

Raport ESG za rok 2021

**Grupy Agora S.A. oraz
spółki Agora S.A.**

24 marca 2022 r.

SPIS TREŚCI

LIST PREZESA ZARZĄDU AGORY S.A	3
I. KIM JESTEŚMY?	4
1.1 Profil działalności.....	4
1.2 Struktura Grupy Agora	7
1.3 Członkostwo w organizacjach branżowych	7
1.4 Nagrody i wyróżnienia.....	8
1.5 Zarządzanie ryzykiem niefinansowym w Grupie Agora.....	9
1.6 Ład korporacyjny i struktura nadzorcza.....	12
1.7 Rozpoczęcie prac nad strategią Grupy Agora na lata 2023-2027	16
1.8 Wyniki finansowe Grupy Agora w roku 2021	16
1.9 Zgodność z Taksonomią UE.....	18
II. ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ W GRUPIE AGORA	22
2.1 Kluczowe obszary wpływu	22
2.2 Struktura Grupy Agora	23
2.3 Najistotniejsze zagadnienia ESG w Agorze	24
2.4 Nasze zobowiązania z 2021 i cele na 2022 r.....	28
2.5 Etyka i Prawa człowieka	30
2.6 Firma godna zaufania.....	35
III. ŚRODOWISKO NATURALNE I PRZECIWDZIAŁANIE ZMIANOM KLIMATU	43
3.1 Polityka środowiskowa i klimatyczna w Agorze.....	43
3.2 Wpływ działalności Grupy Agora na klimat	44
3.3 Dane środowiskowe Grupy Agora za 2021 r.	45
3.4 Analiza ryzyk, zagrożeń i szans klimatycznych	52
3.5 Realizacja celów środowiskowych Grupy Agora w 2021 r. oraz plany na 2022 r.....	53
3.6 Projekty prośrodowiskowe mediów i marek Agory w 2021 r.....	59
IV. MIEJSCE PRACY.....	60
4.1 Zatrudnienie i warunki pracy w Grupie Agora	60
4.2 Różnorodność w Grupie Agora	68
4.3 Równość dla wszystkich	70
4.4 Szkolenia i rozwój	71
4.5 Zdrowie i bezpieczne miejsce pracy.....	73
4.6 Organizacje związkowe i poszanowanie prawa wolności do zrzeszania się.....	74
4.7 Dbamy o work-life balance	75
4.8 Komunikacja z pracownikami.....	76
V. ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I RELACJE Z OTOCZENIEM.....	77
5.1 Biznes zaangażowany społecznie.....	77
5.2 Organizacje społeczne w Grupie Agora	77
5.3 Projekty i inicjatywy społeczne.....	79
VI. INFORMACJE O RAPORCIE.....	82
6.1 Istotne zmiany w raportowanym okresie	82
6.2 Proces definiowania i lista istotnych zagadnień ESG.....	83
6.3 Tabele zgodności	86
 Kontakt w sprawie raportu	 92

LIST PREZESA ZARZĄDU AGORY S.A.

[GRI 2-22]



Szanowni Państwo!

Ostatnie 2 lata to czas olbrzymiej niepewności zarówno w życiu każdego z nas, jak i przedsiębiorstw, w których pracujemy. Dlatego też teraz - bardziej niż kiedykolwiek - pojęcie „społeczna odpowiedzialność biznesu” nabiera nowego wymiaru.

Coraz mocniej odczuwalne zmiany klimatu, skutki pandemii COVID-19, systematyczne ataki na demokratyczne wartości w Polsce, w tym przede wszystkim rosnąca liczba represji wobec niezależnych mediów, determinowały naszą rzeczywistość w ostatnich miesiącach. W 2021 r. podjęliśmy starania, aby idea zrównoważonego rozwoju miała wpływ na każdy obszar działalności Agory. Wsłuchaliśmy się w głosy naszych pracowników oraz interesariuszy zewnętrznych i wspólnie, na podstawie **Badania istotności**, zdefiniowaliśmy priorytetowe zagadnienia ESG, które uwzględnimy w naszych działaniach w najbliższych latach. Jedną z kluczowych kwestii są zmiany klimatu. Aby zmierzyć się z tym zagadnieniem, **obliczyliśmy ślad węglowy** generowany przez Agorę S.A. i całą Grupę, co pozwoli nam dokładnie określić nasze oddziaływanie na środowisko. To niezbędne, by wypracować plan działań na rzecz minimalizowania wpływu Grupy Agora na zmiany klimatu. Podstawą do tego będą wnioski z przeprowadzonej w minionym roku **analizy szans, zagrożeń i ryzyk klimatycznych**. To nasz drogowskaz w pracach nad „**Polityką środowiskową i klimatyczną**”. Prócz tego w niniejszym raporcie znajdą Państwo informacje dotyczące działalności Grupy Agora wyszczególnionej w tzw. **unijnej Taksonomii** – to kolejny krok na drodze do efektywniejszego podejmowania decyzji biznesowych zrównoważonych środowiskowo.

Rok 2021 był drugim z rzędu, w którym mierzyliśmy się ze skutkami pandemii COVID-19. Jej wybuch uniemożliwił nam realizację założeń biznesowych określonych w strategii na lata 2018-2022. Dlatego w 2022 r. chcemy stworzyć nowy plan dla Grupy Agora na lata 2023-2027, którego integralną częścią będą jasno sprecyzowane cele ESG. Społeczna odpowiedzialność biznesu od zawsze jest w DNA Agory, której powstanie wiązało się zapewnieniem dostępu do rzetelnej i sprawdzonej informacji, budową społeczeństwa obywatelskiego oraz ochroną wartości demokratycznych. Przez ponad 32 lata funkcjonowania Agory nasze wartości nie zmieniły się, inny jest jednak świat, zmieniła się też skala prowadzonej przez nas działalności. Dzisiaj jako silna grupa medialno-rozrywkowa czujemy pełną odpowiedzialność za to, aby kontynuować leżącą u podstaw firmy misję i sprostać wyzwaniom współczesności dzięki wykorzystaniu pełnego potencjału naszej organizacji.

Rok 2022 będzie zatem dla Grupy Agora czasem wyjątkowej pracy i wielu nowych działań z obszaru ESG. Zdajemy sobie sprawę, jak trudne to zadanie. Jesteśmy jednak zdeterminowani, aby przyczynić się do budowy zrównoważonego świata o demokratycznych wartościach. Szczególnie teraz zyskuje to na znaczeniu. Od 24 lutego 2022 r. trwa napaść, Rosji na Ukrainę i na demokratyczny porządek świata. Jesteśmy świadkami pogwałcenia wszelkich zasad prawa międzynarodowego oraz praw człowieka. Od dnia wybuchu konfliktu angażujemy się w pomoc Ukrainie i relacjonujemy przebieg wojny oraz jej konsekwencje dla obywateli Ukrainy i całej Europy, tak aby prawda o tych wydarzeniach i skala dramatu rozgrywającego się tuż za naszą granicą dotarła do całego świata.

Bartosz Hojka
prezes zarządu Agory S.A.

Część I Kim jesteśmy?

Powstanie Agory S.A. łączyło się z ważną misją, jaką było zapewnienie każdemu Polakowi i Polce dostępu do niezależnego źródła informacji, dążenie do prawdy, chęć tłumaczenia wydarzeń w Polsce i na świecie oraz przedstawiania ich wpływu na życie każdego obywatela a także walka o równość i prawa człowieka. Dlatego od początku istnienia naszej organizacji **nieustannie włączamy się w budowę społeczeństwa obywatelskiego, wspieramy instytucje stojące na straży wolności mediów i demokracji, nagłaśniamy ważne sprawy społeczne i inicjujemy działania na rzecz środowiska.** Do podstawowych wartości przyświecających naszej działalności należą **transparentność, otwartość i dialog, budowanie trwałych relacji z otoczeniem oraz promowanie różnorodności** w społeczeństwie i miejscu pracy. Niniejszy raport ESG jest sprawozdaniem z realizacji tych deklaracji w 2021 r.

1.1. PROFIL DZIAŁALNOŚCI

[GRI 2-1, GRI 2-2]
[UoR: art. 49b ust. 2 pkt.1]

Agora S.A. od 1999 r. jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, a od ponad 30 lat funkcjonuje na rynku mediów. Działalność spółki rozpoczęła się w 1989 r. wraz z wydaniem pierwszego numeru ogólnopolskiego dziennika „Gazeta Wyborcza”, który do dziś jest jedną z popularniejszych gazet codziennych w kraju. Aktualny stan akcjonariatu spółki jest publikowany na internetowej stronie korporacyjnej Agory i dostępny pod adresem: www.agora.pl/akcje-i-akcjonariat.

Główna siedziba Agory znajduje się w Warszawie, natomiast działalność operacyjna rozproszona jest w wielu miastach Polski, głównie za sprawą rozbudowanej sieci kin Helios, rozwijającej się sieci lokali marki Pasibus oraz lokalnych redakcji „Gazety Wyborczej”.

Obecnie Agora i jej spółki zależne tworzą Grupę Agora prowadzącą działalność biznesową w następujących segmentach:

1.1.1. FILM I KSIĄŻKA



Od 2010 r., czyli chwili nabycia spółki Helios S.A., Agora rozwija swoją działalność kinową i filmową. Spółka jest właścicielem **sieci kin Helios** – największej w Polsce pod względem liczby obiektów sieci multipleksów, która cieszy się uznaniem tysięcy kinomanów. Helios to obecnie 52 nowoczesne kina, 291 ekranów, 15 sal Helios Dream i łącznie prawie 55 tys. miejsc (dane na koniec 2021 r.).



Natomiast poprzez firmę **NEXT FILM** Agora angażuje się w dystrybucję i produkcję filmową – do tej pory wprowadziła na ekrany kin wiele polskich i zagranicznych tytułów, a także wspierała powstanie kilkunastu rodzimych produkcji. W 2021 r. dzięki NEXT FILM do kin trafiły m.in. filmy: **„Bo we mnie jest seks”** Katarzyny Klimkiewicz, **„Czarna owca”** Aleksandra Pietrzaka czy **„Teściowie”** Kuby Michalczuka. Spółka udostępnia również filmy ze swojego portfolio w innych kanałach

dystrybucyjnych – na platformach VOD, m.in. Netflix.



Agora aktywnie wspiera również polskich twórców: pisarzy, publicystów, reportażystów, muzyków oraz filmowców. W naturalny sposób spółka rozwinęła swoją działalność wydawniczą – **Wydawnictwo Agora**, funkcjonujące od ponad 15 lat. To obecnie uznany polski wydawca specjalizujący się w literaturze faktu i biografii, choć w ofercie nie brakuje także książek historycznych, poradników, wywiadów, a także literatury pięknej, gatunkowej oraz popularnej.

Wydawnictwo Agora jest też polskim wydawcą książek Michelle Obamy, Baracka Obamy, Anne Applebaum, Huntera Bidena czy najnowszej książki Billa Gatesa. Działalność wydawnicza Agory w 2021 r. została doceniona przez branżę. W **rankingu Top Marka 2021**, obejmującym aż 500 najsilniejszych medialnie marek w Polsce z 50 branż, Wydawnictwo Agora uplasowało się na 5. miejscu wśród najbardziej rozpoznawalnych marek w kategorii wydawnictw książkowych oraz na 267. pozycji w ogólnym zestawieniu.

W 2021 r. Wydawnictwo Agora wprowadziło na rynek nową linię wydawniczą z książkami dla dzieci – **Wydawnictwo Agora dla dzieci**, publikując kilkanaście książek, w tym dwa wydawnictwa charytatywne. Dochód ze sprzedaży tytułów opublikowanych w celach charytatywnych przeznaczono m.in. na dofinansowanie telefonu zaufania dla dzieci i młodzieży oraz pomoc psychologiczną dla podopiecznych Fundacji ISKIERKA zmagających się z chorobą nowotworową.



