegro.pl był m.in. reprint okładki pierwszego numeru „Gazety Wyborczej” z 8 maja 1989 r. z autografem redaktora naczelnego Adama Michnika, zwiedzanie warszawskiej redakcji „Gazety Wyborczej” w towarzystwie szefa działu krajowego Romana Imielskiego, wycieczka po Puszczy Białowieskiej z przyrodnikiem i jednym z najbardziej znanych dziennikarzy „Gazety Wyborczej” Adamem Wajrakiem, wywiad z pisarzem przeprowadzony razem z Michałem Nogasiem, bestsellerowe książki Wydawnictwa Agora z autografami autorów oraz wiele innych. Dzięki zebranym środkom Fundacja zainicjuje serie raportów na tematy takie, jak wzrost ekstremizmu w Polsce i Europie, kryzys klimatyczny, różnice poglądowe między pokoleniami czy nowe technologie. Patronatem Fundacji będą również objęte najważniejsze inicjatywy i działania innych organizacji. Dzięki funduszom zebranym podczas pierwszych licytacji zostaną przeprowadzone również akcje społeczne i edukacyjne na temat praworządności, edukacji i ekologii, a także odbędą się szkolenia dziennikarzy w zakresie tworzenia rzetelnego przekazu medialnego.

FUNDACJA WYSOKICH OBCASÓW

Walka o prawa kobiet, upominanie się o najślabszych, opisywanie nieopisanych „herstori” czy wreszcie nagłaśnianie tematów związanych ze zdrowiem i psychologią - to codzienność magazynu „Wysokie Obcasy” już od 20 lat. Fundacja „Wysokich Obcasów”, która powstała w 2018 r. jako wspólna inicjatywa Agory oraz marki „Wysokie Obcasy”, ma wspierać niezależne i rzetelne dziennikarstwo, a także inicjatywy społeczne na rzecz ochrony i promocji praw kobiet oraz integracji różnych środowisk.

Fundacja „Wysokich Obcasów” zajmuje się działalnością na rzecz likwidacji dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, orientację seksualną, pochodzenie etniczne, przekonania, zdrowie, sytuację społeczną czy wygląd na forum międzynarodowym i w Polsce.

Więcej: FundacjaWysokichObcasow.pl

DOBRA PRAKTYKA**„SZTUKA SIOSTRZEŃSTWA” – AUKCJA CHARYTATYWNA „WYSOKICH OBCASÓW” I FUNDACJI „WYSOKICH OBCASÓW”****135 tys. zł** zebrano w charytatywnej aukcji „Sztuka Siostrzeństwa”.

W listopadzie 2019 r. odbyła się pierwsza charytatywna aukcja sztuki organizowana przez Fundację „Wysokich Obcasów” i „Wysokie Obcasy” pod hasłem „Sztuka siostrzeństwa”. Swoje dzieła na licytację prowadzoną w Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie bezpłatnie przekazało ponad 70 artystek i artystów, a dochód z niej wsparł m.in. Centrum Praw Kobiet. Imprezę poprowadziła dziennikarka Dorota Wellman. Udało się zebrać 135 tys. zł.

Najwięcej, bo aż 7 tys. zł, zapłacono za fotografię z serii „Tropical Iron” (2011) Maurycego Gomulickiego. Wysokie kwoty osiągnęły również prace Pawła Bownika, Wilhelma Sasnała, Alex Urban, Kle Mens, Chrisa Niedenthala, Radka Szlagi, Soni Szóstak, Mateusza Sarzyńskiego, Karola Radziszewskiego i Michała Wareckiego.

Połowa zebranych w licytacji środków została przekazana na rzecz Centrum Praw Kobiet – organizacji zajmującej się przeciwdziałaniem wszelkim formom przemocy i dyskryminacji kobiet w życiu prywatnym, publicznym i zawodowym, zaś druga część - na cele statutowe Fundacji „Wysokie Obcasy”.

DOBRA PRAKTYKA

„KOBIEТЫ WIEDZA, CO CZYTAJĄ” – AKCJA „WYSOKICH OBCASÓW” I FUNDACJI „WYSOKICH OBCASÓW”

6,5 tys. bezpłatnych prenumerat „Wysokich Obcasów” i „Gazety Wyborczej” przekazanych młodym czytelnikom

W 2019 r. Fundacja Wysokich Obcasów zainaugurowała akcję „Kobiety wiedzą, co czytają” i w jej ramach przekazuje uczennicom i studentkom bezpłatne prenumeraty „Wysokich Obcasów” i „Gazety Wyborczej”. W projekt zaangażowane są również biblioteki publiczne z małych miast i wsi. Do końca 2019 r. przekazano już 6,5 tys. bezpłatnych prenumerat. 4 tys. prenumerat trafiło do bibliotek, a pozostała część – do młodych dziewczyn.

Z oferty Agory mogą skorzystać wszystkie biblioteki w Polsce, działające w gminach wiejskich, miejsko-wiejskich oraz w miastach do 50 tys. mieszkańców. Darmowa prenumerata cyfrowych wydań „Wysokich Obcasów” i „Gazety Wyborczej” jest również skierowana do czytelniczek bibliotek, kobiet w wieku 15–30 lat.

Aktywując ofertę akcji, biblioteka otrzymała na rok nielimitowany i bezpłatny dostęp do wszystkich serwisów Wyborcza.pl, dostęp do bieżących i archiwalnych wydań magazynów „Gazety Wyborczej”: „Dużego Formatu”, „Magazynu Świątecznego”, „Ale Historii”, czy „Wysokich Obcasów Extra”. Każda biblioteka uzyskała również dostęp do wszystkich treści dwumiesięcznika „Książki. Magazyn do Czytania”, literackich audycji Michała Nogasia w Radiu Książki, oraz dostęp do Bookslettera, cotygodniowego newslettera dla fanów książek. Po zarejestrowaniu placówki bibliotecznej użytkownicy biorący udział w inicjatywie otrzymają również dostęp do najnowszych recenzji kulturalnych działu Kultura na Wyborcza.pl, zniżkę aż do -50% na książki i e-booki na Kulturalnysklep.pl oraz Publio.pl, zniżkę na prenumeratę dwumiesięcznika „Książki. Magazyn do Czytania” i nielimitowany dostęp do treści w aplikacji na iOS i Android lub na czytniku. Akcja zakończyła się z końcem stycznia 2020 r. Była realizowana w partnerstwie z organizacjami: Zwolnieni z Teorii oraz Fundacją Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego.

FUNDACJA POWSZECHNEGO CZYTANIA

4 września 2018 r. Agora wraz z innymi fundatorami złożyła oświadczenie o ustanowieniu Fundacji Powszechnego Czytania. Jednym z głównych celów fundacji jest krzewienie w Polsce kultury książki.

Fundacja Powszechnego Czytania została powołana przez przedstawicieli branży wydawniczej, w tym Agorę i działające w jej strukturach Wydawnictwo Agora, instytucje związane ze światem książki oraz osoby prywatne. Impulsem do wspólnego działania były alarmujące wyniki badań poziomu czytelnictwa w Polsce, dlatego celem Fundacji jest upowszechnianie czytania jako wartościowej formy spędzania wolnego czasu.

Ważnym aspektem nowo powstałej organizacji non-profit jest współpraca fundatorów między sobą, ale także fundacji z innymi NGOs, instytucjami publicznymi oraz ludźmi dobrej woli działającymi na rzecz promowania czytelnictwa.

W Radzie Fundacji zasiada Małgorzata Skowrońska, dyrektor wydawniczy w Wydawnictwie Agora. Strona fundacji Więcej: <https://fpc.org.pl/>

FUNDACJA AGORY

Fundacja Agory powstała w październiku 2004 r. Od 2005 r. ma status organizacji pożytku publicznego (OPP). W ostatnich latach Fundacja Agory koncentruje się na współorganizowaniu i finansowaniu akcji społecznych prowadzonych wspólnie z „Gazetą Wyborczą” oraz zajmuje się działalnością charytatywną. Działania Fundacji Agora, wspierane często przez media Agory, w tym „Gazetę Wyborczą”, mają długą historię. Przełomowa kampania „Rodzic po ludzku”, zdrowotne „Leczyć po ludzku” i „Narkopolacy” czy „Pomóż swoim rodzicom”, która wspiera rozwój wolontariatu opiekuńczego, to działania, które realizowane były dzięki zbiórkom 1 % podatku.

W 2019 r. miała miejsce akcja „Pomóż swoim rodzicom”, której głównym celem było wsparcie starszych osób i rodzin, się nimi opiekujących. Wspólnie z Fundacją Hospicyjną w Gdańsku przeprowadzono nabór do sieci lokalnego wolontariatu. Pracowano z koordynatorami, którzy wcześniej odbyli szkolenie dające wiedzę niezbędną do poszukiwania wolontariuszy i koordynowania ich pracy. Strona projektu: wolontariatopiekunczy.pl

Od 2019 r., Fundacja Agory zajmuje się przygotowaniem projektu na rzecz osób z niepełnosprawnościami pod nazwą „Różni ludzie, jeden świat”, która ma skupić uwagę na potrzebach tych osób. Fundacja planuje warsztaty podnoszące kompetencje społeczne.

Ponadto, Fundacja Agory współpracowała z innymi OPP (Fundacją Dzieciom „Zdążyć z Pomocą”, Fundacją Pomocy Osobom Niepełnosprawnym „Słoneczko”, Fundacją Piastun, Dolnośląską Fundacją Rozwoju Ochrony Zdrowia, Fundacją Avalon - Bezpośrednia Pomoc) analizując potrzeby dorosłych z niepełnosprawnościami i pomagając im w realizacji potrzeb. Więcej: fundacjaagory.pl.

FUNDACJA „AKADEMIA INTEGRACJI. PRACA. EDUKACJA. SPORT”

Fundacja „Akademia Integracji. Praca. Edukacja. Sport” została powołana do życia przez AMS S.A. i jest kontynuacją projektu „AMS dla Integracji”. Skupia się na szeroko pojętych problemach i zagadnieniach związanych z życiem, aktywnością i rolą społeczną osób z niepełnosprawnościami, ze szczególnym naciskiem na pracę, edukację i sport. Pomysłodawcami i pracownikami fundacji są szermierze na wózkach, wybitni sportowcy, paraolimpijczycy, wielokrotni

medaliści Mistrzostw Świata i Mistrzostw Europy, którzy wraz z innymi pracownikami AMS są wolontariuszami Fundacji. Cele, które stawia sobie fundacja to: uwrażliwienie na drugiego człowieka, pomoc w integracji osób niepełno- i pełnosprawnych, a także aktywizacja osób z niepełnosprawnościami. Więcej <http://akademiaintegracji.pl/>

DBAMY O ŚRODOWISKO

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA

W Grupie Agora – zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju oraz przyjętymi strategicznymi kierunkami odpowiedzialności – określiliśmy swój wpływ na otoczenie i dążymy do ograniczenia oddziaływania na środowisko naturalne.

Służą temu określone regulacje:

- Polityka środowiskowa Agory S.A.
- wdrożone procedury i programy prośrodowiskowe
- roczne cele środowiskowe oraz wskaźniki ich realizacji

Podejmowane przez nas działania są zgodne z przyjętymi przez ONZ Celami Zrównoważonego Rozwoju (SDGs), w szczególności z Celami 6, 7, 12 i 13. Z kolei AMS – spółka należąca do Grupy Agora dzięki swoim innowacyjnym produktom realizuje Cel 11 - współtworzenie miast inteligentnych, dzięki ekologicznym, interaktywnym i funkcjonalnym rozwiązaniom.

W ramach strategii CSR wskazane zostały kluczowe obszary wpływu środowiskowego związane z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

KLUCZOWE OBSZARY WPŁYWU ŚRODOWISKOWEGO GRUPY AGORA W OPARCIU O CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU TO:



- dbałość o wodę związana z monitorowaniem zużycia wody w budynkach administrowanych przez Agorę i kinach sieci Helios oraz w drukarni Agory
- jednym z celów w działalności poligraficznej jest racjonalne użytkowanie zasobów, dlatego też nieustannie wprowadzane są nowe rozwiązania, które mają wpłynąć na redukcję zużycia wody



- efektywność energetyczna jest jednym z głównych celów środowiskowych Grupy Agora
- optymalizacja zużycia energii elektrycznej odbywa się poprzez działania proekologiczne i wprowadzenie nowych rozwiązań w administrowanych budynkach, drukarni, kinach i na nośnikach reklamy zewnętrznej



- innowacyjne rozwiązania służące zwiększeniu efektywności wykorzystania zasobów stosowane są m.in. w nowoczesnych nośnikach reklamy zewnętrznej oraz meblach miejskich
- w drukarni wprowadzane i rozwijane są technologie i procesy produkcyjne przyjazne dla środowiska



- współtworzenie miast inteligentnych, dzięki ekologicznym, interaktywnym i funkcjonalnym rozwiązaniom



- wspieranie gospodarki obiegu zamkniętego
- ograniczanie odpadów



- Agora regularnie przeprowadza proces szacowania wpływu swojej działalności na klimat, wprowadzając rozwiązania i działania służące minimalizowania negatywnego oddziaływania na środowisko naturalne



- edukacja i rzetelna informacja w mediach na temat zmian klimatycznych, w tym np. zagrożonych ekosystemów oceanów i mórz



- edukacja i rzetelna informacja w mediach na temat zmian klimatycznych, w tym np. różnorodności biologicznej

Agora regularnie dokonuje szacowania wpływu swojej działalności na klimat, wprowadzając rozwiązania i działania służące minimalizowaniu jej negatywnego oddziaływania. Mając na uwadze specyfikę działalności oraz branżę, spółka zdefiniowała podstawowe obszary bezpośredniego wpływu. Są to:

- zużycie energii, wody i ścieków
- zużycie materiałów
- gospodarka odpadami i surowcami wtórnymi
- zgodność z regulacjami oraz standardami

POLITYKA ŚRODOWISKOWA AGORY

Od wielu lat rozwijamy w Agorze działania na rzecz **ochrony środowiska** – są to zarówno nasze wewnętrzne akcje dotyczące oszczędzania energii, segregacji śmieci i zmiany codziennych nawyków na prośrodowiskowe, ale też inwestycje w administrowanych przez nas budynkach.

Główne kierunki "Polityki środowiskowej Agory S.A."



prowadzenie działalności w zakresie ochrony środowiska zgodnie z przepisami prawa oraz regulacjami wewnętrznymi,



zarządzanie wpływem środowiskowym – zgodnie z przyjętymi celami i założeniami,



cykliczne monitorowanie osiągniętych efektów i rezultatów oraz coroczne ich raportowanie,



dążenie do ograniczenia zużycia zasobów naturalnych, m.in. poprzez racjonalne zużycie energii, wody i ścieków oraz materiałów (np. papieru),



prowadzenie zrównoważonej gospodarki odpadami i surowcami wtórnymi, poprzez ograniczenie ich powstawania, segregację oraz dążenie do realizacji zasad „zero waste”,



realizacja założeń „eko-biura” w ramach administrowanych budynków,



niwelowanie ryzyka i zapobieganie zanieczyszczeniom mogącym mieć negatywny wpływ na środowisko naturalne,



ciągłe doskonalenie i wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań w obszarze ochrony środowiska oraz programów prośrodowiskowych,



edukacja pracowników i współpracowników oraz partnerów biznesowych, zwiększająca ich świadomość ekologiczną, a także komunikacja włączająca ich do realizacji założeń polityki środowiskowej oraz kształtująca postawy,



inicjowanie oraz promowanie wśród interesariuszy postaw prośrodowiskowych, m.in. poprzez upowszechnianie cyfrowej oferty spółki.

W 2019 r. postawiliśmy sobie 4 cele związane z:

1. efektywnością energetyczną i zmniejszeniem zużycia energii w siedzibie Agory w Warszawie,
2. ograniczeniem odpadów m.in. w związku z prowadzeniem segregacji odpadów,
3. edukacją i komunikacją wśród pracowników i współpracowników, której celem jest podniesienie wiedzy na temat działań prośrodowiskowych,
4. wprowadzeniem polityki środowiskowej.

Aktywnie pracujemy nad realizacją tych zamierzeń, czego wyrazem jest przyjęcie przez zarząd „**Polityki środowiskowej Agory S.A.**” Jest to dokument, który przedstawia nasze podejście do zarządzania kwestiami środowiskowymi i obowiązuje wszystkich pracowników oraz współpracowników naszej firmy. Znajdują się w nim kierunki działań, które podejmujemy na rzecz ochrony środowiska.

Polityka środowiskowa została przyjęta w Agorze przez zarząd spółki 12 czerwca 2019 r. i weszła w życie w dniu jej przyjęcia. Polityka dotyczy wszystkich pracowników, którzy zobowiązani są do jej realizacji. Dokument będzie poddawany regularnej weryfikacji, w zakresie aktualności i adekwatności, zgodnie z profilem działalności i rozwojem firmy. Zarząd spółki co roku zapozna się z podsumowaniem wdrożenia polityki oraz podda ocenie stopień realizacji przyjętych celów środowiskowych.

DOBRE PRAKTYKI ŚRODOWISKOWE**EDUKACJA ŚRODOWISKOWA PRACOWNIKÓW AGORY**

Działania Grupy Agora w zakresie ochrony środowiska są regularnie komunikowane wśród pracowników – m.in. jako newslettery oraz w intranecie.

Jedynym z nich było zamontowanie na budynku Agory przy ul. Czerskiej 8/10 czujnika smogu. Dzięki temu pracownicy mogą sprawdzić jakość powietrza w najbliższej okolicy (czujnik znajduje się na stronie: <https://airly.eu/map/pl/#52.20376,21.04814,i8892>).

Działania prośrodowiskowe podejmowane przez Agorę w 2019 r. to m.in.:**KOMUNIKACJA I PROMOCJA WŚRÓD PRACOWNIKÓW EKOLOGICZNYCH POSTAW:**

- przyjazdu do pracy przyjaznym środowisku środkiem transportu do pracy, m.in. rowerem (do dyspozycji pracowników jest parking rowerowy oraz stacja Veturilo – ponad 15,5 tys. wypożyczeń i zwrotów rowerów miejskich

15,5 tys. wypożyczeń i zwrotów rowerów miejskich na stacji Veturilo przy siedzibie Agory w Warszawie w 2019 r.

- segregacji śmieci zgodnie z systemem selektywnej zbiórki odpadów
- picie wody z kranu (gadżety dla nowych pracowników)
- używanie wielorazowych pojemników do przynoszenia jedzenia ze stołówki oraz własnych kubków do picia w przypadku kawy lub herbaty kupowanej w kawiarni Gazeta Cafe
- zbiórka zużytych baterii i żarówek
- cykliczne wymiany ubrań i zbiórki zużytych ubrań
- akcja foodsharingowa dla pracowników

DOBRA PRAKTYKA**WODA Z KRANU ZAMIAST PLASTIKOWYCH BUTELEK**

71 tys. plastikowych butelek rocznie zostało zastąpionych wodą z kranu, co przelożyło się na ograniczenie

1,5 tony śmieci

W 2019 r. plastikowe butelki używane podczas spotkań w salkach konferencyjnych Agory zostały zastąpione tzw. „warszawianką”, czyli wodą z kranu, serwowaną w szklanych dzbankach. Dzięki temu wyeliminowane zostało 71 tys. plastikowych butelek rocznie, tj. 1,5 ton śmieci. Dodatkowo zużycie plastiku zostało ograniczone poprzez wyeliminowanie jednorazowych plastikowych kubków i wprowadzenie papierowych, a także zastąpienie plastikowych mieszadełek do napojów drewnianymi.

DOBRA PRAKTYKA**AGORA I AMS W AKCJI „GODZINA DLA ZIEMI” WWF**

Co łączy słynną Operę w Sydney, wieżę Eiffla i siedzibę Agory przy ul. Czerskiej w Warszawie? 30 marca 2019 r. podczas międzynarodowej akcji WWF „Godzina dla Ziemi” od 20:30 do 21:30 zostały wyłączone oświetlenia budynków publicznych, miast, ale też światła i urządzenia elektryczne w prywatnych mieszkaniach. W ten sposób miliony ludzi na całym świecie symbolicznie dołączyły do wspólnego apelu na rzecz środowiska.

Do akcji włączyła się również Agora, dlatego tego dnia na godzinę zostało wyłączone oświetlenie zewnętrzne budynku siedziby spółki przy ul. Czerskiej w Warszawie.

AMS już po raz kolejny wziął udział w tej akcji, wyłączając światła nośników: Backlight, Dynamic Backlight i Cityscroll - dzięki zaawansowanym narzędziom do zdalnego sterowania ekspozycją.

Więcej informacji o polskiej odsłonie akcji #nieniszczedomu pod linkiem: <https://nieniszczedomu.wwf.pl/>

DOBRA PRAKTYKA**AMS KONTYNUJE INWESTYCJE W PROEKOLOGICZNE ROZWIĄZANIA DLA MIAST**

AMS dostarcza nowoczesnych rozwiązań dla miast i wprowadza innowacyjne produkty, które wychodzą naprzeciw celom środowiskowym i społecznym. W 2019 r. spółka realizowała misję tworzenia proekologicznych rozwiązań dla miast, kontynuując budowę zielonych przystanków. Eko-strefy na przystankach AMS na razie wykorzystywane są głównie w kampaniach społecznych, choć cieszą się wysoką akceptacją mieszkańców, połączoną z oczekiwaniem na więcej.

