

AGORA S.A.

Sprawozdanie na
temat danych
niefinansowych
Agora S.A.

za rok 2018

do jednostkowego
sprawozdania
finansowego

RAPORT

ODPOWIEDZIALNOŚCI

AGORY S.A.

ZA 2018 R.

7 marca 2019 r.

Szanowni Państwo!

2018 był kolejnym rokiem, w którym Agora intensywnie rozwijała swoje marki i biznesy na rynku medialno-rozrywkowym, jednocześnie kładąc nacisk na odpowiedzialne i zrównoważone podejście do zarządzania oraz dbając o wysokie standardy działania.

Dzięki zaangażowaniu i pracy całego zespołu Grupy Agora zainicjowaliśmy i włączyliśmy się do kilkudziesięciu działań społecznych i filantropijnych, które realizowaliśmy w społecznościach lokalnych. W myśl zasady „Codziennie odpowiedzialni” zadbaliliśmy o należytą staranność w obszarze etyki i przeciwdziałania nadużyciom, wprowadzając w październiku 2018 r. kompleksowy system etyki w Agorze. Nasz „Kodeks etyki Agory S.A.” to drogowskaz dla wszystkich pracowników i współpracowników, któremu towarzyszy anonimowy i poufny system zgłaszania nieprawidłowości. Był to istotny cel w naszym strategicznym podejściu do odpowiedzialności, nakreślony w „Raporcie Odpowiedzialności Grupy Agora za 2017 r.”. Co istotne, drugi raz z rzędu nasze staranne podejście do kwestii: środowiska, odpowiedzialności społecznej oraz zarządzania i ładu korporacyjnego zostało docenione i znaleźliśmy się w prestiżowym gronie 31 spółek notowanych w RESPECT Index – indeksie spółek odpowiedzialnych na Giełdzie Papierów Wartościowych. To dla nas ogromny powód do satysfakcji i motywacja do dalszych działań.

Naszą działalność i wpływ na otoczenie w obszarach: miejsce pracy i prawa człowieka, etyka i przeciwdziałanie nadużyciom, relacje z klientami i dostawcami, wpływ społeczny i środowiskowy oraz ład korporacyjny szczegółowo opisaliśmy w poniższym **„Raporcie Odpowiedzialności Grupy Agora za 2018 r.”**. W dokumencie zawarliśmy najistotniejsze informacje oraz wskaźniki niefinansowe związane z działalnością Grupy Agora we wszystkich obszarach biznesowych. Mamy nadzieję, że lektura tego dokumentu pozwoli Państwu zapoznać się z naszymi projektami oraz dowiedzieć się, jak podchodzimy do odpowiedzialności, którą rozumiemy jako odpowiedzialny i zrównoważony rozwój, budowanie trwałych relacji z otoczeniem i szacunek dla różnorodności. Chcemy tworzyć wartość dla całego społeczeństwa, dlatego w raporcie znalazły się odniesienia do Celów Zrównoważonego Rozwoju ustanowionych przez ONZ. Nasz raport jest nie tylko wypełnieniem przez Grupę Agora obowiązku wynikającego z Dyrektywy 2014/95/UE, ale przede wszystkim pokazuje, jak ważna jest dla nas transparentność. Dlatego też po raz kolejny włączyliśmy naszych interesariuszy w proces jego tworzenia i przygotowaliśmy dokument zgodnie z międzynarodowym standardem raportowania GRI.

W 2019 r. będziemy kontynuować nasze działania w myśl zasady „**Codziennie odpowiedzialni**”, zapraszając naszych interesariuszy do dialogu i współpracy. Chcemy wzmacniać naszą infrastrukturę etyczną oraz wprowadzać nowe rozwiązania z zakresu compliance. Planujemy również rozwijać inicjatywy społeczne, edukacyjne, kulturowe i charytatywne, a także działania na rzecz pracowników. Rezultaty tych projektów znajdą Państwo w kolejnym raporcie, a tymczasem zapraszam do lektury tegorocznego.

Mam nadzieję, że „Raport Odpowiedzialności Grupy Agora za 2018 r.” spotka się z Państwa zainteresowaniem i podzielę się Państwo z nami opiniami na jego temat.

Bartosz Hojka, prezes zarządu Agory S.A.

SPIS TREŚCI

STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI.....	4
MIEJSCE PRACY	10
PRAWA CZŁOWIEKA.....	21
ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM	25
ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW	30
WPŁYW ŚRODOWISKOWY	39
WPŁYW SPOŁECZNY	44
ŁAD KORPORACYJNY	51
RYZYKA NIEFINANSOWE	58
MODEL BIZNESOWY ORAZ KLUCZOWE WYNIKI I REZULTATY	62
NAGRODY I OSIĄGNIĘCIA AGORY S.A. W 2018 R.	68
O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI AGORY S.A.	70
INDEKS GRI	73

STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA

Agora rozumie swoją odpowiedzialność jako wpływ na otoczenie i tworzenie wartości dla społeczeństwa

CODZIENNIE ODPOWIEDZIALNI. STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI

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

Główne założenia strategicznego podejścia do odpowiedzialności Grupy Agory to:

Rozwój oparty na odpowiedzialności

Odpowiedzialne rozwijanie
działalności.
Transparentność.

Rozwój kompetencji
pracowników.
Zdobywanie nowych
doświadczeń

Inicjowanie i włączanie się w
partnerstwa na rzecz rozwoju
społecznego
i zrównoważonego rozwoju.

Budowanie trwałych relacji z otoczeniem

Wysokie standardy etyki
i uczciwe realizowanie
zobowiązań

Budowanie zaufania w
codziennych relacjach z
odbiorcami, partnerami
biznesowymi i pracownikami.

Prowadzenie dialogu
z interesariuszami i budowanie
trwałych relacji z otoczeniem.

Docenienie różnorodności w społeczeństwie i w miejscu pracy

Docieranie z produktami
i usługami z obszaru mediów,
rozrywki i reklamy do
szerokiego grona różnorodnych
odbiorców.

Tworzenie miejsca pracy
sprzyjającego różnorodności,
opartego na szacunku
i otwartości.

Odwaga i innowacyjność
w działaniach biznesowych
i społecznych.

Cele szczegółowe będą określane cyklicznie co roku w ramach raportu społecznego Grupy Agora. Są one powiązane z kierunkami wskazanymi w dokumencie oraz aspektami, które wynikają z zaangażowania firmy w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju.

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Grupa Agora dąży w swoich działaniach do realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (Sustainable Development Goals, SDGs), w ramach poszczególnych sfer działalności. Poniżej opisane zostały główne aspekty realizacji wskazanych celów.



CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

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



CEL 1. Koniec z ubóstwem

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



CEL 2. Zero głodu

- edukacja w zakresie niemarnowania żywności oraz racjonalnej konsumpcji



CEL 3. Dobre zdrowie i jakość życia

- podnoszenie jakości życia i zdrowia społeczeństwa dzięki dedykowanym akcjom i inicjatywom
- promocja zdrowego stylu życia



CEL 4. Dobra jakość edukacji

- działania na rzecz podnoszenia jakości edukacji
- działalność edukacyjna



CEL 5. Równość płci

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



CEL 8. Wzrost gospodarczy i godna praca

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



CEL 9. Innowacyjność, przemysł, infrastruktura

- innowacyjne rozwiązania służące zwiększeniu efektywności wykorzystania zasobów stosowane są m.in. w nowoczesnych nośnikach reklamy zewnętrznej oraz meblach miejskich
- technologie i procesy produkcyjne przyjazne dla środowiska w drukarniach
- projekty wspierające innowacyjność, promocję nowych modeli i rozwiązań biznesowych oraz przedsiębiorczości

	<p>CEL 10. Mniej nierówności</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ skuteczne przeciwdziałanie dyskryminacji i wprowadzenie polityki równego traktowania we wszystkich aspektach zatrudnienia, bez względu na: płeć, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, rasę, narodowość, pochodzenie etniczne, religię, wyznanie, bezwyznaniowość, przekonanie polityczne, przynależność związkową, orientację psychoseksualną, tożsamość płciową, status rodzinny, styl życia, formę, zakres i podstawę zatrudnienia, inny typ współpracy oraz inne przesłanki narażone na zachowania dyskryminacyjne
	<p>CEL 11. Zrównoważone miasta i społeczności</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ współtworzenie miast inteligentnych dzięki ekologicznym, interaktywnym i funkcjonalnym rozwiązaniom ▪ działania na rzecz zrównoważonych miast i ich mieszkańców, poruszające najważniejsze tematy związane z miastami
	<p>CEL 12. Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wspieranie gospodarki obiegu zamkniętego ▪ ograniczanie kubatury odpadów ▪ świadczenie najwyższej jakości usług, odpowiadanie na potrzeby i oczekiwania klientów ▪ budowanie dobrych i długotrwałych kontaktów z klientami ▪ uczciwość i postępowanie zgodne z najwyższymi standardami etyki oraz transparentność w relacjach z klientami i partnerami biznesowymi ▪ oferowanie produktów i usług dostosowanych do różnych grup klientów
	<p>CEL 13. Działania w dziedzinie klimatu</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ szacowanie wpływu działalności na klimat ▪ rozwiązania i działania służące minimalizowania negatywnego oddziaływania
	<p>CEL 16. Pokój, sprawiedliwość i silne instytucje</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ skutecznie działający system etyki i compliance zapewniający sprawne przeciwdziałanie wszelkim formom nadużyć ▪ przeciwdziałanie korupcji i łapówkarstwu oraz zachowanie należytej staranności w ramach współpracy z otoczeniem ▪ system zgłaszania i monitorowania nadużyć, ochrona sygnalistów ▪ wzmocnienie instytucji oraz organizacji, które przyczyniają się do rozwoju społecznego i społeczeństwa obywatelskiego
	<p>CEL 17. Partnerstwo na rzecz celów</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ partnerstwo na rzecz rozwoju, szczególnie edukacji, kultury, sztuki, dziennikarstwa i mediów oraz wspierania równości kobiet i mężczyzn

CELE AGORY DOTYCZĄCE ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU W 2019 R.

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

Tabela 1. Cele Agory związane z odpowiedzialnym biznesem w 2019 r.

ZARZĄDZANIE I RAPORTOWANIE	<ul style="list-style-type: none"> kontynuacja dialogu z interesariuszami przygotowanie raportu za 2018 r., zgodnie ze Standardem GRI
MIEJSCE PRACY	<ul style="list-style-type: none"> wdrożenie strategii działu pracowniczego w Agorze S.A. kontynuacja działań związanych z przeciwdziałaniem dyskryminacji i mobbingowi
ŚRODOWISKO	<ul style="list-style-type: none"> efektywność energetyczna – zmniejszenie zużycia energii oraz ograniczenie wagi odpadów stworzenie i wprowadzenie polityki środowiskowej Agory zwiększenie świadomości pracowników Agory w zakresie segregacji odpadów
ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM	<ul style="list-style-type: none"> wdrożenie kompleksowego systemu compliance w Grupie Agora kontynuacja szkoleń i komunikacji na temat etyki dla wszystkich pracowników Grupy Agora implementacja „Polityki otrzymywania i wręczania prezentów i innych korzyści w Agorze S.A.”

CELE GRUPY AGORA DOTYCZĄCE ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU W 2018 R.

W „Raporcie Odpowiedzialności 2017 Agory” zostały przedstawione cele na 2018 r. Realizacja tych celów związanych z odpowiedzialnością firmy opisana jest w poszczególnych częściach poniższego Raportu Agory. Poniżej znajduje się ich podsumowanie:

Tabela 2. Cele Grupy Agory związane z odpowiedzialnym biznesem w 2018 r.

OBSZAR	CELE	STOPIEŃ REALIZACJI	ROZDZIAŁ RAPORTU
Zarządzanie	<ul style="list-style-type: none"> przygotowanie dokumentu określającego strategiczne kierunki odpowiedzialności Agory 	w pełni zrealizowane	→ Strategiczne podejście do odpowiedzialności
Raportowanie	<ul style="list-style-type: none"> zakończenie prac nad raportem społecznym i jego publikacja dialog z interesariuszami w kolejnym procesie raportowania 	w pełni zrealizowane	→ Strategiczne podejście do odpowiedzialności → O raporcie
Etyka i przeciwdziałanie nadużyciom	<ul style="list-style-type: none"> wdrożenie „Kodeksu etyki” oraz mechanizmu zgłaszania nieprawidłowości w Agorze 	w pełni zrealizowane	→ Etyka
Miejsce pracy	<ul style="list-style-type: none"> wprowadzenie systemowych szkoleń związanych z przeciwdziałaniem dyskryminacji i mobbingowi 	w pełni zrealizowane	→ Miejsce pracy i prawa człowieka
Środowisko	<ul style="list-style-type: none"> przygotowanie i wdrożenie polityki środowiskowej Agory 	częściowo zrealizowany <i>Polityka wdrożona w segmencie Druk</i>	→ Wpływ środowiskowy
Odpowiedzialność za produkty i usługi	<ul style="list-style-type: none"> przygotowanie spójnych zasad dialogu z interesariuszami 	częściowo zrealizowany <i>Dialog był prowadzony, zasady dialogu wymagają doprecyzowania</i>	→ Strategiczne podejście do odpowiedzialności → Odpowiedzialność wobec klientów i dostawców

DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

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

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

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

Tabela 3. Formy dialogu z interesariuszami

Grupy interesariuszy	Formy dialogu z interesariuszami
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pracownicy ➤ Współpracownicy ➤ Stażyści, praktykanci 	<ul style="list-style-type: none"> • cykliczne spotkania z zarządem (możliwość zadawania pytań, transmisja on-line) • badanie opinii pracowników (np. w sprawie raportowania, kodeksu etyki) • szkolenia, spotkania dla pracowników (w tym „Witamy w Agorze”) • system zgłaszania nieprawidłowości związanych z niepożądanymi zachowaniami • intranet, e-maile wewnętrzne • proces oceny rocznej • rada pracownicza, związki zawodowe, przedstawiciele pracowników • media społecznościowe
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Akcjonariusze ➤ Otoczenie giełdowe ➤ Giełda Papierów Wartościowych ➤ Domy maklerskie 	<ul style="list-style-type: none"> • raporty bieżące i okresowe • strona korporacyjna • newslettery • cykliczne spotkania, konferencje dedykowane analitykom, inwestorom oraz Investor Day dla analityków • investor feedback – ankieta skierowana do inwestorów • udział w konferencjach zewnętrznych, spotkaniach indywidualnych • dedykowany kontakt e-mailowy, telefoniczny oraz poprzez stronę www • media społecznościowe
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Klienci i odbiorcy (czytelnicy słuchacze, widzowie, internauci) ➤ Klienci biznesowi i instytucjonalni ➤ Partnerzy biznesowi – dostawcy 	<ul style="list-style-type: none"> • ogólny kontakt do przekazywania uwag, sugestii • cykliczne badania użytkowników serwisów Grupy Agora (m.in. Gazeta.pl) • testy nowych produktów i usług • spotkania dla klientów, partnerów biznesowych (śniadania branżowe) • kontakt e-mail, telefoniczny, w tym Biuro Obsługi Klienta • dyżury reporterskie (w mediach) • media społecznościowe
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Konkurencja ➤ Otoczenie biznesowe ➤ Media branżowe 	<ul style="list-style-type: none"> • spotkania i inicjatywy branżowe • zaangażowanie w projekty i inicjatywy zewnętrzne • udział w konferencjach, wydarzeniach • konsultacje publiczne • informacje prasowe • newslettery • wypowiedzi w mediach, opinie, komentarze • strona korporacyjna • media społecznościowe
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Administracja publiczna ➤ Regulatorzy i legislatorzy 	<ul style="list-style-type: none"> • spotkania dla klientów, partnerów biznesowych (śniadania branżowe) • inicjatywy branżowe • zaangażowanie w projekty i inicjatywy zewnętrzne • udział w konferencjach, wydarzeniach • konsultacje publiczne
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Spółeczeństwo obywatelskie i społeczności lokalne ➤ Organizacje pozarządowe 	<ul style="list-style-type: none"> • wspólne działania i inicjatywy • spotkania, konferencje • udział w zewnętrznych inicjatywach • działania fundacji przy Agorze S.A. • media społecznościowe

WYBRANE WYDARZENIA ZWIĄZANE Z ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ AGORY W 2018 R.

- **Marzec 2018 r.:** publikacja „Raportu Odpowiedzialności Grupy Agora 2017” oraz „Raportu Odpowiedzialności Agory S.A. 2017”
- **Maj 2018 r.:** „Listek CSR” za działania w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu dla Agory S.A.
- **Kwiecień 2018 r.:** 34 dobre praktyki Grupy Agora w „Raporcie Dobrych Praktyk. Odpowiedzialny biznes w Polsce 2017”
- **Czerwiec 2018 r.:** Agora po raz kolejny w akcji „Dwie godziny dla rodziny”
- **Październik 2018 r.:** Kodeks etyki i system zgłaszania nieprawidłowości wdrożony w Agorze
- **Grudzień 2018 r.:** Agora S.A. w XII edycji RESPECT Index – Indeksie Spółek Odpowiedzialnych

DOBRA PRAKTYKA

RAPORT ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA ZA 2017 R.

97 wskaźników GRI i **40** dobrych praktyk zaprezentowanych w raporcie za 2017 r.

W marcu 2018 r. Grupa Agora zaprezentowała „Raport odpowiedzialności za 2017 r.” jako wyraz transparentności i przejrzystości. Dokument został przygotowany zgodnie z wymogami prawnymi i w oparciu o międzynarodowe Wytyczne Global Reporting Initiative (GRI G-4) wraz z Suplementem Sektorowym Media. Odnosi się on również do Celów Zrównoważonego Rozwoju (Sustainable Development Goals, SDGs) przyjętych przez ONZ. Raport zawiera aż 97 wskaźników liczbowych i opisowych oraz przeszło 40 dobrych praktyk, które dotyczą działań skierowanych do pracowników, klientów, czytelników i odbiorców oraz społeczności lokalnych. Raport jest dostępny w formie [interaktywnej strony internetowej](#), a także wygodnego [pdf-a](#); ma też swoją wersję jednostkową – dla Agory S.A., stanowiąc wypełnienie nowego obowiązku sprawozdawczości. Oba dokumenty – odnoszące się do Grupy Agora i Agory S.A. – dostępne są również w [wersji angielskiej](#).

MIEJSCE PRACY

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA

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

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



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

W Agorze w odniesieniu do kwestii zatrudnienia obowiązują następujące regulacje:

▪ Regulamin pracy

Regulamin pracy jest dokumentem wewnętrznym, reguluje organizację i porządek pracy w ramach stosunku pracy oraz związane z tym prawa i obowiązki pracodawcy i pracowników. Przepisy obowiązują wszystkich bez względu na zajmowane stanowisko, rodzaj umowy czy wymiar czasu pracy.

▪ Regulamin tworzenia Funduszu Świadczeń Socjalnych

Regulamin tworzenia Funduszu Świadczeń Socjalnych określa główne zasady tworzenia funduszu i jego gospodarowania, a także uprawnienia i warunki do otrzymywania świadczeń z jego środków.

▪ Regulamin wynagradzania pracowników

Regulamin wynagradzania wraz z załącznikami określa ogólne warunki wynagradzania wszystkich pracowników bez względu na rodzaj umowy o pracę i zajmowane stanowisko. Regulamin zawiera też regulacje szczególne, dedykowane niektórym stanowiskom. Regulamin jest dokumentem wewnętrznym.

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

Celem Polityki wynagradzania kluczowych menadżerów Grupy Agora jest stworzenie atrakcyjnych warunków pracy tak, aby przyciągnąć i zatrzymać wykwalifikowanych pracowników, którzy mają kluczowe znaczenie dla realizacji strategii spółki i jej długoterminowego rozwoju. Agora dba o to, aby system wynagradzania kluczowych pracowników był dopasowany do warunków rynkowych i sytuacji finansowej firmy, a zarazem konkurencyjny.

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

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

▪ Polityka antydyskryminacyjna i antymobbingowa w Agorze S.A.

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

▪ Polityka szkoleniowa Agory S.A.

W polityce określone są zasady istotne przy projektowaniu i realizowaniu szkoleń. Wskazane są narzędzia do osiągnięcia celów biznesowych, rozwoju pracowników i zachowania synergii między projektami szkoleniowymi realizowanymi w firmie. Polityka jest dokumentem wewnętrznym. W pozostałych spółkach Grupy Agora formalnie nie wprowadzono dokumentu określającego politykę szkoleniową, jej zasady są ujęte w regulaminach pracy oraz w ogólnych zasadach związanych z miejscem pracy.

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

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

Wszystkie wskaźniki zawarte w części Miejsce pracy i prawa człowieka zostały obliczone na podstawie łącznej liczby pracowników zatrudnionych na umowę o pracę z wyłączeniem osób na urloпах bezpłatnych, rehabilitacyjnych i wychowawczych oraz samozatrudnionych i z agencji pracy tymczasowej. Do łącznej liczby pracowników i współpracowników (osoby pracujące lub współpracujące z Agorą w 2018 r.) oprócz pracowników etatowych włączeni są również osoby na kontraktach menedżerskich oraz w ramach uchwały o powołaniu, jak również stali współpracownicy zatrudnieni na umowę o dzieło, na umowę zlecenie oraz samozatrudnieni i z agencji tymczasowej.

ZATRUDNIENIE
2 261 osoby pracujące lub współpracujące z Grupą Agora w 2018 r.

W Grupie Agora w 2018 r. pracowało 4 799 osób. Ze względu na specyfikę działalności (prowadzenie kin i restauracji) znaczna część współpracowników to osoby pracujące na umowach cywilno-prawnych (studenci, młodzi ludzie pracujący dorywczo). W Agorze S.A. współpracownicy na umowach cywilno-prawnych to głównie dziennikarze, osoby przygotowujące artykuły, wywiady i inne materiały do mediów Agory.

1 705 osoby pracujące w Agorze w 2018 r. na podstawie umowy o pracę

W 2018 r. w Agorze suma wszystkich osób zatrudnionych na podstawie umowy o pracę wyniosła 1705 i było to 116 osób mniej niż w 2017 r. Z kolei zatrudnienie etatowe w spółce na koniec 2018 r. wyniosło 1 620 etatów i zmniejszyło się o 100 etatów w stosunku do końca 2017 r. (liczba ta uwzględnia również efekty działań restrukturyzacyjnych w segmencie Prasa oraz Druk).

Tabela 4. Struktura zatrudnienia pracowników i współpracowników w 2018 r.

	AGORA S.A.			Ogółem
	Kobiety	Kobiety	Mężczyźni	
Pracownicy na umowach o pracę	1 501	904	801	1 705
Kontrakty menedżerskie i uchwały o powołaniu	8	7	13	20
Współpracownicy na umowach cywilno-prawnych	944	172	210	382
Ogółem	2 453	1083	1024	2 107
Pracownicy samozatrudnieni*				154

* brak danych dotyczących płci.

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

STRUKTURA ZATRUDNIENIA

Udział kobiet i mężczyzn w gronie pracowników Agory jest porównywalny, z niewielkimi odchyleniami. Różnorodność w Agorze widoczna jest również w strukturze wieku, która zbliżona jest do struktury wiekowej społeczeństwa. Struktura zatrudnienia w porównaniu do ubiegłego roku zmieniła się nieznacznie.

Tabela 5. Struktura zatrudnienia w Agorze S.A. w podziale na wiek i płeć

		2017	2018
Kobiety	< 30 lat	17,5%	15,9%
	30-50 lat	68,7%	68,6%
	>50 lat	13,8%	15,5%
Agora S.A. Mężczyźni	< 30 lat	12,5%	11,4%
	30-50 lat	71,5%	72,7%
	>50 lat	16,0%	16,0%
Ogółem	< 30 lat	15,1%	13,8%
	30-50 lat	70,1%	70,5%
	>50 lat	14,8%	15,7%
Kobiety		52,2%	53,0%
Mężczyźni		47,8%	47,0%

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

Struktura zatrudnienia w podziale na płeć i miejsce pracy (region) jest porównywalna do ogólnej struktury zatrudnienia. Różnice w poszczególnych regionach (woj. wielkopolskie, woj. łódzkie, woj. kujawsko-pomorskie, woj. śląskie) wynikają z lokalizacji w tych województwach działów IT, technicznych oraz drukarni, w których większość pracowników to mężczyźni. Najwięcej, ponad połowa pracowników Agory zatrudnionych jest w woj. mazowieckim. Znaczny udział zatrudnionych osób w Agorze pracuje w województwach: śląskim, wielkopolskim i zachodniopomorskim.

Tabela 6. Struktura zatrudnienia w Grupie Agora w podziale na płeć i region pracy

	2017		2018	
	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
dolnośląskie	70,2%	29,8%	69,2%	30,8%
kujawsko - pomorskie	60,7%	39,3%	59,3%	40,7%
lubelskie	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
lubuskie	47,8%	52,2%	45,5%	54,5%
łódzkie	56,6%	43,4%	52,9%	47,1%
małopolskie	55,0%	45,0%	52,8%	47,2%
mazowieckie	55,0%	45,0%	56,7%	43,3%
opolskie	50,0%	50,0%	57,1%	42,9%
podkarpackie	66,7%	33,3%	66,7%	33,3%
podlaskie	58,3%	41,7%	50,0%	50,0%
pomorskie	51,4%	48,6%	53,1%	46,9%
śląskie	52,5%	47,5%	48,6%	51,4%
świętokrzyskie	41,7%	58,3%	38,5%	61,5%
warmińsko - mazurskie	28,6%	71,4%	28,6%	71,4%
wielkopolskie	21,4%	78,6%	22,3%	77,7%
zachodniopomorskie	64,7%	35,3%	62,5%	37,5%

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

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

Tabela 7. Struktura zatrudnienia ze względu na rodzaj i typ umowy, w podziale na płeć

Rodzaj umowy:	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
na okres próbny	1,1%	1,5%	0,9%	0,6%	1,0%	1,1%
na czas określony	9,5%	7,7%	6,1%	4,5%	7,9%	6,2%
na czas nieokreślony	88,1%	89,7%	92,1%	94,4%	90,0%	91,9%
na zastępstwo	1,3%	1,0%	0,9%	0,5%	1,1%	0,8%
Typ umowy stałej						
na pełny etat	96,1%	95,8%	98,2%	96,9%	97,1%	96,3%
na niepełny etat	3,9%	4,2%	1,8%	3,1%	2,9%	3,7%

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

ZMIANY W ZATRUDNIENIU. ROTACJA PRACOWNIKÓW

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

15,8% rotacja wśród wszystkich pracowników Agory zatrudnionych na umowę o pracę

Tabela 8. Wskaźniki zatrudnienia nowych pracowników oraz rotacji pracowników w podziale na grupy wiekowe i płeć

2017				2018	
Płeć	Wiek	Procent nowo zatrudnionych pracowników	Procent odejść pracowników	Procent nowo zatrudnionych pracowników	Procent odejść pracowników
Kobiety	< 30 lat	54,8%	24,1%	31,3%	27,1%
	30-50 lat	11,2%	12,2%	9,5%	14,4%
	>50 lat	1,5%	9,9%	4,3%	5,7%
Mężczyźni	< 30 lat	42,2%	30,3%	29,7%	18,7%
	30-50 lat	7,1%	11,7%	7,6%	15,8%
	>50 lat	1,4%	4,3%	3,1%	18,8%
Ogółem		14,2%	13,5%	10,9%	15,8%

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

ZMNIJSZENIE ZATRUDNIENIA W SEGMENTIE DRUK W GRUPIE AGORA

7 lutego 2018 r. zarząd Agory zawarł trójstronne porozumienie ze związkiem zawodowym działającym przy spółce oraz z radą pracowników i rozpoczął proces zwolnienia grupowego w segmencie Druk w Grupie Agora na zasadach określonych w porozumieniu. Zwolnienia grupowe zostały przeprowadzone w okresie od 15 lutego 2018 r. do 16 marca 2018 r. i ostatecznie objęły 47 pracowników z obszaru działalności poligraficznej Agory, co stanowiło około 15% wszystkich zatrudnionych w segmencie Druk oraz 15% zatrudnionych w spółce Agora - Poligrafia Sp. z o.o. (na dzień 16 marca 2018 r.). Spółka przeprowadziła te zmiany z dbałością o pracowników, oferując im szereg działań osłonowych i wspierających.

Na mocy porozumienia zwalniani pracownicy otrzymali wsparcie szersze niż to, które wynikało z obowiązujących spółkę przepisów prawa. Do odprawy, zgodnej z przepisami prawa, doliczona została dodatkowa rekompensata w wysokości jednomiesięcznego wynagrodzenia. Pracownicy zostali objęci także działaniami osłonowymi obejmującymi m.in. wsparcie w poszukiwaniu pracy oraz przekwalifikowaniu. Części pracowników, którzy pozostali w segmencie Druk, podwyższone zostało wynagrodzenie zasadnicze w związku m.in. ze zmienionym zakresem obowiązków.

Agora, zgodnie z wymogami prawa, przekazała stosowne informacje, w tym treść zawartego porozumienia, Powiatowemu Urzędowi Pracy.

Przyczyną działań restrukturyzacyjnych, w tym zwolnień grupowych, był postępujący spadek przychodów ze sprzedaży usług poligraficznych w technologii coldset, w której specjalizują się drukarnie Grupy Agora. Biorąc pod uwagę kondycję rynku prasowego, negatywne prognozy dotyczące perspektyw jego dalszego rozwoju oraz postępującą cyfryzację mediów, nie jest możliwe zahamowanie trendu spadkowego w działalności poligraficznej w technologii coldset. Zarząd Spółki uznał, iż niezbędne było podjęcie zdecydowanych działań restrukturyzacyjnych, które miały na celu ograniczenie kosztów funkcjonowania drukarni oraz zoptymalizowanie procesów operacyjnych tak, aby ograniczyć negatywny wpływ spadających wolumenów druku na kondycję finansową segmentu Druk, m.in. poprzez dopasowanie struktury zatrudnienia do aktualnego wolumenu świadczonych usług produkcyjnych.

WORK-LIFE BALANCE

ŚWIADCZENIA DLA PRACOWNIKÓW

Pracownicy Agory mają do dyspozycji wiele propozycji w zakresie benefitów, m.in.:



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

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

91% pracowników Grupy Agora skorzystało z systemu MyBenefit w 2018 r.

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

Tabela 9. System MyBenefit

	2017	2018	r/r
% pracowników korzystających z Systemu MyBenefit*	93%	91%	↓2 pkt%

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

WSPARCIE RODZICÓW

Agora wspiera pracowników, którzy zostali rodzicami w następujący sposób:

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

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

86,0% pracowników powróciło do pracy po wykorzystaniu urlopu macierzyńskiego/tacierzyńskiego

Tabela 10. Powroty do pracy i retencja po urlopie rodzicielskim

	2017			2018		
	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
Liczba pracowników, którzy skorzystali z urlopu rodzicielskiego	39	16	55	66	41	107
Liczba pracowników, którzy wrócili do pracy po zakończeniu urlopu rodzicielskiego	97	24	121	53	39	92
Liczba pracowników, którzy wrócili do pracy po zakończeniu urlopu i byli nadal zatrudnieni przez 12 miesięcy od powrotu	90	20	110	50	36	86
Odsetek powrotów do pracy	92,8%	83,3%	90,9%	80,3%	95,1%	86,0%

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

PROMOCJA KULTURY

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

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


DOBRA PRAKTYKA
AGORA „PRACODAWCĄ PRZYJAZNYM CZYTAJĄCYM”

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

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

DOBRA PRAKTYKA
DARMOWE E-BOOKI NA WAKACJE I NA ŚWIĘTA

3156 pobrań e-booków w ramach akcji „Darmowe e-booki” w 2018 r.

W 2018 r. dwukrotnie – przed wakacjami i w okresie świątecznym – pracownicy Grupy Agora mogli bezpłatnie pobrać e-booki ze strony sklepu Publio.pl w ramach akcji promocyjnej czytelnictwo. To już kolejna odsłona działań mających na celu promocję czytelnictwa wśród pracowników.

Tabela 11. Akcja „Darmowe e-booki” w 2018 r. w Grupie Agora

	2017	2018
liczba pobrań w ramach akcji „Darmowe e-booki”	2 053	3 156

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

DOBRA PRAKTYKA

„PRZECYTANA? WYMIENI SIĘ!”

200 książek zostało przekazanych do pokoju pacjenta i domów samotnej matki

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 kwartał część zbiorów przekazywana jest do pokoju pacjenta w Instytucie – Centrum Onkologii w Warszawie oraz do domów samotnej matki i noclegowni dla bezdomnych.



na

DOBRA PRAKTYKA

„CHODŹ DO TEATRU”



159 razy pracownicy Agory mogli wybrać się w 2018 r. do teatru

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

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

ELASTYCZNE GODZINY PRACY I PRACA ZDALNA

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



DOBRA PRAKTYKA

DWIE GODZINY DLA RODZINY

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

ZAWODY SPORTOWE

Zdrowy tryb życia jest promowany poprzez fundusz biegowy, który chce wspierać jak największą liczbę biegaczy. Każdy pracownik ma określony limit dofinansowania dostępny w ciągu roku: w zawodach biegowych – maratonach i półmaratonach lub innych niestandardowych biegach na dystansach długich, a także w biegach narciarskich na długich dystansach. Pracownicy mogą brać również udział w organizowanych przez Agorę zawodach narciarskich, turnieju piłki nożnej Agora Mundial, turnieju tenisowym Agora Open oraz regatach Agora Cup.

