

BIZNES ZAANGAŻOWANY SPOŁECZNIE

Działania społeczne Grupy Agora w dużej mierze odbywają się dzięki zaangażowaniu czytelników i odbiorców, pracowników oraz społeczności lokalnych w projekty bezpośrednio wspierające organizacje społeczne oraz promocję filantropii i dobroczynności. W ramach produktów oferowanych w Grupie są też takie, których społeczny cel jest związany z ważnymi dla społeczeństwa problemami, kwestiami i tematami.

Deklaracja na nowe czasy Gazeta.pl

Inicjatywą, na która wpływ miała m.in. pandemia COVID-19, była **„Deklaracja Gazety.pl na nowe czasy”**. **Gazeta.pl** jako pierwsze medium w Polsce w obliczu nasilających się w 2020 r. kryzysów: zdrowotnego, gospodarczego, politycznego oraz klimatycznego opublikowała **deklarację** zobowiązując się do wsparcia swoich czytelników w dostępie do rzetelnych informacji zdobytych u źródła i kierować się bezpośrednio do ekspertów: lekarzy, ekonomistów i innych specjalistów, którzy współpracują z portalem.



Oprócz obietnicy przygotowywania rzetelnych i sprawdzonych wiadomości, Gazeta.pl w 2020 r. opisywała bieżące problemy i angażowała się w ważne sprawy społeczne. Przykładem prowadzonych działań jest m.in. zbiórka **„Pomóżmy wspólnie Bejrutowi!”**, którą portal zainicjował po sierpniowej eksplozji w Bejrucie. Dzięki wsparciu internautów portalowi **udało się zebrać kwotę 100 tys. zł** i przekazać ją Polskiemu Centrum Pomocy Międzynarodowej, która niosła pomoc poszkodowanym. Redakcja portalu od czasu wybuchu pandemii angażuje się także w akcje pomocowe na rzecz chorych na COVID-19, np. w kwietniu wraz z czytelnikami **ufundowała respirator dla szpitala w Suchej Beskidzkiej**.

1 stycznia 2021 r. została opublikowana **„Deklaracja redakcyjna Gazeta.pl 2021”**, w którym redakcja w najbliższym roku zobowiązała się skupić szczególnie na **obronie praw kobiet i walce z nierównościami społecznymi** oraz działać na rzecz **ochrony środowiska**.

Media Agory wsparły Strajk Kobiet



Media Agory do wspólnej walki o równość i prawa człowieka włączają czytelników i słuchaczy, angażując ich do konkretnych przedsięwzięć. Po wybuchu ogólnopolskich protestów wywołanych orzeczeniem Trybunału Konstytucyjnego w sprawie zaostżenia prawa aborcyjnego pod koniec października 2020 r. media Agory zainicjowały akcje pomocowe oraz wyrażające solidarność z organizatorami i uczestnikami demonstracji. „Gazeta Wyborcza” i „Wysokie Obcasy” w ramach **specjalnej akcji sprzedaży prenumerat cyfrowych** zebrały **674 288 złotych** na wsparcie Ogólnopolskiego Strajku Kobiet. Zgromadzone środki zostały przekazane m.in. na pomoc osobom szykanowanym za udział w protestach. **Radio TOK FM** również zachęcało swoich słuchaczy do wsparcia walki o prawa kobiet poprzez **zakup subskrypcji TOK FM Premium**, z której całość przychodu została przekazana na rzecz Centrum Praw Kobiet. Stacja relacjonowała wydarzenia w całym kraju oraz zapraszała słuchaczy do dyskusji na antenie. Prócz tego w ramach gestu wsparcia **portal Gazeta.pl**, Radio TOK FM, serwisy Wyborcza.pl i Wysokieobcasy.pl dołączyły do swoich logotypów symbol strajku - czerwoną błyskawicę.

#AMSwspieraKulturę

W maju 2020 r. AMS rozpoczął akcję **„#AMSwspieraKulturę”** - specjalną ofertę dla instytucji kultury, takich jak m.in. teatry, muzea, kina, wydawnictwa, czy opery. M.in. w ten sposób od lat AMS wspiera branżę kultury w kampaniach informacyjnych oferując wyjątkowe rabaty na korzystanie zarówno z klastycznych jak i digitalowych nośników oferowanych przez spółkę Grupy Agora.



Media i marki Agory wsparły 28. edycję WOŚP



W styczniu 2020 r. „Gazeta Wyborcza”, **Gazeta.pl**, **Helios**, **Radio TOK FM** i **Rock Radio** oraz inne **marki Agory po raz kolejny wsparły Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy**. Organizacja podczas 28. finału zbierała środki na zapewnienie najwyższych standardów diagnostycznych i leczniczych w dziecięcej medycynie zabiegowej. Media i marki Agory w tym celu organizowały aukcje internetowe, zbierając pieniądze do wirtualnych puszek oraz relacjonując przebieg finału.