Przystanki powstały m.in. na warszawskiej Woli, gdzie zielona wiata przystankowa została zaprojektowana tak, by w jak najlepszy sposób służyć okolicznym mieszkańcom: do sąsiedzkich spotkań, odpoczynku wśród zieleni, a nawet do gry w szachy czy kółko i krzyżyk. Wiata, której mieszkańcy nadali nazwę „Przystanek Wolność”, nawiązuje do wiat przystankowych, znajdujących się na terenie zabytkowej części Warszawy. Jej kształt i funkcje są jednak nietypowe – na całym dachu przystanku zainstalowany został dywan z rozchodników, a jedną z jego ścian tworzą zielone pnącza. W tym roku powstał również projekt „Przystanek Laboratorium” obok siedziby Agory, gdzie dział rozwoju AMS testuje w praktyce eko-rozwiązania na dwóch wiatkach przystankowych.

Szersze zastosowanie rozwiązań eko na wiatkach zależy od kwestii formalnych i koniecznych zgód, które leżą w gestii instytucji samorządowych. AMS przybliżyła tę koncepcję wóldarzom miejskim na konferencjach i kongresach dotyczących smart city. Na kongresie Open Eyes Economy Summit w Krakowie w 2019 r. zaprezentowane zostały nowoczesne zielone wiata przystankowe oraz ekologiczny słup solarny. Wiata wyposażona została w nowoczesny cyfrowy citylight, a jedną z jej ścian tworzyły zielone pnącza. Oprócz tego na dachu przystanku nieopodal Centrum Kongresowego ICE w miejskiej wiacie przystankowej na stałe zainstalowany został dywan rozchodnikowy. Projekty ekologiczne AMS cieszą się uznaniem mieszkańców i ekspertów. W konkursie INNOVATION 2019 AMS zdobył nagrodę – SREBRO za „Zielone przystanki” w Krakowie, których głównym motywem są żywe rośliny, tworzące naturalną ochronę antysmogową.

DOBRA PRAKTYKA

„ADOPTUJ PSZCZOŁĘ” – AKCJA PORTALU GAZETA.PL I GREENPEACE POLSKA

140 tys. pszczoł adoptowanych w 7. edycji akcji „Adoptuj pszczołę”

„Adoptuj pszczołę” to największy pod względem liczby uczestników społeczny projekt crowdfundingowy organizowany przez Fundację Greenpeace Polska. Środki zebrane dzięki wirtualnej adopcji pszczoł w 2019 r. posłużą m.in. stworzeniu rozwiązań dla miast, pomagających chronić ludzi i pszczoły przed zmianami klimatu. Już po raz 5. partnerem akcji była Gazeta.pl. Redakcja portalu przygotowała relację LIVE ze zbiórki, artykuły i quiz na temat życia pszczoł oraz specjalne wydanie cyklu „Piątki dla klimatu” poświęcone tym owadom. Jak co roku obok logo portalu pojawiła się też pszczoła. W akcję włączył się Hash.FM z Grupy Agora, który za pośrednictwem platformy Fameshop zachęcał mikroinfluencerów do promocji adopcji pszczoł. W 7. edycji kampanii adoptowano ponad 140 tys. pszczoł.

DOBRA PRAKTYKA

GAZETA.PL ZIELONYM PORTALEM!

1 mln wyświetleń materiałów „Piątki dla klimatu” na Gazeta.pl

15 nadmorskich miejscowości w akcji „Plaża bez peta”

Gazeta.pl od dłuższego czasu zwraca uwagę internautów na zagadnienia związane z ochroną środowiska i klimatu, czego wyrazem jest wieloletnia współpraca z organizatorami akcji „Adoptuj pszczołę” – Greenpeace Polska. W 2019 r. ochrona środowiska była tematem wielu akcji i inicjatyw proponowanych przez zespół Gazeta.pl, m.in. kampanii „Plaża bez peta” czy cyklu redakcyjnego „Piątki dla klimatu”, a także specjalnego działu Środowisko na stronie głównej Gazeta.pl.

Wakacyjna akcja pod hasłem „Plaża bez peta” miała zwrócić uwagę czytelników portalu na zakaz palenia na nadbałtyckich plażach i przestrzegała przed pozostawianiem na plaży niedopałków. Do akcji włączyło się 15 nadmorskich miejscowości, a jej partnerem był Greenpeace Polska. Redakcja nie tylko publikowała teksty poświęcone przestrzeganiu zakazu palenia na plaży, szkodliwości niedopałków dla środowiska i dbaniu o czystość plaż, ale też promowała akcję w mediach i na wlepkach. We współpracy z lokalnymi samorządami redakcja pokazała trudy walki z petami i stworzyła mapę czystych plaż.

Przy wejściach na nie pojawiły się też plakaty Andrzeja Pągowskiego z hasłem akcji „Papieros na plaży to obciach dla twarzy”. Gazeta.pl włączyła się też do akcji edukacyjnej Greenpeace nt. szkodliwości plastiku i śmiecenia na plażach w nadmorskich miejscowościach. Dodatkowo, w każdy piątek w cyklu „Piątki dla klimatu” dziennikarze portalu pokazują najważniejsze problemy i najciekawsze akcje związane z ekologią w 2019 r. Te materiały miały ponad 1 mln wyświetleń.

Gazeta.pl przygotowała także urodziny Greenpeace Polska. W ramach ich obchodów redakcja przybliżyła swoim czytelnikom działalność organizacji. Na stronie głównej portalu można było śledzić relację na żywo prowadzoną przez dziennikarzy wspólnie z członkami Greenpeace. Użytkownicy Gazeta.pl mogli zobaczyć zdjęcia i nagrania z najciekawszych akcji organizacji oraz dowiedzieć się, czym jej członkowie zajmują się na co dzień. Redakcja Gazeta.pl zachęcała również do wsparcia Greenpeace, umożliwiając przekazanie pieniędzy za pośrednictwem portalu.

W 2020 r. planowane jest wiele akcji na styku redakcji i marketingu, m.in. uruchomienie ekologicznego newslettera.

<http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/0,114916.html?tag=pi%B1tki+dla+klimatu>

„WYBORCZA NA ZIELONO”

170 redakcji z całego świata, w tym „Gazeta Wyborcza”, tworzą „Covering Climate Now” – deklarację zaangażowania mediów w kwestie klimatyczne i światowe działania na rzecz klimatu w ramach Młodzieżowego Strajku Klimatycznego

„Gazeta Wyborcza” zachęca wszystkich czytelników do proekologicznych działań i zwrócenia uwagi na kwestie ochrony środowiska. Z myślą o odbiorcach, którzy poszukują tekstów na temat ekologii, powstał cykl „Wyborcza na zielono”. Artykuły oznaczone zielonym logo „Wyborczej” publikowane są w papierowym wydaniu i na Wyborcza.pl. Towarzyszą im akcje społeczne i nowe inicjatywy, m.in. „Lato bez plastiku”, „Nie drukuję biletu”, „Pokazuję na telefonie”, „Szanuję, nie marnuję”, newsletter ekologiczny itp.

„Gazeta Wyborcza” coraz więcej uwagi poświęca tematowi związanym z ekologią i kryzysem klimatycznym. Na początku 2019 r. ruszył projekt „Wyborcza na zielono” – we wszystkich sekcjach dziennika ukazują się teksty poświęcone m.in. błyskawicznie postępującym zmianom klimatycznym w Polsce. W czerwcu 2019 r. ukazał się raport o wodzie, dokumentujący dramatyczną sytuację hydrologiczną w kraju. Tematem artykułów są m.in. polityka węglowa, gospodarka odpadami i rozwiązania antysmogowe. Swoją akcję „Szanuję, nie marnuję” rozpoczęły „Wysokie Obcasy”, które poprzez cykl artykułów inspirują do zmiany prostych codziennych nawyków i świadomego kupowania w duchu idei „less waste”. Powstał też newsletter ekologiczny, w którym znaleźć można teksty na temat tego jak zapobiec katastrofie klimatycznej. W ramach proekologicznej akcji „Bez śladu” Wyborcza.pl i Wysokieobcasy.pl we współpracy z patronem biznesowym proponowały internautom podjęcie wyzwania ekologicznego i uczestniczenia w specjalnym konkursie.

- 20 tys. bezpłatnych egzemplarzy specjalnego wydania „Gazety Wyborczej” na Pol'and'Rock Festival, przygotowanych specjalnie na tę okazję. 12-stronicowy magazyn poświęcony był tematowi ekologii oraz ochrony środowiska.
- 170 redakcji z całego świata, w tym „Gazeta Wyborcza”, tworzą „Covering Climate Now” – deklarację zaangażowania mediów w kwestie klimatyczne i światowe działania na rzecz klimatu w ramach Młodzieżowego Strajku Klimatycznego
- 6 wyzwań ekologicznych dla internautów w 2019 r. w ramach wspólnej akcji Wyborcza.pl, Wysokieobcasy.pl oraz patrona biznesowego pt. „Bez śladu - Od Ciebie zależy, jaki zostawisz po sobie ślad”
- Kampania „Klimat tworzą ludzie”, promująca tematy ekologiczne, w ramach której dostępna jest także oferta prenumeraty cyfrowej Wyborcza.pl.

Więcej na: <https://wyborcza.pl/nazielono>

SŁOWNIK KLIMATYCZNY RADIA TOK FM

29 nowych pojęć w słowniku klimatycznym Radia TOK FM

Na antenie Radia TOK FM i na tokfm.pl jednym z istotnych poruszanych tematów jest ekologia. Z audycji i artykułów na portalu słuchacze i internauci dowiadują się więcej o kryzysie klimatycznym oraz jego konsekwencjach, np. coraz bardziej odczuwalnych w Polsce upałach czy problemach gospodarczych wywołanych przez zmiany klimatu.

Akcja rozpoczęła się 26 lipca 2019 r., kiedy to w poszczególnych pasmach programowych Radia TOK FM obecne były ekologiczne wątki i tematy. O zmianach środowiskowych oraz kryzysie klimatycznym można było usłyszeć już od świtu - w „Pierwszym Śniadaniu w TOKU”, następnie w „Magazynie EKG”, kolejnych audycjach i serwisach informacyjnych, a także przeczytać na portalu tokfm.pl.

Opisując zagadnienia ekologiczne, dziennikarze Radia TOK FM posługują się nowym słownikiem klimatycznym, czyli opracowanym przez redakcję zbiorem pojęć związanych z ekologią, które – w myśl hasła „Powiedzmy sobie wyraźnie” - pokazują wagę tych zjawisk i pozwalają na zaostrenie języka w sprawie klimatu. Redakcji chciała w ten sposób odpowiedzieć na rosnącą skalę zagrożenia dla środowiska i ludzi oraz wagę zmian klimatycznych. Dla przykładu, zgodnie ze słownikiem, zamiast o globalnym ociepleniu, powinno się już mówić o przegrzewaniu planety, nie o degradacji środowiska, ale jego dewastacji, a skalę zmian klimatycznych lepiej opisuje pojęcie „kryzys klimatyczny”.

SŁOWNIK KLIMATYCZNY TOK FM

Nowe użycie (wersja polskojęzyczna)	Nowe użycie (english version)	Dotychczasowe (wersja polskojęzyczna)	Dotychczasowe użycie (english version)
<ul style="list-style-type: none"> • KRYZYS KLIMATYCZNY • ZAŁAMANIE KLIMATU • KATASTROFA KLIMATYCZNA 	Climate change/ climate crisis / emergency / breakdown	Zmiany klimatyczne	Climate change
<ul style="list-style-type: none"> • KRYZYS ŚRODOWISKOWY / KRYZYS EKOLOGICZNY 	Environmental / ecological crisis	Zmiany środowiskowe	Environmental / ecological change
<ul style="list-style-type: none"> • GLOBALNE PRZEGRZANIE PLANETY • PRZEGRZEWANIE ZIEMI 	Global heating	Globalne ocieplenie	Global warming
<ul style="list-style-type: none"> • NISZCZENIE ŚRODOWISKA / KRAJOBRAZU / NATURY • DEWASTACJA KRAJOBRAZU • PUSTOSZENIE ŚRODOWISKA 		Degradation of landscapes/nature	Degradation of landscapes/nature
<ul style="list-style-type: none"> • DZIKA PRZYRODA • RÓŻNORODNOŚĆ GATUNKÓW 	Wildlife	Różnorodność biologiczna / bioróżnorodność	Biodiversity
<ul style="list-style-type: none"> • OBECNE / JUŻ ZAUWAŻALNE PROBLEMY • NAGŁĄCE PROBLEMY KLIMATYCZNE • ROZPOCZĘTY KRYZYS KLIMATYCZNY 		Przyszłe problemy związane z klimatem	
<ul style="list-style-type: none"> • OSOBA NEGUJĄCA NAUKĘ O KLIMACIE • OSOBA NEGUJĄCA WIEDZĘ NAUKOWĄ O KLIMACIE • POPULISTA KLIMATYCZNY • NEGACJONISTA KLIMATYCZNY 	Climate science denier	Sceptyk klimatyczny	Climate sceptic
<ul style="list-style-type: none"> • (REALNA) GROŹBA ZAŁAMANIA KLIMATU 		Ryzyko klimatyczne	
<ul style="list-style-type: none"> • ZAGROŻENIE TRWAŁYM ZAŁAMANIEM KLIMATU 			
<ul style="list-style-type: none"> • GWAŁTOWNE ZAŁAMANIE KLIMATU ZIEMI 	Rapid breakdown planet's climate		
<ul style="list-style-type: none"> • PODSZYWANIE SIĘ POD EKOLOGIĘ • EKOŚCIEMIA (W KONTEKŚCIE CZYJEGOŚ OSZUKAŃCZEGO DZIAŁANIA: „FABRYKANT UPRAWIA EKOŚCIEMEM”) 	Greenwashing		
<ul style="list-style-type: none"> • PRZESTĘPSTWO PRZECIWKO PRZYRODZIE 	Rapid breakdown planet's climate		
<ul style="list-style-type: none"> • ZIELONA EKONOMIA • GOSPODARKA SZANUJĄCA NATURĘ 	Green economy		
<ul style="list-style-type: none"> • GOSPODARKA OBIEGU ZAMKNIĘTEGO • GOSPODAROWANIE ZASOBAMI OGRANICZAJĄCE PRODUKCJĘ ODPADÓW 	Closed loop / circular economy		

DEFINICJE

- **Globalne ocieplenie** – ogrzewanie się planety przez wzrost zawartości gazów cieplarnianych w atmosferze;
- **Globalne przegrzanie** – zbyt szybkie ogrzewanie się planety, spowodowane działalnością człowieka (m.in. przez nadmierne spalanie paliw kopalnych, używanie surowców naturalnych, masowe hodowle zwierząt itp.);
- **Zmiany środowiskowe** – zaburzenia w środowisku naturalnym wywołane przez m.in. wzrost populacji ludzi, postępującą urbanizację, wzrost konsumpcji, dynamiczny rozwój infrastruktury;
- **Kryzys środowiskowy** – skutek zbyt dynamicznej ekspansji człowieka i rosnącej konsumpcji, powodujący wylesianie, przełowienie mórz i oceanów, pustynnienie krajobrazu, niedobór wody;
- **Bioróżnorodność / różnorodność gatunków** – zróżnicowanie życia na wszelkich poziomach jego organizacji. Obejmuje zróżnicowanie genów, gatunków oraz ekosystemów;
- **Sceptyk klimatyczny / denialista** – osoba podważająca naukową wiedzę na temat zmian klimatu;
- **Greenwashing / ekościema** – podszywanie się pod ekologię. Prowadzenie działalności, która tylko z pozoru jest ekologiczna;
- **Green economy** – prowadzenie działalności szanującej naturę; wprowadzanie zmian w działalności firmy, by mniej wpływała na klimat (ograniczanie spalania węgla, odzyskiwanie surowców, ograniczanie produkcji śmieci i inne);
- **Gospodarka obiegu zamkniętego** – system produkcyjny, w którym odpady lub produkt uboczny jednego procesu, są wykorzystywane do produkcji innego produktu, bez tworzenia dodatkowych odpadów lub wpływu na środowisko;
- **Niska emisja** – emisja pyłów i szkodliwych gazów ze źródeł o wysokości do 40 metrów, m.in. rury wydechowe samochodów, kominy budynków jednorodzinnych;
- **Wysoka emisja** – wszystkie źródła emisji znajdujące się na wysokości powyżej 40 metrów (czyli np. kominy elektrowni i elektrociepłowni). Stężenie szkodliwych dla zdrowia substancji jest znacznie mniejsze, niż w wypadku niskiej emisji, ale za to wpływ na zmiany klimatyczne jest znacznie większy.

PROGNOZA JAKOŚCI POWIETRZA W LOKALNYCH WYDANIACH „GAZETY WYBORCZEJ”

2 tys. czujników monitorujących stan powietrza – prognozę można znaleźć codziennie w „Gazecie Wyborczej”

Od lutego 2019 r. czytelnicy 20 lokalnych wydań „Gazety Wyborczej” mogą znaleźć w dzienniku informację z prognozą jakości powietrza na dany dzień. Szczegółowe dane dostarcza firma Airly, dysponująca siecią ponad 2 tys. innowacyjnych czujników stanu powietrza.

Informacje o jakości powietrza są przygotowywane dla 20 miast, w których mieszczą się redakcje lokalne „Gazety Wyborczej” – dla Białegostoku, Bydgoszczy, Częstochowy, Gdańska, Gorzowa Wielkopolskiego, Katowic, Kielc, Krakowa, Lublina, Łodzi, Olsztyna, Płocka, Poznania, Radomia, Rzeszowa, Szczecina, Warszawy, Wrocławia, Torunia i Zielonej Góry.

Informacyjna belka z prognozą jest umieszczona na łamach dziennika w widocznym miejscu, w większości wydań – na pierwszej stronie tuż pod winietą. Czytelnicy mogą ją znaleźć obok hasła „Czym oddychasz w Warszawie”, „Czym oddychasz w Szczecinie”, itd.

Prognoza, dostarczana przez Airly, opiera się na indeksie CAQI (Common Air Quality Index), powszechnie wykorzystywanym do oceny jakości powietrza w europejskich miastach. Skala ma pięć przedziałów – wskazujących poziom zanieczyszczeń – z przypisanymi im kolorami: bardzo niski (zielony), niski (bladzielony), średni (żółty), wysoki (pomarańczowy), bardzo wysoki (ciemnoczerwony). Informacje przygotowane są automatycznie, na bazie danych z sieci czujników, z uwzględnieniem prognoz meteorologicznych.

WPŁYW ŚRODOWISKOWY

REALIZACJA CELÓW ŚRODOWISKOWYCH W 2019 R.:

W 2019 r. Agora postawiła sobie cele środowiskowe związane z administracją budynków biurowych, szczególnie siedziby głównej przy ul. Czerskiej w Warszawie.

Cele środowiskowe w budynkach administrowanych przez Agorę w 2019 r.

Kategoria	Cel	Działanie	Stopień realizacji
 EFEKTYWNOŚĆ ENERGETYCZNA	10% mniej zużycia energii r/r w siedzibie Agory w Warszawie	<ul style="list-style-type: none"> • optymalizacja zużycia energii poprzez działania proekologiczne i inwestycje w instalacje i urządzenia energooszczędne • optymalizacja systemów wentylacyjnych i klimatyzacyjnych • wymiana oświetlenia (LED) 	Cel zrealizowany (osiągnięto poziom 17,4%, podczas gdy we wszystkich oddziałach 16,9%)
 OGRANICZENIE ODPADÓW	Ograniczenie wagi odpadów o 10% r/r	<ul style="list-style-type: none"> • zminimalizowanie odpadów bio (stołówka) • cyfryzacja procesów, m.in. e-wydania gazet w oddziałach • elektroniczny system wypożyczania sprzętu służbowego 	Cel w pełni zrealizowany
 ZARZĄDZANIE	Stworzenie i wprowadzenie polityki środowiskowej Agory	<ul style="list-style-type: none"> • stworzenie polityki środowiskowej dla Agory S.A. 	Cel w pełni zrealizowany
 EDUKACJA I KOMUNIKACJA	Zwiększenie świadomości pracowników Agory w zakresie segregacji odpadów	<ul style="list-style-type: none"> • edukacja pracowników w zakresie segregacji śmieci • przygotowanie e-systemu do zgłoszeń awarii i innych administracyjnych 	Cel w pełni zrealizowany

CELE NA 2020 ROK:

- wprowadzenie rozwiązań prośrodowiskowych w zakresie efektywności energetycznej, m.in. fotowoltaika
- optymalizacja zużycia energii – wymiana central wentylacyjnych w budynku
- rozwijanie projektów związanych z ekologią i ochroną środowiska w mediach Grupy Agora
- kontynuacja edukacji pracowników

PLANY NA 2020 R. :

wymiana central wentylacyjnych	wymiana wentylatorów w szafach wentylacyjnych	modernizacja wężła cieplnego	budowa nowych rozwiązań sterowania budynkiem (BMS)
--------------------------------	---	------------------------------	--

Zainstalowanie paneli fotowoltaicznych na dachu głównej siedziby spółki w Warszawie (w 1. połowie 2020 r.)






Instalacja fotowoltaiczna o łącznej mocy 89,76 [kWp] (dwie mikroinstalacje 49,50 i 40,26 [kWp])



Dzięki instalacji fotowoltaicznej możliwe będą:

- oszczędności w postaci niższych rachunków za energię;
- działanie na rzecz klimatu: korzystanie z OZE oznacza ograniczenie emisji CO₂, wpływa korzystnie na jakość lokalnego powietrza;
- bezpieczeństwo i niezależność – zabezpieczenie przed rosnącymi cenami energii;
- technologia jutra i edukacja pracowników oraz otoczenia na temat ochrony środowiska.

