

RAPORT ODPOWIEDZIALNOŚCI 2017

	str.
Nasza odpowiedzialność	2-10
▶ Słowo wstępu	2
▶ Nasze podejście	3
▶ Kluczowe obszary wpływu. Szanse i ryzyka	4-6
▶ Dialog z interesariuszami	7-8
▶ Rola mediów	9-10
Miejsce pracy i prawa człowieka	11-30
▶ Podejście do zarządzania	11-15
▶ Nasi pracownicy	16-18
▶ Miejsce pracy	19-21
▶ Programy dla pracowników	22-25
▶ Poszanowanie praw człowieka	26-28
▶ Różnorodność w miejscu pracy	29-30
Etyka i przeciwdziałanie nadużyciom	31-35
▶ Podejście do zarządzania	31
▶ Etyka reklamy	32
▶ Etyka dziennikarska	33
▶ Zapobieganie korupcji i nadużyciom	34
▶ Prywatność i bezpieczeństwo danych osobowych	35
Odpowiedzialność wobec klientów i dostawców	36-40
▶ Podejście do zarządzania	36
▶ Łańcuch dostaw i nasz wpływ	37
▶ Relacje z kontrahentami	37
▶ Relacje z klientami	38-39
▶ Standardy obsługi klientów	39
▶ Dobre praktyki	40

Wpływ społeczny i środowiskowy	41-50
▶ Podejście do zarządzania – wpływ społeczny	41-42
▶ Zaangażowanie społeczne	43-44
Aneks – dobre praktyki Agory S.A.	77-88
▶ Podejście do zarządzania – wpływ środowiskowy	45-46
▶ Wpływ i oddziaływanie na środowisko	47-49
▶ Dobre praktyki środowiskowe	50
Ład korporacyjny	51-61
▶ Podejście do zarządzania	51-52
▶ Struktura firmy	53-57
▶ Transparentność	58
▶ RESPECT Index	59
▶ Zarządzanie ryzykiem	60
▶ Dodatkowe informacje	61
Agora S.A.	62-70
▶ Nasza działalność	62-65
▶ Wizja i Misja. Wartości	66
▶ Cele strategiczne	67-68
▶ Nagrody Agory S.A.	69
▶ Kluczowe wyniki finansowe	69
▶ Zaangażowanie w inicjatywy zewnętrzne	70
O Raporcie:	71-75
▶ Informacje o Raporcie	71
▶ Indeks GRI	72-75
Kontakt	76

SŁOWO WSTĘPU [G4-1] [G4-18]

Szanowni Państwo,

prezentujemy „Raport Odpowiedzialności Agory S.A. za 2017 rok”, który zawiera najistotniejsze informacje oraz wskaźniki niefinansowe związane z naszą działalnością we wszystkich obszarach biznesowych. Raport jest wypełnieniem przez Agorę obowiązku wynikającego z Dyrektywy 2014/95/UE oraz wyrazem naszej transparentności. Czujemy się odpowiedzialni za nasz wpływ na otoczenie i chcemy tworzyć wartość dla społeczeństwa, dlatego stawiamy na: rozwój oparty na odpowiedzialności, budowanie trwałych relacji z otoczeniem i różnorodność w myśl zasady „Codziennie odpowiedzialni”.

Dzięki raportowi mogą Państwo jeszcze lepiej poznać naszą działalność, szczególnie w obszarach: miejsce pracy i prawa człowieka, etyka i przeciwdziałanie nadużyciom, odpowiedzialność wobec klientów i dostawców, wpływ społeczny i środowiskowy oraz ład korporacyjny. Kontekst zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu został zaprezentowany z uwzględnieniem naszych interesariuszy.

W 2017 roku Agora S.A. zadebiutowała w RESPECT Index, czyli indeksie spółek odpowiedzialnych Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. To dla nas ogromne wyróżnienie, ale również mobilizacja do dalszej pracy. 2018 będzie rokiem ogłoszenia nowej strategii biznesowej Agory, ale też rokiem nowych wyzwań w zakresie naszej odpowiedzialności. Pracujemy nad kodeksem etyki zbierającym nasze wewnętrzne zasady i regulacje, kontynuujemy nasze liczne działania społeczne, edukacyjne, kulturowe i charytatywne oraz programy skierowane do pracowników.

Zdajemy sobie sprawę, jak ważne w dzisiejszych czasach jest zaufanie, dlatego niniejszy raport oparliśmy o międzynarodowe Wytyczne Global Reporting Initiative (GRI-G4), które służą organizacjom do przygotowania wyważonego, porównywalnego, dokładnego, przejrzystego i wiarygodnego opracowania informacji.

Mam nadzieję, że nasz raport spotka się z Państwa zainteresowaniem.

Zapraszam do lektury i podzielenia się z nami swoimi opiniami!

Bartosz Hojka, prezes zarządu Agory S.A.

NASZA ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Odpowiedzialność rozumiemy jako nasz wpływ na otoczenie i tworzenie wartości dla społeczeństwa

NASZE PODEJŚCIE [G4-19]

Codziennie odpowiedzialni

⇒ ROZWÓJ

Rozwój opieramy na odpowiedzialności

- Odpowiedzialnie rozwijamy naszą działalność. Dbamy o transparentność.
- Nasi pracownicy mogą rozwijać swoje kompetencje i zdobywać nowe doświadczenia.
- Inicjujemy i włączamy się w partnerstwa na rzecz rozwoju społecznego i zrównoważonego rozwoju.

⇒ RELACJE

Budujemy trwałe relacje z otoczeniem

- Wyróżniamy się wysokimi standardami etyki i uczciwie realizujemy zobowiązania.
- Naszą ambicją jest bycie firmą pierwszego wyboru dla naszych odbiorców, partnerów biznesowych i pracowników. Chcemy to osiągnąć dzięki budowaniu zaufania w codziennych relacjach.
- Prowadzimy dialog z interesariuszami i budujemy trwałe relacje z otoczeniem.

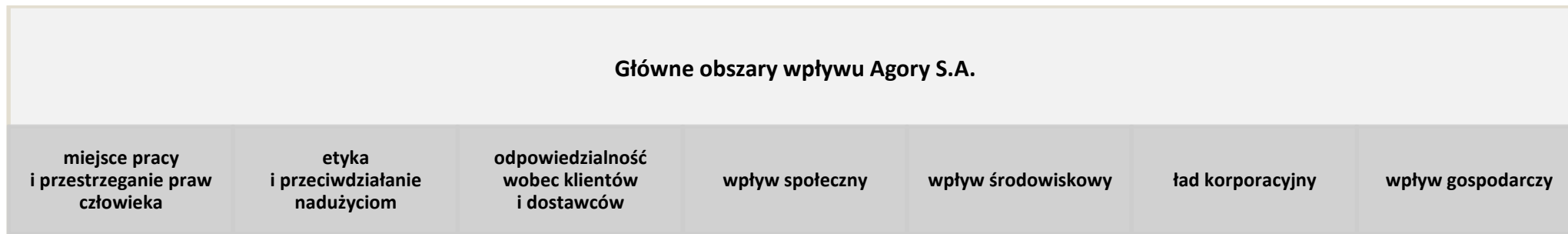
⇒ RÓŻNORODNOŚĆ

Cenimy różnorodność w społeczeństwie i w miejscu pracy

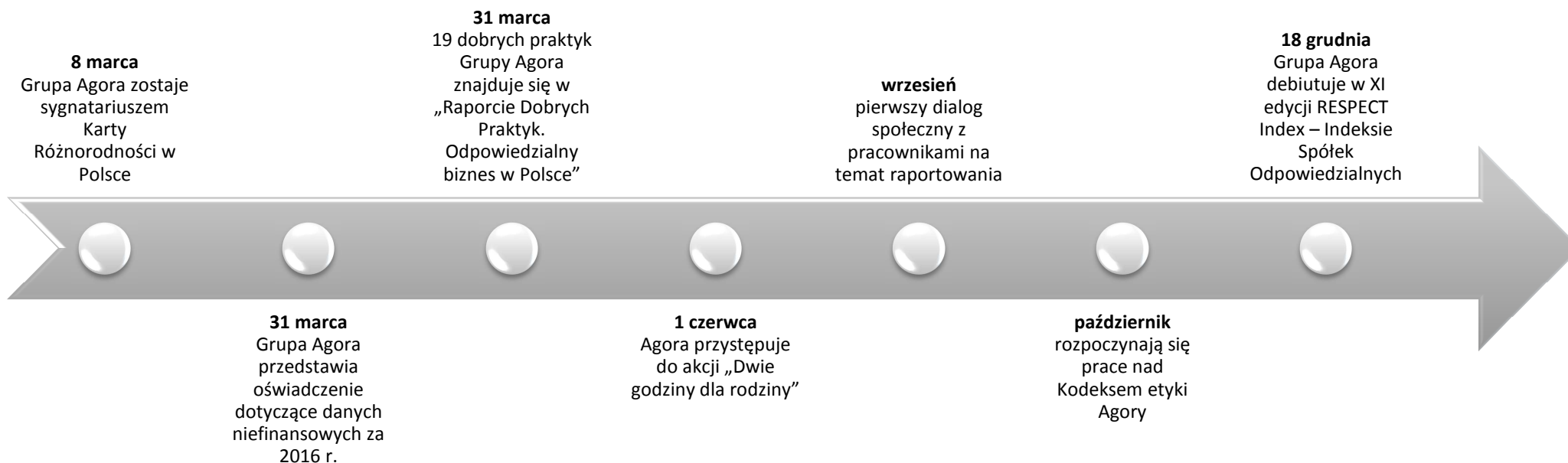
- Docieramy z naszymi produktami i usługami z obszaru mediów, rozrywki i reklamy do szerokiego grona różnorodnych odbiorców.
- Tworzymy miejsce pracy sprzyjające różnorodności, oparte na szacunku i otwartości.
- Odwaga i innowacyjność to zasady, którymi kierujemy się w naszych działaniach biznesowych i społecznych.

KLUCZOWE OBSZARY WPŁYWU [G4-2] [G4-19] [G4-20] [G4-21]

Agora zdefiniowała kluczowe obszary wpływu na otoczenie zewnętrzne. Zostały one szczegółowo opisane w poszczególnych częściach Raportu odpowiedzialności.



WYBRANE WYDARZENIA ZWIĄZANE Z ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ AGORY W 2017 R.



CELE GRUPY AGORA (W TYM AGORY S.A.) DOTYCZĄCE ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU NA 2017 R.

W 2017 r. w Oświadczeniu na temat danych niefinansowych przedstawiliśmy cele związane z odpowiedzialnością Grupy Agora. Realizacja tych celów opisana jest w poszczególnych częściach Raportu. Poniżej znajduje się ich podsumowanie:

Obszar	Cel	Stopień realizacji	Uwagi
Ekonomia	Analiza trendów rynkowych oraz monitoring wyników ekonomicznych Grupy Agora w kontekście założonych celów strategicznych.	***	Zobacz więcej → O Grupie
Środowisko	Kontynuacja działań środowiskowych, audyt środowiskowy w siedzibie głównej.	***	Zobacz więcej → Wpływ środowiskowy
Pracownicy	Działania mające na celu podnoszenie świadomości i wiedzy wśród pracowników na temat przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi. Podpisanie Karty Różnorodności.	***	Zobacz więcej → Miejsce pracy i prawa człowieka
Etyka	Usystematyzowanie regulacji, procedur i polityk antykorupcyjnych oraz przeciwdziałających nadużyciom w postaci Kodeksu Etyki wraz z mechanizmami monitorującymi.	**	W 2017 r. rozpoczęły się prace nad Kodeksem etyki Agory. Powstała analiza wewnętrznych regulacji oraz polityk. Został powołany Komitet ds. etyki. Przygotowano i zrealizowano badanie wśród pracowników. W prace włączony jest zarząd, który na bieżąco przyjmuje relacje z zakończeniem kolejnych etapów prac i uczestniczy w ustalaniu kolejności. Zobacz więcej → Etyka i przeciwdziałanie nadużyciom
Produkty i usługi	Monitoring kwestii związanych z komunikacją marketingową, zgodnością z regulacjami oraz ochroną danych osobowych klientów.	***	Zobacz więcej → Odpowiedzialność wobec klientów i dostawców
Społeczeństwo	Podnoszenia efektywności działań społecznych. Rozszerzenie zaangażowania w projekty społeczne inicjowane w ramach Grupy Agora na większą liczbę mediów i marek Grupy.	***	Zobacz więcej → Wpływ społeczny

Stopień realizacji:

*** - pełny;

** - w trakcie realizacji;

* - brak podjętych działań

CELE GRUPY AGORA (W TYM AGORA S.A.) DOTYCZĄCE ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU NA 2018 R.

Zarządzanie:	Raportowanie:	Etyka i przeciwdziałanie nadużyciom:	Miejsce pracy:	Środowisko:	Odpowiedzialność za produkty i usługi:
<ul style="list-style-type: none"> przygotowanie dokumentu określającego strategiczne kierunki odpowiedzialności Grupy Agora. 	<ul style="list-style-type: none"> zakończenie prac nad raportem społecznym i jego publikacja. Dialogiem z interesariuszami w kolejnym procesie raportowania. 	<ul style="list-style-type: none"> wdrożenie Kodeksu etyki oraz mechanizmu zgłaszania nieprawidłowości w Grupie Agora. 	<ul style="list-style-type: none"> wprowadzenie systemowych szkoleń związanych z przeciwdziałaniem dyskryminacji i mobbingowi. 	<ul style="list-style-type: none"> przygotowanie i wdrożenie polityki środowiskowej dla Grupy Agora. 	<ul style="list-style-type: none"> przygotowanie spójnych zasad dialogu z interesariuszami.

RYZYKA NIEFINANSOWE [G4-2] [G4-14] [G4-19] [G4-45] [G4-46] [G4-M]

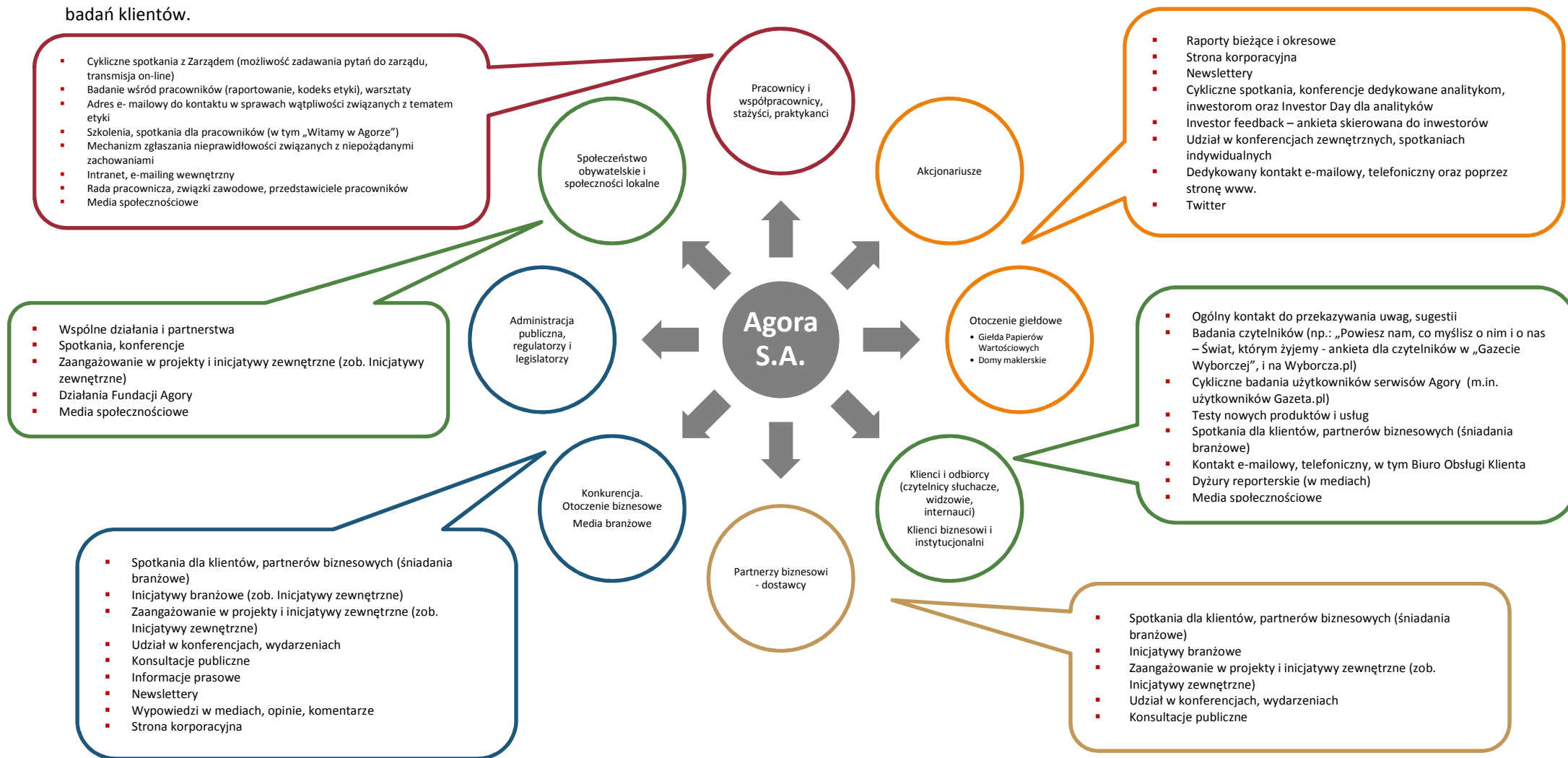
Grupa Agora (w tym Agora S.A.) systematycznie przeprowadza monitoring i ocenę ryzyk związanych z bieżącą działalnością. W poniższym zestawieniu przedstawione są ryzyka niefinansowe obejmujące: ryzyko ekonomiczne i prawne, ryzyko pracownicze, ryzyko związane z łańcuchem dostaw i relacją z klientami, ryzyko środowiskowe, ryzyko działalności medialnej, ryzyko związane z prawami człowieka, ryzyko związane z korupcją i nadużyciami, ryzyko związane z działalnością społeczną. Odpowiedzi na te ryzyka są zawarte w poszczególnych częściach Raportu odpowiedzialności.

<p>Ryzyko ekonomiczne, prawne i ekonomiczne</p> <p>Grupa Agora aktywnie śledzi i analizuje trendy rynkowe oraz swoje otoczenie zewnętrzne. Główne ryzyka w tym obszarze to:</p> <ul style="list-style-type: none"> ryzyko makroekonomiczne związane z koniunkturą gospodarczą, popytem na produkty i usługi, zmiany struktury rynku reklamowego, globalne trendy w sposobie konsumpcji mediów, ryzyko zmian preferencji konsumentów i reklamodawców, ryzyko działania niezgodnie z prawem, wewnętrznymi regulacjami, ryzyko finansowe (walutowe, zmian stóp procentowych), ryzyko gwałtownych zmian legislacyjnych. 	<p>Ryzyko pracownicze</p> <p>Kwestie pracownicze są jednym z najważniejszych obszarów odpowiedzialności Agory S.A. Firma prowadzi działania zmierzające do zminimalizowania następujących ryzyk:</p> <ul style="list-style-type: none"> ryzyko utraty kluczowych pracowników i ważnych kompetencji, ryzyko wysokiej rotacji pracowników (koszty rekrutacji nowych pracowników), ryzyko nierównego traktowania pracowników (pod względem wynagrodzeń, dostępu do szkoleń, awansu etc.), ryzyko sporów zbiorowych z pracownikami oraz konfliktu na linii pracodawca-pracownik. 	<p>Ryzyko związane z łańcuchem dostaw i relacją z klientami</p> <p>Główne obszary odpowiedzialności za produkt w Agorze S.A. 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"> ryzyko naruszenia prawa lub regulacji, np. wyciek danych czy nieuprawnione wykorzystanie danych i treści. Niesie to ze sobą ryzyko reputacyjne oraz finansowe (kary, grzywny), ryzyko związane z odpowiedzialnością w całym łańcuchu dostaw. 	<p>Ryzyko środowiskowe</p> <p>Ze względu na specyfikę działalności, głównie usługowej, kwestie środowiskowe nie są kluczowymi obszarami ryzyka Agory S.A. Firma bierze pod uwagę ryzyka związane ze swoją działalnością, przede wszystkim w ramach prowadzonej działalności poligraficznej 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>Ryzyko 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: kwestie manipulacji komunikatem („post-prawdy”), wiarygodność źródeł, niezależność, transparentność, rzetelność.</p> <p>Ryzyka związane z działalnością medialną: brak transparentności, utrata zaufania publicznego.</p>	<p>Ryzyko związane z prawami człowieka</p> <p>Kwestia przestrzegania praw człowieka jest normowana w Agorze S.A. 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 Agory S.A. 	<p>Ryzyko związane z 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>Ryzyko związane z działalnością społeczną</p> <p>Wpływ na społeczności lokalne we wszystkich lokalizacjach działalności Agory S.A. 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> ryzyko braku transparentności w ramach przyznawania środków, ryzyko braku należytej staranności przy wyborze partnera społecznego, ryzyko konfliktu interesów, ryzyko uzyskania rezultatów niewspółmiernych do wydatkowanych środków.

DIALOG Z INTERESARIUSZAMI [G4-24] [G4-25][G4-26] [G4-27]

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

Agora dąży do systematycznego kontaktu ze wszystkimi interesariuszami, np. w formie: odpowiadania na pytania, opinie, 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.



DIALOG W PROCESIE RAPORTOWANIA [G4-18] [G4-19] [G4-20] [G4-21] [G4-24] [G4-25][G4-26] [G4-27]

CEL: Celem badania było zidentyfikowanie istotnych dla pracowników całej Grupy Agora (w tym Agory S.A.) aspektów niefinansowych, czyli takich które w ich opinii powinny zostać zaprezentowane w raporcie niefinansowym Grupy Agora i Agory S.A. za 2017 r. Badanie było częścią dialogu z interesariuszami prowadzonego w ramach procesu raportowania, zgodnie z międzynarodowymi Wytycznymi GRI G4.

O BADANIU: Pracownicy otrzymali zaproszenie do wypełnienia anonimowej ankiety w formie elektronicznej (metoda CAWI), za pomocą zewnętrznego serwisu. Zbieranie danych odbywało się w okresie: 7-25 września 2017 r.

RESPONDENCI: Adresatami badania byli wszyscy pracownicy Grupy Agora (w tym Agory S.A.), odpowiedzi udzieliło **361 osób**. Ankieta została zaś wyświetlona ponad tysiąc razy. Średni staż pracy respondentów wyniósł **8,5 roku**, wśród osób wypełniających ankietę **54%** to kobiety, zaś **46%** to mężczyźni.

Najważniejsze obszary wskazane przez pracowników to: **miejsce pracy** i kwestie związane z **etyką** oraz **odpowiedzialnością za produkty i usługi**. Najczęściej w odpowiedziach pojawiały się następujące kwestie:



Dialog w procesie raportowania polegał również na zebraniu opinii inwestorów w ramach feedbacku inwestorskiego, a także analizie oczekiwań pozostałych interesariuszy na podstawie dostępnych informacji.

Dzięki zebranych odpowiedziom, Agora przygotowała Raport odpowiedzialności za 2017 r., biorąc pod uwagę poniższe zagadnienia:

Miejsce pracy	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Benefity i świadczenia pozapłacowe dla pracowników ▪ Szkolenia i rozwój zawodowy ▪ Wynagrodzenie ▪ Zmiany w zatrudnieniu 	Prawa człowieka	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Przeciwdziałanie dyskryminacji i mobbingowi ▪ Możliwości wewnętrznego zgłaszania nieprawidłowości ▪ Edukacja i komunikacja na temat praw człowieka
Odpowiedzialność za produkty i usługi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Komunikacja marketingowa (etyka reklamy) ▪ Prywatność klienta i bezpieczeństwo danych osobowych ▪ Zgodność z regulacjami 	Środowisko	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edukacja ekologiczna i środowiskowa ▪ Zarządzanie odpadami ▪ Zużycie energii
Etyka	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etyka w relacjach z klientami i kontrahentami ▪ Możliwości wewnętrznego zgłaszania nieprawidłowości ▪ Uczciwa konkurencja 	Społeczeństwo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Działalność kulturalna ▪ Działalność społeczna i obywatelska ▪ Działalność charytatywna ▪ Działalność edukacyjna ▪ Wpływ działalności na rozwój społeczny

ROLA MEDIÓW [G4-DMA-M] [G4-M3] [G4-M6] [G4-M7]

Działalność mediów Agory opiera się na wartościach i zasadach zgodnych z przyjętymi kodeksami, przede wszystkim zaś z wewnętrznymi wytycznymi: „Kartą Agory” i „Kodeksem Dziennikarskim”. -> więcej w części: **Etyka i przeciwdziałanie nadużyciom.**

Media Agory traktują niezależność jako jedną z najważniejszych wartości, obok dbałości o jakość i rzetelność przygotowywanych materiałów. Starają się one rozwijać wśród odbiorców umiejętność korzystania z mediów oraz krytycznego myślenia. Media Agory stoją na straży wiarygodności publikowanych informacji i rzetelności. Równocześnie dziennikarze i pracownicy Agory czynnie włączają się w akcje społeczne oraz inicjują szereg działań, kampanii i inicjatyw, które angażują lokalne społeczności i poruszają ważne problemy społeczne.

Jerzy B. Wójcik, wydawca „Gazety Wyborczej”

Od początku „Gazety Wyborczej” mamy ten sam cel – chcemy informować Polaków o ważnych sprawach, zwracać uwagę na to, co naszym zdaniem ma znaczenie, dzielić się poglądami, spierać. Pomóc ogarnąć świat. Być z czytelnikami na co dzień w najwygodniejszej dla nich formie – papierowej czy elektronicznej.

Czasy się zmieniają i sposób robienia gazet także, ale rola dziennikarza w nowoczesnym świecie niewiele się różni od tej sprzed 50 czy więcej lat. Blogerzy i użytkownicy, którzy opisują to, co widzą, nie zastąpią go. To dziennikarz sprawdza fakty, dociera do źródła, analizuje i porównuje, a redakcja i wydawca biorą odpowiedzialność za to, co publikuje. Oczywiście, dziennikarze i redaktorzy w świecie nowoczesnych platform i technologii muszą z jednej strony wiedzieć, co ich czytelnicy lubią i co jest im potrzebne. Z drugiej – muszą mieć odwagę pójść wbrew danym i statystykom. Dobry dziennikarz wie, kiedy powinien to zrobić. Nasi to wiedzą.

Paweł Stremski, dyrektor programowy grupy Gazeta.pl

Gazeta.pl jako nowoczesne medium stara się być elementem codziennego rytuału aktywnych użytkowników internetu - towarzyszyć im w różnych momentach dnia na różnych platformach, informując, doradzając, inspirując i zapewniając rozrywkę.

W dobie rozproszonych informacji i mediów społecznościowych, relacja z czytelnikami i ich zaufanie do medium znaczą więcej niż kiedykolwiek. Dlatego głos czytelników - w formie listów i komentarzy - stawiamy często na równi z opiniami naszych czołowych dziennikarzy: Rafała Hirscha, Grzegorza Sroczyńskiego czy Pawła Wilkowicza. Jednocześnie promujemy pozytywnych bohaterów z różnych dziedzin życia społecznego i postawy, które zmieniają rzeczywistość na lepsze, a także pozwalają wspólnie przeżywać pozytywne emocje. Razem z naszymi użytkownikami aktywnie kibicujemy fantastycznym polskim paraolimpijczykom, wspieramy Greenpeace w akcji ratowania pszczoł i co roku gramy z Wielką Orkiestrą Świątecznej Pomocy.

Poznaj dobre praktyki

-> Zaangażowanie społeczne

DOBRE PRAKTYKI

W 2017 r. Agora inicjowała projekty, które realizowały cele z zakresu odpowiedzialności mediów: niezależnością, różnorodnością, edukacją odbiorców w zakresie korzystania z mediów i angażowaniem w tworzone treści.



Przegląd newsów tworzonych wyłącznie przez kobiety – dziennikarki i redaktorki ze wszystkich, nie tylko największych krajów Europy.



Serwis informacyjny i narzędzie przedstawiające i analizujące fakty oraz dane w przystępnej formie, którego misją jest kształtowanie postaw obywatelskich, i zachęcanie do samostanowienia.

„Pryvit” – pierwsza bezpłatna gazeta dla Ukraińców we Wrocławiu

„Gazeta Wyborcza” stara się przełamywać stereotypy na temat Ukraińców. W Polsce często postrzegani są jako tania siła robocza. Jednak wbrew temu, co się wydaje, przybysze z Ukrainy pracują nie tylko na budowach czy w sklepach, ale są również cenionymi specjalistami, np. z branży IT.

Według dostępnych szacunków już co dziesiąty mieszkaniec Wrocławia pochodzi z Ukrainy. Stąd pomysł, by wydać gazetę dla tych osób w ich ojczystym języku - „pryvit” po ukraińsku oznacza „cześć”. Artykuły do wydania przygotowali dziennikarze „Gazety Wyborczej” i sami Ukraińcy. 18 października 2017 r. ukazał się pierwszy, pilotażowy numer gazety „Pryvit Wrocław”.

Wśród ukraińskich autorów „Pryvit” są osoby, które mieszkają we Wrocławiu już kilka lat, ale też osoby, które przyjechały zaledwie parę miesięcy temu. Dzielą się one z czytelnikami swoimi doświadczeniami – podpowiadają m.in. jak zalegalizować pobyt, znaleźć mieszkanie, pracę czy zapisać dziecko do szkoły. Piszą też o swoich pierwszych wrażeniach w mieście i problemach na jakie można się natknąć zaraz po przyjeździe.

Wydawcy zależy, aby dzięki gazecie „Pryvit Wrocław” Ukraińcy lepiej poznali Wrocław, dowiedzieli się, jak korzystać z miasta i imprez w nim organizowanych, a przez to szybciej integrowali się z Polakami. W ten sposób Agora wspiera budowanie różnorodnego społeczeństwa.

Gazeta „Pryvit Wrocław” jest dostępna za darmo w miejscach, które często odwiedzają Ukraińcy, 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/wroclaw/0,0.html>

Pilotażowe wydanie ukazało się w 2017 r. w nakładzie 10 tys. egz. Gazeta liczyła 16 stron. Wydawnictwo będzie kontynuowana.

Więcej: Wroclaw.Wyborcza.pl

MIEJSCE PRACY I PRAWA CZŁOWIEKA

Tworzymy atmosferę i kulturę organizacyjną, które zapewniają równe traktowanie i poszanowanie praw człowieka!

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA [G4-DMA-LA] [G4-27][G4-56]

Dla naszych pracowników chcemy, by Agora była atrakcyjnym miejscem pracy, w którym pracownicy mogą się rozwijać. Chcemy też zapewnić pracownikom otwarte na różnorodność miejsce pracy, w którym naczelnymi zasadami są: równe traktowanie, respektowanie praw człowieka oraz szacunek.

Dzięki kompetencjom i doświadczeniu naszych pracowników możemy realizować cele strategiczne oraz rozwijać działalność. Zaangażowanie pracowników pozwala na inicjowanie działań społecznych, edukacyjnych i kulturowych oraz wpływa na sukces finansowy Agory S.A.

Istotność aspektów niefinansowych w kategorii Miejsce pracy zidentyfikowana w procesie dialogu:

Więcej: Dialog z interesariuszami



Podejście do kwestii pracowniczych ma w Agorze S.A. wielowymiarowy charakter. Składają się na nie m.in.: wewnętrzne regulacje w formie polityk i regulaminów. Są to również działania podejmowane przez pracodawcę, które mają na celu budowania przyjaznego, otwartego i dającego możliwości rozwoju miejsca pracy.