Dodatkowo, redakcja portalu **Gazeta.pl** na żywo relacjonowała przebieg finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy i – podobnie jak w 2019 roku – dokładnie tydzień po finale zorganizowała akcję **#JedenDzieńDłużej**. Zachęcała w niej internautów do dalszego wspierania WOŚP, m.in. poprzez wyjątkowe aukcje i zbiórkę pieniędzy na Facebooku pod hasłem „**#JedenDzieńDłużej dla WOŚP**”.

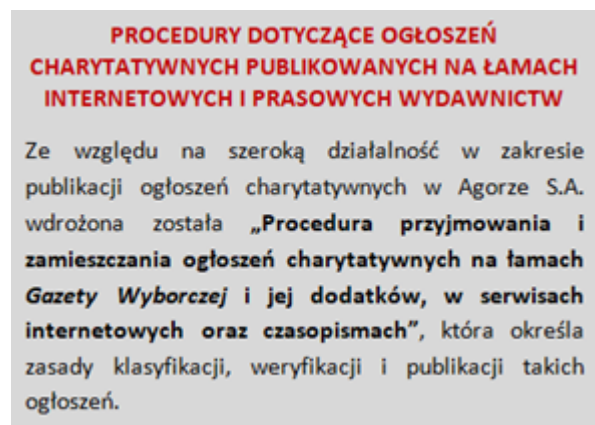
Łącznie dzięki akcjom mediów i marek z Grupy Agora udało się zebrać **ponad 150 tysięcy złotych**.

Produkty i usługi dla różnorodnych grup odbiorców

Spółki Grupy Agora szukają również rozwiązań, które mają zapewnić dostęp do ich produktów i usług jak najszerszemu gronu odbiorców – szczególnie **grupom wrażliwym i wykluczonym**. W tym celu m.in. w marcu 2020 roku ruszyła nowa sekcja **Wyborcza.pl**

pod hasłem **News from Poland**, która powstała z myślą o cudzoziemcach przebywających w Polsce oraz osobach niepolskojęzycznych zainteresowanych wydarzeniami w naszym kraju. Znajdą oni w tym miejscu materiały poradnikowe dotyczące m.in. zasad bezpieczeństwa w czasie pandemii koronawirusa, a także artykuły poświęcone bieżącym wydarzeniom w Polsce - wszystkie w języku angielskim.

Ogłoszenia charytatywne na łamach mediów Agory



Od 1998 r. na łamach swoich mediów Agora nieodpłatnie publikuje informacje o kampaniach społecznych, apele i ogłoszenia charytatywne o wsparciu chorych dzieci oraz komunikaty o osobach zaginionych. W 2020 r. na łamach „**Gazety Wyborczej**” i jej dodatków pojawiło się ok. **170 materiałów wspierających cele 21 organizacji pozarządowych i ośrodków pomocy**. Na portalu **Gazeta.pl** corocznie od 2015 r. ukazują się apele wspierające zbiórki dla chorych dzieci - w 2020 r. było ich **52**.

Podobne wsparcie oferuje **Grupa Radiowa Agory**, nieodpłatnie emitując informacje o akcjach społecznych i zbiórkach charytatywnych we wszystkich swoich rozgłośniach - **Radiu Pogoda, Radiu Złote Przeboje, Rock Radiu i Radiu TOK FM**. W ten sposób w 2020 roku **udało się jej wesprzeć 21 organizacji** i zaoferować im czas antenowy o cennikowej wartości ponad **18 500 000 złotych netto**.

Polityka działań społeczno-sponsoringowych

Podejmowane przez nas działania społeczne reguluje „**Polityka działań społeczno-sponsoringowych Grupy Agora**” przyjęta przez zarząd spółki w 2016 r. po uwzględnieniu oczekiwań interesariuszy. Cele postawione w dokumencie nawiązują do **Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (Agenda 2030)** oraz spełniają normy społecznej odpowiedzialności **ISO 26000**.

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;

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

- troska o innych wyrażająca się w akcjach charytatywnych i pomocowych.

Działania społeczno-sponsoringowe Grupy Agora są również wyrazem troski o losy regionów, w których funkcjonuje Grupa, jako miejsc, gdzie warto mieszkać, pracować i realizować plany.

Z treścią dokumentu można zapoznać się

na stronie: www.agora.pl/polityka-dzialan-spoeczno-sponsoringowych-w-grupie-ago-ra.