

## **PROJEKTY PROŚRODOWISKOWE**

W wyniku postępujących zmian klimatu media i marki Agory w 2020 r. zrealizowały kilkadziesiąt **inicjatyw na rzecz środowiska** poprzez **kampanie społeczne, nowe inicjatywy** biznesowe czy **podjęmowane partnerstwa**. Przykłady projektów tych prezentujemy poniżej. *Aby dowiedzieć się więcej na temat każdego z nich, wystarczy kliknąć w jego tytuł.*

### **Gazeta.pl**



**Gazeta.pl** deklarując chęć bycia najbardziej zielonym medium w Polsce w 2020 r. uruchomiła osobny serwis **Zielona.Gazeta.pl** poświęcony tylko i wyłącznie ekologii oraz zmianom klimatycznym. Można w nim znaleźć m.in. artykuły z serii **„Piątki dla klimatu”**, **„Ludzie w klimacie”**, **„Moto 2030”** czy **„Haps Zero Waste”**, a także eksperckie materiały dotyczące zmian klimatycznych, ekologii oraz problemów środowiskowych.

Zespół Gazeta.pl w ramach swoich działań na rzecz klimatu od lat inicjuje i wspiera projekty poruszające zagadnienia związane ze środowiskiem naturalnym i ekologią. W roku 2020 r. była to m.in. autorska kampania **„#Wakacje2050”**, akcja **„Daj kosza śmieciom”** oraz partnerstwo w inicjatywnie **„Adoptuj pszczołę”** Greenpeace Polska czy **„Chłopi 2050”** Storytel.

W minionym roku odbyła się również pierwsza edycja akcji **„Reklama dla klimatu”**, w ramach której za symboliczną złotówkę na stronie głównej portalu prezentowane były kampanie przedsiębiorstw, które charakteryzują się proekologiczną postawą i podejmują działania na rzecz środowiska. Akcja dla klientów reklamowych będzie

kontynuowana również w 2021 r.

## „Gazeta Wyborcza”



„Gazeta Wyborcza” co roku coraz więcej uwagi poświęca tematom związanym z ekologią i kryzysem klimatycznym oraz zachęca swoich czytelników do wykazywania bardziej prośrodowiskowych postaw. Na początku 2019 r. ruszył projekt **„Wyborcza na zielono”** – od tego czasu we wszystkich sekcjach dziennika ukazują się teksty poświęcone m.in. zmianom klimatycznym błyskawicznie postępującym, także w Polsce. W 2020 r. „Gazeta Wyborcza” podjęła szereg działań w temacie globalnego ocieplenia. Przykładowo tworząc specjalną infografikę analizującą **globalne zmiany klimatyczne**, czy publikując **specjalnego plakatu** prezentującego gatunki zwierząt, które w latach 2017-2019 zniknęły z powierzchni Ziemi oraz listę tych, które mogą przestać istnieć w nadchodzącej dekadzie.

W czerwcu 2020 r. redakcja rozpoczęła projekt środowiskowy **„JednaPlaneta.JednoŻycie - patrzymy w przyszłość, ale działamy tu i teraz”**. To cykl, w którym dziennikarze, powołując się na wiarygodne i rzetelne wyniki badań oraz opinie ekspertów, piszą o katastrofie klimatycznej. Jednocześnie szukają oni rozwiązań, które pojedynczy człowiek, duża organizacja czy samorząd mogą wdrożyć, aby sprostać środowiskowym wyzwaniom, z jakimi przychodzi nam się mierzyć – zarówno w skali globalnej, jak i lokalnej. Tematem pierwszej części projektu **„JednaPlaneta.JednoŻycie”** były: woda i wyzwania środowiskowe z nią związane. W kolejnej odsłonie cyklu, która rozpoczęła się w listopadzie, tematem przewodnim zostało powietrze. Dziennikarze „Gazety Wyborczej” wspólnie z ekspertami wyjaśniają w nim m.in. zapisy Zielonego Nowego Ładu Unii Europejskiej, czyli najważniejszego w ostatnich dekadach projektu ekologicznego w Europie, a także prezentują rozwiązania, dzięki którym każdy może przyczynić się do zmniejszenia emisji dwutlenku węgla do atmosfery. Projekt będzie realizowany również w 2021 r.