Wydawnictwo zajmuje się również produkcją oraz dystrybucją muzyki w ramach działalności Agora Muzyka i Agora Digital oraz filmów na nośnikach DVD i BluRay, co czyni jego profil unikalnym na polskim rynku.

Poza tym Agora w ramach działalności wydawniczej prowadzi również dwie księgarnie internetowe: **Publio.pl** oferującą ponad 40 tys. e-booków i audiobooków oraz kilkaset tytułów prasowych, a także **Kulturalnysklep.pl** sprzedający m.in. książki Wydawnictwa Agora, płyty CD i winyle z muzyką znanych wykonawców, filmy na DVD, jak również wydawnictwa prasowe.



Działalność Grupy Agora obejmuje również rynek gastronomiczny – poprzez należącą do grupy Helios spółkę Step Inside, która tworzy lokale restauracyjne pod **marką Pasibus**. Restauracje Pasibus znajdują się galeriach handlowych, przy głównych ulicach miast i popularnych deptakach. Marka jest obecna m.in. we Wrocławiu, w Gdańsku, Poznaniu, Łodzi i w Warszawie. Pierwszy lokal Pasibus stworzony w ramach współpracy z Helioseem został otwarty w CH Młociny w Warszawie, a kolejne m.in. w Opolu, Olsztynie i Katowicach. Obecnie w ramach sieci Pasibus działa 10 lokali otwartych we współpracy ze spółką Helios.

1.1.2. PRASA



„Gazeta Wyborcza” od lat jest największym opiniotwórczym dziennikiem w Polsce. To rzetelne źródło informacji i ważna płaszczyzna debaty publicznej – tłumaczy świat, porusza ważne tematy i angażuje się w ogólnopolskie oraz lokalne akcje o charakterze społecznym, edukacyjnym i kulturalnym. Ważnym tematem obecnym na łamach gazety jest ekologia - wiele ważnych tematów związanych z ochroną środowiska redakcja nagłaśniała jako pierwsze medium w Polsce. W 2021 r. „Wyborcza” opublikowała „**Deklarację klimatyczną**”, w której jasno mówi o planach rozwijania **działu „Klimat i Środowisko”**, który Wyborcza.pl uruchomiła w lutym ub. r. (**Wyborcza.pl/klimat**), by lepiej i częściej niż dotychczas opowiadać o tym, co

dzieje się zarówno w Polsce, jak i na świecie w kwestiach ekologii oraz klimatu.

„Gazeta Wyborcza” jest ceniona i nagradzana za jakość dziennikarstwa, innowacyjność oraz zaangażowanie w sprawy społeczne. Dziennikarze „Wyborczej” wspierają najważniejsze ogólnopolskie i lokalne akcje o charakterze społecznym, edukacyjnym i kulturalnym. W ostatnich latach dziennik trzykrotnie znalazł się na szczycie rankingu najsilniejszych medialnie polskich brandów **Top Marka** oraz był laureatem wielu prestiżowych nagród w kraju i na świecie, m.in. **European Newspaper Awards**.

„Gazeta Wyborcza” to także lider procesu transformacji cyfrowej prasy w Polsce. Jako pierwsza wprowadziła system limitowanego dostępu do swoich treści (paywall) i ofertę prenumeraty cyfrowej. Na koniec grudnia 2021 r. społeczność prenumeratorów cyfrowego wydania „Gazety Wyborczej” liczyła ponad 286 tys.

Prawie każde wydanie „Gazety Wyborczej” zawiera dodatkowe treści ukazujące się w ramach tygodników tematycznych. Są to m.in.: „Duży Format”, „Co Jest Grane 24”, „Wolna Sobota”, „Ale Historia” oraz „Wysokie Obcasy”.

Agora jest również wydawcą czasopism i związanych z nimi serwisów internetowych funkcjonujących w ramach grupy Wyborcza.pl. Są to m.in. „**Wysokie Obcasy Extra**” – ekskluzywny miesięcznik dla młodych, ambitnych, ciekawych świata i szukających inspiracji kobiet; „**Wysokie Obcasy Praca**” – magazyn o pasji, życiu, psychologii, nauce i technologiach, który inspirować oraz pomaga kobietom w realizacji wyznaczonych celów zawodowych bez straty dla życia osobistego oraz „**Książki. Magazyn do czytania**” – dwumiesięcznik, będący fascynującym przewodnikiem po nowościach wydawniczych – zarówno w Polsce, jak i zagranicą.

Agora posiada obecnie także jedną drukarnię zlokalizowaną w Warszawie.

1.1.3. INTERNET



Portfolio internetowe Agory to kilkadziesiąt serwisów, aplikacji mobilnych i formatów wideo oferowanych przez portal Gazeta.pl oraz związane z nimi serwisy. W Grupie Agora są też spółki prowadzące działalność internetową, w tym zajmująca się reklamą programatyczną firma Yieldbird oraz zapewniająca nowoczesne narzędzia do rekrutacji online grupa HRlink. Agora posiada również udziały czeskiej technologicznej firmy marketingowej ROI Hunter, oficjalnego partnera marketingowego Facebooka i Google.

1.1.4. REKLAMA ZEWNĘTRZNA



Spółka AMS należąca do Grupy Agora jest liderem reklamy Out-of-Home (OOH) w Polsce. Działa w obszarze klasycznego i cyfrowego OOH, dysponując 22 tys. powierzchni reklamowych¹. Misją spółki jest realizowanie dla klientów skutecznych kampanii reklamowych z wykorzystaniem najszerszego na rynku portfolio nośników, w oparciu o nowoczesne idee i narzędzia. AMS jest także liderem w segmencie mebli miejskich w Polsce – wyposażył w nie ponad 30 miast, instalując kilka tysięcy wiat przystankowych. Spółka zrealizowała pionierskie na polskim rynku inwestycje w zrewitalizowanych obszarach Szczecina, Warszawy i Wrocławia. Dodatkowo, AMS angażuje i inicjuje akcje społeczno-środowiskowe – jest pionierem w łączeniu rozwiązań reklamowych z działaniami na rzecz ekologii oraz kulturalnych projektów promujących artystów czy nagłaśniających problemy społeczne.

1.1.5. RADIO



Marki radiowe Agory to szeroka oferta dla słuchaczy i internautów zainteresowanych najświeższymi informacjami, rozrywką i muzyką. To wszystko zapewniają **Radio TOK FM** (ponadregionalna stacja obejmująca 23 obszary miejskie), **Radio Złote Przeboje** (24 stacje lokalne), **Radio Pogoda** (8 stacji lokalnych) i **Rock Radio** (4 stacje lokalne) oraz portal informacyjny tokfm.pl. Dzięki nim oferta Grupy Radiowej Agory dociera do wielu różnorodnych odbiorców. Agora posiada również 40% udziałów w spółce **Eurozet**, nadawcy m.in. Radia ZET.

Radio TOK FM oferuje również dostęp do swojego archiwum audycji i specjalnych podcastów w ramach platformy TOK FM, na której jest łącznie ponad 75 tys. materiałów audio. Do końca 2021 r. liczba sprzedanych dostępów Premium TOK FM do tych treści – poprzez tokfm.pl lub aplikację TOK FM – wyniosła blisko 26,2 tys.

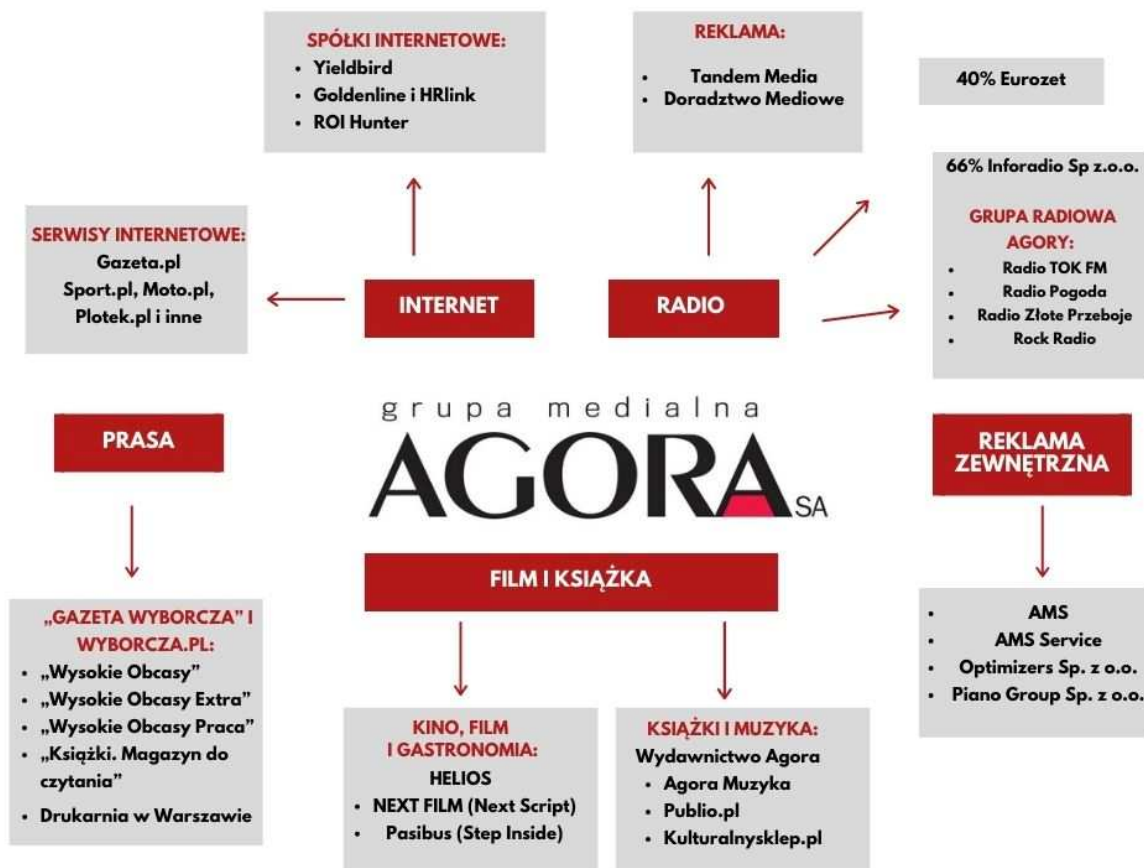
Szerokie portfolio Grupy Radiowej Agory daje również wiele możliwości ogłoszeniodawcom, którzy mogą skorzystać z działań reklamowych oferowanych przez marki GRA w eterze i w internecie oraz z pakietów reklamowych tworzonych wspólnie z mediami Agory oraz z innymi nadawcami radiowymi. Za sprzedaż reklam w stacjach radiowych i serwisach internetowych odpowiada dział sprzedaży Grupy Radiowej Agora oraz Doradztwo Mediowe i zespół Tandem Media.

¹ bez powierzchni reklamowych na autobusach i tramwajach oraz ekranów bankomatów, Cityinfo i MoveTV.

1.2. STRUKTURA GRUPY AGORA

[GRI 2-6]

Struktura Grupy Agora wraz ze wskazaniem poszczególnych marek w każdym z segmentów działalności przedstawia się jak niżej.