UŚREDNIONY EKWIWALENT ZREDUKOWANEJ EMISJI CO₂ PRZY MONTAŻU PANELI FOTOWOLTAICZNYCH NA BUDYNKU AGORY

Zredukowana emisja CO ₂ , co odpowiada:	59 409	[kg/rok]	
zaoszczędzonej emisji generowanej przez samochody osobowe	12,5	[sztuk]	
zaoszczędzonej liczbie km przejechanych przez samochód osobowy	227 449	[km/rok]	
zaoszczędzonej wielkości odpadów wysyłanych na wysypisko	21,3	[ton/rok]	
zaoszczędzonej ilości zużytej benzyny	25 305,1	[litrów/rok]	

Obliczenia zrealizowane na podstawie oficjalnego kalkulatora Agencji Ochrony Środowiska Stanów Zjednoczonych (EPA/USEPA - United States Environmental Protection Agency) <http://www.epa.gov/cleanenergy/energy-resources/calculator.html>

ADMINISTRACJA BUDYNKAMI

Grupa Agora ma swoje siedziby w kilku lokalizacjach. Główna mieści się w budynku będącym własnością Agory, przy ul. Czerskiej 8/10 w Warszawie, gdzie znajdują się siedziby spółek: Agora S.A. oraz Agora TC, AMS, Adpol, Domiporta, Grupa Radiowa Agory (GRA), Doradztwo Mediowe, Inforadio, NEXT FILM, GoldenLine, Optimizers, Yieldbird oraz część działów spółki Helios, Foodio Concept i Step Inside. Siedziba główna Heliosa i Foodio Concept mieści się w Łodzi.

19 lokalnych oddziałów spółki Agora S.A.

Oddziały Agory S.A. oraz spółek zależnych znajdują się w 19 miastach. Są to wynajmowane lokale we współdzielonych budynkach, zarządzanych przez zewnętrznych administratorów, którzy odpowiadają za kwestie środowiskowe. W wielu przypadkach utrudnia to monitorowanie wskaźników dotyczących m.in. poboru wody i zużycia ścieków oraz kubatury odpadów.

Głównymi założeniami zarządzania wpływem środowiskowym w Grupie Agora w zakresie administracji budynkami są:

- ograniczenie zużycia energii elektrycznej,
- ograniczenie poboru wody,
- ograniczenie zużycia ścieków.

Dotyczy to szczególnie budynku przy ul. Czerskiej 8/10 w Warszawie, gdzie mieści się większość siedzib spółek wchodzących w skład grupy kapitałowej Agory.

Spółka w 2019 r. wdrożyła zalecenia wynikające z przygotowanego audytu efektywności energetycznej. Dzięki realizowanym inwestycjom:

- wymianie oświetlenia na LED,
- ustawieniu czasu pracy instalacji,
- wymianie pomp i silników w instalacji wentylacyjnej oraz w instalacji wody lodowej (klimatyzacji).

udało się zaoszczędzić energię elektryczną w budynku przy ul. Czerskiej 8/10 na poziomie 20%.

16,9% spadek zużycia energii elektrycznej w budynkach biurowych Grupy Agora w 2019 r.

Tabela 32. Zużycie energii elektrycznej w budynkach biurowych Grupy Agora

	2019	2018	r/r
Energia elektryczna [MWh]	9 102	10 951	↓16,9%
Zużycie energii cieplnej [GJ]	13 378	16 890	↓20,8%

Źródło: dane pochodzą z faktur

Ze względu na współdzielenie przestrzeni zarówno w warszawskiej, jak również w wielu innych siedzibach przestrzeni przez Agorę S.A. i spółki z Grupy Agora, dane zostały zagregowane i dotyczą 21 lokalizacji: Białystok, Bielsko-Biała, Bydgoszcz, Częstochowa, Gdańsk, Gorzów Wlkp., Katowice, Kielce, Kraków, Lublin, Łódź, Olsztyn, Opole, Płock, Poznań, Radom, Rzeszów, Szczecin, Toruń, Wrocław oraz Warszawa (siedziba przy ul. Czerskiej 8/10). Brak danych z Tych i Zielonej Góry (opłaty za energię wliczone są w czynsz).

20,4% spadek poboru wody oraz zużycia ścieków w budynkach biurowych Grupy Agora w 2019 r.

Tabela 33. Pobór wody oraz zużycie ścieków w budynkach biurowych Grupy Agora

	2019	2018	r/r
Pobór wody/zużycie ścieków [m3]	17 160	22 592	↓20,4%

Źródło: dane pochodzą z faktur

Ze względu na współdzielenie zarówno w warszawskiej, jak również w wielu innych siedzibach przestrzeni przez Agorę S.A. i spółki z Grupy Agora, dane zostały zagregowane i dotyczą 11 lokalizacji: Bielsko-Biała, Bydgoszcz, Częstochowa, Gdańsk, Kielce, Kraków, Opole, Szczecin, Wrocław oraz Warszawa (siedziba przy ul. Czerskiej 8/10). W pozostałych 11 lokalizacjach brak danych lub opłaty wliczone są w czynsz.

Flota samochodowa Grupy Agory liczy 112 samochodów osobowych* oraz 1 samochód ciężarowy (Adpol); większość samochodów to auta na benzynę, ale we flocie są również modele hybrydowe.

181,8 tys. litrów zużycie paliw w Grupie Agora w 2019 r.*

2,5 mln km przejechały samochody służbowe Grupy Agora w 2019 r.*

*dane dotyczą spółek Agora, Adpol, AMS, GRA, Doradztwo Mediowe, Helios, Foodio Concept

ODPADY

Spółki Grupy Agora w odniesieniu do 100% wytwarzanych przez siebie odpadów zawarły umowy zobowiązujące odbiorców do poddania tych odpadów odzyskowi lub unieszkodliwieniu. Każda ze spółek w Grupie Agora prowadzi program gospodarki odpadami i zgodnie z wymogami prawnymi i sprawozdawczymi przekazuje informacje na ten temat do odpowiednich urzędów.

We wszystkich spółkach i drukarni Grupy Agora odpady komunalne są segregowane i podlegają selektywnej zbiórce, zgodnie z lokalnym systemem gospodarowania odpadami komunalnymi. W związku z tym Spółka nie monitoruje wagi tych odpadów. Odpady niebezpieczne i inne niż niebezpieczne przekazywane są odpowiednim podmiotom zewnętrznym zajmującym się utylizacją.

GRUPA HELIOS

- W 2019 r. Helios S.A. oraz spółki gastronomiczne z grupy Helios zostały zarejestrowane w Bazie Danych Odpadowych.
- Foodio Concepts i Step Inside podpisały umowy z firmą zewnętrzną i w ten sposób wywiązują się z realizacji obowiązku odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych.
- Od 2020 r. sieć kin Helios również będzie realizowała powyższy obowiązek.
- W 2019 r. Helios S.A. wprowadził w sieci gastronomicznej wymianę jednorazowego asortymentu plastikowego na asortyment papierowy i drewniany, który podlega recyklingowi.

W budynku Agory przy ul. Czerskiej znajduje się stołówka, która generuje odpady spożywcze.

15,1% spadek wagi odpadów z produktów spożywczych przeterminowanych lub nieprzydatnych do spożycia

11,7% spadek wagi odpadów niebezpiecznych w budynku Agory S.A. przy Czerskiej 8/10

Tabela 34. Waga odpadów wytworzonych w budynkach administrowanych przez Agorę S.A.

[Mg]	2019	2018	r/r
Odpady urządzeń elektrycznych i elektronicznych	5,4	2,4	↑125,0%

Produkty spożywcze przeterminowane lub nieprzydatne do spożycia	20,3	23,9	↓15,1%
Waga odpadów niebezpiecznych	27,8	31,5	↓11,7%

Źródło: na podstawie umowy z odbiorcami odpadów.

Wzrost wartości odpadów z urządzeń elektrycznych i elektronicznych wynikał z wymiany sprzętu komputerowego.

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

CELE ŚRODOWISKOWE AMS W 2019 R.:

- **Ograniczanie zużycia energii elektrycznej w obecnych nośnikach AMS:**
 - zastosowanie energooszczędnych technologii LED, zastępowanie źródeł jarzeniowych źródłami LED – wzrost ich wykorzystania do 35%
- **Innowacyjne rozwiązania prośrodowiskowe, pozwalające na redukcję zużycia energii:**
 - przygotowanie i wdrożenie nowoczesnego projektu wiat pasywnych, zero-energetycznych, tzn. zużywających tyle energii, ile wytwarzają dzięki zastosowaniu instalacji oświetleniowych w oparciu o ogniwa fotowoltaiczne (solarne)
- **Nowoczesna, ekologiczna oferta dla klientów:**
 - przygotowanie i wdrożenie projektu ekologicznych mebli miejskich

40% wykorzystanie źródeł LED w podświetleniu nośników reklamowych

REALIZACJA CELÓW ŚRODOWISKOWYCH AMS W 2019 R.:

- Wykorzystanie źródeł LED przekroczyło już 40%. Trwała wymiana jarzeniowego podświetlenia nośników reklamowych na energooszczędne podświetlenia LED w 968 dwustronnych nośnikach typu Citylight i 101 nośnikach Backlight 18 m2. W rezultacie zastąpiono 5488 źródeł jarzeniowych o łącznej mocy ponad 300 kW źródłami LED. Wymieniono także 118 naświetlaczy metalo-halogenowych na nowoczesne modele o czterokrotnie mniejszej mocy wykonane w technologii LED. Wprowadzono kolejne słupy solarne.
- Przygotowanie projektu nowoczesnych wiat z podświetleniem opartym na energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych i promocja tych rozwiązań wśród władz polskich miast.
- Kontynuacja i rozwijanie projektu proekologicznego „zielone przystanki” oraz promocja tych rozwiązań wśród klientów AMS

OSIĄGNIĘTE EFEKTY ŚRODOWISKOWE W 2019 R.:

990 MWh zaoszczędzonej rocznie energii dzięki wymianie źródeł jarzeniowych na LED (przy wykorzystaniu przez 12 miesięcy każdego wymienionego źródła)

2,4 MWh zmniejszenie zużycia energii w 2019 r. dzięki 5 słupom solarnym

MONITORING ZUŻYCIA ENERGII NOŚNIKÓW AMS

AMS dążąc do poprawy jakości oświetlenia (podświetlenia) nośników, a tym samym minimalizowania oddziaływania na środowisko, prowadzi m.in. monitoring zużycia energii na nośnikach reklamowych.

Tabela 35. Zużycie energii w spółce AMS w 2019 r.

	2019	2018	r/r
Zużycie energii do oświetlenia nośników reklamowych i wiat [MWh/rok]*	8 719	10 380	↓16%
Liczba powierzchni reklamowych	22 176	24 357	↓9,62

Źródło: dane na podstawie faktur Dane dotyczą: nośników reklamowych i wiat podświetlonych z oświetlenia ulicznego i od koncernów energetycznych. *Dane w latach 2018-2019 skorygowane o inne źródła poboru prądu.

CELE ŚRODOWISKOWE AMS W 2020 R.:

- **Rozwój projektów pro-ekologicznych w duchu smart city w polskich miastach**

budowa zielonych przystanków i instalacja dachów rozchodnikowych na obecnych wiatach. Promocja rozwiązań smart i eko wśród władz miejskich i mieszkańców

- **Kontynuacja zamiany oświetlenia na energooszczędne**

zastosowanie energooszczędnych technologii LED, zastępowanie źródeł jarzeniowych źródłami LED w nośnikach AMS

- **Edukacja klientów w zakresie pro-ekologicznych rozwiązań oferowanych przez AMS**

DZIAŁALNOŚĆ KINOWA

Helios S.A. posiada Świadectwo Efektywności Energetycznej o wartości 190 tys. toe.

Wszystkie kina sieci Helios są wyposażone w dedykowany system Vems i Enabler, który obniża zużycie energii elektrycznej poprzez inteligentne sterowanie systemem HVAC. Zastosowanie systemu daje efekt ekologiczny rok do roku nie mniejszy niż:

- obniżenie zużycia energii końcowej o 2 000 MWh/rok
- redukcja emisji CO₂ o 1 800 Mg/rok

100,4 Mg gazów wprowadzonych do powietrza ze spalonego paliwa **48** samochodów we flocie Helios S.A.

251,3 Mg gazów HFC – z instalacji grzewczo-chłodniczych (dane dla 49 kin)

69 056 m³ pobór wody/zużycie ścieków w sieci kin Helios w 2019 r. (dane dla 49 kin)

25 395 MWh zużycie energii elektrycznej w sieci kin Helios w 2019 r. (dane dla 49 kin)

Tabela 36. Zużycie energii i pobór wody/zużycie ścieków w spółce Helios S.A.

	2019	2018	r/r
Zużycie energii elektrycznej [MWh]	23 302	22 150	↑5,2%
Pobór wody/zużycie ścieków [m ³]	60 365	57 449	↑5,1%
Frekwencja w kinach Helios (ujęcie kalendarzowe)	14,0 mln	12,7 mln	↑23%

Dane na podstawie faktur dotyczą 44 kin sieci Helios. Do wskaźnika nie zostały wliczone następujące obiekty otwarte w 2018 i 2019 r. tj.: Helios Forum Gdańsk, Helios Libero Katowice, Helios Blue City w Warszawie, Helios Pabianice, Helios Legionowo (ze względu na niemożliwość porównania danych w tym okresie).

W 2019 r. miały miejsce rewitalizacje kin i otwarcia sal Helios Dream w multipleksach w Łodzi, Poznaniu, Rzeszowie i Radomiu, co spowodowało zwiększenie zużycia energii i wody. Głównym czynnikiem wzrostu zużycia energii i poboru wody/zużycia ścieków jest frekwencja. Z kolei najistotniejszymi czynnikami wpływającymi na frekwencję w polskich kinach są repertuar, pogoda, zamożność polskiego społeczeństwa oraz odległość do kina. W 2019 r. liczba sprzedanych biletów według Boxoffice.pl sięgnęła 61,7 mln, co oznacza wzrost o 3,3% w porównaniu z 2018 r.

DZIAŁALNOŚĆ GASTRONOMICZNA

Sieć kin Helios prowadzi sprzedaż barową (popcorn, napoje, przekąski) oraz kawiarnie Helios Cafe. Dane dotyczące wpływu tej działalności są zestawione zbiorczo i opisane w części dotyczącej działalności kinowej.

W 2018 r. do grupy Helios dołączyła spółka Foodio Concepts, która prowadzi działalność na rynku gastronomicznym.

Celami sieci lokali Papa Diego w zakresie środowiska są:

- wyeliminowanie w 100% opakowań plastikowych dzięki wprowadzeniu biodegradowalnych opakowań,
- minimalizowanie zużycia energii, paliwa oraz wody.

Foodio Concepts otworzyło w 2019 r. kuchnię centralną w Warszawie, której jednym z efektów było zredukowanie zużycia energii elektrycznej, paliwa oraz wody. Uruchomienie centralnej produkcji przyczyniło się też do zredukowania produkcji odpadów biodegradowalnych.

Spółka **Foodio Concepts** wprowadziła w swoich restauracjach biodegradowalne opakowania na jedzenie oraz słomki. W celu promowania wartości ekologiczno-przyrodniczych rozpoczęła też akcję „zero waste” (tańsza lemoniada z własnym kubkiem).

WPŁYW ŚRODOWISKOWY W RESTAURACJACH SIECI FOODIO CONCEPT

Foodio Concept rozpoczęło działalność w 2018 r. Na koniec tego okresu funkcjonowały 3 restauracje tej firmy. 31 grudnia 2019 r. działało już **14 restauracji Foodio Concept**. Ze względu na to, że były one otwierane w ciągu roku, niemożliwe jest porównanie danych dotyczących wpływu środowiskowego za 2019 i 2018 r. Poniżej prezentowane są dane za 2019 r.

946 GJ zużycie energii cieplnej w lokalach Foodio Concept w 2019 r.

10 699 litrów zużycie paliw przez Foodio Concept w 2019 r.

13 600 m³ pobór wody i zużycie ścieków w restauracjach Foodio Concept w 2019 r.

1 289 MWh zużycie energii elektrycznej w restauracjach Foodio Concept w 2019 r.

Odpady organiczne w restauracjach Papa Diego odbierane są przez galerie handlowe, w których działają restauracje i do ich obowiązków należy raportowanie powyższych danych.

18 098 kg waga odpadów dotyczących opakowań w restauracjach Foodio Concept w 2019 r., w tym:

7 246 kg wielomateriałowe

5 474 kg papier

3 855 kg tworzywa sztuczne

1 100 kg szkło

421 kg drewno

1 690 kg łączna masa zużytego oleju we wszystkich restauracjach Foodio Concept w 2019 r.

ZIELONY PASIBUS

90% lokali Pasibusa wyeliminowało wodę w plastikowych butelkach

Pasibus to kultowy street food w wydaniu fast casual – jedzenie jest przyrządzane na bazie autorskich receptur z najwyższej jakości świeżych składników od lokalnych dostawców. W menu można znaleźć kilkanaście unikatowych burgerów, Pasi sałatki, zestawy dla dzieci (Pasi Kids), dodatki (m.in. frytki smażone bez oleju palmowego) oraz napoje (m.in. Pasi Lemoniada) i alkohole (m.in. własną markę piwa), ale też wegańskie burgery. Od początku istnienia marka stawia na ekologię i zielone rozwiązania.

Ze względu na to, że w ramach spółki Step Inside w 2019 r. pod marką Pasibusa działało 7 lokali, nie jest możliwe przedstawienie i porównanie danych dotyczących wpływu środowiskowego za 2019 i 2018 r.

Pasibus wprowadza rozwiązania, które nie tylko przynoszą oszczędności, ale również zmniejszają negatywny wpływ na środowisko. W 2019 r. sieć burgerowni rozpoczęła eliminację butelek plastikowych ze swoich lokali. W 90% lokali woda wykorzystywana do przygotowywania napojów – Pasi Lemoniady i Pasi Ice-tea, ale też dostępna dla pracowników, jest to kranówka uzdatniana dzięki filtrom Brita. Oszczędności wprowadzono również dzięki zniwelowaniu zużycia papierowych ręczników w kuchni. Zastąpiono je suszarkami elektrycznymi oraz ścierkami wielokrotnego użytku. Dużym wyzwaniem w działaniach środowiskowych są opakowania. W 2019 r. Pasibus wprowadził proekologiczne produkty, m.in. opakowania na sałatki, ale też papierowe (nadające się na makulaturę) pojemniki na burgery oraz sztuczne z kompostowalnego tworzywa PLA Compostable i papierowe słomki. Słomki są podawane wyłącznie na życzenie klienta. Od 2018 r. wszystkie torby do pakowania jedzenia na wynos są w pełni papierowe.

Zużycie plastikowych butelek zmniejszyło się o prawie 85% we wszystkich lokalizacjach sieci Pasibus. Butelki z wodą używane są wciąż w foodtruckach ze względu na brak dostępu do bieżącej wody.

Estymowana oszczędność w zużyciu ręczników papierowych wynosi ok. 3-6 tys. zł na jeden lokal.

Wyzwaniem w kolejnych latach będzie wprowadzenie filtrów na wodę we wszystkich lokalach Pasibusa oraz kolejnych działań na rzecz środowiska – szczególnie edukacji skierowanej do klientów.

DZIAŁALNOŚĆ POLIGRAFICZNA

Agora S.A. opracowała specjalny dokument („Polityka systemu zarządzania jakością”) i stosuje zasady określające podejście do zarządzania ich wpływem na środowisko naturalne. Drukarnia Agory S.A. znajduje się w Warszawie i wyposażona jest w maszyny zwojowe do drukowania gazet, czasopism i ulotek.

POLITYKA SYSTEMU ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ W DRUKARNI

Główne założenia polityki z 24 lipca 2018 r. w zakresie środowiska dotyczą:

- spełnienia wymagań przepisów prawnych dotyczących środowiska naturalnego,
- kreowania bezpiecznych oraz pro-środowiskowych postaw i zachowań pracowników poprzez ich współudział i zaangażowanie w działania na rzecz środowiska naturalnego,
- zmniejszenia zużycia: naturalnych zasobów Ziemi poprzez kontrolowanie racjonalnego zużycia wody, energii elektrycznej i ciepłej, a także kontrolowanie strat technologicznych,
- zapobiegania zanieczyszczeniom oraz redukcji odpadów i ich segregacji.

„Polityka systemu zarządzania jakością” została wprowadzona 24 lipca 2018 r. jako rewizja dokumentu obowiązującego w Grupie Agora od 2009 r.

CELE ŚRODOWISKOWE DRUKARNI W 2019 R.:

- efektywna gospodarka materiałowa zmierzająca do zmniejszenia zużycia energii oraz racjonalnego zużycia wody,
- utrzymanie zużycia energii oraz wody elektrycznej na planowanym poziomie.

REALIZACJA CELÓW ŚRODOWISKOWYCH SEGMENTU DRUK W 2019 R.:

- Proces przygotowania „bezprocesowych” form drukowych drugiej generacji stanowi 19% całej produkcji – pozwala to na efektywniejszą gospodarkę materiałową w drukarni Agory.

OSIĄGNIĘTE EFEKTY ŚRODOWISKOWE W 2019 R.:

- W związku z przeniesieniem produkcji w połowie 2019 r. z dwóch drukarni (z Piły i z Tychów) do Warszawy niemożliwe jest porównanie osiągniętych efektów środowiskowych w 2019 r. i do 2018 r.
- Właściwe wnioski dotyczące efektów środowiskowych będzie można wyciągać w 2021 r. – w stosunku do 2020 r. Drukarnie w Pile i Tychach zakończyły swoją działalność w lipcu 2019 r.