W Agorze S.A. w zakresie stosunku pracy obowiązują następujące regulacje:

▪ **Regulamin pracy**

Regulamin pracy jest dokumentem **wewnętrznym** obowiązującym **jako niezależny dokument**. Reguluje on organizację i porządek w procesie pracy oraz związane z tym prawa i obowiązki pracodawcy i pracowników. Przepisy obowiązują wszystkich bez względu na zajmowane stanowisko, rodzaj umowy o pracę czy wymiar czasu pracy. Zakres regulaminu pracy obejmuje m.in. takie obszary jak: organizacja pracy, czas i miejsce pracy, ochrona kobiet w ciąży, zatrudnianie młodocianych oraz obowiązki w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy.



-> Więcej: **Miejsce pracy**

▪ **Regulamin tworzenia Funduszu Świadczeń Socjalnych**

Regulamin tworzenia Funduszu Świadczeń Socjalnych określa zasady tworzenia takiego funduszu, zasady jego gospodarowania, uprawnienia i warunki do otrzymywania świadczeń z jego środków. Jest on **wewnętrznym** dokumentem.

Regulamin korzystania z systemu kafeteryjnego MyBenefit oraz świadczenia usług drogą elektroniczną określa zasady korzystania z internetowego systemu kafeteryjnego MyBenefit oraz zasady opłacania dostępnych w nim świadczeń przez użytkowników systemu, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość.



-> Więcej: **Programy dla pracowników**

▪ **Regulamin wynagradzania pracowników**

Regulamin wynagradzania wraz z załącznikami określa warunki wynagradzania wszystkich pracowników bez względu na rodzaj umowy o pracę i zajmowane stanowisko.

Zgodnie z jego zasadami pracownikowi przysługuje wynagrodzenie odpowiednie do rodzaju wykonywanej pracy i posiadanych kwalifikacji.

Regulamin jest dokumentem **wewnętrznym**.



-> Więcej: **Miejsce pracy**

▪ Polityka wynagradzania kluczowych menadżerów Grupy Agora i Agory S.A.

Celem polityki wprowadzonej na poziomie całej Grupy Agora, obowiązującej również w spółce Agora S.A. 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 był dopasowany do warunków rynkowych i sytuacji finansowej firmy, a zarazem konkurencyjny.



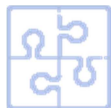
- Zapoznaj się z treścią polityki <https://www.agora.pl/polityka-wynagradzania-kluczowych-menadzerow-grupy-agora-2>

-> Więcej: **Miejsce pracy**

▪ Polityka różnorodności realizowana w Grupie Agora i w Agorze S.A.

Celem polityki wprowadzonej na poziomie całej Grupy Agora, obowiązującej również w spółce Agora S.A. 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.



- Zapoznaj się z treścią polityki <https://www.agora.pl/polityka-roznorodnosci-2>

-> Więcej: **Różnorodność w miejscu pracy**

▪ Polityka w zakresie ochrony pracowników przed dyskryminacją i mobbingiem

Celem polityki jest stworzenie miejsca pracy wolnego od dyskryminacji i mobbingu pracowników. Agora jako pracodawca zapewnia każdemu prawo do pracy w profesjonalnym środowisku, gwarantującym równość szans i nie dopuszczającym praktyk dyskryminacyjnych. Szacunek dla każdego członka zespołu i jego rozwoju jest dla firmy najwyższą wartością. Zgodnie z polityką w Agorze S.A. funkcjonuje specjalna komórka, do której każdy z pracowników może bez obaw zgłosić ewentualne przypadki nadużyć.

Agora S.A. jest jedną z pierwszych spółek, w której powstała polityka przeciwdziałania dyskryminacji i molestowaniu w miejscu pracy. Jej pierwsza wersja weszła w życie już w 2003 r.

Pracownicy Agory S.A. biorący udział w szkoleniach „Witamy w Agorze” są informowani o polityce.



-> Więcej: **Poszanowanie praw człowieka**

▪ **Polityka szkoleniowa – Agora S.A.**

Polityka szkoleniowa opiera się na świadomości znaczenia ludzi w organizacji. Szkolenia są źródłem wiedzy i umiejętności, pozwalają skutecznie wdrażać zmiany i doskonalić procesy. W polityce tej określone są zasady istotne przy projektowaniu i realizowaniu szkoleń. Takie podejście pozwala na maksymalne wykorzystanie tych narzędzi do osiągnięcia celów biznesowych, rozwoju pracowników i zachowania synergii między projektami szkoleniowymi realizowanymi w firmie. Polityka jest dokumentem wewnętrznym.



-> Więcej: **Miejsce pracy**

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

Porozumienie w sprawie warunków stosowania telepracy w Agorze S.A. zawarte w Warszawie w dniu 6 lipca 2016 r. ustala warunki zatrudnienia pracowników w formie telepracy. Dokument ma charakter wewnętrzny.



-> Więcej: **Miejsce pracy**

▪ **Rozmowy rozwojowe**

Od 2017 r. zamiast dotychczasowej oceny rocznej pracowników wprowadzone zostały rozmowy rozwojowe. Dla pracowników i przełożonych przygotowano zostały zasady, które regulowane są w następujących dokumentach wewnętrznych:

- ➔ Instrukcja prowadzenia rozmów rozwojowych,
- ➔ Arkusz Rozmowy Rozwojowej 2016,
- ➔ Procedura odwoławcza dot. oceny celów i zadań.

Zadaniem dokumentów jest wskazanie, jakie są cele rozmów rozwojowych, jak powinny one przebiegać oraz w jaki sposób pracownik może się od nich odwołać.



-> Więcej: **Miejsce pracy**

Bezpieczeństwo i Higiena Pracy

Agora S.A. wypełnia wszelkie wymogi prawne i formalne oraz podejmuje uporządkowane działania w celu zapobiegania wypadkom oraz urazom w miejscu pracy. Zadaniem wewnętrznych szkoleń w tym obszarze jest zapobieganie wystąpieniu wypadków oraz urazów w miejscu pracy, a także usystematyzowanie podejścia do bezpieczeństwa i higieny pracy.

Wypracowane zostały:

- Instrukcja ogólny i pierwsza pomoc (określa obowiązki i uprawnienia pracodawcy w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy),
- Zarządzenia dotyczące: szkoleń pracowników, wypadków przy pracy, badań lekarskich, Komisji BHP, Odzieży Roboczej, Instrukcji BHP, okularów korygujących, prac wzbronionych,
- Instrukcje BHP,
- Oceny ryzyka zawodowego.



-> Więcej: **Miejsce pracy**

Karta Różnorodności



jako sygnatariusz Karty Różnorodności, aktywnie przeciwdziała dyskryminacji, wprowadzania polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy.

8 marca 2017 r. Grupa Agora (w skład której wchodzi Agora S.A.) została Sygnatariuszem Karty Różnorodności jako pierwsza grupa medialna w Polsce.

Dołączyliśmy do grona pracodawców z całej Europy działających na rzecz różnorodności w miejscu pracy. Zobowiązaliśmy się do wdrażania zasad zarządzania różnorodnością i polityki równego traktowania oraz ich promowania i upowszechniania wśród wszystkich interesariuszy organizacji.



PRZECZYTAJ KARTĘ RÓŻNORODNOŚCI

-> Więcej: **Różnorodność w miejscu pracy**



Różnorodność jest fundamentalną wartością społecznego społeczeństwa. Polityka równego traktowania i zarządzania różnorodnością przynosi wymierne korzyści i wpływa na rozwój oraz innowacyjność organizacji. Mając na uwadze znaczenie dla różnorodnego, wielokulturowego społeczeństwa oraz klucze do sukcesu naszej polityki równego traktowania są: **niezależność, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, rasa, narodowość, pochodzenie etniczne, religia, wyznanie, bezprzynależność, przynależność polityczna, przynależność migracyjna, orientacja seksualna, tożsamość płciowa, status rodzinny, styl życia, forma, zakres i podstawa zatrudnienia, pozostałe typy współpracy oraz inne przesłanki narzucające na zachowanie dyskryminacyjne** naszą organizacja zobowiązuje się do wdrażania zasad zarządzania różnorodnością i polityki równego traktowania oraz ich promowania i upowszechniania wśród wszystkich interesariuszy organizacji. Maże na omawiać powyższe, zobowiązujemy się do:

- tworzenia atmosfery i kultury organizacyjnej, która zapewni szacunek dla różnorodności, poprzez włączenie zarządzania różnorodnością i kwestii zarządzania wielo- i różnorodności do polityki i procedur stosowanych w naszej organizacji;
- wypracowania wypracowanych, wewnętrznie regulujących rozwiązań w celu rozwoju polityki równego traktowania w tym wskazania osoby lub zespołu kierującego procesami przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi w miejscu pracy;
- wypracowania i wdrożenia polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy, ze szczególnym uwzględnieniem obszarów: **rekrutacji, dostępu do szkoleń i awansów, wynagrodzeń, godności obywatelskiej zawodowych z systemem prawnym i rodzinnym, ochrony przed mobbingiem oraz ochrony przed nieuczciwym zwolnieniem;**
- wypracowania monitoringów antydyskryminacyjnego oraz antymobbingowego, a także wykluczenia

edukacji na temat przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi, w celu podniesienia świadomości i wiedzy na ten temat poprzez szkolenia, warsztaty i działania skierowane odpowiedzialnie do wszystkich osób zatrudnionych, w tym w szczególności do kadry zarządzającej;

- prowadzenia dialogu z osobami zatrudnionymi na temat przyjętej polityki zarządzania różnorodnością oraz informowania interesariuszy organizacji – w szczególności osób zatrudnionych, ale także klientów i współpracowników, partnerów biznesowych, akcjonariuszy, dostawców i podwykonawców – o stosowanej metodzie zarządzania różnorodnością oraz rezultatach takiego podejścia;
- corocznego raportowania na temat przyjętych działań i ich praktycznych rezultatów;
- promowania i upowszechniania zarządzania różnorodnością w Polsce.

NASI PRACOWNICY [G4-6] [G4-8] [G4-9] [G4-10] [G4-LA1] [G4-LA3] [G4-LA12]

ZATRUDNIENIE W AGORZE S.A.

1 821 – pracownicy Agory S.A. (stan na 31.12.2017 r.)¹

Zatrudnienie etatowe w Agorze S.A. na koniec grudnia 2017 r. wyniosło 1 719 pełnych etatów i zmniejszyło się o 120 etatów w porównaniu z końcem grudnia 2016 r. Spadek ten wynika z przeprowadzonego na przełomie 2016 i 2017 r. procesu zwolnień grupowych w Segmencie Prasa.

Struktura zatrudnienia

Udział kobiet i mężczyzn w gronie pracowników, jak również wśród osób na stanowiskach kierowniczych jest równy. Struktura zatrudnienia w porównaniu do ubiegłego roku zmieniła się minimalnie, biorąc pod uwagę płeć oraz wiek.

Struktura zatrudnienia Agory S.A. w podziale na płeć w 2017 r.:

Kobiety	Mężczyźni
52,2%	47,8%

Struktura zatrudnienia Agory S.A. w podziale na wiek i płeć w 2017 r.:

Wiek	Kobiety	Mężczyźni	Pracownicy ogółem
Wiek ≤ 29	17,5%	12,5%	15,1%
Wiek 30-50	68,7%	71,5%	70,1%
Wiek 51 ≤	13,8%	16,0%	14,8%

¹ Wskaźniki zawarte w części **Miejsce pracy i prawa człowieka** zostały obliczone na podstawie łącznej liczby pracowników, zgodnie z przyjętą przez GUS definicją osoby zatrudnionej. Składają się na nią osoby zatrudnione w ramach umowy o pracę, na kontraktach menedżerskich oraz w ramach uchwały o powołaniu, z wyłączeniem osób na urloпах bezpłatnych, rehabilitacyjnych i wychowawczych oraz samozatrudnionych i z agencji pracy tymczasowej. Do łącznej liczby pracowników nie są włączeni pracownicy zatrudnieni na umowę o dzieło, na umowę zlecenie oraz na umowę o staż finansowaną z Urzędu Pracy.

Struktura zatrudnienia w podziale na płeć i region pracy jest porównywalna do ogólnej struktury zatrudnienia. Różnice w poszczególnych województwach wynikają z lokalnych uwarunkowań, np. obecności działów IT i technicznych, w których większość pracowników to mężczyźni.

Struktura zatrudnienia Agory S.A. w podziale na płeć i region pracy w 2017 r.

Województwo	Kobiety	Mężczyźni	Województwo	Kobiety	Mężczyźni
dolnośląskie	70,2%	29,8%	podkarpackie	66,7%	33,3%
kujawsko - pomorskie	60,7%	39,3%	podlaskie	58,3%	41,7%
lubelskie	0,0%	100,0%	pomorskie	51,4%	48,6%
lubuskie	47,8%	52,2%	śląskie	52,5%	47,5%
łódzkie	56,6%	43,4%	świętokrzyskie	41,7%	58,3%
małopolskie	55,0%	45,0%	warmińsko - mazurskie	28,6%	71,4%
mazowieckie	55,0%	45,0%	wielkopolskie	21,4%	78,6%
opolskie	50,0%	50,0%	zachodniopomorskie	64,7%	35,3%
			Pracownicy Ogółem	52,2%	47,8%

Siedziba Agory S.A. zlokalizowana jest w Polsce i Spółka głównie tutaj prowadzi swoją działalność. Zdecydowaną większość pracowników stanowią osoby z polskim obywatelstwem.

	Kobiety	Mężczyźni	Pracownicy ogółem
Procent obcokrajowców w stosunku do liczby wszystkich pracowników w Agorze S.A.	0,3%	0,0%	0,2%

ZMIANY W ZATRUDNIENIU

Znacząca większość pracowników zatrudniona jest na umowy 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.

97,1% pracowników zatrudnionych jest na pełen etat

90,0% pracowników ma umowę na czas nieokreślony

Struktura zatrudnienia w Agorze S.A. ze względu na rodzaj i typ umowy w podziale na płeć w 2017 r.:

	Kobiety	Mężczyźni	Pracownicy ogółem
Rodzaj umowy			
na okres próbny	1,1%	0,9%	1,0%
na czas określony	9,5%	6,1%	7,9%
na czas nieokreślony	88,1%	92,1%	90,0%
na zastępstwo	1,3%	0,9%	1,1%
Typ umowy stałej			
na pełny etat	96,1%	98,2%	97,1%
na niepełny etat	3,9%	1,8%	2,9%

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.

Wskaźniki zatrudnienia nowych pracowników oraz rotacji pracowników w podziale na grupy wiekowe i płeć w 2017 r.

Wiek -->	Kobiety			Mężczyźni			Pracownicy ogółem
	≤ 29	30-50	51 ≤	≤ 29	30-50	51 ≤	
Procent nowo zatrudnionych pracowników	54,8%	11,2%	1,5%	42,2%	7,1%	1,4%	14,2%
Procent odejść pracowników	24,1%	12,2%	9,9%	30,3%	11,7%	4,3%	13,5%

13,5% rotacja wśród wszystkich pracowników Agory S.A. zatrudnionych na umowę o pracę

Wskaźniki te mogą być zaburzone przez zwolnienia grupowe, które zostały przeprowadzone w 2016 r. Zostały one opisane w Oświadczeniu niefinansowym Grupy Agora za 2016 r.

90,9% pracowników powróciło do pracy po wykorzystaniu urlopu macierzyńskiego/tacierzyńskiego

Wskaźnik retencji, pokazujący ile osób pozostało w firmie przez 12 miesięcy po powrocie z urlopu macierzyńskiego/tacierzyńskiego, wynosi dla ogółu pracowników 90,7%, co świadczy o szczególnej ochronie osób powracających do pracy po urloпах rodzicielskich.

Wskaźniki powrotu do pracy i utrzymania zatrudnienia po urlopie rodzicielskim (macierzyńskim lub tacierzyńskim) w podziale na płeć w Agorze S.A. w 2017 r.

	Kobiety	Mężczyźni	Pracownicy ogółem
Odsetek powrotów do pracy	92,8%	83,3%	90,9%
Wskaźnik retencji po urlopie rodzicielskim	91,4%	88,9%	90,7%

MIEJSCE PRACY [G4-DMA-LA] [G4-10] [G4-11] [G4-51] [G4-LA6] [G4-LA9] [G4-LA11]

Nasi pracownicy mogą rozwijać swoje kompetencje i zdobywać nowe doświadczenie.

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 2017 r. zmniejszyły się o 2,9%. Wpływ na to miało głównie ich ograniczenie w segmencie Prasa, choć były one również niższe w segmencie Internet.

	2016	2017	Zmiana r/r
Suma wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników Agory S.A.	207,0 mln zł	201,0 mln zł	↓2,9%

Polityka wynagrodzeń najwyższego organu nadzorczego i kadry kierowniczej -> Więcej: Ład korporacyjny

BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY

Agora S.A. wypełnia wszelkie wymogi prawne i formalne oraz podejmuje uporządkowane działania w celu zapobiegania wystąpieniu wypadków oraz urazów w miejscu pracy. Agora S.A. podjęła działania w zakresie usystematyzowania podejścia do bezpieczeństwa i higieny pracy. Zdefiniowane zostały ogólne zasady z obszaru BHP adresowane do wszystkich pracowników oraz wymagania proceduralne z obszaru BHP. Określone zostały też obszary dotyczące: szkoleń pracowników, wypadków przy pracy, badań lekarskich, Komisji BHP, Odzieży Roboczej, Instrukcji BHP, okularów korygujących, prac wzbronionych. Spółka przygotowała również oceny ryzyka zawodowego. Regularnie monitorowana jest liczba wypadków.

W firmie prowadzony jest rejestr wypadków. W firmie prowadzony jest rejestr 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.

Rodzaj urazów oraz wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych i nieobecności w pracy oraz wypadków śmiertelnych związanych z pracą, z podziałem na płeć w 2017 r.:

	Kobiety	Mężczyźni	Pracownicy ogółem
Liczba wypadków lekkich przy pracy	1	7	8
Liczba wypadków ciężkich przy pracy	0	0	0
Liczba wypadków śmiertelnych przy pracy	0	0	0
Wypadkowość	1,3	7,6	4,4
Absencja chorobowa*	12,0	4,7	8,7

Wypadkowość określa 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).

SZKOLENIA I ROZWÓJ ZAWODOWY ORAZ OCENA PRACOWNICZA

SZKOLENIA WEWNĘTRZNE

Szkolenia prowadzone w 2017 r. można podzielić na 3 kategorie:

- menedżerskie (tytuły szkoleń: „Niezbędnik menedżera”, „Coachingowy styl zarządzania”, „Delegowanie zadań i prowadzenie zebrań”, „Warsztaty menedżerskie”),
- wprowadzające („Witamy w Agorze”, „Nawigator”),
- rozwijające umiejętności osobiste („Komunikacja i asertywność”).

W szkoleniach mogli uczestniczyć wszyscy pracownicy.

Brak danych dotyczących szkoleń wyłącznie w spółce Agora S.A., ze względu na raportowanie liczby uczestników na poziomie całej Grupy Agora (zobacz dane w Raporcie Odpowiedzialności Grupy Agora 2017 r.)

Dodatkowo pracownicy mogą skorzystać z częściowej lub pełnej refundacji kosztów nauki w szkołach wyższych i/lub nauki języków obcych.

SZKOLENIA W PIONIE INTERNET

Rozbudowany system szkoleniowy został wdrożony w pionie Internet. W 2017 r. w szkoleniach rozwojowych i merytorycznych wzięło udział **400 pracowników** segmentu Internet. Wśród prowadzonych warsztatów, można wymienić m.in.:

- warsztaty dla menedżerów: „Jak budować, wzmacniać i utrzymywać zaangażowanie pracowników”,
- warsztaty dla pracowników: „Komunikacja, narzędzia asertywne i style myślenia FRIS”,
- praktyczne warsztaty dla sprzedaży, marketingu, projektów specjalnych „Efektywna i skuteczna prezentacja sprzedażowa”,
- warsztaty Design Thinking dla kluczowych osób pracujących nad rozwojem produktu,
- FRIS - Kwestionariusze indywidualne i zespołowe warsztaty dla teamów menadżerskich,
- szkolenia merytoryczne dla IT.

W segmencie przeprowadzane jest co roku badanie zaangażowania i satysfakcji pracowników oraz ankiety i wywiady z pracownikami odchodzącymi z firmy.

COACHING WEWNĘTRZNY

W 2017 r. została wprowadzona nowa metoda rozwoju zawodowego pracowników – coaching wewnętrzny. Spotkania prowadzone były przez certyfikowanych coachów ICC. W indywidualnych sesjach uczestnicy pracowali nad rozwojem swoich kompetencji menedżerskich. Spotkania są kontynuowane w 2018 r.

OCENA PRACOWNICZA

Pracownicy Agory S.A. podlegają regularnym i sformalizowanym ocenom jakości pracy w ramach oceny pracy (zadań) i oceny kompetencji (raz w roku). Od 2017 r. przełożeni spotykają się z pracownikami na rozmowach rozwojowych, w których uwaga jest przeniesiona na przyszłe zadania, ale też część spotkania jest dedykowana podsumowaniu realizowanych zadań.

Odsetek pracowników Agory S.A. podlegającym ocenom w podziale na kategorię zatrudnienia w 2017 r.

	Kobiety	Mężczyźni	Pracownicy ogółem
Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych	53,5%	60,3%	56,8%
Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze	89,3%	95,2%	94,4%
Odsetek pracowników podlegającym ocenom	81,3%	87,5%	85,9%

W pionie Internet wdrożono zostały indywidualne plany rozwojowe dla kluczowych pracowników.

ANKIETA SATYSFAKCI PRACOWNIKÓW W PIONIE INTERNET

W 4. kwartale 2016 r. zapoczątkowane zostało badania ankietowe satysfakcji skierowane do wszystkich pracowników pionu Internet i spółki Trader.com (Polska). Ankieta jest anonimowa, składa się z 20 ocenianych stwierdzeń oraz 4 pytań otwartych. W 2017 r. w ankiecie wzięło udział 227 osób, zebrano 1200 odpowiedzi na pytania otwarte – ze względu na przeprowadzenie ankiety zarówno w spółce Agora S.A., jak i Trader.com (Polska) brak danych dotyczących udziału pracowników Agory S.A.

Ogólne wyniki prezentowane są na spotkaniu segmentu Internet oraz szczegółowo – menadżerom w poszczególnych obszarach. Na podstawie przeanalizowanych wyników podejmowane są konkretne działania naprawcze w poszczególnych obszarach i w całym pionie.

BUDOWANIE WIZERUNKU PRACODAWCY

Strona Kariera.agora.pl oraz działania w mediach społecznościowych (LinkedIn, GoldenLine) to obok strony korporacyjnej Agora.pl główne kanały komunikacji z przyszłymi pracownikami.

Na stronie Kariera.agora.pl można znaleźć najważniejsze informacje o firmie, ciekawostki dla kandydatów oraz oferty pracy na konkretnych stanowiskach z możliwością aplikowania na nie wprost ze strony.

■ NAGRODA

Agora otrzymała w 2017 r. wyróżnienie w kategorii Najlepsze Materiały Rekrutacyjne w ramach Employer Branding Stars. Nagrodzona została wideorekrutacja „Bez zbędnych słów” prowadzona do działu handlowego w Poznaniu. Projekt powstał przy współpracy działu pracowniczego z poznańskim oddziałem „Gazety Wyborczej”. Dzięki niemu do zespołu sprzedaży dołączyła nowa pracownica.

FILM

Wejdź na stronę www.agora.pl

■ WITAMY W AGORZE

Każdy nowy pracownik Agory S.A. pierwszego dnia 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. Dzięki procesowi adaptacji pracownik dowiaduje się najważniejszych informacji, może w ciągu jednego dnia poznać najważniejsze zasady, regulacje, a także informacje dotyczące kultury organizacyjnej, firmowych zwyczajów i tradycji.

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.

PROGRAMY DLA PRACOWNIKÓW [G4-LA2]

Dążymy do tego, aby pracownicy mogli zachować równowagę pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym oraz prowadzić zdrowy tryb życia.

ŚWIADCZENIA DLA PRACOWNIKÓW

Pracownicy Agory S.A. mogą korzystać z platformy MyBenefit, na której cyklicznie przyznawane są punkty, które można wymienić na świadczenia. Liczba przyznanych punktów zależy od sytuacji materialnej pracowników. Pracownicy mogą wybrać z szerokiej oferty: zniżek na wypoczynek w Polsce i wycieczek zagranicznych, biletów do kina, na koncerty, do teatrów, na imprezy kulturalne, wydarzenia sportowe – mecze czy widowiska oraz spośród oferty usług z zakresu sportu i rekreacji, usług i kolonii dla dzieci, wizyt w SPA lub promocji w sklepach. W ofercie jest również Karta MultiSport.

91,5% pracowników skorzystało z Systemu MyBenefit

	2016	2017
% pracowników skorzystało z Systemu MyBenefit	+82,1%	+91,5%

Pracownicy Agory S.A. mogą również kupować bilety na wszystkie filmy w kinach Helios w całej Polsce dla siebie i dla osoby towarzyszącej w cenach biletów ulgowych.

ZAWODY SPORTOWE

Od 2016 r. w Agorze S.A. funkcjonuje **fundusz biegowy**. Można z niego otrzymać zwrot za opłatę startową w zawodach biegowych, głównie w maratonach i półmaratonach lub innych niestandardowych biegach na dystansach długich. Fundusz obejmuje również zwroty opłat startowych w biegach narciarskich na długich dystansach. Ideą funduszu jest wspieranie jak największej liczby biegaczy. Każdy pracownik ma określony limit dofinansowania dostępny w ciągu roku.

	2016	2017
Liczba pracowników, którzy skorzystali z funduszu biegowego – Agora S.A.	20	35

VII Rodzinne Mistrzostwa Agory w Biegach odbyły się 22 października 2017 r. w Warszawie. Wydarzenie było bezpłatne dla pracowników Grupy Agora (w tym Agory S.A.) i ich rodzin. W zawodach wystartowało 20 osób dorosłych i 13 dzieci.

Zawody sportowe w Agorze cieszą się rosnącym zainteresowaniem – m.in. w 2017 r. w Agora Mundial wzięło udział 18 drużyn i prawie 200 zawodników, w tym po raz pierwszy w rozgrywkach uczestniczyła drużyna kobieca.

250 osób wzięło udział w 2017 r. w zawodach sportowych

Zawody narciarskie Jajo Agory



Turniej piłki nożnej Agora Mundial



Turniej tenisowy Agora Open



Regaty Agora Cup

Pracownicy biorą udział również w zewnętrznych zawodach sportowych. Podczas zawodów EKIDEN, odbywających się w dniach 13-14 maja 2017 r., w sztafecie - reprezentacji „Gazety Wyborczej” wzięło udział 6 zawodników. W klasyfikacji generalnej na 707 drużyn z całej Polski zajęliśmy 82. miejsce, w kategorii sztafet firmowych (tu były brane pod uwagę 247 zespoły) - 22. miejsce.

ŚWIADCZENIA PRACOWNICZE

Świadczenia zapewniane wszystkim pracownikom w Agorze S.A.

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

W ramach dodatkowych świadczeń wszyscy pracownicy mogą skorzystać z opieki medycznej, a także z oferty ubezpieczenia grupowego przygotowanego dla Agory.

Pracownicy Agory S.A. mogą korzystać ze specjalnej oferty zniżek na:

- wydarzenia kulturalne współorganizowane przez Grupę Agora i Agorę S.A.,
- prenumeratę cyfrową „Gazety Wyborczej”,
- prenumeratę czasopism,
- bilety do sieci kin Helios,
- ofertę księgarni Kulturalnysklep.pl oraz Publio.pl.

WORK-LIFE BALANCE

Pracownicy Agory S.A. w porozumieniu z przełożonymi, mogą skorzystać z możliwości pracy zdalnej, jak również 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, basen, siłownia i sauna, a także wydzielone specjalnie miejsce na zostawienie roweru oraz parkingi dla samochodów.

Firma wspiera również rodziny z dziećmi. Rodzice mogą otrzymać od Agory zasiłek w związku z urodzeniem dziecka. Firma może partycypować również w wydatkach związanych z edukacją dzieci swoich pracowników, m.in. wypłacając ekwiwalenty wyprawki szkolnej czy dofinansowując tzw. zielone szkoły. Możliwa jest również refundacja wydatków na kolonie dzieci i koszty pobytu w przedszkolach, żłobkach czy koszty zatrudnienia opiekunki do dzieci.

**DOBRA PRAKTYKA: „Dwie godziny dla rodziny”**

W 2017 r. Agora dołączyła do akcji „Dwie godziny dla rodziny” Fundacji Humanites - Sztuka Wychowania, której hasłem przewodnim było „Gotowanie na rodzinnym planie”. 1 czerwca 2017 r., czyli w Dniu Dziecka, każdy pracownik mógł skorzystać z wyjątkowej możliwości skrócenia swojego dnia pracy o dwie godziny i spędzenia tego czasu z bliskimi.

Dodatkowo, zespół wideo Gazeta.pl przygotował kilka pomysłów na wspólne, rodzinne spędzanie czasu: przepis Haps na dziecinnie prosty posiłek z grilla oraz poradnik Myk!, jak przygotować przenośną kuchnię na plaży. Filmy były dostępne również na Facebooku, w ten sposób

bardzo szeroko promując akcję. Pracownicy Agory mogli wziąć udział w specjalnym konkursie, do czego zachęcał w e-mailach wewnętrznych zarząd spółki, zaś w intranecie można było znaleźć inspiracje, quiz i filmiki propagujące work-life balance. Zostały one wyświetlone prawie 300 tys. razy.

<http://haps.gazeta.pl/haps/10,151123,21890102,dziecinnie-prosty-grill-na-plazy.html>

<http://myk.gazeta.pl/myk/10,155781,21889615,przenosna-kuchnia-na-plazy-to-proste-z-tym-mykiem-na-plazowego.html>

**DOBRA PRAKTYKA: Agora „Pracodawcą przyjaznym czytającym”**

2053 -> liczba pobrań e-booków, dokonanych przez pracowników Grupy Agora w ramach akcji „Darmowe e-booki”*

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

Spółka aktywnie promuje czytelnictwo nie tylko w społeczeństwie, ale również wśród pracowników, którzy mogą skorzystać z rabatu na: e-booki, audiobooki i prasę w księgarni internetowej Publio.pl, na książki w księgarni internetowej Kulturalnysklep.pl oraz kolekcje Wydawnictwa Agora w Gazeta Cafe, a także zniżki na prenumeratę cyfrową „Gazety Wyborczej”, a także prenumeratę czasopism publikowanych przez Agora S.A.

Darmowe e-booki na wakacje i na święta

W 2017 r. dwukrotnie – przed wakacjami i w okresie świątecznym – pracownicy Grupy Agora mogli bezpłatnie pobrać e-booki ze strony sklepu Publio.pl w ramach promocji czytelnictwa.

„Przeczytana? Wymień się!”

200 -> liczba przekazanych książek*

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 przekazywana jest do Pokoju pacjenta w Instytucie – Centrum Onkologii im. Marii Skłodowskiej-Curie w Warszawie oraz do domów Samotnej Matki i Noclegowni dla Bezdomnych.