Tabela 12. Fundusz biegowy

	2017	2018
Liczba pracowników, którzy skorzystali z funduszu biegowego – Agora S.A.	35	28

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

DOBRA PRAKTYKA

AGOROWA STREFA KIBICA - AKCJA GAZETA.PL I SPORT.PL

Podczas Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej w 2018 r. zespoły Gazeta.pl i Sport.pl przygotowały dodatkowe atrakcje dla pracowników Agory, zachęcając ich do wspólnego kibicowania. Jedną z nich była specjalna strona internetowa dla pracowników – Mundial Agory. Dzięki niej pracownicy mogli dowiedzieć się, jak przebiegają rozgrywki i jakie działania w związku z mistrzostwami przygotowuje Sport.pl. Oprócz tabeli z wynikami na stronie dostępny był harmonogram rozgrywek, a dodatkowo można było wziąć udział w typowaniu wyników meczów – dla najlepszych przewidziano nagrody. Oprócz tego odbył się konkurs na „kibicowskie” zdjęcie ze standem z Kamilem Grosickim, ambasadorem Sport.pl i z hashtagami #polskadawaj i #sporttojesttwojlive. Elementem akcji była też dekoracja budynku Agory w Warszawie, w ramach której powstało m.in. boisko ulokowane przy wejściu głównym.

ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO PRACY

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

POLITYKA SYSTEMU ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ W PIONIE DRUK AGORY

W ramach usystematyzowanego podejścia do BHP w Agorze powstały:

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

GŁÓWNE ZAŁOŻENIA POLITYKI Z W ZAKRESIE BHP DOTYCZĄ:

- zapobiegania wypadkom przy pracy, chorobom zawodowym oraz zdarzeniom potencjalnie wypadkowym,
- zapewnienia bezpieczeństwa pracownikom firm współpracujących z drukarniami Agory S.A. w trakcie realizacji prac na terenie drukarni,
- spełnienia wymagań przepisów prawnych dotyczących bezpieczeństwa i higieny pracy.

CELE W ZAKRESIE BHP W PIONIE DRUK W 2018 R.:

- identyfikacja i minimalizacja zagrożeń związanych z bezpieczeństwem w miejscu pracy poprzez ograniczenie ryzyka związanego z bezpieczeństwem na stanowiskach pracy.

REALIZACJA CELÓW BHP W PIONIE DRUK W 2018 R.:

- comiesięczne kontrole inspektorów BHP
- kontrole problemowe przeprowadzane przez inspektorów BHP oraz kontrola przestrzegania ochrony przeciwpożarowej – częstotliwość: 1 kontrola na kwartał
- analiza typów oraz liczby urazów za lata 2007-2017

W drukarniach dokonywane są rutynowe kontrole/przeglądy elementów wyposażenia na stanowiskach pracy, omawiane są bieżące zagadnienia BHP z pracownikami. Kontrole problemowe obejmujące:

- aktualizację kart ocena ryzyka zawodowego
- analizę pomiarów środowiska pracy w odniesieniu do zagrożeń występujących na stanowiskach pracy,
- określenie występowania czynników szkodliwych lub uciążliwych dla zdrowia pracowników drukarni do celów badań profilaktycznych,
- składowanie towarów i organizacja transportu wewnątrzzakładowego.

W wyniku kontroli nie stwierdzono, aby pracownicy pracowali w warunkach zidentyfikowanych jako szkodliwe.

MONITORING WYPADKÓW

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

Tabela 13. Wypadki oraz nieobecność w pracy z podziałem na płeć

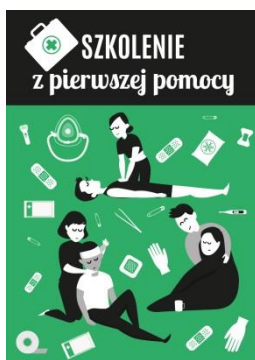
AGORA S.A.	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Liczba wypadków lekkich przy pracy	2	0	11	7	13	7
Liczba wypadków ciężkich przy pracy	0	0	0	0	0	0
Liczba wypadków śmiertelnych przy pracy	0	0	0	0	0	0
Wypadkowość	1,3	0	7,6	8,7	4,4	4,1
Absencja chorobowa	12,0	13,7	4,7	6,2	8,7	10,2

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

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

DOBRA PRAKTYKA

SZKOLENIE Z PIERWSZEJ POMOCY



45 osób wzięło udział w szkoleniach dotyczących udzielania pierwszej pomocy w Warszawie i oddziałach lokalnych

W kwietniu 2018 r. odbył się cykl szkoleń dla pracowników Agory z udzielania pierwszej pomocy. Do udziału w szkoleniu składającym się z części teoretycznej i praktycznej, zaproszeni zostali pracownicy z Warszawy i oddziałów lokalnych. Prowadzili je wykwalifikowani ratownicy medyczni. Wśród poruszonych tematów znalazło się m.in. zabezpieczenie poszkodowanych, wyposażenie apteczki pierwszej pomocy, postępowanie z poszkodowanymi w przypadku urazów, podstawy reanimacji, techniki obsługi defibrylatora AED. Po ukończeniu szkolenia wszyscy uczestnicy otrzymali imienne zaświadczenia.

W szkoleniach wzięło udział 25 osób w Warszawie i 20 w oddziałach lokalnych.

DOBRA PRAKTYKA

PROMOCJA ZDROWEGO STYLU ŻYCIA WŚRÓD PRACOWNIKÓW AGORY

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

W kwietniu 2018 r. Agora uruchomiła przy swojej siedzibie w Warszawie stację rowerów miejskich Veturilo. Obok terminala ze specjalną grafiką prezentującą działalność Grupy Agora umieszczone zostały stanowiska na 23 rowery. Pracownicy Agory mogli wziąć udział w konkursie fotograficznym pt. „Rower, Agora i ja” i wygrać wysokiej klasy kaski rowerowe oraz książki „Rowerem na szczyt. Trenuj z Majką” Wydawnictwa Agora.



70 osób codziennie korzystało ze stacji Veturilo przy Agorze (średnia dla pierwszego miesiąca działania)

W warszawskiej siedzibie mieści się również parking rowerowy i punkt serwisowy z pompką oraz zestawem podstawowych narzędzi, m.in. kluczy i śrubokrętów.

Oprócz aktywności fizycznej wśród pracowników Agory promowany jest zdrowy styl życia. W nowym menu stołówki Agory, wprowadzonym w listopadzie 2018 r., znalazło się więcej wegetariańskich i „lekkich” potraw. Menu przygotował szef kuchni przy wsparciu dietetyczki. W grudniu 2018 r.

Kilkudziesięciu pracowników z Warszawy mogło wziąć udział (w godzinach pracy) w wykładzie i konsultacjach pt. „Jak jeść zdrowiej?” z wykwalifikowaną dietetyczką.

W 2019 r. firma chce wyjść naprzeciw kolejnym potrzebom pracowników i wspierać ich w dbaniu o właściwą dietę i zdrowie oraz szukać sposobu jak zdrowiej funkcjonować w biurze.

SZKOLENIA I ROZWÓJ

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

SZKOLENIA WEWNĘTRZNE

265 osób wzięło udział w szkoleniach, które zajęły **33** dni szkolenie

Szkolenia wewnętrzne przeprowadzone w 2018 roku można podzielić na 3 kategorie:

- menedżerskie (szkolenia: „Niezbędnik menedżera”, „Coachingowy styl zarządzania”)
- wprowadzające („Witamy w Agorze”, „Nawigator”)
- rozwijające umiejętności osobiste („Masz moc. Reaguj!”)

Na szkolenia mogli się zgłosić pracownicy wszystkich spółek Grupy Agora.

Tabela 14. Szkolenia wewnętrzne

	2017	2018
Szkolenia menedżerskie i rozwijające umiejętności osobiste	118 osób	152 osób
Szkolenia wprowadzające	101 osób	113 osób
Ogółem	219 osób 33 dni szkoleniowe	265 osób 33 dni szkoleniowe

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

WITAMY W AGORZE

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

COACHING WEWNĘTRZNY

9 procesów coachingowych zrealizowanych w Agorze w 2018 r.

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

SZKOLENIA W GAZECIE.PL

W Gazecie.pl w 2018 r. kontynuowane były szkolenia rozwojowe i merytoryczne.

372 uczestników szkoleń segmentu Internet uczestniczyło w sumie w ponad **212** godzinach szkoleniowych

102 uczestników z Gazeta.pl wzięło udział w **19** szkoleniach i konferencjach merytorycznych dotyczących IT

Wśród warsztatów znalazły się m.in.: warsztaty coachingowe w zespole menadżerów sprzedaży, stawianie celów rozwojowych, warsztaty dla działu IT i rozwoju produktu, warsztaty menedżerski dot. zarządzania zespołem.

ROZMOWY ROZWOJOWE

Spotkania rozwojowe prowadzone w większości spółek Grupy Agora dotyczą omówienia takich tematów jak: poziom realizacji celów i zadań, mocne strony pracownika, obszary do rozwoju, oczekiwania menedżera, potrzeby pracownika, a także docenienie, wyrażenie uznania oraz zaplanowanie działań na przyszłość.

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

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

1 364 pracowników spółek Grupy Agora wzięło udział w rozmowach rozwojowych w 2018 r.

88,7% pracowników spółek Grupy Agora podlega rozmowom rozwojowym w 2018 r.

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

Tabela 15. Pracownicy podlegający ocenie w Agorze

	2017			2018		
	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
Procent pracowników ogółem podlegających rozmowom rozwojowym	79,9%	92,1%	85,8%	88,7%	88,6%	88,7%
stanowiskach niższych niż kierownicze	79,5%	90,9%	84,9%	88,8%	89,5%	89,1%
na stanowiskach kierowniczych lub wyższych	81,2%	96,5%	88,7%	89,2%	87,8%	88,5%
Liczba pracowników, z którymi odbyto rozmowy rozwojowe	644	696	1 340	802	562	1 364
na stanowiskach niższych niż kierownicze	515	540	1 055	621	411	1 032
na stanowiskach kierowniczych lub wyższych	129	156	285	181	151	332

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

DOBRA PRAKTYKA
SZKOŁA REPORTERÓW „GAZETY WYBORCZEJ”
22 uczestników pierwszej edycji Szkoły Reporterów w 2018 r.

Kompetencje redaktorów powinny być przekazywane między generacjami i nieustannie dopasowane do zmian zachodzących na rynku mediów. Właśnie to jest celem Szkoły Redaktorów, która miała swoją inaugurację w listopadzie 2018 r.



Ma ona rozwijać kompetencje młodych adeptów zawodu dzięki kontaktowi z najlepszymi specjalistami, nie tylko z grona „Gazety Wyborczej”, i przygotować ich do wyzwań, jakie stawia dziennikarstwu współczesny świat.

W pierwszej edycji projektu wzięli udział redaktorzy dziennika, jego cyfrowej odsłony – Wyborcza.pl, wydań lokalnych i magazynów oraz portalu Gazeta.pl. Program Szkoły obejmuje 20 dwudniowych zjazdów rozpisanych na 12 miesięcy. Zajęcia mają charakter ćwiczeń, wykładów oraz warsztatów polegających m.in. na pracy nad konkretnymi tekstami reprezentującymi różne gatunki, style i formy dziennikarskie. Do kolejnych

edycji „Gazeta Wyborcza” planuje zaprosić także chętnych z innych mediów.

DOBRA PRAKTYKA
„STANDARDY PRACY MENEDŻERA GAZETA.PL”

W pionie Internet Agory regularnie przeprowadzane są ankiety satysfakcji pracowników. Jednym z ich rezultatów było stworzenie spójnego dokumentu określającego oczekiwania pracowników wobec przełożonych i standardy pracy menedżerów w Gazeta.pl. Skupione wokół 3 zagadnień: odpowiedzialności szefa, jednolitych kryteriów oceny pracowników i transparentnych zasad postępowania. Dokument powstał jako rezultat warsztatów, w których brali udział kierownicy ze wszystkich obszarów działalności internetowej spółki. Wdrożenie standardów to proces wspierany różnymi metodami i działaniami. Ważną zmianą jest regularny kontakt i przekazywanie informacji zwrotnych. W trakcie spotkania, które musi odbyć się do określonego terminu również pracownicy przekazują informację zwrotną swemu przełożonemu. „Standardy pracy menedżera” dzielą się na 4 kategorie (Podejmuj decyzje, Pracuj z celami, Pracuj z ludźmi, Poznaj i rozwijaj talenty) i 14 zasad. Jednym ze sposobów wzmocnienia standardów jest wprowadzenie jawnych OKR (Objectives and Key Results), czyli opisów celów i kluczowych rezultatów, które są cyklicznie weryfikowane. Uzupełnieniem standardów jest dialog z pracownikami, m.in. w formie ankiety dotyczącej strategii, a także szkolenia.

14 zasad w „Standardach pracy menedżera Gazeta.pl”

Standardy zostały wprowadzone 30 maja 2018 r. W planach na 2019 r. jest dalsze przeprowadzanie ankiet wśród pracowników oraz organizacja warsztatów wzmacniających kompetencje szefów.

ZAANGAŻOWANIE PRACOWNIKÓW

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

DOBRA PRAKTYKA
AGORA POMYSŁÓW
20 inicjatyw zgłosili pracownicy w ramach akcji „Agora pomysłów”

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

Dotychczas zrealizowane zostały następujące inicjatywy:

- plakat propagujący zachowania proekologiczne (m.in. picie wody z kranu oraz korzystanie z własnych kubków),
- wiosenna akcja wymiany ubrań wraz z przekazaniem rzeczy do organizacji: Żoliborskiego Stowarzyszenia Dom Rodzina Człowiek oraz Fundacji Chlebem i Solą,
- szkolenie z udzielania pierwszej pomocy prowadzone przez wykwalifikowanych ratowników,
- stacja naprawy rowerów,
- pilotaż aplikacji do carpoolingu umożliwiający wspólne dojazdy do pracy (kwiecień-grudzień 2018 r.).


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 2018 r. spadły o 2,2%. Wpływ na to miało głównie ich ograniczenie w segmentach Prasa, Internet, Druk oraz w działalności filmowej. W 2018 r. w segmentach Prasa oraz Druk powołane były procesy zwolnień grupowych.

196,6 mln zł suma wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w 2018 r.

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

Tabela 16. Wynagrodzenia i świadczenia dla pracowników Grupy Agora

	2017	2018	r/r
Suma wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników	201,0 mln zł	196,6 mln zł	↓ 2,2%

Źródło: jednostkowe sprawozdanie finansowe Agory S.A. wg MSSF 2018 r.

Tabela 17. Stosunek wynagrodzenia kobiet i mężczyzn w Grupie Agora* do średniego wynagrodzenia ogółu pracowników

			Stosunek do wynagrodzenia zasadniczego		Stosunek do wynagrodzenia wypłaconego			
			2018		2017		2018	
	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
Agora S.A.								
stanowiska kierownicze i wyższe	92,5%	108,0%	94,4%	106,3%	86,3%	114,1%	95,0%	105,6%
stanowiska niższe niż kierownicze	94,5%	106,1%	94,1%	106,7%	95,0%	105,4%	96,8%	103,6%

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

W 2018 r. w Agorze przygotowano analizę wynagrodzeń, w ramach której określono lukę płacową w poszczególnych segmentach i biznesach. Wykorzystana została do tego aplikacja „Równość płac” udostępniona pracodawcom przez MRPiPS. Ze względu na znaczącą różnorodność stanowisk pracy dokładne zbadanie luki wymaga dalszych prac związanych z opisami stanowisk i porównaniem treści pracy na poszczególnych stanowiskach.

PRAWA CZŁOWIEKA

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA

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

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



- skuteczne przeciwdziałanie dyskryminacji ze względu na płeć
 - wzmocnienie udziału i roli kobiet w procesach decyzyjnych na wszystkich szczeblach
 - dążenie do równego traktowania we wszystkich aspektach zatrudnienia
-
- rozwój kompetencji pracowników Agory
 - zapewnienie stabilnego zatrudnienia
 - zaangażowanie pracowników w działania społeczne, edukacyjne i kulturowe
-
- skuteczne przeciwdziałanie dyskryminacji i wprowadzenie polityki równego traktowania we wszystkich aspektach zatrudnienia bez względu na: płeć, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, rasę, narodowość, pochodzenie etniczne, religię, wyznanie, bezwyznaniowość, przekonanie polityczne, przynależność związkową, orientację psychoseksualną, tożsamość płciową, status rodzinny, styl życia, formę, zakres i podstawę zatrudnienia, inny typ współpracy oraz inne przesłanki narażone na zachowania dyskryminacyjne

PRZECIWDZIAŁANIE DYSKRYMINACJI

W 2018 r. w Agorze S.A. została zaktualizowana „Polityka antydyskryminacyjna i antymobbingowa”, aby jeszcze lepiej służyła tworzeniu komfortowego miejsca pracy wspierającego różnorodność.

Najważniejsze zmiany w stosunku do dotychczasowego dokumentu to:

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

KAMPANIA INFORMACYJNO-EDUKACYJNA

W celu jeszcze skuteczniejszego dotarcia do wszystkich pracowników i współpracowników z informacją o „Polityce antydyskryminacyjnej i antymobbingowej Agory” oraz systemie zgłaszania nieprawidłowości odbyła się wewnętrzna kampania informacyjno – edukacyjna.

W ramach kampanii:

- zarząd spółki przygotował list do wszystkich pracowników z informacją o wprowadzeniu nowej polityki oraz istotności przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi w miejscu pracy;
- stworzona została specjalna sekcja z informacjami na temat przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi w intranecie, do której można trafić poprzez specjalny baner;
- przygotowywany i rozsyłany był regularny mailing, który trafił do wszystkich pracowników i współpracowników;
- przygotowano plakaty, które pojawiły się w budynkach Agory;
- Odbyło się seminarium nt. Linii Etyki - czyli systemu zgłaszania nieprawidłowości, z którego nagrania i materiały dostępne są w intranecie;

- Odkryto się seminarium pt. „Wszystko, co chcielibyście wiedzieć o polityce antydyskryminacyjnej i antymobbingowa”, z którego nagranie i materiały są dostępne w intranecie;
- Przygotowano cykl wykładów i szkoleń.

SZKOLENIA ANTYDISKRYMINACYJNE I ANTYMOBBINGOWE

W 2018 r. Agora podjęła szereg działań informacyjnych i edukacyjnych w celu podnoszenia poziomu świadomości swoich pracowników oraz budowania wiedzy, zrozumienia, umiejętności oraz zachowań, które mają wpływ na tworzenie bezpiecznego i różnorodnego środowiska pracy.

W ramach akcji edukacyjnej odbyły się wykłady stacjonarne i całonocne warsztaty pt. „Przeciwdziałanie dyskryminacji i mobbingowi w miejscu pracy”, prowadzone przez ekspertów zewnętrznych. W sumie odbyło się 12 spotkań: 3 wykłady i 9 całonocnych sesji warsztatowych. Udział w nich był obowiązkowy dla zarządu i członków najwyższej kadry kierowniczej Grupy Agora, zaś dla wszystkich chętnych pracowników był możliwy po uprzednim zgłoszeniu. W 2018 r. odbyły się również dwudniowe szkolenia specjalistyczne dla działu pracowniczego oraz komunikacji korporacyjnej i działu prawnego, związane z przeciwdziałaniem dyskryminacji i mobbingowi.

3 wykłady stacjonarne transmitowane online dla wszystkich pracowników i współpracowników

143 osoby wzięły udział w **9** całonocnych sesjach warsztatowych

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

MECHANIZMY SKARGOWE DOTYCZĄCE PRZECIWDZIAŁANIA DISKRYMINACJI I MOBBINGOWI W MIEJSCU PRACY

5 liczba spraw zgłoszonych i rozpatrzonych w 2018 r., w tym: **3** sprawy dotyczące relacji pracownik-przełożony, **2** sprawy dotyczące relacji pracownik-pracownik

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

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

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

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

RÓŻNORODNOŚĆ W MIEJSCU PRACY

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

Jako sygnatariusz Karty Różnorodności Agora zobowiązała się do:

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

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

DOBRA PRAKTYKA

AGORA SYGNATARIUSZEM KARTY RÓŻNORODNOŚCI

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



RÓWNE TRAKTOWANIE

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

52,5% udział kobiet na stanowiskach kierowniczych i wyższych w Agorze

53,2% udział kobiet na stanowiskach niższych niż kierownicze w Agorze

Tabela 18. Pracownicy w podziale na kategorię zatrudnienia i płeć

	Agora			
	2017		2018	
	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
stanowiska kierownicze i wyższe	51,7%	48,3%	52,5%	47,5%
stanowiska niższe niż kierownicze	52,4%	47,6%	53,2%	46,8%

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

Tabela 19. Pracownicy w podziale na kategorię zatrudnienia, wiek i płeć

Agora	Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych						Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze					
	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem		Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
< 30 lat	8,9%	8,9%	5,0%	4,1%	7,0%	6,7%	< 30 lat	8,9%	8,9%	5,0%	4,1%	7,0%
30-50 lat	77,5%	77,0%	73,9%	75,1%	75,7%	76,1%	30-50 lat	77,5%	77,0%	73,9%	75,1%	75,7%
>50 lat	13,6%	14,1%	21,1%	20,7%	17,3%	17,2%	>50 lat	13,6%	14,1%	21,1%	20,7%	17,3%

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

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

67,0% wszystkich pracowników Grupy Agora ma wyższe wykształcenie

Tabela 20. Pracownicy w podziale na kategorię zatrudnienia, wykształcenie i płeć

Agora	Pracownicy na stanowiskach kierowniczych i wyższych						Pracownicy na stanowiskach niższych niż kierownicze					
	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem		Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Wykształcenie												
Podstawowe	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,5%	0,1%	0,2%
Średnie	20,2%	22,1%	28,1%	25,9%	24,0%	23,9%	29,5%	27,9%	44,3%	44,2%	36,6%	35,6%
Wyższe	79,8%	77,9%	71,9%	74,1%	76,0%	76,1%	70,5%	72,1%	55,4%	55,3%	63,3%	64,2%

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

W Agorze dużą wagę przywiązuje się również do kwestii zatrudnienia osób z niepełnosprawnościami.

1,0% zatrudnionych w Agorze to osoby z niepełnosprawnościami

Tabela 21. Udział pracowników z niepełnosprawnościami

Płeć	2017			2018		
	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
Agora S.A.	0,6%	0,9%	0,8%	0,9%	1,1%	1,0%

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

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

Tabela 22. Procent obcokrajowców w stosunku do liczby wszystkich pracowników

Płeć	2017			2018		
	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
Agora S.A.	0,3%	0,0%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%

Źródło: Dane działu pracowniczego Agory.

REPREZENTACJA PRACOWNIKÓW. SWOBODA ZRZESZANIA SIĘ

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

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

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

LIST FREELANCERÓW

Komisja Dziennikarek i Dziennikarzy przy OZZ Inicjatywa Pracownicza wystosowała w październiku 2018 r. list do największych polskich wydawców, w tym również Agory, w którym przedstawiła sytuację i postulaty freelancerów (dziennikarzy i twórców, którzy współpracują z redakcjami). Celem listu było rozpoczęcie dyskusji o sytuacji freelancerów w polskiej prasie oraz wypracowanie dobrych praktyk. Wśród głównych tematów znalazły się kwestie: umowy (symetrycznej i konkretnej), informacji zwrotnej dotyczącej przyjęcia tekstu i informacji o terminie planowanej publikacji, kosztów realizacji zamówienia oraz terminowości wypłat honorariów.

W odpowiedzi przygotowanej przez „Gazetę Wyborczą” w lutym 2019 r. znalazły się odniesienia do wszystkich aspektów wskazanych w liście freelancerów. Redakcja dziennika wprowadziła zasady, które mają na celu ułatwienie komunikacji i współpracy:

- sprawne i szybkie odpowiadanie na propozycje (telefonicznie lub mailowo) w ciągu 7 dni,
- uzgodnienie mailowe wzajemnych zobowiązań (m.in: termin oddania tekstu, wielkość, wycena oraz kryteria oceny),
- za teksty przyjęte do druku (po autoryzacji, redakcji, korekcie) redakcja wypłaca wynagrodzenie w terminie 30 dni (nawet jeśli nie zostały jeszcze opublikowane) pod warunkiem, że autor spełni wymogi formalne (np. odesła podpisaną umowę),
- autorom tekstów zamówionych przez redakcję, którzy podpisali umowy ramowe, redakcja pokrywa koszty podróży, noclegów i inne wydatki poniesione podczas zbierania materiałów.

Nad wdrożeniem analogicznych zasad pracuje również redakcja serwisu Gazeta.pl.

Jednocześnie do rozmów z Komisją Dziennikarek i Dziennikarzy przy OZZ Inicjatywa Pracownicza włącza się Izba Wydawców Prasy – branżowa organizacja, której Agora jest członkiem.

NALEŻYTA STARANNOŚĆ W ZAKRESIE PRAW CZŁOWIEKA

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

ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA

Agora dba o najwyższe standardy etyczne w firmie, działalność zgodnie z prawem, wewnętrznymi regulacjami oraz zewnętrznymi kodeksami, które zostały przyjęte przez Agorę S.A. i poszczególne spółki. W ramach tych zasad wskazane zostało, iż 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 2018 r. w Agorze S.A. wdrożony został kompleksowy system etyki, w tym „Kodeks etyki” oraz procedura zgłaszania nieprawidłowości.

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



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

CELE POSTAWIONE NA 2018 R. DOTYCZYŁY:

- usystematyzowania regulacji, procedur i polityk antykorupcyjnych oraz przeciwdziałających nadużyciom w postaci „Kodeksu etyki” wraz z mechanizmami monitorującymi
- wdrożenia „Kodeksu etyki” oraz mechanizmu zgłaszania nieprawidłowości w Grupie Agora

REZULTATY DZIAŁAŃ W 2018 R.:

- wprowadzenie kompleksowego systemu etyki oraz „Kodeksu etyki”
- wprowadzenie systemu zgłoszeń nieprawidłowości oraz funkcji compliance officera
- audyt etyczny, analiza luki oraz rozpoczęcie prac nad systemem zarządzania zgodnością (compliance) w Grupie Agora

CELE POSTAWIONE NA 2019 R. DOTYCZĄ:

- wdrożenia kompleksowego systemu compliance w Grupie Agora
- kontynuacji szkoleń i komunikacji na temat etyki skierowanych do wszystkich pracowników Grupy Agora
- implementacji „Polityki otrzymywania i wręczania prezentów i innych korzyści w Agorze S.A.”

PROCES WPROWADZANIA SYSTEMU ETYKI W AGORZE W 2018 R.

Proces wprowadzania systemu etyki w Agorze rozpoczął się w 2017 r. od powołania Komitetu ds. etyki, w których regularnych spotkaniach i konsultacjach brali udział przedstawiciele działów: prawnego, pracowniczego oraz komunikacji korporacyjnej Agory. Uzupełnieniem tych działań był dialog z pracownikami.

DIALOG Z PRACOWNIKAMI

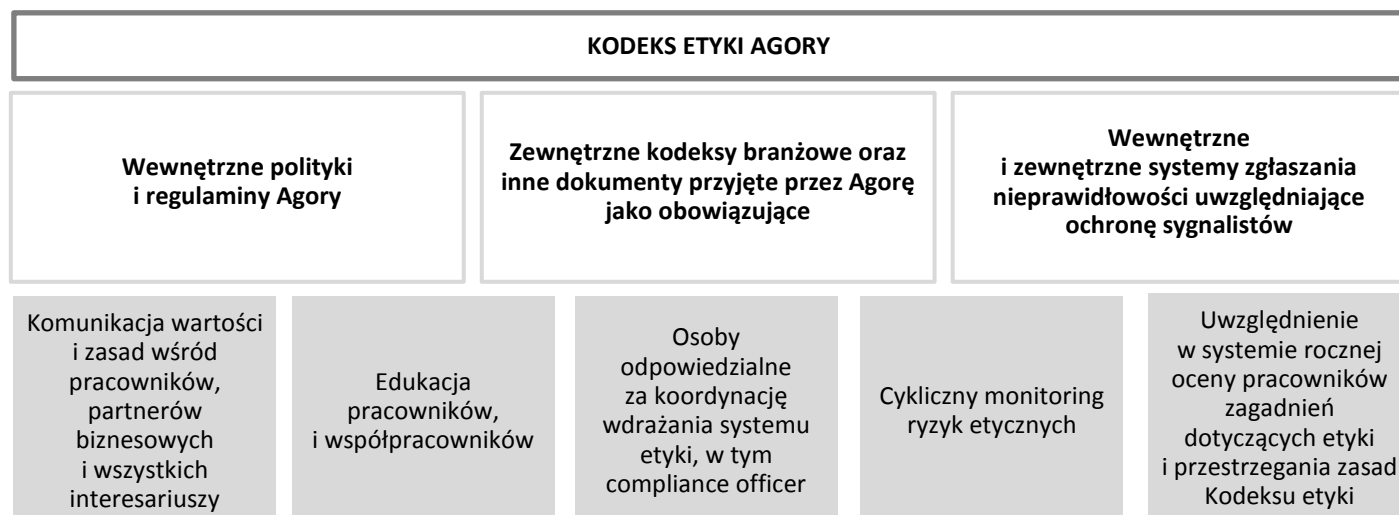
W ramach szerokiego dialogu i konsultacji z zespołem Agory już w 2017 r. rozpoczęto badania ankietowe wśród pracowników, które miały na celu wyłonienie kluczowych zagadnień, które powinny znaleźć się w Kodeksie etyki. W 2017 i 2018 r. odbywały się warsztaty i spotkania dla pracowników, reprezentantów związków zawodowych i Rady Pracowniczej oraz menedżerów, podczas których szczegółowo omawiano wyodrębnione zagadnienia. Powstał również adres e-mailowy do zgłaszania uwag, a także specjalne miejsce w intranecie zawierające informacje na temat procesu.

W procesie dialogu zarząd spółki prezentował założenia kodeksu i stan prac nad nim podczas spotkania dla wszystkich pracowników w marcu 2018 r.

Zwieńczeniem zaangażowania pracowników były konsultacje treści kodeksu oraz spotkania, podczas których omówiono najważniejsze wątpliwości. Odbyły się również spotkania konsultacyjne z menedżerami i firmą ekspercką, która zajmuje się zewnętrznym systemem zgłaszania nieprawidłowości.

SYSTEM ETYKI W AGORZE

W 2018 r. w Agorze S.A. wprowadzony został kompleksowy system etyki. Składa się on z: kodeksu etyki, wewnętrznych polityk i regulaminów, zewnętrznych kodeksów branżowych, stanowiska compliance officera oraz systemu zgłaszania nieprawidłowości. Dla efektywności tego systemu istotne są także komunikacja i edukacja pracowników.


KODEKS ETYKI AGORY S.A.

„Kodeks etyki Agory” to dokument wewnętrzny, skierowany do wszystkich pracowników i współpracowników Spółki, który podsumowuje dotychczasowe wewnętrzne i zewnętrzne regulacje w zakresie etyki i przeciwdziałania nadużyciom, a przede wszystkim wskazuje, jakie postawy i zasady postępowania są w Agorze mile widziane i oczekiwane, a jakie firma uznaje za błędne lub niedopuszczalne.

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

- **RÓŻNORODNE MIEJSCE PRACY** – określa główne zasady w miejscu pracy: współpracę, równe traktowanie wszystkich pracowników i współpracowników oraz szacunek wobec siebie nawzajem;
- **UCZCIWOŚĆ WOBEC OTOCZENIA** – mówi o uczciwych relacjach z otoczeniem i wysokich standardach etycznych wobec klientów, dostawców i kontrahentów;
- **PRZEJRZyste ZASADY WSPÓŁPRACY** – jest związany z transparentnością w miejscu pracy, m.in. w relacjach z partnerami biznesowymi, dostawcami i kontrahentami, a także porusza temat pracy w Agorze w kontekście innych aktywności zawodowych i politycznych;
- **ZGODNOŚĆ Z PRAWEM I PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI** – wskazuje metody przeciwdziałania wszelkim nadużyciom i korupcji w firmie;
- **DBAŁOŚĆ O DOBRE IMIĘ AGORY** – podsumowuje zasady komunikacji i prezentacji informacji o firmie oraz dbania o jej reputację;
- **BEZPIECZEŃSTWO INFORMACJI** – dotyczy ochrony informacji poufnych i tajemnicy przedsiębiorstwa oraz ochrony danych osobowych.

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

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

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

SYSTEM ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI

W ramach systemu etyki w 2018 r. została wprowadzona „Procedura zgłaszania nieprawidłowości w Agorze S.A.” oraz „Procedura rozpatrywania zgłoszeń”. Wskazano w nich, że każde zgłoszenie jest poufne, a osoby zgłaszające (sygnaliści) są objęci szczególną ochroną, jak również to, że każde zgłoszenie jest ważne i zostanie rozpatrzone, zaś odpowiedź na nie zostanie przedstawiona tak szybko, jak tylko będzie to możliwe. Jednak w przypadku spraw wymagających szczególnego traktowania i rozpatrzenia termin ten może wynieść 30 dni lub dłużej.

W 2018 r. w ramach systemu zgłaszania nieprawidłowości wprowadzone zostały nowe kanały i możliwości przekazywania wątpliwości, pytań lub nieprawidłowości przez pracowników i współpracowników.

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

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

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

5 liczba spraw zgłoszonych poprzez Linie Etyki w 2018 r.