1.3. CZŁONKOSTWO W ORGANIZACJACH BRANŻOWYCH

[GRI 2-28]

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

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

ORGANIZACJE POLSKIE

- ❖ PKPP LEWIATAN / Związek Pracodawców Prywatnych Mediów
- ❖ Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych
- ❖ Izba Wydawców Prasy
- ❖ Stowarzyszenie Wydawców ReproPol
- ❖ IAB Polska – Internet Advertising Bureau Polska
- ❖ IGRZ – Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej
- ❖ IAA Polska – Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy Polska
- ❖ Stowarzyszenie Agencji Reklamowych (SAR)
- ❖ ZPAV – Związek Producentów Audio Video
- ❖ KIPA – Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych
- ❖ Polska Izba Książki

- ❖ Stowarzyszenie Autorów i Wydawców Copyright Polska
- ❖ Polskie Stowarzyszenie Nowe Kina
- ❖ Polskie Badania Internetu
- ❖ Stowarzyszenie CZYTAM I SŁUCHAM LEGALNIE

ORGANIZACJE ZAGRANICZNE

- ❖ IAB Europe
- ❖ INMA – International Newsmedia Marketing Association
- ❖ EPC – European Publishers Council
- ❖ LENA - Leading European Newspaper Alliance
- ❖ EGTA – Association of television and radio sales house
- ❖ World Association of Newspapers and News Publishers (WAN - IFRA)
- ❖ UNIC – International Union of Cinemas
- ❖ American Chamber of Commerce in Poland

(dane na 31.12.2021 r.)

1.4. NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

Działania i projekty realizowane przez Grupę Agora od lat są doceniane przez naszych interesariuszy, w tym przez odbiorców, ekspertów i organizacje branżowe na całym świecie. Nasze marki i media również w 2021 r. zdobywały liczne nagrody i wyróżnienia, plasując się w czołówce branży na rynku polskim oraz na rynkach zagranicznych. Pełne informacje na ten temat publikowane są na bieżąco na korporacyjnej stronie internetowej Agory i dostępne pod adresem: www.agora.pl/dla-prasy. Wśród najważniejszych nagród otrzymanych w minionym roku w poszczególnych segmentach wyróżnić należy:

NAGRODY DLA GRUPY AGORA

- ❖ Agora wyróżniona Srebrnym Listkiem CSR „Polityki” za rok 2020
- ❖ Marki Grupy Agora w rankingu Top Marka 2021
- ❖ Agora doceniona za cyfrowy rozwój w raporcie „Wydawcy 2021” „Media&Marketing Polska”
- ❖ Nagrody Grand Press 2021 dla dziennikarzy „Gazety Wyborczej” i TOK FM
- ❖ Dziennikarze Agory nagrodzeni za popularyzowanie wiedzy o zdrowiu
- ❖ 3 tytuły Superbrands 2021 dla marek Grupy Agora
- ❖ Grupa Wyborcza, AMS oraz Tandem Media wyróżnione w rankingu biur reklamy „Media&Marketing Polska”
- ❖ Gazeta.pl i „Gazeta Wyborcza” w finale INMA Global Media Awards 2021

FILM I KSIĄŻKA

- ❖ Wydawnictwo Agora laureatem Plebiscytu „Gwiazdy Dobroczynności” za literacką akcję charytatywną „Nadzieja”
- ❖ „O, choroba” wyróżniona w konkursie Książka Roku 2021 Polskiej Sekcji IBBY

PRASA

- ❖ Medal Wolności Słowa w kategorii Media dla Andrzeja Poczobuta
- ❖ „Wyborcza” z 6 nagrodami European Newspaper Awards
- ❖ Fotoreporterzy „Gazety Wyborczej” nagrodzeni w Grand Press Photo 2021

INTERNET

- ❖ Projekty „Historia bez Polki” i „Bez LGBT+ nie ma Polski” z pięcioma nominacjami do nagród branżowych
- ❖ Webby Award - kolejna nagroda dla projektu „Chłopi 2050”

RADIO

- ❖ Radio TOK FM ponownie wyróżnione w raporcie „Nadawcy” „M&MP”
- ❖ Nagroda Konfederacji Lewiatan dla Macieja Głogowskiego z TOK FM
- ❖ Michał Janczura z Radia TOK FM nominowany do Grand Press 2021 w kategorii Reportaż audio

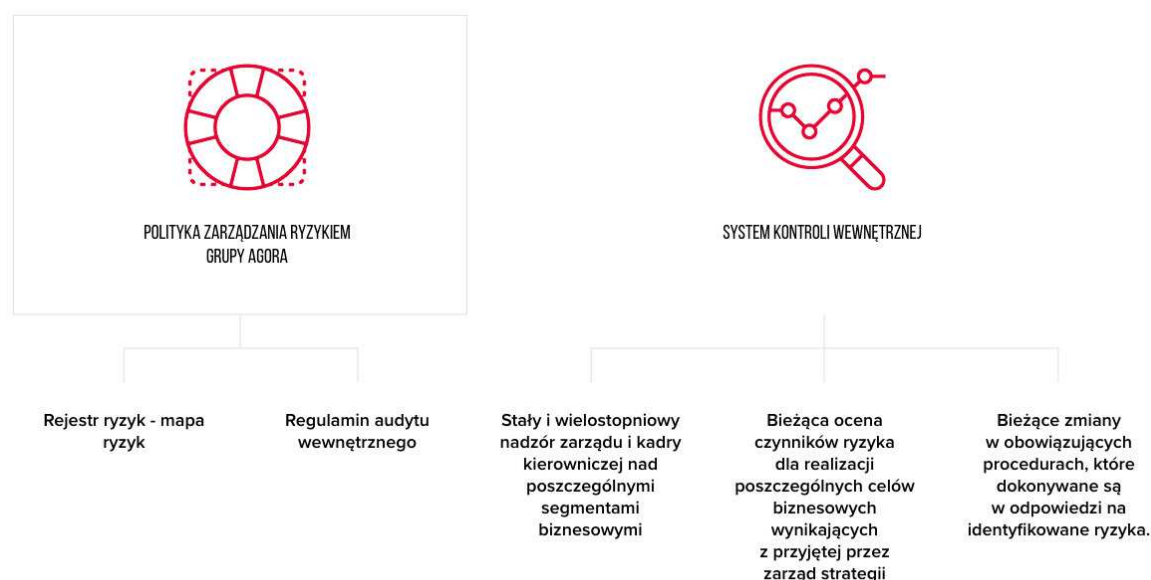
REKLAMA ZEWNĘTRZNA

- ❖ AMS Mecenaszem Kultury Krakowa po raz dziewiąty!
- ❖ EKO produkty AMS finalistami Dobrego Wzoru
- ❖ Carbon Footprint Challenge Award

1.5. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM NIEFINANSOWYM W GRUPIE AGORA

[GRI 3-3]
[UoR: art. 49b ust. 2 pkt 5]

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



Podstawowym dokumentem wewnętrznym regulującym obszar zarządzania ryzykiem w Grupie Agora jest „**Polityka zarządzania ryzykiem**”. Jej celem jest określenie zasad i ram procesu zarządzania ryzykiem, ustanowienie odpowiedzialności uczestników procesu oraz zdefiniowanie podstawowych pojęć z zakresu ryzyka. W Polityce określone zostały: podział odpowiedzialności, harmonogram procesu zarządzania ryzykiem, kategorie ryzyka oraz zasady raportowania ryzyka poprzez stworzenie rejestru i mapy ryzyk oraz określenie akceptowalnego poziomu ryzyka.

W Grupie funkcjonują również **regulamin audytu wewnętrznego** oraz rejestr ryzyk i mapa ryzyk. **Mapa ryzyk** powstaje na podstawie **rejestru ryzyk** zidentyfikowanych w danym roku. Zarząd określa, które z ryzyk są kluczowe, i raportuje je w postaci mapy, gdzie dla każdego z nich wskazywana jest wartość skutków jego potencjalnej materializacji i prawdopodobieństwo ich wystąpienia. Dodatkowo, determinowane są czynniki, które ograniczają zarówno te skutki, jak i to prawdopodobieństwo. Dla każdego z ryzyk kluczowych określa się, czy dane ryzyko jest ograniczone w wystarczającym stopniu, tj. czy dana część ryzyka jest akceptowalna dla Grupy Agora.

GLÓWNE 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, reguł ponoszenia wydatków (budżety i progi akceptacyjne), 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 Grupie Agora funkcjonuje dział audytu wewnętrznego, który przede wszystkim prowadzi czynności audytu wewnętrznego rozumiane jako działalność niezależna, obiektywnie dokonująca oceny efektywności, której celem jest przysporzenie wartości oraz usprawnienie działalności audytowanej jednostki czy całej Grupy Agora. Zasady regulujące funkcjonowanie komórki określa **Regulamin audytu wewnętrznego** przyjęty przez Zarząd oraz Komitet audytu Rady Nadzorczej. Zgodnie z najlepszymi praktykami dział audytu wewnętrznego raportuje do Zarządu oraz Komitetu audytu, funkcjonującego w ramach Rady Nadzorczej. W trakcie roku dyrektor działu koordynuje proces zarządzania ryzykiem określony w „Polityce zarządzania ryzykiem”. Zgodnie z Regulaminem audytu wewnętrznego, na podstawie m.in. wyników procesu zarządzania ryzykiem, przygotowywany jest plan audytów, podlegający zatwierdzeniu przez Komitet audytu. Po zakończeniu audytu powstaje raport z audytu z zaleceniami i proponowanymi usprawnieniami procesów.

Komitet audytu działający w ramach Rady Nadzorczej odbywa regularne spotkania z audytorem wewnętrznym Spółki, na których omawia raporty z przeprowadzonych audytów oraz działania podejmowane w celu ograniczenia zidentyfikowanych ryzyk. Na tej podstawie monitorowane jest również wykonanie rocznego planu audytów wewnętrznych. W 2021 r. Komitet Audytu spotykał się w różnych sprawach na 9 posiedzeniach, zaś w 2020 r. – 6.

Opisany wyżej system zarządzania ryzykiem odnosi się do ryzyk zidentyfikowanych jako kluczowe, przede wszystkim są to ryzyka związane z działalnością operacyjną Grupy. Dodatkowo, Grupa Agora identyfikuje i bierze pod uwagę **ryzyka ESG (Environmental, Social, Governance)**, czyli te odnoszące się do kwestii społecznych, pracowniczych, środowiska naturalnego, poszanowania praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji. Ryzyka należące do tej grupy zarządzane są przez jednostki merytoryczne, odpowiedzialne za dany obszar.

Wszystkie zidentyfikowane ryzyka poddawane są regularnej analizie i monitoringowi oraz działaniom zarządczym, takim jak kierowanie się normami i wytycznymi branżowymi, wdrażanie odpowiednich polityk i procedur wewnętrznych. Dzięki temu możliwe jest minimalizowanie bądź wyeliminowanie zidentyfikowanych ryzyk oraz skuteczne zarządzanie organizacją. W poszczególnych częściach raportu, poświęconych podejściu do zarządzania, zostały wskazane procedury i polityki, które służą wyeliminowaniu ryzyk niefinansowych.

Za zarządzanie ryzykami niefinansowymi, w tym ryzykami związanymi ze zmianami klimatu odpowiada Prezes Spółki wraz z członkiem Zarządu odpowiedzialnym za zagadnienia ESG.

Główne ryzyka zidentyfikowane w 2021 r. przedstawione zostały w poniższej tabeli.

Tabela 1.1.
Zidentyfikowane ryzyka niefinansowe w 2021 r.