DOBRA PRAKTYKA

PRACOWNICY AGORY ODDAJĄ KREW

12 litrów – tyle krwi oddali pracownicy Agory podczas honorowej akcji oddawania krwi*

11 lipca 2017 r. Agora wspólnie z Regionalnym Centrum Krwiodawstwa zorganizowała akcję oddawania krwi w swojej warszawskiej siedzibie przy ul. Czerskiej 8/10. Prawie 100 osób wyraziło chęć oddania krwi w tej słusznej sprawie, spośród nich zarejestrowanych zostało 53 ochotników, a ostatecznie po szczegółowych badaniach 27 osób zakwalifikowało się do honorowego oddawania krwi. Dzięki temu do potrzebujących trafiło aż 12 litrów krwi.

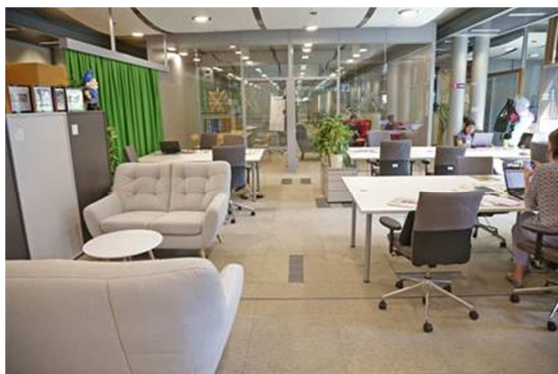
Zarówno akcja, jak i samo oddawanie krwi, były tematem kampanii promocyjnej wśród pracowników. Każdy dawca otrzymał oprócz tradycyjnej czekolady także kupon zniżkowy na lunch do firmowej stołówki oraz talon na zdrowy sok lub koktajl do wykorzystania w Gazeta Cafe.

*Dane dot. Grupy Agora, w tym Agory S.A.



SYSTEM PRACY ZDALNEJ W PIONIE CZASOPISMA AGORY

98,5% osób korzystających z pracy zdalnej w Pionie Czasopisma ocenia ją pozytywnie lub neutralnie



Praca zdalna w pionie Czasopisma Agory jest systemowo wdrażana od 2016 r. i obejmuje stopniowo kolejne zespoły. Zmiana ta jest po części odpowiedzią na potrzeby pracowników i coraz powszechniejszym standardem na rynku. Jej największą zaletą wymienianą przez pracowników jest wygoda. Pracownik zatrudniony w domu w elastycznych godzinach pracy ma większą możliwość dopasowania warunków pracy do własnych potrzeb, co może znacząco przyczynić się do jego efektywności.

W 2017 r. Agora przeprowadziła ankietę wśród pracowników pionu Czasopisma na temat oceny pracy zdalnej. Z tej formy organizacji pracy korzysta aż 81,5% pracowników. Wśród nich 98,5% osób przyznało, że zmiana nie miała negatywnego wpływu ani na ich pracę ani na pracę ich zespołu, zaś połowa oceniła zmianę pozytywnie.

Przestrzenie biurowe m.in. w pionie Czasopisma w warszawskiej siedzibie oraz w poznańskim oddziale zostały zaaranżowane według koncepcji elastycznego miejsca pracy - ABW (ang. *activity-based working*).

POSZANOWANIE PRAW CZŁOWIEKA [G4-DMA-LA] [G4-DMA-HR] [G4-11] [G4-58] [G4-LA16] [G4-HR2] [G4-HR3] [G4-HR12]

PRZECIWDZIAŁANIE DYSKRYMINACJI I MOBBINGOWI W MIEJSCU PRACY



Polityka w zakresie ochrony pracowników przed dyskryminacją i mobbingiem -> Więcej: *PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA [G4-DMA-LA]*

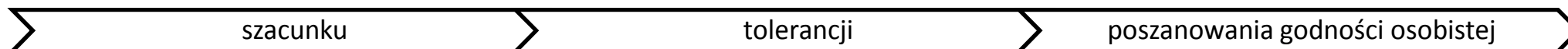
Agora jest miejscem pracy wolnym od dyskryminacji i mobbingu pracowników.

Jakakolwiek **dyskryminacja** w zatrudnieniu **bezpośrednia** lub **pośrednia**, w szczególności ze względu na: **pleć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną**, a także ze względu na zatrudnienie na czas **określony** albo w **niepełnym wymiarze czasu pracy** – jest **niedopuszczalna**.

Wszystkie **decyzje pracodawcy**, a w szczególności te dotyczące:

- zatrudniania,
 - awansowania,
 - kierowania na szkolenia podnoszące kwalifikacje,
 - kształtowania wynagrodzenia
- są motywowane przede wszystkim **obiektywną oceną wyników pracy, umiejętności i kompetencji** oraz **doświadczenia zawodowego**.

Relacje pomiędzy Agorą i osobami zatrudnionymi, współpracującymi, odbywającymi staż czy praktyki oparte są na zasadach:



Jako pracodawca zobowiązujemy **osoby zatrudnione, współpracujące, odbywające staż czy praktykę** do przestrzegania zasady **niedyskryminacji** oraz **powstrzymywania się od zachowań noszących znamiona mobbingu** wobec swoich: współpracowników i podwładnych, a także kierowania się **zasadą poszanowania godności** w tych relacjach.

- Każdy przypadek lub wątpliwość związana z możliwością łamania zasady równego traktowania oraz zakazu dyskryminacji i mobbingowi powinny być zgłaszane pracodawcy na zasadach określonych w Polityce w zakresie ochrony pracowników przed dyskryminacją i mobbingiem.

MECHANIZMY SKARGOWE DOTYCZĄCE PRAKTYK ZATRUDNIANIA

27 listopada 2017 r. na jednym z serwisów internetowych został opublikowany tekst, w którym jednemu z pracowników firmy zarzucono dopuszczanie się zachowań niepożądanych. Tego samego dnia spółka uruchomiła procedurę wyjaśniającą w tej sprawie. Opublikowane zostało również „Stanowisko redakcji naczelnej *Gazety Wyborczej* ws. zarzutów”, pracownik zaś - również na własny wniosek – został tego samego dnia zawieszony w obowiązkach służbowych.

Zgodnie z Polityką Agory S.A. w zakresie ochrony pracowników przed dyskryminacją i mobbingiem, została powołana Komisja, której celem było rzetelne zbadanie sprawy oraz zapewnienie ochrony osobom biorącym udział w postępowaniu.

19 grudnia 2017 r. komisja zakończyła swoje prace. Przedstawiciele Komisji zaprezentowali zarządowi spółki raport ze swoich ustaleń oraz rekomendację odnośnie dalszych działań, w tym podjęcia niezbędnych kroków prawnych. Z uwagi na poszanowanie prywatności pracowników i współpracowników, których ta sprawa dotyczy, spółka postanowiła nie podawać więcej informacji na ten temat. Z tego też względu zarówno prace, jak i raport Komisji objęte zostały klauzulą poufności.

Komisja zarekomendowała zarządowi spółki m.in. bezzwłoczne rozwiązanie stosunku pracy z jednym z jej pracowników.

„Sprawa uwrażliwiła cały zespół Agory na kwestie niewłaściwych zachowań i sprawiła, że wszyscy przypomnieliśmy sobie procedury postępowania w takich przypadkach, także poprzez uczestnictwo w specjalnych szkoleniach. Dział pracowniczy Agory przygotowuje systemowy plan warsztatów na ten temat skierowanych do wszystkich pracowników spółki.”

Oświadczenie zarządu z dn. 21.12.2017 r.

SPOTKANIE Z EKSPERTEM DS. PRZECIWDZIAŁANIA MOBBINGOWI I DYSKRYMINACJI

4 grudnia 2017 r. odbyły się dwa spotkania z niezależnym ekspertem do spraw przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi: dla wszystkich pracowników oraz osób zarządzających zespołami. Ich celem było przypomnienie wszystkim pracownikom oraz osobom zarządzającym zespołami o tym, jakie zachowania są niewłaściwe w miejscu pracy oraz jak się przed nimi bronić i jak reagować w sytuacji, gdy np. ktoś jest świadkiem takiej sytuacji. Spotkania były transmitowane online do oddziałów spółki.

Zapis wideo oraz materiały ze spotkania są nadal dostępne dla wszystkich pracowników w intranecie.

W obu spotkaniach wzięło udział ponad 150 osób, ponad 100 osób obejrzało transmisję.

Warsztaty – Masz MOC – reaguj!

W grudniu 2017 r. rozpoczęła się komunikacja, zaś od stycznia 2018 r. odbywały się warsztaty „Masz MOC – reaguj!” Ich celem było rozwijanie umiejętności reagowania w trudnych sytuacjach interpersonalnych. Dostęp do nich mieli wszyscy chętni pracownicy. Były one zorganizowane i poprowadzone przez wewnętrzne trenerki z działu pracowniczego.



REPREZENTACJA PRACOWNIKÓW. WOLNOŚĆ ZRZESZANIA SIĘ [G4-11] [G4-24] [G4-26] [G4-DMA-LA]

W Agorze S.A. rada pracowników oraz związek zawodowy 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 jako grono doradcze i konsultacyjne.

Informacje o radzie pracowników i jej składzie znajdują się w intranecie.

Organizacja Międzyzakładowa NSZZ „Solidarność” Agora S.A. i Inforadio Sp. z o.o. działa od 12 grudnia 2011 r. Zgodnie z wymogami prawa zarządy spółek, przy których funkcjonują związki zawodowe, przeprowadzają konsultacje lub odpowiednio uzgadniają określone prawem decyzje z przedstawicielami związku zawodowego.

W Agorze S.A. nie występują umowy zbiorowe między pracodawcą a pracownikami.

RÓŻNORODNOŚĆ W MIEJSCU PRACY [G4-DMA-LA] [G4-DMA-HR] [G4-LA12] [G4-LA13]

Tworzymy miejsce pracy sprzyjające różnorodności, oparte na szacunku i otwartości.



Polityka różnorodności realizowana w Grupie Agora i Agorze S.A. -> Więcej: PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA [G4-DMA-LA]

Różnorodność i otwartość to wartości będące integralną częścią działań biznesowych Agory i jej polityki zatrudniania. Pracownicy Agory S.A. 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.

Potencjał zawodowy pracowników firmy wynika z ich kompetencji. W firmie tworzony jest zróżnicowany, ale sprawnie współpracujący zespół.



Jako sygnatariusz Karty Różnorodności firma 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 niniejszego raportu.

WIĘCEJ: STRUKTURA ZATRUDNIENIA

RÓŻNORODNOŚĆ I RÓWNOŚĆ SZANS

Skład ciał zarządzających, kadry kierowniczej oraz kadry pracowniczej w podziale na kategorie według płci, wieku, wykształcenia.

Skład kadry pracowniczej w Agorze S.A. w podziale na kategorię zatrudnienia, wiek i płeć

	Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych			Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze		
	Kobiety	Mężczyźni	Pracownicy ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Pracownicy ogółem
Wiek ≤ 29	8,9%	5,0%	7,0%	19,9%	14,7%	17,5%
Wiek 30-50	77,5%	73,9%	75,7%	66,3%	70,8%	68,4%
Wiek 51 ≤	13,6%	21,1%	17,3%	13,8%	14,5%	14,1%
Pracownicy ogółem	51,7%	48,3%		52,4%	47,6%	

Skład kadry pracowniczej w Agorze S.A. w podziale na kategorię zatrudnienia, płeć oraz wykształcenie

	Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych			Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze		
	Kobiety	Mężczyźni	Pracownicy ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Pracownicy ogółem
Podstawowe	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Średnie	20,2%	28,1%	24,0%	29,5%	44,3%	36,6%
Wyższe	79,8%	71,9%	76,0%	70,5%	55,4%	63,3%
Pracownicy ogółem	51,7%	48,3%		52,4%	47,6%	

	Kobiety	Mężczyźni	Pracownicy ogółem
Procent pracowników z niepełnosprawnościami	0,6%	0,9%	0,8%

Jednym z celów polityki różnorodności jest równość wynagrodzenia kobiet i mężczyzn. Firma dąży do sprawiedliwego i równego traktowania pracowników bez względu na płeć.

Stosunek wynagrodzenia kobiet i mężczyzn w Agorze S.A. do średniego wynagrodzenia ogółu pracowników

	Stosunek do średniego wynagrodzenia zasadniczego pracowników ogółem	Stosunek do średniego wynagrodzenia wypłacanego pracowników ogółem
Średnie wynagrodzenie – kobiety	92,5%	94,5%
Średnie wynagrodzenie – mężczyźni	108,0%	106,1%

ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM

Dbamy o najwyższe standardy etyczne w naszej firmie, działamy zgodnie z prawem, naszymi wewnętrznymi regulacjami oraz zewnętrznymi kodeksami, które przyjęliśmy.

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA [G4-DMA-SO] [G4-15] [G4-16] [G4-56] [G4-M3] [G4-DMA-PR]

Działamy zgodnie z prawem, naszymi wewnętrznymi regulacjami oraz zewnętrznymi kodeksami, które przyjęliśmy. Niedozwolone są wszelkie działania, które mogą być odczytane jako godzące w firmę i jej imię, w tym: korupcja, oferowanie oraz przyjmowanie korzyści i prezentów oraz wszelkie nadużycia.

W ramach naszej pracy dokładamy wszelkich starań, aby wykluczyć konflikt interesów i przypadki ujawniania informacji poufnych, a także przestrzegamy reguł kontaktu z mediami zewnętrznymi.

Przyjęliśmy następujące kodeksy zewnętrzne jako obowiązujące w firmie:



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

Samoregulacje branżowe związane są w szczególności z odpowiedzialnością Agory S.A. w ramach jej głównej działalności: medialnej oraz reklamowej. Agora S.A. dokłada wszelkich starań, aby powyższe zasady były realizowane zgodnie z oczekiwaniami interesariuszy. Grupa przestrzega również „Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2016”, co zostało opisane w części dotyczącej ładu korporacyjnego.

Wewnętrzne kodeksy etyczne obowiązujące w Agorze S.A.:



- Karta Agory
- Kodeks Dziennikarski
- Kodeks Dziennikarza

Rozwinięciem branżowego systemu wartości są wewnętrzne kodeksy Agory, dotyczące przede wszystkim profesji dziennikarskiej („Kodeks Dziennikarski” i „Kodeks Dziennikarza”). To wewnętrzne dekalogi pracy dziennikarzy i wydawców zatrudnionych w mediach Agory. Karta Agory jest rozwinięciem kluczowych wartości Agory sformułowanym na kształt kodeksu etycznego.

W Agora 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 grupy Wyborcza.pl.

Jest to dokument, który podsumowuje obowiązujące przepisy prawa i wewnętrzne regulacje Agory S.A. dotyczące selekcji reklam i ogłoszeń publikowanych lub emitowanych w naszych 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 na stronach internetowych.

ETYKA REKLAMY [G4-DMA-PR] [G4-M3]

W przypadku Agory S.A. **etyka reklamy** jest związana zarówno z rolą reklamodawcy, jak również wydawcy mediów, dlatego kwestia ta ma ogromne znaczenie dla całej naszej działalności.

Z należytą starannością dbamy o to, aby reklamy przez nas emitowane były zgodne z obowiązującym prawem (m.in. z zakazami reklamy, dotyczącymi np. gier hazardowych, napojów alkoholowych, 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 nas jako wydawcę:

- Kodeksem Etyki Reklamy,
- Kodeksem Dobrych Praktyk Wydawców Prasy.



RADA REKLAMY

Kodeks etyki reklamy jest obowiązującym powszechnie standardem komunikacji marketingowej w Polsce. Agora jest sygnatariuszem Kodeksu etyki reklamy. 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). Kodeks jest zbiorem norm, który nie zastępuje przepisów prawa, ale nakłada dodatkowe obowiązki i ograniczenia, niezależnie od przepisów prawnych. Na jego straży stoi Rada Reklamy. <https://www.radareklamy.pl/kodeks-etyki-reklamy>

**Kodeks Dobrych 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 konkurentów przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi naruszającymi szeroko rozumiane dobre praktyki. [Kodeks Dobrych Praktyk Wydawców Prasy](#)

DOBRA PRAKTYKA

AGORA JAKO PIERWSZY WYDAWCA W POLSCE ZE STANDARDEM ADS.TXT

W 2017 r. w serwisach internetowych Agory został wdrożony **standard ads.txt**, zapewniający większą transparentność wykorzystania powierzchni reklamowych wydawcy. 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. Dzięki plikom ads.txt wydawcy mogą wzmocnić ochronę swojej marki przed nieznanymi źródłami reklamy programatycznej, a reklamodawcy zyskują pewność, że kupują oryginalne powierzchnie reklamowe.

Ta realizacja jest przykładem odpowiedzialności wydawcy internetowego, jest też przykładem realizacji zaleceń IAB w tym zakresie.

Pliki ads.txt zostały zaimplementowane na powierzchniach reklamowych serwisów Gazeta.pl i Wyborcza.pl. Wdrożenia dokonał Yieldbird, spółka z Grupy Agora zajmująca się zarządzaniem powierzchnią reklamową i optymalizacją przychodów z reklamy programatycznej. [Więcej](#)



ETYKA DZIENNIKARSKA [G4-56] [G4-DMA-M] [G4-M3]

Jesteśmy firmą o długoletnich tradycjach dziennikarskich, dlatego etyka dziennikarska oraz etyka mediów mają dla nas szczególne znaczenie. Wolność słowa, niezależność, a także wiarygodność to zasady, którymi się kierujemy w naszej codziennej pracy. Jesteśmy odważni i odpowiedzialni.



Wszelkie treści, które tworzymy, są oparte na rzetelnym i prawdziwym przekazie. Istotne są dla nas wiarygodne źródła oraz transparentność działania. Jako Agora S.A. przestrzegamy zasad **Karty Etycznej Mediów**.

Jako wiodący koncern medialny w Polsce jesteśmy świadomi naszej odpowiedzialności oraz wpływu i oddziaływania na otoczenie, a także roli mediów w życiu człowieka i społeczeństwa obywatelskiego. Wolność słowa, prawa człowieka, wartości demokratyczne oraz zrównoważony rozwój społeczeństwa są dla nas podstawami naszej działalności medialnej i edukacyjnej. Rozwijamy wśród naszych odbiorców umiejętności korzystania z mediów oraz krytyczne myślenie, stoimy na straży pluralizmu poglądów.

Karta Etyczna Mediów określa 7 zasad:

- 1. ZASADA PRAWDY – co znaczy, że dziennikarze, wydawcy, producenci i nadawcy dokładają wszelkich starań, aby przekazywane informacje były zgodne z prawdą, sumienne i bez zniekształceń relacjonują fakty w ich właściwym kontekście, a w razie rozpowszechnienia błędnej informacji niezwłocznie dokonują sprostowania.*
- 2. ZASADA OBIEKTYWIZMU – co znaczy, że autor przedstawia rzeczywistość niezależnie od swoich poglądów, rzetelnie relacjonuje różne punkty widzenia.*
- 3. ZASADA ODDZIELENIA INFORMACJI OD KOMENTARZA – co znaczy, że wypowiedź ma umożliwiać odbiorcy odróżnienie faktów od opinii i poglądów.*
- 4. ZASADA UCZCIWOŚCI – to znaczy działanie w zgodzie z własnym sumieniem i dobrem odbiorcy, nieuleganie wpływom, nieprzekupność, odmowę działania niezgodnego z przekonaniami.*
- 5. ZASADA SZACUNKU I TOLERANCJI – czyli poszanowania ludzkiej godności, praw, dóbr osobistych, a szczególnie prywatności i dobrego imienia.*
- 6. ZASADA PIERWSZEŃSTWA DOBRA ODBIORCY – co znaczy, że podstawowe prawa czytelników, widzów i słuchaczy są nadrzędne wobec redakcji, dziennikarzy, wydawców, producentów i nadawców.*
- 7. ZASADA WOLNOŚCI I ODPOWIEDZIALNOŚCI – co znaczy, że wolność mediów nakłada na dziennikarzy, wydawców, producentów, nadawców odpowiedzialność za treść i formę przekazu oraz wynikające z nich konsekwencje.*

PRYWATNOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO DANYCH [G4-DMA-PR]

Agora S.A. posiada politykę i procedury składające się na system zarządzania ochroną danych osobowych i prywatnością. W Agorze S.A. w 2017 r. odbył się przegląd systemów bezpieczeństwa oraz zainicjowano prace nad wdrożeniem zabezpieczeń w systemach informatycznych i biznesowych związanych z wymaganiami prawnymi wynikającymi z Rozporządzenia Ogólnego o Ochronie Danych Osobowych.

**Polityka Bezpieczeństwa Danych Osobowych w Agorze S.A.**

Bezpieczeństwo prywatności klientów i ich danych jest w Agorze S.A. szczególnie istotną kwestią. Dlatego też w Spółce przyjęta została „Polityka Bezpieczeństwa Danych Osobowych”, a także „Strategia Bezpieczeństwa”, „Polityka Bezpieczeństwa” i „Polityki Bezpieczeństwa Informacji”. Celem „Polityki Bezpieczeństwa Danych Osobowych” oraz powstałych na jej bazie procedur i instrukcji jest wyznaczenie zasad, których wypełnienie zapewni zgodnie z regulacjami prawnymi przetwarzanie danych osobowych w Agora S.A. Celem „Polityki Bezpieczeństwa Informacji” oraz dokumentów z niej wynikających jest wyznaczenie zasad, których spełnienie zapewni właściwy poziom bezpieczeństwa gromadzenia, przetwarzania i przekazywania informacji w Agorze S.A. a także zgodność działań podejmowanych w obszarze ochrony informacji z regulacjami prawnymi. W odniesieniu do portali i aplikacji mobilnych Agory S.A. wprowadzone zostały: „Zasady korzystania z serwisów internetowych Agory S.A.”, „Polityka prywatności” oraz „Polityka Prywatności w zakresie aplikacji mobilnych” oraz wewnętrzne regulaminy i zasady. -> więcej na ten temat w części **Odpowiedzialność wobec klientów i dostawców**.

W celu zapewnienia realizacji zapisów wszystkich tych polityk zostali powołani Inspektorzy ds. bezpieczeństwa oraz Komitet ds. bezpieczeństwa danych osobowych.

Temat bezpieczeństwa danych osobowych i prywatności jest również obecny na szkoleniach dla pracowników – Witamy w Agorze.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEK KLIENTÓW I DOSTAWCÓW

Budujemy trwałe relacje z otoczeniem

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA [G4-24] [G4-26] [G4-27] [G4-DMA-SO] [G4-DMA-PR] [G4-DMA-M]

Dbamy o partnerskie relacje z klientami, dostawcami, partnerami biznesowymi, organizacjami społecznymi, instytucjami i wszystkimi interesariuszami Agory S.A. Prowadzimy z nimi dialog, wysłuchujemy opinii i odpowiadamy na potrzeby tych grup.

- Naszym celem jest świadczenie najwyższej jakości usług, z których klient będzie czerpał satysfakcję,
- Zależy nam na budowaniu dobrych i długotrwałych kontaktów z klientami,
- Naszą naczelną zasadą w kontaktach z klientami jest uczciwość i postępowanie zgodne z najwyższymi standardami etyki.

Agora S.A. ma różnorodną ofertę usług i produktów. Jej poszczególne biznesy obejmują m.in. wydawanie prasy, tworzenie i prowadzenie portali internetowych, serwisów i aplikacji mobilnych oraz działalność poligraficzną. Wewnętrzne i zewnętrzne regulacje (kodeksy, dobre praktyki, regulaminy), które obowiązują w firmie zapewniają klientom i odbiorcom wysoką jakość usług i produktów oraz odzwierciedlają podejście Agory w tym zakresie.

→ Relacje z dostawcami i partnerami biznesowymi

Agora S.A. nie wypracowała jednego formalnego dokumentu określającego zasady współpracy z partnerami biznesowymi, kontrahentami oraz dostawcami ze względu na rozproszoną i różnorodną działalność biznesów i poszczególnych spółek.

Wdrożone zostały procedury przetargowe, zasady postępowania przy zawieraniu umów między Agorą a innymi podmiotami oraz inne regulacje określające zasady współpracy.

→ Relacje z klientami

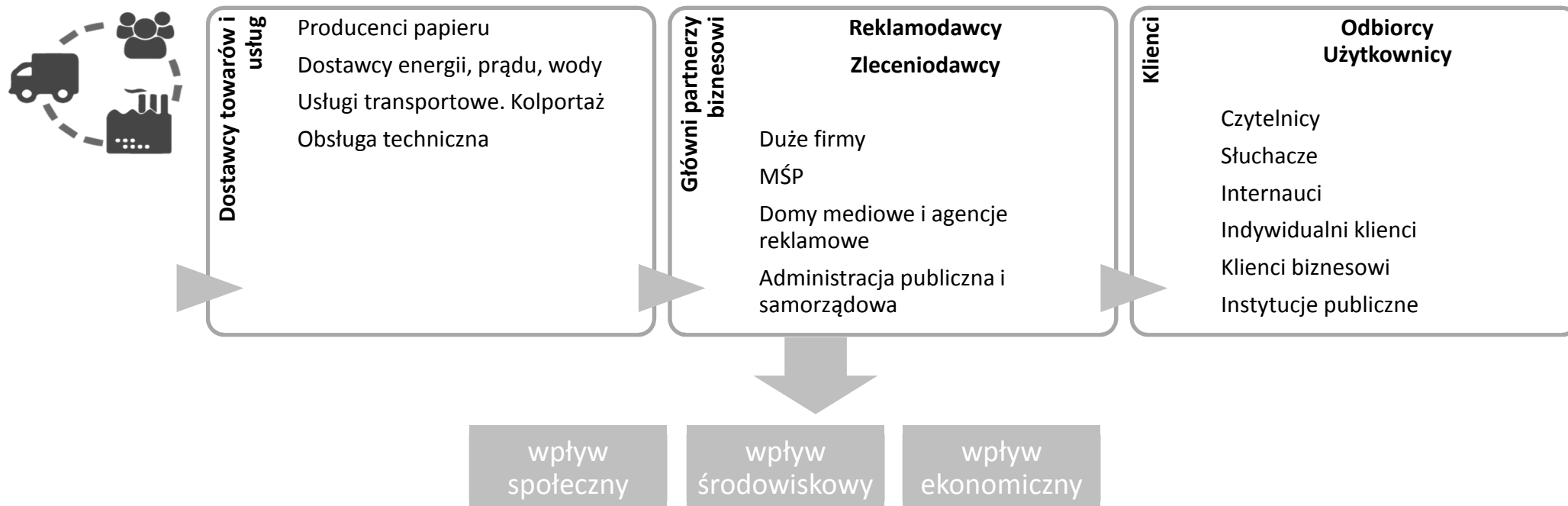
W Agorze S.A. funkcjonuje wiele dokumentów określających relacje z klientami – mają one zarówno charakter zewnętrzny, jak również wewnętrzny. Są to:



- 1) Kodeks dobrych praktyk w obsłudze Klienta
- 2) Zewnętrzne regulaminy, zasady ogólne zamieszczenia reklam i ogłoszeń
- 3) Procedury pracy z klientami
- 4) Procedury reklamacji

Zobacz więcej -> [Standardy obsługi Klienta](#)

ŁAŃCUCH DOSTAW I NASZ WPŁYW [G4-12] [G4-24] [G4-26] [G4-27]



RELACJE Z KONTRAHENTAMI [G4-12] [G4-13] [G4-26] [G4-27]

Nasze relacje z interesariuszami opieramy na uczciwości i partnerstwie. Zobowiązujemy się do odpowiedzialnej i rzetelnej realizacji umów i zobowiązań, zgodnie z obowiązującym prawem.

Wskaźniki efektywności	2017	2016	r/r
szybkość obrotu zapasów	22 dni	18 dni	22,2%
szybkość obrotu należności	79 dni	78 dni	1,3%
szybkość obrotu zobowiązań	36 dni	38 dni	(5,3%)

- 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.

W 2017 r. nie odnotowano istotnych zmian w zakresie łańcucha dostaw.

RELACJE Z KLIENTAMI [G4-24] [G4-26] [G4-27] [G4-DMA-PR]

Bierzemy odpowiedzialność za oferowane przez nas produkty i usługi. Nasza komunikacja marketingowa oraz zasady korzystania z naszych produktów i usług są transparentne.

OCHRONA PRYWATNOŚCI I DANYCH OSOBOWYCH KLIENTA

Dbamy o prywatność naszych klientów i ich danych. Bezpieczeństwo danych osobowych jest dla nas szczególną kwestią. Przestrzegamy regulacji prawnych oraz wewnętrznych strategii i polityk, które chronią przed sytuacjami, w których może dość do naruszeń. Przestrzegamy branżowych standardów dotyczących komunikacji z klientami.

Wewnętrzne regulacje:

- Strategia Bezpieczeństwa Agora S.A.
- Polityka Bezpieczeństwa Agora S.A.
- Polityka Bezpieczeństwa Danych Osobowych Agora S.A.

Główne dokumenty dostępne dla użytkowników:

- **Ochrona prywatności użytkowników serwisów internetowych Agory S.A.**
http://pomoc.gazeta.pl/pomoc/1,154322,8856779,Ochrona_prywatnosci.html
- **Polityka Prywatności w zakresie aplikacji mobilnych**
http://pomoc.gazeta.pl/pomoc/1,154322,13569772,Polityka_Prywatnosci_w_zakresie_aplikacji_mobilnych.html
- **Regulamin Użytkownika Serwisów Internetowych Agory**
http://pomoc.gazeta.pl/pomoc/1,154322,11261764,Regulamin_uzytkownika_Serwisow_Internetowych_Agory.html

- **Zasady korzystania z aplikacji Czasopism na nośniku z systemem iOS i Android**
http://pomoc.gazeta.pl/pomoc/1,154322,14943254,Zasady_korzystania_z_aplikacji_Czasopisma_na_nosniki.html
- **Zasady korzystania z aplikacji Gazeta Wyborcza na nośnikach z systemem iOS i Android**
http://pomoc.gazeta.pl/pomoc/1,154322,14449363,Zasady_korzystania_z_aplikacji_Gazeta_Wyborcza_na.html
- **Regulamin użytkownika „Gazety Wyborczej”**
http://wyborcza.pl/1,76842,17859124,Regulamin_uzytkownika_Gazety_Wyborczej_.html
- **Regulamin Ogólne zasady udostępniania treści**
http://newslettery.gazeta.pl/newslettery/1,94882,13791543,Regulamin_Ogolne_zasady_udostepniania_tresci.html
- Czytaj też **PRYWATNOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO DANYCH (LINK)**

Kanały komunikacji z klientami w serwisach Agory:

Centrum Pomocy Użytkownika portalu Gazeta.pl: pomoc@agora.pl

Kontakt dla prenumeratorów „Gazety Wyborczej”: pomoc@wyborcza.pl

Strona <https://www.agora.pl/kontakt>
Kontakt telefoniczny, e-mailowy, kontakt przez social media

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:



- **Zasadach ogólnych zamieszczania reklam i ogłoszeń w wydawnictwach Agory S.A.:** <http://bi.gazeta.pl/im/8/21574/m21574578,ZASADY-OGOLNE-2017.pdf>
- **Zasadach ogólnych zamieszczania reklam serwisach internetowych Agory S.A.:** <http://bi.gazeta.pl/im/8/21954/m21954708,ZASADY-OGOLNE-WYBORCZA-PL.pdf>
- **Ogólnych zasadach zamieszczania reklam w portalu Gazeta.pl** http://reklama.gazeta.pl/wp-content/uploads/2015/10/zasady_GAZETA_PL.pdf

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.