CELE ŚRODOWISKOWE DRUKARNI W 2020 R.:

- efektywna gospodarka materiałowa zmierzająca do zmniejszenia zużycia energii oraz racjonalnego zużycia wody,
- utrzymanie zużycia energii oraz wody elektrycznej na planowanym poziomie.

ZUŻYCIE ENERGII, POBÓR WODY, ZUŻYCIE MATERIAŁÓW I SUROWCÓW

W roku 2019 nie dokonano kluczowych inwestycji zmierzających do ograniczenia emisji CO₂.

Tabela 37. Zużycie energii elektrycznej i ciepłej, pobór wody

	2019	2018	r/r
Energia elektryczna [MWh]	7 144	6 963	↑2,6%
Zużycie gazu ziemnego* [m3/rok]	261 043	263 831	↓1,1%
Energia ciepła [GJ]	7037	8 298	↓15,2%
Pobór wody z sieci miejskiej oraz zużycie ścieków [m3]	5 813	4 516	↑28,7%

Źródło: dane pochodzą z faktur. Współczynnik przeliczenia na GJ 1MWh=3,6GJ.

Tabela 38. Zużycie materiałów i surowców oraz straty technologiczne papieru w procesie produkcji gazet, czasopismu

	2019	2018	r/r
Udział materiałów z recyklingu w procesie produkcji	51,9%	56,3%	↓4,4pkt%
Straty technologiczne papieru w procesie produkcji gazet i czasopism	1 604	1 626	↓1,4%

Dane własne. Straty papieru zostały wyliczone na podstawie ilości sprzedawanej makulatury. Wartość ta jest łatwo identyfikowana i weryfikowana w trakcie audytu na podstawie dokumentów. Źródło: Karty przekazania odpadów. Dane pochodzą z faktur.

51,9% średni udział materiałów z recyklingu użytych do produkcji w segmencie Druk w 2019 r.

4,4 pkt% spadek udziału materiałów z recyklingu użytych do produkcji w 2019 r.

W 2019 r. drukarni Agory udało się zmniejszyć straty technologiczne o 22 Mg papieru, dzięki temu spadek makulatury wytworzonej w procesie produkcji spadł o 1,4 %. Dane te dotyczą drukarni w Warszawie.

1,4 pkt% spadek wagi makulatury (odpadów) wytworzonej w procesie produkcji w 2019 r.

WYZWANIE:

Kluczowy dostawca papieru do drukarni podjął decyzję o zaprzestaniu produkcji papieru gazetowego (w 100% z recyklingu) w 2020 r. Decyzja ta będzie miała znaczący wpływ na udział materiałów z recyklingu w 2020 r.

TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY

Agora dba o transparentność rozumianą jako przejrzystość, jawność i równy dostęp do informacji. Te zasady stosowane są w relacjach ze wszystkimi interesariuszami, w odniesieniu do ich potrzeb, przez dostarczanie niezbędnych danych o firmie.



PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA

Transparentność i przejrzystość to naczelne zasady naszej komunikacji. Jako spółka giełdowa Agora S.A. zobowiązana jest do przestrzegania licznych regulacji w zakresie przekazywania informacji o firmie i jej działalności. Celem jej działania jest zapewnienie wszystkim interesariuszom równego dostępu do informacji poprzez rozwijanie różne nowoczesne narzędzia komunikacji.

Spółka z należytą starannością dba o poufność informacji i ich właściwy obieg wewnątrz organizacji, dlatego zasady ładu korporacyjnego oraz raportowania wypełnia zgodnie z wymogami regulatora.

Agora S.A. jest spółką akcyjną notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w indeksach: WIG, sWIG80, WIG-MEDIA oraz RESPECT Index (od 18.12.2017 r. do 31.12.2019 r.) na rynku podstawowym, w systemie ciągłym w sektorze Media. Pierwsze notowanie akcji spółki miało miejsce 20 kwietnia 1999 r.

Jako spółka publiczna przestrzegamy wszystkich zasad i regulacji związanych z obowiązkiem informacyjnym.

20 LAT NA RYNKU KAPITAŁOWYM

W ciągu 20 lat obecności na rynku kapitałowym Agora S.A. zdobyła wiele nagród i wyróżnień – zarówno na polskim rynku, jak i na arenie międzynarodowej.

20.04.1999 debiut Agory na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie	
1999	Światowe Forum Ekonomiczne (World Economic Forum) przyznaje Agorze tytuł Lidera Rynków Wschodzących (Emerging Market Leader)
2000	Agora znalazła się w gronie ośmiu firm na świecie, które otrzymały od International Shareholder Services nagrodę 2000 roku za doskonałe zarządzanie spółką publiczną magazyn „Forbes” umieścił Agorę w pierwszej dwudziestce spośród 300 najlepszych małych firm na świecie w rankingu „Financial Times”, który został opracowany na podstawie wartości rynkowej firm, Agora znalazła się na liście 20 największych firm Europy Wschodniej XI Forum Ekonomiczne w Krynicy uznało Agorę za Firmę Roku 2000 w regionie Europy Środkowej i Wschodniej The Wall Street Journal Europe umieścił prezes Agory Wandę Rapaczyńską na 11. miejscu na liście 30 najbardziej wpływowych kobiet biznesu w Europie
2001	tygodnik „BusinessWeek” umieścił prezes Agory Wandę Rapaczyńską na liście 50 Stars of Europe Agora znalazła się w gronie 20 przedsiębiorstw, które mają największą dynamikę wzrostu zysku netto w latach 1998-2000 w rankingu przygotowanym dla „BusinessWeek/Polska” przez IBnGR
2002	w konkursie Central & Eastern Europe Awards 2002 zorganizowanym przez Investor Relations Magazine Agora została wyróżniona w dwóch kategoriach: „najlepsza strona korporacyjna relacji inwestorskich w regionie Europy Środkowo-Wschodniej” oraz „najlepsze relacje inwestorskie w Polsce” w sondażu przeprowadzonym przez Instytut Pentor na zlecenie redakcji dziennika „Puls Biznesu” werdyktem 150

	specjalistów – analityków giełdowych, doradców inwestycyjnych i maklerów – Agora zajęła pierwsze miejsce w kategorii „relacje inwestorskie” wśród 202 polskich spółek giełdowych
2003	nagroda „IR Magazine” za najlepsze relacje inwestorskie w Polsce nagroda WarsawScan 2003 za najlepsze relacje inwestorskie wśród polskich spółek giełdowych
2004	nagroda „IR Magazine” za najlepsze relacje inwestorskie w Polsce oraz w kategorii najlepszego menedżera ds. relacji z inwestorami w Europie Środkowo-Wschodniej Agora Spółką Godną Zaufania według Polskiego Instytutu Dyrektorów Agora Spółką o Najwyższych Standardach Ładu Korporacyjnego – nagroda Byka i Niedźwiedzia, według „Gazety Giełdy Parkiet”
2005	Agora Spółką Godną Zaufania według Polskiego Instytutu Dyrektorów spółka otrzymała najwyższą notę A w rankingu ładu korporacyjnego realizowanym przez Polskie Forum Corporate Governance (PFCG) we współpracy z „Rzeczpospolitą” nagroda WarsawScan 2005 za najlepsze relacje inwestorskie wśród polskich spółek giełdowych Agora znalazła się w czołówce najlepszych spółek giełdowych w rankingu opublikowanym w „Pulsie Biznesu” przeprowadzonym przez Instytut PENTOR. po raz kolejny Spółka została nagrodzona za najlepsze relacje inwestorskie w Polsce w konkursie „IR Magazine” w kategorii „IR Magazine Continental Europe Awards” Agora jako pierwsza w Polsce firma spoza sektora finansowego została wyróżniona Certyfikatem ACCA (Association of Chartered Certified Accountants). Akredytacja ACCA to jedno z najbardziej prestiżowych wyróżnień przyznawanych pracodawcy, potwierdzające jakość oferowanych przez firmę programów rozwoju i doskonalenia zawodowego pracowników. W Polsce certyfikat ACCA posiadało w 2005 r. pięć firm
2006	Agora Spółką Godną Zaufania według Polskiego Instytutu Dyrektorów
2007	nagroda Byka i Niedźwiedzia „Gazety Giełdy Parkiet” za najwyższą stopę zwrotu wśród spółek giełdowych z indeksu WIG20 w 2007 r.
2008	raport Agory za IV kwartał 2008 r. w czołówce najlepszych raportów kwartalnych spółek indeksu WIG20 w rankingu „Gazety Giełdy Parkiet”. W kategorii raportów uzupełnionych o dodatkowe prezentacje i wyjaśnienia zarządu Agora zdobyła wysokie 3. miejsce. Raportowi kwartalnemu Agory analitycy przyznali rekordowe 9 pkt. (na 10 możliwych)
2010	pierwsze miejsce wśród najlepiej zarządzanych spółek z sektora Media i komunikacja w rankingu magazynu „Euromoney”
2011	Agora nagrodzona w rankingu „Najlepiej zarządzane spółki Centralnej i Wschodniej Europy” 2011 wg magazynu „Euromoney” (spółka o najbardziej spójnej strategii – pierwsze miejsce wśród spółek z sektora Media i komunikacja, spółka o jednych z najwyższych standardów ładu korporacyjnego – drugie miejsce w rankingu, spółka z jedną z najbardziej przejrzystych sprawozdawczości finansowych – czwarte miejsce w rankingu)
2013	Agora została uznana za najlepszą firmę w Polsce pod względem przestrzegania zasad ładu korporacyjnego i znalazła się w globalnym raporcie „Corporate Governance Report”
2016	Redakcja „Magazynu Polish Market” oraz Zakład Wspomagania i Analizy Decyzji Szkoły Głównej Handlowej przyznały Agorze S.A. wyróżnienie w Rankingu Polskich Przedsiębiorstw – Perła Polskiej Gospodarki w kategorii Perły Wielkie za konsekwentną realizację polityki i strategii przedsiębiorstwa oraz pozycję lidera wśród najbardziej dynamicznych i najbardziej efektywnych przedsiębiorstw w Polsce
2017	Agora S.A. debiutuje w składzie indeksu spółek odpowiedzialnych RESPECT Index na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie
2018	Agora z nagrodami „Najlepszy serwis IR” oraz „Lider komunikacji online” w Konkursie Złota Strona Emitenta organizowanym przez Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych Agora po raz drugi w gronie odpowiedzialnych spółek RESPECT Index na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie
2019	Ranking „Rzeczpospolitej” „30 firm na 30 lat polskiej przedsiębiorczości” i wyróżnienie za 30 lat działalności dla grupy kapitałowej Agora Agora S.A. znalazła się w gronie laureatów tytułu „Transparentna spółka roku 2018”. To trzecia edycja rankingu organizowanego przez redakcję „Parkietu” oraz Instytut Rachunkowości i Podatków, pod honorowym patronatem Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie

ŁAD KORPORACYJNY

Ład korporacyjny (*corporate governance*) dotyczy Agory S.A. oraz spółek zależnych, w których Agora posiada większościowy udział. Jest on realizowany przez członków zarządu Agory S.A., dyrektorów segmentów biznesowych oraz członków organów (zarządu, rady nadzorczej, zgromadzenia wspólników) poszczególnych spółek z większościowym udziałem Agory, a także prawników grupy kapitałowej.

Agora jako spółka publiczna jest zobowiązana do informowania rynku o wszelkich zdarzeniach dotyczących Agory lub spółek z jej grupy kapitałowej, które mogą mieć wpływ na decyzje inwestycyjne obecnych i potencjalnych akcjonariuszy.

ZASADY OBOWIĄZUJĄCE W GRUPIE AGORA

W ramach wewnętrznych regulacji powstały: „Zasady postępowania z informacjami stanowiącymi tajemnicę służbową” oraz „Procedura obiegu informacji o szczególnym znaczeniu w Agorze S.A.”, dokument wskazujący na terminy publikacji raportów okresowych Agora S.A., a także „Regulamin dokonywania transakcji giełdowych przez osoby, które z racji zajmowanego stanowiska posiadają dostęp do informacji poufnych” i „Zasady dotyczące przekazywania informacji KNF i Agorze”.

W ramach dbania o równy dostęp do informacji określono w nich, że wszelkie dane, które można zakwalifikować do poniższych kategorii: informacja poufna, informacja stanowiąca tajemnicę służbową, informacja mająca szczególne znaczenie, informacja związana z wynikami finansowymi i wynikami poszczególnych przedsięwzięć, informacja związana ze strategią działań, zmianami organizacyjnymi, planami motywacyjnymi i sprawami kadrowymi, nowymi produktami lub usługami, innymi sprawami korporacyjnymi, podlegają ochronie i mogą zostać upublicznione wyłącznie w specjalnym trybie, który określa „Procedura obiegu informacji o szczególnym znaczeniu w Agorze S.A.”.

W odniesieniu do wszystkich członków zespołu Grupy Agora wykluczamy konflikt interesów oraz wszelkie działania, które mogłyby naruszyć klauzulę konkurencyjności.

Naszą naczelną zasadą jest przejrzystość w relacjach z rynkiem, a także w komunikacji z akcjonariuszami i inwestorami oraz zapewnienie wszystkim niedyskryminującego dostępu do informacji w przystępnej formie.

Z należytą starannością, terminowo i zgodnie z międzynarodowymi standardami raportowania spółka przygotowuje raporty bieżące oraz okresowe, raporty finansowe, sprawozdania zarządu z działalności oraz raporty dotyczące informacji niefinansowych a także rozwija i usprawnia narzędzia komunikacji z interesariuszami.

ZASADY KOMUNIKACJI ZEWNĘTRZNEJ

Agora konsekwentnie dba o spójność komunikacji oraz równy dostęp do informacji na temat spółki giełdowej, dlatego do kontaktów z mediami i komunikacji zewnętrznej (PR) w pierwszej kolejności wyznaczone są specjalne osoby, w tym dział komunikacji korporacyjnej. Pracownicy i współpracownicy firmy informowani są o tym, że nie powinni przekazywać mediom informacji związanych z firmą, komentować biznesowych działań spółki, również w ramach prywatnych relacji.

Politykę informacyjną firmy kształtują m.in. „Ogólne zasady kontaktów z mediami dla pracowników i współpracowników Grupy Agora”.

WŁADZE SPÓŁKI

Władze spółki Agora S.A. składają się z zarządu, rady nadzorczej i walnego zgromadzenia akcjonariuszy. Kwestie działania władz spółki reguluje Statut spółki Agora S.A., który jest dostępny na stronie www.agora.pl.

WALNE ZGROMADZENIE AKCJONARIUSZY:

- Wybiera członków RN. Udziela absolutorium członkom RN z wykonanych przez nich obowiązków.
- Dokonuje wyboru członków zarządu. Udziela absolutorium zarządowi.

RADA NADZORCZA:

- Poddana co roku ocenie WZA. Upoważniona do zwołania WZA.
- Nadzoruje działalność zarządu.

ZARZĄD:

- Poddany co roku ocenie. Upoważniony do zwołania WZA.
- Przedstawia RN co kwartał szczegółowy raport na temat sytuacji spółki i Grupy.

SCHEMAT ORGANIZACJI



ZARZĄD

Zarząd Agory S.A. może liczyć od trzech do sześciu osób. Prace prowadzi zgodnie ze statutem spółki oraz z przyjętym przez siebie regulaminem. Jego posiedzenia odbywają się raz w tygodniu.

Zarząd prowadzi sprawy spółki kolegalnie, natomiast jego członkowie osobiście zarządzają poszczególnymi obszarami działalności operacyjnej Grupy. W 2019 r. w zarządzie zasiadło 5 osób.

SKŁAD ZARZĄDU AGORY S.A. W 2019 R.

- Bartosz Hojka – prezes zarządu
- Tomasz Jagiełło – członek zarządu
- Agnieszka Sadowska – członkini zarządu
- Anna Kryńska-Godlewska – członkini zarządu
- Grzegorz Kania – członek zarządu

Skład zarządu nie zmienił się do dnia publikacji raportu, tj. do 13.03.2020 r.

REGULAMIN ORGANIZACJI I PRACY ZARZĄDU

Pracę zarządu opisuje „Regulamin organizacji i pracy zarządu”, który określa zasady oraz tryb działania zarządu Agory S.A.

RADA NADZORCZA

Rada nadzorcza składa się z nie mniej niż pięciu i nie więcej niż sześciu członków. Zasady jej działania są szczegółowo uregulowane w statucie spółki.

SKŁAD RADY NADZORCZEJ AGORY S.A. DO 12 CZERWCA 2019 R.:

- Andrzej Szlęzak – przewodniczący rady nadzorczej
- Wanda Rapaczynski – członkini rady nadzorczej
- Dariusz Formela – członek rady nadzorczej

- Tomasz Sielicki – członek rady nadzorczej
- Andrzej Dobosz – członek rady nadzorczej
- Maciej Wiśniewski – członek rady nadzorczej

SKŁAD RADY NADZORCZEJ AGORY S.A. OD 12 CZERWCA 2019 R.:

- Andrzej Szlęzak – przewodniczący Rady Nadzorczej,
- Tomasz Karusewicz – członek Rady Nadzorczej,
- Dariusz Formela – członek Rady Nadzorczej,
- Wanda Rapaczynski – członek Rady Nadzorczej,
- Tomasz Sielicki – członek Rady Nadzorczej,
- Maciej Wiśniewski – członek Rady Nadzorczej.

Skład rady nadzorczej nie zmienił się do dnia publikacji raportu, tj. do 13.03.2020 r.

RADA NADZORCZA

Rada Nadzorcza Spółki działa w oparciu o przepisy kodeksu spółek handlowych oraz Statutu. Zgodnie z §18 ust. 1 Statutu, Rada Nadzorcza Spółki składa się z nie mniej niż sześciu i nie więcej niż dziesięciu członków powoływanych przez Walne Zgromadzenie z uwzględnieniem pozostałych postanowień Statutu. Liczbę członków Rady Nadzorczej ustala Walne Zgromadzenie. Przewodniczącego Rady Nadzorczej powołuje Walne Zgromadzenie. Członkowie Rady Nadzorczej mogą wybrać spośród siebie zastępcę przewodniczącego lub osoby pełniące inne funkcje (§18 ust. 2 Statutu).

Członkowie Rady Nadzorczej powoływani są na wspólną trzyletnią kadencję. W związku z powyższym, kadencja Rady Nadzorczej wygasa z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia Spółki zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2018 r. tj. w dniu 20 czerwca 2019 r. Jednocześnie w tym samym dniu Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki powołało skład obecnej Rady Nadzorczej, której kadencja wygaśnie z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia Spółki zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2021 r.

Zgodnie z §20 ust. 4 Statutu, co najmniej dwóch członków Rady Nadzorczej to członkowie niezależni. Obecnie w Radzie Nadzorczej Spółki wszyscy jej członkowie spełniają kryterium niezależności wynikające ze Statutu Spółki. Dwóch członków Rady Nadzorczej spełnia również wymogi niezależności określone w Dobrych Praktykach. Do szczególnych kompetencji Rady Nadzorczej Agory należy m. in. ocena sprawozdania Zarządu z działalności Spółki oraz sprawozdania finansowego Spółki, ocena wniosków Zarządu dotyczących podziału zysku lub pokrycia straty, ustalanie, w porozumieniu z Prezesem Zarządu, wynagrodzenia członków Zarządu, wybór biegłego rewidenta i wyrażanie zgody na warunki istotnych transakcji Spółki z podmiotami powiązаныmi oraz inne kwestie przewidziane przez przepisy prawa i postanowienia Statutu. Zgodnie z §23 ust. 8 Statutu, posiedzenia Rady Nadzorczej zwoływane są przynajmniej raz na kwartał. Przewodniczący zwołuje także posiedzenia Rady Nadzorczej na żądanie Zarządu Spółki, wyrażone w formie uchwały, lub na żądanie każdego członka Rady Nadzorczej. Posiedzenia Rady Nadzorczej mogą być prowadzone przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość, w sposób umożliwiający porozumienie się wszystkich uczestniczących w nim członków. Za miejsce posiedzenia przeprowadzonego przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość uznaje się miejsce pobytu prowadzącego posiedzenie.

Zgodnie z §23 ust. 5 Statutu, uchwały Rady Nadzorczej zapadają bezwzględną większością głosów przy obecności co najmniej ponad połowy członków Rady Nadzorczej, z zastrzeżeniem odmiennych postanowień Statutu przewidujących inną większość i kworum.

KOMITET I KOMISJA DZIAŁAJĄCE W RAMACH RADY NADZORCZEJ

W ramach Rady Nadzorczej działają: Komitet Audytu oraz Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń, powołane na podstawie statutu Spółki, które pełnią funkcje doradcze dla Rady Nadzorczej. Na dzień przedstawienia niniejszego raportu (tj. 13 marca 2020 r.) skład komitetu i komisji kształtuje się w następujący sposób:

KOMITET AUDYTU:

- Dariusz Formela – przewodniczący Komitetu Audytu, niezależny członek Rady Nadzorczej posiadający wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości pozyskane w toku dotychczasowej aktywności zawodowej,
- Tomasz Sielicki, członek Rady Nadzorczej z wiedzą na temat branży, w której działa Spółka,
- Maciej Wiśniewski, niezależny członek Rady Nadzorczej, posiadający wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości, pozyskane w ramach wykształcenia kierunkowego w zakresie Finansów i Bankowości w Szkole Głównej Handlowej oraz Finansów w London Business School oraz w toku dotychczasowej aktywności zawodowej.