OBSZAR	GLÓWNE RYZYKA W OBSZARZE
EKONOMICZNO-PRAWNY	Główne ryzyka w tym obszarze to: - ryzyko makroekonomiczne związane z koniunkturą gospodarczą oraz popytem na produkty i usługi (Agora, Grupa Agora) - spadek przychodów reklamowych i przychodów z działalności kinowej z uwagi na sezonowość lub decyzje administracyjne (Agora, Grupa Agora) - zmiany struktury rynku reklamowego (Agora, Grupa Agora) - globalne trendy w sposobie konsumpcji mediów (Agora, Grupa Agora) - zmiany preferencji konsumentów i reklamodawców (Agora, Grupa Agora) - ryzyko związane z prowadzeniem działalności koncesjonowanej (radio) (Grupa Agora) - ryzyko działania niezgodnie z prawem i wewnętrznymi regulacjami (Agora, Grupa Agora) - ryzyko gwałtownych zmian legislacyjnych (Agora, Grupa Agora)

PRACOWNICZY	Kwestie pracownicze są jednym z najważniejszych obszarów odpowiedzialności, dlatego Grupa Agora prowadzi działania zmierzające do zminimalizowania następujących ryzyk: - ryzyko utraty kluczowych pracowników i ważnych kompetencji (Agora, Grupa Agora) - ryzyko wysokiej rotacji pracowników (koszty rekrutacji nowych pracowników) (Agora, Grupa Agora) - ryzyko nierównego traktowania pracowników (pod względem wynagrodzeń, dostępu do szkoleń, awansu etc.) (Agora, Grupa Agora) - ryzyko sporów zbiorowych z pracownikami oraz konfliktu na linii pracodawca-pracownik (Agora, Grupa Agora)
PRAWA CZŁOWIEKA	Zidentyfikowane ryzyka dotyczące kwestii praw człowieka w Grupie Agora: - zachowania niepożądane, związane z miejscem pracy (dyskryminacja, mobbing) (Agora, Grupa Agora) - naruszenia swobody zrzeszania się i zawierania układów zbiorowych (Agora, Grupa Agora) - rażące nieprzestrzeganie praw człowieka wśród dostawców (Agora, Grupa Agora)
ŚRODOWISKOWY Z UWZGLĘDNIENIEM RYZYK KLIMATYCZNYCH*	W kwestii środowiskowej Grupa Agora bierze pod uwagę ryzyka związane ze swoją działalnością, przede wszystkim w ramach prowadzonej działalności poligraficznej, kinowej, gastronomicznej, reklamy zewnętrznej oraz administracyjnej. Główne ryzyka to: - ryzyko operacyjne związane z bieżącą działalnością i negatywnym oddziaływaniem na środowisko (Agora, Grupa Agora) - wyższe koszty prowadzenia działalności spowodowane wzrostem cen surowców (Agora, Grupa Agora) - ryzyko regulacyjne, związane z dostosowaniem działalności do przepisów zmierzających do przeciwdziałania globalnym zmianom klimatu (Agora, Grupa Agora)
DZIAŁALNOŚĆ SPOŁECZNA	Wpływ na społeczności lokalne we wszystkich lokalizacjach działalności Grupy Agora 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 następujące ryzyka: - ryzyko braku transparentności w ramach przyznawania środków (Agora, Grupa Agora) - naruszanie prawa i praw człowieka w wyniku braku należytej staranności przy wyborze partnera społecznego (Agora, Grupa Agora) - ryzyko konfliktu interesów (Agora, Grupa Agora) - ryzyko uzyskania rezultatów niewspółmiernych do wydatkowanych środków (Agora, Grupa Agora) - ryzyko straty wizerunkowej w wyniku podjęcia współpracy z partnerem biznesowym działającym na szkodę społeczeństwa/środowiska (Agora, Grupa Agora)
ŁAŃCUCH DOSTAW I RELACJE Z KLIENTAMI	Główne obszary odpowiedzialności za produkt w Grupie Agora dotyczą kwestii komunikacji marketingowej, procedur reklamacji, a także ochrony prywatności klientów oraz ich danych osobowych. Najistotniejsze ryzyka to: - ryzyko naruszenia prawa lub regulacji, np. wyciek danych czy nieuprawnione wykorzystanie danych i treści. Niesie to ze sobą ryzyko reputacyjne oraz finansowe (kary, grzywny) (Agora, Grupa Agora) - ryzyko wiarygodności dostawców (Agora, Grupa Agora) - ryzyko związane z odpowiedzialnością w całym łańcuchu dostaw (Agora, Grupa Agora) - ryzyko związane z niewłaściwą ochroną danych osobowych odbiorców (Agora, Grupa Agora) - uzależnienie od małej grupy dostawców (Agora, Grupa Agora)
PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI I NADUŻYCIOM	Główne ryzyka w tym obszarze to: - ryzyko konfliktu interesów (Agora, Grupa Agora) - ryzyko nadużyć w relacjach z partnerami biznesowymi i dostawcami (Agora, Grupa Agora) - ryzyko zachowań korupcyjnych (również wśród dostawców i partnerów biznesowych). (Agora, Grupa Agora)

DZIAŁALNOŚĆ MEDIALNA	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. Wyzwania branży medialnej: - wiarygodność źródeł (Agora, Grupa Agora) - niezależność (Agora, Grupa Agora) - transparentność (Agora, Grupa Agora) - rzetelność (Agora, Grupa Agora) - fact checking i walka z dezinformacją (Agora, Grupa Agora) Ryzyka związane z działalnością medialną: - ryzyko niewłaściwego zarządzania informacją, podanie do wiadomości publicznej sprzecznych/nieprawdziwych/niezweryfikowanych informacji (Agora, Grupa Agora) - brak transparentności (Agora, Grupa Agora) - utrata zaufania publicznego (Agora, Grupa Agora) Ryzyka związane z działalnością koncesjonowaną: - utrata koncesji (Grupa Agora) - nałożenie kary (Agora, Grupa Agora) - decyzje Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) uznające praktyki firmy za ograniczające konkurencję lub naruszające polskie przepisy dotyczące ochrony konkurencji i konsumentów (Agora, Grupa Agora) - zapadanie niekorzystnych rozstrzygnięć w postępowaniach administracyjnych lub sądowych (Agora, Grupa Agora)
RYZYKA IT	Wśród głównych ryzyk dotyczących infrastruktury teleinformatycznej znajdują się: - wydolność systemów (Agora, Grupa Agora) - bezpieczeństwo systemów (cyberbezpieczeństwo) (Agora, Grupa Agora)
RYZYKA ZWIĄZANE ZE SKUTKAMI PANDEMII COVID-19	Głównymi ryzykami w tym obszarze są: - skutki ekonomiczne wywołane pandemią (Agora, Grupa Agora) - ograniczanie budżetu klientów i partnerów biznesowych wynikające z pandemii COVID-19 (Agora, Grupa Agora) - zmiany w sposobie konsumpcji mediów (Agora, Grupa Agora) - przyspieszenie procesów cyfryzacyjnych (Agora, Grupa Agora) - strukturalne zmiany na rynku reklamy (Agora, Grupa Agora) - nowe zachowania zakupowe (Agora, Grupa Agora) - ograniczenia podaży sprzedawanych produktów (Grupa Agora) - regulacyjne ograniczenia prowadzenia działalności (Grupa Agora)

*Szczegółowa identyfikacja i analiza ryzyk klimatycznych została opisana w **Części III: Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu** (punkt. 3.4.) niniejszego raportu, gdzie przedstawiono identyfikację i analizę ryzyk klimatycznych oraz wynikających z nich zagrożeń i szans zgodnie z metodologią AXIS (Amplification, eXclusion, Intensification, Seizure), którą Grupa Agora przeprowadziła w 2021 r.

Więcej informacji o ryzykach wpływających na wyniki działalności operacyjnej i finansowej Grupy Agora znajduje się w dostępnym na agora.pl w sprawozdaniu finansowym Grupy Agora za 2021 r.

1. 6. ŁAD KORPORACYJNY I STRUKTURA NADZORCZA

[GRI 2-9, GRI 2-10, GRI 2-11, GRI 2-12, GRI 2-13, GRI 2-14]
[TCFD: Ład korporacyjny i system zarządczy]

Strukturę nadzorczą Grupy Agora tworzą: Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, Rada Nadzorcza wraz z podległymi komitetami oraz Zarząd. Zakres kompetencji poszczególnych organów nadzorczych oraz kwestie związane z ich działaniem określają przepisy prawa, w szczególności Kodeks spółek handlowych, rekomendacje nadzorcze organów nadzoru oraz Statut spółki Agora S.A., który jest dostępny na stronie korporacyjnej www.agora.pl.

1.6.1. RADA NADZORCZA I KOMITETY

Struktura nadzorcza Grupy Agora



WALNE ZGROMADZENIE AKCJONARIUSZY:

- ❖ działa w oparciu o przepisy Kodeksu spółek handlowych oraz Statutu spółki Agora S.A.;
- ❖ wybiera członków Rady Nadzorczej oraz udziela absolutorium członkom Rady Nadzorczej z wykonanych przez nich obowiązków;
- ❖ dokonuje wyboru członków Zarządu oraz udziela absolutorium członkom Zarządu z wykonanych przez nich obowiązków.

RADA NADZORCZA

Rada Nadzorcza spółki działa w oparciu o przepisy kodeksu spółek handlowych oraz Statutu. Zgodnie z §18 ust. 1 Statutu Rada Nadzorcza spółki składa się z nie mniej niż sześciu i nie więcej niż dziesięciu członków powoływanych przez Walne Zgromadzenie z uwzględnieniem pozostałych postanowień Statutu. Liczbę członków Rady Nadzorczej ustala Walne Zgromadzenie. Przewodniczącego Rady Nadzorczej powołuje Walne Zgromadzenie. Członkowie Rady Nadzorczej mogą wybrać spośród siebie zastępcę przewodniczącego lub osoby pełniące inne funkcje (§18 ust. 2 Statutu).

Zgodnie z §20 ust. 4 Statutu co najmniej dwóch członków Rady Nadzorczej to członkowie niezależni. Obecnie w Radzie Nadzorczej spółki wszyscy jej członkowie spełniają kryterium niezależności wynikające ze Statutu spółki. Dwóch członków Rady Nadzorczej spełnia również wymogi niezależności określone w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Do szczególnych kompetencji Rady Nadzorczej Agory należą m. in. ocena sprawozdania Zarządu z działalności spółki oraz sprawozdania finansowego spółki, ocena wniosków Zarządu dotyczących podziału zysku lub pokrycia straty, ustalanie, w porozumieniu z Prezesem Zarządu, wynagrodzenia członków Zarządu, wybór biegłego rewidenta i wyrażanie zgody na warunki istotnych transakcji spółki z podmiotami powiązanymi oraz inne kwestie przewidziane przez przepisy prawa i postanowienia Statutu.

Zgodnie z §23 ust. 8 Statutu posiedzenia Rady Nadzorczej zwoływane są przynajmniej raz na kwartał. Przewodniczący zwołuje także posiedzenia Rady Nadzorczej na żądanie Zarządu spółki wyrażone w formie uchwały lub na żądanie każdego członka Rady Nadzorczej. Posiedzenia Rady Nadzorczej mogą być prowadzone przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość, w sposób umożliwiający porozumienie się wszystkich uczestniczących w nim członków. Za miejsce posiedzenia przeprowadzonego przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość uznaje się miejsce pobytu prowadzącego posiedzenie.

Na dzień przedstawienia niniejszego Raportu skład komitetu i komisji kształtuje się w następujący sposób:

- ❖ **Andrzej Szlęzak** – Przewodniczący Rady Nadzorczej;
- ❖ **Tomasz Karusewicz** – Członek Rady Nadzorczej;
- ❖ **Dariusz Formela** – Członek Rady Nadzorczej;
- ❖ **Wanda Rapaczynski** – Członek Rady Nadzorczej;
- ❖ **Tomasz Sielicki** – Członek Rady Nadzorczej;
- ❖ **Maciej Wiśniewski** – Członek Rady Nadzorczej.