STANDARDY OBSŁUGI KLIENTÓW [G4-DMA-PR] [G4-24] [G4-26] [G4-27]

W komunikacji z klientami biznesowymi oraz indywidualnymi odbiorcami: czytelnikami, użytkownikami, słuchaczami i widzami przestrzegamy „**Kodeksu Dobrych Praktyk w Obsłudze Klienta**” oraz wewnętrznych regulaminów i procedur, w tym tych dotyczących reklamacji. Działamy zgodnie z przyjętymi zewnętrznymi kodeksami branżowymi („Kodeksem Dobrych Praktyk Wydawców Prasy”, „Kodeksem Etyki Reklamy”, „Kartą Etyczną Mediów”).



▪ Kodeks Dobrych Praktyk w Obsłudze Klienta, Czytelnika i Użytkownika

Kodeks ma na celu usprawnienie kontaktów pomiędzy pracownikami Agory a klientami, czytelnikami i użytkownikami, a jednocześnie uspołniczenie działań i zapewnienie 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.

BADANIA CZYTELNIKÓW I UŻYTKOWNIKÓW

▪ BADANIA UŻYTKOWNIKÓW GAZETA.PL

Portal Gazeta.pl cyklicznie prowadzi badania wśród swoich użytkowników, pytając ich o opinie i sugestie. Główne wnioski są wykorzystywane do ulepszania pracy serwisu. Okazjonalnie zaś przygotowywane są testy użytkowników oraz badania tematyczne, np. zaangażowania użytkowników social media.

▪ ŚWIAT, KTÓRYM ŻYJEMY – POWIEDZ NAM, CO O NIM MYŚLISZ. BADANIA CZYTELNIKÓW „GAZETY WYBORCZEJ” I UŻYTKOWNIKÓW WYBORCZA.PL



28. urodziny „Gazety Wyborczej” były dobrą okazją do podsumowań, dlatego redakcja gazety przygotowała ankietę, w której zapytała czytelników, co sądzą o „Gazecie Wyborczej” oraz o świecie, w którym żyjemy. Ankieta była anonimowa, można było wypełnić jej papierową wersję dostępną w wydaniu z 27-28 maja 2017 r. i przesłać do „Gazety Wyborczej” lub odpowiedzieć na nią internetowo. Ważna była każda odpowiedź i każda uwaga.

DOBRE PRAKTYKI [G4-DMA-PR] [G4-24] [G4-26] [G4-27] [G4-M6] [G4-M7]

BIURA REKLAMY „GAZETY WYBORCZEJ” WYRÓŻNIONE ZA JAKOŚĆ OBSŁUGI



W raporcie „**Biura Reklamy 2017**” przygotowanym przez branżowy magazyn „Media&Marketing Polska” zespół sprzedaży „Gazety Wyborczej” został uznany za najlepsze biura reklamy w kategorii dzienniki

Zespół sprzedaży „Gazety Wyborczej” wyraźnie poprawił swój zeszłoroczny wynik. Jak podkreślili twórcy raportu - „prasa codzienna wchodzi w zupełnie nowy etap i wygląda na to, że Agora rozumie, na czym polegają zmiany”. W badaniu klienci „Gazety Wyborczej” docenili szczególnie to, że pracownicy zespołu sprzedaży potrafią doradzić i zaoferować ciekawe rozwiązania, można mieć do nich zaufanie, a także działają szybko, sprawnie i są elastyczni. Aż w sześciu kategoriach oceny biuro reklamy „Gazety Wyborczej” osiągnęło wynik wyższy od średniej.

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 5-12 października 2017 r. przez Kantar Millward Brown.

NOWE ZASADY KOMENTOWANIA ARTYKUŁÓW W SERWISIE WYBORCZA.PL

W 2017 r. serwis Wyborcza.pl zmienił zasady komentowania treści, aby skuteczniej walczyć z mową nienawiści, rozpowszechnianiem nieprawdziwych informacji oraz brakiem odpowiedzialności za wypowiedzi publikowane anonimowo w internecie.

Od połowy sierpnia 2017 r. tylko zalogowani prenumeratorzy Wyborcza.pl mogą komentować artykuły i brać udział w merytorycznych dyskusjach prowadzonych w serwisie.

Strefa komentarzy na Wyborcza.pl jest miejscem, gdzie odbywają się ciekawe rozmowy na temat konkretnego tekstu, a prenumeratorzy Wyborcza.pl często wnoszą do dyskusji bardzo ciekawe i nowe spojrzenie na interesujące ich tematy. Z obserwacji zachowań czytelniczych prenumeratorów treści w serwisie

Wyborcza.pl wynika, że dużo częściej niż reszta użytkowników czytają artykuły w całości i częściej są skłonni do dzielenia się tymi artykułami ze znajomymi. Obserwacje przynoszą ciekawe informacje, które zespół „Gazety Wyborczej” wykorzystuje, planując kolejne działania redakcyjne i promocyjne.



WPŁYW SPOŁECZNY I ŚRODOWISKOWY

→ Budujemy trwałe relacje z otoczeniem

WPŁYW SPOŁECZNY

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA [G4-DMA-SO] [G4-EC7-M] [G4-DMA-M] [G4-24] [G4-26] [G4-27]

Nasze zaangażowanie ma wymiar:

społeczny	edukacyjny	kulturowy	charytatywny
-----------	------------	-----------	--------------

We wrześniu 2015 r. Zgromadzenie Ogólne ONZ, przyjęło 17 „Celów Zrównoważonego Rozwoju” (Sustainable Development Goals, SDGs), obejmujących między innymi: zdrowie i dobrobyt ludzi, osiągalne i czyste źródła energii, innowacje i infrastrukturę, zrównoważone miasta i społeczności oraz działania na rzecz ochrony klimatu. Cele mają zostać zrealizowane do 2030 wspólnie – przez państwa, przedsiębiorstwa i społeczeństwa na całym świecie. Agora S.A. w swoich działaniach przyczynia się do realizacji powyższych Celów.

Naszymi działaniami przyczyniliśmy się do realizacji i promocji takich Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDGs), jak:



Firma bierze odpowiedzialność za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo oraz środowisko, przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, w tym dobrobytu i zdrowia społeczeństwa, uwzględnia oczekiwania swoich interesariuszy. Działania społeczne Agory S.A. są zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami postępowania oraz zintegrowane z działaniami organizacji i praktykowane w jej relacjach z interesariuszami.

W Agorze S.A. w zakresie wpływu społecznego obowiązują następujące regulacja:

- **Polityka działań społeczno-sponsoringowych w Grupie Agora i w Agorze S.A.** została przyjęta przez zarząd spółki w 2016 r., co było wyrazem jej strategicznego podejścia do społecznej odpowiedzialności biznesu.

W Polityce zostały postawione 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 Agory S.A. są wyrazem jej społecznej odpowiedzialności oraz troski o losy regionów, w których funkcjonuje spółka jako miejsc, w których warto mieszkać, pracować i realizować plany. Działania te mają też na celu budowanie pozytywnego wizerunku spółki i jej marek jako podmiotów przyjaznych ludziom oraz zaangażowanych w życie społeczności.

➔ **Zapoznaj się z treścią polityki** <https://www.agora.pl/polityka-dzialan-spoeczno-sponsoringowych-w-nbsp-grupie-agora>

Ze względu na działalność spółki Agora S.A. w zakresie publikacji ogłoszeń charytatywnych powstała:

- **Procedura przyjmowania i zamieszczania ogłoszeń charytatywnych na łamach „Gazety Wyborczej” i jej dodatków, w serwisach internetowych oraz czasopismach** określa zasady klasyfikacji, weryfikacji i publikacji takich ogłoszeń.

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 naszą reputację oraz jej pozytywny odbiór wśród interesariuszy (m.in. klientów, społeczności lokalnych, organizacji społecznych) we wszystkich naszych lokalizacjach.

Wdrożona „Polityka działań społeczno-sponsoringowych” przyniosła nam wymierne korzyści: wzmocnienie pozycji lidera wśród mediów w zakresie zaangażowania w bieżące tematy społeczne oraz zaangażowanie i satysfakcję wśród pracowników ze względu na udział w działaniach społecznych.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE [G4-DMA-SO] [G4-EC7-M] [G4-DMA-M] [G4-24] [G4-26] [G4-27]

W 2017 r. Agora kontynuowała długoletnie działania w ramach filarów: społecznego, edukacyjnego, kulturalnego oraz charytatywnego, jednocześnie zaś inicjowała nowe. Wśród nich znalazły się projekty ogólnopolskie, ale również regionalne.

NASZE ZAANGAŻOWANIE – MAPA WPŁYWU [zobacz załącznik: Dobre Praktyki Agory S.A. w 2017 r.]

CHARYTATYWNE

22 tys. zł tyle udało się zebrać mediom Agory (w tym Agorze S.A.) w ramach 26. finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy:

12. edycja akcji charytatywnej „Gazety Wyborczej” z okazji Dnia Dziecka

106 tys. zł zebrała katowicka „Gazeta Wyborcza” w licytacji 13 krzesel na rzecz Fundacji ISKIERKA

200 tys. zł kwota uzyskana w 14. akcji wrocławskiej „Gazety Wyborczej” Fabryka Świętego Mikołaja

45 studentów objęto stypendiami w wysokości 153 780 zł w programie Agrafka Agory Fundacji Agory

EDUKACYJNE

120 szkół wzięło udział w konkursie „Matematyka w twoim życiu”, który był częścią akcji „Gazety Wyborczej” – „Matematyka się liczy”

16 rok szkolny działa już Szkoła z klasą 2.0, w który angażuje się Fundacja Agory i „Gazeta Wyborcza”

KULTURALNE

8. edycja nagrody im. Ryszarda Kapuścińskiego dla najlepszych reportaży i tłumaczy reportaży
Centrum Premier Czerska 8/10 – spotkania z twórcami, o których się mówi, i dziełami, które się przeżywa

1655 opowieści nadesłano do konkursu Akademia Opowieści

SPOŁECZNE

67% badanych użytkowników Gazeta.pl zetknęło się z **informacją o akcji „Adoptuj pszczołę”** na tym portalu

78,2 lat wynosi średnia długość życia w Polsce. Akcja społeczna „Gazety Wyborczej” DŁUGOWieczni skierowana jest do seniorów

292 tys. egzemplarzy to nakład Gazety Wyborczej z „Kopertą życia”

4. edycja akcji Pracownia Miast „Gazety Wyborczej” została zainaugurowana w Sandomierzu pod hasłem „Miasto w roli głównej”

80 spotkań lokalnych „Wyborcza na żywo”, w której wzięło udział prawie 7 tys. widzów

207 projektów zgłoszonych do konkursu na stypendium „Bilet za horyzont” w ramach projektu „Gazety Wyborczej” – Jutronauci

10 miast gościło projekt Miasto Idei na Śląsku w 2017 r

200 osób uczestniczyło w warsztatach w ramach akcji Śląskie bez smogu

23 tys. razy został film „Kiedy zobaczyłem Cię po raz pierwszy” zespołu wideo Gazeta.pl

21 dziennikarek z 13 redakcji tworzy NewsMavens.com – pierwszy europejski serwis tworzony wyłącznie przez kobiety

8 mln emisji wszystkich odcinków programu zespołu wideo Gazeta.pl „Next Time”

1200 bibliotek otrzymało „Paczkę Literacką” czyli pakiet książek i audiobooków od Wydawnictwa Agora

„Powstańcy 1944” tytuł filmu edukacyjnego zespołu wideo Gazeta.pl przygotowany na 63. rocznicę Powstania Warszawskiego

70 seniorów uczestniczyło w warsztatach w ramach Tygodnia Seniora w Poznaniu

FUNDACJA AGORY [G4-DMA-SO] [G4-EC7-M] [G4-DMA-M]



Fundacja Agora 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 wspólnych z „Gazetą Wyborczą” oraz zajmuje się działalnością charytatywną. Akcje społeczne są finansowe z 1% odpisu podatkowego.

W 2017 r., podobnie jak w latach poprzednich, Fundacja Agory dotowała także wydawanie kwartalnika „Zeszyty Literackie” i Fundację Nagrody Literackiej Nike. Nagroda NIKE jest przyznawana dla najlepszej książki roku od 1997 r.

Działania Fundacji Agory w 2017 r. w ramach 1%:

W 2017 r. kontynuowana była zbiórka 1 proc. z przeznaczeniem na rzecz osób starszych i inne akcje społeczne. Głównym celem tej akcji było wsparcie dla osób starszych i rodzin, które się nimi opiekują. W pierwszej edycji projektu "Wolontariat lokalny" w akcji społecznej „Pomóż swoim rodzicom” wspólnie z Fundacją Hospicyjną w Gdańsku odbył się nabór do sieci lokalnego wolontariatu.

Koordynatorzy zostali przygotowani w ramach szkolenia dającego wiedzę niezbędną do poszukiwania wolontariuszy i koordynowania ich pracy. Zaś koordynatorzy lokalnych centrów wolontariatu zapewniłiśmy i zapewnimy szkolenia, warsztaty i narzędzia niezbędne do budowania sieci wolontariuszy. Organizacje zainteresowane udziałem w projekcie mogą się zgłaszać do rekrutacji na adres: wolontariatlokalny@agora.pl

Jesienią Fundacja Agory włączyła się do projektu organizowanego przez Fundację Hospicyjną, w którym setki ochotników w całej Polsce przebrało się, aby wesprzeć osoby, które opiekują się swoimi ciężko chorymi bliskimi w domach. Superbohaterowie byli widoczni również w mediach społecznościowych (z hashtagiem #amozety).

Kulminacją akcji, w piątek 24 listopada 2017 r., w hali głównej Dworca Centralnego w Warszawie, było spotkanie przebranych superbohaterów oraz prezentacja spotu: „Opiekun rodzinny nie musi być sam”.

<https://www.youtube.com/watch?v=iwQp5Iir0E>

Pozostałe działania Fundacji w 2017 r.

- „Szkoła z Klasą 2.0”
- „Z pomocą dla ukraińskich studentów i wolnych mediów Ukrainy i innych krajów Europy Wschodniej”

Fundacja w dalszym ciągu wspierała system szkoleń i konferencji organizowanych na rzecz demokratyzacji mediów ukraińskich i z innych krajów wschodnich.

fundacjaagory.pl

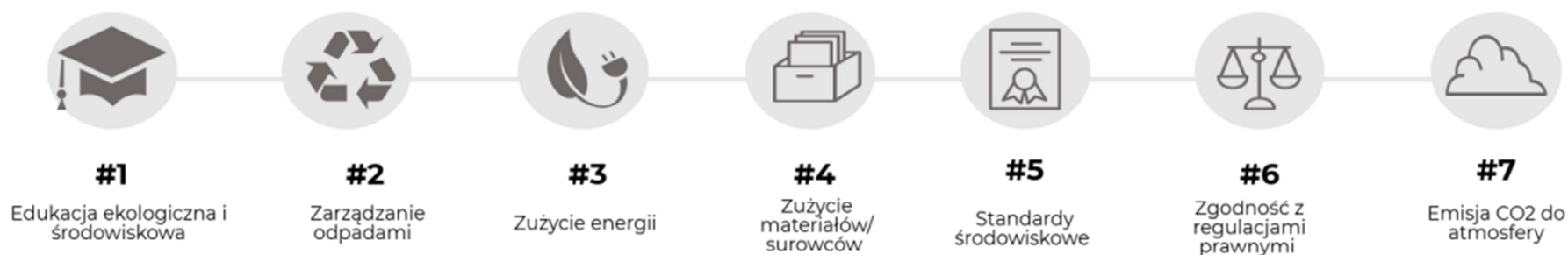
WPŁYW ŚRODOWISKOWY

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA [G4-DMA-EN] [G4-26] [G4-27]

Kwestie związane z odpowiedzialnością Agory za środowisko naturalne są skupione wokół tych obszarów działalności Agory, w których określić można znaczący wpływ na środowisko. Z tego względu, a także z powodu różnorodnej działalności, wpływ środowiskowy zostanie wykazany w podziale na główne obszary działalności dotyczące: poligrafii oraz administracji budynkami (zasady „zielonego biura”).

Istotność aspektów niefinansowych w kategorii Środowisko zidentyfikowana w procesie dialogu:

Więcej: [Dialog z interesariuszami](#)



Agora S.A. zidentyfikowała najistotniejsze obszary wpływu działalności bezpośredniej na środowisko naturalne zgodnie z prowadzoną działalnością – są to:



Spółka Agora S.A. opracowała i stosuje dokument określający podejście do zarządzania obszarem ich wpływu na środowisko naturalne w Segmencie Druk:



Polityka zintegrowanego systemu zarządzania w drukarniach Agory S.A.:

Główne założenia polityki w zakresie środowiska dotyczą:

- spełnienia wymagań przepisów prawnych dotyczących środowiska,
- kreowania bezpiecznych oraz prośrodowiskowych postaw i zachowań poprzez stałe podnoszenie kwalifikacji pracowników oraz ich współdziałanie i zaangażowanie w działania na rzecz środowiska naturalnego oraz segregację powstających odpadów w celu zapewnienia ich odzysku lub bezpiecznego unieszkodliwiania,
- zmniejszenia zużycia naturalnych zasobów Ziemi poprzez: kontrolowanie racjonalnego zużycia wody, zmniejszenie zużycia energii elektrycznej i ciepłej oraz zmniejszenie strat technologicznych, a w szczególności strat papieru.

Polityka obowiązuje od 2009 r.

Główne cele środowiskowe, które zostały postawione na 2017 r. dotyczyły:

- efektywnej gospodarki materiałowej, w tym utrzymania dotychczasowego poziomu zużycia energii elektrycznej, ciepłej oraz gazu, a także zużycia wody ogólnej.



-> Więcej: **Nasz wpływ i oddziaływanie na środowisko**



Systemy zarządzania

W Segmencie Druk do 4 grudnia 2017 r. funkcjonował Zintegrowany System Zarządzania, oparty na Normie ISO 9001:2008 dotyczącej zarządzania jakością, Normie ISO 14001:2004 dotyczącej zarządzania środowiskowego oraz Normie OHSAS 18001:2007 dotyczącej zarządzania BHP.

4 grudnia 2017 r. został przeprowadzony audyt BSI dotyczący zgodności z normą ISO 9001. W tym czasie Agora podjęła decyzję o wycofaniu się z ubiegania się o płatne akredytacje na ISO 14001 oraz OHSAS 18001 ze względu na kondycję finansową segmentu.

Od 4 grudnia 2017 r. funkcjonuje System Zarządzania Jakością oparty na Normie ISO 9001:2008. Obecnie trwają prace zmierzające do ponownej certyfikacji zgodnie z wymaganiami nowej Normy ISO 9001:2015.

WPŁYW I ODDZIAŁYWANIE NA ŚRODOWISKO [G4-DMA-EN] [G4-EN1] [G4-EN2] [G4-EN3] [G4-EN6] [G4-EN8] [G4-EN19] [G4-EN22] [G4-EN23] [G4-EN28] [G4-EN29]

DZIAŁALNOŚĆ POLIGRAFICZNA

Drukarnie Agory S.A. znajdują się w: Pile i Warszawie, wyposażone są w maszyny zwojowe do drukowania gazet oraz maszyny do druku czasopism i akcydensów. Spółka Agora S.A. określiła cele w zakresie ograniczania zużycia surowców, materiałów, energii i wody oraz podjęty działania służące monitorowaniu przyjętych celów. W ramach ciągłego doskonalenia drukarnie podjęły kroki na rzecz zmniejszenia zużycia zasobów i surowców poprzez:

- 1) zmniejszenie zużycia energii elektrycznej i ciepłej,
- 2) racjonalne zużycie wody,
- 3) zmniejszenie strat technologicznych, a w szczególności strat papieru.

Zużycie energii elektrycznej i ciepłej oraz pobór wody w drukarniach Agory S.A. w 2017 r. oraz różnica zużycia r/r.

	2016	2017	r/r
Energia elektryczna [MWh]	18 805	15 962	↓ 15,1%
Zużycie gazu ziemnego* [m3/rok]	796 890	605 046	↓ 24,1%
Energia ciepła [GJ]	14 709	14 799	↓ 0,6%

Dane pochodzą z faktur. Współczynnik przeliczenia na GJ 1MWh=3,6GJ..

8 519 [Mg]– wartość zaoszczędzonej emisji CO₂ w 2017 r. w ramach kilkuletniego programu działań wdrożonych w drukarniach Agory

POBÓR WODY I ZUŻYCIE ŚCIEKÓW

[m3]	2016	2017	r/r
Pobór wody z sieci miejskiej oraz zużycie ścieków	9 168	5 690	↓ 37,9%

ZUŻYCIE MATERIAŁÓW I SUROWCÓW

51,2% średni udział materiałów pochodzących w 100% z recydingu (makulatury) użytych do produkcji w 2017 r.

Procent wykorzystywanych materiałów, które stanowią przetworzone materiały początkowe

	2016	2017	r/r
Piła	58,3%	50,5%	↓ 7,8 pkt%
Warszawa	58,2%	42,7%	↓ 15,5 pkt%
OGÓŁEM	58,3%	45,9%	↓ 12,4 pkt%

Straty technologiczne papieru

	2016	2017	r/r
Piła	2 245	1 836	↓ 18,2%
Warszawa	1 656	1 652	↓ 0,2%
OGÓŁEM	3 901	3 488	↓ 10,6%

412,6 [Mg] wyniósł spadek ilości wytworzonej makulatury w 2017 r. w porównaniu do ub. roku [G4-EN28].

Straty papieru zostały wyliczone na podstawie ilości sprzedawanej makulatury. Wartość ta jest łatwo identyfikowana i weryfikowana w trakcie audytu na podstawie dokumentów (Karty przekazania odpadów).

ADMINISTRACJA NIERUCHOMOŚCIAMI

Siedziba Agory S.A. mieści się w budynku przy ul. Czerskiej 8/10 w Warszawie, ze względu na to, że w budynku siedzibę mają również inne spółki z Grupy Agora (Agora TC, AMS, Adpol, Grupa Radiowa Agory (GRA), Doradztwo Mediowe, Inforadio, część działów spółki Helios, NEXT FILM, Trader.com (Polska), Optimizers, Yieldbird) dane dotyczące zużycia energii i wody oraz odpadów dotyczą zagregowanych wyników.

Agora S.A. ma swoje oddziały w 21 miastach, w których pracują również pracownicy spółek zależnych. Są to głównie wynajmowane lokale, które znajdują się we współdzielonym budynku, w związku z powyższym kwestie związane z działaniami prośrodowiskowymi są uzależnione od decyzji administratorów nieruchomości. Utrudnia to również monitorowanie wskaźników dotyczących m.in. poboru wody i zużycia ścieków oraz kubatury odpadów.

Raport z audytu energetycznego przedsiębiorstwa Agora S.A., wrzesień 2017 r.

Z „Raportu z audytu energetycznego przedsiębiorstwa Agora S.A.” przeprowadzonego we wrześniu 2017 r., wynika, że 74% łącznego zużycia energii przez przedsiębiorstwo stanowi energia elektryczna. Z tego też względu w niniejszym raporcie przedstawiony zostanie głównie aspekt zużycia energii elektrycznej. Omówiony zostanie również pobór wody i zużycie ścieków oraz zarządzanie odpadami – jako aspekty wskazane w procesie dialogu z interesariuszami.

W „Raporcie z audytu energetycznego przedsiębiorstwa Agora S.A.” wymienione są aktualne przedsięwzięcia i technologie służące poprawie efektywności energetycznej przedsiębiorstwa. We wnioskach raportu wskazano, że podejmowane przez spółkę działania wskazują na **wysoki stopień optymalizacji energetycznej**. Są to:

1. Kompensacja mocy biernej.
2. Wykorzystanie LED-owych źródeł światła.
3. Odzysk ciepła z instalacji sprężonego powietrza.
4. Strefowe wyłączanie sprężonego powietrza.
5. Strefowe wyłączanie oświetlenia.
6. System zarządzania budynkiem (BMS – w budynku przy ul. Czerskiej) – zarządzanie budynkiem celem osiągnięcia optymalizacji w pracy urządzeń grzewczych/chłodniczych/wentylacyjnych.
7. Freecooling – obieg free coolingu w ramach chłodzenia powietrza wewnątrz budynku.
8. Zastosowanie agregatów chłodniczych ze zmienną prędkością obrotową (VSD).
9. Zastosowanie sprężarek ze zmienną prędkością obrotową (VSD).

Zużycie energii elektrycznej w budynkach Agory S.A.

[MWh]	2016	2017	r/r
Zużycie energii elektrycznej	11 728	11 259	↓4,0%

Dane dotyczą 21 lokalizacji Agory S.A.: 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 Zielonej Góry (opłaty za energię wliczone są w czynsz).

Pobór wody oraz zużycie ścieków w budynkach Agory S.A.

[m3]	2016	2017	r/r
Pobór wody/zużycie ścieków	26 315	23 760	↓9,7%

Dane dotyczą 11 lokalizacji Agory S.A.: Bielsko-Biała, Bydgoszcz, Częstochowa, Gdańsk, Kielce, Kraków, Opole, Poznań, Szczecin, Wrocław oraz Warszawa (siedziba przy ul. Czerskiej 8/10). W pozostałych 11 lokalizacjach brak danych.

ZARZĄDZANIE ODPADAMI

Spółka Agora S.A. w odniesieniu do 100% wytwarzanych przez siebie odpadów zawarły umowy zobowiązujące odbiorców do poddania ich odzyskowi lub unieszkodliwieniu. Spółka prowadzi program gospodarki odpadami i zgodnie z wymogami prawnymi i sprawozdawczymi przekazuje informacje na ten temat do odpowiednich urzędów.

We spółce Agora S.A. odpady komunalne są segregowane i podlegają selektywnej zbiórce odpadów, zgodnie z lokalnym systemem gospodarowania odpadami

Waga odpadów wytworzonych w lokalizacjach Agory S.A.

[Mg]	2016	2017	r/r
Drukarnie Agory S.A.			
Waga odpadów niebezpiecznych	49,0	44,9	↓8,4%
Waga odpadów innych niż niebezpieczne	4402,0	3 835,9	↓12,9%
Magazyn Wydawnictwa Agora w Błoniach			
Papier i tektura	90,28	99	↑ 9,7%
Opakowania z tworzyw sztucznych	4,75	-	-
Budynek przy ul. Czerskiej 8/10 w Warszawie			
Odpady urządzeń elektrycznych i elektronicznych	5,304	4,170	↓21,4%
Odpady opakowaniowe	2,960	3,000	↑1,4%

Na podstawie umowy z odbiorcami odpadów.

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.

Dzięki zastosowaniu najnowocześniejszych rozwiązań z dziedziny materiałów technologicznych waga odpadów rok do roku jest mniejsza, w przypadku magazynu w Błoniach wzrost kubatury odpadów spowodowany był wzrostem liczby książek (zarówno wydanych jak i sprzedanych) w 2017 r.

DOBRE PRAKTYKI

ROZWIĄZANIA PROŚRODOWISKOWE W DRUKARNIACH AGORY

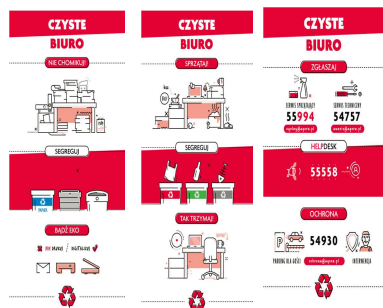
W drukarniach Agory S.A. został zainstalowany obieg wody lodowej z wykorzystaniem chłodziw powietrznych umożliwiającym wykorzystanie zewnętrznej temperatury jako czynnika chłodu, co przyniosło znaczące oszczędności energii elektrycznej.

Dodatkowo, we wszystkich drukarniach zainstalowano odzysk ciepła odpadowego ze sprężarek powietrza, dzięki temu ciepło odpadowe wykorzystywane jest do ogrzewania ciepłej wody użytkowej oraz do centralnego ogrzewania.

162 – o tyle spadła liczba butli z gazem zużytych w drukarniach Agory S.A. w 2017 r. w porównaniu do 2016 r.

„CZyste i wygodne BIURO”

Administracja budynku Agory przy ul. Czerskiej 8/10 w Warszawie przygotowała dla swoich pracowników specjalny informator pod hasłem: „Czyste i wygodne biuro”. Postawione w nim cele dla całego zespołu to m.in.:



→ dbałość o atmosferę we wspólnej, wygodnej i estetycznej przestrzeni,

→ usprawnienie właściwego dostępu serwisu sprzątającego do podłogi, biurek itp., a przez to optymalizacja pracochłonności, a zatem także kosztów usług sprzątania,

→ czyste i zdrowe powietrze w budynku – redukcja kurzu, bakterii, alergenów,

→ szybkie zgłaszanie potrzeby pomocy obsługi budynku.

Informacje na temat utrzymania czystości stanowiska pracy i jego bezpośredniego otoczenia oraz segregacji odpadów były przysyłane w przyjaznej formie grafik w e-mailach kierowanych do wszystkich pracowników oraz umieszczane w przestrzeni biurowej (na specjalnych ramkach).

Dzięki akcji pracownicy mogli poznać i utrwalić zasady dotyczące pracy biurowej, w tym związane z recyklingiem, ponieważ od 2015 r. w budynku wprowadzony został system segregacji śmieci zgodny z gospodarką odpadami dzielnicy Mokotów, z dodatkową frakcją zbiórki makulatury.

W drukarniach zainstalowano strefowe wyłączniki oświetlenia, które pozwalają na oświetlenie tylko pracujących urządzeń. Tradycyjne jarzeniowe źródła światła sukcesywnie są wymieniane są na źródła światła LED. Analogicznie do strefowych wyłączników oświetlenia, sprężone powietrze jest dostarczane tylko i wyłącznie do stref, w których pracują urządzenia.

W Warszawie zlikwidowano wózki gazowe, co przyczyniło się do zmniejszenia zużycia gazu propan-butan, a co za tym idzie – również zmniejszenia emisji CO₂.

KRANÓWKA DO PICIA

W 2016 r. w budynku Agory przy ul. Czerskiej 8/10 w Warszawie administracja całkowicie zrezygnowała z zakupu wody do picia w plastikowych baniakach i przeprowadziła akcję zachęcającą pracowników do picia wody z kranu. Dzięki regularnym badaniom Miejskie Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji w m.st. Warszawie potwierdza, że woda z kranu jest czysta i bezpieczna dla zdrowia. Dodatkowo Agora regularnie bada wodę pitną zbieraną w zbiornikach wodnych, potwierdzając jej jakość i zdatność do picia.

RECYCLING ŻYCZLIWOŚCI



Podczas spotkania zarządu z pracownikami w listopadzie 2017 r. cały zespół Grupy Agora (w tym Agora S.A.) został zaproszony do udziału w akcji „Recykling życzliwości”. Akcja została zainicjowana przy okazji likwidacji papierowego archiwum „Gazety Wyborczej”. Uzyskane w ten sposób środki wsparły szczytny cel, który został wybrany w głosowaniu pracowników. Najwięcej głosów otrzymała Fundacja Agory.

ŁAD KORPORACYJNY

Transparentność i przejrzystość to naczelne zasady naszej komunikacji.


PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA [G4-DMA-SO]

Jako spółka giełdowa zobowiązani jesteśmy do przestrzegania licznych regulacji w zakresie przekazywania informacji o firmie i jej działalności. Zapewniamy wszystkim interesariuszom równy dostęp do informacji, rozwijając różne nowoczesne narzędzia komunikacji.