Kompetencje i tryb działania Komitetu Audytu zostały określone w „Regulaminie Komitetu Audytu”, dostępnym na stronie www.agora.pl. Do kompetencji Komitetu Audytu należy sprawowanie czynności nadzorczych w zakresie monitorowania sprawozdawczości finansowej spółki i Grupy Agora oraz czynności rewizji finansowej, sprawowanie czynności nadzorczych w zakresie monitorowania systemów kontroli wewnętrznej, audytu wewnętrznego oraz zarządzania ryzykiem oraz sprawowanie czynności nadzorczych w zakresie monitorowania niezależności audytorów zewnętrznych. Komitet Audytu w celu realizacji przyznaných kompetencji może żądać przedłożenia przez spółkę określonej informacji z zakresu księgowości, finansów, audytu wewnętrznego i zarządzania ryzykiem, niezbędnych do wykonywania czynności Komitetu Audytu oraz badać dokumenty Agory.

Komitet Audytu odbywa posiedzenia, w miarę potrzeb, co najmniej cztery razy w roku. W 2019 r. Komitet Audytu obradował w ramach dziesięciu posiedzeń. Posiedzenia Komitetu Audytu są zwoływane przez jego przewodniczącego z własnej inicjatywy lub na wniosek członka Komitetu Audytu, a także na wniosek Zarządu, wewnętrznego lub zewnętrznego audytora. Posiedzenia Komitetu Audytu mogą zostać zwołane także przez przewodniczącego Rady Nadzorczej.

Komitet Audytu przedkłada Radzie Nadzorczej swoje wnioski, stanowiska i rekomendacje w terminie umożliwiającym podjęcie przez Radę Nadzorczą odpowiednich działań, jak również roczne i półroczne sprawozdania ze swojej działalności w danym roku obrotowym oraz ocenę sytuacji spółki w obszarach będących w zakresie jego kompetencji.

KOMISJA DS. OSOBOWYCH I WYNAGRODZEŃ:

- Maciej Wiśniewski - przewodniczący Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń,
- Dariusz Formeła,
- Tomasz Karusewicz,
- Andrzej Szlęzak.

Zgodnie z „Regulaminem Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń” (dostępnym na stronie www.agora.pl) do jej zadań należy okresowa ocena zasad wynagradzania członków zarządu i przekazywanie Radzie Nadzorczej odpowiednich rekomendacji w tym zakresie, sporządzanie rekomendacji odnośnie wysokości wynagrodzeń oraz przyznawanie dodatkowych świadczeń dla poszczególnych członków zarządu w celu ich rozpatrzenia przez Radę Nadzorczą. Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń, przekazując Radzie Nadzorczej powyższe rekomendacje, powinna określać wszystkie formy wynagrodzenia, w szczególności wynagrodzenie stałe, system wynagradzania za wyniki oraz odprawy. Dodatkowo do kompetencji Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń należy doradzanie Radzie Nadzorczej w zakresie kryteriów wyboru i procedur powoływania członków Zarządu w przypadkach przewidzianych w Statucie Spółki, doradzanie Radzie Nadzorczej w zakresie procedur umożliwiających zapewnienie właściwej sukcesji członków Zarządu w przypadkach przewidzianych w Statucie Spółki. Posiedzenia Komisji ds. Osobowych i wynagrodzeń odbywają się tak często, jak jest to niezbędne dla jej prawidłowego funkcjonowania: co najmniej raz w roku. Posiedzenia Komisji są zwoływane przez jej Przewodniczącego z własnej inicjatywy lub na wniosek członka Komisji, członka Rady Nadzorczej lub prezesa zarządu spółki. Posiedzenia Komisji mogą zostać zwołane także przez przewodniczącego Rady Nadzorczej. Komisja przedkłada Radzie Nadzorczej swoje wnioski, stanowiska i rekomendacje w terminie umożliwiającym podjęcie przez Radę Nadzorczą odpowiednich działań oraz coroczne sprawozdanie ze swojej działalności w danym roku obrotowym oraz ocenę sytuacji Spółki w obszarach będących w zakresie jej kompetencji. W 2019 r. odbyło się 5 posiedzeń Komitetu.

STRUKTURA PŁCI W ORGANACH NADZORUJĄCYCH I ZARZĄDZAJĄCYCH W AGORA S.A.

W zakresie rekomendacji dotyczącej wszechstronności i różnorodności zrównoważonego udziału kobiet i mężczyzn we władzach spółek, Zarząd Spółki zwraca uwagę, że nie ma wpływu na skład głównych organów Spółki. Niemniej jednak Zarząd Spółki w przypadku zmian w składzie kluczowych organów Spółki stara się przedstawić podmiotom uprawnionym do wskazywania kandydatów do tych organów wymogi jakie powinni oni spełniać zgodnie z Dobrymi Praktykami i innymi regulacjami prawnymi. Kandydatów na członków Rady Nadzorczej mają prawo zgłaszać akcjonariusze posiadający uprzywilejowane akcje serii A lub akcjonariusze, którzy na ostatnim walnym zgromadzeniu, przed zgłoszeniem kandydatur, udokumentowali prawo do nie mniej niż 5% głosów i posiadają w chwili zgłoszenia kandydatur nie mniej niż 5% kapitału zakładowego Spółki (§ 21 ust. 1 lit. a Statutu). Zgodnie z § 30 Statutu Agory S.A. kandydatów na członków Zarządu mają prawo zgłaszać wyłącznie akcjonariusze posiadający uprzywilejowane akcje serii A, a po ustaniu przywilejów w stosunku do wszystkich tych akcji, Rada Nadzorcza. W przypadku, gdy osoby uprawnione do określenia liczby członków Zarządu i zgłoszenia kandydatów na członków Zarządu nie skorzystają z jednego albo obydwu z tych uprawnień, wówczas uprawnienie, z którego nie skorzystano, przysługiwać będzie odpowiednio: dla określenia liczby członków Zarządu - Walnemu Zgromadzeniu, a w przypadku zgłaszania kandydatów - każdemu akcjonariuszowi w trakcie Walnego Zgromadzenia.

Jednocześnie, Zarząd Spółki pragnie podkreślić, że zgodnie z przyjętą w grudniu 2015 r. polityką różnorodności w Grupie Agora, przy wyborze kandydatów na wszystkie stanowiska, które leżą w kompetencji Zarządu, w Spółce

decydujące znaczenie odgrywają takie kryteria jak wiedza, doświadczenie i umiejętności niezbędne do piastowania danej funkcji. Stosowanie tych zasad w odniesieniu do wszystkich pracowników Spółki i Grupy zapewnia zdrowe funkcjonowanie organizacji i podejmowanie nowych wyzwań biznesowych.

Różnorodność i otwartość to wartości będące integralną częścią zarówno działań biznesowych Spółki, jak i jej polityki zatrudniania. U podłoża polityki różnorodności realizowanej w Agora S.A. znajduje się Karta Agory, która powstała wraz z „Gazetą Wyborczą” i Spółką.

Agora S.A. jako pracodawca kieruje się zasadami równego traktowania oraz przeciwdziałania wszelkim formom dyskryminacji, wierząc, że przynosi to realne korzyści i wspiera rozwój oraz innowacyjność Agory S.A. Jednym z celów polityki różnorodności realizowanej w Agorze S.A. jest podkreślenie otwartości organizacji na różnorodność, która zwiększa efektywność pracy, buduje zaufanie oraz przeciwdziała dyskryminacji. Praktyka różnorodności ma na celu również w pełni wykorzystać potencjał pracowników, ich różnorodnych umiejętności, doświadczeń i talentów w atmosferze szacunku, wsparcia i pracy zespołowej.

Agora jako pracodawca tworzy atmosferę pracy, w której pracownicy czują się szanowani i mają poczucie, że mogą w pełni realizować swój potencjał zawodowy. Agora tworzy kulturę dialogu, otwartości, tolerancji i pracy zespołowej.

W 2016 r. w Agorze S.A. została wprowadzona polityka różnorodności, która dotyczy wszystkich pracowników. Jej celem jest konsekwentne tworzenie miejsca pracy wolnego od dyskryminacji bez względu na przyczyny, a jednocześnie zatrudniającego najlepszych specjalistów, którzy współtworzą sukces spółki. Agora S.A. jest pracodawcą, który dba o rozwój zespołu poprzez szkolenia wewnętrzne i zewnętrzne. Polityka różnorodności Agory S.A. opiera się na przełamywaniu takich barier, jak wiek, płeć czy stan zdrowia i przyświeca jej zasada, że potencjał zawodowy pracowników wynika z ich kompetencji. Spółka chce w ten sposób jak najlepiej wspierać realizację swojej strategii, a odbiorcom swoich produktów i usług oferować je na najwyższym poziomie.

Tabela 39. Struktura płci w organach nadzorujących i zarządzających w Agora S.A.

Stan na koniec roku	Zarząd		Rada Nadzorcza	
	2019	2018	2019	2018
Mężczyźni	3	3	5	5
Kobiety	2	2	1	1

WALNE ZGROMADZENIE

Walne zgromadzenie Agory ma kompetencje przewidziane przez Kodeks spółek handlowych dla walnych zgromadzeń spółek akcyjnych, m.in. zatwierdza sprawozdanie finansowe, decyduje o podziale zysku lub pokryciu straty, decyduje o udzieleniu absolutorium pozostałym członkom władz spółki.

Zasady funkcjonowania walnego zgromadzenia akcjonariuszy są opisane w szczegółowo w §§ 13 - 17 Statutu Agory i „Regulaminie Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy” (dostępnym na stronie www.agora.pl). O terminach zwołania walnego zgromadzenia akcjonariuszy Agora informuje zgodnie z przepisami prawa, tj. poprzez komunikat bieżący.

AKCJONARIAT

Zgodnie z formalnymi zawiadomieniami otrzymanymi od akcjonariuszy, w szczególności na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych, na dzień przekazania niniejszego raportu rocznego następujący akcjonariusze mogą wykonywać ponad 5,0% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki:

Tabela 40. Struktura właścicielska

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym*	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ*
Agora-Holding Sp. z o.o	5 401 852	11,60%	22 528 252	35,36%
Akcje A (uprzywilejowane)	4 281 600	9,19%	21 408 000	33,60%
Powszechne Towarzystwo Emerytalne PZU S.A. (OFE PZU Złota Jesień oraz DFE PZU) (1)	7 594 611	16,30%	7 594 611	11,92%
w tym OFE PZU Złota Jesień	7 585 661	16,28%	7 585 661	11,91%
Media Development Investment Fund, Inc. (2)	5 350 000	11,49%	5 350 000	8,40%
Nationale-Nederlanden Powszechne	4 493 055	9,65%	4 493 055	7,05%

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym*	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ*
Towarzystwo Emerytalne S.A. (3)				
Free float	23 741 313	50,97%	23 741 313	37,27%
Kapitał zakładowy	46 580 831	100%	63 707 231	100%

(1) liczba akcji wg zawiadomienia akcjonariusza - stan na 27 grudnia 2012 r.

(2) zgodnie z formalnym zawiadomieniem otrzymanym 6 czerwca 2016 r.

(3) zgodnie z formalnym zawiadomieniem otrzymanym 9 czerwca 2016 r.

Stan na 15 grudnia 2017 r.

* wartość wyniku z przeliczenia udziałów przez Spółkę po zarejestrowaniu obniżenia kapitału zakładowego 23 sierpnia 2018 r.

Zarząd Agory S.A. nie posiada informacji o umowach, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy.

TRANSPARENTNOŚĆ I RAPORTOWANIE

Agora docenia znaczenie zasad ładu korporacyjnego oraz ich rolę w umacnianiu transparentności spółek giełdowych w kontaktach z interesariuszami firmy. Dlatego też dokłada wszelkich starań, aby zasady te były stosowane w codziennym funkcjonowaniu spółki.

Agora dba o właściwą komunikację z inwestorami i akcjonariuszami oraz prowadzi przejrzystą politykę informacyjną. Stosuje również dobre praktyki spółek giełdowych - począwszy od wejścia w życie pierwszej edycji „Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW” w 2002.

RAPORT O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO

Agora S.A. przygotowuje „Raport i oświadczenie o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego przez Agorę S.A.” Znaleźć w nim można m.in. informacje dotyczące: wypełnienia przez Agorę dobrych praktyk spółek giełdowych, a także zasad systemu kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem oraz polityce wynagrodzeń dla kluczowych menedżerów, polityce różnorodności w spółce i polityce działań społeczno-sponsoringowych w Agorze.

Oświadczenie i raport o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego przez Agorę S.A. w 2019 r. znaleźć można na stronie www.agora.pl.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI RADY NADZORCZEJ

Rada Nadzorcza co roku przygotowuje również sprawozdanie ze swojej działalności w danym roku obrotowym. Rada przedstawi również sprawozdanie ze swojej działalności w 2019 r., które obejmie informacje na temat: składu Rady i jej Komitetów, spełnienia przez członków Rady kryteriów niezależności, liczby posiedzeń Rady i jej Komitetów w raportowanym okresie oraz dokonanej samooceny pracy Rady Nadzorczej. Rada Nadzorcza przedstawi również swoją ocenę sposobu wypełniania przez spółkę obowiązków informacyjnych dotyczących stosowania ładu korporacyjnego, określonych w regulaminie giełdy oraz przepisach dotyczących informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych, jak również ocenę racjonalności prowadzonej przez Spółkę polityki sponsoringowej, charytatywnej lub innej o zbliżonym charakterze albo informację o braku takiej polityki.

W przypadku powiązań członka Rady Nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym więcej niż 5% ogólnej liczby głosów, informuje on zarząd spółki oraz pozostałych członków Rady Nadzorczej o tym fakcie. Podobnie dzieje się w przypadku konfliktu interesów lub możliwości jego powstania.

DOBRE PRAKTYKI STOSOWANE PRZEZ ZARZĄDY SPÓŁEK GIEŁDOWYCH I CZŁONKÓW RAD NADZORCZYCH

Zarząd i Rada Nadzorcza Spółki w swoim działaniu kierują się interesem Spółki. W skład Zarządu i Rady Nadzorczej powoływane są osoby reprezentujące wysokie kwalifikacje i doświadczenie.

Pełnienie funkcji w Zarządzie Spółki stanowi główny obszar aktywności zawodowej członków Zarządu. Spółka publikuje na swojej stronie korporacyjnej podział odpowiedzialności za poszczególne obszary działalności spółki pomiędzy poszczególnych członków Zarządu. W ramach podziału obowiązków pomiędzy członkami zarządu w 2019 r. jeden z nich pełnił jednocześnie funkcję prezesa zarządu spółki zależnej Helios S.A., wchodzącej w skład segmentu biznesowego bezpośrednio przez niego nadzorowanego. To obecnie największe przedsięwzięcie w skali Grupy. W opinii Zarządu wspiera to skuteczną realizację planu rozwoju segmentu Film i Książka, jak i całego przedsiębiorstwa emitenta.

Rada Nadzorcza Spółki nie ma wpływu na dobór kandydatów do Zarządu Spółki. Prawo zgłaszania kandydatów na członków Zarządu należy do akcjonariuszy posiadających akcje serii A, natomiast wyboru członków Zarządu dokonuje Walne Zgromadzenie (z zastrzeżeniem możliwości kooptacji członków Zarządu zgodnie z postanowieniami Statutu).

Niemniej jednak, oceniając pracę poszczególnych członków Zarządu po zakończeniu każdego roku obrotowego, Rada Nadzorcza rozmawia z każdym z członków Zarządu o ich planach dotyczących dalszego pełnienia swojej funkcji tak, żeby dążyć zapewnić efektywne funkcjonowanie Zarządu.

Przedstawiciele Rady Nadzorczej Agory reprezentują różne obszary wiedzy i długoletnie doświadczenie zawodowe, co pozwala im patrzeć na zagadnienia związane z funkcjonowaniem Spółki i Grupy z szerszej perspektywy. Przedstawiciele Rady Nadzorczej są w stanie poświęcić niezbędną ilość czasu na wykonywanie swoich obowiązków. W przypadku rezygnacji lub niemożności sprawowania czynności przez członka Rady Nadzorczej, Spółka niezwłocznie podejmuje odpowiednie działania w celu uzupełnienia lub dokonania zmiany w składzie Rady Nadzorczej, z tym zastrzeżeniem, że członkowie Rady Nadzorczej są powoływani przez Walne Zgromadzenie. Dwóch członków Rady Nadzorczej Spółki spełnia kryteria niezależności, a zatem obecny skład Rady Nadzorczej realizuje wymóg określony w punkcie II.Z.3 zbioru Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2016.

Członkowie Rady Nadzorczej Spółki na bieżąco otrzymują wszelkie niezbędne informacje o sprawach dotyczących funkcjonowania Spółki i Grupy. Dodatkowo, Spółka zapewnia Radzie Nadzorczej możliwość korzystania z profesjonalnych, niezależnych usług doradczych (uwzględniając sytuację finansową Spółki), które w ocenie Rady mogą być niezbędne do sprawowania przez nią efektywnego nadzoru w Spółce.

Rada Nadzorcza Agory nie odstąpiła od realizacji żadnej z Dobrych Praktyk stosowanych przez członków rad nadzorczych. W ramach swoich obowiązków sporządza ona ocenę sytuacji Spółki z uwzględnieniem oceny systemów kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, compliance oraz funkcji audytu wewnętrznego. Powyższa ocena obejmuje wszystkie istotne mechanizmy kontrolne, w tym zwłaszcza dotyczące raportowania finansowego i działalności operacyjnej. Ocena ta jest publikowana przez Spółkę wraz ze wszystkimi materiałami związanymi z walnym zgromadzeniem na stronie korporacyjnej Spółki.

Jednocześnie Rada Nadzorcza rozpatruje i opiniuje sprawy, które są przedmiotem obrad walnego zgromadzenia. Przedstawiciele Rady Nadzorczej zawsze uczestniczą w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym im udzielenie, w dopuszczalnym przez przepisy obowiązującego prawa zakresie, odpowiedzi na ewentualne pytania ze strony akcjonariuszy. W 2019 r. podczas obrad Walnego Zgromadzenia Radę Nadzorczą reprezentował jej przewodniczący Pan Andrzej Szlęzak.

Rada co roku przygotowuje również sprawozdanie ze swojej działalności w danym roku obrotowym. Rada przedstawi również sprawozdanie ze swojej działalności w 2020 r., które obejmie informacje na temat: składu Rady i jej Komitetów, spełnienia przez członków Rady kryteriów niezależności, liczby posiedzeń Rady i jej Komitetów w raportowanym okresie oraz dokonanej samooceny pracy Rady Nadzorczej. Rada Nadzorcza przedstawi również swoją ocenę sposobu wypełniania przez Spółkę obowiązków informacyjnych dotyczących stosowania ładu korporacyjnego, określonych w Regulaminie Giełdy oraz przepisach dotyczących informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych, jak również ocenę racjonalności prowadzonej przez Spółkę polityki sponsoringowej, charytatywnej lub innej o zbliżonym charakterze albo informację o braku takiej polityki.

W przypadku powiązań członka Rady Nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym więcej niż 5% ogólnej liczby głosów informuje on Zarząd Spółki oraz pozostałych członków Rady Nadzorczej o tym fakcie. Podobnie dzieje się w przypadku konfliktu interesów lub możliwości jego powstania. 5 września 2019 r. Pan Tomasz Karusewicz, działając na podstawie zasady szczegółowej II.Z.5 Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2016 (dalej: "DPSN 2016") złożył oświadczenie o niespełnianiu kryteriów niezależności wskazanych w zasadzie II.Z.4 DPSN 2016, która uzależnia kryterium spełnienia niezależności w szczególności od: (i) spełnienia wymagań wskazanych w Załączniku nr II do Zalecenia Komisji Europejskiej 2005/162/WE z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącego roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej) oraz (ii) spełnienia wymagania w postaci braku powiązania z akcjonariuszem posiadającym co najmniej 5% ogólnej liczby głosów w spółce. Mając na uwadze powiązanie Pana Tomasza Karusewicza z Powszechnym Towarzystwem Emerytalnym PZU S.A., tj. akcjonariuszem posiadającym ponad 5% głosów na walnym zgromadzeniu Agory S.A., Rada Nadzorcza Spółki podjęła 5 września 2019 roku uchwałę nr 4, w której uznano Pana Tomasza Karusewicza za niespełniającego wyżej wskazanych wymagań niezależności. Podobnie dzieje się w przypadku konfliktu interesów lub możliwości jego powstania

AGORA S.A. W RESPECT INDEX

Od 2017 r. do 31.12.2019 r. Agora S.A. była notowana w Indeksie Spółek Odpowiedzialnych RESPECT Index. Ostatni skład indeksu Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie ogłosiła 12 grudnia 2018 r. W 2019 r. Giełda poinformowała o zaprzestaniu publikowania RESPECT Index z dn. 31 grudnia 2019 r.

GPW podsumowała w piśmie przesłanym do rynku kapitałowego, że po 10 lat publikacji RESPECT Index spełnił założenia edukacyjne i zwrócił uwagę emitentów oraz całego rynku na korzyści płynące z prowadzenia działalności w sposób zrównoważony. GPW zdecydowało się od 3 września 2019 r. na publikację nowego indeksu WIG-ESG. W portfelu WIG-ESG znalazły się wszystkie spółki z indeksów WIG20 oraz mWIG40, a ich wagi zależą od liczby akcji w wolnym obrocie, skorygowanej w oparciu o ranking ESG oraz ocenę stosowania zasad "Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2016". Dodatkowo, od dnia rozpoczęcia publikacji, WIG-ESG został instrumentem bazowym dla funduszu pasywnego NN Ivestment Partners TFI.

Jednocześnie, ze względu na to, że Agora S.A. znajduje się poza głównymi indeksami WIG20 oraz mWIG40, na dzień publikacji raportu spółka nie została włączona do grona spółek notowanych w WIG-ESG.