W okresie październik-grudzień 2018 r. w ramach Linii Etyki wpłynęło 5 zgłoszeń. Część z nich spowodowała wprowadzenie nowych rozwiązań, część zbadania sprawy oraz rozpatrzenia zgłoszenia pod kątem możliwej nieprawidłowości, część zaś była pytaniami, na które udzielono odpowiedzi. Jednocześnie zgłoszenia i pytania trafiały bezpośrednio do compliance officera Agory, jak również Pełnomocnik ds. przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi, zostały one dokładniej opisane zostały w części raportu dotyczącej miejsca pracy i praw człowieka. W 2018 r. było to 5 spraw, w tym 3 dotyczące relacji pracownik-przełożony

5 liczba spraw zgłoszonych i rozpatrzonych w 2018 r., w tym: **3** sprawy dotyczące relacji pracownik-przełożony, **2** sprawy dotyczące relacji pracownik-pracownik

„ZBIÓR ZASAD POSTĘPOWANIA DLA DOSTAWCÓW I PODWYKONAWCÓW AGORY”

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

Dokument zawiera zasady dotyczące:

- odpowiedzialnych relacji z interesariuszami
- przestrzegania praw człowieka
- uczciwej konkurencji
- wpływu na środowisko naturalne i zrównoważony rozwój
- etyki i transparentności w relacjach z dostawcami i kontrahentami oraz otoczeniem
- zgodności z prawem i przeciwdziałaniem korupcji

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

KOMUNIKACJA „KODEKSU ETYKI” I EDUKACJA SKIEROWANA DO PRACOWNIKÓW

Komunikacja na temat „Kodeksu etyki” rozpoczęła się w październiku 2018 r., kiedy wszyscy pracownicy otrzymali list od zarządu Agory zapowiadający wprowadzony Kodeksu. Jednocześnie każda osoba pracująca w Agorze otrzymała wydrukowany egzemplarz „Kodeksu etyki Agory”.

2 tys. egzemplarzy „Kodeksu etyki Agory” trafiło do pracowników i współpracowników spółki. W ramach działań komunikacyjnych przygotowano zostały: wiadomości e-mail, plakaty w miejscu pracy, newslettery oraz dedykowana sekcja w intranecie z najważniejszymi informacjami, m.in. wybranymi pytaniami i odpowiedziami na temat systemu etyki w Agorze

EDUKACJA PRACOWNIKÓW

W ramach działań edukacyjnych w 2018 r. zrealizowano 2 webinaria:

- „Wszystko, co chcielibyście wiedzieć o zgłaszaniu nieprawidłowości w Agorze”
- „Wszystko, co chcielibyście wiedzieć o polityce antidyskryminacyjnej i antymobbingowej”

Nagranie i materiały są dostępne w intranecie.

87 pracowników wzięło udział w webinarach

W ramach działań edukacyjnych przygotowany został także cykliczny „Newsletter z etyką”, który podsumowywał najważniejsze tematy poruszane w „Kodeksie etyki”. Przygotowanych i wysłanych zostało 7 newsletterów.

Dodatkowo pracownicy Agory mogli obejrzeć filmik edukacyjny przedstawiający mechanizm działania Linii etyki oraz sposoby zgłaszania nieprawidłowości.

Nowi pracownicy mogą zapoznać się z „Kodeksem etyki” podczas szkolenia „Witamy w Agorze” – w okresie październik-grudzień 2018 r. było to około 30 osób. Każda z tych osób otrzymała też egzemplarz „Kodeksu etyki”.

ETYKA REKLAMY I DZIENNIKARSTWA

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

ZEWNĘTRZNE KODEKSY OBOWIĄZUJĄCE W AGORZE

Grupa Agora przyjęła kodeksy zewnętrzne jako obowiązujące w firmie:

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

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

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

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

KODEKS ETYKI REKLAMY

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

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



RADA REKLAMY

KODEKS 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 wydawców przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi naruszającymi szeroko rozumiane dobre praktyki.

[Kodeks Dobrych Praktyk Wydawców Prasy](#)



STANDARD ADS.TXT

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

ETYKA DZIENNIKARSKA

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

KARTA ETYCZNA MEDIÓW

Karta określa 7 zasad: prawdy, obiektywizmu, oddzielenia informacji od komentarza, uczciwości, szacunku i tolerancji, pierwszeństwa dobra odbiorcy oraz wolności i odpowiedzialności.

WEWNĘTRZNE KODEKSY DOTYCZĄCE ETYKI MEDIÓW OBOWIĄZUJĄCE W AGORZE:

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.

W Agorze S.A. zostały wdrożone dodatkowo „Zasady selekcji reklam i ogłoszeń przyjmowanych do publikacji w „Gazecie Wyborczej”, magazynach „Wysokie Obcasy Extra”, „Książki. Magazyn do czytania” oraz w wydawnictwach cyfrowych

(aplikacjach) i serwisach internetowych Wyborcza.pl”, które podsumowują obowiązujące przepisy prawa i wewnętrzne regulacje Agory S.A. dotyczące selekcji reklam i ogłoszeń publikowanych lub emitowanych w 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.

ZAPOBIEGANIE KORUPCJI I NADUŻYCIOM

Priorytetem firmy jest działanie zgodnie z prawem i należytą starannością oraz zapobieganie sytuacjom, które mogłyby doprowadzić do korupcji, łapownictwa oraz nadużyć.

W 2018 r. Agora wprowadziła „Kodeks etyki”, w którym opisane zostały główne zasady dotyczące tej sfery. Następnie rozpoczął się proces przygotowania systemu compliance w Grupie Agora, który ma wprowadzić w tym zasady wynikające ze „Standardów rekomendowanych dla systemu zarządzania zgodnością w zakresie przeciwdziałania korupcji oraz systemu ochrony sygnalistów w spółkach notowanych na rynkach organizowanych przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.”.

W 2019 r. wprowadzona zostanie „Procedura przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu w Agorze S.A.”

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

ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW

KLIENTY I UŻYTKOWNICY AGORY W 2018 R.

1,1 mln czytelnicy „Gazety Wyborczej” – tygodniowy zasięg (według wskaźnik CCS)*

17,2 mln użytkowników serwisów Gazeta.pl i Wyborcza.pl **

170,5 tys. aktywnych prenumerat cyfrowych Wyborcza.pl na koniec grudnia 2018 r.

* Dane: Polskie Badania Czytelności, realizacja Kantar MillwardBrown, I-IX 2018, N = 15 116, wskaźnik CCS (czytelność cyklu sezonowego), opracowanie Agora S.A.

** Łączny zasięg wszystkich serwisów z grupy wyborcza.pl i grupy gazeta.pl w listopadzie 2018 r. Dane: Gemius/PBI, XI 2018, RU 17293098, PV 620203764; opracowanie Agora S.A.

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA

Agora dąży do partnerskich relacji z klientami, dostawcami, partnerami biznesowymi, organizacjami społecznymi, instytucjami i wszystkimi interesariuszami. Prowadząc dialog, wysłuchuje opinii i odpowiada na potrzeby tych grup.

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



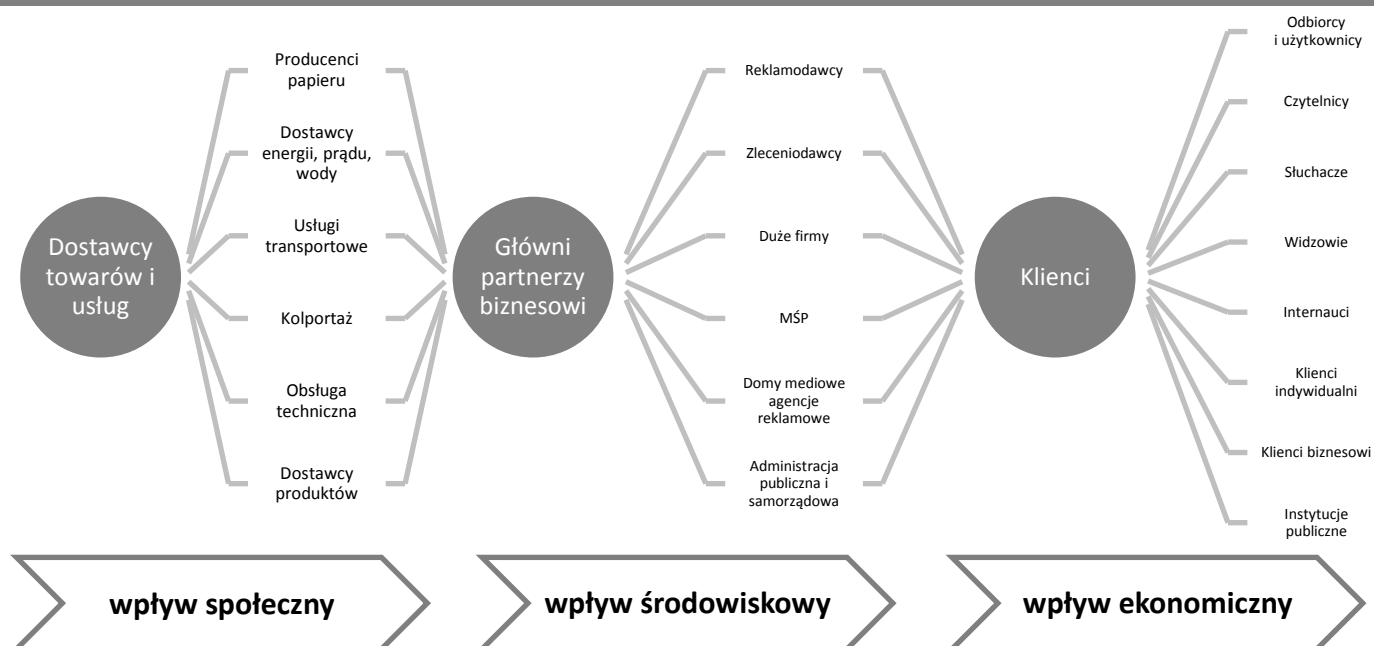
- rozwijanie współpracy z podmiotami, które przestrzegają prawa oraz zachowują należytą staranność w przestrzeganiu standardów branżowych oraz praw człowieka
- rozwijanie i prowadzenie dotychczasowej w działalności w oparciu o standardy odpowiedzialnego biznesu
- świadczenie najwyższej jakości usług, odpowiadanie na potrzeby i oczekiwania klientów
- budowanie dobrych i długotrwałych kontaktów z klientami
- uczciwość i postępowanie zgodne z najwyższymi standardami etyki oraz transparentność w relacjach z klientami i partnerami biznesowymi
- oferowanie produktów i usług dostosowanych do różnych grup klientów

ŁAŃCUCH DOSTAW GRUPY AGORA

Agora posiada różnorodną ofertę usług i produktów. Jej poszczególne biznesy obejmują m.in. wydawanie prasy, tworzenie i prowadzenie portali internetowych, serwisów i aplikacji mobilnych i działalność poligraficzną. Wśród podmiotów, które współpracują z Agorą wskazać należy zarówno podmioty biznesowe, jak również osoby indywidualne.

Wewnętrzne i zewnętrzne regulacje (kodeksy, dobre praktyki, regulaminy), które obowiązują w firmie zapewniają klientom i odbiorcom wysoką jakość usług i produktów oraz odzwierciedlają podejście spółki w tym zakresie.

AGORA S.A.



ZASADY WSPÓŁPRACY Z DOSTAWCAMI I PARTNERAMI BIZNESOWYMI

W relacjach z dostawcami powstał „Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory”, opublikowany na stronie [agora.pl](https://www.agora.pl), który zawiera najważniejsze zasady współpracy dla dostawców i podwykonawców. Jednocześnie podwykonawcy Agory zostali zobowiązani do zapoznania się z zasadami określonymi w tym dokumencie i przestrzegania ich. (Więcej w części dot. Etyki). <https://www.agora.pl/odpowiedzialny-biznes#slide-etyka>

Ze względu na rozproszoną i różnorodną działalność biznesów i poszczególnych spółek nie powstał formalny dokument odnoszący się do współpracy z partnerami biznesowymi, kontrahentami oraz dostawcami.

Wdrożone zostały procedury przetargowe, zasady postępowania przy zawieraniu umów między Agorą a innymi podmiotami oraz inne regulacje określające zasady współpracy, np. „Procedura wyboru dostawców towarów i usług w pionie administracji Grupy Agory”.

ZOBOWIĄZANIA WOBEC KONTRAHENTÓW

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

- Zobowiązania z tytułu dostaw i usług są nieoprocentowane i zazwyczaj rozliczane w terminach 14 - 60 dniowych.
- Zobowiązania z tytułu podatków, ceł i ubezpieczeń są nieoprocentowane i rozliczane miesięcznie zgodnie z terminem płatności.
- Zobowiązania krótkoterminowe zawierają zobowiązania w stosunku do jednostek powiązanych.

Tabela 23. Wskaźniki efektywności w ramach szybkości obrotów zobowiązań i należności oraz zapasów

Wskaźniki efektywności	2017	2018	r/r
szybkość obrotu zapasów	22 dni	29 dni	31,8%
szybkość obrotu należności	86 dni	96 dni	11,6%
szybkość obrotu zobowiązań	24 dni	26 dni	8,3%

Źródło: jednostkowe sprawozdanie finansowe Agory S.A. wg MSSF 2018 r.

WYZWANIA WE WSPÓŁPRACY Z KONTRAHENTEM

Jednym z kontrahentów Agory S.A. jest spółka zajmująca się kolportażem prasy – RUCH S.A.. W 2018 r. miały miejsce problemy finansowe tej spółki, która obsługiwała ok. 30% rynku, co wpłynęły na zmiany w dystrybucji wydawnictw Agory. Podjęte przez Agorę działania prewencyjne w zakresie dystrybucji zminimalizowały negatywne skutki związane z problemami RUCH S.A. W dłuższej perspektywie trudno jednoznacznie ocenić dalszy rozwój sytuacji na rynku dystrybucji prasy w Polsce z uwagi na mnogość czynników wpływających na kondycję finansową dystrybutorów – m.in. rozwój sprzedaży prasy w sieciach handlowych oraz aktywność wydawców. Jednocześnie ze względu na trudności z wypłacalnością kontrahenta Zarząd Agory S.A. informował o odstąpieniu od długoterminowych, stałych umów o dystrybucję prasy, stale monitorując sytuację spółki RUCH S.A. oraz pozostając otwartym na rozmowy. Zarząd Agory S.A. postanowił dokonać odpisu należności od Ruch S.A. zagrożonych prawdopodobieństwem nieściągalności w wysokości 20,3 mln zł.

ZASADY WSPÓŁPRACY Z KLIENTAMI

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

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

Źródłem informacji dotyczącej relacji z otoczeniem, w tym klientami, odbiorcami i użytkownikami jest również wdrożony w październiku 2018 r. „Kodeks etyki Agory”. Wśród zasad wskazanych w tym dokumencie są m.in. : przestrzeganie wysokich standardów etycznych, odpowiedzialność za oferowane przez produkty i usługi oraz ich jakość, przejrzyste i zrozumiałe zasady korzystania oraz transparentna komunikacja marketingowa.

TRANSPARENTNE ZASADY KORZYSTANIA Z PRODUKTÓW I USŁUG

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

Klienci mają możliwość kontaktu z pomocą dla użytkowników:

- Kontakt dla prenumeratorów „Gazety Wyborczej”: pomoc@wyborcza.pl
- Centrum Pomocy Użytkownika portalu Gazeta.pl: pomoc@agora.pl
- Na stronie <https://www.agora.pl/kontakt> znajdują się zaś kontakty do poszczególnych marek i spółek Agory

SYSTEM OBSŁUGI REKLAMACJI W AGORZE S.A.

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

W Agorze S.A. dla działów sprzedaży i obsługi klientów przygotowane zostały procedury dotyczące rozpatrywania reklamacji wraz z załącznikami. Prowadzony jest również rejestr reklamacji, na którego podstawie powstają cykliczne raporty.

DOBRA PRAKTYKA

DIALOG Z KLIENTAMI DZIĘKI NOWEJ STRONIE BIURA REKLAMY GAZETA.PL

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

„KODEKS DOBRYCH PRAKTYK W OBSŁUDZE KLIENTA”

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

Kodeks ma na celu usprawnienie kontaktów pomiędzy pracownikami Grupy Agora a klientami, czytelnikami i użytkownikami, a jednocześnie uspołnienie 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

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.

DOBRA PRAKTYKA

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

Biuro reklamy Gazeta.pl od stycznia 2018 r. wprowadziło nowe, nieinwazyjne formaty reklamowe, które pozwalają skutecznie przyciągnąć uwagę użytkowników i są jednocześnie przyjazne dla internautów. Zostały one przygotowane zgodnie z ich preferencjami oraz standardami Coalition for Better Ads i Google.

Najnowsze rozwiązania w ofercie biura reklamy Gazeta.pl stanowią alternatywę dla reklam, które według Coalition for Better Ads są najbardziej irytujące i skłaniają internautów do instalowania programów blokujących reklamy.

Nowe formaty reklamowe w ofercie Gazeta.pl - Prestitial, Small Sticky Ads oraz Halfpage Mobi - są skuteczne i proste, a zarazem nieinwazyjne i przyjazne dla użytkowników.

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

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

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

Więcej informacji o nowych formatach reklamowych: Reklama.Gazeta.pl

POLITYKA SYSTEMU ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ W DRUKARNIACH AGORY

Od 24 lipca 2018 r. w pionie druku Agory S.A. oraz Agorze Poligrafii Sp. z o.o. funkcjonuje System Zarządzania Jakością oparty na Normie ISO 9001:2015. Zastąpił on wcześniejszy system oparty na Normie ISO 9001:2008. Główne założenia polityki w zakresie zarządzania jakością z dn. 24 lipca 2018 r. dotyczą:

- ciągłego doskonalenia jakości poprzez spełnienie wymagań i oczekiwań klientów przy stałym wzroście rentowności prowadzonych działań oraz bezpieczeństwa finansowego Agory i Agory Poligrafii

GŁÓWNE CELE W ZAKRESIE ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ W DRUKARNIACH AGORY W 2018 R.:

- poprawa relacji z klientami – ograniczenia liczby reklamacji
- przygotowanie drukarni do przeprowadzenia recertyfikacji na wymagania normy ISO 9001:2015

REALIZACJA CELÓW W ZAKRESIE ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ W DRUKARNIACH W 2018 R.:

- szkolenia wewnętrzne oraz zewnętrzne dotyczące wymagań nowej normy,
- analiza oraz zdefiniowanie kontekstu oraz zainteresowanych stron oraz przygotowanie analizy ryzyka w oparciu o procesy funkcjonujące w Pionie Druku
- realizacja zadań wynikających z oceny ryzyka i jego minimalizacji, zmiany w procesach i przebudowa dokumentacji

W ramach przygotowania do wdrożenia nowego standardu ISO 9001: 2015 pracownicy segmentu druk wzięli udział w szkoleniach, które miały na celu objaśnienie wymagań oraz przedstawienie sposobu pracy zgodnie z wymogami normy. Wzięły w nich udział 34 osoby z działów produkcyjnych oraz utrzymania ruchu drukarni w Warszawie, Tychach i Pile.

OSIĄGNIĘTE REZULTATY W 2018 R.:

- wdrożenie normy ISO 9001:2015 oraz edukacja pracowników w zakresie jej wymogów
- spadek liczby reklamacji o ponad 15% w porównaniu do 2017 r.

BUDOWANIE RELACJI Z PARTNERAMI BIZNESOWYMI

Relacje z otoczeniem, również branżowym mają dla Grupy Agora szczególne znaczenie, dlatego spółki Grupy, jak również jej media inicjują i angażują się w wiele inicjatyw i działań na rzecz branży.

CZŁONKOSTWO W ORGANIZACJACH BRANŻOWYCH

Agora chce aktywnie kształtować otoczenie, w którym na co dzień funkcjonuje. Dlatego też jej spółki są aktywnymi uczestnikami organizacji skupiających specjalistów z branż istotnych dla jej działalności.

Główne organizacje, w pracach których uczestniczą przedstawiciele spółek Grupy to:

POLSKIE ORGANIZACJE:

- PKPP LEWIATAN /Związek Pracodawców Prywatnych Mediów
- Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych
- Izba Wydawców Prasy
- Związek Kontroli Dystrybucji Prasy
- IAB Polska – Internet Advertising Bureau Polska
- Stowarzyszenie Wydawców ReproPol
- IAA Polska – Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy Polska
- Krajowa Izba Książki
- PIIT - Polska Izba Informatyki i Telekomunikacji
- Polska Izba Druku

ZAGRANICZNE ORGANIZACJE:

- WAN – IFRA – World Association of Newspapers and News Publishers
- INMA – International Newsmedia Marketing Association
- EPC – European Publishers Council
- IPI – International Press Institute
- ENPA – European Newspaper Publishers Association

(dane na 31.12.2018 r.)

EDUKACJA BRANŻY

Równie ważną kwestią dla Agory jak włączanie się w inicjatywy branżowe jest edukacja branży. Podejmowane są działania, w których pracownicy Agory mogą podzielić się swoją wiedzę oraz doświadczeniami z przedstawicielami klientów i partnerów biznesowych. Dzięki temu powstaje platforma do wymiany wiedzy. Wyrazem odpowiedzialności jest również członkostwo w organizacjach branżowych

DOBRA PRAKTYKA

GAZETA.PL EDUKUJE BRANŻĘ REKLAMOWĄ W PROJEKCIE GAZETA.PL LAB

Gazeta.pl LAB to cykl spotkań dla klientów portalu - zarówno dużych konferencji merytorycznych, jak i kameralnych warsztatów, szkoleń, śniadań edukacyjnych czy webinarów oraz szereg innych działań, mających na celu optymalizację i doskonalenie współpracy Gazeta.pl z klientami reklamowymi.

100 osób wzięło udział w konferencji inaugurującej Gazeta.pl LAB

Pierwsza konferencja w ramach projektu Gazeta.pl LAB odbyła się we wtorek, 23 października 2018 r. w warszawskiej siedzibie Agory i była poświęcona tematyce jakości w cyfrowym świecie. Eksperti Gazeta.pl i zaproszeni goście pod hasłem QUALITY LAB opowiadali m.in. o tym, jak mierzyć efektywność działań w kontekście content marketingu, programmatic czy e-commerce. Uczestnicy wysoko ocenili całość konferencji oraz przyznali w ankiecie pokonferencyjnej, że zdecydowanie poleciliby udział w wydarzeniu innym.

4,58 średnia ocena konferencji przez uczestników (w skali 1-5)

Kolejne spotkanie w ramach cyklu Gazeta.pl LAB - śniadanie dla klientów reklamowych portalu, którego tematem przewodnim był Weekend Gazeta.pl, odbyło się 30 października 2018 r. Więcej: <http://lab.gazeta.pl/>

BUDOWANIE RELACJI Z KLIENTAMI

Bardzo ważne są dla Agory relacje z klientami, użytkownikami, czytelnikami, dlatego w ramach odpowiedzialnego podejścia do tych osób w 2018 r. zainicjował szereg działań na rzecz klientów, użytkowników.

MARKETING ZAANGAŻOWANY SPOŁĘCZNIE

Marketing zaangażowany społecznie to włączenie czytelników do wsparcia konkretnych przedsięwzięć.

DOBRA PRAKTYKA

PRENUMERATORZY CYFROWEJ „GAZETY WYBORCZEJ” WSPIERAJĄ CELE SPOŁECZNE I ORGANIZACJE POZARZĄDOWE

„Gazeta Wyborcza” od wielu lat angażuje się w akcje społeczne. Dzięki prenumeratorom cyfrowej wersji dziennika w 2018 r. udało się zabrać w sumie ok. 255 tys. zł w ramach akcji: „Czytasz i pomagasz!”, „Prenumerata Solidarnościowa” oraz „PrenumerATUJ”. Zysk ze sprzedaży prenumerat cyfrowych został przekazany na rzecz konkretnych organizacji pozarządowych.

255 tys. zł zysk z prenumeraty cyfrowej „Gazety Wyborczej” przekazany na cele społeczne i środowiskowe

W 2018 r. redakcja „Gazety Wyborczej” trzykrotnie zaprosiła czytelników do wsparcia konkretnych celów społecznych i środowiskowych oraz zaangażowania się w pomaganie. W 3 akcjach organizowanych w ciągu roku można było kupując prenumeratę cyfrową wesprzeć jedną z organizacji: Kampanię Przeciw Homofobii, Centrum Praw Kobiet lub Stowarzyszenie Interwencji Prawnej, jak również Fundację Agory, Wspólnotę Chleb Życia siostry Małgorzaty Chmielewskiej i Fundację Anny Dymnej Mimo Wszystko oraz WWF. W ostatniej akcji prenumeratorzy cyfrowi mogli wesprzeć ochronę wybranego gatunku zwierząt – rysy, wilków, fok, morświnów, niedźwiedzi lub sówecek.

DOSTĘPNOŚĆ PRODUKTÓW I USŁUG DLA RÓŻNORODNYCH GRUP KLIENTÓW

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

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

DOBRA PRAKTYKA

„PRYVIT” – PIERWSZA BEZPŁATNA GAZETA DLA UKRAIŃCÓW WE WROCŁAWIU

6 tys. nakład gazety „Pryvit”

„Pryvit” to pierwsza gazeta tworzone z myślą o Ukraińcach mieszkających w Polsce. Jest to wspólne przedsięwzięcie wrocławskiej redakcji „Gazety Wyborczej” oraz Fundacji Ukraina. Wydawcy zależy, aby dzięki gazecie „Pryvit Wrocław” Ukraińcy lepiej poznali Wrocław, dowiedzieli się, jak korzystać z miasta i imprez w nim organizowanych, a także co sprzyja integrowaniu się Polaków i Ukraińców. 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.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ MEDIÓW

Działalność mediów Agory opiera się na wartościach i zasadach, wśród których najważniejsze dotyczą: niezależności, dbałości o jakość i rzetelność przygotowywanych materiałów oraz odpowiedzialność za słowa, stojąc na straży wiarygodności publikowanych informacji i rzetelności.

Jednocześnie starają się one rozwijać wśród odbiorców umiejętność korzystania z mediów oraz krytycznego myślenia. 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.

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

DOBRA PRAKTYKA

#ZWYKLINIEZWYKLI AND #MICRODOC VIDEO CYCLES BY WIDEO GAZETA.PL

8,8 mln wyświetleń 10 odcinków cyklu #zwykliniezwykli

Z badań Gazeta.pl wynika, że użytkownicy chcą dowiadywać się o sprawach blisko ludzi i być dumni z Polaków. Mają też dość hejtu. Mikrodokumenty, czyli cykl unikalnych i jakościowych treści wideo, których widzowie nie znajdą nigdzie indziej, doskonale wpisują się w tę potrzebę. Bohaterami Mikrodokumentów Gazeta.pl są zwykli ludzie, których postawa jest godna naśladowania - przekraczają własne ograniczenia, łamią stereotypy, inspirować, zaskakują, czynią dobro. Celem jest przybliżenie ich sylwetek i wywołanie pozytywnych emocji w widzach: ciepła, wzruszenia, inspiracji, motywacji do działania. Twórcy cyklu unikają hejtu i sensacji, śmiało podejmują trudne tematy (np. bezdomności, bieda, choroby, niepełnosprawności itp.), które stają się polem do przemyśleń dla odbiorców. W 2018 r. przygotowano w sumie 10 odcinków, w których zgodnie z oczekiwaniami użytkowników portalu przedstawiono bohaterów codzienności, np. inicjatorów społecznych inicjatyw, organizacji pozarządowych: Jadłodzielnia, Medycy na Ulicy, Daj obiad etc.

DOBRA PRAKTYKA

PROGRAM WIDEO WYBORCZA.PL „W POŻYCZONYCH GARNITURACH”

30 tys. wyświetleń 3 pierwszych odcinków cyklu „W pożyczonych garniturach”

Jakub Hartwich i Adrian Glinka to bohaterowie dwutygodniowego protestu zorganizowanego przez Rodziców Osób Niepełnosprawnych w Sejmie RP w 2018 r.; obaj jeżdżą na wózku. Dział wideo Wyborcza.pl stworzył wspólnie z nimi program, którego celem jest uwrażliwienie widzów na problemy osób z niepełnosprawnościami, a jednocześnie wypełnienie luki w mediach, w których do tej pory nie było audycji poświęconej tym problemom ani audycji, której dwójka gospodarzy byłaby osobami z niepełnosprawnościami. Cykl wideo „W pożyczonych garniturach” rozpoczął się w lipcu 2018 r., wśród gości byli m.in.: Jurek Owsiak, który radził w programie, jak wykorzystać protest Kuby i Adriana do dobrych celów oraz jak angażować ludzi w akcje obywatelskie, współodczuwanie i współodpowiedzialność, kandydaci do wyborów samorządowych, ale też Czesław Mozil czy Janina Ochojska, z którymi rozmawiano o dostępie do edukacji dla osób z niepełnosprawnościami, a także o tym jak skonsolidować podzielone środowisko.

DOBRA PRAKTYKA

NEWSMAVENS.COM – PIERWSZY EUROPEJSKI SERWIS TWORZONY WYŁĄCZNIE PRZEZ KOBIETY

Newsmavens.com to anglojęzyczny serwis, przedstawiający przegląd najciekawszych i najważniejszych tekstów wybranych przez kuratorki z różnych mediów newsowych w Europie, działa dzięki współpracy wydawców i dziennikarek niezależnych. Został zainicjowany przez "Wysokie Obcasy" i "Gazetę Wyborczą", stworzony dzięki dofinansowaniu Google DNI w październiku 2017 r. Codziennie pojawia się w nim od 5 do 8 publikacji, które dodatkowo rozsyłane są w formie newslettera. Co tydzień serwis oferuje podsumowanie newsów z komentarzem redakcyjnym. W ciągu roku w serwisie pojawiły się setki tekstów przygotowanych przez prawie 30 dziennikarek z całej Europy. Są to głównie materiały poświęcone prawom kobiet i zmarginalizowanych grup społecznych oraz wpływowi polityki i ekonomii na życie zwyczajnych ludzi.

KAMPANIA SPOŁECZNA

DOBRA PRAKTYKA

KAMPANIA „GAZETY WYBORCZEJ” „MÓJ PIERWSZY RAZ”

„Gazeta Wyborcza” i Wyborcza.pl zainaugurowały kampanię „Mój pierwszy raz”, skierowaną do osób, które w 2018 roku po raz pierwszy mogły wziąć udział w wyborach samorządowych. Redakcja w tygodniach poprzedzających wybory namawiała młodych ludzi do udziału w nich i skorzystania ze swojego prawa do głosowania. Zachęcała też młodych ludzi m.in. do czytania materiałów dostępnych w serwisie Wyborcza.pl/wybory, który zbierał wszystkie redakcyjne teksty o kampanii samorządowej, w tym wyniki sondaży, sylwetki kandydatów i poradniki dla głosujących.

Dodatkowo, aby ułatwić młodym osobom oddanie głosów w pierwszych wyborach, zespół dziennika przygotował dla nich specjalną, bezpłatną prenumeratę cyfrową „Gazety Wyborczej”. Oferta była ważna aż do końca listopada ub.r.; mogły ją aktywować osoby w wieku 18-22 lat. Nowi subskrybenci „Gazety Wyborczej” otrzymywali dodatkowo codzienny newsletter lokalny, przygotowany przez jedną z 20 redakcji dziennika.

INICJATYWY I NAGRODY MEDIÓW AGORY

Media Agory dzięki organizacji konkursów i inicjatyw zabierają głos w ważnych społecznie tematach, jednocześnie zaś są promując kulturę.

DOBRA PRAKTYKA

NAGRODA FOTOGRAFICZNA „GAZETY WYBORCZEJ” IM. KRZYSZTOFA MILLERA ZA ODWAGĘ PATRZENIA

300 zgłoszeń do Nagrody im. Krzysztofa Millera za odwagę patrzenia

Nagroda im. Krzysztofa Millera za odwagę patrzenia przyznawana będzie corocznie począwszy od 2018 r., a jej celem jest promocja fotografii o wyjątkowych wartościach dziennikarskich, wyróżniających się pogłębionym, rzetelnym i właśnie odważnym spojrzeniem na trudne tematy społeczne, polityczne, ekonomiczne i kulturowe. Konkurs, zainaugurowany przez „Gazetę Wyborczą” jesienią 2018 r., upamiętnia wybitnego fotografa Krzysztofa Millera, legendę fotoreportażu wojennego i autora wielu znanych zdjęć. O nagrodę mogą co roku rywalizować zarówno profesjonaliści, jak i amatorzy fotografii; autorzy indywidualni oraz kolektywy fotografów. Zgłaszane mogą być wszystkie formy fotograficzne, w tym fotoreportaż, dokument, seria portretów czy pejzaży itp., wykonane dowolną techniką - profesjonalnym sprzętem fotograficznym lub telefonem komórkowym. W pierwszej edycji konkursu prace można było nadsyłać do końca października – organizatorzy otrzymali ich prawie 300. Na początku listopada jury ogłosiło 7 finalistów, których prace zostały zaprezentowane w serwisie Wyborcza.pl/wiecejswiata. Konkurs zakończył się galą, podczas której nagrodę główną - czek na kwotę 10 tys. zł odebrała Anna Liminowicz za fotoreportaż „Między blokami”. Organizatorzy konkursu to: „Gazeta Wyborcza”, „Duży Format”, Wyborcza.pl, „Więcej Świata”. Do konkursu zgłosili się autorzy z Polski i zagranicy z prawie 300 projektami. Jury wybrało 7 finalistów i 1 zwycięzcę.

DOBRA PRAKTYKA

"GAZETA WYBORCZA" JAKO WSPÓŁORGANIZATOR NAGRODY IM. RYSZARDA KAPUŚCIŃSKIEGO

99 zgłoszeń do 9. edycji Nagrody im Ryszarda Kapuścińskiego

Nagroda im. Ryszarda Kapuścińskiego jest przyznawana od 2010 r. przez „Gazetę Wyborczą” i Miasto st. Warszawa autorom najlepszej książki reporterskiej roku i najlepszego przekładu roku. W 9. edycji do konkursu zgłoszono 99 pozycji. Jury nominowało do finału książki: Sacha Batthyany „A co ja mam z tym wspólnego? Zbrodnia popełniona w marcu 1945 roku. Dzieje mojej rodziny, z niem. przeł. Emilia Bielicka; Anna Bikont - „Sendlerowa. W ukryciu”; Joanna Czechtz - „Petersburg. Miasto snu”; Marek Łuszczyna - „Mała zbrodnia. Polskie obozy koncentracyjne”; Ben Rawlence - „Miasto cierni. Największy obóz dla uchodźców”, z ang. przeł. Sergiusz Kowalski. Nagrodzie towarzyszy akcja edukacyjna wśród uczniów warszawskich szkół, a także konkurs dla studentów i doktorantów „Tłumacze świata”.

OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH I PRYWATNOŚCI

Ze względu na specyfikę swojej działalności i chęć budowania właściwych relacji z klientami indywidualnymi Agory szczególną wagę przykładają do ochrony danych osobowych i prywatności.

W relacjach z czytelnikami, użytkownikami serwisów, prenumeratorami cyfrowymi, odbiorcami newsletterów oraz klientami indywidualnymi i biznesowymi ważne są odpowiednie procedury i polityki, jak również edukacja i transparentna komunikacja. W 2018 r. kontynuowane były działania opisane w **Raporcie Odpowiedzialności Grupy Agora z 2017 r.** ([link](#))

NOWE POLITYKI I PROCEDURY WYNIKAJĄCE Z RODO

Wprowadzenie nowej „Polityki Ochrony Danych Osobowych” i kolejnych wynikających z niej polityk i procedur w Grupie Agora w 2018 r. związane było z wejściem do stosowania ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679, znanego pod nazwą „RODO” lub „GDPR” oraz wejściem w życie nowej ustawy o ochronie danych osobowych z dnia 10 maja 2018 r. Dlatego też dokumenty wskazane w [raporcie z 2017 r.](#) zostały wzbogacone o nowe dokumenty i uszczegółowione.

Polityka Ochrony Danych Osobowych stanowi zbiór zasad i reguł postępowania związanych z danymi osobowymi, które są przetwarzane przez pracowników i współpracowników Agory w ramach wykonywanych zadań.

W SKŁAD „POLITYKI OCHRONY DANYCH OSOBOWYCH” W GRUPIE AGORA WCHODZĄ:

- **Polityka transparentności (Polityka przetwarzania danych osobowych)** – to deklaracja złożona przez wszystkich pracowników i współpracowników wobec klientów, w której firma zapewnia, że chroni ich dane osobowe ze wszystkimi wymaganiami prawnymi.

Dokument ten zawiera ogólne informacje o zasadach przetwarzania danych osobowych przez firmę, sposobie realizacji wniosków dotyczących praw podmiotów danych, a także informacje wymagane w art. 13 i 14 RODO w zakresie dotyczącym osób, których dane osobowe są przetwarzane. Jest to dokument zewnętrzny, dostępny na stronie: https://www.agora.pl/media/polityki-agora/Polityka-przetwarzania-danych-osobowych_Agora.pdf

Pozostałe dokumenty mają charakter wewnętrzny i są dostępne dla pracowników w intranecie:

- **Polityka retencji danych osobowych** – to zbiór zasad określających reguły retencji danych osobowych w Agorze
- **Procedura obsługi wniosków podmiotów danych** – to zasady postępowania z wnioskami, jakie mogą zgłaszać klienci i użytkownicy – w ramach przysługujących im praw – odnośnie przetwarzania ich danych osobowych. Procedura określa zasady przyjmowania i rozpoznawania wniosków, rolę w komórce ds. RODO i w liniach biznesowych związane z obsługą i udzielaniem odpowiedzi na tego typu wnioski.
- **Polityka oceny ryzyka i oceny skutków przetwarzania danych osobowych** – określa kroki, jakie potrzebne są do dokonania oceny ryzyka i oceny skutków przetwarzania danych osobowych. Wskazuje też przypadki, w których przeprowadzona powinna być dalsza, poszerzona ocena ryzyka w związku z przetwarzaniem danych osobowych.
- **Procedura oceny i notyfikacji naruszeń ochrony danych osobowych** – wyjaśnia, czym jest naruszenie danych osobowych przetwarzanych przez Agorę lub jej spółki zależne, w jaki sposób i jak szybko należy zgłosić zauważone naruszenie, a także w jaki sposób i kto powinien rozstrzygnąć zgłoszenie.
- **Polityka wyboru dostawcy przetwarzającego dane osobowe** – to zasady, które nakazują dokonanie oceny dostawcy zapewniającego wystarczające gwarancje zgodności przetwarzania danych osobowych z prawem. Dokonanie tej oceny pozwala na weryfikację czy dostawca będzie posiadać możliwości techniczne i organizacyjne, aby dostatecznie chronić dane osobowe powierzone mu do przetwarzania.
- **Polityka kontaktów z organem ochrony danych osobowych** - określa zasady postępowania w przypadkach wymagających współpracy z Prezesem Urzędu Ochrony Danych, w tym postępowania kontrolnego lub sądowo-administracyjnego.

ZGŁASZANIE NARUSZEŃ

Każda osoba zatrudniona w Grupie Agora jest zobowiązana do zgłaszania zauważonych naruszeń. Naruszenie ochrony danych osobowych to każde zdarzenie prowadzące do przypadkowego lub niezgodnego z prawem zniszczenia, utracenia, zmodyfikowania, nieuprawnionego ujawnienia lub nieuprawnionego dostępu do danych osobowych przesyłanych, przechowywanych lub w inny sposób przetwarzanych przez Grupę Agora.

Inspektor Ochrony Danych prowadzi rejestr naruszeń, w którym znajdują się opisane wszystkie zgłoszone przypadki. W firmie wprowadzony został system monitorowania niezgodności i ich weryfikacji pod kątem spełniania przesłanek naruszenia.

NIEZBĘDNIK RODO – CZYLI SKUTECZNA KOMUNIKACJA DLA PRACOWNIKÓW

Pracownicy Grupy Agora przygotowywani byli do wprowadzenia nowych regulacji poprzez szeroką komunikację: e-maile, informacje w specjalnej sekcji w intranecie oraz szkolenie. Powstał również dedykowany adres mailowy do kontaktu w sprawie pytań i wątpliwości związanych z tematem ochrony danych osobowych. Od grudnia 2018 r. trwają kolejne szkolenia pracowników z zakresu ochrony danych osobowych, m.in. nowi pracownicy uczestnicząc w spotkaniu „Witamy w Agorze”, dowiadują się o zasadach i przepisach obowiązujących w firmie w zakresie ochrony danych osobowych.

OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH PRZED CYBERZAGROŻENIAMI

W 2018 r. wypracowany został pakiet procedur, w ramach których znajdują się dodatkowe zapisy związane z cyberzagrożeniami. Zakres tych procedur obejmuje również dane osobowe przetwarzane w systemach informatycznych Agory. W ramach zarządzania bezpieczeństwem informacji w Agorze S.A. przyjęte zostały „Strategia Bezpieczeństwa”, „Polityka Bezpieczeństwa” i „Polityka Bezpieczeństwa Informacji”.

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. oraz spójność działań podejmowanych w obszarze ochrony informacji z regulacjami prawnymi.

W odniesieniu do portali i aplikacji mobilnych Grupy Agora wprowadzone zostały: „Zasady korzystania z serwisów internetowych”, „Polityka prywatności” oraz „Polityka Prywatności w zakresie aplikacji mobilnych”, a także wewnętrzne regulaminy i zasady.

W celu wsparcia realizacji zapisów polityk powołani zostali Inspektorzy ds. bezpieczeństwa, w tym Inspektor Ochrony Danych oraz Komitet ds. Bezpieczeństwa.

POLITYKA PRYWATNOŚCI

W trosce o prywatność klientów i ich danych wdrożone zostały procedury zapewniające bezpieczeństwo danych osobowych. Grupa Agora zachowuje najwyższe standardy dotyczące komunikacji z klientami zarówno w przypadku regulacji prawnych, jak i wymogów branżowych.

W Agorze S.A. wdrożone zostały „Strategia Bezpieczeństwa” oraz „Polityka Bezpieczeństwa”, a także „Polityka Ochrony Danych Osobowych”.

W Grupie Agora funkcjonują dokumenty określające zasady oraz sposób gromadzenia, przetwarzania i wykorzystywania informacji o użytkownikach serwisów internetowych poszczególnych spółek, marek i mediów.

Polityki prywatności, regulaminy i zasady korzystania z poszczególnych usług czy regulujące e-sprzedaż usług są dostępne na poszczególnych serwisach i portalach: Agora.pl, Wyborcza.pl, Gazeta.pl. Określają one zasady, zakres i warunki korzystania z usługi/serwisu/aplikacji przez czytelnika/odbiorcę, w tym kwestie związane z reklamacjami.

MONITORING NARUSZEŃ PRYWATNOŚCI KLIENTA I UTRATY DANYCH

W 2018 r. nie zostały nałożone na spółkę żadne kary z tytułu naruszenia przepisów o ochronie danych osobowych. Jedno zgłoszenie związane z Agorą trafiło do Urzędu Ochrony Danych Osobowych (UODO). Spółka odniosła się do sprawy, potwierdzając prawidłowość przetwarzania przez Agorę S.A. danych osobowych.

W 2018 r. miała miejsce jeszcze jedna sytuacja, dotycząca prawdopodobnego ujawnienia danych przez podmiot trzeci, niezwiązany z Agorą. Informacja o incydencie została przekazana spółce przez CERT Polska. Ze względu na to, że wśród adresów e-mail znalazły się te założone w domenie gazeta.pl, podjęte zostały następujące działania: zgłoszenie incydentu do UODO oraz poinformowanie użytkowników o sytuacji wraz z zaleceniem zmiany hasła.

WPŁYW ŚRODOWISKOWY

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA

W Grupie Agora nie powstał wspólny dokument w postaci polityki środowiskowej obowiązujący w całej organizacji. Spowodowane jest to rozproszoną działalnością spółek, a także różną intensywnością wpływu na środowisko.

W ramach strategii CSR wskazane zostały kluczowe obszary wpływu środowiskowego związane z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

KLUCZOWE OBSZARY WPŁYWU ŚRODOWISKOWEGO GRUPY AGORA W OPARCIU O CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU TO:



- dbałość o wodę wiąże się z monitorowaniem zużycia wody w budynkach administrowanych przez Agorę i kinach sieci Helios oraz w drukarniach Grupy Agora
- jednym z celów w działalności poligraficznej jest racjonalne użytkowanie zasobów, dlatego też nieustannie wprowadzane są nowe rozwiązania, które mają wpłynąć na redukcję zużycia wody
- efektywność energetyczna jest jednym z głównych celów środowiskowych Grupy Agora
- optymalizacja zużycia energii elektrycznej odbywa się poprzez działania proekologiczne i wprowadzenie nowych rozwiązań w administrowanych budynkach, drukarniach, kinach i na nośnikach reklamy zewnętrznej
- innowacyjne rozwiązania służące zwiększeniu efektywności wykorzystania zasobów stosowane są m.in. w nowoczesnych nośnikach reklamy zewnętrznej oraz meblach miejskich
- w drukarniach wprowadzane i rozwijane są technologie i procesy produkcyjne przyjazne dla środowiska
- współtworzenie miast inteligentnych, dzięki ekologicznym, interaktywnym i funkcjonalnym rozwiązaniom
- wspieranie gospodarki obiegu zamkniętego
- ograniczanie odpadów
- Agora regularnie przeprowadza proces szacowania wpływu swojej działalności na klimat, wprowadzając rozwiązania i działania służące minimalizowania negatywnego oddziaływania

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

WPLYW ŚRODOWISKOWY – ADMINISTRACJA BUDYNKAMI

Grupa Agora ma swoje siedziby w kilku lokalizacjach. Główna mieści się w budynku będącym własnością Agory, przy ul. Czerskiej 8/10 w Warszawie, gdzie znajdują się siedziby spółek: Agora S.A. oraz Agora TC, AMS, Adpol, Domiporta, Grupa Radiowa Agory (GRA), Doradztwo Mediowe, Inforadio, część działów spółki Helios, NEXT FILM, Optimizers, Yieldbird. W związku z tym niemożliwe jest wyłączenie danych dotyczących zużycia energii i poboru wody/zużycia ścieków wyłącznie na spółkę Agora S.A.

21 lokalnych oddziałów spółki Agora S.A.

Oddziały Agory S.A. oraz spółek zależnych znajdują się w 21 miastach. Są to wynajmowane lokale we współdzielonych budynkach, zarządzanych przez zewnętrznych administratorów, którzy odpowiadają za kwestie środowiskowe. W wielu przypadkach utrudnia to monitorowanie wskaźników dotyczących m.in. poboru wody i zużycia ścieków oraz kubatury odpadów.

WPLYW ŚRODOWISKOWY

Głównymi założeniami zarządzania wpływem środowiskowym w Grupie Agora w zakresie administracji budynkami są: ograniczenie zużycia energii elektrycznej, poboru wody oraz zużycia ścieków. Dotyczy to szczególnie budynku przy ul. Czerskiej 8/10, gdzie mieszczą się w większości siedziby spółek wchodzących w skład grupy kapitałowej.

W 2018 r. odbył się audyt optymalizujący wykonany przez firmę zewnętrzną, jego celem była analiza efektywności energetycznej. Spółka w 2019 r. wdrożyła zalecenia wynikające z przygotowanego audytu.

3% spadek zużycia energii elektrycznej w budynkach biurowych Grupy Agora w 2018 r.

Tabela 24. Zużycie energii elektrycznej w budynkach biurowych Grupy Agora

		2017	2018	r/r
Energia elektryczna [MWh]	Grupa Agora	11 259	10 951	↓3,0 %

Źródło: dane pochodzą z faktur

Ze względu na współdzielenie przestrzeni zarówno w warszawskiej, jak również w wielu innych siedzibach przestrzeni przez Agorę S.A. i spółki z Grupy Agora, dane zostały zagregowane i dotyczą 21 lokalizacji: Białystok, Bielsko-Biała, Bydgoszcz, Częstochowa, Gdańsk, Gorzów Wlkp., Katowice, Kielce, Kraków, Lublin, Łódź, Olsztyn, Opole, Płock, Poznań, Radom, Rzeszów, Szczecin, Toruń, Wrocław oraz Warszawa (siedziba przy ul. Czerskiej 8/10). Brak danych z Tych i Zielonej Góry (opłaty za energię wliczone są w czynsz).

5% spadek poboru wody oraz zużycia ścieków w budynkach biurowych Grupy Agora w 2018 r.

Tabela 25. Pobór wody oraz zużycie ścieków w budynkach biurowych Grupy Agora

		2017	2018	r/r
Pobór wody/zużycie ścieków [m3]	Grupa Agora	23 760	22 592	↓5,0 %

Źródło: dane pochodzą z faktur

Ze względu na współdzielenie zarówno w warszawskiej, jak również w wielu innych siedzibach przestrzeni przez Agorę S.A. i spółki z Grupy Agora, dane zostały zagregowane i dotyczą 11 lokalizacji: Bielsko-Biała, Bydgoszcz, Częstochowa, Gdańsk, Kielce, Kraków, Opole, Szczecin, Wrocław oraz Warszawa (siedziba przy ul. Czerskiej 8/10). W pozostałych 11 lokalizacjach brak danych lub opłaty wliczone są w czynsz.

CELE ŚRODOWISKOWE W BUDYNKACH ADMINISTROWANYCH PRZEZ AGORĘ W 2019 R.:

Agora postawiła sobie w 2019 r. cele środowiskowe związane z administracją budynków biurowych, szczególnie siedziby głównej przy ul. Czerskiej w Warszawie.

Tabela 26. Cele środowiskowe w budynkach administrowanych przez Agorę w 2019 r.:

KATEGORIA	CEL	DZIAŁANIE
EFEKTYWNOŚĆ ENERGETYCZNA	10% mniej zużycia energii r/r w siedzibie Agory w Warszawie	<ul style="list-style-type: none"> optymalizacja zużycia energii poprzez działania proekologiczne i inwestycje w instalacje i urządzenia energooszczędne optymalizacja systemów wentylacyjnych i klimatyzacyjnych wymiana oświetlenia (LED)
OGRANICZENIE ODPADÓW	Ograniczenie wagi odpadów o 10% r/r	<ul style="list-style-type: none"> zminimalizowanie odpadów bio (stołówka) cyfryzacja procesów, m.in. e-wydania gazet w oddziałach elektroniczny system wypożyczania sprzętu służbowego
ZARZĄDZANIE	Stworzenie i wprowadzenie polityki środowiskowej Agory	<ul style="list-style-type: none"> stworzenie polityki środowiskowej dla Agory S.A.
EDUKACJA I KOMUNIKACJA	Zwiększenie świadomości pracowników Agory w zakresie segregacji odpadów	<ul style="list-style-type: none"> edukacja pracowników w zakresie segregacji śmieci przygotowanie e-systemu do zgłoszeń awarii i innych administracyjnych

WPŁYW ŚRODOWISKOWY – DZIAŁALNOŚĆ POLIGRAFICZNA

Spółka Agora S.A. opracowała specjalny dokument („Polityka Systemu Zarządzania Jakością”) i stosują zasady określające podejście do zarządzania ich wpływem na środowisko naturalne. Drukarnie Agory znajdują się w: Pile i Warszawie i wyposażone są w maszyny zwojowe do drukowania gazet, czasopism i ulotek.

POLITYKA SYSTEMU ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ W DRUKARNIACH

Główne założenia polityki z dn. 24 lipca 2018 r. w zakresie środowiska dotyczą:

- spełnienia wymagań przepisów prawnych dotyczących środowiska naturalnego,
- kreowania bezpiecznych oraz prośrodowiskowych postaw i zachowań pracowników poprzez ich współudział i zaangażowanie w działania na rzecz środowiska naturalnego,
- zmniejszenia zużycia: naturalnych zasobów Ziemi poprzez kontrolowanie racjonalnego zużycia wody, energii elektrycznej i ciepłej, a także kontrolowanie strat technologicznych,
- zapobiegania zanieczyszczeniom oraz redukcji odpadów i ich segregacji.

Polityka została wprowadzona 24 lipca 2018 r. jako rewizja dokumentu obowiązującego w Grupie Agora od 2009 r.

Segment Druk uzyskał recertyfikację normy ISO 9001:2015 w rezultacie zewnętrznego audytu.

CELE ŚRODOWISKOWE SEGMENTU DRUK W 2018 R.:

- efektywna gospodarka materiałowa zmierzająca do zmniejszenia zużycia energii oraz racjonalnego zużycia wody,
- utrzymanie zużycia energii elektrycznej oraz wody na planowanym poziomie.

REALIZACJA CELÓW ŚRODOWISKOWYCH SEGMENTU DRUK W 2018 R.:

- efektywne rozwijanie wdrożonego programu strefowego wyłączanie światła oraz stosowania strefowego wyłączania powietrza (zmniejszenie zużycia energii przez sprężarkę)
- utrzymanie właściwej równowagi farba-woda
- kontrola zużycia wody produkcyjnej na tonę zużytego papieru

OSIĄGNIĘTE EFEKTY ŚRODOWISKOWE W 2018 R.:

Dzięki prowadzonej polityce środowiskowej uzyskano oszczędności w zużyciu energii elektrycznej.

CELE ŚRODOWISKOWE SEGMENTU DRUK W 2019 R.:

- efektywna gospodarka materiałowa zmierzająca do zmniejszenia zużycia energii oraz racjonalnego zużycia wody,
- utrzymanie zużycia energii oraz wody elektrycznej na planowanym poziomie.

ZUŻYCIE ENERGII

W ramach realizacji kilkuletniego programu działań w segmencie Druk zostało zaoszczędzonych ponad 57 tys. Mg CO₂.

57 188 [Mg] wartość zaoszczędzonej emisji CO₂ w 2018 r. w segmencie Druk

5 491[Mg] wzrost wartości zaoszczędzonej emisji CO₂ r/r w segmencie Druk

Tabela 27. Zużycie energii elektrycznej i ciepłej w drukarniach Agory w 2018 r.

	2017	2018	r/r
Energia elektryczna [MWh]	15 962	14 121	↓11,5 %
Zużycie gazu ziemnego* [m3/rok]	605 046	502 792	↓16,9 %
Energia ciepła [GJ]	14 799	16 648	↑12,5%

Źródło: dane pochodzą z faktur. Współczynnik przeliczenia na GJ 1MWh=3,6GJ.

Wzrost zużycia energii ciepłej wynika z dłuższego okresu grzewczego w porównaniu r/r i koniecznością dostarczenia ciepła do budynków.

POBÓR WODY I ZUŻYCIE ŚCIEKÓW

W 2018 r. przeprowadzone zostały testy nowej technologii związanej z obróbką płyt offsetowych, która powinna przyczynić się do znacznej redukcji zużycia wody. W 2019 r. przewidziane zostało wdrożenie tej technologii w szerokim zakresie.

Tabela 28. Pobór wody w drukarniach Agory w 2018 r.

	2017	2018	r/r
Pobór wody z sieci miejskiej oraz zużycie ścieków [m3]	5 539	7 548	↑36,3 %

Źródło: dane pochodzą z faktur

Ze względu na awarię licznika wody należącego do MPWiK w drukarni w Warszawie w 2017 r. pomiary zostały zaniżone. Nie można wyciągać wniosków, porównując zużycia wody rok do roku.

ZUŻYCIE MATERIAŁÓW I SUROWCÓW

Drukarnie Agory dążą do zwiększenia udziału materiałów pochodzących z recyklingu w procesie produkcji. W 2018 r. średni udział tych materiałów wyniósł 54,4% i wzrósł o 2,9 pkt%.

54,4% średni udział materiałów z recyklingu użytych do produkcji w segmencie Druk w 2018 r.

2,9 pkt% wzrost udziału materiałów z recyklingu użytych do produkcji w 2018 r.

Tabela 29. Udział materiałów z recyklingu w procesie produkcji

	2017	2018	r/r
Agora S.A.	51,5%	54,4%	↑2,9 pkt.%

Źródło: dane własne Segmentu Druk

W 2018 r. drukarniom Agory udało się zmniejszyć straty technologiczne o 475 Mg papieru, dzięki temu spadek makulatury wytworzonej w procesie produkcji spadł o 13,6%.

13,6% spadek wagi makulatury wytworzonej w procesie produkcji w 2018 r.

Tabela 30. Straty technologiczne papieru w procesie produkcji gazet, czasopismu

	2017	2018	r/r
Agora S.A.	3 488	3 013	↓ 13,6 %

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

ZARZĄDZANIE ODPADAMI

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

Odpady komunalne są segregowane i podlegają selektywnej zbiórce, zgodnie z lokalnym systemem gospodarowania odpadami komunalnymi. W związku z tym Spółka nie monitoruje wagi tych odpadów. Odpady niebezpieczne i inne niż niebezpieczne przekazywane są odpowiednim podmiotom zewnętrznym zajmującym się utylizacją.

W budynku Agory przy ul. Czerskiej znajduje się stołówka, która generuje odpady spożywcze. Ze względu na fakt, że produkty były do lipca 2017 r. kwalifikowane jako odpady komunalne, porównanie rok do roku jest niemiernodajne. Kwestia niemarnowania żywności jest dla Agory istotna, dlatego też podejmuje działania w celu ograniczaniu odpadów tego rodzaju. Spadek odpadów gromadzonych w magazynie w Błoniach spowodowany jest ograniczeniem składowania tytułów czasopism i dodatków do „Gazety Wyborczej”. W styczniu 2019 r. został zamknięty, zaś dystrybucja tytułów została przekazana do zewnętrznej firmy.

89% spadek wagi papieru i tektury wytworzonej w magazynie Wydawnictwa Agora

73% spadek wagi odpadów opakowaniowych w budynku Agory S.A. przy Czerskiej 8/10

Tabela 31. Waga odpadów wytworzonych w budynkach administrowanych przez Agorę S.A.

[Mg]		2017	2018	r/r
Papier i tektura	Magazyn Wydawnictwa Agora w Błoniach	99,0	10,8	↓89%
Odpady urządzeń elektrycznych i elektronicznych		3,3	2,4	↓28 %
Produkty spożywcze przeterminowane lub nieprzydatne do spożycia	Budynek przy ul. Czerskiej 8/10 w Warszawie	-	23,9	-
Odpady opakowaniowe		3,0	0,8	↓73 %

Źródło: na podstawie umowy z odbiorcami odpadów.

Tabela 32. Waga odpadów wytworzonych w lokalizacjach Agory S.A.

[Mg]	2017	2018	r/r
Waga odpadów niebezpiecznych	44,9	31,5	↓29,9%
Waga odpadów innych niż niebezpieczne	3 835,9	3 303,8	↓ 13,9%

Źródło: na podstawie umowy z odbiorcami odpadów.

WPŁYW SPOŁECZNY

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA

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

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

1 KONIEC ZUBÓSTWEM 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zaangażowanie w akcje charytatywne, których celem jest wsparcie potrzebujących ▪ edukacja społeczeństwa na temat wsparcia potrzebujących 	2 ZERO GŁODU 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ edukacja w zakresie niemarnowania żywności oraz racjonalnej konsumpcji
3 DOBRE ZDROWIE I JAKOŚĆ ŻYCIA 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ podnoszenie jakości życia i zdrowia społeczeństwa dzięki dedykowanym akcjom i inicjatywom ▪ promocja zdrowego stylu życia 	4 DOBRA JAKOŚĆ EDUKACJI 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ działania na rzecz podnoszenia jakości edukacji ▪ działalność edukacyjna
5 RÓWNOŚĆ PŁCI 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ działania wspierające równość kobiet i równe traktowania płci ▪ inicjatywy wzmacniające udział i rolę kobiet we współczesnym społeczeństwie 	10 MNIEJ NIERÓWNOŚCI 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ skuteczne przeciwdziałanie dyskryminacji ze względu na różne przesłanki, we wszystkich aspektach
9 INNOWACYJNOŚĆ, PRZEMYSŁ, INFRASTRUKTURA 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ projekty wspierające innowacyjność, promocję nowych modeli i rozwiązań biznesowych, przedsiębiorczości 	11 ZRÓWNOWAŻONE MIASTA I SPOŁECZNOŚCI 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ działania na rzecz zrównoważonych miast, ich mieszkańców, poruszające najważniejsze tematy związane z miastami
16 POKÓJ, SPRAWIEDLIWOŚĆ I SILNE INSTYTUCJE 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wzmocnienie instytucji oraz organizacji, które przyczyniają się do rozwoju społecznego i społeczeństwa obywatelskiego 	17 PARTNERSTWA NA RZECZ CEŁÓW 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ partnerstwo na rzecz rozwoju, szczególnie edukacji, kultury, sztuki, dziennikarstwa i mediów oraz wspierania równości kobiet i mężczyzn

POLITYKA DZIAŁAŃ SPOŁECZNO-SPONSORINGOWYCH W GRUPIE AGORA

W Grupie Agora w zakresie wpływu społecznego obowiązuje Polityka działań społeczno-sponsoringowych, która została przyjęta przez zarząd Agory w 2016 r., jako wyraz jej strategicznego podejścia do społecznej odpowiedzialności biznesu.

W polityce zostały postawione następujące cele:

- edukacja, rozwój indywidualny i społeczny,
- kształtowanie postaw obywatelskich i dbałość o prawa człowieka,
- promocja kultury i powszechnego dostępu do niej,
- promocja zdrowia i zdrowego stylu życia,
- troska o środowisko naturalne,
- troska o innych wyrażająca się w akcjach charytatywnych i pomocowych.

Działania społeczno-sponsoringowe Grupy Agora są wyrazem jej społecznej odpowiedzialności oraz troski o losy regionów, w których funkcjonuje Grupa, jako miejsc, gdzie warto mieszkać, pracować i realizować plany. Działania te mają też na celu budowanie pozytywnego wizerunku Grupy i jej marek jako podmiotów przyjaznych ludziom oraz zaangażowanych w życie społeczności. Treść dokumentu <https://www.agora.pl/polityka-dzialan-spoeczno-sponsoringowych-w-nbsp-grupie-agora> Wdrożona Polityka działań społeczno-sponsoringowych przyniosła spółce wymierne korzyści: wzmocniła jej pozycję lidera wśród mediów w zakresie realizowania projektów społecznych. Dodatkowo zwiększyła zaangażowanie i satysfakcję pracowników dzięki ich udziałowi w działaniach społecznych.

PROCEDURY DOTYCZĄCE OGŁOSZEŃ CHARYTATYWNYCH NA ŁAMACH INTERNETOWYCH I PRASOWYCH WYDAWNICTW

Ze względu na szeroką działalność w zakresie publikacji ogłoszeń charytatywnych w Agorze S.A. wdrożona została „Procedura przyjmowania i zamieszczania ogłoszeń charytatywnych na łamach *Gazety Wyborczej*” i jej dodatków, w serwisach internetowych oraz czasopismach”, która określa zasady klasyfikacji, weryfikacji i publikacji takich ogłoszeń. Celem procedury jest uregulowanie zagadnień związanych z zamieszczaniem i rozliczaniem ogłoszeń charytatywnych w „Gazecie Wyborczej” i jej dodatkach, internecie oraz czasopismach, monitoring oraz zarządzanie tego typu ogłoszeniami.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE GRUPY AGORA

Inicjatywy realizowane przez spółkę w obszarze zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności lokalnej wzmacniają jej relacje ze społecznościami lokalnymi, pozwalają na poruszanie ważnych problemów społecznych dzięki dotarciu do szerokiego grona odbiorców, poprawiają reputację oraz jej pozytywny odbiór wśród interesariuszy (m.in. klientów, społeczności lokalnych, organizacji społecznych) we wszystkich lokalizacjach.

W 2018 r. Agora kontynuowała długoletnie działania w ramach filarów: społecznego, edukacyjnego, kulturalnego oraz charytatywnego, jednocześnie inicjowała też nowe. Wśród nich znalazły się zarówno projekty ogólnopolskie, jak i regionalne.

DZIAŁANIA SPOŁECZNE

W ramach działań społecznych Agora podejmowała przede wszystkim inicjatywy wspierające różnorodność w społeczeństwie – zarówno pod względem płci, jak również wieku. Część projektów adresowała zagadnienia zrównoważonych miast i życia ich mieszkańców. Dzięki organizacji wydarzeń i dyskusji, angażowane były społeczności lokalne, rozwijane społeczeństwo obywatelskie.

RÓŻNORODNE SPOŁECZEŃSTWO

DOBRA PRAKTYKA

CYKL „#JESTEM” ZESPOŁU WIDEO WYBORCZA.PL

100 tys. wyświetleń 10 odcinków cyklu #Jestem

„#Jestem” to specjalny cykl materiałów wideo zespołu Wyborcza.pl, który powstał z okazji 100-lecia przyznania praw wyborczych kobietom w Polsce. Projekt pozwolił przyjrzeć się współczesnym kobietom – przygotowane materiały wideo pokazały, jak kobiety zmieniały się przez 100 lat oraz co sprawia, że obecnie są właśnie takie a nie inne. Celem materiałów było zaprezentowanie wielu twarzy współczesnych Polek i docenienie różnorodności. W ramach cyklu przedstawione zostały zarówno portrety kobiet, jak i reportaże, animacje oraz rozmowy. Pojawiły się w nich kobiety w różnym wieku, wykonujące różne zawody, ekspertki w rozmaitych dziedzinach. Program „#Jestem” był emitowany od marca do listopada 2018 r. na stronie Wyborcza.pl i profilu Wideo Wyborcza.pl w mediach społecznościowych.

DOBRA PRAKTYKA

PLEBISCYT „POLKA STULECIA” REDAKCJI „WYSOKICH OBCASÓW”

Redakcja „Wysokich Obcasów”, nawiązując do 100-lecia odzyskania przez Polskę niepodległości oraz 100. rocznicy przyznania praw wyborczych kobietom, przygotowała akcje specjalne. W plebiscycie „Polka stulecia” czytelniczki i czytelnicy wskazywali kobietę, która w latach 1918-2018 najsilniej wpłynęła na nasz kraj i świat. Najbardziej wpływową kobietą ostatnich 100 lat w głosowaniu czytelników „Wysokich Obcasów” została jedna z najwybitniejszych polskich naukowiec, pierwsza profesorka na Sorbonie, podwójna laureatka Nagrody Nobla, odkrywczynie dwóch pierwiastków – Maria Skłodowska-Curie. Sto Polek, na które można było głosować jesienią 2018 r. w serwisie Wysokieobcasy.pl, wybrano spośród kilkuset propozycji. Na liście znalazły się m.in. naukowczynie, aktywistki, piosenkarki, pisarki, rzeźbiarki i żołnierki. W plebiscycie oddano w sumie kilka tysięcy głosów.

DOBRA PRAKTYKA

„KOBIEТЫ NA MURY” – AKCJA „WYSOKICH OBCASÓW”

W ramach akcji „Wysokich Obcasów” „Kobiety na mury” powstał oryginalny szlak murali portretujących wyjątkowe kobiety, które zmieniły historię regionu, Polski, a nawet świata. Niezwykłe wizerunki kobiet pojawiły się na muralach w Warszawie, Wrocławiu i Katowicach. Ich bohaterki to Jolanta Wadowska-Król – lekarka, która w latach 70. ratowała setki dzieci chore na ołowice z Katowic-Szopienic, Wanda Rutkiewicz – wybitna polska himalaistka, która weszła na Mount Everest (jako pierwsza Polka) i na K2 (jako pierwsza kobieta na świecie) oraz Kora – ikona wolności, wyjątkowa artystka, piosenkarka, autorka tekstów, której odwaga nie kończyła na scenie. „Wysokie Obcasy” do współpracy przy tworzeniu murali zaprosiły znanych artystów, którzy zaprojektowali malowidła: we Wrocławiu – Martę Frej, w Katowicach – Andrzeja Wieteszkę, a w Warszawie – Brunona Althamera.