Z należytą starannością dbamy o poufność informacji i ich właściwy obieg wewnątrz organizacji, dlatego zasady ładu korporacyjnego oraz raportowania wypełniamy 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.) na rynku podstawowym, w systemie ciągłym w sektorze Media. Pierwsze notowanie spółki miało miejsce 20 kwietnia 1999 r. Jako spółka publiczna przestrzegamy wszystkich zasad i regulacji związanych z obowiązkiem informacyjnym.

Wewnętrzne regulacje w Agorze S.A.:

- 
- Zasady postępowania z informacjami stanowiącymi tajemnicę służbową
 - Procedura obiegu informacji o szczególnym znaczeniu w Agorze S.A.

Dbamy o równy dostęp do informacji, dlatego 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.**”.

Niedozwolone jest przekazywanie do publicznej wiadomości oraz ujawnianie osobom trzecim i dzielenie się powyższymi informacjami w jakiegokolwiek formie przez pracowników i współpracowników, którzy nie są do tego upoważnieni.

W odniesieniu do wszystkich członków zespołu Agory S.A. wykluczamy konflikt interesów oraz wszelkie działania, które mogłyby naruszyć klauzulę konkurencyjności.

Wewnętrzne regulacje w Agorze S.A.:



- Terminy publikacji raportów okresowych Agora S.A.
- Okresy zamknięte Agora S.A.
- Regulamin dokonywania transakcji giełdowych przez osoby, które z racji zajmowanego stanowiska posiadają dostęp do informacji poufnych
- Zasady dot. przekazywania informacji KNF i Agorze

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 przygotowujemy raporty bieżące oraz okresowe, raporty finansowe, sprawozdania zarządu z działalności oraz raporty dotyczące informacji niefinansowych. Rozwijamy i usprawniamy narzędzia komunikacji z interesariuszami.

ZASADY KOMUNIKACJI ZEWNĘTRZNEJ

Konsekwentnie dbamy o spójność komunikacji oraz równy dostęp do informacji nt. 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 nie powinni kontaktować się z mediami i przekazywać 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 i Agora S.A.**



Zewnętrzne regulacje:

- Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016

Wypełniamy „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016” oraz międzynarodowe standardy, nieustannie dbamy o wysoki poziom ładu korporacyjnego. Przestrzegamy zasady ograniczonej komunikacji z rynkiem kapitałowym w okresach zamkniętych, tj. przed publikacją wyników Grupy i Spółki. Znamy i respektujemy regulaminy dotyczące obrotu instrumentami finansowymi Agory.

AKCJONARIAT [G4-7] [G4-9] [G4-34]

STRUKTURA WŁAŚCICIELSKA

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 raportu rocznego za rok 2017 następujący akcjonariusze mogli wykonywać ponad 5 % głosów na walnym zgromadzeniu spółki:

Spółka	liczba akcji	% kapitału	Liczba głosów	% głosów
Agora-Holding Sp. z o.o	5 401 852	11,33%	22 528 252	34,77%
<i>Akcje A (uprzywilejowane)</i>	<i>4 281 600</i>	<i>8,98%</i>	<i>21 408 000</i>	<i>33,04%</i>
Powszechne Towarzystwo Emerytalne PZU S.A. (OFE PZU Złota Jesień oraz DFE PZU) (1)	7 594 611	15,93%	7 594 611	11,72%
<i>w tym OFE PZU Złota Jesień</i>	<i>7 585 661</i>	<i>15,91%</i>	<i>7 585 661</i>	<i>11,71%</i>
Media Development Investment Fund, Inc. (2)	5 350 000	11,22%	5 350 000	8,26%
Nationale-Nederlanden Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A. (3)	4 493 055	9,43%	4 493 055	6,93%
Akcje skupione w ramach skupu akcji własnych	1 084 595	2,28%	1 084 595	1,67%
Free float	23 741 313	49,81%	23 741 313	36,65%
Kapitał zakładowy	47 665 426	100%	64 791 826	100%

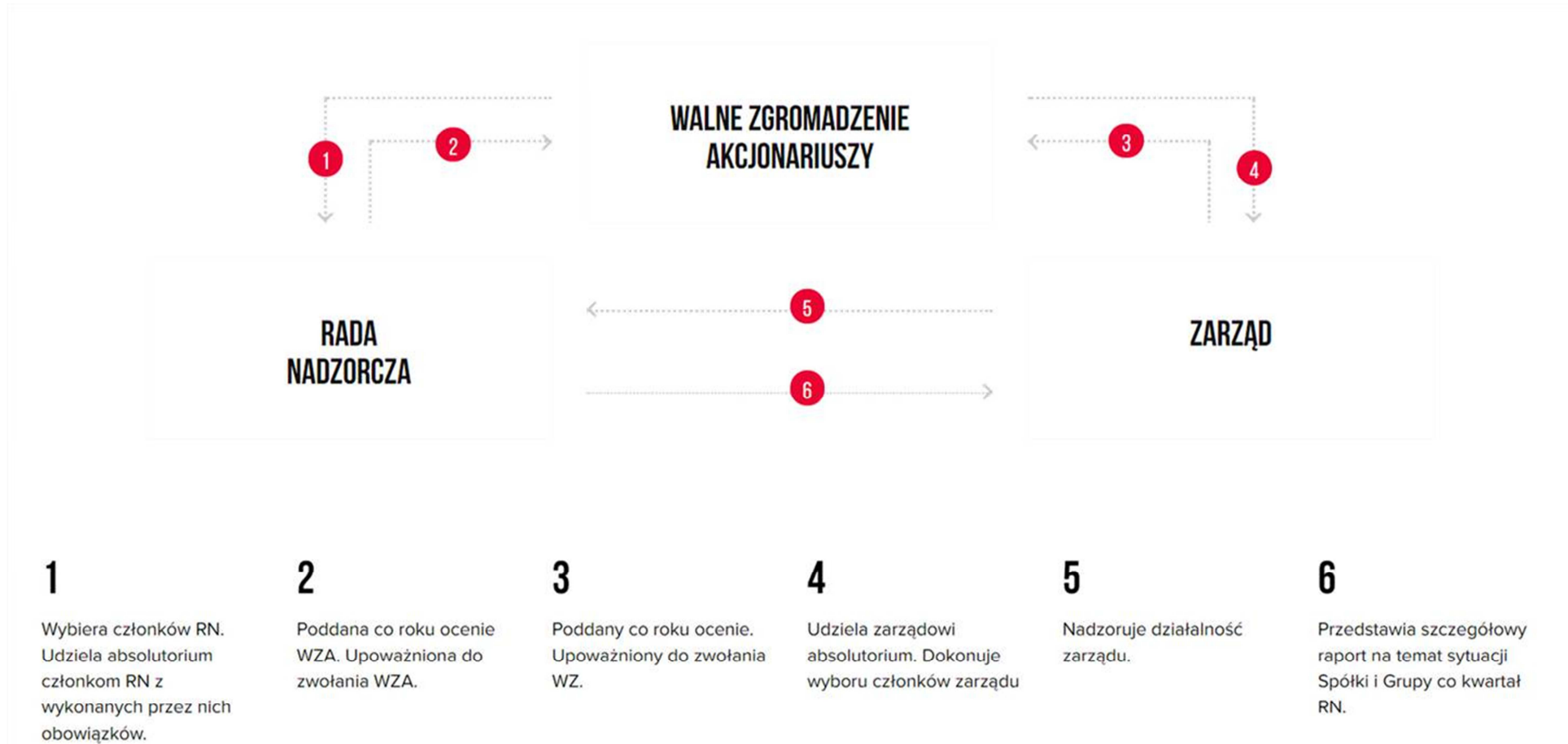
Stan na 15 grudnia 2017

(1) liczba akcji wg zawiadomienia akcjonariusza - stan na 27 grudnia 2012 r.; udziały w głosach i kapitale zakładowym zostały przeliczone przez Agorę S.A. po rejestracji obniżenia kapitału zakładowego Spółki.

(2) zgodnie z formalnym zawiadomieniem otrzymanym w dniu 6 czerwca 2016 r.

(3) zgodnie z formalnym zawiadomieniem otrzymanym w dniu 9 czerwca 2016 r.

STRUKTURA NADZORCZA [G4-34] [G4-38] [G4-39] [G4-40] [G4-41] [G4-M]



WŁADZE SPÓŁKI [G4-34] [G4-M] [G4-38] [G4-39] [G4-40] [G4-41] [G4-DMA-LA] [G4-DMA-HR] [G4-LA12]

WŁADZE SPÓŁKI

ZARZĄD	RADA NADZORCZA	WALNE ZGROMADZENIE
<p style="text-align: center;">ZOBACZ WIĘCEJ</p> <p>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.</p> <p>Zarząd prowadzi sprawy spółki kolegiально, natomiast jego członkowie osobiście zarządzają poszczególnymi obszarami działalności operacyjnej Grupy.</p> <p>Obecny skład zarządu Agory S.A.:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bartosz Hojka – prezes zarządu ▪ Tomasz Jagiełło - członek zarządu ▪ Agnieszka Sadowska - członek zarządu (od 1 marca 2017 r.) ▪ Anna Kryńska-Godlewska - członek zarządu (od 8 listopada 2017 r.) ▪ Grzegorz Kania - członek zarządu (od 8 listopada 2017 r.) <p>W 2017 r. w zarządzie Agory S.A. zasiadali:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grzegorz Kossakowski – członek zarządu (do 5 września 2017 r.) ▪ Robert Musiał – członek zarządu (do 28 lutego 2017 r.) 	<p style="text-align: center;">ZOBACZ WIĘCEJ</p> <p>Rada nadzorcza składa się z nie mniej niż pięciu i nie więcej niż sześciu członków. Zasady jej działania są szczegółowo uregulowane w statucie spółki.</p> <p>Zgodnie z postanowieniami statutu spółki co najmniej połowa członków rady będzie spełniać wymogi niezależności określone w par. 20 ust.4. Obecnie 4 z 6 członków rady nadzorczej Agory S.A. spełnia te wymogi.</p> <p>Obecny skład rady nadzorczej Agory S.A.:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Andrzej Szlęzak – Przewodniczący rady nadzorczej ▪ Wanda Rapaczynski – członek rady nadzorczej ▪ Dariusz Formela – członek rady nadzorczej ▪ Tomasz Sielicki – członek rady nadzorczej ▪ Andrzej Dobosz – członek rady nadzorczej ▪ Maciej Wiśniewski – członek rady nadzorczej (od 9 listopada 2017 r.) <p>W 2017 r. w radzie nadzorczej Agory S.A. zasiadała:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anna Kryńska-Godlewska – członek rady nadzorczej (do 8 listopada 2017 r.) <p>Komitet Audytu:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dariusz Formela – przewodniczący komitetu ▪ Tomasz Sielicki ▪ Maciej Wiśniewski <p>Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wanda Rapaczynski – przewodnicząca komisji ▪ Andrzej Dobosz ▪ Andrzej Szlęzak 	<p style="text-align: center;">ZOBACZ WIĘCEJ</p> <p>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.</p> <p>Zasady funkcjonowania walnego zgromadzenia akcjonariuszy są opisane w szczegółowo w §§ 13 - 17 statutu Agory i regulaminie walnego zgromadzenia akcjonariuszy. O terminach zwołania walnego zgromadzenia akcjonariuszy Agora informuje zgodnie z przepisami prawa, tj. poprzez komunikat bieżący.</p>

STRUKTURA PŁCI W ORGANACH NADZORUJĄCYCH I ZARZĄDZAJĄCYCH W AGORA S.A.

Stan na koniec roku	MĘŻCZYŹNI		KOBIECY	
	2017	2016	2017	2016
Zarząd	3	4	2	0
Rada nadzorcza	5	4	1	2

1 marca 2017 r. do zarządu Agory S.A. powołana została Agnieszka Sadowska, a 8 listopada 2017 r. Pani Anna Kryńska – Godlewska. Tym samym w zarządzie spółki zasiadają dwie kobiety.

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. Jednocześnie, zgodnie z przyjętą polityką różnorodności w Grupie Agora, przy wyborze kandydatów na wszystkie stanowiska, które leżą w kompetencji zarządu,

Procedurę wyboru członków Rady Nadzorczej określa statut spółki, inne obowiązujące przepisy prawa i inne regulacje, którym podlega spółka. Agora ma ograniczony wpływ na kształtowanie składu organu nadzorującego jej działalność. Pomimo tego, 6-osoby skład Rady Nadzorczej w 2017 r. odzwierciedlał wszystkie idee leżące u podstaw polityki różnorodności.

Procedura powoływania zarządu określona jest również w Statucie Agory. Prawo do wskazania kandydatów na członka zarządu mają wyłącznie posiadacze akcji serii A. W opinii spółki przedstawiane przez nich kandydatury brały pod uwagę jako decydujące kryterium przede wszystkim wysokie kwalifikacje, doświadczenie zawodowe w głównych obszarach działalności Grupy Agora oraz merytoryczne przygotowanie do pełnienia funkcji członka 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.

Członkowie zarządu spółki posiadają uzupełniające się doświadczenie i kompetencje - są absolwentami uczelni: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Uniwersytet Śląski, Uniwersytet Łódzki, Uniwersytet w Edynburgu, Politechnika Wroclawska, Francuski Instytut Zarządzania, Harvard Business School (kursy doszkalające), Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Szkoła Biznesu Politechniki Warszawskiej.

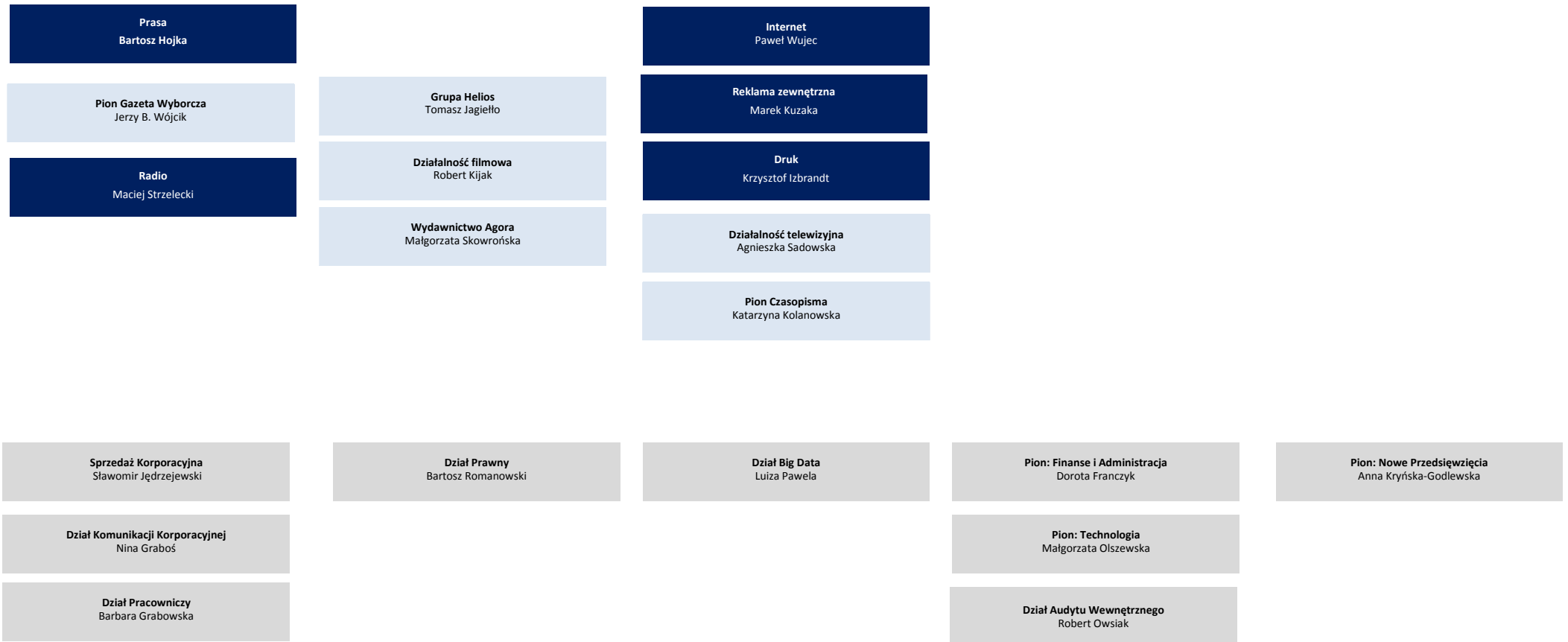
Warto podkreślić, że decydującym aspektem przy wyborze władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów jest zapewnienie wszechstronności i różnorodności, szczególnie w obszarze doświadczenia zawodowego, wieku, kierunków wykształcenia oraz płci. Decydujące są tu przede wszystkim wysokie kwalifikacje oraz doświadczenie zawodowe i merytoryczne przygotowanie do pełnienia określonej funkcji.

STRUKTURA ORGANIZACYJNA [G4-34] [G4-M] [G4-38]

ZARZĄD



SEGMENTY I PIONY BIZNESOWE



TRANSPARENTNOŚĆ [G4-38] [G4-38] [G4-40] [G4-41]

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.



▪ ŁAD KORPORACYJNY

Agora S.A. przygotowuje Raport i oświadczenie o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego przez Agorę S.A. Znaleźć tam można m.in. informacje:

- dotyczące wypełnienia przez Agorę dobrych praktyk spółek giełdowych,
- o polityce informacyjnej i komunikacji z inwestorami,
- o dobrych praktykach stosowanych przez zarząd i członków rady nadzorczej Agory,
- o walnym zgromadzeniu i relacjach z akcjonariuszami,
- na temat składu osobowego najważniejszych organów spółki i jego zmianach oraz zasadach na podstawie których funkcjonują organy zarządzające i nadzorujące Spółki, tj.:
 - zarząd,
 - rada nadzorcza,
 - komitet audytu i komisja ds. osobowych i wynagrodzeń działające przy radzie nadzorczej,
- zasadach systemu kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych
- o polityce wynagrodzeń dla kluczowych menedżerów,
- o polityce różnorodności w spółce,
- o polityce działań społeczno-sponsoringowych w spółce.

Oświadczenie i raport o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego przez Agorę S.A. w 2017 r. Zobacz Raport -> link.



▪ DOBRE PRAKTYKI SPÓŁEK NOTOWANYCH NA GPW

„Dobre Praktyki” dotyczą 6 obszarów - są nimi:

- Polityka informacyjna i komunikacja z inwestorami;
- Zarząd i rada nadzorcza;
- Systemy i funkcje wewnętrzne;
- Walne zgromadzenie i relacje z akcjonariuszami;
- Konflikt interesów i transakcje z podmiotami powiązаныmi;
- Wynagrodzenia.

Dokument zawierają: 20 rekomendacji („R) oraz 70 zasad szczegółowych („Z”).

W 2017 r. spółka Agora spełniła wszystkie zasady „Dobrych Praktyk”. Zobacz Raport -> link.

AGORA W GRONIE NAJBARDZIEJ TRANSPARENTNYCH SPÓŁEK

Tylko 10% spółek z grona firm raportujących spełniających Dobre Praktyki GPW deklaruje blisko całkowitą zgodność z „Dobrymi Praktykami”*. Agora S.A. znalazła się w 2017 r. w wąskim gronie 4% (18 z 487) spółek, które **spełniają wszystkie zasady Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2016** (według „Raportu Forum Rad Nadzorczych” przygotowanego przez firmę PwC).

100% stopień zgodności działań Agory S.A. z „Dobrymi Praktykami”

86% wynosi przeciętny stopień zgodności z Dobrymi Praktykami w Polsce*

* Raport Forum Rad Nadzorczych”, PwC,

<https://www.pwc.pl/pl/publikacje/2017/rady-nadzorcze-2017.html>

RESPECT INDEX

11.

edycja

28

spółek

3

debiutujące

85%

wzrost wartości RESPECT INDEX od 1. edycji



Agora S.A. znalazła się w składzie 11. edycji Indeksu Spółek Odpowiedzialnych RESPECT Index, który został ogłoszony przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie 14 grudnia 2017 r. Spółki notowane w tym indeksie oceniane są jako zarządzane w sposób odpowiedzialny i zrównoważony, wykazują dużą atrakcyjność inwestycyjną, a dodatkowo charakteryzuje je m.in. wysoka jakość raportowania, poziom relacji inwestorskich czy ład informacyjny. Wyróżniają się również poziomem i kompleksowością działań adresowanych do interesariuszy, które stanowią wyraz ich szeroko rozumianej odpowiedzialności.

„To dla nas zaszczyt, że zostaliśmy wyróżnieni za podejście do kwestii środowiskowych, społecznych, etycznych oraz z obszaru ładu korporacyjnego i dołączyliśmy do elitarnego portfela 28 odpowiedzialnych spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Mamy nadzieję, że obecność Agory w RESPECT Index będzie również istotną referencją dla inwestorów, którzy doceniają wartość spółek odpowiedzialnych społecznie.” Bartosz Hojka, prezes Agory S.A.



Obecność w RESPECT Index jest dowodem na staranne podejście Agory do zagadnienia ESG (ang. **environmental, social and governance**) do kwestii z zakresu:

- ➔ środowiska (zobacz więcej - [LINK](#)),
- ➔ odpowiedzialności społecznej (zobacz więcej - [LINK](#)),
- ➔ zarządzania, ładu korporacyjnego (zobacz więcej - [LINK](#)).



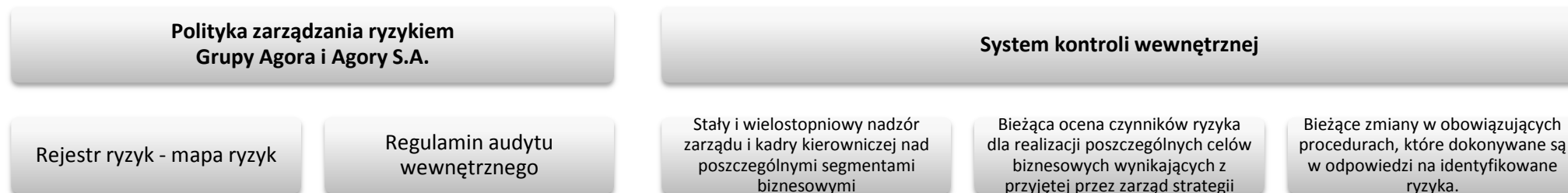
Nowy skład RESPECT Index obowiązuje od 18 grudnia 2017 r. W 11. edycji Indeksu znalazło się 28 spółek, w tym 3 nowe.

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 obejmuje swoim portfelem polskie i zagraniczne spółki z Głównego Rynku GPW. Wyniki notowań indeksu RESPECT pokazują, że spółki tworzące ten wskaźnik charakteryzują się wyższą stopą zwrotu niż przeciętna rynkowa wyrażona indeksem WIG. Od listopada 2009 r. do grudnia 2017 r., czyli w ciągu ośmiu lat istnienia indeksu, zwiększył on swoją wartość o 85%. W tym czasie indeks szerokiego rynku WIG wzrósł o 59%, a WIG20 zyskał 3,5%.

Do **RESPECT Index** aspirować mogą spółki o najwyższej płynności, czyli wchodzące w skład indeksów WIG20, mWIG40 lub sWIG80. Ostatecznie do indeksu trafiają firmy, które przechodzą 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 jest odpowiedzialne społecznie zachowanie wobec środowiska, społeczności i pracowników, które jest analizowane na podstawie ankiety weryfikowanej przez audytora projektu firmą Deloitte. Zgodnie z obecną formułą, badanie spółek i rewizja składu indeksu jest przeprowadzana raz w roku, w jego drugiej połowie. Udziały spółek w indeksie są określane na takich samych zasadach, jak w przypadku innych indeksów giełdowych. Więcej informacji - www.odpowiedzialni.gpw.pl.

SYSTEM KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I SYSTEM ZARZĄDZANIA RYZYKIEM [G4-14] [G4-45] [G4-46] [G4-47]

W Grupie Agora i Agorze S.A. funkcjonuje system kontroli wewnętrznej i system zarządzania ryzykiem.



▪ Polityka Zarządzania Ryzykiem

W Grupie Agora i Agorze S.A. została wprowadzona 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; raportowanie ryzyk: rejestr ryzyk i mapa ryzyka oraz akceptowalny poziom ryzyka.

W Grupie funkcjonuje również **Regulamin audytu wewnętrznego** oraz **rejestr ryzyk – mapa ryzyka**.

Główne elementy systemu kontroli wewnętrznej są składnikami procesów biznesowych Grupy Agora i spółki Agora S.A. i obejmują m.in.:

- ▶ procedury oraz regulaminy dotyczące m.in.: delegowania uprawnień i autoryzacji decyzji, oceny projektów biznesowych, 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 Agora i Spółki Agora S.A. W spółce funkcjonuje dział audytu wewnętrznego, którego zadaniem jest między innymi identyfikacja ryzyk z zakresu kontroli wewnętrznej i bezpieczeństwa oraz rekomendowanie zarządowi działań zmierzających do ich ograniczenia.

Rada nadzorcza odbywa regularne spotkania z audytorem wewnętrznym spółki, na których omawia raporty z przeprowadzonych audytów dotyczące wybranych obszarów działalności oraz działania podejmowane w celu ograniczenia zidentyfikowanych ryzyk. W 2017 r. odbyło się 10 takich spotkań.

W firmie odbywa się systematyczny przegląd obszarów działalności spółki w celu identyfikacji i ograniczenia potencjalnych ryzyk. Dla potrzeb procesu zarządzania ryzykiem Grupa Agora i Agora S.A. określają również poziom materialności analizowanych ryzyk.

W ramach spółki nie został wyodrębniony dział compliance. Rolę tę pełni dedykowany sprawom korporacyjnym zespół, który nadzorowany jest bezpośrednio przez Dyrektora Grupy Agora ds. Prawnych.

DODATKOWE INFORMACJE [G4-EN29] [G4-SO5] [G4-SO7] [G4-SO8] [G4-PR7] [G4-PR9]**INFORMACJE O NAŁOŻONYCH KARACH**

W 2017 r. Agora S.A. nie była obciążona karami ani sankcjami finansowymi z tytułu nieprzestrzegania prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska.

W 2017 r. nie stwierdzono uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klienta i utraty danych klientów.

W 2017 r. nie odnotowano również kar z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi dostarczania i użytkowania produktów i usług.

W 2017 r. nie stwierdzono znaczących kar 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. Agora S.A. nie sprzedaje produktów zakazanych lub wywołujących kontrowersje.

W 2017 r. nie stwierdzono niezgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi komunikacji marketingowej, w tym reklam, promocji i sponsoringu.

W 2017 r. nie stwierdzono przypadków korupcji i nadużyć. W 2016 r. w ramach kontroli wewnętrznej zostało wykryte nadużycie dotyczące pracownika w jednym z działów. Sprawa została skierowana na drogę postępowania karnego ze wskazaniem na art. 286 par.1 oraz 284 par. 2 Kodeksu Karnego.

W tym okresie nie podjęto również wobec Agory S.A. kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych oraz ich skutków.

W 2017 r. Kujawsko-Pomorski Wojewódzki Inspektorat Farmaceutyczny w Bydgoszczy prowadził postępowanie przeciwko Agorze S.A. w sprawie prowadzenia reklamy apteki ogólnodostępnej. Sprawa dotyczyła artykułu, który dostępny był w dniach 18-25.10.2016 r. na stronie Wyborcza.pl, opisującego otwarcie nowej apteki. W decyzji z 2 marca 2017 r. Inspektorat umorzył część dotyczącą nakazu zaprzestania prowadzenia reklamy ogólnodostępnej oraz nałożył na Agorę S.A. karę pieniężną w wysokości 300 zł za prowadzenie reklamy apteki ogólnodostępnej.

W 2017 r. Naczelnik Urzędu Celno-Skarbowego w Warszawie, decyzją z dn. 10 listopada 2017 r.. wymierzył Agorze S.A. karę pieniężną w wysokości 3 484,44 zł w związku z urzędzaniem gry losowej audiotekstowej o nazwie „Jolka w Dużym Formacie” w okresie 03.01. -01.03.2013 r., bez wymaganego zezwolenia. Spółka odwołała się od tej decyzji.

Ze względu na działalność prasową Agory S.A. prowadzone są sprawy cywilne z powództw osób, zarzucających naruszenie ich dóbr osobistych w publikacjach prasowych.

AGORA S.A.

NASZA DZIAŁALNOŚĆ [G4-3] [G4-4] [G4-6] [G4-7] [G4-8] [G4-9]

- ▶ Agora S.A. działa na polskim rynku medialnym od 1989 r. Jej przedsięwzięcia to komplementarne biznesy medialne, które łączy marka Agory oraz poszanowanie wspólnych wartości.
- ▶ Agora S.A. powstała w 1989 r., a od 1999 r. jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Jej największymi przedsięwzięciami są „Gazeta Wyborcza” – największy opiniotwórczy dziennik i lider transformacji cyfrowej prasy w Polsce oraz działalność internetowa skupiona wokół serwisu Gazeta.pl
- ▶ W swoim portfelu prasowym oprócz „Gazety Wyborczej” Agora ma również kilkanaście wyspecjalizowanych czasopism (m.in. „Avanti” „Logo”, „Cztery Kąty”).
- ▶ Działalność wydawnicza Agory obejmuje książki, albumy muzyczne oraz wydawnictwa filmowe. Agora prowadzi również księgarnie internetowe: Kulturalnysklep.pl oraz Publio.pl.
- ▶ Serwisy internetowe spółki należą do wiodących pod względem popularności w swoich kategoriach. Wśród kilkudziesięciu marek internetowych spółki znajdują się m.in. portale Gazeta.pl, Sport.pl, które są dostępne online oraz poprzez aplikacje mobilne.
- ▶ Pion Druk w Agorze S.A. to dwie drukarnie: w Warszawie i Pile, w których drukowane są zarówno wybrane tytuły wydawane przez spółkę, jak i innych wydawców.

PRASA

„Gazeta Wyborcza” jest od lat największym opiniotwórczym dziennikiem w Polsce

6,5 mln użytkowników miesięcznie* serwisów internetowych
2,6 mln czytelników wydania papierowego „Gazety Wyborczej” (miesięcznie)**
133 tysięcy aktywnych prenumerat cyfrowych

„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.

Codziennie dodatki lokalne wydawane są w 7 największych regionach: mazowieckim, śląskim, dolnośląskim, małopolskim, pomorskim, wielkopolskim i łódzkim. W pozostałych znaleźć można strony z lokalnymi informacjami. W piątkowym wydaniu „Gazety Wyborczej” ukazują się zaś magazyny poświęcone lokalnym sprawom z 20 największych polskich miast są nimi: Białystok, Bydgoszcz, Częstochowa, Katowice, Kielce, Kraków, Lublin, Łódź, Olsztyn, Opole, Płock, Poznań, Radom, Rzeszów, Szczecin, Toruń, Trójmiasto, Wrocław, oraz Gorzów Wielkopolski-Zieloną Górę. W Warszawie zaś wydawana jest „Gazeta Stołeczna”.

W każdym wydaniu „Gazety Wyborczej” można znaleźć ogólnopolski grzbiet, strony lokalne, a także tygodniki tematyczne: „Duży Format”, „Ale Historia”, „Mój biznes. Ludzie, praca, innowacje”, „Wyborcza TV”, „Tylko Zdrowie”, „Gazeta Co Jest Grane 24” oraz „Wysokie Obcasy”.

*dane Gemius/PBI, średnia z okresu X-XII.2017r., real users, platforma total, łączna liczba użytkowników dla domen wyborcza.pl, wyborcza.biz, wysokieobcasy.pl, komunikaty.pl

** dane Polskie Badania Czytelnictwa, realizacja Kantar Millward Brown, X-XII.2017r., N = 4 994, wskaźnik COB - "czy czytał w ciągu 30 dni".