Obecność w RESPECT Index była dowodem na staranne podejście Agory do zagadnienia ESG (ang. environmental, social and governance), czyli do kwestii z zakresu: środowiska, odpowiedzialności społecznej oraz zarządzania, ładu korporacyjnego.

RESPECT Index to pierwszy w Europie Środkowo-Wschodniej indeks spółek odpowiedzialnych. Projekt został wprowadzony przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie w 2009 r., kiedy ogłoszono pierwszy skład Indeksu. RESPECT Index obejmował swoim portfelem polskie i zagraniczne spółki z Głównego Rynku GPW. Do indeksu aspirować mogły spółki o najwyższej płynności, czyli wchodzące w skład indeksów WIG20, mWIG40 lub sWIG80. Trafiły do niego firmy, które przechodziły trzystopniową weryfikację prowadzoną przez GPW i Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, prowadzące w nienaganny sposób komunikację z rynkiem poprzez raporty bieżące i okresowe oraz swoje strony internetowe. Trzecim warunkiem było odpowiedzialne społecznie zachowanie wobec środowiska, społeczności i pracowników, które było analizowane na podstawie ankiety weryfikowanej przez audytora projektu.

Udziały spółek w indeksie były określane na takich samych zasadach, jak w przypadku innych indeksów giełdowych – pod uwagę brane były akcje w wolnym obrocie, przy czym wagi największych spółek są ograniczane do 25 proc., gdy liczba uczestników jest mniejsza niż 20 spółek, lub do 10 proc. w pozostałych przypadkach. Więcej - <http://www.odpowiedzialni.gpw.pl>

KOMUNIKACJA Z RYNKIEM KAPITAŁOWYM

Komunikacja Agory S.A. ze wszystkimi interesariuszami, w tym z inwestorami, analitykami, akcjonariuszami oraz innymi uczestnikami rynku kapitałowego odgrywa w spółce istotną rolę i zawsze przebiega w sposób transparentny i rzetelny.

Spółka regularnie organizuje spotkania dla inwestorów i akcjonariuszy oraz przedstawicieli mediów poświęcone wypracowanym wynikom finansowym. W ciągu roku odbywają się co najmniej 4 takie spotkania połączone z prezentacją wyników spółki. W celu zapewnienia równego dostępu do informacji podczas każdego spotkania prowadzona jest transmisja online wraz z symultanicznym tłumaczeniem na język angielski, podczas której zarówno użytkownicy fizyczni, jak również Ci zebrani przed ekranami komputerów, mogą zadawać pytania. Przedstawiciele zarządu Agory S.A. na bieżąco odpowiadają na nie podczas stosownej części spotkania.

W takiej samej formule odbywają się również zwyczajne i nadzwyczajne Walne Zgromadzenia Akcjonariuszy, o których rynek jest informowany ze stosownym wyprzedzeniem, pozwalającym akcjonariuszom rzetelnie się przygotować do spotkań z przedstawicielami Spółki,

Dodatkowo, Agora zaprasza przedstawicieli rynku kapitałowego i mediów co najmniej raz w roku na Dzień Otwarty, stwarzając okazje do rozmowy bezpośrednio z osobami zarządzającymi wybranymi biznesami Grupy.

Przedstawiciele zarządu oraz działu relacji inwestorskich regularnie uczestniczą w krajowych i zagranicznych konferencjach oraz spotkaniach, organizowanych przez przedstawicieli rynku kapitałowego, dzieląc się z rozmówcami szeroką wiedzą na temat spółki oraz segmentów rynku, na którym działa Agora oraz specjalnie przygotowanymi materiałami. Dla lepszej oceny sytuacji, spółka udostępnia inwestorom i analitykom własne opracowania rynkowe i branżowe. Agora zapewnia również bezpośredni, imienny kontakt z pracownikami działu relacji inwestorskich, działu komunikacji korporacyjnej oraz przedstawicielami zarządu spółki.

W ramach dwustronnej komunikacji Agora rozwija intuicyjne narzędzia komunikacji i zapewnia stały dostęp do informacji (tematyczne newslettery, mobilna strona internetowa, konto w serwisach Twitter (@Agora_SA) oraz LinkedIn, branżowe mailingi z raportami dotyczącymi poszczególnych segmentów działalności).

Bieżąca komunikacja z rynkiem odbywa się również poprzez pozyskiwanie bieżącego tzw. feedbacku inwestorskiego, również w indywidualnych rozmowach z przedstawicielami działu relacji inwestorskich.

BIEŻĄCY DIALOG Z INWESTORAMI

Relacje inwestorskie są elementem budowania wartości Spółki na rynku kapitałowym. Agora pozostaje w stałym i bieżącym kontakcie z przedstawicielami rynku. Dzięki temu spółka jest uznawana za jedną najbardziej transparentnych na rynku. Akcjonariusze, inwestorzy i analitycy pozostają bardzo aktywni, śledząc uważnie informacje płynące z Agory. Niejednokrotnie inicjatywa kontaktu wychodzi właśnie od nich. Cenią sobie oni szybkie i merytoryczne odpowiedzi na zadawane pytania oraz stały, nieograniczony kontakt z działem relacji inwestorskich.

Spółka niezwłocznie odpowiada na wszystkie pytania interesariuszy, ze szczególnym uwzględnieniem inwestorów indywidualnych, instytucjonalnych czy przedstawicieli mediów. Dodatkowo monitoruje media i social media.

DOBRA PRAKTYKA

AGORA Z PRESTIŻOWYMI NAGRODAMI ZA KOMUNIKACJĘ Z RYNKIEM KAPITAŁOWYM

W 2019 r. Agora po raz kolejny znalazła się w gronie zwycięzców prestiżowego konkursu Złota Strona Emitenta organizowanego przez Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych. Spółka kolejny rok z rzędu została nagrodzona w kategoriach: „Lider komunikacji online” oraz „Najlepszy serwis IR” za bardzo dobrze skonstruowaną stronę korporacyjną www.Agora.pl. Wyróżnienia te nie tylko potwierdzają wysoki poziom relacji inwestorskich Agory i jej komunikacji z rynkiem kapitałowym, ale także są dowodem zaufania ze strony interesariuszy.

DOBRA PRAKTYKA

AGORA Z TYTUŁEM „TRANSPARENTNA SPÓŁKA ROKU 2018”

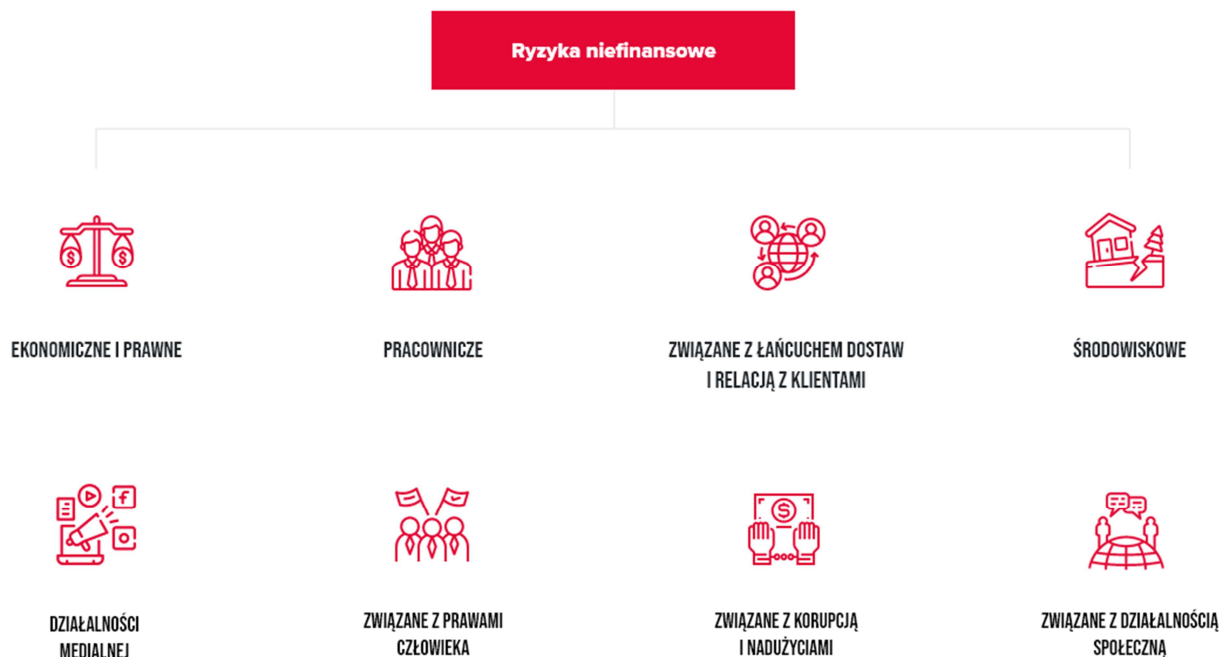
Agora S.A. znalazła się w gronie laureatów tytułu „Transparentna spółka roku 2018”. To trzecia edycja rankingu organizowanego przez redakcję „Parkietu” oraz Instytut Rachunkowości i Podatków, pod honorowym patronatem Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Uroczyste wręczenie dyplomów odbyło się 20 maja 2019 r. w Warszawie.

Ranking „Transparentna spółka roku 2018” został przeprowadzony na podstawie badania ankietowego, które obejmowało następujące obszary: sprawozdawczość finansową i raportowanie, relacje inwestorskie i zasady ładu korporacyjnego. Warunkiem uczestnictwa w rankingu było wypełnienie ankiety, którą otrzymały spółki z WIG20, mWIG40 i SWIG80. W badaniu wzięły udział 64 podmioty (WIG20 - 15, mWIG40 - 23 i sWIG80 - 26).

Agora zdobyła tytuł Transparentna Spółka Roku 2018, zdobywając największą liczbę punktów w gronie firm z indeksu sWIG80 - 32.

RYZYKA NIEFINANSOWE

Grupa Agora systematycznie przeprowadza monitoring i ocenę ryzyk związanych z bieżącą działalnością. W poniższym zestawieniu przedstawione są ryzyka niefinansowe:



Odpowiedzi na te ryzyka są zawarte w poszczególnych częściach „Raportu odpowiedzialności Grupy Agora 2019” oraz w rozdziale „Strategicznie rozwijamy CSR”.

Tabela 41. Mapa ryzyk niefinansowych

RYZYKO	MAPA RYZYK	SPOSOBY ZARZĄDZANIA RYZYKIEM
EKONOMICZNE I PRAWNE	<p>Główne ryzyka w tym obszarze to:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ryzyko makroekonomiczne związane z koniunkturą gospodarczą oraz popytem na produkty i usługi, ▪ sezonowość wydatków reklamowych i przychodów z działalności kinowej, ▪ zmiany struktury rynku reklamowego, ▪ globalne trendy w sposobie konsumpcji mediów, ▪ zmiany preferencji konsumentów i reklamodawców, ▪ ryzyko związane z prowadzeniem działalności koncesjonowanej (radio), ▪ ryzyko działania niezgodnie z prawem i wewnętrznymi regulacjami, ▪ ryzyko gwałtownych zmian legislacyjnych. 	<p>Grupa Agora aktywnie śledzi i analizuje trendy rynkowe oraz swoje otoczenie zewnętrzne, przygotowując cykliczne analizy otoczenia biznesowego i rynku reklamy oraz rynku medialnego, strategicznie planuje swoje działania.</p> <p>Swoją działalność Grupa Agora opiera o strategię biznesową, która jest na bieżąco monitorowana i weryfikowana.</p> <p>Media Grupy Agora z należytą starannością prowadzą działalność koncesjonowaną i pozostałą działalność medialną, działając zgodnie z kodeksami i normami branżowymi oraz standardami rynkowymi oraz wewnętrznymi regulacjami.</p> <p>Więcej w rozdziałach:</p> <p>➔ DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE</p> <p>➔ TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY</p>

<p>PRACOWNICZE</p>	<p>Kwestie pracownicze są jednym z najważniejszych obszarów odpowiedzialności Grupy Agora. Firma prowadzi działania zmierzające do zminimalizowania następujących ryzyk:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ utraty kluczowych pracowników i ważnych kompetencji, ▪ wysokiej rotacji pracowników (koszty rekrutacji nowych pracowników), ▪ nierównego traktowania pracowników (pod względem wynagrodzeń, dostępu do szkoleń, awansu etc.), ▪ sporów zbiorowych z pracownikami oraz konfliktu na linii pracodawca-pracownik. 	<p>Grupa Agora jako pracodawca monitoruje wskaźniki rotacji pracowników, jak również wprowadza usprawnienia, które mają służyć pozostaniu najlepszych pracowników w jej strukturach.</p> <p>Polityka przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi oraz system zgłaszania nieprawidłowości to odpowiedzi na ryzyka związane z nierównym traktowaniem.</p> <p>Zarząd Agory wyznaczył Pełnomocnika do kontaktu ze związkami zawodowymi oraz Pełnomocnika ds. przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji.</p> <p>Wszystkie sprawy wymagające konsultacji pracowników są na bieżąco z nimi omawiane.</p> <p>Z kolei w „Kodeksie etyki Agory” zostały wskazane główne zasady, które dotyczą wszystkich pracowników i współpracowników Agory w wybranych obszarach i tematach.</p> <p>Więcej w rozdziałach</p> <p>→ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY</p> <p>→ JESTEŚMY RÓŻNORODNI</p> <p>→ DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE</p>
<p>ZWIĄZANE PRAWAMI CZŁOWIEKA</p>	<p>Kwestia przestrzegania praw człowieka jest normowana w Grupie Agora wewnętrznymi rozwiązaniami: politykami, zasadami, regulaminami. Podlega ona stałemu monitoringowi. Zidentyfikowane ryzyka dotyczą:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ zachowań niepożądanych związanych z miejscem pracy (dyskryminacja, mobbing), ▪ naruszenia swobody zrzeszania się i zawierania układów zbiorowych, ▪ rażącego nieprzestrzegania praw człowieka wśród dostawców Grupy Agora. 	<p>Polityka przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi oraz system zgłaszania nieprawidłowości to odpowiedzi na ryzyka związane z nierównym traktowaniem.</p> <p>Zarząd Agory wyznaczył swojego Pełnomocnika do kontaktu ze związkami zawodowymi.</p> <p>Wszystkie sprawy wymagające konsultacji pracowników są na bieżąco z nimi omawiane.</p> <p>Agora S.A. wprowadziła „Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory”, jako wyraz szczególnej troski o przestrzeganie prawa oraz odpowiedzialność dostawców i partnerów biznesowych spółki.</p> <p>W „Kodeksie etyki Agory” zostały wskazane główne zasady, które dotyczą wszystkich pracowników i współpracowników Agory w wybranych obszarach i tematach.</p> <p>Więcej w rozdziałach</p> <p>→ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY</p> <p>→ JESTEŚMY RÓŻNORODNI</p> <p>→ DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE</p>
<p>DZIAŁALNOŚCI MEDIALNEJ</p>	<p>We współczesnym świecie kluczową rolę informacyjną i opiniotwórczą pełnią media. Wszystkim zmianom społecznym i gospodarczym towarzyszy transformacja środków masowego przekazu oraz dynamiczny rozwój mediów społecznościowych.</p> <p>Wyzwania branży medialnej:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ kwestie manipulacji komunikatem („post-prawdy”), ▪ wiarygodność źródeł, ▪ niezależność, ▪ transparentność, ▪ rzetelność. <p>Ryzyka związane z działalnością medialną:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ brak transparentności, ▪ utrata zaufania publicznego. <p>Ryzyka związane z działalnością koncesjonowaną:</p>	<p>Media Grupy Agora z należytą starannością prowadzą działalność koncesjonowaną i pozostałą działalność medialną, działając zgodnie z kodeksami i normami branżowymi oraz standardami rynkowymi oraz wewnętrznymi regulacjami.</p> <p>Media Grupy Agora szczególną uwagę przykładają do edukacji branży oraz wewnętrznych działań podnoszących jakość i kompetencje dziennikarzy.</p> <p>Również w „Kodeksie etyki Agory” zostały wskazane główne zasady, które dotyczą wszystkich pracowników i współpracowników Agory w wybranych obszarach i tematach.</p> <p>Więcej w rozdziałach:</p> <p>→ MIEJSCE PRACY I PRAWA CZŁOWIEKA</p> <p>→ DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE</p> <p>→ BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ utrata koncesji, ▪ nałożone kary. 	
<p>ŚRODOWISKOWE</p> <p>Ze względu na specyfikę działalności, głównie usługowej, kwestie środowiskowe nie są kluczowymi obszarami ryzyka Grupy Agora. Firma bierze pod uwagę ryzyka związane ze swoją działalnością, przede wszystkim w ramach prowadzonej działalności poligraficznej, kinowej, gastronomicznej, reklamy zewnętrznej oraz administracji budynkami. Główne ryzyka to:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ryzyko operacyjne związane z bieżącą działalnością i negatywnym oddziaływaniem na środowisko, ▪ wyższe koszty prowadzenia działalności. 	<p>Agora regularnie przeprowadza proces szacowania wpływu swojej działalności na klimat, wprowadzając rozwiązania i działania służące minimalizowaniu negatywnego oddziaływania. W 2019 r. zarząd Agory przyjął „Politykę środowiskową” – jest to dokument, który przedstawia podejście spółki do zarządzania kwestiami środowiskowymi. Obowiązuje wszystkich pracowników oraz współpracowników. Znajdują się w nim kierunki działań, które podejmujemy na rzecz ochrony środowiska.</p> <p>Więcej w rozdziale → DBAMY O ŚRODOWISKO</p>
<p>ZWIĄZANE ŁAŃCUCHEM DOSTAW I RELACJĄ Z KLIENTAMI</p> <p>Z</p> <p>Główne obszary odpowiedzialności za produkt w Grupie Agora dotyczą kwestii komunikacji marketingowej, procedur reklamacji, a także ochrony prywatności klientów oraz ich danych osobowych. Najistotniejsze ryzyka to:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ naruszenia prawa lub regulacji, np. wyciek danych czy nieuprawnione wykorzystanie danych i treści. Niesie to ze sobą ryzyko reputacyjne oraz finansowe (kary, grzywny), ▪ związane z odpowiedzialnością w całym łańcuchu dostaw, ▪ związane z niewłaściwą ochroną danych osobowych odbiorców. 	<p>Agora S.A. wprowadziła „Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory”, jako wyraz szczególnej troski o przestrzeganie prawa oraz odpowiedzialność dostawców i partnerów biznesowych spółki.</p> <p>Cyklicznie badana jest satysfakcja użytkowników i klientów, uruchomiony został też system reklamacyjny. Grupa Agora wprowadziła odpowiednie procedury, reklamacje są monitorowane na bieżąco, zaś wszelkie usprawnienia w tych obszarach są na bieżąco wprowadzane.</p> <p>W drukarni Agory realizowana jest polityka jakości, której celem jest ciągłe doskonalenie jakości poprzez spełnienie wymagań i oczekiwań klientów przy stałym wzroście rentowności prowadzonych działań oraz bezpieczeństwa finansowego Agory.</p> <p>W zakresie ochrony danych osobowych przygotowano szereg procedur i działań, które mają chronić bezpieczeństwo danych osobowych.</p> <p>Również w „Kodeksie etyki Agory” zostały wskazane główne zasady, które dotyczą wszystkich pracowników i współpracowników Agory w wybranych obszarach i tematach.</p> <p>Więcej w rozdziałach: → DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE → BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM</p>
<p>ZWIĄZANE DZIAŁALNOŚCIĄ SPOŁECZNĄ</p> <p>Z</p> <p>Wpływ na społeczności lokalne we wszystkich lokalizacjach działalności Grupy Agora oraz zaangażowanie w projekty społeczne, kulturowe, sportowe i charytatywne to kluczowe kwestie w obszarze społecznej odpowiedzialności firmy. Ze względu na intensywność zaangażowania społecznego możliwe są do zidentyfikowania ryzyka:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ braku transparentności w ramach przyznawania środków, ▪ braku należytej staranności przy wyborze partnera społecznego, ▪ konfliktu interesów, ▪ uzyskania rezultatów niewspółmiernych do wydatkowanych środków. 	<p>Grupa Agora wprowadziła „Politykę działań społeczno-sponsoringowych”, która określa cele i zakres działań w obszarze zaangażowania społecznego. Dodatkowo wprowadzone procedury, jak „Procedura przyjmowania i zamieszczania ogłoszeń charytatywnych na łamach Gazety Wyborczej” i jej dodatków, w serwisach internetowych oraz czasopismach”, określają główne zasady klasyfikacji, weryfikacji i publikacji takich ogłoszeń.</p> <p>Agora S.A. wprowadziła „Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory”, jako wyraz szczególnej troski o przestrzeganie prawa oraz odpowiedzialność wszystkich interesariuszy firmy.</p> <p>Również w „Kodeksie etyki Agory” zostały wskazane główne zasady, które dotyczą wszystkich pracowników i współpracowników Agory w wybranych obszarach i tematach.</p> <p>Więcej w rozdziałach → DZIAŁAMY NA RZECZ SPOŁECZEŃSTWA</p>

<p>ZWIĄZANE POTENCJALNĄ KORUPCJĄ I NADUŻYCIAMI</p> <p>Zarządzanie ryzykiem nadużyć jest jednym z ważniejszych obszarów odpowiedzialności firmy. W tym obszarze najistotniejsze ryzyka to:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ryzyko konfliktu interesów, ▪ ryzyko nadużyć w relacjach z partnerami biznesowymi i dostawcami, ▪ ryzyko zachowań korupcyjnych (również wśród dostawców i partnerów biznesowych). 	<p>→ DBAMY O ŚRODOWISKO</p> <p>W „Kodeksie etyki Agory” zostały wskazane główne zasady, które dotyczą wszystkich pracowników i współpracowników Agory w temacie przeciwdziałania korupcji i nadużyciom. Dodatkowo wprowadzony został poufny system zgłaszania nieprawidłowości.</p> <p>Przeprowadzony został również audyt compliance, którego celem było wskazanie obszarów wymagających poprawy i zmian, również w kontekście korupcji i nadużyć.</p> <p>Powstało stanowisko compliance officera, który nadzoruje system etyki i compliance w firmie.</p> <p>Więcej w rozdziałach:</p> <p>→ DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE</p> <p>→ BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM</p>
--	--

Wskazane ryzyka są dla Grupy Agora podstawą do wprowadzenia dokumentów, regulacji i praktyk, które pozwalają na skuteczne zarządzanie organizacją, zgodnie z należytą starannością. W poszczególnych częściach raportu, poświęconych podejściu do zarządzania, zostały wskazane procedury i polityki, które służą wyeliminowaniu ryzyk niefinansowych.