DOBRA PRAKTYKA

„KOBIECY WIEDZĄ CO ROBIĄ” – AKCJA „WYSOKICH OBCASÓW”

Redakcja tygodnika „Wysokie Obcasy” w kampanii „Kobiety wiedzą co robią” postanowiła dać kobietom przestrzeń do zabrania głosu oraz uświadomić, że feminizm dotyczy wszystkich. Dla podkreślenia idei, że kobiety wiedzą, co robią, walcząc o swoje racje i prawa, a feminizm oznacza mieć wybór, zespół „Wysokich Obcasów” przygotował cykl wydarzeń, artykułów i działań skierowanych do czytelników i czytelniczek oraz wszystkich pracowników Agory. W ramach akcji „Kobiety wiedzą co robią” odbyły się wydarzenia pełne rozmów z kobietami o kobietach i o sprawach kobiet: o sposobach dbania o siebie, innych ludzi i o cały świat. Każde z nich było forum wymiany myśli i doświadczeń, a jednocześnie stanowiło szansę na spotkanie na żywo z ekspertkami i liderkami – artystkami, polityczkami, naukowczyniami, badaczkami i bizneswoman oraz na wysłuchanie wystąpień i paneli dyskusyjnych. Konferencje, na które wstęp był wolny, odbyły się w Gdańsku, Łodzi, Poznaniu oraz Krakowie. Dodatkowo w ramach kampanii #KOBIECYWIEDZĄ przygotowano filmiki, do udziału w których zaproszono dziennikarki i ambasadorki marki. Motywem przewodnim materiałów były intrygujące pytania, na które internauci odnajdą odpowiedzi w nowym serwisie Wysokieobcasy.pl.

DOBRA PRAKTYKA

„WYBORCZA KOBIECY” - SPECJALNE WYDANIE DZIENNIKA Z OKAZJI MIĘDZYNARODOWEGO DNIA KOBIECY

Międzynarodowy Dzień Kobiet był doskonałą okazją do tego, aby „Gazeta Wyborcza” i serwis Wyborcza.pl mogły ponownie podkreślić, jak ważny jest temat równości kobiet i mężczyzn. W Agorze kobiety stanowią ponad połowę zespołu oraz znaczną część redakcji „Gazety Wyborczej”. W weekend poprzedzający Dzień Kobiet - 3 marca 2018 r. z „Gazetą Wyborczą” ukazał się „Magazyn Świąteczny”, którego autorkami i bohaterkami były wyłącznie kobiety. W „Wyborczej Kobiet” redakcja dziennika pokazała kobiecie sposób patrzenia na świat - czytelnicy dowiedzieli się, jak kobiety rozwiązują problemy, co je inspiruje i skąd biorą siłę do zmieniania rzeczywistości.

DOBRA PRAKTYKA

DŁUGOWIECZNI NA ŚLĄSKU

„DługoWIECZNI” to wspólna inicjatywa „Gazety Wyborczej” i Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego. W ramach akcji w 2018 r. zorganizowano warsztaty dla seniorów i młodszych pokoleń oraz przedstawicieli instytucji kulturalnych. Spotkania odbyły się w Mysłowicach, Sosnowcu, Wodzisławiu Śląskim i Katowicach. Podczas nich rozmawiano m.in. o tym, co można zrobić, żeby aktywizować seniorów i zachęcić ich do uczestniczenia w życiu swoich społeczności. Ogłoszono też zwycięzców konkursu „Miasto/gmina życzliwe Długowiecznym”. W debacie udział wzięło ponad 130 osób.

ZRÓWNOWAŻONE MIASTA

DOBRA PRAKTYKA

„SPOTKAJMY SIĘ W POWIATOWEJ 17” - CYKL SPOTKAŃ „GAZETY WYBORCZEJ” W POWIECIE POZNAŃSKIM

17 spotkań w 17 powiatowych miejscowościach woj. wielkopolskiego

Poznańska redakcja „Gazety Wyborczej” wraz z Fundacją Barak Kultury i przy wsparciu finansowym Powiatu Poznańskiego od lutego do października 2018 r. zapraszała mieszkańców, społeczników i samorządowców z 17 gmin powiatu do wspólnych dyskusji. Spotkania z mieszkańcami w 17 gminach powiatu poznańskiego połączone z dyskusjami o transporcie, komunikacji czy inwestycjach - tak wyglądał cykl debat „Spotkajmy się w Powiatowej 17” organizowanych przez „Gazetę Wyborczą Poznań”.

W każdej z gmin poruszany był temat istotny z jej perspektywy: transport, komunikacja, budowa dróg i finansowanie inwestycji, ale też kultura czy promocja małych gmin w skali regionu i kraju. Wśród omawianych treści znalazły się również problemy smogu, szkolnictwa i jego dopasowaniem do potrzeb rynku pracy czy kultury.

DOBRA PRAKTYKA

„GAZETA WYBORCZA” SPRAWDZA WIEDZĘ CZYTELNIKÓW O WARSZAWIE, METROPOLII TRÓJMIEJSKIEJ I WROCŁAWIU

640 osób wzięło udział w testach wiedzy o Warszawie, metropolii Trójmiejskiej i Wrocławiu

„Gazeta Wyborcza” oraz Wyborcza.pl angażują się w rozwój zrównoważonych miast i chcą aktywizować ich mieszkańców. W 2018 r. redakcje lokalne zorganizowały trzy testy wiedzy o metropoliach i miastach: Warszawie, Trójmieście i Wrocławiu. W czerwcu 2018 r. odbył się pierwszy test wiedzy, gospodarzem był wówczas Wrocław, natomiast w grudniu 2018 r. czytelnicy mogli sprawdzić swoją wiedzę na temat Trójmiasta i Warszawy. W każdym z wydarzeń wzięli udział chętni, którzy sprawdzili swoją wiedzę na temat miasta, w którym mieszkają z różnych dziedzin: demografii, geografii, gospodarki, kultury, sportu, rekreacji czy turystyki.

DOBRA PRAKTYKA

„ADOPTUJ PSZCZOŁĘ” – AKCJA PORTALU GAZETA.PL I GREENPEACE POLSKA

130,5 tys. pszczoł adoptowanych w 6. edycji akcji „Adoptuj pszczołę”

„Adoptuj pszczołę” to największy, pod względem liczby uczestników, projekt crowdfundingowy organizowany przez Fundację Greenpeace Polska. Organizuje to w ramach 6. edycji projektu postawiła sobie za cel rozwinięcie działań wokół Narodowej Strategii Ochrony Owadów Zapylających oraz zapewnienia jeszcze skuteczniejszej ochrony pszczół. We wrześniu 2018 r. Gazeta.pl po raz czwarty wsparła akcję – redakcja portalu zachęcała swoich czytelników do wirtualnego „adoptowania” owadów. Oprócz relacji na żywo oraz tradycyjnie zmienionego logo Gazeta.pl, powstał specjalny quiz o tych owadach. W portalu pojawiły się również materiały na temat życia pszczół, a także wydarzeń towarzyszących oraz akcji specjalnych wokół projektu. Łącznie w 2018 r. internauci adoptowali ponad 130,5 tys. pszczół.

AKTYWIZACJA SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH

DOBRA PRAKTYKA

„WYBORCZA NA ŻYWO”

Spotkania z cyklu „Wyborcza na żywo” odbywają się od 2016 r. w Warszawie, lokalnych redakcjach dziennika oraz innych miejscach w całej Polsce. Uczestnicy spotkań rozmawiają o wydarzeniach, zjawiskach społecznych, ale również o lokalnych sprawach mieszkańców i kulturze. W 2018 r. odbyły się m.in.: spotkanie „Polska, Węgry - podobieństwa i różnice” wokół książki „Węgry. Anatomia państwa mafijnego” (22 maja) oraz cykl spotkań Adama Michnika z czytelnikami nt. albumu „Lec. XX wiek” autorstwa Wiktora Szenderowicza - w Katowicach (11 września), Poznaniu (28 września), Gdańsku (12 października), Krakowie (w dniach 23-26 października) oraz Lublinie (8 listopada); spotkanie „Na starość nie ma czasu” (10 stycznia) oraz spotkanie z Anne Applebaum o jej książce „Czerwony głód” w Lublinie (1 marca).

DZIAŁANIA EDUKACYJNE

Działania edukacyjne podejmowane przez Agorę były skierowane zarówno do dzieci i młodzieży, jak również i do dorosłych. Miały na celu zainicjowanie debaty publicznej na takie tematy jak: zdrowie i jakość życia oraz odpowiedzialną konsumpcję.

EDUKACJA DOROSŁYCH

DOBRA PRAKTYKA

„JUTRONAUCI” – KONKURS BILET ZA HORYZONT”

200 projektów zgłoszonych do konkursu „Bilet za horyzont” w ramach projektu „Jutronauci”

Konkurs „Bilet za horyzont” jest częścią projektu „Jutronauci”, prowadzony przez zespół redakcyjny „Gazety Wyborczej” we współpracy z Kulczyk Investments. To szansa dla młodych osób, by zrealizować własny projekt ze wsparciem doświadczonych mentorów, specjalistów w swoich dziedzinach, którzy już dziś kreują naszą przyszłość - i w ten sposób zostać nowymi Jutronautami. Do organizatorów drugiej edycji konkursu „Bilet za horyzont” z 2018 r. trafiło ponad 200 projektów. Do II etapu wybrane zostały, na podstawie decyzji mentorów, maksymalnie 3 osoby w każdej kategorii, które następnie zostały poproszone o zaprezentowanie swoich pomysłów jurorom. Ostatecznego wyboru dokonali mentorzy, a ich decyzję ogłoszono podczas wielkiego finału akcji „Jutronauci” w listopadzie 2018 r. w Warszawie.

EDUKACJA DZIECI I MŁODZIEŻY

DOBRA PRAKTYKA

„MATEMATYKA SIĘ LICZY” – FESTIWAL EDUKACYJNY „GAZETY WYBORCZEJ”

800 uczestników konferencji „Matematyka się liczy”

5. Festiwal Matematyki odbył się 1 grudnia 2018 r. w Warszawie. Wydarzenie zorganizowane zostało przez „Gazetę Wyborczą” we współpracy z Fundacją mBanku w ramach kolejnej edycji akcji „Matematyka się liczy”. Jej twórcy chcą 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. Festiwal skierowany był do dzieci, rodziców i nauczycieli, którzy mogli wziąć udział w 12 warsztatach i odwiedzić 20 stoisk. W całym dniu w wydarzeniu wzięło udział 800 osób. Podczas imprezy ogłoszeni zostali również zwycięzcy kolejnej edycji konkursu „Matematyka w cyfrowym świecie” skierowanego do uczniów szkół podstawowych, w którym uczestniczyły placówki z całej Polski.

DOBRA PRAKTYKA

FAMILY FEST PRZYGOTOWANY PRZEZ EDZIECKO.PL (GAZETA.PL) I CO JEST GRANE 24

25 atrakcji podczas pierwszej edycji Festiwalu Family Fest, **12** wykładów ekspertów

Festiwal Family Fest to pierwsze tego rodzaju wydarzenie skierowane dla całych rodzin i obejmujące tak wiele atrakcji. W strefie kulturalnej odbyły się koncerty muzyczne i przedstawienia teatralne, a także pokazy filmów. W miasteczku rozrywki znalazły się m.in.: wielkie wrotkowisko „Kołowrotki”, crazy cart, food trucki i inne atrakcje sportowe. W otwartej i bezpłatnej strefie merytorycznej, tworzonej z myślą o rodzicach odbyły się specjalne panele z udziałem ekspertów, którzy opowiedzieli m.in. o tym, jak najlepiej przygotować się do porodu i przejść czas porodu, jak bezpiecznie dobierać produkty dla dzieci oraz jak przygotować dziecko do żłobka i przedszkola, a także co należy wiedzieć o najczęstszych problemach zdrowotnych. Do udziału w Family Fest zostali zaproszeni również wszyscy pracownicy Agory i ich rodziny. Wydarzenie odbyło się w dniach 23-24 czerwca 2018 r. w siedzibie spółki w Warszawie.

ZDROWIE I JAKOŚĆ ŻYCIA

DOBRA PRAKTYKA

„ODWAŻ SIĘ” - AKCJA KATOWICKIEJ „GAZETY WYBORCZEJ”

Polacy są coraz grubszy – szczególnie widać to w przypadku dzieci i nastolatków. To oznacza większe ryzyko cukrzycy, udaru mózgu, nowotworów złośliwych, kamicy żółciowej czy zaburzeń hormonalnych. Polska jest już w pierwszej piątce najbardziej otyłych narodów Europy. Przyczyną tego jest zły sposób odżywiania się i mała aktywność fizyczna. W odpowiedzi na te problemy katowicka „Gazeta Wyborcza” wraz z partnerami zorganizowała piknik rodzinny pod hasłem „Odważ się”. Wydarzenie odbyło się w czerwcu 2018 r. w Tychach w ramach wspólnej kampanii Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego i „Gazety Wyborczej”. Celem projektu było propagowanie wiedzy na temat zagrożenia dla zdrowia, jakim są nadwaga i otyłość.

DOBRA PRAKTYKA

„UWAGA, WAKACJE!” – „GAZETA WYBORCZA” I WOŚP UCZĄ UDZIELAĆ PIERWSZEJ POMOCY

Umiejętne udzielenie pierwszej pomocy często decyduje o zdrowiu, a nawet życiu poszkodowanego. „Gazeta Wyborcza” we współpracy z Wielką Orkiestrą Świątecznej Pomocy przygotowała specjalne poradniki uczące, jak przygotować się do tego, aby w nagłym przypadku nie stracić głowy, ale bezpiecznie i skutecznie udzielić pomocy potrzebującemu. W czerwcu razem z „Gazetą Wyborczą” ukazały się zeszyty pt. „Uwaga, wakacje!”, które można było zabrać ze sobą na urlop – obóz, kolonie czy wczasy. Instruktorzy i eksperci Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy przedstawiali w nich, jak skutecznie udzielić pierwszej pomocy w nagłych sytuacjach, np. po wypadku drogowym, podtopieniu, zawale, udarze czy wstrząsie anafilaktycznym.

ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA

DOBRA PRAKTYKA

„JEM, KUPUJĘ, MYŚLĘ, NIE MARNUJĘ” - DEBATA WARSZAWSKIEJ REDAKCJI „GAZETY WYBORCZEJ” Z EKSPERTAMI ORAZ ZBIÓRKA PRODUKTÓW SPOŻYWCZYCH

Każdego roku w Polsce marnuje się 9 mln ton żywności, z tego 2 mln są wyrzucane z gospodarstw domowych. Trudno znaleźć dom, gdzie jedzenia nie wyrzuca się wcale. Niestety, badania pokazują, że najczęściej wyrzucamy jedzenie zdrowe i wartościowe. Redakcja „Gazety Wyborczej” wraz z zaproszonymi ekspertami zastanawiała się jak to zmienić. 12 lutego 2018 r. odbyła się debata na temat „Jem, kupuję, myślę, nie marnuję”. Eksperti mówili m.in. o planowaniu zakupów i posiłków, dzielili się sprawdzonymi sposobami na niemarnowanie jedzenia – od tych tradycyjnych, stosowanych w domach naszych babć, do nowoczesnych aplikacji pomagających wymieniać i dzielić się jedzeniem. Do dyskusji włączyła się również publiczność.

DZIAŁANIA KULTURALNE

W ramach działań kulturalnych Agora w 2018 r. wspierała inicjatywy kulturalne i czytelnictwo oraz inicjowały szereg spotkań i wydarzeń wokół książek, filmów i twórców w ramach Centrum Premier Czerska 8/10.

DOBRA PRAKTYKA

„GAZETA WYBORCZA” NA ŚWIATOWY DZIEŃ POEZJI UNESCO

21 marca przypada Światowy Dzień Poezji, ustanowiony przez UNESCO w 1999 r. Z tej okazji w 2018 r. redakcja „Gazety Wyborczej” i zaproponowała czytelnikom specjalne wydanie dziennika. W numerze, pomiędzy tekstami, mogli oni znaleźć wiersze twórców z różnych pokoleń, reprezentujących rozmaite stylistyczne orientacje – od wierszy „politycznych” Ryszarda Krynickiego i Marii Pawlikowskiej-Jasnorzewskiej, przez satyryczne utwory Wojciecha Młynarskiego i Ziemowita Szczęcha, erotyk Zuzanny Ginczanki, „naukowy” wiersz Wisławy Szymborskiej, utwór Marty Podgórniki o pułapkach czyhających na pisarzy, aż po poetycką relację z walki Andrzeja Gołoty pióra Mariana Grześczaka.

DOBRA PRAKTYKA

CENTRUM PREMIER CZERSKA 8/10

8 spotkań w ramach Centrum Premier Czerska 8/10 w 2018 r.

Centrum Premier Czerska 8/10 to miejsce spotkań poświęconych twórcom i dziełom z dziedziny literatury, filmu, teatru, muzyki. Organizuje je „Gazeta Wyborcza” we współpracy z markami Agory. Wydarzenia, na które wstęp jest bezpłatny, odbywają się w siedzibie spółki w Warszawie, są również transmitowane na Wyborcza.pl i w mediach społecznościowych. W 2018 r. odbyło się 8 wydarzeń z cyklu Centrum Premier Czerska 8/10, m.in.: z Wojtkiem Kurtyką i Bernadette McDonald; Anne Applebaum; Mają Włoszczowską; Lucyną Kirwil i Jerzym Bralczykiem; Katarzyną Surmiak-Domańską oraz Jerzym Stuhrem, Andrzejem Titkowem i Grażyną Szapołowską; a także spotkanie poświęcone premierom filmów „Jeszcze dzień życia” oraz „53 wojny” – pt. „Zawód: reporter” oraz rozmowa wokół biografii Jacka Kuronia. W ramach cyklu wystawiono też sztukę Mikołaja Lizuta Czekam „na telefon”.

DZIAŁANIA CHARYTATYWNE

Działalność charytatywna jest prowadzona w Grupie Agora nie tylko dzięki zaangażowaniu czytelników i odbiorców, pracowników oraz społeczności lokalnej, ale także poprzez akcje umożliwiające bezpośrednie wsparcie organizacji społecznych oraz promocję filantropii i dobroczynności.

DOBRA PRAKTYKA

MEDIA GRUPY AGORA WSPIERAJĄ WOŚP

141,9 tys. zł zebrały w sumie media Agory w 26. Finale Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy

W 2018 r. media i marki Agory po raz kolejny włączyły się w działania na rzecz WOŚP. M.in. w tym celu zorganizowały aukcje. Spośród nich największą popularnością cieszyły się: spacer po Puszczy Białowieskiej z Adamem Wajrakiem (20,2 tys. zł), prenumerata „Gazety Wyborczej” na 100 lat i o jeden dzień dłużej (11, tys. zł). Dodatkowo licytacje Sport.pl przyniosły 3 646 zł, a portal Gazeta.pl w wirtualnej puszcze na Siepomaga.pl uzbierał prawie 98 tys. zł.

DOBRA PRAKTYKA

TYDZIEŃ DOBREGO SERCA – ŚWIĄTECZNA AKCJA PORTALU GAZETA.PL

250 tys. wyświetleń treści redakcyjnych Gazeta.pl w ramach Tygodnia Dobrego Serca

Święta Bożego Narodzenia to wyjątkowy czas – ciepła, bliskości, życzliwości i pomagania innym. Z tej okazji zespół portalu Gazeta.pl postanowił zorganizować Tydzień Dobrego Serca, w ramach którego redakcja portalu codziennie przedstawiała swoim czytelnikom jedną organizację dobroczynną i zachęcała do wsparcia jej celów. W tym gronie znalazły się: UNICEF, Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy, OTOZ Animals, WWF Polska i Greenpeace Polska. Redakcja zachęcała też – dzięki wielu różnorodnym formatom redakcyjnym, m.in. artykułom, quizom, relacjom na żywo, infografikom i materiałem wideo – do wsparcia działań tych organizacji i udział w zbiórce pieniężnej. Wszystkie treści redakcyjne związane z Tygodniem Dobrego Serca były eksponowane na stronie głównej portalu. Czasowo zmienił się także logotyp Gazeta.pl – pojawiły się w nim serduszka i hashtag projektu. Materiały redakcyjne związane z akcją zanotowały łącznie 182 tys. wejść i 250 tys. wyświetleń. Zsumowany zasięg w mediach społecznościowych to 900 tys. impresji.

DOBRA PRAKTYKA

WYDAWNICTWO AGORA I KARIMSKI CLUB PRZYGOTOWAŁY CHARYTATYWNĄ PŁYTĘ DLA DZIECI

We wrześniu 2018 r. Wydawnictwo Agora wydało nową płytę zespołu Karimski Club – tym razem dla dzieci. Bezpośrednią inspiracją do powstania piosenek na płytę była praca kompozytorska Karima do serialu „Kuba i Śruba” o przygodach bohaterów słynnego Studia Filmów Rysunkowych z Bielska-Białej. Na płycie wykonawcami partii wokalnych są przede wszystkim najmłodsi. Na koncertach w różnych miejscach w całej Polsce zespół pojawiał się na scenie w towarzystwie dzieci z poszczególnych miast. Wzięły one udział w próbach, a w dniu koncertu zaprezentowały utwory przed lokalną społecznością, wśród której znalazły się głównie dzieci. Cały dochód ze sprzedaży płyty i aukcji podczas koncertów jest przeznaczony na wsparcie dla Fundacji Spełnionych Marzeń, która pomaga dzieciom cierpiącym na choroby onkologiczne.

DOBRA PRAKTYKA

CHARYTATYWNY AUDIOBOOK „NAJPIĘKNIEJSZE BAŚNIE ŚWIATA” NA PUBLIO.PL

Publio.pl w partnerstwie z myPhone stworzyło wyjątkowy audiobook, dzięki któremu można usłyszeć najbardziej znane historie w wykonaniu Jana Nowickiego oraz aktorów z Domu Artystów Weteranów Scen Polskich w Skolimowie. Cały dochód ze sprzedaży audiobooka został przeznaczony na wsparcie mieszkańców tej placówki. Audiobook można kupić na Publio.pl. „Najpiękniejsze baśnie świata” to ponad 150 minut wyjątkowych opowieści – na audiobooku znalazły niezapomniane baśnie braci Grimm, a także klasyczne baśnie Hansa Christiana Andersena.

DOBRA PRAKTYKA

„GAZETA WYBORCZA” CHARYTATYWNIE Z OKAZJI DNIA DZIECKA

„Gazeta Wyborcza” i Toyota Motor Poland po raz 13. połączyły siły, przygotowując specjalną okładkę z okazji Dnia Dziecka w ramach akcji charytatywnej. Cały dochód z akcji został przekazany Stowarzyszeniu „Łódzkie hospicjum dla dzieci – Łupkowa” sprawującemu opiekę nad dziećmi i dorosłymi dotkniętymi przewlekłymi, nieuleczalnymi schorzeniami. Na łamach dziennika i na Wyborcza.pl pojawiły się również materiały na temat łódzkiego hospicjum i jego podopiecznych, a także o profesjonalnym podejściu do pomagania. Dodatkowo, w nawiązaniu do Dnia Dziecka, redakcja „Gazety Wyborczej” przygotowała specjalne materiały związane ze sprawami najmłodszych i ich wychowaniem.

DOBRA PRAKTYKA

FABRYKA ŚW. MIKOŁAJA „GAZETY WYBORCZEJ”

162 tys. zł zebranych w ramach Fabryki św. Mikołaja w 2018 r.

Fabryka św. Mikołaja „Gazety Wyborczej” już po raz 15. zbierała we Wrocławiu pieniądze dla potrzebujących, tym razem dla Środowiskowego Domu Samopomocy „Ostoja”, pracującego z osobami dorosłymi z niepełnosprawnością intelektualną, często sprzężoną. Dzięki zaangażowaniu sponsorów udało się zebrać ponad 162 tys. zł, które ośrodek przeznaczy na utworzenie sali do specjalistycznej terapii oraz wymianę windy. Oficjalne przekazanie środków poprzedziły przygotowane przez podopiecznych Domu Samopomocy „Ostoja” jasełka.

ORGANIZACJE SPOŁECZNE W GRUPIE AGORA

Spółki z Grupy Agora angażują się w działalność organizacji działających na rzecz edukacji, kultury, sztuki, dziennikarstwa i mediów, wspierania równości kobiet i mężczyzn, a także inicjują powstawanie takich podmiotów.

FUNDACJA GAZETY WYBORCZEJ

5 października 2018 r. została powołana Fundacja Gazety Wyborczej. Jednym z głównych celów fundacji będzie działalność kulturalna i oświatowa w zakresie rozwoju edukacji, kultury, sztuki, dziennikarstwa i mediów. Rejestracja fundacji nastąpiła 4 grudnia 2018 r.

FUNDACJA WYSOKICH OBCASÓW

Fundacja Wysokich Obcasów została powołana 5 października 2018 r. Postawiła sobie za cel wspieranie równości kobiet i mężczyzn. Rejestracja fundacji nastąpiła 11 grudnia 2018 r.

FUNDACJA POWSZECHNEGO CZYTANIA

4 września 2018 r. Agora wraz z innymi fundatorami złożyła oświadczenie o ustanowieniu Fundacji Powszechnego Czytania. Jednym z głównych celów fundacji jest krzewienie w Polsce kultury książki.

Fundacja Powszechnego Czytania została powołana przez przedstawicieli branży wydawniczej, w tym Agorę i działające w jej strukturach Wydawnictwo Agora, instytucje związane ze światem książki oraz osoby prywatne. Impulsem do wspólnego działania były alarmujące wyniki badań poziomu czytelnictwa w Polsce, dlatego celem Fundacji jest upowszechnianie czytania jako wartościowej formy spędzania wolnego czasu.

Ważnym aspektem nowo powstałej organizacji non-profit jest współpraca fundatorów między sobą, ale także fundacji z innymi NGOs, instytucjami publicznymi oraz ludźmi dobrej woli działającymi na rzecz promowania czytelnictwa.

W Radzie Fundacji zasiada Małgorzata Skowrońska, dyrektor wydawniczy w Wydawnictwie Agora. Strona fundacji <https://fpc.org.pl/>

FUNDACJA AGORY

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

W maju 2018 r. Fundacja Agory współorganizowała projekt „Gazety Wyborczej” „Solidarni z niepełnosprawnymi”, dzięki któremu pozyskano 150 tys. złotych. Pieniądze przekazano Wspólnocie Chleb Życia siostry Małgorzaty Chmielewskiej oraz Fundacji Anny Dymnej. Organizacje te skierowały zebrane środki do osób najbardziej potrzebujących. Sfinansowano m.in.: zakupy i przekazanie wielu wózków inwalidzkich, ortez i butów ortopedycznych, aparatów słuchowych, budowę windy z balkonu, zakupy węgla, remonty pomieszczeń, zakupy niezbędnych sprzętów domowych, szkolenie psa asystenta i rehabilitację.

W 2018 r. realizowana była akcja „Pomóż swoim rodzicom”, której głównym celem było wsparcie starszych osób i rodzin, które się nimi opiekują. Wspólnie z Fundacją Hospicyjną w Gdańsku przeprowadzono nabór do sieci lokalnego wolontariatu. Pracowano z koordynatorami, którzy wcześniej odbyli szkolenie dające wiedzę niezbędną do poszukiwania wolontariuszy i koordynowania ich pracy. Strona projektu: wolontariatopiekunczy.pl

Na 2019 r. Fundacja Agory planuje kampanię „Różni ludzie, jeden świat”, która ma skupić uwagę na potrzebach osób z niepełnosprawnościami.

ŁAD KORPORACYJNY

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA

Transparentność i przejrzystość to naczelnne zasady naszej komunikacji. Jako spółka giełdowa Agora S.A. zobowiązana jest do przestrzegania licznych regulacji w zakresie przekazywania informacji o firmie i jej działalności. Celem jej działania jest zapewnienie wszystkim interesariuszom równego dostępu do informacji, rozwijając różne nowoczesne narzędzia komunikacji.

Spółka z należytą starannością dba o poufność informacji i ich właściwy obieg wewnątrz organizacji, dlatego zasady ładu korporacyjnego oraz raportowania wypełnia zgodnie z wymogami regulatora.

Agora S.A. jest spółką akcyjną notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w indeksach: WIG, sWIG80, WIG-MEDIA oraz RESPECT Index (od 18.12.2017 r.) 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.

ZASADY OBOWIĄZUJĄCE W AGORZE

W ramach wewnętrznych regulacji powstały: „Zasady postępowania z informacjami stanowiącymi tajemnicę służbową” oraz „Procedura obiegu informacji o szczególnym znaczeniu w Agorze S.A.”, dokument wskazujący na terminy publikacji raportów okresowych Agora S.A., a także „Regulamin dokonywania transakcji giełdowych przez osoby, które z racji zajmowanego stanowiska posiadają dostęp do informacji poufnych” i „Zasady dot. przekazywania informacji KNF i Agorze”.

W ramach dbania 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.”.

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

Naszą naczelną zasadą spółki jest przejrzystość w relacjach z rynkiem, a także w komunikacji z akcjonariuszami i inwestorami oraz zapewnienie wszystkim niedyskryminującego dostępu do informacji w przystępnej formie.

Z należytą starannością, terminowo i zgodnie z międzynarodowymi standardami raportowania spółka przygotowuje raporty bieżące oraz okresowe, raporty finansowe, sprawozdania zarządu z działalności oraz raporty dotyczące informacji niefinansowych a także rozwija i usprawnia narzędzia komunikacji z interesariuszami.

ZASADY KOMUNIKACJI ZEWNĘTRZNEJ

Agora konsekwentnie dba o spójność komunikacji oraz równy dostęp do informacji 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 informowani są o tym, że nie powinni przekazywać mediom informacji związanych z firmą, komentować biznesowych działań spółki, również w ramach prywatnych relacji.

Politykę informacyjną firmy kształtują m.in. „Ogólne zasady kontaktów z mediami dla pracowników i współpracowników Grupy Agora

WŁADZE SPÓŁKI

Władze spółki Agora S.A. składają się z zarządu, rady nadzorczej i walnego zgromadzenia akcjonariuszy. Kwestie działania władz spółki reguluje Statut Spółki Agora S.A., który jest dostępny na stronie www.agora.pl

SCHEMAT ORGANIZACJI

WALNE ZGROMADZENIE AKCJONARIUSZY:

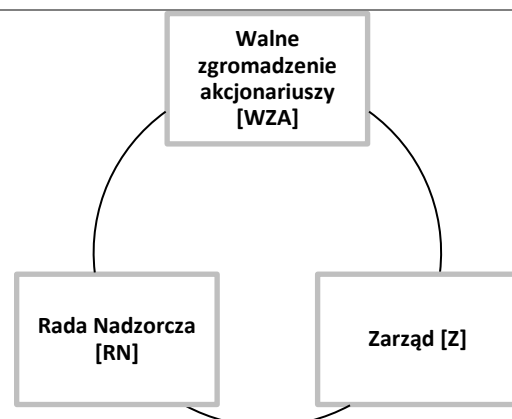
- Wybiera członków RN. Udziela absolutorium członkom RN z wykonanych przez nich obowiązków.
- Udziela zarządowi absolutorium. Dokonuje wyboru członków zarządu

RADA NADZORCZA:

- Poddana co roku ocenie WZA. Upoważniona do zwołania WZA.
- Nadzoruje działalność zarządu.

ZARZĄD:

- Poddany co roku ocenie. Upoważniony do zwołania WZ.
- Przedstawia szczegółowy raport na temat sytuacji Spółki i Grupy co kwartał RN.



ZARZĄD

Zarząd Agory S.A. może liczyć od trzech do sześciu osób. Prace prowadzi zgodnie ze statutem spółki oraz z przyjętym przez siebie regulaminem. Jego posiedzenia odbywają się raz w tygodniu.

Zarząd prowadzi sprawy spółki kolegiałnie, natomiast jego członkowie osobiście zarządzają poszczególnymi obszarami działalności operacyjnej Grupy.

SKŁAD ZARZĄDU AGORY S.A. W 2018 R.

- Bartosz Hojka – prezes zarządu
- Tomasz Jagiełło – członek zarządu
- Agnieszka Sadowska – członek zarządu
- Anna Kryńska-Godlewska – członek zarządu
- Grzegorz Kania – członek zarządu

Skład zarządu nie zmienił się do dnia publikacji raportu, tj. 8.03.2019 r.

REGULAMIN ORGANIZACJI I PRACY ZARZĄDU

Pracę zarządu reguluje „Regulamin organizacji i pracy zarządu”, który określa zasady oraz tryb działania Zarządu Agory Spółki Akcyjnej.

RADA NADZORCZA

Rada nadzorcza składa się z nie mniej niż pięciu i nie więcej niż sześciu członków. Zasady jej działania są szczegółowo uregulowane w statucie spółki.

SKŁAD RADY NADZORCZEJ AGORY S.A. W 2018 R.:

- Andrzej Szlęzak – Przewodniczący rady nadzorczej
- Wanda Rapaczynski – członek rady nadzorczej
- Dariusz Formeła – członek rady nadzorczej
- Tomasz Sielicki – członek rady nadzorczej
- Andrzej Dobosz – członek rady nadzorczej
- Maciej Wiśniewski – członek rady nadzorczej

Skład rady nadzorczej nie zmienił się do dnia publikacji raportu, tj. 8.03.2019 r.

KRYTERIUM NIEZALEŻNOŚCI CZŁONKÓW RADY NADZORCZEJ

Członkowie Rady Nadzorczej Agora S.A. nie prowadzą działalności konkurencyjnej wobec Agory S.A. jak również nie uczestniczą w spółce konkurencyjnej jako wspólnik spółki cywilnej, spółki osobowej lub jako członek organu konkurencyjnej spółki kapitałowej lub członek organu jakiejkolwiek konkurencyjnej osoby prawnej. Nie są oni wpisani w Rejestrze Dłużników Niewypłacalnych prowadzonym na podstawie ustawy o KRS, ani nie zostali skazani prawomocnym wyrokiem za przestępstwa określone w przepisach Kodeksu Karnego oraz KSH. Członkowie Rady Nadzorczej Agora S.A. nie pełnili funkcji zarządzających lub nadzorczych w podmiotach, które znalazły się w stanie upadłości lub likwidacji w trakcie trwania kadencji tych osób, nie zostali pozbawieni przez sąd upadłościowy prawa prowadzenia działalności gospodarczej na własny rachunek oraz pełnienia funkcji członka rady nadzorczej, reprezentanta lub pełnomocnika w spółce handlowej, przedsiębiorstwie państwowym, spółdzielni, fundacji lub stowarzyszeniu. Zgodnie z postanowieniami statutu spółki co najmniej połowa członków rady będzie spełniać wymogi niezależności określone w par. 20 ust.4. Wszyscy Członkowie Rady Nadzorczej Agora S.A. spełniają kryteria niezależnego Członka Rady Nadzorczej wskazana w § 20 ust. 4 Statutu Spółki.