Oferta wydawnicza „Gazety Wyborczej” to również miesięcznik „Wysokie Obcasy Extra” oraz dwumiesięcznik „Książki. Magazyn do czytania”. W 2017 r. pojawił się również magazyn „Wysokie Obcasy. Praca” i dwutygodnik „Mój Spot”.



Na rynku ukazują się również specjalne wydania m.in. „Wysokich Obcasów” poświęcone psychologii dzieci i dorosłych, „Tylko Zdrowia” dotyczące leczenia wybranych chorób, „Na Pamięć” - z łamigłówkami i krzyżówkami, „Ale Historii” - o wybitnych postaciach historycznych czy zbiory najlepszych reportaży „Dużego Formatu”.

„Gazeta Wyborcza” jest liderem cyfryzacji prasy w Polsce – jako pierwszy polski tytuł wprowadziła system limitowanego darmowego dostępu do swoich treści i ofertę płatnej prenumeraty cyfrowej.

Na koniec 2017 r. „Gazeta Wyborcza” miała już **133** tysięcy aktywnych prenumerat cyfrowych.

SERWISY INTERNETOWE:

Wyborcza.pl główny serwis „Gazety Wyborczej”, jej tygodników tematycznych oraz lokalnych oddziałów z ponad 20 miast.

Wyborcza.biz serwis z najważniejszymi wiadomościami gospodarczymi i finansowymi z kraju i zagranicy.

Classic.wyborcza.pl archiwum „Gazety Wyborczej”

Wysokieobcasy.pl serwis tygodnika „Wysokie Obcasy” i miesięcznika „Wysokie Obcasy Extra”.

Sonar.wyborcza.pl nowoczesny serwis, który pokazuje świat i działania polityków w newsach, liczbach i na wykresach.

NewsMavens.com serwis tworzony po angielsku wyłącznie przez kobiety – przegląd wiadomości z całej Europy.



Różnorodne portfolio czasopism

Agora jest wydawcą czasopism i związanych z nimi serwisów internetowych. Ich tematyka jest różnorodna – od wnętrzarskiej i budowlanej po kulinarną, poradnikową i shoppingową. Atrakcyjne teksty, dobrej jakości zdjęcia oraz zamieszczane w serwisach materiały multimedialne zapewniają popularność tych tytułów wśród czytelników i internautów.

CZASOPISMA

Avanti

pierwsze w Polsce pismo shoppingowe

LOGO

jedyne miesięcznik dla mężczyzn o charakterze shoppingowo-lifestyle'owym

CZTERY KĄTY

jedno z najpopularniejszych czasopism wnętrzarskich

KUCHNIA

ekskluzywne pismo o gotowaniu i dobrym jedzeniu

Dziecko

miesięcznik wspierający rodziców w wychowaniu dzieci

MADNY DOM

magazyn budowlany zawierający fachową wiedzę z zakresu budowy i modernizacji domu

OPIEKUN

kwartalnik skierowany do osób, które na stałe opiekują się bliskimi

W 2017 r. zaprzestaliśmy wydawania tytułów: Dom&Wnętrza oraz Magnolia. Na początku 2018 r. zaś sprzedaliśmy tytuł „Świat Motocykli”.

Szerokie portfolio tematyczne czasopism Agory pozwala na budowanie atrakcyjnej oferty reklamowej, również we współpracy z innymi mediami Agora oraz realizowanie skutecznych kampanii promocyjnych. Dodatkowo, zespół reklamy czasopism rozwija ofertę działań okołowydawniczych i z zakresu custom publishing.

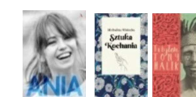
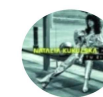
Więcej: agoracp.pl

WYDAWNICTWO AGORA

Wydawnictwo Agora

Wydawnictwo Agora w 2017 r.:

- 1,4 mln sprzedanych egzemplarzy wydawnictw
- 10 nowych wydań filmów (DVD, Blu-Ray)
- 28 nowych wydań muzycznych
- 56 nowych tytułów

Wydawnictwo
Agora

Księgarnie internetowe Agory

28 tysięcy e-booków, prawie 3 tysiące audiobooków i 350 tytułów prasowych – oferta Publio.pl

ponad 1 tys. książek, wydawnictw, płyt, filmów, prasy i plakatów – oferta internetowej księgarni kulturalnysklep.pl

publio
KULTURALNY
SKLEP.PL

INTERNET

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. Wśród serwisów grupy Gazeta.pl znajduje się też platforma kariery GoldenLine.pl oraz praktyczne wyszukiwarki ogłoszeń: rekrutacyjnych, z rynku nieruchomości czy motoryzacyjnego.

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.

blisko 16 mln internautów odwiedziło serwisy grupy Gazeta.pl w grudniu 2017 r. (użytkownicy – RU wg Gemius PBI, grudzień 2017 r.)

Informacje i publicystyka	Styl życia	Sport	Rozrywka	Hobby	Ogłoszenia:	Formaty wideo	Serwisy społecznościowe	Aplikacje mobilne
<ul style="list-style-type: none"> Gazeta.pl Wiadomosci.Gazeta.pl Next.Gazeta.pl Weekend.Gazeta.pl 	<ul style="list-style-type: none"> Kobieta.Gazeta.pl Zdrowie.Gazeta.pl Podroze.Gazeta.pl Avanti24.pl eDziecko.pl Ugotuj.to 	<ul style="list-style-type: none"> Sport.pl MyFitness.pl PolskaBiega.pl Junior.Sport.pl 	<ul style="list-style-type: none"> Quizy.gazeta.pl Plotek.pl Deser.pl 	<ul style="list-style-type: none"> Moto.pl Bryla.pl Ladnyladny.pl 	<ul style="list-style-type: none"> GoldenLine.pl GazetaPraca.pl Jobile Domiporta.pl Nowyrrp.pl Autotrader.pl Salonowe.pl Komunikaty.pl KupSprzedaj.pl 	<ul style="list-style-type: none"> WideoNews Gazeta.pl NOW Haps Myk! Ach! Klips Make Poland Great Again 	<ul style="list-style-type: none"> Forum.Gazeta.pl Blox.pl 	<ul style="list-style-type: none"> Gazeta.pl LIVE Sport.pl LIVE Avanti24 Plotek.pl Moja Cięża, Moje Dziecko Quiz&Go

Druk

2 drukarnie w Warszawie i Pile

Usługi związane z działalnością poligraficzną Agory S.A. skupione są w ramach dwóch drukarni w Warszawie i w Pile wyposażonych w maszyny do druku gazet oraz czasopism i akcydensów.

Kultura, Edukacja, Rozrywka

Agora jest organizatorem wielu interesujących wydarzeń muzycznych, rozrywkowych oraz edukacyjnych



WIZJA I MISJA [G4-56] [G4-M]

Celem nadrzędnym Grupy Agora jest rozwój na rynku mediów w ramach zdefiniowanej misji, którą jest: dostarczanie odbiorcom – czytelnikom, słuchaczom i widzom – wiarygodnej informacji i godziwej rozrywki, a partnerom biznesowym – skutecznych sposobów dotarcia do klientów..

Na wszystkich płaszczyznach naszej działalności dbamy o profesjonalizm i odpowiedzialne zarządzanie, a także o transparentność i przejrzystość. Tolerancja, niezależność i rzetelność to wartości, które towarzyszą nam w codziennej pracy. Budujemy trwałe i silne relacje z naszymi interesariuszami: czytelnikami, słuchaczami, widzami, klientami, kontrahentami, a także z pracownikami i akcjonariuszami.

NASZE WARTOŚCI [G4-56] [G4-M]

Kierujemy się wartościami, które leżą u podstaw naszej firmy, i którym pozostajemy wierni mimo zmieniających się warunków rynkowych oraz rozwoju naszej firmy. Są nimi prawda, tolerancja, poszanowanie praw człowieka i pomoc potrzebującym.

Dla naszych odbiorców:



- chcemy utrzymać niezależność, ponieważ niezależna prasa jest niezbędnym składnikiem życia publicznego i komunikacji między rządzącymi a rządzonymi - chcemy, by „Gazeta Wyborcza” mówiła do czytelnika językiem zwykłej ludzkiej przyzwoitości,
- pragniemy, by czytelnik, który chce uchronić się przed inwazją nienawiści, mógł w „Gazecie Wyborczej” i jej języku znaleźć dla siebie azyl,
- chcemy, by „Gazeta Wyborcza” była pismem Polski demokratycznej i rozsądnej, ciekawej świata i przedsiębiorczej, tolerancyjnej i otwartej,
- chcemy kreować media niezależne, otwarte, kierowane do szerokiego grona odbiorców,
- chcemy być odważni i rzetelni - w podejmowanych tematach i w naszych działaniach,
- chcemy być z naszymi czytelnikami, słuchaczami, widzami i przygotowywać dla nich codziennie: najnowsze informacje, artykuły, komentarze, ciekawe i ważne treści, ale także dostarczać im rozrywkę na wysokim poziomie.

Dla naszych klientów:



- naszym celem jest świadczenie najwyższej jakości usług, z których klient będzie czerpał satysfakcję,
- zależy nam na budowaniu dobrych i długotrwałych kontaktów z klientami,
- naszą naczelną zasadą w kontaktach z klientami jest uczciwość i postępowanie zgodne z najwyższymi standardami etyki.

Dla naszych pracowników:



- chcemy być miejscem realizacji ambicji zawodowych,
- atrakcyjnym miejscem pracy, w którym pracownicy mogą się rozwijać;
- chcemy też zapewnić pracownikom otwarte na różnorodność miejsce pracy, w którym naczelnymi zasadami są: równe traktowanie oraz szacunek.

Dla naszych akcjonariuszy:



- chcemy budować długoterminową wartość spółki,
- naszą naczelną zasadą jest przejrzystość w relacjach z inwestorami,
- dbamy o równy dostęp do informacji o spółce wszystkich akcjonariuszy i inwestorów,
- w naszych kontaktach z akcjonariuszami kierujemy się zasadami międzynarodowego ładu korporacyjnego.

REALIZACJA CELÓW STRATEGICZNYCH [G4-9] [G4-DMA-EC] [G4-EC1]

Celem nadrzędnym Agory jest rozwój na rynku mediów w ramach zdefiniowanej misji. Jest nią dostarczanie odbiorcom: czytelnikom, słuchaczom i widzom wiarygodnej informacji i godziwej rozrywki, a partnerom biznesowym - skutecznym sposobów dotarcia do klientów.

Warunkiem niezbędnym do realizacji misji jest sukces ekonomiczny, który wymaga wyższych przychodów i poprawy rentowności.

Główne cele strategiczne Grupy zostały opisane za pomocą kilku wskaźników ze względu na specyfikę danego rynku oraz etap rozwoju poszczególnych biznesów. W przypadku transformacji cyfrowej cel strategiczny był wyrażany do tej pory liczbą aktywnych płatnych prenumerat. W przypadku działalności telewizyjnej głównym celem było zbudowanie pozycji poprzez stworzenie portfela kanałów telewizyjnych. Cele finansowe i zasięgowe określone zostały dla Stopklatki TV, która została uruchomiona w 2014 r. W przypadku pozostałych działalności Grupy cele zostały wyrażone wskaźnikiem marży EBIT lub wynikiem na poziomie EBIT.

Większość celów strategicznych Grupy Agora powinna zostać zrealizowana do końca 2018 r. Postępy w ich osiągnięciu są systematycznie monitorowane, a ich efekty prezentowane w rocznych sprawozdaniach zarządu. Przedstawiciele spółki omawiają również postępy w realizacji celów strategicznych z różnymi grupami interesariuszy, m.in. pracownikami, akcjonariuszami, inwestorami oraz przedstawicielami mediów.

ŚREDNIOOKRESOWE PRIORYTETY GRUPY AGORA



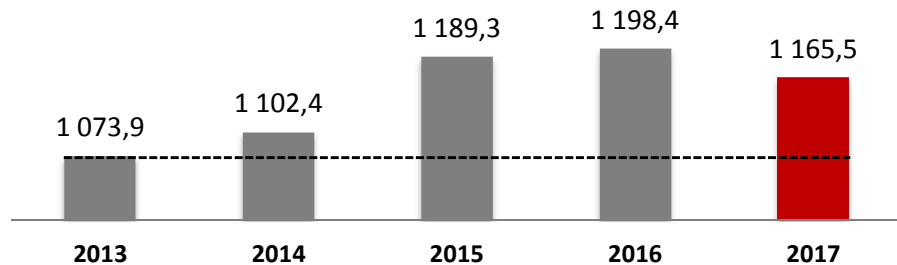
Wzrost przychodów



Poprawa rentowności

Wzrost przychodów

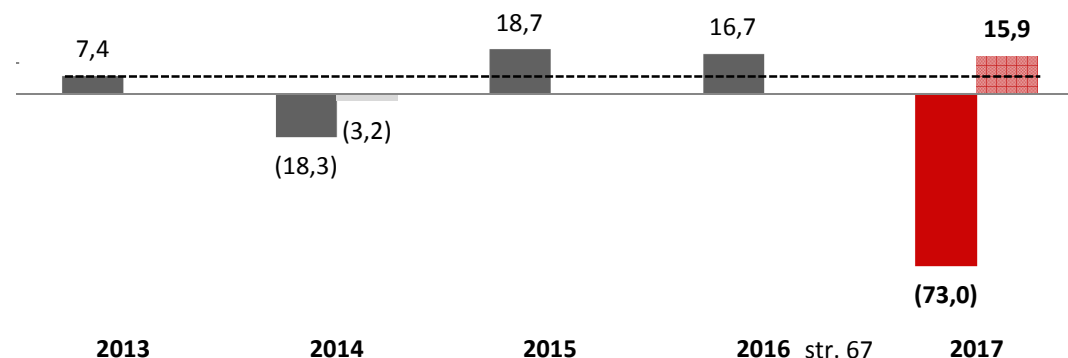
Przychody (mln PLN)



Poprawa rentowności

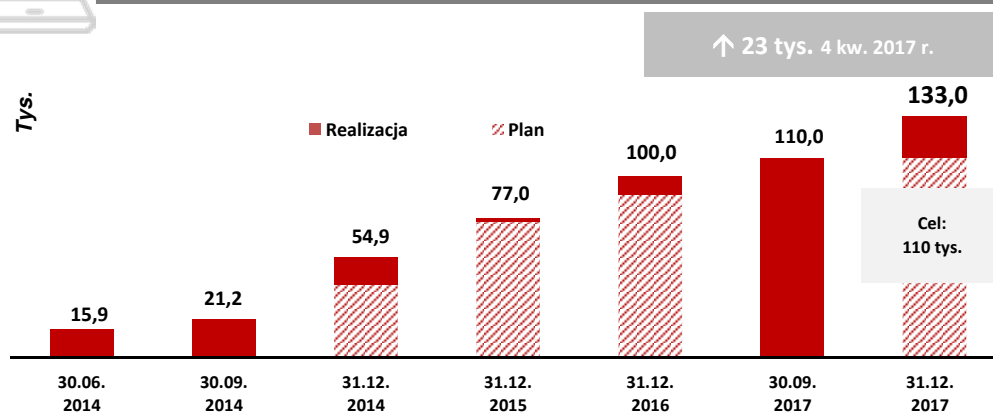
EBIT (mln PLN)

- EBIT
- EBIT po eliminacji odpisów aktualizujących
- EBIT
- EBIT po eliminacji odpisów aktualizujących





Cyfrowa transformacja działalności prasowej



Zbudowanie pozycji na rynku telewizyjnym

2 grudnia 2016 r. wystartował nowy kanał METRO na MUX-8

9 grudnia 2016 r. w wyniku umowy inwestycyjnej współwłaścicielem kanału METRO zostało Discovery Polska Sp. z o.o., obejmując około 48,94% udziałów w spółce Green Content

21 sierpnia 2017 r. Agora otrzymała zawiadomienie od Discovery Polska Sp. z o.o., o zamiarze wykonania opcji zakupu przez Discovery pozostałych 51,06% udziałów w spółce Green Content

1 września 2017 r. Discovery Polska Sp. z o.o. zostało właścicielem 100% udziałów w spółce Green Content



Poprawa rentowności pozostałych biznesów Grupy

SEGMENT	Kategoria	2013	2014	2015	2016	2017	Cel
Kino i Film (1)	Marża EBIT	3%	5%	6,2%	8,5%	7,6%	2018 -> 9,0%
Internet	EBIT (mln)	17,2	20,7	24,2	23,0	(2,5) / 19,3*	2018 -> 34,0
Druk	EBIT (mln)	(1,3)	0,6	2,3	(7,7)	(63,4) / (11,8)*	2017 -> pozytywna rentowność na poziomie EBIT
	EBITDA (mln)	15,0	16,9	18,1	15,1	8,9	
Reklama zewnętrzna	Marża EBIT	2,5%	4,1%	11,0%	14,8%	17,4%	2017 -> 8,0-10,0%
Radio	Marża EBIT	5,8%	10,4%	12,4%	11,3%	14,6%	2017 -> 12,0-15,0%

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4kw.2013 i 4kw.2015 i 4kw.2016r. oraz 1-4kw.2017r.

(1) Kino i Film obejmuje wyniki Grupy Helios oraz działalności filmowej w Agorze S.A.

* Podane dane nie uwzględniają odpisów z tytułu utraty wartości aktywów trwałych segmentów Internet i Druk

KLUCZOWE WYNIKI FINANSOWE [G4-9] [G4-17] [G4-DMA-EC]

WYNIKI FINANSOWE AGORY S.A.

<i>mln zł</i>	2017	2016	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży netto (1)	492,5	576,1	(14,5%)
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	207,0	236,3	(12,4%)
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	138,7	141,7	(2,1%)
<i>Sprzedaż usług poligraficznych</i>	82,1	134,2	(38,8%)
<i>Pozostała sprzedaż (2)</i>	64,7	63,9	1,3%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(609,7)	(653,3)	(6,7%)
<i>Odpisy aktualizujące (3)</i>	(50,6)	(0,1)	34 789,8%
Wynik operacyjny - EBIT	(117,2)	(77,2)	(51,8%)
<i>marża EBIT (EBIT/Przychody)</i>	(23,8%)	(13,4%)	(10,4pkt %)
EBIT bez odpisów*	(66,6)	(77,0)	13,6%
EBITDA	(28,8)	(37,9)	23,9%
<i>marża EBITDA (EBITDA/Przychody)</i>	(5,8%)	(6,6%)	0,8pkt %
Zysk/(strata) netto	(68,1)	(52,8)	(29,0%)
Zysk/(strata) netto bez odpisów*	(17,5)	(52,6)	66,7%

Źródło: jednostkowe sprawozdanie finansowe wg MSSF, 2017;

- (1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży, poza przychodami ze sprzedaży usług poligraficznych, zawierają przychody ze sprzedaży Wydawnictwa Agory (w tym kolekcji wydawniczych);
- (2) zawiera przychody z sublicencji udzielonej przez Agorę S.A. spółce zależnej wchodzącej w skład Grupy Agora na dystrybucję filmów;
- (3) podane kwoty obejmują odpisy aktualizujące udziały w spółkach zależnych (opisane w nocie 37 do jednostkowego sprawozdania finansowego).

* Podane kwoty nie obejmują odpisów aktualizujących z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, w 2017 r. odpisy dotyczyły głównie wartości tytułu prasowego „Cztery Kąty”, wartości firmy oraz aktywów trwałych segmentu Druk.

NAGRODY AGORY S.A. [G4-M1]

Pracownicy Agory S.A. byli w 2017 r. wielokrotnie nagradzani i doceniani w wielu konkursach i rankingach zdobyli laury indywidualnych oraz zespołowych, zarówno na szczeblu krajowym, jak i międzynarodowym. Wśród tych nagród można znaleźć:

Nagrody dla dziennikarzy i fotoreporterów:

- ▶ Grand Press
- ▶ Nagroda im. Bohdana Tomaszewskiego
- ▶ Nagroda Dziennikarstwa Ekonomicznego Press Club Polska
- ▶ Pióro Odpowiedzialności
- ▶ BZ WBK Press Foto
- ▶ Grand Press Photo
- ▶ Solidarity Award

Nagrody dla naszych inicjatyw, mediów, projektów i marek:

- ▶ INMA Global Media Awards („Gazeta Wyborcza”)
- ▶ Superbrands 2018 (Helios, „Gazeta Wyborcza”, „Cztery Kąty”)
- ▶ Statuetka św. Jakuba (Olsztyn Green Festival)
- ▶ Najlepszy serwis dla biegaczy według dziennikarzy (Polskabiega.pl)
- ▶ Mobile Trends Awards (Quiz & Go, Wyborcza.pl)
- ▶ GrandFront 2016 (nagrody główne: „Gazeta Wyborcza”, „Wysokie Obcasy”, wyróżnienia: „Wysokie Obcasy Extra”, „Duży Format”, „Kuchnia”)

Ranking „Biura Reklamy” magazynu „Media&Marketing Polska”:

- ▶ Zespół sprzedaży reklam „Gazety Wyborczej” – 1. miejsce wśród biur reklamy prasowej – dzienników

Digital News Initiative

W 2017 r. w ramach Digital News Initiative firmy Google realizowane były projekty, które otrzymały dofinansowanie we wcześniejszych :

- ▶ Sonar.wyborcza.pl – innowacyjny projekt „Gazety Wyborczej” i BIQdata.pl, który ma pomóc Polakom zrozumieć wpływ dużej i małej polityki na ich codzienne życie, w tym budżet domowy, edukację oraz służbę zdrowia.
- ▶ NewsMavens.com – przegląd publikacji medialnych tworzony wyłącznie przez kobiety, dziennikarki ze wszystkich krajów Unii Europejskiej.
- ▶

ZAANGAŻOWANIE W INICJATYWY ZEWNĘTRZNE [G4-15] [G4-16] [G4-24]

Agora S.A. 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 spółki to:

- **polskie:**
 - Konfederacja Lewiatan,
 - Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych,
 - Izba Wydawców Prasy,
 - Związek Kontroli Dystrybucji Prasy,
 - Polskie Badania Internetu,
 - IAB Polska – *Internet Advertising Bureau Polska*,
 - Stowarzyszenie Wydawców ReproPol,
- IAA Polska - Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy, Polska,
- Krajowa Izba Książki,
- Karta Różnorodności (od 8.03.2017 r.).
- **zagraniczne:**
 - WAN - IFRA – *World Association of Newspapers and News Publishers*,
 - INMA – *International Newsmedia Marketing Association*,
 - EPC – *European Publishers Council*,
 - EDJnet - *Europejska Sieć Dziennikarstwa Danych*.

O RAPORCIE [G4-13] [G4-18] [G4-22] [G4-23] [G4-28] [G4-29] [G4-30] [G4-33] [G4-48]

Raport odpowiedzialności Agory S.A. 2017 prezentuje nasze podejście do kwestii społecznych, środowiskowych i ekonomicznych, podsumowuje również nasz wpływ na otoczenie oraz nasze zaangażowanie w 2017 roku.

Raport dotyczy spółki Agora S.A., chyba, że wskazano inaczej.

Raport odpowiedzialności Agory S.A. za 2017 r. jest wypełnieniem obowiązku wynikającego z Dyrektywy 2014/95/UE* oraz Ustawy o rachunkowości**. Biegły rewident potwierdza wypełnienie przez firmę tego obowiązku.

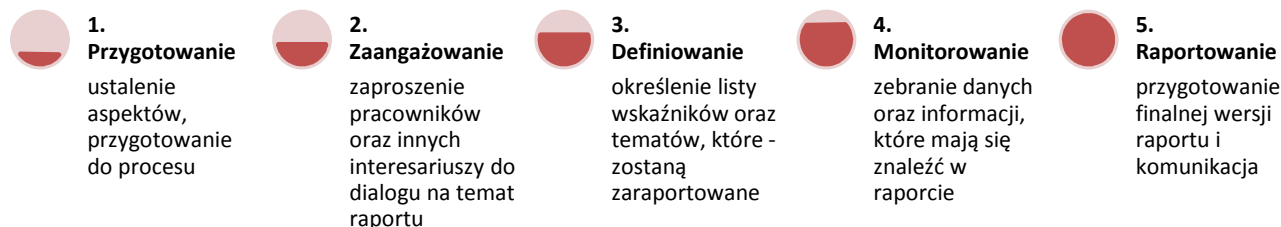
Został przygotowany zgodnie z międzynarodowymi Wytycznymi Global Reporting Initiative (GRI G-4) oraz Suplementu Sektorowego – Media bez poddania zewnętrznej weryfikacji na poziomie podstawowym. Raport w zakresie rachunkowości w oparciu o standard MSSF.

Raport nawiązuje do następujących dokumentów, norm i standardów:

- Zasady ONZ Global Compact oraz SDGs,
- Norma Międzynarodowej Organizacji Normalizacyjnej ISO 26000,
- Wytyczne dotyczące sprawozdawczości w zakresie informacji niefinansowych (metodyka sprawozdawczości niefinansowej).

PROCES RAPORTOWANIA W AGORZE S.A.

Raportowanie to proces, którego celem jest analiza oraz monitoring wpływu firmy na otoczenie, zgodnie z przyjętymi zasadami i wskaźnikami.



*Dyrektywa 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.

** Ustawa z dnia 15 grudnia 2016 r. zmieniająca Ustawę z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, Dz.U. 1994 nr 121 poz. 591.

INDEKS GRI G4 [G4-32]

Wytyczne 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 Wytycznych GRI-G4 tutaj: globalreporting.org

WSKAŹNIK	OPIS WSKAŹNIKA	ODNOŚNIK
STRATEGIA I ANALIZA		
G4-1	Oświadczenie Prezesa Zarządu	s. 2
G4-2 [M]	Opis kluczowych wpływów, ryzyk i szans	s. 4; 6
PROFIL ORGANIZACJI		
G4-3	Nazwa organizacji	s. 62
G4-4	Główne marki, usługi i / lub produkty	s. 62-65
G4-5	Lokalizacja głównej siedziby	s. 76
G4-6	Liczba krajów w których działa organizacja i nazwy tych krajów	s. 62-65
G4-7 [M]	Forma własności i forma prawna organizacji	s. 62-65
G4-8	Obsługiwane rynki	s. 62-65
G4-9	Skala działalności	s. 16; 53, 62-65
G4-10	Liczba pracowników według regionów działalności, wieku, płci oraz rodzaju umowy	s. 16-19
G4-11	Procent pracowników objętych umowami zbiorowymi	s. 28
G4-12	Łańcuch dostaw	s. 37
G4-13	Znaczące zmiany w raportowanym okresie w zakresie łańcucha dostaw	s. 37, 71
ZAANGAŻOWANIE W INICJATYWY ZEWNĘTRZNE		
G4-14	Zasada przezorności	s. 6; 60
G4-15	Lista zewnętrznych inicjatyw przyjętych przez organizację	s. 31-33; 70
G4-16	Członkostwo w stowarzyszeniach	s. 31-33; 70
ZIDENTYFIKOWANE ISTOTNE ASPEKTY ORAZ ODPOWIADAJĄCE IM GRANICE		
G4-17	Lista podmiotów ujętych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym organizacji	s. 69
G4-18	Proces definiowania treści raportu oraz granic aspektów	s. 2; 8; 71
G4-19	Istotne aspekty zidentyfikowane w procesie definiowania zawartości raportu	s. 3- 6; 8
G4-20	Zakres i istotność zidentyfikowanych aspektów dla poszczególnych podmiotów biznesowych organizacji	s. 4; 8
G4-21	Granice aspektu na zewnątrz organizacji	s. 4; 8
G4-22	Korekty w stosunku do poprzedniego raportu i przyczyny korekt	s. 71
G4-23	Istotne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu	s. 71
ZAANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY		
G4-24 [M]	Lista grup zaangażowanych interesariuszy	s. 7; 8; 28; 34; 36-40; 41-43; 70; 77-88
G4-25	Podstawy identyfikacji i selekcji zaangażowanych grup interesariuszy	s. 7; 8

G4-26	Podejście organizacji do zaangażowania interesariuszy	s. 7; 8; 28; 34; 36-40; 41-43; 45-46
G4-27	Kluczowe kwestie i zagadnienia poruszane przez interesariuszy	s. 7- 8; 11; 34; 36-40; 41-43; 45-46
PROFIL RAPORTU		
G4-28	Okres raportowania	s. 71
G4-29	Data publikacji ostatniego raportu	s. 71
G4-30	Cykl raportowania	s. 71
G4-31	Dane kontaktowe	s. 76
G4-32	Indeks GRI	s. 72-75
G4-33	Zewnętrzna weryfikacja raportu	s. 71
ŁĄD ORGANIZACYJNY		
SKŁAD I STRUKTURA ZARZĄDU		
G4-34	Struktura nadzorcza organizacji	s. 53-57
G4-38	Skład najwyższego organu nadzorczego organizacji	s. 54-58
G4-39	Określenie czy przewodniczący najwyższego organu nadzorczego jest również dyrektorem zarządzającym	s. 54-57
G4-40	Proces nominacji i wyboru członków najwyższego organu nadzorczego i komitetów	s. 54-58
G4-41	Działania i procedury pozwalające na uniknięcie konfliktu interesów członków najwyższego organu nadzorczego	s. 54-58
ROLA W ZARZĄDZANIU RYZYKIEM		
G4-45	Rola najwyższego organu nadzorczego w zakresie identyfikacji i zarządzania wpływami i skutkami gospodarczymi, środowiskowymi i społecznymi oraz zagrożeniami i szansami z nimi związanymi	s. 6; 60
G4-46	Rola najwyższego organu nadzorczego w przeglądzie skuteczności procesów zarządzania ryzykiem w organizacji dotyczącym tematów gospodarczych, środowiskowych i społecznych.	s. 6; 60
ROLA W RAPORTOWANIU ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU		
G4-48	Najwyższa komisja/komitet lub stanowisko, które dokonuje formalnego przeglądu i zatwierdza raport zrównoważonego rozwoju organizacji oraz zapewnia, że wszystkie istotne aspekty zostały w nim uwzględnione.	s. 71
ETYKA		
G4-56 [M]	Wartości, zasady, standardy i normy zachowania, takie jak kodeksy postępowania i kodeksy etyki organizacji	s. 11; 31; 33; 66
WSKAŹNIKI SZCZEGÓŁOWE - KATEGORIA EKONOMICZNA		
G4-DMA-EC	Wyniki ekonomiczne	s. 67-69
G4-EC1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona	s. 67-69
G4-EC7 [M]	Przeznaczanie przestrzeni reklamowej na ogłoszenia społeczne, charytatywne	s. 41
WSKAŹNIKI SZCZEGÓŁOWE – KATEGORIA ŚRODOWISKOWA		
G4-DMA-EN [M]	Materiały i surowce	s. 45-50
	Energia	
	Woda	
	Emisje	
	Produkty i usługi	
G4-EN2	Procent wykorzystywanych materiałów, które stanowią przetworzone materiały początkowe	s. 47-50
G4-EN3	Zużycie energii wewnątrz organizacji	s. 47-50

