

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

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

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 - Dyzury 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 REGULATORY	- 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 pracowników dot. działań CSR Agory*

Najistotniejsze według pracowników obszary przedstawione w ramach strategicznego podejścia do odpowiedzialności:

72%

Rozwijanie kompetencji pracowników poprzez szkolenia i plany rozwojowe

71%

Kształtowanie postaw obywatelskich i dbałość o prawa człowieka

57%

Dążenie do prowadzenia działalności neutralnej klimatycznie i inicjowanie projektów ekologicznych

47%

Troska o innych wyrażająca się w akcjach charytatywnych i pomocowych

47%

Raportowanie informacji niefinansowych i transparentność firmy

Cele Agendy 2030 ONZ (SDG), w których realizację powinna szczególnie włączyć się Grupa Agora zdaniem pracowników:



Osiągnąć równość płci oraz wzmocnić pozycję kobiet i dziewcząt



Promować stabilny, zrównoważony i inkluzywny wzrost gospodarczy, oraz godną pracę dla wszystkich ludzi



Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom

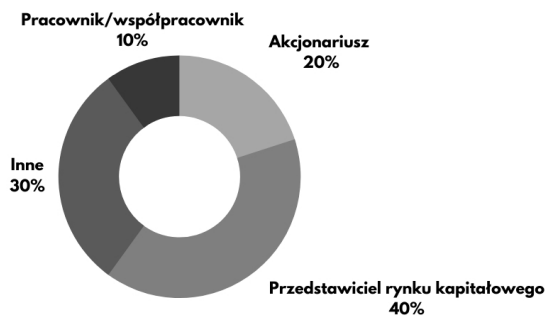


Promować pokojowe i inkluzywne społeczeństwa oraz budować skuteczne i odpowiedzialne instytucje

*w ankiecie udział wzięło 60 pracowników Grupy Agora

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**.