## AMS



AMS od lat podejmuje szereg działań proekologicznych m.in. wprowadzając nośniki OOH przyjazne środowisku. W lipcu 2020 r. dzięki ekologicznej inicjatywie AMS i Grupy MTP w Poznaniu powstał **pierwszy w Polsce system zielonych dachów na wiatkach przystankowych**. Zielone przystanki, należące do zespołu City Marketingu Grupy MTP, których operatorem na mocy podpisanej z Grupą MTP umowy jest AMS, są niezwykle istotnymi dla miejskiej infrastruktury rozwiązaniami typu nature-based solutions. Inspirowane naturą i wydajne ekonomicznie, dostarczają równocześnie korzyści natury ekologicznej, ekonomicznej i społecznej, a także wspierają adaptację do zmian klimatu. Docelowo w Poznaniu zazielenią się dachy przystanków zlokalizowanych w najbardziej zurbanizowanych miejscach.

Natomiast w sierpniu 2020 r. AMS wprowadził do swojej oferty wspomniany już **system eko wiat** - w całości pokrytych zielonym dachem i przyjaznych dla ptaków. Pierwszym klientem, który współtworzył zielone rozwiązania na dachach przystanków, była ŠKODA. Więcej na ich temat można przeczytać w punkcie **Reklama zewnętrzna** niniejszego rozdziału.

## Media Agory na rzecz przeciwdziałania zmianom klimatu

Media Agory włączają się w szeroką, ogólnopolską i wielosektorową współpracę na rzecz przeciwdziałania zmianom klimatycznym. Są to m.in.:



		
<p>„Gazeta Wyborcza” wraz z ponad 170 redakcjami z całego świata tworzy „<b>Covering Climate Now</b>” - deklarację zaangażowania mediów w kwestie klimatyczne i światowe działania na rzecz klimatu w ramach Młodzieżowego Strajku Klimatycznego.</p>	<p><b>Gazeta.pl</b> od lat współpracuje z <b>Greenpeace Polska</b> poprzez partnerstwo i promowanie działań organizacji mających na celu zwrócenie uwagi opinii publicznej i decydentów na najważniejsze problemy ekologiczne Polski i świata.</p>	<p>Od lutego 2019 r. czytelnicy 20 lokalnych wydań „<b>Gazety Wyborczej</b>” mogą znaleźć w dzienniku prognozę jakości powietrza na dany dzień. Szczegółowe dane dostarcza firma <b>Airly</b>, dysponująca siecią ponad 2 tys. innowacyjnych czujników stanu powietrza. Dodatkowo, na budynku warszawskiej siedziby Agory zainstalowaliśmy czujnik smogu. Dzięki niemu możemy sprawdzić jakość powietrza w najbliższej okolicy.</p>

## Zachęcanie pracowników Agory do proekologicznych działań



## **RAPORT ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA ROK 2020 GRUPY AGORA S.A. ORAZ SPÓŁKI AGORA S.A.**

W Agorze na co dzień przykładamy wagę do działań na rzecz środowiska. Wierzymy, że nawet najmniejsze działanie ma znaczenie. Dlatego tematy proekologiczne są regularnie komunikowane wśród pracowników - m.in. jako newslettery oraz w intranecie. Ponieważ w roku 2020 większość pracowników, która mogła pracować zdalnie, nie pojawiała się w biurze, promowanie ekologicznych postaw odbywało się głównie w formie wewnętrznego newslettera. Prócz tego na terenie warszawskiego budynku Agory kontynuowane były dotychczasowe prośrodowiskowe działania jak m.in.:

- rozwieszone plakaty w warszawskiej siedzibie Agory przypominające pracownikom o możliwym oszczędzaniu energii oraz piciu wody z kranu (woda w Agorze jest zdatna do picia, certyfikowana przez [firmę Watersystem](#));
- zbiórka zużytych baterii i żarówek;
- możliwość przyjazdu do pracy przyjaznym środowisku środkiem transportu m.in. rowerem - do dyspozycji pracowników jest parking rowerowy oraz [stacja Veturilo](#).