G4-EN6	Zmniejszenie zużycia energii	s. 47-50
G4-EN8	Całkowity pobór wody według źródła	s. 47-50
G4-EN10	Procent oraz całkowita objętość wody przetwarzanej i ponownie wykorzystywanej	s. 47-50
G4-EN19	Redukcja emisji gazów cieplarnianych	s. 47-50
G4-EN22	Całkowita objętość ścieków według jakości i miejsca przeznaczenia	s. 47-50
G4-EN23 [M]	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem	s. 47-50
G4-EN28	Procent odzyskanych materiałów ze sprzedawanych produktów i ich opakowań, według kategorii materiału	s. 47-50
G4-EN29	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu nieprzestrzegania prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska	s. 61
WSKAŹNIKI SZCZEGÓŁOWE – KATEGORIA PRACOWNICZA		
G4-DMA-LA	Zatrudnienie	s. 11-30
G4-LA1	Całkowita liczba i wskaźniki zatrudnienia nowych pracowników oraz rotacji pracowników	s. 16-18
G4-LA2	Świadczenia zapewniane pracownikom pełnoetatowym	s. 20-25
G4-LA3	Wskaźniki powrotu do pracy i utrzymania zatrudnienia po urlopie macierzyńskim/tacierzyńskim w podziale na płeć	s. 16-18
G4-DMA-LA	Stosunki pomiędzy pracownikami a kadrą zarządzającą	s. 28
G4-DMA-LA	Bezpieczeństwo i higiena pracy	s. 19
G4-LA6	Wskaźnik urazów, dni straconych i nieobecności w pracy oraz wypadków śmiertelnych związanych z pracą	s. 19
G4-DMA-LA	Szkolenia i edukacja	s. 11-15; 20-21
G4-LA9	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika	s. 20-21
G4-LA10	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego	s. 20-21
G4-LA11	Procent pracowników otrzymujących regularne oceny swoich wyników oraz informacje rozwoju zawodowego	s. 20-21
G4-DMA-LA	Różnorodność i równość szans	s. 11-30; 55-57
G4-LA12	Skład ciał zarządzających i kadry pracowniczej w podziale na kategorie według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	s. 11-30; 55-57
G4-LA13	Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia kobiet i mężczyzn	s. 29-30
G4-LA16	Liczba skarg dotyczących praktyk zatrudnienia złożonych, rozpatrzonych i rozwiązanych w ramach formalnych mechanizmów skargowych	s. 29-30
WSKAŹNIKI SZCZEGÓŁOWE – KATEGORIA PRAWA CZŁOWIEKA		
G4-DMA-HR	Niedyskryminowanie	s. 11-30
G4-HR2	Całkowita liczba godzin szkoleniowych pracowników w zakresie polityk poszanowania praw człowieka	s. 26-27
G4-HR3	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji (incydentów o charakterze dyskryminacyjnym) i podjętych środków naprawczych	s. 26-27
G4-HR12	Liczba skarg dotyczących wpływu na poszanowanie praw człowieka złożonych, rozpatrzonych i rozwiązanych w ramach formalnych mechanizmów skargowych	s. 26-27
G4-DMA-HR	Wolność zrzeszania się i zawierania układów zbiorowych	s. 28
WSKAŹNIKI SZCZEGÓŁOWE – KATEGORIA SPOŁECZEŃSTWO		
G4-DMA-SO	Społeczności lokalne	s. 41-44; 77-80
ZAPOBIEGANIE KORUPCJI		
G4-DMA-SO	Zapobieganie korupcji	s. 31-35
G4-SO5	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	s. 61

ZACHOWANIA ANTYKONKURENCYJNE		
G4-DMA-SO	Zachowania antykonkurencyjne	s. 36-40
G4-SO7	Całkowita liczba podjętych wobec organizacji kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych oraz ich skutki	s. 61
G4-SO8	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami	s. 61
WSKAŹNIKI SZCZEGÓŁOWE – KATEGORIA ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKT		
G4-DMA-PR	Odpowiedzialność za produkt	s. 31-35; 36-40
G4-PR2	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	s. 61
G4-PR4	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi informacji i znakowania produktów i usług w podziale na rodzaj skutków	s. 61
G4-PR7 [M]	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi komunikacji marketingowej, w tym reklam, promocji i sponsoringu, w podziale na rodzaj skutków	s. 61
G4-DMA-PR	Prywatność klienta	s. 35; 36-40
G4-PR8	Całkowita liczba uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klienta i utraty danych klientów	s. 61
G4-PR9	Kwota istotnych kar z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi dostarczania i użytkowania produktów i usług	s. 61
SUPLEMENT MEDIA		
G4-M1	Istotne finansowanie i inne wsparcie ze źródeł pozarządowych	s. 70
G4-M3	Działania podjęte w celu zapewnienia, aby działalność mediów była związana z wartościami (niezależność, jakość, wielość, różnorodność) oraz rezultaty tych działań	s. 9-10; 31-34
G4-M6	Metody interakcji z odbiorcami i rezultaty	s. 9-10; 40
G4-M7	Działania podjęte w celu wzmocnienia kompetencji odbiorców w kwestii umiejętności korzystania z mediów	s. 9-10; 40

KONTAKT [G4-5] [G4-31]

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. raportowania danych niefinansowych

tel. 507 095 211

magdalena.andrejczuk@agora.pl

ZAŁĄCZNIK DOBRE PRAKTYKI GRUPY AGORA 2017 R.

DZIAŁANIA CHARYTATYWNE

Media Grupy Agora wspierają WOŚP

Co roku media i marki Grupy Agora angażują się w aukcje, zbiórkę pieniędzy, a przede wszystkim informowanie o działaniach WOŚP.

W 2017 r. media Agory zebrały dla WOŚP łącznie 22 327,24 zł. 25. Finał Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy odbył się 9 stycznia 2017 r. i zbierano tego w ramach fundusze dla oddziałów pediatrycznych w polskich szpitalach i na rzecz zapewnienia godnej opieki medycznej seniorom.

„Gazeta Wyborcza” była patronem medialnym 25. Finału WOŚP, na łamach dziennika prowadzona była także kampania reklamowa WOŚP. W niektórych lokalnych redakcjach „Gazety Wyborczej” oraz w dwóch rzeszowskich kinach Helios od końca grudnia do dnia Finału pracownicy Agory oraz ich goście mogli wrzucać pieniądze do skarbonki WOŚP - w ten sposób pieniądze zbierano w Łodzi, Olsztynie, Płocku, Rzeszowie, Toruniu, Gdańsku, Warszawie i Wrocławiu. 15 stycznia 2017 r. po godz. 20:00 „lokalne” komisje przeliczyły zawartość skarbonki - łącznie „Gazeta Wyborcza” zebrała 3 991,24 zł.

Portal Gazeta.pl prowadził 6 aukcji, w których łącznie udało się zebrać 4 692 zł. Licytowano m.in. piłkę i plakat z autografem Grzegorza Krychowiaka (1 570 zł), warsztat w studiu programu Haps (202,50 zł), wycieczkę po warszawskiej siedzibie Agory (1 114,50 zł), trening personalny z MyFitness.pl (270 zł), reklamę na Gazeta.pl (1025 zł) oraz dzień w terenie z Tomaszem Golonko, reporterem portalu (510 zł).

„Gazeta Wyborcza” charytatywnie z okazji Dnia Dziecka

1 czerwca 2017 r. razem z katowicko-bielskim wydaniem „Gazety Wyborczej” można było kupić specjalną lnianą torbę-kolorowankę. Lniane torby „Niosę Dobro”, o których na Śląsku mówi się „tasze”, to zarazem kolorowanki, które dzieci mogą pomalować mazakami. Dochód ze sprzedaży toreb wsparł działalność Domu Aniołów Stróżów – stowarzyszenia, które w Katowicach i Chorzowie prowadzi placówki dla dzieci i młodzieży z trudnych środowisk. Cały dochód ze sprzedaży toreb został przeznaczony na pomoc, edukację i opiekę nad

dziećmi oraz na program „Akademia Rozwoju Talentów”. Produkcję 3 tys. toreb sfinansował Urząd Miejski w Chorzowie. Partnerami akcji byli „Gazeta Wyborcza”, Urząd Miejski w Chorzowie oraz Stowarzyszenie Dom Aniołów Stróżów.

Z kolei 3 czerwca 2017 r. już po raz dwunasty ogólnopolskie wydanie „Gazety Wyborczej” z okazji Dnia Dziecka ukazało się ze specjalną charytatywną okładką – reklamą Toyoty. Dochód z akcji wsparł podopiecznych Fundacji z Pompą, działającej na rzecz wsparcia Oddziału Hematologii Dziecięcej gdańskiego Uniwersyteckiego Centrum Klinicznego, jego małych podopiecznych oraz ich rodzin.

Na Oddziale Hematologii Dziecięcej Uniwersyteckiego Centrum Klinicznego leczeni są pacjenci z całego Pomorza. Oprócz wsparcia w walce z chorobą Fundacja z Pompą oferuje także pomoc psychologiczną dla dzieci z chorobą nowotworową i ich rodzin, współfinansuje rehabilitację chorych dzieci oraz dofinansowuje rodziny w trudnej sytuacji materialnej.

Partnerem akcji charytatywnej na rzecz Fundacji z Pompą była Toyota.

Więcej: Katowice.Wyborcza.pl

Krzesła dla ISKIERKI – akcja katowickiej „Gazety Wyborczej”

Katowicka redakcja „Gazeta Wyborcza” prowadzi akcję charytatywną „Krzesła dla...”, w ramach której namawia znane osobistości ze świata kultury, sztuki, sportu i polityki do oddania starych, wysłużonych krzesel. Meble trafiają do artystów, którzy zamieniają je w dzieła sztuki. Przedmioty są wystawiane na aukcji, a całkowity dochód przeznaczony jest na szczytny cel.

W 2017 r. w ramach akcji „Krzesła dla ISKIERKI” artyści zmienili krzesła znanych ludzi w dzieła sztuki. Krzesła podarowali m.in.: aktorka Krystyna Janda, trębacz jazzowy Tomasz Stańko, rajdowiec i przedsiębiorca Rafał Sonik oraz piosenkarki: Natalia Przybysz i Natalia Grosiak. Wśród artystów, którzy wzięli stare meble „na warsztat”, znaleźli się m.in. Marcel Sławiński, scenograf oscarowej „Idy”, kostiumolożka Barbara Ptak i architekt Tomasz Konior. 13 odrestaurowanych przez artystów krzesel zostało zlicytowane podczas imprezy z okazji 45-lecia katowickiego Spodka za łączną kwotę 106 tys. zł.

Zgromadzone środki wsparły fundację ISKIERKA, która opiekuje się pacjentami pediatrycznych oddziałów onkologicznych. Za przekazane środki udało się kupić: wirówkę laboratoryjną, łóżeczka niemowlęce wyposażone w wagę, wagi dla

pacjentów oraz plazmery do oczyszczania powietrza w izolatkach, a także łóżka z kardiomonitorem i pompy infuzyjne. Dodatkowo zakupione zostały leki ratujące zdrowie i życie dzieci. Pozostałe środki zostały przeznaczone na obóz rekreacyjny w Rewalu, gdzie 40 małych pacjentów wraz z rodzeństwem i rodzicami spędziło tydzień wakacji.

Więcej: Katowice.Wyborcza.pl

Fabryka świętego Mikołaja

Co roku przed Świętami Bożego Narodzenia zespół wrocławskiej „Gazety Wyborczej” wspólnie z Fundacją Agory i Kinem Nowe Horyzonty przygotowuje prezenty dla najbardziej potrzebujących dzieci z Wrocławia i okolic, a także wspiera wrocławskie instytucje i organizacje pozarządowe.

Celem 14. edycji akcji „Fabryka św. Mikołaja” było zebranie funduszy na wyposażenie domu dla dorosłych osób niepełnosprawnych intelektualnie prowadzonego przez Stowarzyszenie Bonitum, akcji podczas, której zebrano 200 tys. zł. Dzięki nim organizatorzy ufundowali paczki z prezentami dla tysiąca dzieci z wrocławskich podstawówek. Fundusze wsparty również podopiecznych stowarzyszenia Bonitum, które w styczniu 2018 r. otworzyło Środowiskowy Dom Samopomocy.

Przez 14 lat, dzięki zaangażowaniu pracowników, sponsorów i czytelników „Gazety Wyborczej Wrocław”, w ramach „Fabryki św. Mikołaja” udało się zebrać w sumie niemal 2 mln zł., które – w postaci paczek – trafiły do 14 tys. najmłodszych dzieci z wrocławskich szkół oraz do wrocławskich szpitali, fundacji i stowarzyszeń.

Więcej: Wrocław.Wyborcza.pl

Agrafka Agory

„Agrafka Agory” to partnerski Program Fundacji Agory i Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce realizowany od 2006 r. (dawniej jako „Moje stypendium”). Jego celem jest wsparcie organizacji pozarządowych prowadzących programy stypendialne oraz promocja tematyki stypendiów edukacyjnych na terenach wsi i mniejszych miast (do około 100 tys. mieszkańców).

Celem „Agrafki Agory” jest realizacja programu dotacji dla organizacji pozarządowych, prowadzących programy stypendialne oraz promocja tematyki stypendiów edukacyjnych. Granty są przeznaczone na dofinansowanie lokalnych

konkursów stypendialnych dla studentów pochodzących z małych miejscowości. W ramach jedenastu edycji Programu „Agrafka Agory” przyznano 147 dotacji na realizację lokalnych programów stypendialnych na sumę ponad 1,2 mln zł.

W 11. edycji Programu (w roku akademickim 2016/2017) dofinansowanie lokalnych konkursów stypendialnych z Fundacji Agory objęło 10 organizacji na łączną kwotę 68 400 zł. W sumie zaś przyznano stypendia o łącznej kwocie 153 780 zł, które otrzymało 45 najlepszych studentów.

Stypendyści to młodzi ludzie, którzy reprezentują 24 uczelnie i studiują na 27 kierunkach. Ich osiągnięcia są imponujące - od zwycięstw w ogólnopolskich konkursach, publikacji artykułów naukowych i monografii, poprzez aktywność społeczną i inwencję inżynierską w postaci zbudowania działającego zrobotyzowanego ramienia czy drukarki 3D.

DZIAŁANIA EDUKACYJNE

Matematyka się liczy

Matematyka jest przydatna w każdej czynności w naszym życiu - codziennych zakupach, opłacaniu rachunków, zakładaniu kont bankowych, aktywnościach sportowych czy dbaniu o dietę i zdrowy tryb życia. Niewiele osób na etapie edukacji uświadamia sobie jej znaczenie w dorosłym życiu. Celem akcji „Matematyka się liczy” zrealizowanej przez „Gazetę Wyborczą” w partnerstwie z Fundacją mBank było udowodnienie, jak potrzebna i ciekawa jest matematyka.

Akcja społeczna „Matematyka się liczy” rozpoczęła się wraz ze startem roku szkolnego 2017/2018. Organizatorzy chcieli w niej pokazać, jak ważną dziedziną w naszym życiu jest matematyka, a także udowodnić, że to, w jaki sposób opowiada się o królowej nauk i jej naucza, to podstawa sukcesu. Atrakcyjne i nowoczesne formy przekazu wzbudzające i pielęgnujące naturalną ciekawość wśród uczniów przekładają się często na późniejsze wybory i życie najmłodszych.

W ramach akcji odbył się konkurs „Matematyka w twoim życiu”, którym uczniowie szkół podstawowych przedstawiali, jak matematyka jest obecna w ich życiu codziennym bądź w życiu ich szkoły. Prace można było przysyłać w formie: filmów wideo, zdjęć, gier, rebusów lub innych prezentacji. Do wygrania były granty finansowe dla szkół. Organizatorzy otrzymali rekordową liczbę zgłoszeń – udział w konkursie wzięło ponad 120 placówek. Wygrała Szkoła Podstawowa nr 3 im. Ignacego Łukasiewicza z Trzebini.

Punktem kulminacyjnym projektu był 4. Festiwal Matematyki, który odbył się 18 listopada 2017 r. w siedzibie Agory. W ramach wydarzenia można było wziąć udział w 1 z 10 warsztatów dla uczniów, rodziców i nauczycieli, a także zwiedzić stoiska z robotami, grami logicznymi, zabawami. Festiwalowi przyświecało hasło: „Matematyka jest wszędzie, jest znakomitą przygodą!”.

Więcej: Wyborcza.pl/matematyka

Szkoła z klasą 2.0

Edukacja to jeden z najważniejszych elementów rozwoju społecznego, a także zrównoważonego rozwoju. Współczesna szkoła stoi przed wieloma wyzwaniami i najważniejszym zadaniem -przygotowania dzieci i młodzieży do kontynuacji nauki, pracy zawodowej oraz aktywności obywatelskiej.

Akcja „Szkoła z klasą” ruszyła w 2002 r. z inicjatywy „Gazety Wyborczej” i Centrum Edukacji Obywatelskiej. Od 2015 r. rolę głównego organizatora akcji przejęła, specjalnie w tym celu powołana Fundacja Szkoła z Klasą. Akcja skierowana była do szkół podstawowych, gimnazjów i szkół średnich. Jej zadaniem było wprowadzenie w polskich szkołach nowego sposobu myślenia o oświacie, promowanie zasad wspierających nowoczesną, efektywną edukację, podnoszenie jej poziomu, a także oddziaływanie na poprawę kultury wychowawczej oraz ożywienie współpracy szkół z ich bliższą i dalszą okolicą oraz środowiskiem lokalnym.

Celem 16. edycji „Szkoły z Klasą 2.0” było wsparcie szkoły w trudnym procesie zmian, także tych wynikających z reformy edukacji. Wszystkie placówki biorące udział w programie, pracując z wykorzystaniem innowacyjnej metody design thinking, diagnozują potrzeby całej społeczności szkolnej i projektują rozwiązania z myślą o ich odbiorcach. Projekty realizowane w szkole nastawione są przede wszystkim na budowanie dobrych relacji, samodzielności, odpowiedzialności, umiejętności uczenia się i pasji do nauki.

W edycji 2016/2017 „Szkoły z Klasą 2.0” wzięły udział 203 szkoły, 194 dyrektorów, 199 koordynatorów, 971 uczestników (nauczycieli i innych pracowników szkoły). Do edycji 2017/2018 zgłosiło się 95 szkół, 95 dyrektorów, 95 koordynatorów, 642 uczestników (nauczycieli i innych pracowników szkoły). W konferencjach i wydarzeniach programu wzięło udział ponad 300 osób.

Program „Szkoła z Klasą 2.0” prowadzony jest przez Fundację Szkoła z Klasą, Centrum Edukacji Obywatelskiej i „Gazetę Wyborczą” przy wsparciu Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności i Fundacji Agory.

Więcej: SzkoLazKlasa20.pl

DZIAŁANIA KULTURALNE

Nagroda Literacka Nike

Nagroda Literacka Nike przyznawana jest od 1997 r. corocznie w październiku za najlepszą książkę poprzedniego roku. Jej celem jest promocja polskiej literatury, ze szczególnym zwróceniem uwagi na powieść. (w tym autobiografie, eseje, pamiętniki itp.) i humanistyka o wybitnych wartościach literackich.

Zwycięzca otrzymuje 100 tys. zł i statuetkę, których fundatorami są „Gazeta Wyborcza” i Fundacja Agory.

Zwycięzca wyłaniany jest w trzyetapowym konkursie. Pierwszy etap to przyznanie przez jury 20 nominacji, które ogłaszane są w maju, drugi to wybór siedmiu finalistów podawany do wiadomości we wrześniu. Decyzję o przyznaniu nagrody jury podejmuje w dniu jej ogłoszenia i wręczenia. Do tego momentu ani laureat, ani finaliści obecni na sali nie znają wyniku konkursu.

Nagrodę w głosowaniu przyznają również czytelnicy „Gazety Wyborczej”.

Laureatami dotychczasowych edycji byli:

2017 – Cezary Łazarewicz za reportaż historyczny „Żeby nie było śladów”

2016 – Bronka Nowicka za tom „Nakarmić kamień”

2015 – Olga Tokarczuk za powieść „Księgi Jakubowe”

2014 – Karol Modzelewski za autobiografię „Zajeżdżmy kobyłę historii”

2013 – Joanna Bator za powieść „Ciemno, prawie noc”

2012 – Marek Bieńczyk za zbiór esejów „Książka twarzy”

2011 – Marian Pilot za powieść „Pióropusz”

2010 – Tadeusz Słobodzianek za dramat „Nasza klasa”

2009 – Eugeniusz Tkacyszyn-Dycki za tom poetycki „Piosenka o zależnościach i uzależnieniach”

2008 – Olga Tokarczuk za powieść „Bieguni”

2007 – Wiesław Myśliwski za powieść „Traktat o łuskaniu fasoli”

2006 – Dorota Masłowska za powieść „Paw królowej”

2005 – Andrzej Stasiuk za powieść „Jadąc do Babadag”

2004 – Wojciech Kuczok za powieść „Gnój”

2003 – Jarosław Marek Rymkiewicz za tom poetycki „Zachód słońca w Milanówku”

2002 – Joanna Olczak-Ronikier za powieść „W ogrodzie pamięci”

2001 – Jerzy Pilch za powieść „Pod Mocnym Aniołem”

2000 – Tadeusz Różewicz za tom poetycki „Matka odchodzi”

1999 – Stanisław Barańczak za tom poetycki „Chirurgiczna precyzja”

1998 – Czesław Miłosz za zbiór „Pieśń przydrożny”

1997 – Wiesław Myśliwski za powieść „Widnokrąg”

Więcej: Nike.org.pl

Nagroda im. Ryszarda Kapuścińskiego za Reportaż Literacki

Nagroda im. Ryszarda Kapuścińskiego za Reportaż Literacki jest organizowana od 2010 r. przez „Gazetę Wyborczą” i Miasto st. Warszawa. Przyznawana jest autorom najlepszej książki reporterskiej roku oraz najlepszego przekładu roku.

Celem Nagrody im. Ryszarda Kapuścińskiego jest wyróżnienie i promocja najwartościowszych książek reporterskich, które podejmują ważne problemy współczesności, zmuszają do refleksji, a także pogłębiają wiedzę o świecie innych kultur. Jest również formą uhonorowania mieszkającego przez ponad 60 lat w Warszawie Ryszarda Kapuścińskiego, wybitnego reportera, dziennikarza, publicysty i poety, najczęściej – obok Stanisława Lema – tłumaczonego polskiego autora.

Nagrodami co roku są: dla laureatów - autora książki reporterskiej 50 tys. zł i 15 tys. zł dla tłumacza najlepszego przekładu reportażu literackiego roku, a dla finalistów - dyplom i fotografia autorstwa Ryszarda Kapuścińskiego. Patronem honorowym Nagrody jest Alicja Kapuścińska.

Nagroda ma międzynarodowy charakter, w dotychczasowych edycjach większość laureatów była spoza Polski (w tym dwukrotnie, jeszcze przed przyznaniem literackiego Nobla - Swietłana Aleksijewicz), wyróżniani są też zagraniczni tłumacze.

Organizacją i koordynacją prac jury kieruje Sekretarz, którym od pierwszej edycji jest Bożena Dudko.

Nagrodzie towarzyszy akcja edukacyjna, mająca na celu propagowanie twórczości Ryszarda Kapuścińskiego wśród uczniów warszawskich szkół. Młodzież co roku czyta inny utwór Kapuścińskiego, który staje się inspiracją do przedstawienia własnej pracy.

Laureatami nagrody byli dotychczas:

2017 - Rana Dasgupta, „Delhi. Stolica ze złota i snu”

2016 - Paweł Piotr Reszka, „Diabeł i tabliczka czekolady”

2015 - Swietłana Aleksijewicz, „Czasy secondhand. Koniec czerwonego człowieka”; Michał Olszewski, „Najlepsze buty na świecie”
 2014 - Elisabeth Åsbrink, „W Lesie Wiedeńskim wciąż szumią drzewa”
 2013 - Ed Vulliamy, „Ameksyka”
 2012 - Liao Yiwu, „Prowadzący umarłych. Opowieści prawdziwe. Chiny z perspektywy nizin społecznych”
 2011 - Swietłana Aleksijewicz, „Wojna nie ma w sobie nic z kobiety”
 2010 - Jean Hatzfeld, „Strategia antylop”
 Nagrody za najlepsze tłumaczenie otrzymali dotychczas:
 2017 - Barbara Kopeć-Umiastowska za „Delhi. Stolica ze złota i snu” Rana Dasgupty; Janusz Ochab za „Wojna umarła, niech żyje wojna. Bośniackie rozrachunki” Eda Vulliamy’ego; Marta Szafrńska-Brandt za „Głód” Martina Caparrósa
 2016 - nie przyznano
 2015 - Mariusz Kalinowski za książkę Görana Rosenberga „Krótki przystanek w drodze z Auschwitz”
 2014 - Irena Kowadło-Przedmojska za książkę Elisabeth Asbrink „W Lesie Wiedeńskim wciąż szumią drzewa”
 2013 - Janusz Ochab za książkę Eda Vulliamy „Ameksyka”
 2012 - Wen Huang i Agnieszka Pokojska za książkę Liao Yiwu, „Prowadzący umarłych. Opowieści prawdziwe. Chiny z perspektywy nizin społecznych”
 2011 - Jerzy Czech za książkę Swietłany Aleksijewicz „Wojna nie ma w sobie nic z kobiety”
 2010 - Jacek Giszczak za książkę Jeana Hatzfelda „Strategia antylop”

Centrum Premier Czerska 8/10

Warszawska siedziba Agory przy ul. Czerskiej 8/10 w 2017 r. zmieniła się kilkukrotnie w Centrum Premier, czyli miejsce łączące twórców literatury, filmu, teatru, muzyki, gier komputerowych i mody z publicznością. Centrum Premier Czerska 8/10 to cieszące się popularnością spotkania z twórcami, o których się mówi i dziełami, które się przeżywa. Spotkania odbywają się w siedzibie Agory w Warszawie, ale można je również oglądać dzięki transmisjom na żywo na Wyborcza.pl i w mediach społecznościowych.

Dzięki dotychczas zorganizowanym spotkaniom z cyklu Centrum Premier Czerska 8/10 „Gazeta Wyborcza” mogła pokazać szerokiej publiczności ciekawe propozycje filmowe i wydawnictwa, które były pretekstem do rozmów z ciekawymi osobami ze świata kultury, sztuki i podróży. W 2017 r. w 6 spotkaniach Centrum Premier Czerska 8/10 wzięło udział ok. 3 tys. osób.

Podczas pierwszego z nich Agnieszka Holland i Olga Tokarczuk opowiadały o filmie „Pokot”. Na kolejnym spotkaniu Elżbieta Dzikowska, Martyna Wojciechowska, Marek Kamiński i Aleksander Doba dyskutowali o fenomenie Tony’ego Halika z Mirosławem Wleklým, autorem książki „Tu byłem. Tony Halik”. Tłumy przyciągnęła też Krystyna Janda – rozmowa z aktorką krążyła wokół jej pamiętników. We wrześniu 2017 r. odbyła się premiera pierwszej w pełni autoryzowanej przez rodzinę biografii Anny Przybylskiej „Ania” wydanej nakładem Wydawnictwa Agora. Podczas spotkania w Centrum Premier aktorkę wspominali jej bliscy oraz autorzy książki – Grzegorz Kubicki i Maciej Drzewicki. W październiku 2017 r. odbyło się spotkanie wokół filmu „Twój Vincent” dystrybuowanego przez NEXT FILM. Podczas tego wydarzenia można było usłyszeć o tajnikach powstawania filmu, a jego gośćmi specjalnymi byli reżyserzy filmu: Dorota Kobiela i Hugh Welchman, dubbingujący jedną z postaci Jerzy Stuhr oraz Robert Gulaczyk, odtwórca roli głównej.

Wstęp na wszystkie wydarzenia - po rejestracji – był bezpłatny. Każde wydarzenie dzięki transmisjom na Wyborcza.pl i w media społecznościowych oglądało kilkanaście tysięcy osób.

W ramach Centrum Premier odbyło się też biletowane spotkanie z Danem Brownem. „Gazeta Wyborcza” prowadziła transmisję z tego wydarzenia na stronie Wyborcza.pl i na Facebooku.

Spotkania z cyklu Centrum Premier Czerska 8/10 to okazja do bezpośredniego kontaktu czytelników „Gazety Wyborczej”, ale też innych osób z ciekawymi twórcami, pasjonatami, ważnymi postaciami w życiu społeczno-politycznym i kulturze, a także z redakcją i dziennikarzami. Wydarzenia dają możliwość zadania pytań i odbycia interesujących rozmów, kupna książki w promocyjnej cenie, zdobycia autografu ulubionego autora.

Formuła spotkań jest wciąż rozwijana, m.in. dzięki internetowi i transmisjom online. W styczniu 2018 r. z gośćmi Centrum Premier Czerska 8/10 spotkał się himalaista Wojciech Kurtyka oraz autorka jego pierwszej biografii Bernadette McDonald, natomiast w lutym 2018 r. odbyło się spotkanie z Anne Applebaum –

historyczką i dziennikarką. Na kolejne miesiące planowana jest m. in. premiera sztuki pt. „Czekam na telefon”.

Więcej: Wyborcza.pl/centrumpremier

Akademia Opowieści

„Akademia Opowieści” jest inicjatywą reporterów związanych z tygodnikiem „Duży Format” „Gazety Wyborczej” oraz Ośrodka „Brama Grodzka – Teatr NN”. Projekt powstał, aby namawiać czytelników „Gazety Wyborczej” do opisanie najważniejszej postaci w ich życiu i wspólnie stworzyć portrety osób ważnych, choć powszechnie nieznanymi. Na łamach „Dużego Formatu” i w specjalnym serwisie Wyborcza.pl/akademiaopowiesci redakcja opowiadała o ludziach, którzy pozostawili po sobie wspaniały ślad - prezentowała bohaterów i uczyła o nich pisać.

W ramach przedsięwzięcia odbyły się spotkania i warsztaty w 12 polskich miastach. Podczas tych wydarzeń dziennikarze Mariusz Szczygieł, Michał Nogaś i Włodzimierz Nowak inspirowali czytelników do tworzenia portretów bliskich, rozmawiając ze znanymi pisarzami, muzykami, artystami, ale też lekarzami czy działaczami lokalnego samorządu. W rezultacie na łamach „Dużego Formatu” ukazały się interesujące artykuły, a w serwisie Wyborcza.pl/akademiaopowiesci publikowane były filmy i opowieści.

Punktem kulminacyjnym projektu był konkurs pt. „Najważniejszy człowiek w moim życiu”, w ramach którego od stycznia do końca marca 2017 r. czytelnicy przesyłali portrety osób ważnych, choć powszechnie nieznanymi. Kapituła konkursu, której przewodniczył redaktor Włodzimierz Nowak, a w skład której weszli: muzyk i reżyserka Maria Sadowska, pisarz Jacek Dehnel, dziennikarka i reporterka Lidia Ostałowska i dyrektor Ośrodka „Brama Grodzka – Teatr NN” w Lublinie Tomasz Pietrasiewicz, wybrała spośród 1655 opowieści 12 najciekawszych i najlepiej napisanych historii. Nagrodą była publikacja w „Dużym Formacie”, a dodatkowo autorzy 3 najlepszych opowieści otrzymali nagrody finansowe.

Finał projektu miał miejsce podczas Gali Festiwalu Małych Opowieści organizowanej przez Ośrodek „Brama Grodzka – Teatr NN” w ramach obchodów Wielkiego Jubileuszu 700-lecia Miasta Lublina 24 czerwca 2017 r.

Więcej: Wyborcza.pl/akademiaopowiesci

DZIAŁANIA SPOŁECZNE

„Adoptuj pszczołę” – kampania Gazeta.pl skierowana do internautów i pracowników

Po raz trzeci Gazeta.pl włączyła się do akcji Greenpeace „Adoptuj pszczołę”, dzięki której tysiące osób z całej Polski angażuje się w pomaganie pszczołom miodnym i dziko żyjącym, zaś Polska staje się krajem coraz bardziej przyjaznym zapylaczom. Dzięki wirtualnym „adopcjom” każdy ma szansę pomóc pszczołom. To największy w Polsce projekt crowdfundingowy pod względem liczby uczestników. W 2017 r. Gazeta.pl zaangażowała do udziału w nim internautów, ale też pracowników Agory.

Od 4 października 2017 r. Gazeta.pl zachęcała swoich użytkowników do pomocy pszczołom poprzez wirtualną adopcję owadów, a także poprowadziła relację na żywo ze zbiórki pieniędzy. Tego dnia zmieniło się również logo portalu, w którym ponownie znalazła się pszczoła.

Na stronie głównej Gazeta.pl pojawiły się artykuły na temat życia pszczoł i poświęcony im materiał wideo Gazeta.pl NOW oraz specjalny quiz o tych pożytecznych owadach. Dodatkowo, specjalnie dla fanów quizów, przez cały okres trwania akcji w grze mobilnej Quiz & Go była dostępna plansza tematyczna poświęcona pszczołom. Powstał też film promocyjny pod hasłem: „Śpiewając ‘Pszczółkę Maję’ - pomagasz owadom” emitowany na YouTube.

Piąta edycja kampanii „Adoptuj pszczołę” to naturalna kontynuacja dotychczasowych działań. Dzięki przeprowadzonej zbiórce powstanie m.in. Narodowa Strategia Ochrony Owadów Zapyłających, a także kontynuowany będzie Wielki Spis Zapyłaczy, czyli nowatorskie badania naukowe nad pszczołami miodnymi i dziko żyjącymi.

Dodatkowo akcji towarzyszyła kampania wśród pracowników Grupy Agory. Do udziału w akcji adopcji pszczoł namawiały: zniżki w GazetaCafe na herbatę z pomarańczą, goździkami i miodem, a także specjalny konkurs, w którym pracownicy mieli za zadanie przestać zdjęcie inspirowane pszczołami. Nagrodami były książki Wydawnictwa Agora, a z przesłanych fotografii powstała galeria w firmowym intranecie.

Dzięki działaniom Gazeta.pl zaadoptowanych zostało ok. 25 tys. pszczoł (łącznie odnotowano 142 tys. adopcji), co daje ok. 50 tysięcy złotych.

67% badanych użytkowników Gazeta.pl zetknęło się z informacją o akcji na portalu. U większości z badanych akcja „Adoptuj Pszczółę” budziła dobre emocje, a na pytanie „Jakie odczucia budzi w Tobie akcja Adoptuj Pszczółę?” odpowiadali najczęściej: „smutno mi, że pszczoły giną”, „to ważne”, „o tym trzeba pisać”, „szacunek”. 39% badanych uważało, że wspieranie akcji zdecydowanie pasuje do Gazeta.pl, a w siedmiopunktowej skali średnia odpowiedź wynosiła 5,52. Spora część badanych, bo aż 62,39% uważa, że Gazeta.pl powinna działać na rzecz ochrony środowiska (na podstawie badania ankietowego osób odwiedzających portal Gazeta.pl w dniach 6-9.10.2017 r.).

Więcej: Gazeta.pl

DługoWIECZNI

Przed polską gospodarką, społeczeństwem i rodzinami stoi wiele wyzwań. Dlatego w ramach akcji społecznej „DługoWIECZNI” „Gazeta Wyborcza” poruszana najważniejsze tematy związane z seniorami i ich najbliższymi: zdrowie, społeczeństwo, aktywność fizyczna, polityka senioralna, technologia, „srebrna” gospodarka, styl życia. Działania w ramach akcji mają pomóc osobom w podeszłym wieku, schorowanym i samotnym, które często czują się niepotrzebne czy „odstawione na boczny tor”.

Twórcy akcji „DługoWIECZNI” chcą, by starość stała się ważnym i stałym tematem debaty publicznej, a ludzie w jesieni życia mieli nie tylko należytą opiekę i poczucie bezpieczeństwa, ale także - na równi z młodymi - szansę na realizację pasji i aktywności oraz możliwość korzystania z dóbr kultury, np. kina i teatru.

W 2017 r. akcja realizowana była m.in. poprzez: cykl redakcyjny na stronach ogólnopolskich i lokalnych oraz w magazynach „Gazety Wyborczej”, lokalny dodatek w całości poświęcony seniorom, a także specjalny serwis internetowy Wyborcza.pl/Dlugowieczni. Dzięki realizacji akcji w zasięgu ogólnopolskim „Gazety Wyborczej” i jej dodatków udało się dotrzeć do wielu osób w całej Polsce.

W opublikowanych materiałach poruszono kwestie: sytuacji seniorów w Polsce na tle innych krajów, aktywności i wolontariatu seniorów, „Koperty Życia”, integracji międzypokoleniowej, akcji „Apteka przyjazna seniorom” (a co za tym idzie - doradztwie w kupowaniu leków i minimalizacji suplementacji). Powstał też poradnik dotyczący Domów Pomocy Społecznej. Partnerem akcji w 2017 r. był m.in. Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego.

Więcej: Wyborcza.pl/dlugowieczni

Koperta życia w „Gazecie Wyborczej”

„Koperta życia” to formularz z najważniejszymi danymi osobowymi i medycznymi. W karcie należy uzupełnić informacje dotyczące jej właściciela – dane osobowe, numer telefonu do bliskiej osoby, przebyte choroby, zażywane leki i uczulenia - i włożyć ją do plastikowej koperty, którą następnie wkłada się najczęściej do lodówki, na której umieszcza się specjalną naklejkę z napisem „TU JEST KOPERTA ŻYCIA”.

„Koperta życia” ma za zadanie pomóc służbom medycznym, policyjnym czy strażackim w jak najszybszym dostarczeniu informacji na temat osoby potrzebującej pomocy, zwłaszcza starszej, mieszkającej samotnie. To pozornie proste rozwiązanie upowszechnione zostało w 1981 r. przez oddział Czerwonego Krzyża w Sacramento.

W 2017 r. „Gazeta Wyborcza” po raz kolejny zaangażowała się w temat związany z pomocą osobom starszym, dołączając „Kopertę życia” do wydania dziennika w dn. 10 marca 2017 r. w ramach akcji społecznej „DługoWIECZNI”. W wydaniu tygodnika „Gazety Wyborczej” „Tylko Zdrowie” pojawiły się najważniejsze informacje dotyczące koperty - m.in. w jakim celu powstała i jak należy prawidłowo ją wypełnić. Dodatkowo w tym dniu na pierwszej stronie „Gazety Wyborczej” naklejony został memostick informujący o akcji, a do środka dodatku „Tylko Zdrowie” dołączona Karta Informacyjna.

Nakład „Gazety Wyborczej” z „Kopertą życia” wyniósł 292 tys. egzemplarzy. Wydanie było promowane w mediach.

Partnerami projektu były Miasto Kraków oraz Województwo Śląskie.

Więcej: Wyborcza.pl

Pracownia miast

„Gazeta Wyborcza” jest obecna całej Polsce, dlatego tematyka lokalna jest dla redakcji bardzo ważna.

„Pracownia miast” to akcja społeczna 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 ciągu 4 lat odbyło się już ponad 30 spotkań w 18 miastach w różnych regionach Polski, a w konferencjach wzięło udział łącznie ok. 5000 osób. Przeprowadzono

również ponad 50 warsztatów dla włodarzy miast i wybranych specjalistów, które zaowocowały praktycznymi rozwiązaniami problemów miast.

Konferencja w Rzeszowie zorganizowana 29 marca 2017 r. podsumowała 3. edycję akcji - głównie cykl spotkań zorganizowanych w 2016 r. w 9 miastach. Tematem przewodnim edycji były innowacje i ekologia. W wydarzeniu wzięli udział eksperci z takich miast, jak: nagrodzone tytułem Zielonej Stolicy Europy 2018 Nijmegen (Holandia) - planista miejski Paul Goedknecht opowiadał m.in. o działaniach proekologicznych w tym mieście, kojarzony z innowacjami i przedsiębiorczością Tel Awiw (Izrael) - o rozwiązaniach i pozycjonowaniu miasta jako globalnej marki mówił Gilad Uziely z Urzędu Miasta, Amsterdam (Holandia), z którego Marc de Wit z Circle Economy opowiadał o dobrych praktykach gospodarki obiegowej z miast holenderskich, Wiedeń (Austria), z którego zaprezentowano wideomateriały dotyczące rozwiązań smart city, a także Bruksela (Belgia) i Glasgow (Wielka Brytania).

Formuła wydarzenia sprzyjała dyskusji i networkingowi pomiędzy polskimi i zagranicznymi gośćmi.

4. edycja „Pracowni miast” została zainaugurowana w kwietniu 2017 r. podczas konferencji w Sandomierzu pod hasłem „Miasto w roli głównej”. Głównymi tematami spotkania były: promocja miast poprzez film i media społecznościowe oraz wykorzystanie nowoczesnych technologii do promocji miast. Dodatkowo odbyły się warsztaty dla włodarzy miast, dzięki którym mogli oni w praktyczny sposób i w mniejszych grupach zdobyć wiedzę na temat nowoczesnych metod promocji i wykorzystania filmu oraz produkcji filmowych do promocji miasta.

Więcej: Wyborcza.pl/pracowniamiast

Wyborcza na żywo

Spotkania z cyklu „Wyborcza na żywo” odbywają się od 2016 r. w Warszawie, 19 lokalnych redakcjach „Gazety Wyborczej” oraz kawiarniach czy teatrach w innych polskich miastach. Podczas spotkań ich uczestnicy rozmawiają o wydarzeniach, zjawiskach społecznych, ale również o lokalnych sprawach mieszkańców i kulturze.

W wydarzeniach z cyklu „Wyborcza na żywo” w miastach związanych z siedzibami lokalnymi „Gazety Wyborczej” gośćmi byli dotychczas m.in. Barbara Nowacka, Adam Bodnar, Jerzy Bralczyk, Robert Biedroń, Janusz Głowacki, Jan Klata, Jan Miodek, Andrzej Rzepliński, Filip Springer, Ziemowit Szczerek, Lech Wałęsa,

Ludwika i Henryk Wujcowie, Adam Wajrak i wielu innych publicystów, działaczy lokalnych, polityków i artystów.

W 2017 r. w blisko 80 lokalnych spotkaniach „Wyborcza na żywo” wzięło udział prawie 7 tys. osób.

Jutronauci

„Gazeta Wyborcza” rozpoczęła nowatorski projekt, w którym przedstawiła (poprzez artykuły, materiały multimedialne oraz wydarzenia) sylwetki osób prezentujących otwarte, nowoczesne i inteligentne postawy – jutronautów. To osoby nastawione na zmienianie świata, ze znaczącymi osiągnięciami i potencjałem do dalszego rozwijania się. Mogą prowadzić różnorodny profil działalności – to projektanci, naukowcy, biznesmeni, filantropi.

Częścią projektu jest także stypendium „Bilet za horyzont”, przyznawane osobom i przedsięwzięciom wybranym przez 7 mentorów (w ramach 7 kategorii) i członków jury. Nagrody związane są z wykorzystaniem wiedzy, doświadczenia, czasu i uwagi mentorów.

Na projekt „Jutronauci” realizowany przez „Gazetę Wyborczą” w partnerstwie z Kulczyk Investments składały się:

- cykl redakcyjny: sylwetki wybranych jutronautów (26 postaci) przedstawiane były co tydzień w „Gazecie Wyborczej” oraz w specjalnej sekcji poświęconej projektowi na Wyborcza.pl/jutronauci. Dodatkowo prezentowano multireportaże i rozmowy wideo,
- wydarzenie otwierające projekt z udziałem 5 jutronautów, którzy opowiedzieli o tym, co i dlaczego robią oraz kto pomógł im osiągnąć sukces, co napędza ich do działania (21 września 2017 r. w siedzibie Agory),
- 3 spotkania na żywo z wybranymi z osobami, z możliwością zadawania pytań na bieżąco przez uczestników, które odbyły się w 2017 r.: 6 października w Katowicach, 19 października w Warszawie i 6 listopada we Wrocławiu,
- Stypendium „Bilet za horyzont” .

Finałem projektu „Jutronauci 2017” było wydarzenie opierające się o panele dyskusyjne z udziałem jutronautów i gości specjalnych (m.in. Anja Rubik, Tomasz Bagiński, Ela Madej, dr Kamil Kulesza), podczas którego zostali ogłoszeni laureaci stypendium „Bilet za horyzont”. Uczestnicy mogli także poczuć przyszłość na własnej skórze w strefie Expo: testując roboty, inteligentne urządzenia i inne

przedmioty. Odbyły się również warsztaty dla najmłodszych oraz dla dorosłych, podczas których uczestnicy prototypowali rozwiązania dla przyszłości.

W czasie 4 miesięcy trwania projektu „Gazeta Wyborcza” przedstawiła 26 sylwetek jutronautów, zorganizowano 5 spotkań na żywo, w których uczestniczyło 1 tys. osób, a relacje z nich śledziło 468 tys. internautów. Do konkursu na stypendium „Bilet za horyzont” zgłoszono 207 projektów.

Więcej: Wyborcza.pl/Jutronauci

Miasta Idei na Śląsku

Projekt Miasta Idei to próba zwrócenia uwagi na procesy, jakie zachodzą w miastach, na ich problemy, ale przede wszystkim - wyszukiwanie takich kierunków rozwoju miast, aby stały się one atrakcyjne dla mieszkańców.

Podczas cyklicznych spotkań w miastach wykorzystywane były kreatywność i entuzjazm uczestników, zwłaszcza mieszkańców, aktywistów miejskich i organizacji pozarządowych, które przy wsparciu ekspertów i decydentów wypracowują konkretne rozwiązania później realizowane.

Spotkania w ramach projektu Miasta Idei podzielone były na 2 grupy: warsztaty, podczas których uczestnicy (mieszkańcy, aktywiści miejscy oraz radni) przy wsparciu wyspecjalizowanych trenerów analizowali sytuację i pracowali nad rozwiązaniami, oraz otwarte dla publiczności panele dyskusyjne, podczas których eksperci rozmawiali o tym, w jakim kierunku powinno zmierzać miasto na podstawie wypracowanych wniosków z wcześniejszych warsztatów.

W 2017 r. spotkania pod hasłem Miasta Idei zorganizowane zostały w woj. śląskim w: Gliwicach, Jaworznie, Mikołowie, Zabrze, Sosnowcu, Parku Rozrywki Legendia (Chorzów), Raciborzu, Świętochłowicach, Kłobucku i Parku Śląskim.

W 2017 r. powstał kwartalnik „Miasta Idei”, którego celem jest skuteczne śledzenie procesów, które zachodzą w miastach regionu śląskiego, ciekawie o nich opowiadać i inspirować przykładami, Pierwszy numer pisma, który ukazał się 31 marca 2017 r., opowiadał o budowaniu metropolii. To największe wyzwanie, jakie czeka miasta konurbacji katowickiej. W drugim numerze kwartalnika można było znaleźć odpowiedź, jak spędzić czas wolny w miastach na Śląsku. Wrześniowy numer dotyczył komunikacji i wiążącej się z nią coraz mocniej elektromobilności oraz tego, jakie zmiany w transporcie publicznym oraz indywidualnym czekają Górnośląski Okręg Metropolitalny. Grudniowy numer był poświęcony tematyce zarządzania miastem i rewitalizacji.

W ciągu prawie dwóch lat na Śląsku odbyło 25 spotkań. W warsztatach uczestniczyło prawie 580 społeczników i aktywistów miejskich. Do udziału w debatach zaproszono 150 ekspertów. Panelom dyskusyjnym przysłuchiwało się prawie 4 tys. osób.

Więcej: Wyborcza.pl

Śląskie bez smogu!

Katowicka „Gazeta Wyborcza” wspólnie z Urzędem Marszałkowskim Województwa Śląskiego zorganizowała akcję „Śląskie bez smogu!”. Polegała ona m.in. na informowaniu mieszkańców całego regionu o nowej uchwale antysmogowej. Najważniejsza była jednak partycypacja społeczna, czyli zaproszenie do rozmowy i działania wszystkich mieszkańców, którym zależy na poprawie jakości powietrza. Władze województwa chciały poznać ich pomysły na edukację i podnoszenie świadomości społecznej w tym zakresie.

„Śląskie bez smogu!” jest częścią akcji „Oddychać po ludzku”, która ma na celu zwiększenie świadomości Polaków oraz wskazywanie najlepszych sposobów na walkę ze smogiem. Jej pomysłodawcą jest „Gazeta Wyborcza”.

Więcej: Wyborcza.pl/oddychacpoludzku.

W ramach akcji w 4 subregionach województwa śląskiego zorganizowano warsztaty z mieszkańcami, konferencję dla mieszkańców, a także zamknięte warsztaty w Urzędzie Marszałkowskim dla liderów grup z warsztatów w subregionach oraz pracowników U rządu.

Celem spotkań było wygenerowanie pomysłów na projekty edukacyjne, informacyjne czy promocyjne, które pomogą mieszkańcom Śląska zmierzyć się z tematem smogu.

Do udziału w warsztatach zaproszono osoby zaangażowane w temat ochrony środowiska, a spośród uczestników warsztatów zostali wybrani subregionalni liderzy, którzy zaprezentowali samorządowcom 8 najciekawszych projektów wypracowanych na warsztatach i mających szansę na realizację.

Warsztaty w ramach akcji „Śląskie bez smogu!” odbyły się w: Katowicach – pod hasłem „Szkoda zdrowia. Jak nie dać się smogowi”, Rybniku - pod hasłem „Klimatyczna edukacja. Dlaczego warto uczyć, jak dbać o czyste powietrze”, Częstochowie - pod hasłem „Zielona jazda. Dlaczego warto stawiać na ekologiczny transport” i w Żywcu - pod hasłem „Kopciuchy na celowniku. Dlaczego warto mądrze palić w piecu”. W warsztatach udział wzięło prawie 200 osób.

Podsumowaniem działań była konferencja z udziałem władz województwa, naukowców i ekspertów, która odbyła się 15 listopada 2017 r.

Więcej: Katowice.Wyborcza.pl

Kiedy zobaczyłem Cię po raz pierwszy

Dzień Ojca to dobra okazja do poruszenia kwestii wyzwań związanych z ojcostwem. Co czuje mężczyzna, który widzi swoje dziecko po raz pierwszy? Burzę endorfin, zastrzyk radości, strach? Z okazji Dnia Ojca Gazeta.pl poprosiła znanych ojców o podzielenie się z użytkownikami swoimi wspomnieniami z momentu narodzin dzieci. W ten sposób powstał niezwykle ciekawy materiał wideo.

Dział Lifestyle oraz dział Wideo portalu Gazeta.pl przygotowały specjalny materiał wideo z okazji Dnia Ojca, w którym znani ojcowie opowiadali o pierwszych chwilach ze swoimi dziećmi i o tym, co dla nich znaczy bycie tatą.

Aktor, raper, projektant, bokser wagi ciężkiej. Co ich łączy? Na pozór niewiele, a w rzeczywistości bardzo dużo. Wszyscy są ojcami i każdy z nich potwierdza, że moment narodzin dziecka jest jednym z najważniejszych i najpiękniejszych w życiu mężczyzny. Aktor Marcin Perchuć (tata Zosi i Stasia), projektant Tomasz Pągowski (tata Oskara, Nataniela i Vincenta), bokser wagi ciężkiej Przemysław Saleta (tata Nicole i Nadii) oraz raper Tomasz Kleyff - CNE (tata Hani) opowiedzieli redakcji Gazeta.pl co czuli, kiedy urodziły się ich dzieci.

Wideo pod tytułem „Kiedy zobaczyłem cię po raz pierwszy...” zostało opublikowane na stronie głównej Gazeta.pl, w serwisie dla rodziców eDziecko.pl oraz na profilu portalu na Facebooku, gdzie tylko w ciągu pierwszej godziny zostało wyświetlone ponad 23 tys. razy. W sumie specjalny materiał promowany tylko jednego dnia zanotował 80 tys. emisji na portalu.

Więcej: eDziecko.pl

NewsMavens.com – pierwszy europejski serwis tworzony wyłącznie przez kobiety

Kobiety stanowią tylko ok. 27% wyższej kadry menedżerskiej w europejskich newsroomach, co wpływa na to, jak opowiadana jest historia dzisiejszej Europy. Z drugiej strony w mediach dominują informacje z Europy Zachodniej (Wielkiej Brytanii, Francji, Niemiec) - do Europejczyków nie docierają ważne wiadomości z innych krajów. Dlatego też powstał serwis, którego celem jest prezentacja

bieżących wydarzeń z każdego europejskiego kraju, z niedostatecznie reprezentowanej, kobiecej perspektywy.

NewsMavens.com to projekt zainicjowany przez „Wysokie Obcasy” i „Gazetę Wyborczą”, który wygrał dofinansowanie w ramach programu Google DNI. Serwis miał swoją oficjalną premierę 16 października 2017 r.

NewsMavens.com to wyjątkowy przegląd najciekawszych i najważniejszych tekstów wybranych przez „kuratoriki” z mediów newsowych w Europie. Serwis działa dzięki współpracy wydawców i dziennikarek niezależnych – pod koniec 2017 r. pracowało w nim 21 dziennikarek z 13 tytułów, m.in. z irlandzkiego „The Irish Times”, austriackiego „Der Standard”, słowackiego „Dennika N” oraz włoskiego „MicroMega”. Każda z nich wybiera i opisuje w języku angielskim najważniejsze jej zdaniem publikacje ze swojego kraju i regionu, dając odbiorcom NewsMavens.com unikalne, kobiece spojrzenie na wydarzenia w Europie, zwłaszcza te spoza głównego nurtu, dotyczące mniejszych państw członkowskich UE.

Codziennie na NewsMavens.com pojawia się od 5 do 8 publikacji. Kuratoriki piszące dla serwisu mają pełną dowolność w kwestii doboru materiałów prezentowanych na stronie – swój wybór krótko uzasadniają, przedstawiając tło danej sprawy i lokalny wydźwięk tematu. Oprócz uzasadnienia, publikacje w serwisie zawierają podsumowanie materiału z danego medium oraz link do oryginału wraz z przyciskiem Google Translate pozwalającym zapoznać się przetłumaczoną wersją.

Co tydzień zaś serwis dodatkowo oferuje podsumowanie newsów z danego tygodnia opatrzone komentarzem redakcyjnym. Codziennie wysyłany jest newsletter, który zawiera podsumowanie najważniejszych wiadomości. NewsMavens.com obecny jest też na Facebooku, Twitterze i Instagramie.

Więcej: Newsmavens.com

Odpowiedzialny „Next Time” – czyli ludzie sukcesu o swojej drodze na szczyt

Polskie firmy potrzebują silnych wzorców, z których mogą czerpać idee przywództwa, odpowiedzialności, sprawnego zarządzania. Na portalu Gazeta.pl – jednym z największych w Polsce – cyklicznie, co tydzień pokazywane są i promowane dobre praktyki w biznesie. Do każdego odcinka „Next Time” przygotowanego przez zespół działu wideo i redakcję serwisu Next zapraszani są praktycy biznesu, którzy opowiadają m.in. o tym, jak zaczęli swoją działalność

biznesową, jak zarządzają ludźmi, jak inwestują i czym jest dla nich odpowiedzialność.

„Next Time” to format wideo przygotowywany przez redakcje serwisu biznesowego Next.Gazeta.pl oraz dział wideo Gazeta.pl.

W cyklu „Next Time” przedstawiani są ludzie sukcesu, którzy opowiadają, jakie rady napisaliby na karteczce i przykleili na biurku samym sobie sprzed lat - jakich błędów mogliby dzięki temu uniknąć, co zrobiliby lepiej, czego się nauczyli i teraz mogą podzielić się doświadczeniem z innymi. Dzięki pasjonującym rozmowom internauci dowiadują się nie tylko smaczków z ich historii biznesowej, ale także mogą lepiej poznać bohaterów wideo jako ludzi. Do tej pory zespół „Next Time” o prowadzeniu biznesu w sposób odpowiedzialny rozmawiał m.in. z Andrzejem Bliklem, Zbigniewem Grycanem, Piotrem Voelkelem, Martą Dymek i Emilianem Kamińskim. Każdy odcinek w wyjątkowy sposób pokazuje, jak pasja oraz zaangażowanie, a przede wszystkim - podejście do prowadzenia biznesu, ukształtowały firmy zakładane przez te osoby. Goście dzielą się swoimi sukcesami i porażkami, mówią o pierwszych doświadczeniach, obawach oraz swojej wizji biznesu, są zaangażowani w powstawanie odcinków.

Cykl „Next Time” cieszy się bardzo dobrym odbiorem społecznym, pozytywnymi komentarzami, poleceniami oraz wierną grupę odbiorców. Rośnie jego opinotwórczość, coraz częściej media powołują się na wypowiedzi gości.

Równoległe do każdego odcinka przygotowywane są dodatkowe publikacje redakcji Gazeta.pl, które rozwijają poruszane w materiałach wideo zagadnienia (w ramach Next Plus).

Więcej: Next.Gazeta.pl

„Paczka literacka” Wydawnictwa Agora i FRSI

„Paczka literacka” to inicjatywa Wydawnictwa Agora i Fundacji Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego, której celem jest popularyzacja czytelnictwa w Polsce. FRSI od wielu lat wspiera rozwój bibliotek publicznych, zaś Wydawnictwo Agora od 15 lat jest uznanym wydawcą, przede wszystkim pozycji z dziedziny literatury faktu, ale także literatury pięknej, klasycznej, biografii oraz audiobooków. W partnerskim projekcie oba podmioty stworzyły wyjątkowy program dla bibliotek.

Do akcji Wydawnictwa Agora oraz FRSI zaproszone zostały wszystkie biblioteki publiczne w Polsce. Każda biblioteka, która zgłosiła się do 18 sierpnia 2017 r., mogła otrzymać bezpłatny pakiet zawierający 21 książek oraz dwa audiobooki.

Wśród książek znalazły się np.: „Reporterka” Jacka Antczaka i Hanny Krall, „Nie wierzę w życie pozaradiowe” Marka Niedźwieckiego czy „Laska nebeska” Mariusza Szczygła.

Żeby otrzymać pakiet, wystarczyło wypełnić krótki, elektroniczny formularz oraz zaznaczyć, ile pakietów zamawia biblioteka.

W ramach akcji zachęcano też biblioteki do organizowania wydarzeń promujących czytelnictwo, np. spotkań dyskusyjnych klubów książki czy innych wydarzeń tematycznych oraz konkursów na najlepszą recenzję, a także do promocji akcji w internecie.

23 sierpnia 2017 r. na stronie www.biblioteki.org została opublikowana lista placówek, które następnie we wrześniu otrzymały pakiety książek.

Dodatkowo odbył się konkurs dla bibliotek - placówki, które dołączyły do akcji, przesyłały multimedialną relację ze spotkania promującego czytelnictwo, podczas którego została wykorzystana wybrana książka z „Paczki literackiej”. Nagrodą była wizyta jednego z autorów Wydawnictwa Agora (Michała Rusinka, Adama Wajraka, Krystyny Przybylskiej oraz autorów biografii jej córki: Grzegorza Kubickiego i Macieja Drzewickiego) w bibliotece i spotkanie z czytelnikami.

Więcej: Biblioteki.org

Powstańcy 1944

W 73. rocznicę wybuchu Powstania Warszawskiego redakcja Gazeta.pl po raz drugi oddała głos osobom, które uczestniczyły w wydarzeniach z 1944 r. Zapoczątkowany w zeszłym roku projekt „Powstanie '44” został uzupełniony o kolejny wyjątkowy materiał wideo.

We wtorek, 1 sierpnia 2017 r. Gazeta.pl po raz kolejny uczciła rocznicę wybuchu Powstania Warszawskiego wyjątkowym wideo z udziałem Powstańców.

Poruszający materiał „Powstańcy 1944” był dostępny m.in. na stronie głównej portalu, na Facebooku, YouTubie, a także w specjalnym serwisie Powstanie44.Gazeta.pl.

Podczas tworzenia materiału zespół wideo Gazeta.pl zapytał Powstańców o to, co najlepiej zapamiętali z 63 dni walk - o najważniejsze momenty, emocje i uczucia, a także o codzienne życie w czasie wojny. Ich historie mówią same za siebie – Powstańcy opowiadają m.in. o pierwszym papierosie wypalonym nie dla zabawy, ale żeby nie czuć okropnego głodu, pierwszym zabitym człowiekiem czy strachu odczuwanym podczas walki na barykadach.

Projekt ma charakter niekomercyjny – portal zdecydował się na jego realizację, aby oddać hołd świadkom tamtych wydarzeń.

Dodatkowo 1 sierpnia 2017 r. materiał był wyświetlany w kinach sieci Helios i Gutek Film, na ekranach AMS w warszawskich tramwajach oraz na ekranach Screen Network. Projekt był także promowany na antenie Radia TOK FM.

Przez 63 dni fragmenty nagrań z udziałem Powstańców były publikowane na stronie głównej Gazeta.pl, a także na Facebooku. Materiał „Powstańcy 1944” był też wyświetlany na telebimie tuż przed startem 27. Biegu Powstania Warszawskiego.

Więcej: Powstanie44.Gazeta.pl

Tydzień Seniora w Poznaniu

Według badań miasta, w Poznaniu mieszka aktualnie ponad 143 tys. osób w wieku powyżej 60 lat. Miasto przystąpiło do ogólnoświatowej sieci Światowej Organizacji Zdrowia Miast Przyjaznych Starzeniu oraz prowadzi liczne programy integrujące seniorów i ułatwiające im życie w mieście, m.in. Poznań Viva Senior.

Poznańska redakcja „Gazety Wyborczej” od 2015 r. realizuje projekt „Tydzień Seniora”, przybliżający problemy i tematykę senioralną w Poznaniu i całej Wielkopolsce.

„Tydzień Seniora” wpisuje się w działania Miasta Poznań, które skupia się na budowaniu kompleksowej polityki senioralnej.

Na łamach wydań papierowych „Gazety Wyborczej” i na Poznan.Wyborcza.pl po raz trzeci ukazał się cykl tekstów o seniorach i osobach starszych, zorganizowane zostały też warsztaty dla seniorów – m.in. kulinarne i fotografii smartfonem.

Od 30 września 2017 r., czyli Dnia Osób Starszych, przez tydzień „Gazeta Wyborcza Poznań” poświęcała specjalną uwagę sprawom seniorów. Redakcja przygotowała szereg materiałów – m.in. o tym, jak żyje się osobom starszym w mieście, czego oczekują, jaka jest dla nich oferta kulturalna, sportowa, zdrowotna czy edukacyjna. Każdego dnia w wydaniu papierowym i internetowym można było zapoznać się z jednym z tych tematów – np. w poniedziałek 2 października 2017 r. w poznańskiej „Gazecie Wyborczej” ukazał się materiał „Kultura dla seniora w Poznaniu. Od herbatki z artystami po warsztaty łączące pokolenia”.

W 2017 r. po raz pierwszy odbył się również specjalny cykl warsztatów i imprez skierowanych do seniorów, który uzupełniał tematykę publikacji. Odbyły się m.in.

spotkanie z dietetykiem, wspólne zwiedzanie wystawy „Frida Kahlo i Diego Riviera. Polski kontekst” w CK Zamek, zajęcia jogi dla seniorów, warsztaty kulinarne i warsztaty fotografii smartfonem z fotoreporterem Łukaszem Cynalewskim. Więcej informacji o tych wydarzeniach można było znaleźć na Poznan.Wyborcza.pl.

Więcej: Poznan.Wyborcza.pl