SYSTEM KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I SYSTEM ZARZĄDZANIA RYZYKIEM

W Grupie Agora funkcjonuje system kontroli wewnętrznej i system zarządzania ryzykiem.



POLITYKA ZARZĄDZANIA RYZYKIEM

W Grupie Agora funkcjonuje „Polityka zarządzania ryzykiem”. Celem polityki jest określenie zasad i ram procesu zarządzania ryzykiem, ustanowienie odpowiedzialności uczestników oraz zdefiniowanie podstawowych pojęć z zakresu ryzyka. W Polityce zdefiniowane zostały: podział odpowiedzialności, harmonogram procesu zarządzania ryzykiem, kategorie ryzyka oraz raportowanie ryzyka poprzez stworzenie rejestru i Mapy ryzyk oraz określenie akceptowalnego poziomu ryzyka.

W Grupie funkcjonują również regulamin audytu wewnętrznego oraz Rejestr ryzyk i Mapa ryzyk. Mapa ryzyk powstaje na podstawie Rejestru ryzyk zidentyfikowanych w danym roku. Zarząd określa, które z ryzyk są kluczowe i raportuje je

w postaci Mapy Ryzyk, gdzie dla każdego z nich określana jest wartość skutków jego potencjalnej materializacji i prawdopodobieństwo ich wystąpienia. Dodatkowo, determinowane są czynniki, które ograniczają te skutki i to prawdopodobieństwo. Dla każdego z ryzyk kluczowych określa się, czy dane ryzyko jest ograniczone w wystarczającym stopniu, tj. czy dana część ryzyka jest akceptowalna dla Grupy Agora.

GŁÓWNE ELEMENTY SYSTEMU KONTROLI WEWNĘTRZNEJ SĄ SKŁADNIKAMI PROCESÓW BIZNESOWYCH GRUPY AGORA I OBEJMUJĄ M.IN.:

- procedury oraz regulaminy dotyczące m.in.: delegowania uprawnień i autoryzacji decyzji, oceny projektów biznesowych, reguł ponoszenia wydatków (budżety i progi akceptacyjne), rejestrowania i przetwarzania transakcji gospodarczych, procesy raportowania i kontroli transakcji oraz wyników poszczególnych obszarów działalności,
- kontrole w systemach informatycznych wspierające realizowanie procesów biznesowych oraz monitorujące działanie samych systemów.

Kadra zarządzająca realizuje poszczególne zadania wynikające z systemu kontroli wewnętrznej oraz stałego nadzoru nad jego efektywnością w ramach zarządzania poszczególnymi segmentami Grupy. W Grupie funkcjonuje dział audytu wewnętrznego, który przede wszystkim prowadzi czynności audytu wewnętrznego rozumiane jako działalność niezależną, obiektywnie dokonującą oceny efektywności, której celem jest przysporzenie wartości oraz usprawnienie działalności audytowanej jednostki, czy całej Grupy Agora. Zasady regulujące funkcjonowanie komórki określa Regulamin audytu wewnętrznego przyjęty przez Zarząd oraz Komitet audytu Rady Nadzorczej. Zgodnie z najlepszymi praktykami, Audyt wewnętrzny raportuje do Zarządu oraz Komitetu audytu, funkcjonującego w ramach Rady Nadzorczej. W trakcie roku Dyrektor Audytu wewnętrznego koordynuje proces zarządzania ryzykiem określony w Polityce Zarządzania Ryzykiem. Zgodnie z Regulaminem Audytu Wewnętrznego, na podstawie m.in. wyników procesu zarządzania ryzykiem, przygotowany jest plan audytów, podlegający zatwierdzeniu przez Komitet Audytu. Po zakończeniu audytu powstaje raport z audytu z zaleceniami i proponowanymi usprawnieniami procesów.

Komitet Audytu w ramach Rady Nadzorczej odbywa regularne spotkania z audytorem wewnętrznym Spółki, na których omawia raporty z przeprowadzonych audytów oraz działania podejmowane w celu ograniczenia zidentyfikowanych ryzyk. Na tej podstawie monitorowane jest również wykonanie rocznego planu audytów wewnętrznych. W 2019 r. odbyło się 9 takich spotkań, zaś w 2018 r. 6 spotkań.

DODATKOWE INFORMACJE

KARY I SANKCJE DOTYCZĄCE KWESTII NIEFINANSOWYCH

W 2019 r. w żadnej ze spółek Grupy Kapitałowej Agora nie doszło do naruszeń, które skutkowałyby nałożeniem kary finansowej:

- za naruszenie prywatności klienta i utraty danych klientów,
- w zakresie zgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi komunikacji marketingowej, w tym reklam, promocji i sponsoringu,
- za niezgodności z regulacjami oraz dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo na każdym etapie cyklu ich życia, w podziale na rodzaj skutków. Grupa Agora w 2019 r. nie oferowała w sprzedaży produktów zakazanych lub wywołujących kontrowersje.

Jednocześnie w 2019 r. w żadnej ze spółek Grupy Kapitałowej Agora:

- nie stwierdzono przypadków korupcji,
- nie podjęto wobec firmy kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych oraz ich skutków,
- nie odnotowano naruszania praw pracowniczych lub przegranej sprawy sądowej z pracownikiem/współpracownikiem, w której sąd zasądził na jego rzecz odszkodowanie (tj. kara stała się prawomocna, a roszczenie wymagalne),
- nie odnotowano kar i sankcji pozafinansowych za nieprzestrzeganie prawa oraz/lub regulacji dotyczących ochrony środowiska.

PRYWATNOŚĆ KLIENTA I OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH

W 2019 r. w obszarze naruszenie prywatności klienta i utraty danych klientów miały miejsce dwa incydenty, wynikające z przyczyn zewnętrznych, które w konsekwencji zostały zgłoszone do UODO. W obu sytuacjach niezwłocznie podjęto działania zaradcze, mające na celu zminimalizowanie ryzyka utraty poufności czy dostępności danych.

Z Urzędu Ochrony Danych Osobowych wpłynęły trzy pisma, w których Urząd zwrócił się do spółki Agora S.A. z prośbą o złożenie wyjaśnień. Spółka odpowiedziała w terminie, wykazując prawidłowość przetwarzania danych osobowych podmiotów danych, których dotyczyła korespondencja z UODO.

W 2019 r. w Helios S.A. miał miejsce jeden incydent, którego konsekwencją było wysłanie zgłoszenia do UODO.

Incydent był spowodowany błędem pracownika. Podjęte działania zaradcze mające na celu zminimalizowanie ryzyka utraty poufności czy dostępności danych spotkały się z aprobatą UODO.

W 2019 r. miał miejsce incydent, w ramach którego jeden z byłych pracowników Agory przekroczył swoje uprawnienia i m.in. mógł uzyskać dostęp do danych osobowych współpracowników. W wyniku procedury wyjaśniającej przeprowadzona została analiza ryzyka, a następnie odbyło się spotkanie dla ewentualnych osób zagrożonych taką sytuacją oraz wprowadzono działania zaradcze.

Począwszy od 2015 r. prowadzone jest przez GIODO/PUODO postępowanie, w związku ze skargą na nieprawidłowości w procesie przetwarzania danych osobowych zamieszczonych w komentarzach na forum internetowym dotyczące osoby skarżącej. W 2019 r. wpłynęło pismo UODO informujące o zgromadzeniu materiału dowodowego wystarczającego do wydania decyzji w sprawie. Do 31 grudnia 2019 r. nie zostało wydane rozstrzygnięcie Prezesa UODO.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKTY I USŁUGI

W 2019 r. w spółce Foodio Concept miała miejsce kontrola Państwowej Inspekcji Handlu, podczas której organ nałożył na spółkę mandat, którego wysokość nie przekroczyła 200 zł.

W 2019 r. nie stwierdzono w spółkach Grupy Agora innych kar i sankcji z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi dostarczania i użytkowania produktów i usług.

ZASADY WOLNEJ KONKURENCJI

W 2019 r. nie odnotowane zostały przypadki złamania zasad wolnej konkurencji i praktyk monopolistycznych oraz kary z tego tytułu.

W marcu 2019 r. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie sprzedaży Eurozetu. UOKiK chce ustalić, czy Agora i SFS Ventures miały obowiązek zgłoszenia przejęcia nadawcy Radia Zet.

UOKiK skierował do drugiego etapu postępowanie w sprawie przejęcia spółki Eurozet przez Agorę. W tej sprawie konieczne jest przeprowadzenie badania rynku. Wniosek o zgodę na transakcję wpłynął do UOKiK 28 października 2019 r. Rozpoczęcie drugiego etapu postępowania nie przesądza o rodzaju decyzji, jaka w przyszłości zostanie wydana. W 2020 r. UOKiK poinformował, że wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie Uchwały Rady Miasta st. Warszawy w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń (tzw. uchwała krajobrazowa). W ramach informacji dostępnej na stronie urzędu wskazana jest obawa urzędu co do stworzenia monopolu jednej ze spółek z Grupy Agora – AMS S.A. i wyeliminowania z rynku wielu firm z branży reklamowej.

Postępowanie wyjaśniające prowadzone jest w sprawie, a nie przeciwko konkretnym podmiotom. UOKiK zbada rynek reklamy zewnętrznej w Warszawie, aby poznać m.in. mechanizmy na nim panujące, dokładne udziały poszczególnych przedsiębiorców oraz skutki ekonomiczne wprowadzonej regulacji prawnej.

SPRAWY SĄDOWE I ADMINISTRACYJNE

Ze względu na działalność prasową Grupy Agora toczą się sprawy cywilne z powództw osób, zarzucających rzekome naruszenie ich dóbr osobistych w publikacjach prasowych. Spółka Agora jest także stroną postępowań administracyjnych i sądowo-administracyjnych w związku ze skargami na odmowę wydania przez spółkę danych osobowych użytkowników serwisów internetowych spółki podmiotom innym niż uprawnione organy.

Spółka jest również stroną postępowań sądowych w związku ze składanymi przez spółkę zażaleniami na postanowienia prokuratury bądź sądu w sprawie udostępnienia danych użytkowników komentujących artykuły prasowe w serwisie Wyborcza.pl.

Agora jest stroną postępowań administracyjnych i sądowo-administracyjnych w związku ze skargami na odmowę wydania przez spółkę danych osobowych użytkowników serwisów internetowych spółki podmiotom innym niż uprawnione organy.

W 2019 r. zakończył się proces cywilny zainicjowany pozwem, w którym zarzucono Agorze naruszenie dóbr osobistych poprzez udostępnianie komentarza użytkownika na forum internetowym. Powództwo zostało oddalone.

O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA

„Raport odpowiedzialności Grupy Agora za 2019 rok” wypełnia wymogi „Ustawy o Rachunkowości”. Spółka przedstawia odrębne skonsolidowane sprawozdanie Grupy Agora oraz odrębne jednostkowe sprawozdanie Agory S.A. na temat informacji niefinansowych za 2019 r. Raporty niefinansowe skonsolidowane i jednostkowe zostały sporządzone według międzynarodowych standardów raportowania Global Reporting Initiative – GRI Standards. Zgodnie z art. 49b pkt 9 Ustawy o Rachunkowości raporty niefinansowe skonsolidowane i jednostkowe są dostępne na stronie internetowej Spółki www.agora.pl (pod adresem: raportCSR.agora.pl) w polskiej i angielskiej wersji językowej.

„Raport odpowiedzialności Grupy Agora za 2019 r.” prezentuje podejście spółki do kwestii społecznych, środowiskowych i ekonomicznych, podsumowuje również nasz wpływ na otoczenie oraz nasze zaangażowanie w 2019 roku.

Raport Grupy Agora obejmuje spółkę Agora S.A. oraz spółki z grupy kapitałowej: Agora Poligrafia Sp. z o.o., Agora TC Sp. z o.o.,

AMS S.A., Adpol Sp. z o.o., Domiporta, Grupa Radiowa Agory (GRA) sp. z o.o., Doradztwo Mediowe Sp. z o.o., Inforadio Sp. z o.o., GoldenLine Sp. z o.o., Helios S.A., NEXT FILM Sp. z o.o., Yeldbird Sp. z o.o. oraz Foodio Concepts Sp. z o.o., Step Inside Sp. z o.o., HRlink Sp. z o.o. (dawniej Online Technologies HR Sp. z o.o.).

Raport odpowiedzialności Grupy Agora za 2019 r. jest wypełnieniem obowiązku wynikającego z Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE4 z dnia 22 października 2014 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy oraz Ustawy z dnia 15 grudnia 2016 r. zmieniająca Ustawę z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, Dz.U. 1994 nr 121 poz. 591. Biegły rewident potwierdza wypełnienie przez firmę tego obowiązku.

Raport przygotowany zgodnie z międzynarodowym Standardem Global Reporting Initiative (GRI) bez poddania zewnętrznej weryfikacji, na poziomie podstawowym. Raport w zakresie rachunkowości w oparciu o standard MSSF.

Raport nawiązuje do następujących dokumentów, norm i standardów:

- Zasady ONZ Global Compact oraz Cele Zrównoważonego Rozwoju (SDGs) ONZ,
- Norma Międzynarodowej Organizacji Normalizacyjnej ISO 26000,
- Wytyczne dotyczące sprawozdawczości w zakresie informacji niefinansowych (metodyka sprawozdawczości niefinansowej).

Raport stanowi wyodrębnioną część rocznego sprawozdania z działalności Grupy Agora za 2019 r. zatwierdanego przez zarząd, ale jednocześnie jest zaprezentowany w formie strony www.

Dokument ten nie podlega zewnętrznej weryfikacji, biegły rewident jedynie bada wypełnienie przez spółkę obowiązków raportowych.

W procesie weryfikacji wewnętrznej Raportu wzięli udział przedstawiciele zarządu i dyrektorzy poszczególnych biznesów. W proces zaangażowani byli również interesariusze (więcej na ten temat w części „Dialog z interesariuszami w procesie przygotowania raportu”). W przygotowaniu raportu wzięli udział pracownicy Grupy Agora, proces koordynował dział komunikacji korporacyjnej. Raport dostępny jest na stronie internetowej oraz w wersji pdf, ma też swoją wersję w języku angielskim. Równoległe powstał Raport odpowiedzialności Agory S.A. 2019 r., który poświęcony jest wyłącznie spółce Agora S.A.

ISTOTNE ZMIANY DOTYCZĄCE RAPORTOWANIA

„Raport odpowiedzialności Grupy Agora za 2019 r.” nie zawiera innych znaczących zmian dotyczących zakresu, zasięgu lub metod pomiaru w stosunku do raportu za poprzedni rok z wyjątkiem wskazanych miejsc. Ze względu na rozszerzenie działalności na nowe spółki – w raporcie zawarte są informacje dotyczące działalności tych spółek.

SPEŁNIENIE WYMOGÓW USTAWY O RACHUNKOWOŚCI

Wypełniając wymóg ujawniania danych niefinansowych poszczególne elementy zostały wskazane jak poniżej:

- Model Biznesowy – opisany został w części, w której zaprezentowana jest Grupa Agora, a także w poszczególnych rozdziałach.
- Polityki i rezultaty – wskazane w częściach „Podejście do zarządzania” oraz w pozostałych częściach poszczególnych rozdziałów, dodatkowo rezultaty opisane zostały w tabelach oraz jako wyróżnione liczby.
- Procedury – wskazane w części „Podejście do zarządzania” oraz pozostałych częściach poszczególnych rozdziałów.
- Wskaźniki efektywności - opisane w części, w której zaprezentowana jest Grupa Agora i jej wyniki finansowe a także w poszczególnych rozdziałach w tabelach oraz jako wyróżnione liczby.

- Ryzyka – opisane w części „Ryzyka niefinansowe” oraz w poszczególnych rozdziałach.

PROCES RAPORTOWANIA W GRUPIE AGORA:

Raportowanie to proces, którego celem jest analiza oraz monitoring wpływu firmy na otoczenie, zgodnie z przyjętymi zasadami i wskaźnikami.

- **Przygotowanie** – ustalenie aspektów, przygotowanie do procesu
- **Zaangażowanie** – zaproszenie pracowników oraz innych interesariuszy do dialogu na temat raportu
- **Definiowanie** – określenie listy wskaźników oraz tematów, które zostaną zaraportowane
- **Monitorowanie** – zebranie danych oraz informacji, które mają się znaleźć w raporcie
- **Raportowanie** – przygotowanie finalnej wersji raportu i komunikacja

DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

W procesie dialogu z interesariuszami w przygotowaniu raportu CSR przygotowana została ankieta interesariuszy – pracowników, inwestorów. W procesie dialogu prowadzone były również rozmowy z otoczeniem społecznym, m.in. organizacjami branżowymi i reprezentantami interesariuszy.

DIALOG Z PRACOWNIKAMI

98 pracowników wypełniło ankietę dotyczącą Raportu CSR za 2019 r.

Pracownicy poproszeni zostali o wskazanie obszarów, które są według Was istotne i powinny się znaleźć w podsumowaniu

Działania w dziedzinie klimatu, relacje w miejscu pracy oraz budowanie zaufania w codziennych relacjach z interesariuszami – to wiodące tematy wybrane przez pracowników Grupy Agora.

W 2019 r. pracownicy Grupy Agora zostali poproszeni o włączenie się w prace nad „Raportem Odpowiedzialności Grupy Agora” oraz wskazanie ważnych dla nich tematów. W badaniu wzięło udział blisko sto osób.

PODSUMOWANIE WYNIKÓW BADANIA:

- Jako najistotniejsze pracownicy wskazali kwestie dotyczące **miejsca pracy**, w szczególności te związane z **rozwijaniem kompetencji pracowników oraz tworzeniem miejsca pracy sprzyjającego różnorodności, opartego na szacunku i otwartości**, a także kwestie dotyczące **budowania zaufania w relacjach z interesariuszami oraz wysokich standardów etyki**.
- W odpowiedziach otwartych pojawiały się odpowiedzi dotyczące m.in. relacji w miejscu pracy i zgłaszania nieprawidłowości.
- Pracownicy zdecydowanie najczęściej wskazali wśród Celów Zrównoważonego Rozwoju – **Cel 13 (podjęcie pilnych działań w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom)** oraz **Cel 4 (zapewnienie wszystkim edukacji wysokiej jakości oraz promowanie uczenia się przez całe życie)** – więcej odpowiedzi poniżej.
- W pytaniu o tematy, które powinny znaleźć się w raporcie najliczniej pojawiały się kwestie pracownicze, w tym m.in. informacje dotyczące różnorodności, płac, szkoleń i rozwoju.
- Pojawiły się również pomysły dotyczące układu strony www, grafik, szczególnie infografik.