Jeśli chodzi o niezależność członków Rady Nadzorczej oraz Komitetu działające przy Radzie Nadzorczej – kwestie te zostały omówione w oddzielnej sekcji raportu.

Członkowie Rady Nadzorczej powoływani są na wspólną trzyletnią kadencję. W związku z powyższym kadencja obecnej Rady Nadzorczej wygaśnie z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia spółki zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2021 r.

Życiorysy poszczególnych członków Rady Nadzorczej publikowane są na korporacyjnej stronie internetowej i dostępne pod adresem: www.agora.pl/wladze-spolki.

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. Kompetencje i tryb działania Komitetu Audytu oraz Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń zostały określone regulaminami tych ciał przyjętych uchwałami Rady Nadzorczej.

KOMITET AUDYTU

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.

W skład Komitetu Audytu na dzień dzisiejszy wchodzi:

- ❖ **Dariusz Formela** – 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.

KOMISJA DS. OSOBOWYCH I WYNAGRODZEŃ

Zgodnie z Regulaminem Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń do jej zadań należy okresowa ocena zasad wynagradzania członków Zarządu i przekazywanie Radzie Nadzorczej odpowiednich rekomendacji w tym zakresie, sporządzanie rekomendacji odnośnie wysokości wynagrodzeń oraz przyznawanie dodatkowych świadczeń dla poszczególnych członków Zarządu na celu ich rozpatrzenia przez Radę Nadzorczą.

W skład Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń na dzień dzisiejszy wchodzi:

- ❖ **Maciej Wiśniewski** – przewodniczący Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń;
- ❖ **Dariusz Formela**;
- ❖ **Tomasz Karusewicz**;
- ❖ **Andrzej Szlęzak**.

Ponadto, Rada Nadzorcza nadzoruje i jest zaangażowana w walidację rocznego raportu niefinansowego Grupy Agora.

1.6.2. ZARZĄD AGORY

ZARZĄD

- ❖ działa w oparciu o przepisy Kodeksu spółek handlowych oraz Statutu spółki Agora S.A.;
- ❖ składa się z od trzech do sześciu członków, których dokładną liczbę określają akcjonariusze posiadający większość uprzywilejowanych akcji serii A, a po ustaniu przywilejów w stosunku do tych akcji - Rada Nadzorcza;
- ❖ prawo zgłaszania kandydatów na członków Zarządu należy do akcjonariuszy posiadających akcje serii A, natomiast wyboru członków Zarządu dokonuje Walne Zgromadzenie (z zastrzeżeniem możliwości kooptacji członków Zarządu zgodnie z postanowieniami Statutu);
- ❖ kadencja Zarządu trwa 5 lat;

- ❖ poddawany jest on co roku ocenie przez akcjonariuszy;
- ❖ jest upoważniony do zwołania zgromadzenia akcjonariuszy;
- ❖ przedstawia Radzie Nadzorczej co kwartał szczegółowy raport na temat sytuacji spółki i Grupy Agora;
- ❖ kieruje działalnością spółki oraz reprezentuje ją na zewnątrz;
- ❖ uchwały Zarządu zapadają zwykłą większością głosów.

Na dzień przedstawienia niniejszego Raportu w skład Zarządu wchodzi:

- ❖ **Bartosz Hojka** – Prezes Zarządu;
- ❖ **Tomasz Jagiełło** – Członek Zarządu;
- ❖ **Anna Kryńska-Godlewska** – Członek Zarządu;
- ❖ **Agnieszka Siuzdak-Zyga** – Członek Zarządu;
- ❖ **Tomasz Grabowski** – Członek Zarządu.

Kadencja obecnego Zarządu wygaśnie z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia spółki zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2022 r.

Życiorysy poszczególnych członków Zarządu oraz podział odpowiedzialności za poszczególne obszary działalności spółki i Grupy pomiędzy członków Zarządu publikowane są na korporacyjnej stronie internetowej i dostępne pod adresem: www.agora.pl/wladze-spolki.

ZARZĄDZENIE KWESTIAMI ESG W AGORZE

5 sierpnia 2021 r. Zarząd Agory powołał do swojego grona w drodze kooptacji Agnieszkę Siuzdak-Zygę. Nowa członkini Zarządu w ramach swoich obowiązków m.in. nadzoruje zarządzanie kwestiami ESG w Agorze.

STRUKTURA PŁCI W ORGANACH NADZORCZYCH

W odniesieniu do rekomendacji dotyczącej zrównoważonego udziału kobiet i mężczyzn we władzach spółek Zarząd spółki zwraca uwagę, że nie ma bezpośredniego wpływu na skład głównych organów Agory. Niemniej jednak w przypadku zmian w składzie kluczowych organów spółki jej Zarząd stara się przedstawić podmiotom uprawnionym do wskazywania kandydatów do tych organów wymogi, jakie powinni oni spełniać zgodnie z Dobrymi Praktykami Spółek Notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. i innymi regulacjami prawnymi.

Jednocześnie Zarząd spółki pragnie podkreślić, że zgodnie z przyjętą w grudniu 2015 r. „**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.

Tabela 1.2.
Struktura płci w organach nadzorczych

Stan na koniec roku	Rada Nadzorcza		Zarząd	
	2021	2020	2021	2020
Kobiety	1 16,7%	1 16,7%	2 40,0%	2 50,0%
Mężczyźni	5 83,3%	5 83,3%	3 60,0%	2 50,0%

Według danych rynkowych udział kobiet w zarządach kształtował się na poziomie 11,1%, a w radzie nadzorczej 15,5%. Badanie przeprowadzone na 140 największych polskich spółkach giełdowych wchodzących na koniec 2019 r. w skład

indeksów WIG20, mWIG40 i sWIG80 pokazało, iż w okresie 2010-2019 kobiety pozostawały mniejszością we władzach tych firm. Ich udział rzadko przekraczał próg 30%.²

W Agorze S.A. udział kobiet zarówno w Zarządzie, jak i w Radzie Nadzorczej jest powyżej średniej rynkowej i wynosi odpowiednio **40,0% i 16,7%**.

1.7. ROZPOCZĘCIE PRAC NAD STRATEGIĄ GRUPY AGORA NA LATA 2023 – 2027

[GRI 2-22]

Do wybuchu pandemii w marcu 2020 r. Grupa Agora konsekwentnie realizowała strategię przyjętą na lata 2018-2022, której filarami były:

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

Z uwagi na wybuch pandemii COVID-19 w 2020 r. oraz jej skutki dla działalności biznesowej Grupy konieczne były weryfikacja wcześniejszych planów i dostosowanie działań do zupełnie nowej rzeczywistości. W 2021 r. Grupa Agora koncentrowała się na ponownym uruchamianiu zamrożonych w wyniku pandemii biznesów i odbudowie wyniku finansowego. Więcej informacji na temat wyników tych działań przedstawiono w sprawozdaniu finansowym Grupy Agora za 2021 r.

9 czerwca 2021 r. Zarząd Spółki poinformował o rozpoczęciu procesu przeglądu opcji strategicznych działalności internetowej grupy, w tym m.in. o planie połączenia dotychczasowego segmentu Prasa z pionem Gazeta.pl w jeden obszar biznesowy. 16 lutego 2022 r. Zarząd Agory S.A. podjął decyzję o rozszerzeniu tego procesu po wszystkie obszary działalności Grupy Agora w ramach prac nad przygotowaniem strategii rozwoju Grupy Agora na lata 2023 – 2027.

Spółka planuje zakończyć prace nad nową perspektywą strategiczną w 2022 r. W nowej strategii Grupy Agora zostaną uwzględnione kwestie ESG.

1.8. WYNIKI FINANSOWE GRUPY AGORA W 2021 R.

Tabela 1.3.

Wyniki finansowe Grupy Agora na koniec 2021 r.

w mln zł	2021	2020	% zmiany 2021 do 2020
Przychody ze sprzedaży netto (1)	965,9	836,5	15,5%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	509,4	452,2	12,6%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	126,8	84,6	49,9%
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	142,8	133,8	6,7%
<i>Sprzedaż barowa w kinach</i>	62,4	37,2	67,7%
<i>Sprzedaż gastronomiczna (2)</i>	28,7	19,3	48,7%
<i>Przychody z działalności filmowej</i>	12,7	34,1	(62,8%)
<i>Pozostała sprzedaż (3)</i>	83,1	75,3	10,4%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(1 007,8)	(948,2)	6,3%
<i>Usługi obce</i>	(360,4)	(333,5)	8,1%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia</i>	(315,8)	(265,1)	19,1%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(98,9)	(95,5)	3,6%

² źródło informacji: Raport „Udział kobiet we władzach a efektywność spółek”:

www.cfapoland.org/application/media/images/Arts/CFA-SP-Udzial-kobiet-we-wladzach-a-efektywnosc-spolek.pdf [dostęp marzec 2022]

w mln zł	2021	2020	% zmiany 2021 do 2020
Amortyzacja	(161,4)	(162,9)	(0,9%)
Reprezentacja i reklama	(47,6)	(40,7)	17,0%
Koszty restrukturyzacji (4)	-	(1,4)	-
Zysk ze sprzedaży nieruchomości (5)	-	7,1	-
Zysk ze zbycia przedsiębiorstwa (6)	-	3,6	-
Odpisy aktualizujące (7)	(4,9)	(38,0)	(87,1%)
Wynik operacyjny – EBIT	(41,9)	(111,7)	62,5%
Wynik operacyjny - EBIT bez MSSF 16 (8)	(27,1)	(93,1)	70,9%
Przychody i koszty finansowe netto, w tym:	(17,5)	(48,4)	63,8%
Przychody z krótkoterminowych inwestycji	0,1	0,3	(66,7%)
Koszty kredytów i leasingu	(19,6)	(20,1)	(2,5%)
w tym koszty odsetek wynikające z MSSF 16	(13,8)	(14,2)	(2,8%)
Różnice kursowe per saldo	2,1	(37,3)	-
w tym różnice kursowe wynikające z MSSF 16	2,2	(37,5)	-
Aktualizacja wyceny opcji put (9)	-	11,3	-
Udział w jednostkach rozliczanych metodą praw własności	9,4	7,4	27,0%
Zysk/(strata) brutto	(50,0)	(152,7)	67,3%
Podatek dochodowy	3,4	22,5	(84,9%)
Zysk/(strata) netto	(46,6)	(130,2)	64,2%
Zysk/(strata) netto bez MSSF 16 (8)	(25,3)	(73,4)	65,5%
Przypadająca na:			
Akcjonariuszy jednostki dominującej	(44,5)	(117,2)	62,0%
Udziały niekontrolujące	(2,1)	(13,0)	83,8%
marża EBIT (EBIT/Przychody)	(4,3%)	(13,4%)	9,1pkt%
marża EBIT bez MSSF 16 (8)	(2,8%)	(11,1%)	8,3pkt%
EBITDA (10)	124,4	89,2	39,5%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	12,9%	10,7%	2,2pkt%
EBITDA bez MSSF 16 (8)	73,8	38,2	93,2%
marża EBITDA bez MSSF 16 (8)	7,6%	4,6%	3,0pkt%

- (1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży, poza przychodami ze sprzedaży biletów, barowej w kinach oraz sprzedaży gastronomicznej, zawierają przychody ze sprzedaży Wydawnictwa Agora i działalności filmowej (funkcjonujących w ramach segmentu Film i Książka), opisane szczegółowo w części IV.A Sprawozdania Zarządu;
- (2) w 2021 r. Grupa dokonała zmiany prezentacji przychodów ze sprzedaży gastronomicznej obejmującej działalność spółek Step Inside Sp. z o.o. i Foodio Concepts Sp. z o.o. (do 2 czerwca 2020 r.), które wcześniej były prezentowane w ramach pozostałej sprzedaży, dane porównawcze zostały odpowiednio przekształcone;
- (3) w 2021 r. Grupa dokonała zmiany prezentacji przychodów ze sprzedaży usług poligraficznych, przychody te prezentowane są w ramach pozostałej sprzedaży, dane porównawcze zostały odpowiednio przekształcone;
- (4) dotyczy kosztów restrukturyzacji w segmencie Internet w drugim kwartale 2020 r.;
- (5) zysk ze sprzedaży budynku serwerowni oraz gruntu zlokalizowanych przy ul. Daniszewskiej w Warszawie;
- (6) zysk ze sprzedaży części przedsiębiorstwa Plan D Sp. z o.o. (dawniej Domiporta Sp. z o.o.);
- (7) podana kwota obejmuje odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości aktywów trwałych spółek Agora S.A. (budynek w Tychach po zamkniętej drukarni, serwis Odeszli.pl), Helios () i grupy AMS S.A. w 2021 r. oraz spółek Plan D Sp. z o.o. (dawniej Domiporta Sp. z o.o.), Foodio Concepts Sp. z o.o., Helios S.A., Agora S.A. oraz grupy AMS S.A. w 2020 r., odpisy dotyczyły głównie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, w tym wartości firmy Domiporta w 2020 r.;
- (8) wartość wyniku operacyjnego EBIT, EBITDA oraz straty netto z wyłączeniem wpływu Międzynarodowego Standardu Sprawozdawczości Finansowej nr 16 Leasing;
- (9) dotyczy aktualizacji wyceny zobowiązań z tytułu opcji put przyznanych akcjonariuszom/udziałowcom niekontrolującym Helios S.A., Piano Group Sp. z o.o. oraz HRLink Sp. z o.o.;
- (10) wskaźnik EBITDA definiowany jest jako EBIT powiększony o amortyzację i odpisy z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych, wartości niematerialnych oraz praw do użytkowania aktywów. Definicje wskaźników finansowych zostały szczegółowo omówione w Przypisach do części IV niniejszego Komentarza Zarządu.

1.9. ZGODNOŚĆ Z TAKSONOMIĄ UE

Grupa Agora w niniejszym raporcie po raz pierwszy publikuje informacje wymagane przez przepisy dotyczące tzw. **Taksonomii** (obowiązki z tym związane zostały **wprowadzone Rozporządzeniem Parlamentu i Rady (UE) 2020/852**). W pierwszym roku obowiązywania, zgodnie z treścią **Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2178** Grupa Agora ujawnia odsetek obrotu, nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych kwalifikujących się do systematyki (Taksonomii), czyli obrotu, nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych związanych z tymi rodzajami działalności, które są zdefiniowane w Załącznikach I i II **Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2139**. W pierwszym roku raportowania nie występuje konieczność weryfikacji Technicznych Kryteriów Kwalifikacji, czyli ustalenia, jaki odsetek tych trzech wartości jest związany z działalnością zrównoważoną środowiskowo.

1.9.1. ZASADY RACHUNKOWOŚCI

W celu obliczenia odsetka obrotu, nakładów inwestycyjnych (CapEx) i wydatków operacyjnych (OpEx) kwalifikujących się do systematyki zastosowano poniższe zasady.

OBRÓT

W odniesieniu do obrotu podstawę stanowiły całkowite skonsolidowane przychody Grupy Agora w 2021 r., ujawnione w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Agora za 2021 r. w Nocie 22, a także w rozdziale III tabeli 8. Sprawozdania Zarządu z działalności Grupy Agora w 2021 r. Do licznika przypisano przychody z działalności kwalifikującej się do Taksonomii.

NAKŁADY INWESTYCYJNE (CAPEX)

W odniesieniu do nakładów inwestycyjnych (CapEx) podstawę stanowiły nakłady inwestycyjne rozliczane w poszczególnych spółkach z Grupy oraz w Agorze S.A. Całkowita kwota nakładów inwestycyjnych została zaprezentowana w Nocie 3,4,5 do Skonsolidowanego Sprawozdania finansowego za 2021 r. w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy Agora w 2021 r. w sekcji 2.2. w tabeli 10. Do licznika przypisano tę część nakładów inwestycyjnych, która dotyczy rodzajów działalności kwalifikujących się do systematyki zgodnie z tzw. Taksonomią.

WYDATKI OPERACYJNE (OPEX)

W odniesieniu do wydatków operacyjnych (OpEx) podstawę stanowiły wszystkie koszty służące do bieżącej obsługi aktywów Grupy i utrzymywania ich we właściwej kondycji. Zaliczone do nich zostały takie koszty, jak: koszty osobowe osób odpowiedzialnych za utrzymanie i naprawy (*maintenance*) aktywów Grupy, w tym koszty związane z naprawami oraz remontami budynków, pojazdów, urządzeń, systemów i oprogramowania, koszty sprzątania powierzchni, koszty w obszarze ochrony przeciwpożarowej, koszty kopii filmowych niezbędnych do realizacji działań w zakresie produkcji filmowej oraz koszty utrzymania i napraw wiat przystankowych systemów komunikacji zbiorowej. Do licznika przypisano tę część OpEx, która dotyczy rodzajów działalności kwalifikujących się do systematyki zgodnie z tzw. Taksonomią.

W przypadku wydatków operacyjnych, które w Rozporządzeniu Delegowanym Komisji (UE) 2021/2178 definiowane są w sposób nie odnoszący się do międzynarodowych standardów sprawozdawczości finansowej, dokonano przeglądu wszystkich kont w systemie rachunkowym Grupy, a następnie zidentyfikowane pozycje spełniające definicję OpEx'u przypisano każdorazowo do danego rodzaju działalności kwalifikującej się do systematyki lub do zbioru pozostałych wydatków operacyjnych (nie kwalifikujących się do systematyki).

Grupa ujawnia w niniejszym raporcie po raz pierwszy udział działalności kwalifikującej się do systematyki w zakresie dotyczącym raportowanego okresu, tj. 1 stycznia 2021 - 31 grudnia 2021 r., więc ujawnienie nie zawiera informacji o zmianach danych dla poprzednich okresów.

Z uwagi na fakt, iż w pierwszym roku raportowania ujawniane są tylko informacje o odsetku obrotu, nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych kwalifikujących się do systematyki (a nie odsetek tych zgodnych lub niezgodnych z systematyką), nie identyfikowano rodzajów działalności przyczyniających się do więcej niż jednego celu środowiskowego. Nie istniała w związku z tym potrzeba stosowania specjalnych procedur w celu uniknięcia podwójnego liczenia.

Nie dokonywano ponadto dezagregacji kluczowych wskaźników wyników pomiędzy poszczególne jednostki operacyjne Grupy. Jednocześnie Grupa identyfikuje konieczność dokonania takiej dezagregacji w kolejnym roku, gdy weryfikowane będzie spełnienie Technicznych Kryteriów Kwalifikacji.

1.9.2. OBRÓT

Tabela 1.4.
Odsetek obrotu kwalifikującego się do systematyki unijnej Taksonomii

Działalność gospodarcza	Kod lub kody	Obrót (wartość bezwzględna)	Część obrotu
		mln zł	%
A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI			
Infrastruktura wspomagająca niskoemisyjny transport drogowy i transport publiczny	6.15.	4,56892	0,5%
Nabywanie i prawo własności budynków	7.7.	17,52111	1,8%
Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	8.1.	4,03534	0,4%
Nadawanie programów ogólnodostępnych i abonamentowych	8.3.	42,34777	4,4%
Działalność twórcza, związana z kulturą i rozrywką	13.1.	2,16278	0,2%
Działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo, programów telewizyjnych, nagrań dźwiękowych i muzycznych	13.3.	151,59198	15,7%
Razem (A)		222,22790	23,0%
B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI			
Obrót z działalności niekwalifikującej się do systematyki (B)		743,67210	77,0%
Razem (A+B)		965,90000	100,0%

Grupa uzyskuje przychody z kilku segmentów działalności, z których tylko część jest ujęta w systematyce w zakresie załączników I i II do aktu delegowanego w sprawie klimatu (**Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2021/2139**). Głównymi pozycjami przychodów z działalności ujętej w systematyce w 2021 r. były:

- ❖ przychody związane z **produkcją materiałów wizualnych, audiowizualnych** oraz przychody z abonamentów i subskrypcji, które wyniosły 193,9 mln zł;
- ❖ przychód ze **sprzedaży nieruchomości** w wysokości 17,5 mln zł (zdarzenie jednorazowe).

Ponadto Grupa uzyskała w 2021 r. przychody z takich różnych działalności, jak sprzedaż wiat przystankowych systemu komunikacji zbiorowej na rzecz spółek należących do jednostek samorządu terytorialnego, z usługi udostępniania oprogramowania i aplikacji służących do kompleksowego zarządzania procesem rekrutacji oraz z organizacji wydarzeń kulturalnych.

Udział obrotu kwalifikującego się do systematyki w całości obrotu wyniósł w 2021 r. **23,0%**.

1.9.3. NAKŁADY INWESTYCYJNE (CAPEX)

Tabela 1.5.
Odsetek nakładów inwestycyjnych (CapEx) kwalifikujących się do systematyki unijnej Taksonomii

Działalność gospodarcza	Kod lub kody	Nakłady inwestycyjne (CapEx) (wartość bezwzględna)	% nakładów inwestycyjnych
		mln zł	%
A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI			
Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi	6.5.	0,14086	0,3%
Infrastruktura wspomagająca niskoemisyjny transport drogowy i transport publiczny	6.15.	4,18936	9,6%
Renowacja istniejących budynków	7.2.	1,14211	2,6%

Montaż, konserwacja i naprawa sprzętu zwiększającego efektywność energetyczną	7.3.	0,58346	1,3%
Montaż, konserwacja i naprawa instrumentów i urządzeń do pomiaru, regulacji i kontroli charakterystyki energetycznej budynku	7.5.	0,07189	0,2%
Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	8.1.	3,47467	8,0%
Działalność związana z oprogramowaniem, doradztwem w zakresie informatyki i działalność powiązana	8.2.	7,69191	17,6%
Nadawanie programów ogólnodostępnych i abonamentowych	8.3.	4,22050	9,7%
Działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo, programów telewizyjnych, nagrań dźwiękowych i muzycznych	13.3.	0,55500	1,3%
Razem (A)		22,06976	50,5%
B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI			
Nakłady inwestycyjne (CapEx) na działalność niekwalifikującą się do systematyki (B)		21,63024	49,5%
Razem (A+B)		43,70000	100,0%

Nakłady inwestycyjne (CapEx) kwalifikujące się do systematyki są związane z realizacją planów inwestycyjnych przyjętych przez Zarząd Agory podczas procesu przygotowywania budżetu na 2021 r. oraz planu działania Grupy na 2021 r. Plany te wynikają również częściowo ze strategii Grupy Agora na lata 2018 – 2022, której realizacja w zakresie związanym z osiągnięciem konkretnym celów biznesowych została odwołana ze względu na wybuch pandemii COVID-19. Nakłady inwestycyjne były ponoszone przede wszystkim na:

- ❖ infrastrukturę niezbędną do prowadzenia **działalności radiowej** oraz **związanej z prasą, mediami, reklamą zewnętrzną i rozbudową data center**, w tym nakłady związane z koncesjami, urządzeniami i systemami radiowymi;
- ❖ wartości niematerialne i prawne, w tym związane z **rozwojem oprogramowania i aplikacji, oraz na infrastrukturę teleinformatyczną**, w tym zakup macierzy i innych specjalistycznych sprzętów.

Ponadto Grupa poniosła CapEx w kwocie **1,8 mln zł** na projekty, których celem jest **poprawa efektywności energetycznej budynków**, dzięki czemu w kolejnych latach możliwe będzie zmniejszenie zużycia energii, co pośrednio przyczyni się do obniżenia emisji gazów cieplarnianych.

Udział nakładów inwestycyjnych kwalifikujących się do systematyki w całości nakładów inwestycyjnych wyniósł w 2021 r. **50,5%**.

1.9.4. WYDATKI OPERACYJNE (OPEX)

Tabela 1.5.

Odsetek wydatków operacyjnych (OpEx) kwalifikujących się do systematyki unijnej Taksonomii

Działalność gospodarcza	Kod lub kody	Wydatki operacyjne (OpEx) (wartość bezwzględna)	% wydatków operacyjnych
		mln zł	%
A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI			
Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi	6.5.	0,46677	0,2%
Usługi transportu drogowego towarów	6.6.	0,03618	0,0%
Infrastruktura wspomagająca niskoemisyjny transport drogowy i transport publiczny	6.15.	9,84279	4,8%
Renowacja istniejących budynków	7.2.	3,65005	1,8%
Montaż, konserwacja i naprawa sprzętu zwiększającego efektywność energetyczną	7.3.	0,00093	0,0%
Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	8.1.	3,47131	1,7%
Działalność związana z oprogramowaniem, doradztwem w zakresie informatyki i działalność powiązana	8.2.	1,82698	0,9%
Nadawanie programów ogólnodostępnych i abonamentowych	8.3.	5,46078	2,6%
Działalność twórcza, związana z kulturą i rozrywką	13.1.	4,14635	2,0%
Działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo, programów telewizyjnych, nagrań dźwiękowych i muzycznych	13.3.	76,69198	37,1%
Razem (A)		105,59414	51,0%
B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI			
Wydatki operacyjne (OpEx) na działalność niekwalifikującą się do systematyki (B)		101,32629	49,0%
Razem (A+B)		206,92044	100,0%

W przypadku **wydatków operacyjnych (OpEx)** największa kwota była związana z zakupem kopii filmowych niezbędnych do realizacji działań w zakresie projekcji filmów. Kolejne kategorie wydatków były już istotnie niższe. Warto wśród nich wymienić:

- ❖ wydatki operacyjne związane z utrzymaniem i naprawami **wiat przystankowych systemów komunikacji zbiorowej**;
- ❖ wydatki operacyjne poniesione na **obsługę budynków**, w których Grupa prowadzi działalność operacyjną;
- ❖ wydatki operacyjne niezbędne do **właściwego funkcjonowania data centers** prowadzonych przez Grupę;
- ❖ wydatki operacyjne na utrzymanie i remonty urządzeń radiowych, nadawczych oraz z tytułu **dzierżawy nadajników**, a także wydatki operacyjne na działalność twórczą, **związaną z kulturą i rozrywką**.

Udział wydatków operacyjnych kwalifikujących się do systematyki w całości wydatków operacyjnych wyniósł w 2021 r. **51,0%**.

Część II

Zrównoważony rozwój w Grupie Agora

2.1. REALIZACJA CELÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

[GRI 2-23, GRI- 3-3]

W 2021 r., w związku z ekonomicznymi i społecznymi konsekwencjami wciąż trwającej pandemii COVID-19, **postępującymi zmianami klimatu** oraz **walką o wolność słowa i prawa człowieka** w Polsce, kontynuowaliśmy założenia strategii CSR 2021-2022 Grupy Agora (którą **zaprezentowaliśmy** w Raporcie odpowiedzialności Grupy Agora i spółki Agora S.A. za 2020 r.). Jej wiodącym celem jest wykorzystanie możliwości Grupy Agora w obszarach społecznej odpowiedzialności biznesu w ramach prowadzonej działalności – branży medialno-rozrywkowej. Mamy ambicję, by działania te przyczyniały się do realizacji konkretnych celów **Agendy 2030 ONZ na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju** w poszczególnych obszarach:

Środowisko:



Wpływ społeczny:



Ład korporacyjny i etyka biznesu:



Strategia CSR 2021-2022 Grupy Agora jest punktem wyjścia do prac nad **strategią ESG Grupy Agora na lata 2023-2027**. Strategię tę chcemy oprzeć na wynikach przeprowadzonego **Badania istotności** oraz **Analizy krótko-, średnio- i długoterminowych ryzyk, zagrożeń i szans klimatycznych**. Ważnym elementem w tych pracach będą wyniki kalkulacji **emisji gazów cieplarnianych**, które Grupa Agora po raz pierwszy przygotowała w 2021 r. w zakresie 1 i 2 (wyniki zaprezentowane zostały w **Części III: Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu**). Będzie to podstawa do określenia konkretnych działań realizujących w szczególności cel 12, 13 i 15 Agendy 2030 na najbliższe 5 lat.

2.2. KLUCZOWE OBSZARY WPŁYWU GRUPY AGORA

[GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-25, GRI 3-1, GRI 3-2, GRI 3-3]

Grupa Agora zdefiniowała swoje kluczowe obszary wpływu na otoczenie zewnętrzne. Ich szczegółowe wyniki są opisane w poszczególnych częściach niniejszego raportu. Należą do nich:

2.2.1. WPŁYW NA ŚRODOWISKO NATURALNE

Od wielu lat rozwijamy w Agorze działania na rzecz ochrony środowiska – są to zarówno nasze wewnętrzne akcje dotyczące oszczędzania energii, zmniejszenia zużycia surowców, segregacji śmieci i zmiany codziennych nawyków na prośrodowiskowe, ale też inwestycje w administrowanych przez nas budynkach.

Nasze dotychczasowe podejście do zarządzania kwestiami środowiskowymi zostało opisane w „**Polityce środowiskowej Agory S.A.**”, będącej dokumentem wewnętrznym obowiązującym wszystkich pracowników oraz współpracowników naszej firmy. W 2022 r. znowelizujemy i skonkretyzujemy dotychczasowe założenia Polityki, skupiając się przede wszystkim na planie redukcji emisji CO₂ oraz podjęciu działań niezbędnych do wdrożenia procesu transformacji cyrkularnej.

Rozwiązania „**Polityki środowiskowej i klimatycznej Agory S.A.**” będą opierać się m.in. na następujących celach strategicznych:

- ❖ prowadzeniu działalności zmierzającej do osiągnięcia neutralności klimatycznej zgodnie z założeniami m.in. **Europejskiego Zielonego Ładu** oraz **Porozumienia Paryskiego**;
- ❖ wdrażaniu praktyk z zakresu zrównoważonej produkcji i konsumpcji oraz przeciwdziałania marnotrawieniu;
- ❖ redukcji emisji CO₂;
- ❖ rozwijaniu projektów związanych z ekologią i ochroną środowiska w mediach Grupy Agora.

POLITYKA ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ W DRUKARNI AGORY

Grupa Agora jest właścicielem drukarni offsetowej w Warszawie, która realizuje zlecenia druku tytułów prasowych spółki oraz zamówienia klientów zewnętrznych. Wykładnią skuteczności pracy w drukarni jest funkcjonujący wewnętrzny System Zarządzania Jakością oparty na wdrożonych procedurach kontroli jakości i postępowania z reklamacjami (niezgodności wewnętrzne i zewnętrzne). W 2018 r. Agora S.A. opracowała specjalny dokument („**Polityka systemu zarządzania jakością**”) i stosuje zasady określające podejście do zarządzania wpływem na środowisko naturalne. Rewizja tego dokumentu miała miejsce w lipcu 2020 r.

Główne cele aktualnej „**Polityki systemu zarządzania jakością**” w zakresie środowiska to:

- ❖ zmniejszenie zużycia naturalnych zasobów naturalnych poprzez kontrolowanie racjonalnego zużycia wody, kontrolowanie zużycia energii elektrycznej i ciepłej, a także strat technologicznych;
- ❖ spełnianie wymagań przepisów prawnych dotyczących środowiska naturalnego oraz bezpieczeństwa i higieny pracy;
- ❖ zapobieganie zanieczyszczeniom oraz redukcja i segregacja odpadów.

Szczegóły dotyczące wpływu środowiskowego oraz działań środowiskowych Agory w 2021 r. znajdują się w **Części III: Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu** niniejszego raportu.

2.2.2. WPŁYW SPOŁECZNY

Jednym z istotnych elementów, które przyczyniają się do rozwoju Agory, są działania społeczne. Spółki, marki i media Grupy Agora od lat realizują szereg inicjatyw i akcji społecznych, charytatywnych, kulturalnych oraz edukacyjnych.

Podejmowane przez nas działania społeczne reguluje „**Polityka działań społeczno-sponsoringowych Grupy Agora**” przyjęta przez Zarząd spółki w 2016 r. Cele postawione w dokumencie nawiązują do **Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (Agenda 2030; w szczególności 5,10,11,16,17)** oraz spełniają normy społecznej odpowiedzialności ISO 26000.

W związku z faktem, że zagadnienia związane z **respektowaniem praw kobiet i osób wykluczanych społecznie, wolnością słowa i przestrzeganiem zasad demokracji** pozostają istotnymi wyzwaniem, planujemy kontynuację dotychczasowych działań w tym obszarze oraz będziemy aktywnie odpowiadać na pojawiające się kwestie społeczne. Tym samym będziemy realizować nasze cele strategiczne w tym obszarze, jakimi są:

- ❖ wyrównywanie szans oraz wspieranie grup zagrożonych wykluczeniem;
- ❖ obrona wolności słowa i niezależności mediów;
- ❖ aktywne uczestniczenie w życiu społecznym i wspieranie ważnych inicjatyw społecznych;
- ❖ rozwijanie projektów i inicjatyw promujących udział i rolę kobiet we współczesnym społeczeństwie.

Szczegóły dotyczące wpływu środowiskowego oraz działań środowiskowych Agory w 2021 r. znajdują się w **Części V: Zaangażowanie społeczne i relacje z otoczeniem** niniejszego raportu.

2.2.3. ŁAD KORPORACYJNY I ETYKA BIZNESU

Wiodącym dokumentem firmy regulującym kwestie z tego obszaru jest „**Kodeks etyki Agory**”, w którym zawarliśmy opis systemu etyki w Agorze oraz opis wartości i zasad, które są nam bliskie na co dzień. Uzupełnieniem tego dokumentu są dodatkowe przepisy wewnętrzne, szczegółowo regulujące takie obszary, jak: warunki zatrudnienia, przeciwdziałanie dyskryminacji i mobbingowi, zapobieganie korupcji. Szczegółowo opisujemy je w **Części IV: Miejsce pracy** niniejszego raportu.

W najbliższych latach będziemy nadal koncentrować się na utrzymaniu **wysokich standardów etycznych** i **rozwijaniu systemu compliance** w Agorze oraz dbaniu o poszanowanie praw człowieka. Cele strategiczne, jakie stawiamy sobie w tym obszarze, skupiają się na:

- ❖ inicjowaniu i wdrażaniu praktyk z zakresu etyki biznesu;
- ❖ dalszym regulowaniu kwestii dotyczących zatrudnienia i wynagradzania;
- ❖ promocji systemu compliance i szerszej komunikacji naszych standardów;
- ❖ włączaniu się w globalne i lokalne partnerstwa na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

Szczegóły dotyczące standardów etycznych i systemu compliance w Agorze znajdują się w **Części I: Kim jesteśmy?** oraz **Części II: Zrównoważony rozwój w Grupie Agora** niniejszego raportu.