Zgodnie ze złożonymi oświadczeniami następujący Członkowie Rady Nadzorczej Agora S.A.: Andrzej Szlęzak, Andrzej Dobosz, Dariusz Formeła, Tomasz Sielicki, Maciej Wiśniewski, spełniają kryteria niezależności członka Rady Nadzorczej, określone przez Komisję Europejską w Załączniku II do Zalecenia Komisji Europejskiej 2005/162/WE z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącego roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej).

KOMITET I KOMISJA DZIAŁAJĄCE W RAMACH RADY NADZORCZEJ

W ramach Rady Nadzorczej działają: Komitet Audytu oraz Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń, powołane na podstawie Statutu Spółki, które pełnią funkcje doradcze dla Rady Nadzorczej. Na dzień przedstawienia niniejszego raportu (tj. 8 marca 2019 r.) skład komitetu i komisji kształtuje się w następujący sposób:

KOMITET AUDYTU:

- Dariusz Formeła – przewodniczący Komitetu Audytu, niezależny członek Rady Nadzorczej posiadający wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości pozyskane w toku dotychczasowej aktywności zawodowej,
- Tomasz Sielicki, członek Rady Nadzorczej z wiedzą na temat branży, w której działa Spółka,
- Maciej Wiśniewski, niezależny członek Rady Nadzorczej, posiadający wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości, pozyskane w ramach wykształcenia kierunkowego w zakresie Finansów i Bankowości w Szkole Głównej Handlowej oraz Finansów w London Business School oraz w toku dotychczasowej aktywności zawodowej.

Kompetencje i tryb działania Komitetu Audytu zostały określone „Regulaminie Komitetu Audytu”, dostępnym na stronie www.agora.pl. Do kompetencji Komitetu Audytu należy sprawowanie czynności nadzorczych w zakresie monitorowania sprawozdawczości finansowej Spółki i Grupy Agora oraz czynności rewizji finansowej, sprawowanie czynności nadzorczych w zakresie monitorowania systemów kontroli wewnętrznej, audytu wewnętrznego oraz zarządzania ryzykiem oraz sprawowanie czynności nadzorczych w zakresie monitorowania niezależności audytorów zewnętrznych. Komitet Audytu w celu realizacji przyznaných kompetencji może żądać przedłożenia przez Spółkę określonej informacji z zakresu księgowości, finansów, audytu wewnętrznego i zarządzania ryzykiem, niezbędnych do wykonywania czynności Komitetu Audytu oraz badać dokumenty Spółki.

Komitet Audytu odbywa posiedzenia, w miarę potrzeb, co najmniej cztery razy w roku. W 2018 r. Komitet Audytu obradował w ramach sześciu posiedzeń. Posiedzenia Komitetu Audytu są zwoływane przez jego przewodniczącego z własnej inicjatywy lub na wniosek członka Komitetu Audytu, a także na wniosek Zarządu, wewnętrznego lub zewnętrznego audytora. Posiedzenia Komitetu Audytu mogą zostać zwołane także przez Przewodniczącego Rady Nadzorczej.

Komitet Audytu przedkłada Radzie Nadzorczej swoje wnioski, stanowiska i rekomendacje w terminie umożliwiającym podjęcie przez Radę Nadzorczą odpowiednich działań, jak również roczne i półroczne sprawozdania ze swojej działalności w danym roku obrotowym oraz ocenę sytuacji Spółki w obszarach będących w zakresie jego kompetencji.

KOMISJA DS. OSOBOWYCH I WYNAGRODZEŃ:

- Dariusz Wiśniewski - przewodniczący Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń,
- Andrzej Dobosz,
- Andrzej Szlęzak.

Zgodnie z „Regulaminem Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń” (dostępnym na stronie www.agora.pl) do jej zadań należy okresowa ocena zasad wynagradzania członków Zarządu i przekazywanie Radzie Nadzorczej odpowiednich rekomendacji w tym zakresie, sporządzanie rekomendacji co do wysokości wynagrodzeń oraz przyznawanie dodatkowych świadczeń dla poszczególnych członków Zarządu w celu ich rozpatrzenia przez Radę Nadzorczą. Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń, przekazując Radzie Nadzorczej powyższe rekomendacje, powinna określać wszystkie formy wynagrodzenia, w szczególności wynagrodzenie stałe, system wynagradzania za wyniki oraz odprawy. Dodatkowo do kompetencji Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń należy doradzanie Radzie Nadzorczej w zakresie kryteriów wyboru i procedur powoływania członków Zarządu w przypadkach przewidzianych w Statucie Spółki, doradzanie Radzie Nadzorczej w zakresie procedur umożliwiających zapewnienie właściwej sukcesji członków Zarządu w przypadkach przewidzianych w Statucie Spółki. Posiedzenia Komisji ds. Osobowych i wynagrodzeń odbywają się tak często, jak jest to niezbędne dla jej prawidłowego funkcjonowania, co najmniej raz w roku. Posiedzenia Komisji są zwoływane przez jej Przewodniczącego z własnej inicjatywy lub na wniosek członka Komisji, członka Rady Nadzorczej lub Prezesa Zarządu Spółki. Posiedzenia Komisji mogą zostać zwołane także przez Przewodniczącego Rady Nadzorczej. Komisja przedkłada Radzie Nadzorczej swoje wnioski, stanowiska i rekomendacje w terminie umożliwiającym podjęcie przez Radę Nadzorczą odpowiednich działań oraz coroczne sprawozdanie ze swojej działalności w danym roku obrotowym oraz ocenę sytuacji Spółki w obszarach będących w zakresie jej kompetencji.

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

W zakresie rekomendacji dotyczącej wszechstronności i różnorodności zrównoważonego udziału kobiet i mężczyzn we władzach spółek, zarząd spółki zwraca uwagę, że nie ma wpływu na skład głównych organów spółki. Jednocześnie, zgodnie z przyjętą polityką różnorodności w Grupie Agora, przy wyborze kandydatów na wszystkie stanowiska, które leżą w kompetencji zarządu, w Spółce decydujące znaczenie odgrywają takie kryteria jak wiedza, doświadczenie i umiejętności niezbędne do piastowania danej funkcji. Stosowanie tych zasad w odniesieniu do wszystkich pracowników spółki i Grupy zapewnia zdrowe funkcjonowanie organizacji i podejmowanie nowych wyzwań biznesowych.

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 2018 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.

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 Wrocławska, 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.

Tabela 33. Struktura płci w organach nadzorujących i zarządzających w Agora S.A.

Stan na koniec roku	Zarząd		Rada Nadzorcza	
	2018	2017	2018	2017
Mężczyźni	3	3	5	5
Kobiety	2	2	1	1

WALNE ZGROMADZENIE

Walne zgromadzenie Agory ma kompetencje przewidziane przez Kodeks spółek handlowych dla walnych zgromadzeń spółek akcyjnych m.in. zatwierdza sprawozdanie finansowe, decyduje o podziale zysku lub pokryciu straty, decyduje o udzieleniu absolutorium pozostałym członkom władz spółki.

Zasady funkcjonowania walnego zgromadzenia akcjonariuszy są opisane w szczegółowo w §§ 13 - 17 statutu Agory i „Regulaminie Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy” (dostępnym na stronie www.agora.pl). O terminach zwołania walnego zgromadzenia akcjonariuszy Agora informuje zgodnie z przepisami prawa, tj. poprzez komunikat bieżący.

AKCJONARIAT

Zgodnie z formalnymi zawiadomieniami otrzymanymi od akcjonariuszy, w szczególności na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych, na dzień przekazania niniejszego raportu rocznego następujący akcjonariusze mogą wykonywać ponad 5,0% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki:

Tabela 34. Struktura właścicielska

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
Agora-Holding Sp. z o.o. (1)(2)	5 401 852	11,60	22 528 252	35,36
Powszechne Towarzystwo Emerytalne PZU S.A. (Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień oraz Dobrowolny Fundusz Emerytalny PZU) (1)(3)	7 594 611	16,30	7 594 611	11,92
w tym:				
Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień (1) (3)	7 585 661	16,28	7 585 661	11,91
Media Development Investment Fund, Inc. (MDIF Media Holdings I, LLC) (1)(4)	5 350 000	11,49	5 350 000	8,40
Nationale – Nederlanden Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A. (Nationale – Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny oraz Nationale Nederlanden Dobrowolny Fundusz Emerytalny) (1)(5)	4 493 055	9,65	4 493 055	7,05

(1) udziały w głosach i kapitale zakładowym Agory S.A. zostały przeliczone przez Spółkę po rejestracji obniżenia kapitału zakładowego Spółki w dniu 23 sierpnia 2018 r.

(2) zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 24 września 2015 r.

(3) zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 27 grudnia 2012 r.

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

(5) zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 9 czerwca 2016 r.

TRANSPARENTNOŚĆ

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 - poczynając od wejścia w życie pierwszej edycji „Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW” w 2002.

RAPORT O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO

Agora S.A. przygotowuje „Raport i oświadczenie o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego przez Agorę S.A. Znaleźć tam można m.in. informacje dotyczące: wypełnienia przez Agorę dobrych praktyk spółek giełdowych, a także zasad systemu kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem oraz polityce wynagrodzeń dla kluczowych menedżerów, polityce różnorodności w spółce i polityce działań społeczno-sponsoringowych w spółce.

Oświadczenie i raport o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego przez Agorę S.A. w 2018 r. znaleźć można na stronie www.agora.pl.

DOBRE PRAKTYKI SPÓŁEK NOTOWANYCH NA GPW

Agora S.A. wypełnia „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016” oraz międzynarodowe standardy, nieustannie dbając o wysoki poziom ładu korporacyjnego. Spółka przestrzega zasady ograniczonej komunikacji z rynkiem kapitałowym w okresach zamkniętych, tj. przed publikacją wyników Grupy. Znamy i respektujemy regulaminy dotyczące obrotu instrumentami finansowymi Agory.

Dobre Praktyki zostały przyjęte uchwałą Rady GPW nr 26/1413/2015 z dnia 13 października 2015 roku. Zarząd Spółki dokłada należytej staranności w celu przestrzegania zasad Dobrych Praktyk. Dobre praktyki są dostępne publicznie na stronie internetowej GPW (<https://www.gpw.pl/dobre-praktyki>). Dotyczą one sześciu obszarów: polityki informacyjnej i komunikacji z inwestorami, funkcjonowania zarządu i rady nadzorczej, systemów i funkcji wewnętrznych, walnego zgromadzenia i relacji z akcjonariuszami, konfliktu interesów i transakcji z podmiotami powiązanymi oraz wynagrodzeniami. Dokument zawierają: 20 rekomendacji („R”) oraz 70 zasad szczegółowych („Z”).

W 2018 r. Spółka stosowała wszystkie postanowienia Dobrych Praktyk. Rekomendacja dotycząca zapewnienia akcjonariuszom możliwości udziału w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej (IV.R.2) w zakresie zapewnienia akcjonariuszom dwustronnej komunikacji, przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, w czasie rzeczywistym, w ramach której akcjonariusze mogą wypowiadać się w toku obrad walnego zgromadzenia, przebywając w innym miejscu niż miejsce obrad, była realizowana poprzez kontakt za pomocą dedykowanego adresu email.

AGORA S.A. W RESPECT INDEX

W 2018 r. Agora S.A. znalazła się po raz drugi w składzie Indeksu Spółek Odpowiedzialnych RESPECT Index. Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie ogłosiła XII edycję indeksu 12 grudnia 2018 r.

Spółki notowane w RESPECT Index wyróżniają się odpowiedzialnym i zrównoważonym podejściem do zarządzania, a dzięki temu bardziej atrakcyjnych dla inwestorów i wykazujących wyższą stopę zwrotu niż przeciętna rynkowa.

31 spółek znalazło się w XII edycji RESPECT Index

Obecność w RESPECT Index jest dowodem na staranne podejście Agory do zagadnienia ESG (ang. environmental, social and governance), czyli do kwestii z zakresu: środowiska, odpowiedzialności społecznej oraz zarządzania, ładu korporacyjnego.

Nowy skład RESPECT Index będzie obowiązywał od 27 grudnia 2018 r. Kwalifikacja do indeksu podlega trójstopniowej weryfikacji - w 12. edycji indeksu pozytywnie przeszło ją 31 spółek, w tym 2 debiutujące i 1 powracająca.

RESPECT Index to pierwszy w Europie Środkowo-Wschodniej indeks spółek odpowiedzialnych. Projekt został wprowadzony przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie w 2009 roku, kiedy ogłoszono pierwszy skład Indeksu. RESPECT Index obejmuje swoim portfelem polskie i zagraniczne spółki z Głównego Rynku GPW. Do indeksu aspirować mogą spółki o najwyższej płynności, czyli wchodzące w skład indeksów WIG20, mWIG40 lub sWIG80. Trafiają do niego firmy, które przechodzą trójstopniową 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.



70% wzrost wartości RESPECT Index od listopada 2009 r. do grudnia 2018 r.

Udziały spółek w indeksie są określone na takich samych zasadach, jak w przypadku innych indeksów giełdowych – pod uwagę brane są akcje w wolnym obrocie, przy czym wagi największych spółek są ograniczane do 25 proc., gdy liczba uczestników jest mniejsza niż 20 spółek, lub do 10 proc. w pozostałych przypadkach. Od listopada 2009 roku do grudnia 2018 r., w ciągu dziewięciu lat istnienia indeksu, zwiększył on swoją wartość o 70 %. W tym czasie indeks szerokiego rynku WIG wzrósł o 47% a WIG20 spadł o 4%. Więcej - <http://www.odpowiedzialni.gpw.pl>

KOMUNIKACJA Z RYNKIEM KAPITAŁOWYM

Agora S.A. komunikuje się ze wszystkimi interesariuszami, w tym z inwestorami oraz akcjonariuszami, w sposób transparentny. W ramach dwustronnej komunikacji rozwija intuicyjne narzędzia komunikacji i zapewnia stały dostęp do informacji (tematyczne newslettery, mobilna strona internetowa, konto w serwisach Twitter (@Agora_SA) oraz LinkedIn, branżowy mailing z raportami dotyczącymi poszczególnych segmentów działalności). Dla lepszej oceny sytuacji, Spółka udostępniania inwestorom i analitykom własne opracowania rynkowe i branżowe. Agora zapewnia również bezpośredni, imienny kontakt z pracownikami działu relacji inwestorskich, działu komunikacji korporacyjnej oraz przedstawicielami Zarządu Spółki.

Spółka regularnie organizuje spotkania dla inwestorów i akcjonariuszy oraz przedstawicieli mediów poświęcone wypracowanym wynikom finansowym. W ciągu roku odbywają się 4 takie spotkania dla inwestorów i dziennikarzy

połączone z prezentacją wyników spółki. Dodatkowo Spółka zaprasza co najmniej raz w roku na Dzień Otwarty przedstawicieli rynku kapitałowego i mediów, którzy mają okazję porozmawiać z zarządzającymi poszczególnymi wybranymi biznesami Grupy.

Cyklicznie odbywają się również poświęcone ważnym wydarzeniom korporacyjnym, np. w 2018 r. w taki sposób została zaprezentowana nowa Strategia Grupy na lata 2018-2022. W celu zapewnienia równego dostępu do informacji podczas każdego spotkania prowadzona jest transmisja online wraz z symultanicznym tłumaczeniem na język angielski, podczas której zarówno użytkownicy fizyczni, jak również Ci zebrani przed ekranami komputerów, mogą zadawać pytania, na które przedstawiciele Zarządu Agora S.A. na bieżąco odpowiadają podczas stosownej części QA.

Bieżąca komunikacja z rynkiem odbywa się również poprzez pozyskiwanie tzw. feedbacku inwestorskiego, zarówno w indywidualnych rozmowach z przedstawicielami działu relacji inwestorskich, jak również ankietach. Umożliwiają one ankietowanym swobodne wyrażanie swoich opinii oraz oczekiwań w anonimowym badaniu.

BIEŻĄCY DIALOG Z INWESTORAMI

Relacje inwestorskie są elementem budowania wartości Spółki na rynku kapitałowym. Spółka pozostaje w stałym i bieżącym kontakcie z przedstawicielami rynku i po kluczowych wydarzeniach korporacyjnych pozyskuje informacje zwrotne od inwestorów i analityków, analizując i wdrażając nowe rozwiązania i narzędzia jeszcze bardziej usprawniające komunikację z rynkiem.

Spółka odpowiada także niezwłocznie na wszystkie pytania interesariuszy, ze szczególnym uwzględnieniem inwestorów indywidualnych, instytucjonalnych czy przedstawicieli mediów. Dodatkowo monitoruje media i social media.

Dzięki wprowadzonym rozwiązaniom Spółka jest uznawana za jedną najbardziej transparentnych na rynku. Widoczny jest również wzrost aktywności ze strony akcjonariuszy, inwestorów i analityków. Niejednokrotnie inicjatywa kontaktu wychodzi właśnie od nich. Cenią sobie oni szybkie i merytoryczne odpowiedzi na zadawane pytania oraz stały, nieograniczony kontakt z działem relacji inwestorskich.

DOBRA PRAKTYKA

AGORA Z PRESTIŻOWYMI NAGRODAMI ZA KOMUNIKACJĘ Z RYNKIEM KAPITAŁOWYM

Agora S.A. w 2018 r. zdecydowała się uruchomić nowy, bardzo intuicyjny i nowoczesny serwis korporacyjny oraz serwis relacji inwestorskich. Biorąc pod uwagę blisko 20-letnią historię spółki na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, bogate archiwum informacji i dokumentów korporacyjnych, jest kluczowe w ocenie inwestycyjnej spółki. Nowe rozwiązania, alerty czy narzędzia umożliwiające zapisywanie „ulubionych” linków oraz plików, dobra wyszukiwarka i łatwa nawigacja zostały docenione przez odbiorców serwisu oraz ekspertów. Nowoczesny i funkcjonalny serwis to interaktywna wizytówka grupy medialnej Agora. Łączy przejrzystość z funkcjonalnościami ważnymi zarówno dla akcjonariuszy, inwestorów i analityków, jak i dla innych interesariuszy spółki.

Agora znalazła się w gronie zwycięzców XI edycji konkursu Złota Strona Emitenta organizowanego przez Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych. Spółka została nagrodzona za stronę korporacyjną Agora.pl w kategorii „Najlepszy serwis IR” oraz „Lider komunikacji online” - wyróżnienia te potwierdzają wysoki poziom relacji inwestorskich Agory, a także komunikacji z rynkiem kapitałowym.

Agora S.A. jako jedyna spółka giełdowa zwyciężyła w obu konkursowych kategoriach „Najlepszy serwis IR” i „Lider komunikacji online” i została nagrodzona w gronie spółek o średniej wielkości.

INFORMACJE O NAŁOŻONYCH KARACH

W 2018 r. w Agorze:

- nie stwierdzono uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klienta i utraty danych klientów,
- nie odnotowano kar z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi dostarczania i użytkowania produktów i usług,
- 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. Grupa Agora w 2018 . nie oferowała w sprzedaży produktów zakazanych lub wywołujących kontrowersje,
- nie stwierdzono przypadków korupcji i nadużyć,
- nie podjęto wobec firmy kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych oraz ich skutków.
- nie odnotowano naruszania praw pracowniczych lub przegranej sprawy sądowej z pracownikiem/współpracownikiem, w której sąd zasądził na jego rzecz odszkodowanie (tj. kara stała się prawomocna, a roszczenie wymagalne)
- nie odnotowano istotnych kar w zakresie ochrony środowiska.
-

W 2018 r. w zakresie zgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi komunikacji marketingowej, w tym reklam, promocji i sponsoringu stwierdzono jeden przypadek:

- W sierpnia 2018 roku została wydana uchwała Komisji Etyki Reklamy dotycząca reklamy zamieszczonej w wydawanym przez spółkę Agora S.A. w serwisie Plotek.pl. Skarżonym w tej sprawie nie była Agora, lecz spółka, której reklama ukazała się w serwisie. Reklamie zarzucono, że została niewłaściwie oznaczona (jako „materiał partnera”). Zespół orzekający uwzględnił skargę konsumentką, uznając, że oznaczenie reklamy powinno zostać zmienione. Jednocześnie docenił działania reklamodawcy, który po otrzymaniu skargi zmodyfikował oznaczenie przekazu reklamowego oznaczając go jako „materiał reklamowy”. (Więcej: <https://www.radareklamy.pl/uchwaly-ker/2018/uchwa%C5%82a-nr-zo-103-18-55u-w-sprawie-reklamy-internetowej-marki-head-shoulders>)

Ze względu na działalność prasową Agory prowadzone są sprawy cywilne z powództw osób, zarzucających naruszenie ich dóbr osobistych w publikacjach prasowych. Spółka Agora jest także stroną postępowań administracyjnych i sądowo-administracyjnych w związku ze skargami na odmowę wydania przez spółkę danych osobowych użytkowników serwisów internetowych spółki podmiotom innym niż uprawnione organy.

RYZYKA NIEFINANSOWE

Grupa Agora 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 Agory za 2018 r.

Tabela 35. Mapa ryzyk niefinansowych

RYZYKO	MAPA RYZYK	SPOSOBY ZARZĄDZANIA RYZYKIEM
RYZYKO EKONOMICZNE I PRAWNE	<p>Główne ryzyka w tym obszarze to:</p> <ul style="list-style-type: none"> ryzyko makroekonomiczne związane z koniunkturą gospodarczą, popytem na produkty i usługi, sezonowość wydatków reklamowych, zmiany struktury rynku reklamowego, globalne trendy w sposobie konsumpcji mediów, ryzyko zmian preferencji konsumentów i reklamodawców, ryzyko działania niezgodnie z prawem, wewnętrznymi regulacjami, ryzyko gwałtownych zmian legislacyjnych. 	<p>Agora aktywnie śledzi i analizuje trendy rynkowe oraz swoje otoczenie zewnętrzne, przygotowując cykliczne analizy otoczenia biznesowego, rynku reklamy oraz rynku medialnego, strategicznie planuje swoje działania.</p> <p>Swoją działalność Agora opiera o strategię biznesową, która jest na bieżąco monitorowana i weryfikowana.</p> <p>Media Agory z należytą starannością prowadzą działalność koncesjonowaną i pozostałą działalność medialną, działając zgodnie z kodeksami i normami branżowymi oraz standardami rynkowymi oraz wewnętrznymi regulacjami.</p> <p>Więcej w rozdziale → ETYKA</p>
RYZYKO PRACOWNICZE	<p>Kwestie pracownicze są jednym z najważniejszych obszarów odpowiedzialności Agory. 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>Agora jako pracodawca monitoruje wskaźniki rotacji pracowników, jak również wprowadza usprawnienia, które mają służyć pozostawieniu najlepszych pracowników.</p> <p>Polityka przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi oraz system zgłaszania nieprawidłowości to odpowiedzi na ryzyka związane z nierównym traktowaniem.</p> <p>Zarząd Agory wyznaczył swojego Pełnomocnika do kontaktu ze związkami zawodowymi.</p> <p>Wszystkie sprawy wymagające konsultacji pracowników są na bieżąco z nimi omawiane.</p> <p>Z kolei w „Kodeksie etyki Agory” zostały wskazane główne zasady, które dotyczą wszystkich pracowników i współpracowników Agory w wybranych obszarach i tematach.</p> <p>Więcej w rozdziale → MIEJSCE PRACY I PRAWA CZŁOWIEKA → ETYKA</p>
RYZYKO ZWIĄZANE Z PRAWAMI CZŁOWIEKA	<p>Kwestia przestrzegania praw człowieka jest normowana w Agorze 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, 	<p>Polityka przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi oraz system zgłaszania nieprawidłowości to odpowiedzi na ryzyka związane z nierównym traktowaniem.</p> <p>Zarząd Agory wyznaczył swojego Pełnomocnika do kontaktu ze związkami zawodowymi.</p> <p>Wszystkie sprawy wymagające konsultacji pracowników, są na bieżąco z nimi omawiane.</p> <p>Agora S.A. wprowadziła Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory, jako wyraz szczególnej troski o przestrzeganie prawa</p>

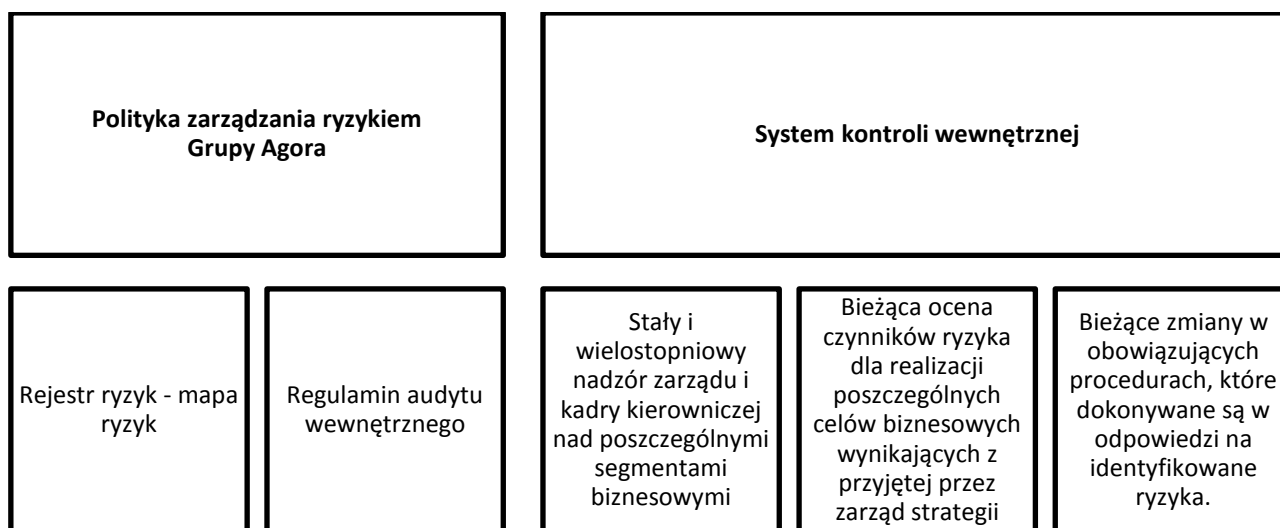
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ rażącego nieprzestrzegania praw człowieka wśród dostawców Grupy Agora. 	<p>oraz odpowiedzialność dostawców i partnerów biznesowych spółki.</p> <p>W „Kodeksie etyki Agory” zostały wskazane główne zasady, które dotyczą wszystkich pracowników i współpracowników Agory w wybranych obszarach i tematach.</p> <p>Więcej w rozdziałach → MIEJSCE PRACY I PRAWA CZŁOWIEKA → ETYKA</p>
RYZIKO DZIAŁALNOŚCI MEDIALNEJ	<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>Ryzyka związane z działalnością koncesjonowaną: utrata koncesji lub kary.</p>	<p>Media Grupy Agora z należytą starannością prowadzą działalność koncesjonowaną i pozostałą działalność medialną, działając zgodnie z kodeksami i normami branżowymi oraz standardami rynkowymi oraz wewnętrznymi regulacjami.</p> <p>Media Grupy Agora szczególną uwagę przykładają do edukacji branży oraz wewnętrznych działaniach podnoszących jakość i kompetencje dziennikarzy. Również w „Kodeksie etyki Agory” zostały wskazane główne zasady, które dotyczą wszystkich pracowników i współpracowników Agory w wybranych obszarach i tematach.</p> <p>Więcej w rozdziałach: → MIEJSCE PRACY I PRAWA CZŁOWIEKA → ETYKA → ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW</p>
RYZIKO ŚRODOWISKOWE	<p>Ze względu na specyfikę działalności, głównie usługowej, kwestie środowiskowe nie są kluczowymi obszarami ryzyka Grupy Agora. Firma bierze pod uwagę ryzyka związane ze swoją działalnością, przede wszystkim w ramach prowadzonej działalności poligraficznej, kinowej, reklamy zewnętrznej oraz administracji budynkami. Główne ryzyka to:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ryzyko operacyjne związane z bieżącą działalnością i negatywnym oddziaływaniem na środowisko, ▪ wyższe koszty prowadzenia działalności. 	<p>Agora monitoruje swój wpływ środowiskowy. W drukarniach Agory postawione są cele środowiskowe oraz wskazane działania zmierzające do zmniejszenia zużycia energii oraz wody/ścieków. Polityka zarządzania jakością z kolei wymaga systematycznego działania zmierzającego do optymalizacji wpływu środowiskowego. Podobny wysiłek podejmuje dział administracji spółki Agora.</p> <p>Więcej w rozdziale → ŚRODOWISKO</p>
RYZIKO ZWIĄZANE Z ŁAŃCUCHEM DOSTAW I RELACJĄ Z KLIENTAMI	<p>Główne obszary odpowiedzialności za produkt w Agory 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, ▪ ryzyko związane z niewłaściwą ochroną danych osobowych odbiorców. 	<p>Agora S.A. wprowadziła Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory, jako wyraz szczególnej troski o przestrzeganie prawa oraz odpowiedzialność dostawców i partnerów biznesowych spółki.</p> <p>Cyklicznie badana jest satysfakcja użytkowników oraz klientów, zaś rozbudowany system reklamacyjny. Agora wprowadziła odpowiednie procedury, reklamacje są monitorowane na bieżąco, zaś wszelkie usprawnienia wprowadzane. W drukarniach Agory realizowana jest polityka jakości.</p> <p>W zakresie ochrony danych osobowych przygotowano szereg procedur i działań, które mają chronić bezpieczeństwo danych osobowych. Również w „Kodeksie etyki Agory” zostały</p>

		<p>wskazane główne zasady, które dotyczą wszystkich pracowników i współpracowników Agory w wybranych obszarach i tematach.</p> <p>Więcej w rozdziałach:</p> <p>→ ETYKA</p> <p>→ ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW</p>
RYZIKO ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ SPOŁECZNĄ	<p>Wpływ na społeczności lokalne we wszystkich lokalizacjach działalności Agory 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. 	<p>Grupa Agora wprowadziła Politykę działań społeczno-sponsoringowych, która określa cele i zakres działań w obszarze zaangażowania społecznego. Dodatkowo wprowadzone procedury, jak „Procedura przyjmowania i zamieszczania ogłoszeń charytatywnych na łamach Gazety Wyborczej” i jej dodatków, w serwisach internetowych oraz czasopismach”, określają główne zasady klasyfikacji, weryfikacji i publikacji takich ogłoszeń.</p> <p>Agora S.A. wprowadziła Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory, jako wyraz szczególnej troski o przestrzeganie prawa oraz odpowiedzialność wszystkich interesariuszy firmy.</p> <p>Również w „Kodeksie etyki Agory” zostały wskazane główne zasady, które dotyczą wszystkich pracowników i współpracowników Agory w wybranych obszarach i tematach.</p> <p>Więcej w rozdziałach</p> <p>→ WPŁYW SPOŁECZNY</p> <p>→ ETYKA</p>
RYZIKO ZWIĄZANE Z POTENCJALNĄ KORUPCJĄ I NADUŻYCIAMI	<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>W „Kodeksie etyki Agory” zostały wskazane główne zasady, które dotyczą wszystkich pracowników i współpracowników Agory w temacie przeciwdziałania korupcji i nadużyciom. Wprowadzony został poufny system zgłaszania nieprawidłowości.</p> <p>Przeprowadzony został audyt compliance, którego celem było wskazanie obszarów wymagających poprawy i zmian, również w kontekście korupcji i nadużyć.</p> <p>Powstało stanowisko Compliance Officera, który nadzoruje system etyki i compliance w firmie.</p> <p>Więcej w rozdziałach:</p> <p>→ ETYKA</p> <p>→ ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW</p>

Wskazane ryzyka są dla Agory podstawą do wprowadzenia dokumentów oraz regulacji, które pozwalają na skuteczne zarządzanie organizacją, zgodnie z należytą starannością. W poszczególnych częściach raportu, w części: podejście do zarządzania zostały wskazane procedury i polityki, które służą wyeliminowaniu ryzyk niefinansowych.

SYSTEM KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I SYSTEM ZARZĄDZANIA RYZYKIEM

W Grupie Agora funkcjonuje system kontroli wewnętrznej i system zarządzania ryzykiem.



POLITYKA ZARZĄDZANIA RYZYKIEM

W Grupie Agora 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 oraz raportowanie ryzyka poprzez stworzenie rejestru i mapy ryzyk oraz określenie akceptowalnego poziomu ryzyka.

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

GŁÓWNE ELEMENTY SYSTEMU KONTROLI WEWNĘTRZNEJ SĄ SKŁADNIKAMI PROCESÓW BIZNESOWYCH GRUPY AGORA I OBEJMUJĄ M.IN.:

- procedury oraz regulaminy dotyczące m.in.: delegowania uprawnień i autoryzacji decyzji, oceny projektów biznesowych, rejestrowania i przetwarzania transakcji gospodarczych,
- procesy raportowania i kontroli transakcji oraz wyników poszczególnych obszarów działalności,
- kontrole w systemach informatycznych wspierające realizowanie procesów biznesowych oraz monitorujące działanie samych systemów.

Kadra zarządzająca realizuje poszczególne zadania wynikające z systemu kontroli wewnętrznej oraz stałego nadzoru nad jego efektywnością w ramach zarządzania poszczególnymi segmentami Grupy. W 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, zaś w 2018 r. 6 spotkań.

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

MODEL BIZNESOWY ORAZ KLUCZOWE WYNIKI I REZULTATY

DZIAŁALNOŚĆ GRUPY AGORA

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

- „Gazeta Wyborcza” – największy opiniotwórczy dziennik i lider transformacji cyfrowej prasy w Polsce. W swoim portfelu prasowym Agora ma również czasopisma (m.in. „Wysokie Obcasy Extra”, „Avanti” „Książki. Magazyn do czytania”).
- działalność Wydawnictwa Agora, która obejmuje książki, albumy muzyczne oraz wydawnictwa filmowe. Agora prowadzi również księgarnie internetowe: Kulturalnysklep.pl oraz Publio.pl,
- kilkadziesiąt marek internetowych, m.in. portale Gazeta.pl i Sport.pl, które są dostępne online oraz poprzez aplikacje mobilne,
- dwie drukarnie, w których drukowane są zarówno wybrane tytuły wydawane przez spółkę, jak i innych wydawców.

OTOCZENIE RYNKOWE I KONKURENCJA

Agora poprzez swoje spółki i marki działa na rynku reklamy, prasowym oraz internetowym. W swoich działaniach regularnie monitoruje dane dotyczące otoczenia i konkurencji. Poszczególne dane dotyczące rynku reklamowego, prasy oraz internetowego przedstawione są poniżej.

RYNEK REKLAMOWY

W 2018 r. wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce wyniosła około 9,6 mld zł i wzrosła o 7,5% w stosunku do 2017 r. W tym czasie reklamodawcy ograniczyli swoje wydatki na reklamę w prasie. Wzrosły natomiast wydatki na reklamę w internecie, telewizji, kinie, radiu oraz na nośnikach reklamy zewnętrznej. Dane dotyczące szacunków dynamiki zmian wartości wydatków reklamowych w poszczególnych mediach oraz udział poszczególnych segmentów rynku w wydatkach na reklamę ogółem w 2018 r. zaprezentowano w tabeli poniżej.

Tabela 36. Wydatki na reklamę w 2018 r.

	Telewizja	Internet	Radio	Reklama zewnętrzna	Czasopisma	Dzienniki	Kino	OGÓŁEM
Dynamika zmian wartości wydatków reklamowych	6,5%	13,5%	5,5%	5,0%	(7,0%)	(7,0%)	6,0%	7,5%
Udział w wydatkach na reklamę ogółem	46,0%	33,5%	7,0%	5,5%	4,5%	2,0%	1,5%	100%

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora wg MSSF 2018 r.

RYNEK PRASY

W 2018 r. rozpowszechnianie płatne razem dzienników w Polsce zmniejszyło się o 10,9%. Największe spadki w obu okresach miały miejsce w segmencie dzienników regionalnych.

Tabela 37. Średnie miesięczne rozpowszechnianie płatne ogólnopolskich dzienników w 2018 r:

	2018	2017	zmiana
„Fakt Gazeta Codzienna”	237 700	261 395	↓ 9,1%
„Super Express”	118 369	129 322	↓ 8,5%
„Gazeta Wyborcza”	106 227	124 174	↓ 14,5%
„Rzeczpospolita”	45 108	48 948	↓ 7,8%
„Dziennik Gazeta Prawna”	41 353	45 502	↓ 9,1%
„Przegląd Sportowy”	23 832	25 843	↓ 7,8%
„Gazeta Podatkowa”	23 155	24 148	↓ 4,1%
„Gazeta Polska Codziennie”	15 388	18 214	↓ 15,5%
„Puls Biznesu”	11 473	11 780	↓ 2,6%
„Parkiet Gazeta Giełdy”	4 150	4 422	↓ 6,2%

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

RYNEK INTERNETOWY

Liczba internautów w Polsce w grudniu 2018 roku wyniosła ogółem 28 mln, z czego na komputerach osobistych i laptopach (komputery osobiste używane w domu oraz w pracy) – z sieci korzystało 23 mln, a na urządzeniach mobilnych (smartfony i tablety) 23,5 mln.

Tabela 38. Wydawcy – właściciele witryn internetowych, z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urządzenia

lp.	Wydawca	Liczba internautów	Odśłony	Zasięg wśród internautów	Śr. liczba internautów dziennie	Śr. liczba odślon dziennie	Śr. czas na użytkownika dziennie
1	Grupa Google	26 657 054	7 228 188 228	94,91%	13 200 948	181 423 861	00:28:40
2	Grupa Wirtualna Polska	21 924 798	2 773 497 530	78,06%	6 301 751	89 155 311	00:35:04
3	Facebook.com	21 476 896	3 533 232 863	76,47%	7 712 468	93 892 815	00:26:28
4	Grupa RAS Polska	20 912 631	1 977 198 426	74,46%	5 426 389	63 906 358	00:25:04
5	YouTube.com	20 249 803	940 634 107	72,10%	5 848 360	45 535 865	00:20:08
6	Grupa Interia.pl	18 944 756	1 361 767 127	67,45%	3 748 380	43 320 019	00:28:29
7	Grupa Allegro	18 654 139	2 227 184 015	66,42%	4 182 797	71 949 871	00:16:10
8	Grupa Polska Press	17 490 812	548 613 817	62,27%	2 527 363	17 703 270	00:03:21
9	Grupa Gazeta.pl	17 171 343	603 305 957	61,14%	2 965 927	19 144 168	00:08:24
10	Grupa OLX	15 814 348	3 936 805 527	56,30%	3 701 868	126 397 438	00:24:00

Źródło: Wyniki badania Gemius/PBI za grudzień 2018. Liczebność próby: N= 168206. Grupa objęta badaniem 7-75 lat. Do badania wykorzystano dane o strukturze internautów pochodzące z badania NetTrack Kantar MillwardBrown z II kwartału 2018 r. i badania Maluchy z 2018 r.

WYDAWNICTWO AGORA – LIDER WŚRÓD WYDAWCÓW KSIĄŻEK O TEMATYCE GÓRSKIEJ

1,4 tys. egzemplarzy książek, płyt CD i DVD Wydawnictwa Agora sprzedanych w 2018 r.

Wydawnictwo Agora specjalizuje się w książkach podróżniczych, w 2018 r. otrzymało Nagrodę Magellana. Wśród tytułów wydanych przez Wydawnictwo znalazły się książki Zuzanny Łapickiej „Dodaj do znajomych”, Jerzego Bralczyka, Lucyny Kirwil i Karoliny Oponowicz „Pokochawszy. O miłości w języku”, biografie: „Danuta Szaflarska. Jej czas, „Reinhold Messner. O życiu” oraz „Kieślowski. Zbliżenie”, druga książka Tatiany Mindewicz-Puacz „Miłość. I co dalej?”, jak również kolejne wydanie tomu „Skazany na góry” Denisa Urubki, będącego bestsellerem w kategorii książek o tematyce górskiej, w której Wydawnictwo Agora jest niekwestionowanym liderem rynku. Dodatkowo w 2018 r. Wydawnictwo Agora ogłosiło, że jest polskim wydawcą oczekiwanych z ogromnym zainteresowaniem wspomnień

Michelle i Baracka Obamów. Książka byłej Pierwszej Damy Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej zatytułowana „Becoming” ukazała się jednocześnie w 24 językach i kilkudziesięciu krajach w lutym 2019 r.

Dla fanów polskiej muzyki Wydawnictwo Agora przygotowało kolejne ciekawe propozycje - szczególnym zainteresowaniem cieszyły się albumy: „Dobrze, że jesteś” - płyta-hołd złożony zmarłemu przed rokiem Zbigniewowi Wodeckiemu, zawierająca materiał wybrany przez artystę oraz jego niedokończone utwory, a także „LP1 – remake” historycznego, pierwszego albumu zespołu Lady Pank z gościnnym udziałem plejady polskich artystów.

KSIEGARNIE INTERNETOWE AGORY – BOGATA OFERTA WYDAWNICZA

Księgarnie internetowe Agory to:

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

35 tys. tytułów w ofercie Publio.pl

„GAZETA WYBORCZA” LIDEREM PROCESU TRANSFORMACJI CYFROWEJ PRASY W POLSCE

1,1 mln czytelnicy „Gazety Wyborczej” – tygodniowy zasięg (według wskaźnik CCS)*

105 tys. egzemplarzy – średnia sprzedaż „Gazety Wyborczej”**

*Polskie Badania Czytelności, realizacja Kantar MillwardBrown, I-IX 2018, N = 15 116, wskaźnik CCS (czytelność cyklu sezonowego), opracowanie Agora S.A.

**ZKDP (Związek Kontroli Dystrybucji Prasy), I-IX 2018, rozpowszechnianie płatne razem, autoprezentacja, Gazeta Wyborcza - 6 wydań w tygodniu; opracowanie Agora S.A.

„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-Zielona Góra. W Warszawie zaś wydawana jest „Gazeta Stołeczna”. W każdym wydaniu „Gazety Wyborczej” można znaleźć ogólnopolski grzbiet, strony lokalne, a także w różne dni – tygodniki tematyczne: „Duży Format”, „Ale Historia”, „Mój biznes. Ludzie, praca, innowacje”, „Wyborcza TV”, „Tylko Zdrowie”, „Co Jest Grane 24” oraz „Wysokie Obcasy”.

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

170,5 tys. aktywnych prenumerat cyfrowych na koniec grudnia 2018 r.

W 2018 r. zespół „Gazety Wyborczej” – lidera procesu transformacji cyfrowej prasy w Polsce rozwijał swoją ofertę online, wpisując się w strategię Grupy Agora skupioną na treściach i usługach premium. W tym celu realizował kolejne projekty dla czytelników i internautów, poszerzał ofertę dla reklamodawców, a także tworzył nowoczesne rozwiązania technologiczne. 170 549 - tyle było aktywnych prenumerat cyfrowych, czyli dostępów do serwisów internetowych i aplikacji Wyborcza.pl na koniec grudnia 2018 r. Od stycznia do grudnia 2018 r. grono prenumeratorów Wyborcza.pl zwiększyło się o kolejne 37 tysięcy. Liczba dostępów zakupionych w serwisach internetowych „Gazety Wyborczej” wzrosła o 31% w skali roku przy jednoczesnym zwiększeniu ARPU - wskaźnika określającego średni przychód na użytkownika. Łącznie w całym 2018 r. użytkownicy Wyborcza.pl podjęli 430 tys. decyzji o zakupie dostępu do serwisów i aplikacji „Gazety Wyborczej”. Dzięki temu w minionym roku już ponad 20% przychodów dziennika pochodziło z cyfrowej działalności.

6,93 mln osób miesięcznie odwiedzało w 2018 r. serwisy internetowe „Gazety Wyborczej”***

*** Wyniki badania Gemius/PBI za 2018 r.

Średnio 6,93 mln osób miesięcznie odwiedzało w 2018 r. serwisy internetowe „Gazety Wyborczej” (wzrost o ponad 0,5 mln odwiedzających), co oznacza, że strony Wyborcza.pl otwierał co czwarty internauta w Polsce.

Pod koniec kwietnia 2018 r. „Gazeta Wyborcza” przystąpiła do elitarnego Leading European Newspaper Alliance (LENA) – sojuszu gazet, którego celem jest podnoszenie dziennikarskich standardów, łączenie pracy redakcyjnej nad ważnymi materiałami i promowanie wysokiej jakości dziennikarstwa w Europie. Redakcja „Gazety Wyborczej” jest pierwszą, która dołączyła do grona założycieli LENA, czyli 7 czołowych tytułów z 6 europejskich krajów.

RÓŻNORODNA OFERTA CZASOPISM

Agora jest wydawcą czasopism i związanych z nimi serwisów internetowych. Ich tematyka jest różnorodna – od kulinarnej po poradnikową i shoppingową. Atrakcyjne teksty, dobrej jakości zdjęcia oraz zamieszczane w serwisach materiały multimedialne zapewniają popularność tych tytułów wśród czytelników i internautów. W 2018 r. działalność prasowa Agory została skupiona pod skrzydłami „Gazety Wyborczej”, której zespół wydaje obecnie także magazyny spółki:

- „Avanti” to pierwsze w Polsce pismo shoppingowe,
- „Logo” jedyny miesięcznik dla mężczyzn o charakterze shoppingowo-lifestyle’owym,
- „Kuchnia” – ekskluzywne pismo o gotowaniu i dobrym jedzeniu,
- „Opiekun” to kwartalnik skierowany do osób, które na stałe opiekują się bliskimi.

W 2018 r. Spółka podjęła decyzję o zaprzestaniu wydawania czterech tytułów – były nimi: „Dziecko” i „Niezbędnik ogrodnika”. Agora sprzedała też prawa do wydania czasopism „Świat motocykli”, „Ładny Dom” i „Cztery Kąty”.

FESTIWALE MUZYCZNE I WYDARZENIA KULTURALNE

Agora jest organizatorem wielu interesujących wydarzeń muzycznych, rozrywkowych oraz edukacyjnych. W 2018 r. było to: CoJestGrane24 Festival Warszawa, Olsztyn Green Festival, Gołdap Festival, #Będzicieytane Ełk Festival, Białystok NewPop Festival, Women’s Voices (koncerty – Toruń, Katowice, Łódź, Gdańsk, Poznań, Szczecin).

45 tys. festiwalowiczów na Co Jest Grane 24 Festival i Olsztyn Green Festival

W czerwcu 2018 r. odbyła się 3. edycja Co Jest Grane 24 Festival, czyli miejskiego festiwalu kulturalnego, ponownie na terenie Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski w Warszawie. Przyciągnęła ponad 15 tys. festiwalowiczów. W sierpniu 2018 r. odbyła się 5. już edycja Olsztyn Green Festival, obejmująca 20 koncertów, 16 spotkań publiczności z artystami, strefę modową, kino muzyczne, bogaty program dla dzieci i ofertę gastronomiczną. W wydarzeniu wzięło udział ponad 30 tysięcy osób. W lipcu 2018 r. odbyły się pierwsze edycje miejskich festiwali: w Białymstoku – Białystok New Pop Festival i Ełku - #Będzicieytane Ełk Festival. We wrześniu i październiku zespół Co Jest Grane 24 zorganizował w wybranych miastach występy polskich artystek w ramach muzycznego projektu „Women’s Voices”. Podczas koncertów w Warszawie, Toruniu, Gdańsku, Szczecinie, Poznaniu, Katowicach i Łodzi wystąpiły m.in. Kayah, Paulina Przybysz, Monika Brodka i Daria Zawiałow.

GAZETA.PL TO JEDEN Z NAJPOPULARNIEJSZYCH POLSKICH PORTALI

Gazeta.pl jest w czołówce największych polskich portali internetowych, a jej serwisy należą do wiodących w swoich kategoriach tematycznych. Prezentują użytkownikom różnorodne treści, m.in. artykuły oraz autorskie materiały wideo – dostępne także poprzez aplikacje na urządzenia mobilne. Grupa Gazeta.pl to 85 serwisów internetowych o różnorodnej tematyce.

17 mln internautów serwisów grupy Gazeta.pl w grudniu 2018 r.*

603,3 tys. odsłon serwisów grupy Gazeta.pl w grudniu 2018 r.*

61% zasięg wśród internautów serwisów grupy Gazeta.pl w grudniu 2018 r.*

3 mln internautów dziennie odwiedzało serwisy grupy Gazeta.pl w grudniu 2018 r.*

19 tys. średnia liczba odsłon dziennie serwisów grupy Gazeta.pl w grudniu 2018 r.*

8 minut 24 sekundy średni czas na użytkownika dziennie w grudniu 2018 r.*

*Wyniki badania Gemius/PBI za grudzień 2018. Liczebność próby: N= 168206. Grupa objęta badaniem 7-75 lat. Do badania wykorzystano dane o strukturze internautów pochodzące z badania NetTrack Kantar MillwardBrown z II kwartału 2018 r. i badania Maluchy z 2018 r.

GRUPA GAZETA.PL TO M.IN.:

▪ BIZNES I INFORMACJE

Wiadomości.gazeta.pl – najświeższe informacje z kraju i świata.

Next.gazeta.pl – nowoczesny serwis o biznesie i technologiach.

Metrowarszawa.gazeta.pl – najświeższe wiadomości z Warszawy i okolic.

Weekend.gazeta.pl – nowoczesny, atrakcyjny wizualnie serwis prezentujący interesujące, długie teksty ilustrowane wielkoformatowymi zdjęciami i uzupełnione stałymi formatami wideo.

▪ ROZRYWKA

Plotek.pl – serwis zapewniający internautom najświeższe informacje ze świata gwiazd i celebrytów.

Buzz.gazeta.pl – serwis przeznaczony dla wszystkich osób zainteresowanych tym, co nowe i popularne w internecie.

Myk to format Gazeta.pl pokazujący proste sposoby na to, jak ułatwić, ulepszyć i upiększyć życie.

▪ HOME&LIVING

Czterykaty.pl – kompendium fachowej wiedzy w zakresie porad na temat aranżacji i remontowania wnętrz.

▪ **SPORT I MOTORYZACJA**

Sport.pl pierwszy serwis, który przychodzi do głowy użytkownikom portali sportowych (tzw. top-of-mind).

PolskaBiega.pl – największy i najpopularniejszy w Polsce serwis dla biegaczy oraz organizacja wydarzeń: Weekend Polska Biega i Narodowy Spis Biegaczy.

Moto.pl – serwis prezentujący wiadomości motoryzacyjne, testy i opinie o samochodach oraz porady.

▪ **TURYSTYKA I REKREACJA**

Myfitness.pl prezentujący trendy z zakresu zdrowego stylu życia i zestawy ćwiczeń dla fanów fitness.

Podroze.gazeta.pl – zawiera praktyczne informacje podróżnicze pozwalające zaplanować wakacje w Polsce i za granicą.

▪ **KULINARIA**

Haps to kulinarny format wideo Gazeta.pl, prezentujący przepisy, które może zrobić każdy.

Ugotuj.to zawiera kulinarne inspiracje przygotowywane z blogerami i kucharzami.

▪ **MODA I URODA**

Avanti24.pl to najnowsze modowe trendy.

Kobieta.gazeta.pl serwis dla kobiet ciekawych życia.

▪ **PARENTING**

eDziecko.pl – przewodnik dla rodziców.

Junior.gazeta.pl – serwis dla rodziców starszych dzieci.

▪ **VIDEO**

Klips, Myk! Haps, Ach!, NaZdrowie, Gazeta.pl NOW – popularne formaty wideo

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

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. Dodatkowo biuro reklamy Gazeta.pl przygotowało na początku 2018 r. nowe, nieinwazyjne formaty reklamowe, pozwalające skutecznie przyciągnąć uwagę użytkowników. Nowoczesne i przyjazne dla internautów rozwiązania dedykowane komputerom stacjonarnym i urządzeniom mobilnym zostały stworzone zgodnie ze standardami Coalition for Better Ads i Google, stanowiąc m.in. odpowiedź na problem irytujących formatów, które skłaniają internautów do instalowania programów blokujących reklamy.

DRUK

Drukarnie Agory, które znajdują się w: Pile i Warszawie, wyposażone są w maszyny zwojowe do drukowania gazet oraz druku czasopism i akcydensów.

130 klientów drukarni Grupy Agora

Drukarnie całej Grupy Agora realizują usługi dla około 130 klientów, drukując gazety, foldery oraz gazetki reklamowe. Jedną z ważniejszych zasad Pionu Druku jest dążenie do ciągłego doskonalenia usług w oparciu o wieloletnie doświadczenie w branży, spełniając wymagania klientów w kraju i zagranicą.

Tabela 39. Wyniki finansowe Agory S.A.

<i>mln zł</i>	2018	2017	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży netto (1)	423,0	492,5	(14,1%)
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	193,1	209,8	(8,0%)
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	135,6	138,7	(2,2%)
<i>Sprzedaż usług poligraficznych</i>	53,3	82,1	(35,1%)
<i>Pozostała sprzedaż (2)</i>	41,0	61,9	(33,8%)
Koszty operacyjne netto, w tym:	(498,9)	(609,7)	(18,2%)
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(87,8)	(96,2)	(8,7%)
<i>Amortyzacja</i>	(26,8)	(37,8)	(29,1%)
<i>Usługi obce</i>	(103,9)	(146,4)	(29,0%)
<i>Wynagrodzenia i świadczenia</i>	(196,6)	(201,0)	(2,2%)
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(51,1)	(53,6)	(4,7%)
<i>Koszty restrukturyzacji (3)</i>	(3,2)	-	-
<i>Zysk ze sprzedaży nieruchomości (4)</i>	13,9	-	-
<i>Odpisy na należności od Ruch S.A. objęte p.p.u. (5)</i>	(20,3)	-	-
<i>Odpisy aktualizujące (6)</i>	(2,3)	(50,6)	(95,5%)
Wynik operacyjny – EBIT	(75,9)	(117,2)	35,2%
Przychody i koszty finansowe netto, w tym:	86,9	39,8	118,3%
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	1,9	1,1	72,7%
<i>Przychody z tytułu dywidend</i>	74,3	53,0	40,2%
<i>Zysk ze zbycia udziałów (7)</i>	21,5	11,0	95,5%
<i>Koszty kredytów, leasingu finansowego i cash poolingu</i>	(1,4)	(1,5)	(6,7%)
<i>Odpisy aktualizujące udziały (8)</i>	(9,5)	(24,7)	(61,5%)
Zysk/(strata) brutto	11,0	(77,4)	-
Podatek dochodowy	4,2	9,3	(54,8%)
Zysk/(strata) netto	15,2	(68,1)	-

Źródło: jednostkowe sprawozdanie finansowe wg MSSF, 2018 r.;

- (1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży, poza przychodami ze sprzedaży usług poligraficznych, zawierają przychody ze sprzedaży Wydawnictwa Agora i działalności filmowej. Przychody z transakcji e-commerce zostały przeklasyfikowane z pozostałych przychodów do przychodów z usług reklamowych, dane porównawcze za 2017 r. zostały odpowiednio przekształcone;
- (2) zawiera przychody z sublicencji udzielonej przez Agorę S.A. spółce zależnej wchodzącej w skład Grupy Agora na dystrybucję filmów;
- (3) dotyczy kosztów zwolnienia grupowego przeprowadzonego w pionie Druk w pierwszym kwartale 2018 r. oraz kosztów zwolnień związanych z restrukturyzacją pionu Czasopisma w drugim kwartale 2018 r.;
- (4) dotyczy zysku osiągniętego przez spółkę Agora S.A. z transakcji sprzedaży nieruchomości położonych w Gdańsku i w Warszawie w pierwszym kwartale 2018 r.;
- (5) kwota zawiera odpis aktualizujący należności zagrożone prawdopodobieństwem nieściągalności od Ruch S.A. objęte przyspieszonym postępowaniem układowym (p.p.u.);
- (6) podane kwoty obejmują odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych; w 2018 r. odpisy dotyczyły tytułu prasowego Ładny Dom, a w 2017 r. odpisy dotyczyły głównie wartości tytułu prasowego „Cztery Kąty” oraz aktywów trwałych działalności poligraficznej (opisanych w nocie 37 do jednostkowego sprawozdania finansowego);
- (7) dotyczy zysku osiągniętego ze sprzedaży akcji spółki Stopklatka S.A. w drugim kwartale 2018 r. oraz zysku ze sprzedaży udziałów spółki Green Content Sp. z o.o. w trzecim kwartale 2017 r.;
- (8) podane kwoty obejmują odpisy aktualizujące udziały w spółkach zależnych (opisane w nocie 37 do jednostkowego sprawozdania finansowego);
- (9) wskaźnik „EBITDA” definiowany jest jako EBIT powiększony o amortyzację i odpisy z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych. Definicje wskaźników finansowych zostały szczegółowo omówione w Przypisach do części III niniejszego Sprawozdania Zarządu.

STRATEGIA GRUPY AGORA NA LATA 2018-2022

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

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

W zakresie rozwoju dotychczasowych biznesów Grupa Agora stawia na:

- rozwój sprzedaży jakościowych treści w modelu subskrypcyjnym i umocnienie pozycji lidera w tym segmencie. Grupa chce potroić średnią liczbę subskrypcji „Gazety Wyborczej” i podcastów Radia TOK FM, a także zapewnić lepszą monetyzację tego modelu biznesowego. Docelowo w 2022 r. połowa przychodów „Gazety Wyborczej” ma pochodzić ze źródeł cyfrowych, a jej rentowność regularnie się poprawiać. Spółka konsekwentnie dąży do zrealizowania tego celu. Na koniec 2018 r. liczba subskrypcji cyfrowych „Gazety Wyborczej” odnotowała rekordowy poziom 170,5 tys., a udział przychodów cyfrowych „Gazety Wyborczej” wzrósł.
- rozwój sieci kin Helios, która jest fundamentem obecności Agory w segmencie związanym ze spędzaniem czasu wolnego. Systematycznie będzie się zwiększać liczba obiektów Heliosa, także w dużych aglomeracjach. Ofertę kin wzbogacą też nowe sale stworzone w koncepcie Helios Dream.
- wejście AMS w kolejną fazę rozwoju dzięki zmianom w strukturze portfela nośników – zwłaszcza zwiększeniu udziału nośników premium, a także szerszej ofercie rozwiązań cyfrowych, m.in. zintegrowanych z meblami miejskimi.

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

Agora zamierza też dynamicznie wejść na rynek usług B2B i zostać partnerem dla przedsiębiorstw działających w obszarze e-commerce. Grupa zamierza rozwijać nową działalność zarówno przez akwizycje.

Dodatkowo, Agora prowadzi również intensywne badanie rynku pod kątem nowych obszarów działalności, koncentrując się zwłaszcza na projektach związanych ze spędzaniem czasu wolnego poza domem. Jednym z przykładów takich działań jest spółka Foodio, która zapoczątkowała swoją działalność operacyjną w 2018 r., uruchamiając pierwsze trzy lokale pod marką Papa Diego. W 2019 r. planowane jest otwarcie około 20 lokali, w tym pod nieobecną jeszcze na rynku marką Van Dog. W marcu 2019 r. Agora poinformowała również, że Helios rozpoczął negocjacje w sprawie wspólnego rozwoju sieci lokali pod marką Pasibus, która specjalizuje się w hamburgerach. Głównym fundamentem tego rozwoju jest Helios, lider polskiego rynku kinowego.

Zarząd Agory zapowiedział, że w trakcie trwania ogłoszonego planu strategicznego jest gotowy przeznaczyć na inwestycje w dotychczasowe biznesy około 430 mln zł. Natomiast na rozwój nowych przedsięwzięć do 500 mln zł, inwestując w projekty z obszarów: czas wolny i rozrywka, usługi B2B dla e-commerce oraz inne koncepty. Agora nie wyklucza też inwestycji wzmacniających jej obecne biznesy, szczególnie w obszarach, gdzie wyczerpały się możliwości dynamicznego wzrostu organicznego. W lutym 2019 r. Spółka nabyła 40,0% udziałów w spółce Eurozet Sp. z o.o. nadawcy drugiego pod względem zasięgu programu radiowego. Transakcja ta może wpłynąć na weryfikację zamierzeń inwestycyjnych Grupy w biznesach poza mediowych.

NAGRODY I OSIĄGNIĘCIA GRUPY AGORA W 2018 R.

Pracownicy Agory byli w 2018 r. wielokrotnie nagradzani i doceniani w wielu konkursach i rankingach. Zdobyli laury indywidualne oraz zespołowe, zarówno na szczeblu krajowym, jak i międzynarodowym. Wśród tych nagród można znaleźć:

NAGRODY DLA DZIAŁAŃ I MAREK AGORA

- Agora z nagrodami „Najlepszy serwis IR” oraz „Lider komunikacji online” w Konkursie Złota Strona Emitenta organizowanym przez Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych
- Ranking Top Marka 2018: „Gazeta Wyborcza” i Gazeta.pl
- Nagrody Magellana dla książek podróżniczych Wydawnictwa Agora
- Fryderyki 2018 – Teledysk roku – „Młynarski-Masecki Jazz Band – Abduł Bey”

INMA GLOBAL MEDIA AWARDS 2018

- Najlepsze działania PR i na rzecz społeczności - I nagroda „Jutronauci” – projekt „Gazety Wyborczej”
- Najlepszy debiut marki lub produktu, tworzący nowy segment odbiorców – II nagroda Myk! – Gazeta.pl
- Najlepsze wykorzystanie wideo – wyróżnienie „Make Poland Great Again” – portalu Gazeta.pl

WAN-IFRA EUROPEAN DIGITAL MEDIA AWARDS

- Wyróżnienie dla „Jutronautów” w kategorii Best Branded Content Project

NAGRODY DLA SEGMENTU INTERNET

- Gazeta.pl z nagrodą Grand Video Awards 2018
- Kanały Gazeta.pl na YouTube ze Srebrnymi Nagrodami dla twórców

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA ZWIĄZANE Z ODPOWIEDZIALNYM BIZNESEM:

- Agora w gronie odpowiedzialnych spółek RESPECT Index na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie
- Listek CSR „Polityki” dla Agory za działania społecznie odpowiedzialne
- 34 dobre praktyki Grupy Agora w raporcie „Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre praktyki 2018”
- Projekt „Adoptuj pszczołę” Gazeta.pl i Greenpeace finalistą konkursu „Dobroczyńca Roku” 2018

NAGRODY DLA DIENNIKARZY I FOTOREPORTERÓW

- Grand Press Economy
- Nagroda im. Teresy Torańskiej
- Nagroda im. Primo Leviego
- MediaTory 2018
- Nagroda im. prof. Romana Czerneckiego
- Nagroda w konkursie Uzależnienia XXI w.
- Nagroda im. Dariusza Fikusa za dziennikarstwo najwyższej próby
- Dziennikarz Medyczny 2017 – nagrody Stowarzyszenia Dziennikarzy dla Zdrowia
- Polsko-Niemiecka Nagroda im. Tadeusza Mazowieckiego
- Nagroda dziennikarska im. Mariana Krzaka (Związek Banków Polskich)
- Wyróżnienie w I. edycji konkursu im. Zygmunta Moszkowicza dla młodych dziennikarzy
- Grand Press Photo 2018
- Nagrody na Festiwalu Wrażliwym
- „Tylko Zdrowie” w gronie Liderów Ochrony Zdrowia

DOBRA PRAKTYKA

„HARMONY. SMARTER READER’S JOURNEY” DIGITAL NEWS INITIATIVE

„Harmony. Smarter reader’s journey” to nazwa projektu „Gazety Wyborczej”, który wygrał dofinansowanie z funduszu Google DNI. Dzięki wsparciu przyznanemu w 5. rundzie programu the Digital News Initiative zespół dziennika przyspieszy dalszy rozwój cyfrowy „Gazety Wyborczej” – rozpocznie prace nad innowacyjnym narzędziem pozwalającym połączyć reklamowy i subskrypcyjny model biznesowy. Rozwiązanie to jednocześnie zapewni skuteczniejszą personalizację ścieżki czytelnika, ulepszając doświadczenia użytkownika Wyborcza.pl.

Projekt „Gazety Wyborczej” opiera się na automatycznej analizie danych i wykorzystaniu zaawansowanej technologii; będzie realizowany przez interdyscyplinarny zespół dziennika przy wsparciu ekspertów - „data scientists” i naukowców. Jego rozwój jest zaplanowany na ponad rok od chwili przyznania dofinansowania.

W poprzednich rundach programu the Digital News Initiative firmy Google dofinansowanie uzyskały 4 projekty z Grupy Agora. Są nimi: Sonar.Wyborcza.pl, Mikrofon Radia TOK FM, NewsMavens.com oraz „Search the Radio”.

O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI AGORY

„Raport odpowiedzialności Agory za 2018 rok” wypełnia wymogi „Ustawy o Rachunkowości”. Spółka przedstawia odrębne skonsolidowane sprawozdanie Grupy Agora oraz odrębne jednostkowe sprawozdanie Agory S.A. na temat informacji niefinansowych za 2018 r. Raporty niefinansowe skonsolidowane i jednostkowe zostały sporządzone według międzynarodowych standardów raportowania Global Reporting Initiative – GRI Standard.

Zgodnie z art. 49b pkt 9 Ustawy o Rachunkowości raporty niefinansowe skonsolidowane i jednostkowe są dostępne na stronie internetowej Spółki www.agora.pl (pod adresem: www.agora.pl/raportCSR-2018) w polskiej i angielskiej wersji językowej.

„Raport odpowiedzialności Agory za 2018 r.” prezentuje podejście spółki do kwestii społecznych, środowiskowych i ekonomicznych, podsumowuje również nasz wpływ na otoczenie oraz nasze zaangażowanie w 2018 roku.

Raport jest wypełnieniem obowiązku wynikającego z Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z dnia 22 października 2014 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy oraz Ustawy z dnia 15 grudnia 2016 r. zmieniająca Ustawę z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, Dz.U. 1994 nr 121 poz. 591. Biegły rewident potwierdza wypełnienie przez firmę tego obowiązku.

Raport przygotowany zgodnie z międzynarodowym Standardem Global Reporting Initiative (GRI) bez poddania zewnętrznej weryfikacji, na poziomie podstawowym. Raport w zakresie rachunkowości w oparciu o standard MSSF.

Raport nawiązuje do następujących dokumentów, norm i standardów:

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

Raport stanowi wyodrębnioną część rocznego sprawozdania z działalności Agory za 2018 r. zatwierdzanego przez zarząd.

Dokument ten nie podlega zewnętrznej weryfikacji, biegły rewident jedynie bada wypełnienie przez spółkę obowiązków raportowych.

W procesie weryfikacji wewnętrznej Raportu wzięli udział przedstawiciele zarządu i dyrektorzy poszczególnych biznesów. W proces zaangażowani byli również interesariusze (więcej na ten temat w części „Dialog z interesariuszami w procesie przygotowania raportu”). W przygotowaniu raportu wzięli udział pracownicy spółki, proces koordynował dział komunikacji korporacyjnej. Raport dostępny jest na stronie internetowej oraz w wersji pdf, ma też swoją wersję w języku angielskim. Równoległe powstał „Raport odpowiedzialności Grupy Agora za 2018 r.”, który obejmuje spółkę Agora S.A. oraz spółki: Agora Poligrafia Sp. z o.o., Agora TC Sp. z o.o., AMS S.A., Adpol Sp. z o.o., Domiporta (w raporcie 2017 r. – Trader.com), Grupa Radiowa Agory (GRA) sp. z o.o., Doradztwo Mediowe Sp. z o.o., Inforadio Sp. z o.o., GoldenLine Sp. z o.o., Helios S.A., NEXT FILM Sp. z o.o., Optimizers Sp. z o.o., Yieldbird Sp. z o.o.

ISTOTNE ZMIANY DOTYCZĄCE RAPORTOWANIA

„Raport odpowiedzialności Agory za 2018 r.” jest sporządzony na podstawie Standardu GRI, w odróżnieniu od Wytycznych GRI, na których oparty był ubiegłoroczny raport.

Raport nie zawiera innych znaczących zmian dotyczących zakresu, zasięgu lub metod pomiaru w stosunku do raportu za poprzedni rok.

SPEŁNIENIE WYMOGÓW USTAWY O RACHUNKOWOŚCI

Wypełniając wymóg ujawniania danych niefinansowych poszczególne elementy zostały wskazane jak poniżej:

- Model Biznesowy – opisany w rozdziale „Model biznesowy oraz kluczowe wyniki i rezultaty” a także w poszczególnych rozdziałach.
- Polityki i rezultaty – wskazane w części „Podejście do zarządzania” oraz w pozostałych częściach poszczególnych rozdziałów, dodatkowo rezultaty opisane zostały w tabelach oraz jako wyróżnione liczby.
- Procedury – wskazane w części „Podejście do zarządzania” oraz pozostałych częściach poszczególnych rozdziałów.
- Wskaźniki efektywności - opisane w rozdziale „Model biznesowy oraz kluczowe wyniki i rezultaty” a także w poszczególnych rozdziałach w tabelach oraz jako wyróżnione liczby.
- Ryzyka – opisane w części „Ryzyka niefinansowe” oraz w poszczególnych rozdziałach.

PROCES RAPORTOWANIA W GRUPIE AGORA:

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

- **Przygotowanie** – ustalenie aspektów, przygotowanie do procesu
- **Zaangażowanie** – zaproszenie pracowników oraz innych interesariuszy do dialogu na temat raportu
- **Definiowanie** – określenie listy wskaźników oraz tematów, które -zostaną zaraportowane
- **Monitorowanie** – zebranie danych oraz informacji, które mają się znaleźć w raporcie
- **Raportowanie** – przygotowanie finalnej wersji raportu i komunikacja

DIALOG Z INTERESARIUSZAMI W PROCESIE PRZYGOTOWANIA RAPORTU

W procesie dialogu z interesariuszami w przygotowaniu raportu CSR przygotowana została ankieta interesariuszy – pracowników, inwestorów. W procesie dialogu prowadzone były również rozmowy z otoczeniem społecznym, m.in. organizacjami branżowymi i reprezentantami interesariuszy.

DIALOG Z PRACOWNIKAMI

158 pracowników wypełniło ankietę dotyczącą Raportu CSR za 2018 r.

Pracownicy poproszeni zostali o wskazanie obszarów, które są według Was istotne i powinny się znaleźć w podsumowaniu 2018 r. Najwięcej przyznali w skali 1-5, gdzie 5 oznacza najważniejsze, a 1-najmniej ważne, kwestiom pracowniczym: szkoleniom i rozwojowi pracowników – średnia 4,5, programom i świadczeniom dla pracowników – średnia 4,4 oraz kwestii przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi w miejscu pracy – średnia 4,2. Wysokie oceny otrzymał również temat: poszanowania praw człowieka i strategii biznesowej firmy.

Tabela 40. Średnia ocena pracowników w ankiecie dotyczącej Raportu odpowiedzialności za 2018 r.

ZAGADNIENIE PODDANE OCENIE	Średnia ocena pracowników (w skali 1-5)
Szkolenia i rozwój pracowników	4,5
Programy i świadczenia dla pracowników	4,4
Przeciwdziałanie dyskryminacji i mobbingowi w miejscu pracy	4,2
Poszanowanie praw człowieka	4,1
Strategia biznesowa firmy	4
Odpowiedzialność mediów i ich rola we współczesnym świecie	3,9
Relacje z klientami	3,9
Struktura zatrudnienia	3,9
Kodeks etyki i system zgłaszania nieprawidłowości	3,8
Zaangażowanie społeczne – działalność kulturalna, edukacyjna, obywatelska i charytatywna	3,7
Relacje z dostawcami i kontrahentami	3,7
Zarządzanie ryzykiem i przeciwdziałanie nadużyciom	3,6
Odpowiedzialność branżowa, m.in. etyka reklamy	3,6
Wpływ środowiskowy	3,5
Udział w inicjatywach zewnętrznych, branżowych	3,4
Różnorodność w Agorze	3,4
Oceny pracownicze	3,3

Źródło: dane własne

Dodatkowo w komentarzach pracownicy ocenili Raport odpowiedzialności za 2017 r. jako „przydatny, czytelny i interesujący”.

DIALOG Z INWESTORAMI

W marcu 2018 r. w ramach tzw. feedbacku inwestorskiego w przeprowadzonej ankiecie przedstawiciele rynku kapitałowego – inwestorzy i analitycy zostali zapytani o opublikowany Raport Odpowiedzialności Grupy Agora i Agory S.A. Ocenili oni, że Raport ma interesującą formułę, dane są atrakcyjnie zaprezentowane i dają szansę na poznanie Agory z innej perspektywy.

KLUCZOWE KWESTIE I TEMATY W RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI

Dzięki dialogowi z interesariuszami, Agora przygotowała Raport odpowiedzialności za 2018 r., biorąc pod uwagę poniższe zagadnienia:

Tabela 41. Kluczowe kwestie i tematy poruszone w Raporcie Odpowiedzialności za 2018 r.:

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)▪ Odpowiedzialność wobec klientów▪ Odpowiedzialność mediów	Wpływ środowiskowy	<ul style="list-style-type: none">▪ Polityka środowiskowa▪ Zużycie energii i wody▪ Zarządzanie odpadami
Etyka i przeciwdziałanie nadużyciom	<ul style="list-style-type: none">▪ Kodeks etyki▪ Etyka w relacjach z klientami i kontrahentami▪ Wewnętrzny system zgłaszania nieprawidłowości	Wpływ społeczny	<ul style="list-style-type: none">▪ Działalność kulturalna, społeczna, edukacyjna i charytatywna▪ Organizacje społeczne

INDEKS GRI

Global Reporting Initiative (GRI) stanowią międzynarodowy wzorzec raportowania odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju dla organizacji. Poniżej znajduje się tabela ze wskaźnikami i odniesieniem do strony, na której znajduje się właściwy wskaźnik. Więcej o Standardzie GRI: globalreporting.org

Tabela 42. Wskaźniki GRI

KATEGORIA	GRI	OPIS	MIEJSCE W RAPORCIE
WSKAŹNIKI PROFILOWE GRI 102			
INFORMACJE O FIRMIE	102-1	Nazwa organizacji	<ul style="list-style-type: none"> MODEL BIZNESOWY ORAZ KLUCZOWE WYNIKI I REZULTATY str. 62-67
INFORMACJE O FIRMIE	102-2	Główne marki, usługi i / lub produkty	<ul style="list-style-type: none"> MODEL BIZNESOWY ORAZ KLUCZOWE WYNIKI I REZULTATY str. 62-67
INFORMACJE O FIRMIE	102-3	Lokalizacja głównej siedziby	<ul style="list-style-type: none"> KONTAKT str. 79
INFORMACJE O FIRMIE	102-4	Liczba krajów w których działa organizacja i nazwy tych krajów	<ul style="list-style-type: none"> MODEL BIZNESOWY ORAZ KLUCZOWE WYNIKI I REZULTATY str. 62-67
INFORMACJE O FIRMIE	102-5	Forma własności i forma prawna organizacji	<ul style="list-style-type: none"> MODEL BIZNESOWY ORAZ KLUCZOWE WYNIKI I REZULTATY str. 62-67 ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
INFORMACJE O FIRMIE	102-6	Obsługiwane rynki	<ul style="list-style-type: none"> MODEL BIZNESOWY ORAZ KLUCZOWE WYNIKI I REZULTATY str. 62-67
INFORMACJE O FIRMIE	102-7	Skala działalności	<ul style="list-style-type: none"> MODEL BIZNESOWY ORAZ KLUCZOWE WYNIKI I REZULTATY str. 62-67
MIEJSCE PRACY	102-8	Liczba pracowników według regionów działalności, wieku, płci oraz rodzaju umowy	<ul style="list-style-type: none"> MIEJSCE PRACY str. 10-20
ŁAŃCUCH DOSTAW	102-9	Łańcuch dostaw	<ul style="list-style-type: none"> ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW str. 30-38
ŁAŃCUCH DOSTAW	102-10	Znaczące zmiany w raportowanym okresie w zakresie łańcucha dostaw	<ul style="list-style-type: none"> ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW str. 30-38
ŁAŃCUCH DOSTAW	102-11	Zasada przezorności	<ul style="list-style-type: none"> ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW str. 30-38
INFORMACJE O FIRMIE	102-12	Lista zewnętrznych inicjatyw przyjętych przez organizację	<ul style="list-style-type: none"> ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW str. 30-38 PRAWA CZŁOWIEKA str. 21-25
INFORMACJE O FIRMIE	102-13	Członkostwo w stowarzyszeniach	<ul style="list-style-type: none"> ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW str. 30-38
ZARZĄDZANIE I STRATEGIA	102-14	Oświadczenie Prezesa zarządu	<ul style="list-style-type: none"> LIST PREZESA str. 2
ZARZĄDZANIE I STRATEGIA	102-15	Opis kluczowych wpływów, ryzyk i szans	<ul style="list-style-type: none"> RYZYKA NIEFINANSOWE str. 58-61 ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57 STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 4-9
ETYKA I COMPLIANCE GRI 102			
ETYKA I COMPLIANCE	102-16	Wartości, zasady, standardy i normy zachowania, takie jak kodeksy postępowania i kodeksy etyki organizacji	<ul style="list-style-type: none"> ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM str. 25-29 ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW str. 30-38
ETYKA I COMPLIANCE	102-17	Wewnętrzne i zewnętrzne mechanizmy w zakresie naruszeń zasad etycznych i prawa oraz kwestii związanych z uczciwością organizacji, np. infolinie etyczne	<ul style="list-style-type: none"> PRAWA CZŁOWIEKA str. 21-25 ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM str. 25-29 ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW str. 30-38
ETYKA I COMPLIANCE	102-17	Wewnętrzne i zewnętrzne mechanizmy zgłaszania naruszeń zasad etycznych i prawa oraz kwestii związanych z uczciwością organizacji, takie jak przekazywanie tych kwestii	<ul style="list-style-type: none"> PRAWA CZŁOWIEKA str. 21-25 ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM str. 25-29 ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW str. 30-38

do bezpośrednich przełożonych,
mechanizmy informowania opinii
publicznej przez sygnalistów
(whistleblowing) o naruszeniach lub
infolinie

ŁAD KORPORACYJNY	102-18	Struktura nadzorcza organizacji	▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
ŁAD KORPORACYJNY	102-22	Skład najwyższego organu nadzorczego organizacji	▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
ŁAD KORPORACYJNY	102-23	Określenie czy przewodniczący najwyższego organu nadzorczego jest również dyrektorem zarządzającym	▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
ŁAD KORPORACYJNY	102-24	Proces nominacji i wyboru członków najwyższego organu nadzorczego i komitetów	▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
ŁAD KORPORACYJNY	102-25	Działania i procedury pozwalające na uniknięcie konfliktu interesów członków najwyższego organu nadzorczego	▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
ŁAD KORPORACYJNY	102-26	Rola najwyższego organu zarządzającego w procesie opracowywania, zatwierdzania i aktualizowania celu organizacji, oświadczeń dotyczących jej wartości lub misji, strategii, polityk i celów związanych z wpływem na gospodarkę, środowisko i społeczeństwo	▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
ŁAD KORPORACYJNY	102-29	Rola najwyższego organu nadzorczego w zakresie identyfikacji i zarządzania wpływami i skutkami gospodarczymi, środowiskowymi i społecznymi oraz zagrożeniami i szansami z nimi związanymi	▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
ŁAD KORPORACYJNY	102-30	Rola najwyższego organu nadzorczego w przeglądzie skuteczności procesów zarządzania ryzykiem w organizacji dotyczącym tematów gospodarczych, środowiskowych i społecznych.	▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57 ▪ RYZYKA NIEFINANSOWE str. 58-61
ŁAD KORPORACYJNY	102-32	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.	▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57 ▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 70-71
INTERESARIUSZE	102-40	Lista grup zaangażowanych interesariuszy	▪ STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 4-9
PRAWA CZŁOWIEKA	102-41	Procent pracowników objętych umowami zbiorowymi i członków związków zawodowych	▪ PRAWA CZŁOWIEKA str. 21-25
INTERESARIUSZE	102-42	Podstawy identyfikacji i selekcji zaangażowanych grup interesariuszy	▪ STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 4-9
INTERESARIUSZE	102-43	Podejście organizacji do zaangażowania interesariuszy	▪ STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 4-9
INTERESARIUSZE	102-44	Kluczowe kwestie i zagadnienia poruszane przez interesariuszy	▪ STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 4-9 ▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 72-73

PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA GRI 103

RAPORTOWANIE	103-1	Zakres i istotność zidentyfikowanych aspektów dla poszczególnych podmiotów biznesowych organizacji	<ul style="list-style-type: none"> STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 4-9 O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 72-73
RAPORTOWANIE	103-1	Granice aspektu na zewnątrz organizacji	<ul style="list-style-type: none"> STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 4-9 O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 72-73
ZARZĄDZANIE	103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz z wskazaniem ograniczeń	<ul style="list-style-type: none"> STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 4-9 RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI AGORY str. 72-73
ZARZĄDZANIE	103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	<ul style="list-style-type: none"> STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 4-9 MIEJSCE PRACY str. 10-20 PRAWA CZŁOWIEKA str. 21-25 ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM str. 25-29 ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW str. 30-38 WPŁYW ŚRODOWISKOWY str. 39-43 WPŁYW SPOŁECZNY str. 44-50 ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
ZARZĄDZANIE	103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	<ul style="list-style-type: none"> STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 4-9 MIEJSCE PRACY str. 10-20 PRAWA CZŁOWIEKA str. 21-25 ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM str. 25-29 ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW str. 30-38 WPŁYW ŚRODOWISKOWY str. 39-43 WPŁYW SPOŁECZNY str. 44-50 ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57

WPŁYW EKONOMICZNY GRI 200

WYNIKI EKONOMICZNE	201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona	<ul style="list-style-type: none"> MODEL BIZNESOWY ORAZ KLUCZOWE WYNIKI I REZULTATY str. 62-67-79
POŚREDNI WPŁYW EKONOMICZNY	203-1	Rozwój oraz wpływ inwestycji w infrastrukturę i usługi	<ul style="list-style-type: none"> MODEL BIZNESOWY ORAZ KLUCZOWE WYNIKI I REZULTATY str. 62-67 WPŁYW SPOŁECZNY str. 45-51
POŚREDNI WPŁYW EKONOMICZNY	203-2	Znaczący pośredni wpływ ekonomiczny, w tym skala tego wpływu	<ul style="list-style-type: none"> MODEL BIZNESOWY ORAZ KLUCZOWE WYNIKI I REZULTATY str. 62-67

PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM GRI 205

PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI I NADUŻYCIOM	205-1	Działania oceniane pod kątem zagrożeń związanych z korupcją	<ul style="list-style-type: none"> ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM str. 25-29 RYZYKA NIEFINANSOWE str. 58-61
PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI I NADUŻYCIOM	205-2	Komunikacja i szkolenia w zakresie polityki i procedur antykorupcyjnych organizacji	<ul style="list-style-type: none"> ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM str. 25-29
PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI I NADUŻYCIOM	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	<ul style="list-style-type: none"> ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM str. 25-29

ZASADY WOLNEJ KONKURENCJI GRI 206		
ZASADY WOLNEJ KONKURENCJI	206-1	Kroki prawne podjęte wobec organizacji dotyczące przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji oraz praktyk monopolistycznych
		■ ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM str. 25-29 ■ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
WPŁYW ŚRODOWISKOWY GRI 301-307		
MATERIAŁY	301-1	Wykorzystywane materiały/surowce wg masy lub objętości
		■ WPŁYW ŚRODOWISKOWY str. 39-43
MATERIAŁY	301-2	Procent wykorzystywanych materiałów, które stanowią przetworzone materiały początkowe
		■ WPŁYW ŚRODOWISKOWY str. 39-43
MATERIAŁY	301-3	Procent odzyskanych materiałów ze sprzedawanych produktów i ich opakowań, według kategorii materiału
		■ WPŁYW ŚRODOWISKOWY str. 39-43
ENERGIA	302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji
		■ WPŁYW ŚRODOWISKOWY str. 39-43
ENERGIA	302-4	Zmniejszenie zużycia energii
		■ WPŁYW ŚRODOWISKOWY str. 39-43
WODA	303-3	Pobór wody
		■ WPŁYW ŚRODOWISKOWY str. 39-43
WODA	303-4	Zużycie ścieków
		■ WPŁYW ŚRODOWISKOWY str. 39-43
WODA	303-5	Zużycie wody
		■ WPŁYW ŚRODOWISKOWY str. 39-43
EMISJE	305-5	Redukcja emisji gazów cieplarnianych
		■ WPŁYW ŚRODOWISKOWY str. 39-43
ODPADY	306-2	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem
		■ WPŁYW ŚRODOWISKOWY str. 39-43
ZGODNOŚĆ Z REGULACJAMI	307-1	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu nieprzestrzegania prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska
		■ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
MIEJSCE PRACY GRI 401-405		
ZATRUDNIENIE	401-1	Całkowita liczba i wskaźniki zatrudnienia nowych pracowników oraz rotacji pracowników
		■ MIEJSCE PRACY str. 10-20
ZATRUDNIENIE	401-2	Świadczenia zapewniane pracownikom pełnoetatowym
		■ MIEJSCE PRACY str. 10-20
ZATRUDNIENIE	401-3	Wskaźniki powrotu do pracy i utrzymania zatrudnienia po urlopie macierzyńskim/tacierzyńskim w podziale na płeć
		■ MIEJSCE PRACY str. 10-20
ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO PRACY	403-2	Wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych oraz nieobecności w pracy oraz liczba wypadków śmiertelnych związanych z pracą
		■ MIEJSCE PRACY str. 10-20
ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO PRACY	403-3	Pracownicy szczególnie narażeni na choroby związane z miejscem pracy
		■ MIEJSCE PRACY str. 10-20
ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO PRACY	403-4	Kwestie bezpieczeństwa i higieny pracy uwzględnione w formalnych porozumieniach zawartych ze związkami zawodowymi
		■ MIEJSCE PRACY str. 10-20
ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO PRACY	403-5	Szkolenia i warsztaty dotyczące BHP
		■ MIEJSCE PRACY str. 10-20
ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO PRACY	403-6	Promocja zdrowego stylu życia
		■ MIEJSCE PRACY str. 10-20
SZKOLENIA I ROZWÓJ	404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika
		■ MIEJSCE PRACY str. 10-20
SZKOLENIA I ROZWÓJ	404-3	Procent pracowników otrzymujących regularne oceny swoich wyników oraz
		■ MIEJSCE PRACY str. 10-20

		informacje rozwoju zawodowego	
RÓWNE SZANSE I RÓŻNORODNOŚĆ	405-1	Skład ciał zarządzających i kadry pracowniczej w podziale na kategorie według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MIEJSCE PRACY str. 10-20 ▪ PRAWA CZŁOWIEKA str. 21-25
RÓWNE SZANSE I RÓŻNORODNOŚĆ	405-2	Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia kobiet i mężczyzn	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MIEJSCE PRACY str. 10-20
PRAWA CZŁOWIEKA GRI 406, GRI 412			
PRZECIWDZIAŁANIE DYSKRYMINACJI	406-1	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji (incydentów o charakterze dyskryminacyjnym) i podjętych środków naprawczych	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PRAWA CZŁOWIEKA str. 21-25
PRZECIWDZIAŁANIE DYSKRYMINACJI	412-2	Całkowita liczba godzin szkoleniowych pracowników w zakresie polityk poszanowania praw człowieka	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MIEJSCE PRACY str. 10-20 ▪ PRAWA CZŁOWIEKA str. 21-25
KLIENCI I PRODUKTY GRI 416-419			
ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO KLIENTA	416-2	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami oraz dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo na każdym etapie cyklu ich życia, w podziale na rodzaj skutków	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
MARKETING ORAZ OZNAKOWANIE PRODUKTÓW I USŁUG	417-2	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi informacji i znakowania produktów i usług w podziale na rodzaj skutków	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
MARKETING ORAZ OZNAKOWANIE PRODUKTÓW I USŁUG	417-3	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi komunikacji marketingowej, w tym reklam, promocji i sponsoringu, w podziale na rodzaj skutków	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
OCHRONA PRYWATNOŚCI KLIENTA	418-1	Całkowita liczba uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klienta i utraty danych klientów	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
ZGODNOŚĆ Z PRAWEM	419-1	Kwota istotnych kar z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi dostarczania i użytkowania produktów i usług	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
ZGODNOŚĆ Z REGULACJAMI SPOŁECZNO-EKONOMICZNYMI	419-1	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ŁAD KORPORACYJNY str. 51-57
RAPORTOWANIE GRI 101-102			
RAPORTOWANIE	101	Założenia i podstawy raportowania	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 70-71 ▪ STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 4-9
RAPORTOWANIE	102-45	Lista podmiotów ujętych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym organizacji	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MODEL BIZNESOWY ORAZ KLUCZOWE WYNIKI I REZULTATY str. 62-67
RAPORTOWANIE	102-46	Proces definiowania treści raportu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI

		oraz granic aspektów	str. 72-73
RAPORTOWANIE	102-47	Istotne aspekty zidentyfikowane w procesie definiowania zawartości raportu	▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 72-73
RAPORTOWANIE	102-48	Korekty w stosunku do poprzedniego raportu i przyczyny korekt	▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 72-73
RAPORTOWANIE	102-49	Istotne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu	▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 72-73
RAPORTOWANIE	102-50	Okres raportowania	▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 72-73
RAPORTOWANIE	102-51	Data publikacji ostatniego raportu	▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 72-73
RAPORTOWANIE	102-52	Cykl raportowania	▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 72-73
RAPORTOWANIE	102-53	Dane kontaktowe	▪ KONTAKT str. 79
RAPORTOWANIE	102-54	Deklaracja zgodności ze Standardem GRI	▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 72-73
RAPORTOWANIE	102-55	Indeks GRI	▪ INDEKS GRI str. 74-78
RAPORTOWANIE	102-56	Zewnętrzna weryfikacja raportu	▪ O RAPORCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI str. 72-73

KONTAKT

SIEDZIBA GŁÓWNA: Agora S.A., ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa
Dział Komunikacji Korporacyjnej, press@agora.pl

NINA GRABOŚ

dyrektor ds. komunikacji korporacyjnej
tel. 22 555 60 36
nina.grabos@agora.pl

MAGDALENA ANDREJCZUK

specjalistka ds. raportowania danych niefinansowych
tel. 507 095 211
magdalena.andrejczuk@agora.pl

SPIS TABEL:

Tabela 1. Cele Agory związane z odpowiedzialnym biznesem w 2019 r.	7
Tabela 2. Cele Grupy Agory związane z odpowiedzialnym biznesem w 2018 r.	7
Tabela 3. Formy dialogu z interesariuszami.....	8
Tabela 4. Wskaźniki zatrudnienia nowych pracowników oraz rotacji pracowników w podziale na grupy wiekowe i płeć	13
Tabela 5. System MyBenefit	14
Tabela 7. Powroty do pracy i retencja po urlopie rodzicielskim	14
Tabela 8. Akcja „Darmowe e-booki” w 2018 r. w Grupie Agora	15
Tabela 9. Fundusz biegowy.....	15
Tabela 10. Wypadki oraz nieobecność w pracy z podziałem na płeć.....	16
Tabela 11. Szkolenia wewnętrzne	17
Tabela 12. Pracownicy podlegający ocenie w Agorze.....	18
Tabela 13. Wynagrodzenia i świadczenia dla pracowników Grupy Agora	20
Tabela 14. Stosunek wynagrodzenia kobiet i mężczyzn w Grupie Agora* do średniego wynagrodzenia ogółu pracowników	20
Tabela 15. Pracownicy w podziale na kategorię zatrudnienia i płeć.....	23
Tabela 16. Pracownicy w podziale na kategorię zatrudnienia, wiek i płeć	23
Tabela 17. Pracownicy w podziale na kategorię zatrudnienia, wykształcenie i płeć	23
Tabela 18. Udział pracowników z niepełnosprawnościami	24
Tabela 19. Procent obcokrajowców w stosunku do liczby wszystkich pracowników	24
Tabela 20. Wskaźniki efektywności w ramach szybkości obrotów zobowiązań i należności oraz zapasów	31
Tabela 21. Zużycie energii elektrycznej w budynkach biurowych Grupy Agora	40
Tabela 22. Pobór wody oraz zużycie ścieków w budynkach biurowych Grupy Agora	40
Tabela 23. Cele środowiskowe w budynkach administrowanych przez Agorę w 2019 r.:	40
Tabela 24. Zużycie energii elektrycznej i ciepłej w drukarniach Agory w 2018 r.	41
Tabela 25. Pobór wody w drukarniach Agory w 2018 r.	42
Tabela 26. Udział materiałów z recyklingu w procesie produkcji	42
Tabela 27. Straty technologiczne papieru w procesie produkcji gazet, czasopismu	42
Tabela 28. Waga odpadów wytworzonych w budynkach administrowanych przez Agorę S.A.	42
Tabela 29. Waga odpadów wytworzonych w lokalizacjach Agory S.A.	43
Tabela 32. Struktura płci w organach nadzorujących i zarządzających w Agora S.A.	54
Tabela 33. Struktura właścicielska	54
Tabela 34. Mapa ryzyk niefinansowych	58
Tabela 35. Wydatki na reklamę w 2018 r.	62
Tabela 36. Średnie miesięczne rozpowszechnianie płatne ogólnopolskich dzienników w 2018 r.:.....	63
Tabela 37. Wydawcy – właściele witryn internetowych, z których korzysta najwięcej internatutów – wszystkie urządzenia	63
Tabela 41. Wyniki finansowe Agory S.A.....	67
Tabela 43. Średnia ocena pracowników w ankiecie dotyczącej Raportu odpowiedzialności za 2018 r.....	71
Tabela 44. Kluczowe kwestie i tematy poruszone w Raporcie Odpowiedzialności za 2018 r.:.....	72
Tabela 45. Wskaźniki GRI	73
Tabela 46. Spis dobrych praktyk w Raporcie Odpowiedzialności Grupy Agora za 2018 r.....	81

SPIS DOBRYCH PRAKTYK

W Raporcie Odpowiedzialności Grupy Agory za 2018 r. znalazło się 49 dobrych praktyk, czyli inicjatyw, akcji i działań, - przykładów konkretnych działań, które podejmowała Agora w poszczególnych obszarach odpowiedzialności. Ich spis znajduje się poniżej

Tabela 43. Spis dobrych praktyk w Raporcie Odpowiedzialności Agory za 2018 r.

STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO ODPOWIEDZIALNOŚCI	<ul style="list-style-type: none"> RAPORT ODPOWIEDZIALNOŚCI GRUPY AGORA ZA 2017 R.
MIEJSCE PRACY I PRAWA CZŁOWIEKA	<ul style="list-style-type: none"> AGORA „PRACODAWCĄ PRZYJAZNYM CZYTAJĄCYM” DARMOWE E-BOOKI NA WAKACJE I NA ŚWIĘTA „PRZECZYTANA? WYMIEN SIĘ!” „CHODŹ DO TEATRU” DWIE GODZINY DLA RODZINY AGOROWA STREFA KIBICA - AKCJA GAZETA.PL I SPORT.PL PROMOCJA ZDROWEGO STYLU ŻYCIA WŚRÓD PRACOWNIKÓW AGORY SZKOLENIE Z PIERWSZEJ POMOCY SZKOŁA REPORTERÓW „GAZETY WYBORCZEJ” „STANDARDY PRACY MENEDŻERA GAZETA.PL” AGORA POMYSŁÓW AGORA SYGNATARIUSZEM KARTY RÓŻNORODNOŚCI
ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC KLIENTÓW I DOSTAWCÓW	<ul style="list-style-type: none"> DIALOG Z KLIENTAMI DZIĘKI NOWEJ STRONIE BIURA REKLAMY GAZETA.PL FORMATY REKLAMOWE ZGODNE Z ZALECENIAMI COALITION FOR BETTER ADS W OFERCIE GAZETA.PL GAZETA.PL EDUKUJE BRANŻĘ REKLAMOWĄ W PROJEKCIE GAZETA.PL LAB PRENUMERATORZY CYFROWEJ „GAZETY WYBORCZEJ” WSPIERAJĄ CELE SPOŁECZNE I ORGANIZACJE POZARZĄDOWE „PRYVIT” – PIERWSZA BEZPŁATNA GAZETA DLA UKRAIŃCÓW WE WROCŁAWIU #ZWYKLINIEZWYKLI AND #MICRODOC VIDEO CYCLES BY WIDEO GAZETA.PL PROGRAM WIDEO WYBORCZA.PL „W POŻYCZONYCH GARNITURACH” NEWSMAVENS.COM – PIERWSZY EUROPEJSKI SERWIS TWORZONY WYŁĄCZNIE PRZEZ KOBIETY KAMPANIA „GAZETY WYBORCZEJ” „MÓJ PIERWSZY RAZ” NAGRODA FOTOGRAFICZNA „GAZETY WYBORCZEJ” IM. KRZYSZTOFA MILLERA ZA ODWAGĘ PATRZENIA „GAZETA WYBORCZA” JAKO WSPÓŁORGANIZATOR NAGRODY IM. RYSZARDA KAPUŚCIŃSKIEGO
WPŁYW SPOŁECZNY	<ul style="list-style-type: none"> CYKL „#JESTEM” ZESPOŁU WIDEO WYBORCZA.PL PLEBISCYT „POLKA STULECIA” REDAKCJI „WYSOKICH OBCASÓW” „KOBIETY NA MURY” – AKCJA „WYSOKICH OBCASÓW” „KOBIETY WIEDZĄ CO ROBIĄ” – AKCJA „WYSOKICH OBCASÓW” „WYBORCZA KOBIET” - SPECJALNE WYDANIE DZIENNIKA Z OKAZJI MIĘDZYNARODOWEGO DNIA KOBIET DŁUGOWIECZNI NA ŚLĄSKU „SPOTKAJMY SIĘ W POWIATOWEJ 17” - CYKL SPOTKAŃ „GAZETY WYBORCZEJ” W POWIECIE POZNAŃSKIM „GAZETA WYBORCZA” SPRAWDZA WIEDZĘ CZYTELNIKÓW O WARSZAWIE, METROPOLII TRÓJMIEJSKIEJ I WROCŁAWIU „ADOPTUJ PSZCZOŁĘ” – AKCJA PORTALU GAZETA.PL I GREENPEACE POLSKA „WYBORCZA NA ŻYWO” „JUTRONAUCI” – KONKURS BILET ZA HORYZONT” „MATEMATYKA SIĘ LICZY” – FESTIWAL EDUKACYJNY „GAZETY WYBORCZEJ” FAMILY FEST PRZYGOTOWANY PRZEZ EDZIECKO.PL (GAZETA.PL) I CO JEST GRANE 24 „ODWAŻ SIĘ” - AKCJA KATOWICKIEJ „GAZETY WYBORCZEJ” „UWAGA, WAKACJE!” – „GAZETA WYBORCZA” I WOŚP UCZĄ UDZIELAĆ PIERWSZEJ POMOCY „JEM, KUPUJĘ, MYŚLĘ, NIE MARNUJĘ” - DEBATA „GAZETY WYBORCZEJ” „GAZETA WYBORCZA” NA ŚWIATOWY DZIEŃ POEZJI UNESCO CENTRUM PREMIER CZERSKA 8/10 MEDIA GRUPY AGORA WSPIERAJĄ WOŚP TYDZIEŃ DOBREGO SERCA – ŚWIĄTECZNA AKCJA PORTALU GAZETA.PL WYDAWNICTWO AGORA I KARIMSKI CLUB PRZYGOTOWAŁY CHARYTATYWNĄ PŁYTĘ DLA DZIECI CHARYTATYWNY AUDIOBOOK „NAJPIĘKNIEJSZE BAŚNIE ŚWIATA” NA PUBLIO.PL „GAZETA WYBORCZA” CHARYTATYWNIE Z OKAZJI DNIA DZIECKA FABRYKA ŚW. MIKOŁAJA „GAZETY WYBORCZEJ”
ŁĄD KORPORACYJNY	<ul style="list-style-type: none"> AGORA Z PRESTIŻOWYMI NAGRODAMI ZA KOMUNIKACJĘ Z RYNKIEM KAPITAŁOWYM
NAGRODY I OSIĄGNIĘCIA	<ul style="list-style-type: none"> „HARMONY. SMARTER READER’S JOURNEY” DIGITAL NEWS INITIATIVE