Tabela 42. Wybrane odpowiedzi

1. Najistotniejsze według pracowników obszary przedstawione w ramach strategicznego podejście do odpowiedzialności w Grupie Agora:

(maksymalna ocena – 5, minimalna 1)	Średnia ocena
Rozwijanie kompetencji pracowników	4,8
Budowanie zaufania w codziennych relacjach z odbiorcami, partnerami biznesowymi i pracownikami	4,7
Uczciwe realizowanie zobowiązań i przestrzeganie wysokich standardów etyki	4,7
Tworzenie miejsca pracy sprzyjającego różnorodności, opartego na szacunku i otwartości	4,6
Prowadzenie dialogu i budowanie trwałych relacji z otoczeniem	4,4
Inicjowanie i włączanie się w partnerstwa na rzecz rozwoju społecznego i zrównoważonego rozwoju	4,2
Wykazywanie odwagi i innowacyjności w działaniach biznesowych i społecznych	4,2
Docieranie z produktami i usługami do szerokiego grona różnorodnych odbiorców	4,2
Docenienie różnorodności w społeczeństwie i w miejscu pracy	4,1
Raportowanie informacji niefinansowych i transparentność firmy	4,0

2. Najczęściej wybierane przez Was Cele Zrównoważonego Rozwoju*, w których realizację powinna szczególnie włączyć się Grupa Agora:

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU (SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS, SDGS)	Liczba wskazań
CEL 13. Działania w dziedzinie klimatu. Podjęcie pilnych działań w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom.	58
CEL 4. Dobra jakość edukacji. Zapewnienie wszystkim edukacji wysokiej jakości oraz promowanie uczenia się przez całe życie.	52
CEL 3. Dobre zdrowie i jakość życia. Zapewnienie wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowego życia oraz promowanie dobrobytu.	40
CEL 8. Wzrost gospodarczy i godna praca. Promowanie stabilnego, zrównoważonego i inkluzywnego wzrostu gospodarczego, pełnego i produktywnego zatrudnienia oraz godnej pracy dla wszystkich ludzi.	39
CEL 12. Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja. Zapewnienie wzorców zrównoważonej konsumpcji i produkcji.	35
CEL 5. Równość płci. Osiągnięcie równości płci oraz wzmocnienie pozycji kobiet i dziewcząt.	32
CEL 16. Pokój, sprawiedliwość i silne instytucje. Promowanie pokojowego i inkluzywnego społeczeństwa, zapewnienie wszystkim ludziom dostęp do wymiaru sprawiedliwości oraz budowę na wszystkich szczeblach skuteczne i odpowiedzialne instytucje, sprzyjające włączeniu społecznemu.	27
CEL 7. Czysta i dostępna energia. Zapewnienie wszystkim dostępu do źródeł stabilnej, zrównoważonej i nowoczesnej energii po przystępnej cenie.	26
CEL 6. Czysta woda i warunki sanitarne. Zapewnienie wszystkim ludziom dostępu do wody i warunków sanitarnych poprzez zrównoważoną gospodarkę zasobami wodnymi.	23
CEL 2. Zero głodu. Eliminacja głodu, osiągnięcie bezpieczeństwa żywnościowego i lepsze odżywianie oraz promowanie zrównoważonego rolnictwa.	22
CEL 1. Koniec z ubóstwem. Eliminacja ubóstwa we wszystkich jego formach na całym świecie.	21
CEL 10. Mniej nierówności. Zmniejszenie nierówności (majątkowych, ale też dotyczących nierównego traktowania, dyskryminacji) w krajach i między krajami.	21
CEL 9. Innowacyjność, przemysł, infrastruktura. Budowa stabilnej infrastruktury, promowanie zrównoważonego uprzemysłowienia oraz wsparcie innowacyjne.	20
CEL 15. Życie na lądzie. Ochrona, przywracanie oraz promowanie zrównoważonego użytkowania ekosystemów lądowych, zrównoważone gospodarowanie lasami, zwalczanie pustynnienia, powstrzymanie i odwracanie procesu degradacji gleby oraz powstrzymanie utraty różnorodności biologicznej.	20
CEL 11. Zrównoważone miasta i społeczności. Uczynienie miast i osiedli ludzkich bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu.	18
CEL 14. Życie pod wodą. Ochrona oceanów, mórz i zasobów morskich oraz wykorzystywanie ich w sposób zrównoważony.	17
CEL 17. Partnerstwo na rzecz celów. Wzmocnienie środków wdrażania i ożywienie globalne partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju.	9

**Cele Zrównoważonego Rozwoju (Sustainable Development Goals, SDGs) to wskazane przez Zgromadzenie Ogólne ONZ 17 tematów, które mają zostać zrealizowane przez państwa, przedsiębiorstwa i społeczeństwa na całym świecie do 2030 roku.*

DIALOG Z INWESTORAMI

Tzw. feedback inwestorski dotyczący opublikowanego „Raport Odpowiedzialności Grupy Agora i Agory S.A. za 2019 r.” przeprowadzany jest podczas indywidualnych spotkań z przedstawicielami rynku kapitałowego – inwestorami i analitykami.

KLUCZOWE KWESTIE I TEMATY W RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI

Dzięki dialogowi z interesariuszami, Grupa Agora przygotowała Raport odpowiedzialności za 2019 r., biorąc pod uwagę poniższe zagadnienia.

Tabela 43. Kluczowe kwestie i tematy poruszone w Raporcie Odpowiedzialności za 2019 r.:



INDEKS GRI

Global Reporting Initiative (GRI) stanowią międzynarodowy wzorzec raportowania odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju dla organizacji. Poniżej znajduje się tabela ze wskaźnikami i odniesieniem do strony, na której znajduje się właściwy wskaźnik. Więcej o Standardzie GRI: globalreporting.org.

Tabela 44. Wskaźniki GRI

			MIEJSCE W RAPORCIE (KLIKNIJ W LINK)
ZAŁOŻENIA I PODSTAWY RAPORTOWANIA			
RAPORTOWANIE	101	Założenia i podstawy raportowania	<ul style="list-style-type: none"> GRUPA AGORA O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
WSKAŹNIKI PROFILOWE PROFIL ORGANIZACJI			
INFORMACJE O FIRMIE	102-1	Nazwa organizacji	<ul style="list-style-type: none"> GRUPA AGORA
INFORMACJE O FIRMIE	102-2	Główne marki, usługi i / lub produkty	<ul style="list-style-type: none"> GRUPA AGORA
INFORMACJE O FIRMIE	102-3	Lokalizacja głównej siedziby	<ul style="list-style-type: none"> KONTAKT
INFORMACJE O FIRMIE	102-4	Liczba krajów w których działa organizacja i nazwy tych krajów	<ul style="list-style-type: none"> GRUPA AGORA
INFORMACJE O FIRMIE	102-5	Forma własności i forma prawna organizacji	<ul style="list-style-type: none"> GRUPA AGORA TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
INFORMACJE O FIRMIE	102-6	Obsługiwane rynki	<ul style="list-style-type: none"> GRUPA AGORA
INFORMACJE O FIRMIE	102-7	Skala działalności	<ul style="list-style-type: none"> GRUPA AGORA
PRACOWNICY			
MIEJSCE PRACY	102-8	Liczba pracowników według regionów działalności, wieku, płci oraz rodzaju umowy	<ul style="list-style-type: none"> TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY JESTEŚMY RÓŻNORODNI
ŁAŃCUCH DOSTAW			
ŁAŃCUCH DOSTAW	102-9	Łańcuch dostaw	<ul style="list-style-type: none"> BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM
ŁAŃCUCH DOSTAW	102-10	Znaczące zmiany w raportowanym okresie w zakresie łańcucha dostaw	<ul style="list-style-type: none"> O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
INFORMACJE O FIRMIE			
INFORMACJE O FIRMIE	102-12	Lista zewnętrznych inicjatyw przyjętych przez organizację	<ul style="list-style-type: none"> BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM
INFORMACJE O FIRMIE	102-13	Członkostwo w stowarzyszeniach	<ul style="list-style-type: none"> BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM
STRATEGIA			
ZARZĄDZANIE I STRATEGIA	102-15	Opis kluczowych wpływów, ryzyk i szans	<ul style="list-style-type: none"> RYZYKA NIEFINANSOWE TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
ETYKA I COMPLIANCE			
ETYKA I COMPLIANCE	102-16	Wartości, zasady, standardy i normy zachowania, takie jak kodeksy postępowania i kodeksy etyki organizacji	<ul style="list-style-type: none"> DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE
ETYKA I COMPLIANCE	102-17	Wewnętrzne i zewnętrzne mechanizmy w zakresie naruszeń zasad etycznych i prawa oraz kwestii związanych z uczciwością organizacji, takie jak przekazywanie tych kwestii do bezpośrednich przełożonych, mechanizmy informowania opinii publicznej przez sygnalistów (whistleblowing) o naruszeniach lub infolinie infolinie etyczne	<ul style="list-style-type: none"> DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE

ŁAD ORGANIZACYJNY			
ŁAD KORPORACYJNY	102-18	Struktura nadzorcza organizacji	<ul style="list-style-type: none"> TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
ŁAD KORPORACYJNY	102-19	Proces delegowania odpowiedzialności ds. ekonomicznych, środowiskowych i społecznych od najwyższych organów zarządzających do wyższego kierownictwa i innych pracowników	<ul style="list-style-type: none"> TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
ŁAD KORPORACYJNY	102-20	Odpowiedzialność zarządu za tematy ekonomiczne, społeczne i środowiskowe	<ul style="list-style-type: none"> TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
ŁAD KORPORACYJNY	102-21	Konsultowanie z interesariuszami kwestii ekonomicznych, społecznych i środowiskowych	<ul style="list-style-type: none"> TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
ŁAD KORPORACYJNY	102-22	Skład najwyższego organu nadzorczego organizacji	<ul style="list-style-type: none"> TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
ŁAD KORPORACYJNY	102-23	Określenie czy przewodniczący najwyższego organu nadzorczego jest również dyrektorem zarządzającym	<ul style="list-style-type: none"> TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
ŁAD KORPORACYJNY	102-24	Proces nominacji i wyboru członków najwyższego organu nadzorczego i komitetów	<ul style="list-style-type: none"> TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
ŁAD KORPORACYJNY	102-25	Działania i procedury pozwalające na uniknięcie konfliktu interesów członków najwyższego organu nadzorczego	<ul style="list-style-type: none"> TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
ŁAD KORPORACYJNY	102-26	Rola najwyższego organu zarządzającego w procesie opracowywania, zatwierdzania i aktualizowania celu organizacji, oświadczeń dotyczących jej wartości lub misji, strategii, polityk i celów związanych z wpływem na gospodarkę, środowisko i społeczeństwo	<ul style="list-style-type: none"> TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
ŁAD KORPORACYJNY	102-29	Rola najwyższego organu nadzorczego w zakresie identyfikacji i zarządzania wpływami i skutkami gospodarczymi, środowiskowymi i społecznymi oraz zagrożeniami i szansami z nimi związanymi	<ul style="list-style-type: none"> TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
ŁAD KORPORACYJNY	102-30	Rola najwyższego organu nadzorczego w przeglądzie skuteczności procesów zarządzania ryzykiem w organizacji dotyczącym tematów gospodarczych, środowiskowych i społecznych.	<ul style="list-style-type: none"> TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
ŁAD KORPORACYJNY	102-31	Przegląd kwestii ekonomicznych, społecznych i środowiskowych	<ul style="list-style-type: none"> TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
ŁAD KORPORACYJNY	102-32	Najwyższa komisja/komitet lub stanowisko, które dokonuje formalnego przeglądu i zatwierdza raport zrównoważonego rozwoju organizacji oraz zapewnienia, że wszystkie istotne aspekty zostały w nim uwzględnione.	<ul style="list-style-type: none"> TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
ZAANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY			
INTERESARIUSZE	102-40	Lista grup zaangażowanych interesariuszy	<ul style="list-style-type: none"> STRATEGICZNIE ROZWIJAMY CSR
PRAWA CZŁOWIEKA	102-41	Procent pracowników objętych umowami zbiorowymi i członków związków zawodowych	<ul style="list-style-type: none"> TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY JESTEŚMY RÓŻNORODNI
INTERESARIUSZE	102-42	Podstawy identyfikacji i selekcji zaangażowanych grup interesariuszy	<ul style="list-style-type: none"> STRATEGICZNIE ROZWIJAMY CSR O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
INTERESARIUSZE	102-43	Podejście organizacji do zaangażowania interesariuszy	<ul style="list-style-type: none"> STRATEGICZNIE ROZWIJAMY CSR O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
INTERESARIUSZE	102-44	Kluczowe kwestie i zagadnienia poruszane przez interesariuszy	<ul style="list-style-type: none"> STRATEGICZNIE ROZWIJAMY CSR O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
PRAKTYKA RAPORTOWANIA			
RAPORTOWANIE	102-45	Lista podmiotów ujętych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym organizacji	<ul style="list-style-type: none"> GRUPA AGORA
RAPORTOWANIE	102-46	Proces definiowania treści raportu oraz granic aspektów	<ul style="list-style-type: none"> O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
RAPORTOWANIE	102-47	Istotne aspekty zidentyfikowane w procesie definiowania zawartości raportu	<ul style="list-style-type: none"> O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
RAPORTOWANIE	102-48	Korekty w stosunku do poprzedniego raportu i przyczyny korekt	<ul style="list-style-type: none"> O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA

RAPORTOWANIE	102-49	Istotne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
RAPORTOWANIE	102-50	Okres raportowania	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
RAPORTOWANIE	102-51	Data publikacji ostatniego raportu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
RAPORTOWANIE	102-52	Cykl raportowania	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
RAPORTOWANIE	102-53	Dane kontaktowe	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
RAPORTOWANIE	102-54	Deklaracja zgodności ze Standardem GRI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
RAPORTOWANIE	102-55	Indeks GRI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ INDEKS GRI
RAPORTOWANIE	102-56	Zewnętrzna weryfikacja raportu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA			
ZARZĄDZANIE	103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz z wskazaniem ograniczeń	<ul style="list-style-type: none"> ▪ STRATEGICZNIE ROZWIJAMY CSR ▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY ▪ JESTEŚMY RÓŻNORODNI ▪ DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE ▪ BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM DZIAŁAMY NA RZECZ SPOŁECZEŃSTWA ▪ DBAMY O ŚRODOWISKO ▪ TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY ▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA
ZARZĄDZANIE	103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	
ZARZĄDZANIE	103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	

		WSKAŹNIKI TEMATYCZNE	MIEJSCE W RAPORCIE (KLIKNIJ W LINK)
		WSKAŹNIKI TEMATYCZNE – EKONOMICZNE	
		WYNIKI EKONOMICZNE	
WYNIKI EKONOMICZNE	201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona	<ul style="list-style-type: none"> ▪ GRUPA AGORA
WYNIKI EKONOMICZNE	201-4	Pomoc finansowa uzyskana od Państwa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ GRUPA AGORA ▪ YELDBIRD Z GRANTEM NCBiR NA INNOWACYJNY PRODUKT ADXo
		OBECNOŚĆ NA RYNKU	
OBECNOŚĆ NA RYNKU	202-1	Stosunek wynagrodzenia pracowników w podziale na płeć w stosunku do płacy minimalnej	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY
OBECNOŚĆ NA RYNKU	202-2	Odsetek wyższej kadry kierowniczej zatrudnionej w lokalnej społeczności	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY
		POŚREDNI WPŁYW EKONOMICZNY	
POŚREDNI WPŁYW EKONOMICZNY	203-1	Rozwój oraz wpływ inwestycji w infrastrukturę i usługi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ GRUPA AGORA
POŚREDNI WPŁYW EKONOMICZNY	203-2	Znaczący pośredni wpływ ekonomiczny, w tym skala tego wpływu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ GRUPA AGORA
		PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI I NADUŻYCIOM	
PRZECIWDZIAŁANIE	205-1	Działania oceniane pod kątem zagrożeń związanych z korupcją	<ul style="list-style-type: none"> ▪ DZIAŁAMY ETYCZNIE I

KORUPCJI I NADUŻYCIOM			ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE
PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI I NADUŻYCIOM	205-2	Komunikacja i szkolenia w zakresie polityki i procedur antykorupcyjnych organizacji	▪ DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE
PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI I NADUŻYCIOM	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	▪ DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE
ZASADY WOLNEJ KONKURENCJI			
ZASADY WOLNEJ KONKURENCJI	206-1	Kroki prawne podjęte wobec organizacji dotyczące przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji oraz praktyk monopolistycznych	▪ DZIAŁAMY ETYCZNIE I ROZWIJAMY SYSTEM COMPLIANCE ▪ TRANSPARENTNI WOBEC AKCJONARIUSZY ▪ DODATKOWE INFORMACJE
WSKAŹNIKI TEMATYCZNE – ŚRODOWISKOWE			
MATERIAŁY			
MATERIAŁY	301-1	Wykorzystywane materiały/surowce wg masy lub objętości	▪ DBAMY O ŚRODOWISKO
MATERIAŁY	301-2	Procent wykorzystywanych materiałów, które stanowią przetworzone materiały początkowe	▪ DBAMY O ŚRODOWISKO
MATERIAŁY	301-3	Procent odzyskanych materiałów ze sprzedawanych produktów i ich opakowań, według kategorii materiału	▪ DBAMY O ŚRODOWISKO
ENERGIA			
ENERGIA	302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji	▪ DBAMY O ŚRODOWISKO
ENERGIA	302-4	Zmniejszenie zużycia energii	▪ DBAMY O ŚRODOWISKO
WODA			
WODA	303-3	Pobór wody	▪ DBAMY O ŚRODOWISKO
WODA	303-4	Zużycie ścieków	▪ DBAMY O ŚRODOWISKO
WODA	303-5	Zużycie wody	▪ DBAMY O ŚRODOWISKO
EMISJA			
EMISJE	305-5	Redukcja emisji gazów cieplarnianych	▪ DBAMY O ŚRODOWISKO
ODPADY			
ODPADY	306-2	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem	▪ DBAMY O ŚRODOWISKO
ZGODNOŚĆ Z REGULACJAMI			
ZGODNOŚĆ Z REGULACJAMI	307-1	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu nieprzestrzegania prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska	▪ DBAMY O ŚRODOWISKO ▪ DODATKOWE INFORMACJE
WSKAŹNIKI TEMATYCZNE – SPOŁECZNE			
MIEJSCE PRACY – ZATRUDNIENIE			
ZATRUDNIENIE	401-1	Całkowita liczba i wskaźniki zatrudnienia nowych pracowników oraz rotacji pracowników	▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY
	401-2	Świadczenia zapewniane pracownikom pełnoetatowym	▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY
	401-3	Wskaźniki powrotu do pracy i utrzymania zatrudnienia po urlopie macierzyńskim/tacierzyńskim w podziale na płeć	▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY
MIEJSCE PRACY – ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO PRACY			
ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO PRACY	403-2	Wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych oraz nieobecności w pracy oraz liczba wypadków śmiertelnych związanych z pracą	▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY
	403-3	Pracownicy szczególnie narażeni na choroby związane z miejscem pracy	▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY
	403-5	Szkolenia i warsztaty dotyczące BHP	▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY
	403-6	Promocja zdrowego stylu życia	▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY
MIEJSCE PRACY – SZKOLENIA I ROZWÓJ			
SZKOLENIA I ROZWÓJ	404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika	▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY
SZKOLENIA I ROZWÓJ	404-3	Procent pracowników otrzymujących regularne oceny swoich wyników oraz informacje rozwoju zawodowego	▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY
MIEJSCE PRACY – RÓWNE SZANSE I RÓŻNORODNOŚĆ			

RÓWNE SZANSE I RÓŻNORODNOŚĆ	405-1	Skład ciał zarządzających i kadry pracowniczej w podziale na kategorie według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY ▪ JESTEŚMY RÓŻNORODNI
RÓWNE SZANSE I RÓŻNORODNOŚĆ	405-2	Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia kobiet i mężczyzn	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY ▪ JESTEŚMY RÓŻNORODNI
PRAWA CZŁOWIEKA			
PRZECIWDZIAŁANIE DYSKRIMINACJI	406-1	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji (incydentów o charakterze dyskryminacyjnym) i podjętych środków naprawczych	<ul style="list-style-type: none"> ▪ JESTEŚMY RÓŻNORODNI
PRAWA CZŁOWIEKA	412-1	Jednostki biznesowe organizacji poddane przeglądowi lub ocenie wpływu w zakresie poszanowania praw człowieka	<ul style="list-style-type: none"> ▪ JESTEŚMY RÓŻNORODNI
PRAWA CZŁOWIEKA	412-2	Całkowita liczba godzin szkoleniowych pracowników w zakresie polityki poszanowania praw człowieka	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TWORZYMY PRZYJAZNE MIEJSCE PRACY ▪ JESTEŚMY RÓŻNORODNI
SPOŁECZNOŚCI LOKALNE			
SPOŁECZNOŚCI LOKALNE	413-1	Jednostki biznesowe organizacji, uwzględniające zaangażowanie społeczne, mierzenie wpływu i programy rozwojowe	<ul style="list-style-type: none"> ▪ DZIAŁAMY NA RZECZ SPOŁECZEŃSTWA
ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKTY I USŁUGI			
ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO KLIENTA	416-2	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami oraz dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo na każdym etapie cyklu ich życia, w podziale na rodzaj skutków	<ul style="list-style-type: none"> ▪ BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM ▪ DODATKOWE INFORMACJE
ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKTY I USŁUGI			
MARKETING ORAZ OZNAKOWANIE PRODUKTÓW I USŁUG	417-2	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi informacji i znakowania produktów i usług w podziale na rodzaj skutków	<ul style="list-style-type: none"> ▪ BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM ▪ DODATKOWE INFORMACJE
MARKETING ORAZ OZNAKOWANIE PRODUKTÓW I USŁUG	417-3	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi komunikacji marketingowej, w tym reklam, promocji i sponsoringu, w podziale na rodzaj skutków	<ul style="list-style-type: none"> ▪ BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM ▪ DODATKOWE INFORMACJE
ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKTY I USŁUGI			
OCHRONA PRYWATNOŚCI KLIENTA	418-1	Całkowita liczba uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klienta i utraty danych klientów	<ul style="list-style-type: none"> ▪ BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM ▪ DODATKOWE INFORMACJE
ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKTY I USŁUGI – ZGODNOŚĆ Z PRAWEM			
ZGODNOŚĆ Z PRAWEM	419-1	Kwota istotnych kar z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi dostarczania i użytkowania produktów i usług	<ul style="list-style-type: none"> ▪ BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM ▪ DODATKOWE INFORMACJE
ZGODNOŚĆ Z REGULACJAMI SPOŁECZNO-EKONOMICZNYMI	419-1	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami	<ul style="list-style-type: none"> ▪ BUDUJEMY RELACJE Z OTOCZENIEM ▪ DODATKOWE INFORMACJE

KONTAKT

SIEDZIBA GŁÓWNA: Agora S.A., ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa
Dział Komunikacji Korporacyjnej, press@agora.pl

NINA GRABOŚ

dyrektor ds. komunikacji korporacyjnej

tel. 22 555 60 36

nina.grabos@agora.pl

MAGDALENA ANDREJCZUK

specjalistka ds. CSR i raportowania danych niefinansowych

tel. 507 095 211

magdalena.andrejczuk@agora.pl

Warszawa, 12 marca 2020 r.

Bartosz Hojka, Prezes Zarządu

Podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym

Tomasz Jagiełło, Członek Zarządu

Podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym

Agnieszka Sadowska, Członek Zarządu

Podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym

Anna Kryńska-Godlewska, Członek Zarządu

Podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym

Grzegorz Kania, Członek Zarządu

Podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym