DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

Planując i wdrażając działania z zakresu CSR, bierzemy pod uwagę istotność danego zagadnienia oraz jego zgodność ze strategią Grupy Agora i Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDG's). Ważny jest dla nas też głos naszego otoczenia, czyli informacje i opinie przekazywane przez interesariuszy Grupy w ramach różnorodnych form dialogu.

Bezpośredniość i dwustronność to zasady dialogu przyjęte przez Grupę Agora. Dążymy również do systematycznego kontaktu ze wszystkimi grupami interesariuszy. Wyzwaniem wciąż pozostaje jednak cykliczność i sformalizowanie narzędzi wykorzystywanych do poznawania potrzeb i opinii interesujących nas grup.

Zidentyfikowane grupy interesariuszy oraz realizowane formy dialogu

Grupa interesariuszy	Podmioty wchodzące w skład grupy	Formy dialogu/typ zaangażowania grupy	Częstotliwość
PRACOWNICY	• Obecni pracownicy • Współpracownicy • Praktykanci i stażyści • Potencjalni pracownicy	• Komunikacja wewnętrzna (intranet, mailingi, newsletter, ankiety) • Konsultacje z przedstawicielami pracowników (Rada pracowników, organizacje związkowe) • Rozmowy rozwojowe • Szkolenia i spotkania dla pracowników • System zgłaszania nieprawidłowości (Linia Etyki i inne kanały) • Cykliczne spotkania z zarządem • Ankiety dla uczestników procesów rekrutacyjnych • Media społecznościowe	Bieżąca i cykliczna komunikacja
KLIENCI	• Klienci indywidualni (odbiorcy, czytelnicy, widzowie, słuchacze, internauci) • Klienci instytucjonalni	• Internetowa strona korporacyjna (informacje, aktualności, newsletter) • Biuro Obsługi Klienta oraz inne kanały komunikacji e-mailowej i telefonicznej • Badania opinii użytkowników serwisów internetowych • Testy nowych produktów i usług • Dyżury reporterskie (media) • Media społecznościowe	Bieżąca komunikacja Badania opinii i testy – według potrzeb
KONKURENCJA	• Podmioty z rynku reklamy • Podmioty z rynku mediów (prasa, radio, internet) • Podmioty z rynku kinowego i filmowego • Podmioty z rynku gastronomicznego	• Spotkania i inicjatywy branżowe • Informacje prasowe • Wspólne inicjatywy i projekty	W zależności od potrzeb
AKCJONARIUSZE I INWESTORZY, BIURA MAKLERSKIE	• Akcjonariusze • Inwestorzy indywidualni i instytucjonalni • Analitycy biur maklerskich • Uczestnicy rynku kapitałowego • Agencje ratingowe	• Raporty bieżące i okresowe • Cykliczne spotkania dla analityków i inwestorów • Walne Zgromadzenia Akcjonariuszy • Internetowa strona korporacyjna • Newsletter • Dedykowany punkt kontaktowy (e-mailowy i telefoniczny) • Mobilna wersja serwisu relacji inwestorskich • Konferencje zewnętrzne oraz spotkania indywidualne • Investor feedback – ankieta dla inwestorów • Media społecznościowe	Zgodnie z wymogami dla spółek notowanych na GPW (sprawozdawczość finansowa - raz na kwartał, bieżąca komunikacja, WZA – co najmniej raz w roku, spotkania indywidualne - w zależności od potrzeb)
PARTNERZY BIZNESOWI	• Reklamodawcy • Dystrybutorzy • Organizacje i stowarzyszenia branżowe	• Korporacyjna strona internetowa • Dedykowany punkt kontaktowy (e-mailowy i telefoniczny) • Spotkania w ramach organizacji i stowarzyszeń branżowych oraz angażowanie się we wspólne projekty	Bieżąca komunikacja, pozostałe według potrzeb
DOSTAWCY	• Dostawcy produktów i usług • Podwykonawcy	• „Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory” • Bezpośrednie relacje	W zależności od potrzeb
MEDIA	• Media ogólnopolskie i branżowe	• Bezpośrednie relacje • Konferencje i inne wydarzenia dedykowane mediom • Mobilna wersja serwisu biura prasowego • Informacje prasowe • Wypowiedzi w mediach, komentarze, opinie • Media społecznościowe	Bieżąca i cykliczna komunikacja oraz w zależności od potrzeb
ADMINISTRACJA PUBLICZNA I REGULATORZY	• Sejm i senat • Rada Ministrów • Rada Mediów Narodowych • UOKiK, KRRiT, UKE • UODO	• Konsultacje publiczne • Konferencje i wydarzenia branżowe • Odpowiedzi na zapytania	W zależności od potrzeb
ORGANIZACJE SPOŁECZNE	• Przedstawiciele społeczności lokalnych • Fundacje • Organizacje społeczne i pozarządowe • Instytucje kultury	• Internetowa strona korporacyjna • Wspólne projekty i inicjatywy • Spotkania i inicjatywy zewnętrzne • Działalność fundacji korporacyjnych • Media społecznościowe	W zależności od potrzeb

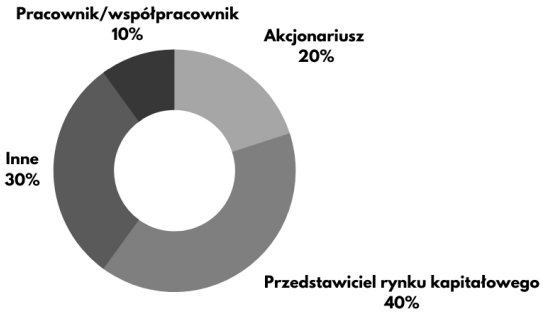
Wyniki ankiety dla interesariuszy dotyczącej działań CSR Agory

W ramach przygotowań do publikacji niniejszego Raportu powstała ankieta dotycząca zagadnień objętych raportowaniem oraz strategii CSR Grupy Agora. Ankieta została skierowana do pracowników Agory, a także akcjonariuszy, inwestorów, uczestników rynku kapitałowego, analityków oraz przedstawicieli mediów. Dodatkowo, spółka udostępniła ją na internetowej stronie korporacyjnej, dzięki czemu mógł się w niej wypowiedzieć każdy, kto jest zainteresowany działalnością Grupy Agora i śledzi jej aktywność.

Wśród obszarów wskazywanych jako istotne dominowały:

Wyniki ankiety dla interesariuszy dot. działań CSR Agory*

Grupa interesariuszy:



Najbardziej istotny obszar związany z CSR w działalności Grupy Agora

1. Czynniki ekonomiczne i zarządzanie
2. Kwestie społeczno-pracownicze
3. Kwestie środowiskowe

Obszar "Wyniki ekonomiczne i zarządzanie" - najważniejsze aspekty:

- 70% Wyniki ekonomiczne
- 40% Pozycja na rynku lokalnym
- 40% Przeciwdziałanie korupcji

Obszar "społeczno-pracowniczy" - najważniejsze aspekty:

- 50% Zatrudnienie
- 40% Stosunki między pracownikami a kadrą zarządzającą
- 40% Przestrzeganie przepisów dot. praw człowieka

Obszar "środowiskowy" - najważniejsze aspekty:

- 70% Zużycie energii
- 50% Wykorzystanie surowców i materiałów
- 40% Odpady

*w ankiecie udział wzięło 10 interesariuszy

Szczegółowe wyniki ankiety znajdują się w części ***O Raporcie***.