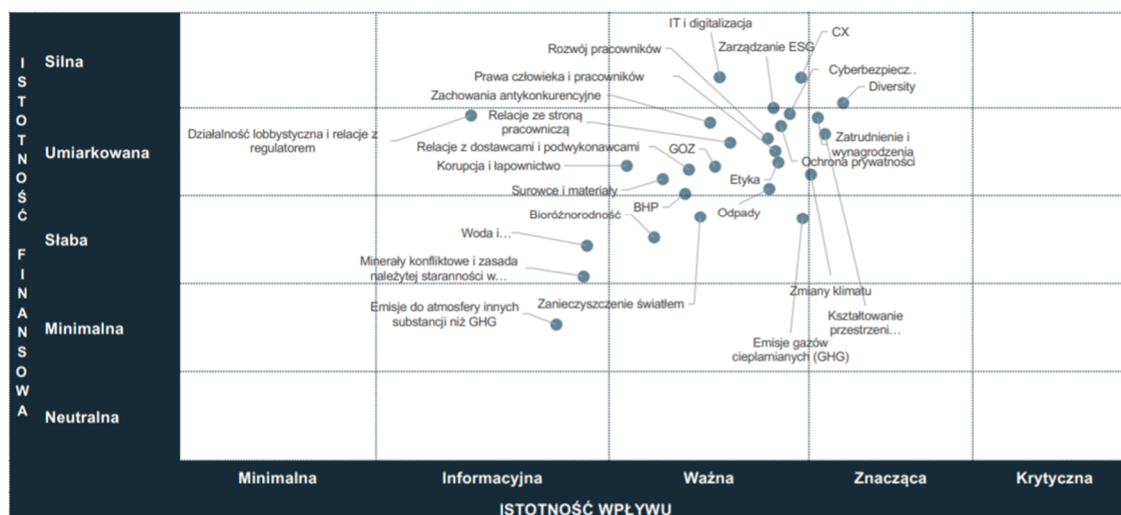
2.3. NAJISTOTNIEJSZE ZAGADNIENIA ESG W AGORZE

[GRI 2-25, GRI 2 -29, GRI 3-1, GRI 3-2]

W 2021 r. Grupa Agora, przygotowując się do prac nad strategią ESG oraz planując cele operacyjne na 2022 r., przeprowadziła proces **Badania istotności zagadnień ESG** z wykorzystaniem metody rozbudowanego kwestionariusza dla różnych grup interesariuszy (szczegóły tego procesu opisane zostały w **Części VI: Informacje o Raporcie**). Analizowano w nim m.in. kwestie ESG, które w przypadku Agory są najbardziej istotne według jej interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych. Wyniki tego badania przedstawione zostały poniżej.

Istotne zagadnienia ESG

Perspektywa wewnętrzna i ekspercka



Badanie wykazało 23 istotne zagadnienia ESG. W celu uporządkowania wszystkich istotnych tematów podzielono je na 3 grupy – o **najwyższej priorytetyzacji, średniej i standardowej**:

Tabela 2.1.
Istotne zagadnienia ESG dla Grupy Agora

Istotne zagadnienia ESG o najwyższej priorytetyzacji zarządzania:		
Zagadnienie	Nasz wpływ	Sposoby zarządzania
Zmiana klimatu, w tym emisje gazów cieplarnianych	Tak jak każda organizacja, Grupa Agora również wpływa na klimat poprzez emisje gazów cieplarnianych powstałych w wyniku bezpośredniej działalności takiej, jak spalanie paliw w obiektach lub samochodach, korzystanie z energii elektrycznej w biurach, generowanie odpadów oraz produkcję m.in. prasy, książek, reklam. Aby minimalizować nasz negatywny wpływ na otoczenie, podjęliśmy odpowiednie działania zarządcze.	Nasze dotychczasowe podejście do zarządzania kwestiami środowiskowymi zostało opisane w „ Polityce środowiskowej Agory S.A. ”. W celu jej aktualizacji (cel na rok 2022) w 2021 r. obliczyliśmy ślad węglowy całej Grupy Agora (zakres 1,2) oraz wykonaliśmy analizę szans, ryzyk i zagrożeń klimatycznych. Zagadnienie to zostało szczegółowo opisane w Części III: Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu
Zarządzanie ESG	Wpływ w tym obszarze przekłada się na wszystkie obszary ESG podlegające zarządzaniu w Grupie Agora.	W 2021 r. Zarząd Agory powołał członka Zarządu odpowiedzialnego za zarządzanie kwestiami ESG w Agorze. Zagadnienie to zostało szczegółowo opisane w Części I: Grupa Agora oraz Części II: Zrównoważony rozwój w Grupie Agora
Customer Experience, w tym IT i digitalizacja	W codziennych działaniach dążymy do tego, aby dostarczać najwyższej jakości produkty i usługi, zapewniając jednocześnie ich bezpieczeństwo i dostępność, szczególnie jeśli chodzi o grupy wrażliwe i zagrożone wykluczeniem.	Sposoby zarządzania obszarem CX konkretnych działalności tworzących Grupę Agora zostały szczegółowo opisane w Części II: Zrównoważony rozwój w Grupie Agora
Bezpieczeństwo danych i informacji, w tym własność intelektualna (prawa autorskie)	Zagadnienie to zostało opisane w Części II: Zrównoważony rozwój w Grupie Agora	Jako spółka z branży medialno-rozrywkowej dbamy o ochronę praw odnoszących się do własności intelektualnej, w szczególności dotyczącej praw autorskich. W każdym obszarze działalności Grupy Agora została wyznaczona konkretna osoba odpowiedzialna za to zagadnienie.
Zarządzanie różnorodnością	Zagadnienie to zostało opisane w Części II: Zrównoważony rozwój w Grupie Agora i IV: Miejsce pracy	W Agorze obowiązuje „ Polityka różnorodności ” opiera się na przełamywaniu takich barier, jak wiek, płeć czy stan zdrowia. 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.
Istotne zagadnienia ESG o średniej priorytetyzacji zarządzania:		
Gospodarka o obiegu zamkniętym, w tym surowce, materiały i odpady	Dane dotyczące naszego wpływu środowiskowego, w tym surowców i odpadów zostały przedstawione w	Jednym z kluczowych celów Agory na rok 2022 r. jest określenie obszarów działalności Grupy Agora, w których

	Części III: Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu	możliwe jest rozpoczęcie procesu wdrażania transformacji cyrkularnej .
Poziom zatrudnienia i poziom wynagrodzeń	Zagadnienie to zostało szczegółowo opisane w Części IV: Miejsce pracy	Warunki zatrudnienia, pracy oraz płacy w Grupie Agora są określone przez wewnętrzne regulaminy oraz indywidualne umowy o pracę.
Rozwój i edukacja pracowników	Mając świadomość tego, jak ważne dla pracowników są kwestie związane z rozwojem wiedzy i kompetencji, Grupa Agora stwarza członkom swojego zespołu możliwości kształcenia oraz zapewnia dostęp do rozwoju wiedzy i różnorodnych form szkoleń.	Zagadnienie to zostało szczegółowo opisane w Części IV: Miejsce pracy
Relacje ze stroną pracowniczą i wolność zrzeszania się	Zagadnienie to zostało szczegółowo opisane w Części IV: Miejsce pracy	W Grupie Agora działają trzy instytucje reprezentujące pracowników: rada pracowników, związki zawodowe oraz instytucja przedstawiciela pracowników.
Ochrona prywatności	Zagadnienie to zostało szczegółowo opisane w Części II: Zrównoważony rozwój w Grupie Agora	W spółkach Grupy Agora obowiązuje szereg procedur i procesów mających zapewnić zgodność z przepisami RODO, w szczególności dotyczącymi zasad przetwarzania i ochrony danych osobowych.
Prawa człowieka i prawa pracownika	Zagadnienie to zostało szczegółowo opisane w Części II: Zrównoważony rozwój w Grupie Agora	Nadrzędną wartością Agory jest przestrzeganie praw człowieka. Wyrazem takiego podejścia było wprowadzenie m.in. „ Polityki antydyskryminacyjnej i antymobbingowej ” oraz „ Polityki różnorodności ”.
Kształtowanie przestrzeni informacyjnej i kulturowej	Zagadnienie to zostało wspomniane w Części IV: Miejsce pracy	Za kształtowanie przestrzeni informacyjnej i kulturowej w Agorze, a co za tym idzie komunikację wewnętrzną odpowiedzialny jest dział komunikacji korporacyjnej, który udostępnia wszystkim pracownikom najważniejsze informacje i angażuje w różne prospołeczne i pro środowiskowe inicjatywy
Relacje z dostawcami i podwykonawcami	Zagadnienie to zostało szczegółowo opisane w Części II: Zrównoważony rozwój w Grupie Agora	W Agorze funkcjonuje „ Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory ”, w którym zebrano najważniejsze zasady współpracy dla dostawców i podwykonawców. Jednocześnie podwykonawcy Agory zostali zobowiązani do zapoznania się z zasadami określonymi w tym dokumencie i przestrzegania ich.
Etyka	Zagadnienie to zostało wspomniane w Części II: Zrównoważony rozwój w Grupie Agora	W Agorze obowiązuje „Kodeks etyki Agory”. Jest on skierowany do każdego z pracowników, współpracowników i członków kadry zarządzającej Agory S.A., bez względu na pełnioną w firmie funkcję czy zajmowane stanowisko.
Istotne zagadnienia ESG o standardowej priorytetyzacji zarządzania:		
Woda i ścieki	Dane dotyczące naszego wpływu środowiskowego, w tym wody i ścieków zostały przedstawione w Części III: Środowisko naturalne i	Nasze dotychczasowe podejście do zarządzania kwestiami środowiskowymi zostało opisane w „ Polityce środowiskowej Agory S.A. ”.

	przeciwdziałanie zmianom klimatu	
Zanieczyszczenia i emisje innych substancji niż gazy cieplarniane	Dane dotyczące naszego wpływu środowiskowego, w tym zanieczyszczenia i emisji zostały przedstawione w Części III: Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu	Nasze dotychczasowe podejście do zarządzania kwestiami środowiskowymi zostało opisane w „Polityce środowiskowej Agory S.A.”.
Zanieczyszczenie światłem	Nasz wpływ środowiskowy, a co za tym idzie kwestia zanieczyszczenia światłem, został opisany w Części III: Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu	Nasze dotychczasowe podejście do zarządzania kwestiami środowiskowymi zostało opisane w „Polityce środowiskowej Agory S.A.”.
Bioróżnorodność	Nasz wpływ środowiskowy, a co za tym idzie wpływ na bioróżnorodność, został opisany w Części III: Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu	Nasze dotychczasowe podejście do zarządzania kwestiami środowiskowymi zostało opisane w „Polityce środowiskowej Agory S.A.”.
BHP	Zagadnienie to zostało szczegółowo opisane w Części IV: Miejsce pracy	Oprócz spełniania wszystkich wymogów prawnych i formalnych dotyczących zapewniania bezpieczeństwa w miejscu pracy Agora podejmuje działania w celu zapobiegania wypadkom oraz urazom w miejscu pracy.
Minerały konfliktowe i zasad należytej staranności w łańcuchu dostaw	Zagadnienie to zostało szczegółowo opisane w Części II: Zrównoważony rozwój w Grupie Agora	W Agorze funkcjonuje „ <u>Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory</u> ”, w którym zebrano najważniejsze zasady współpracy dla dostawców i podwykonawców. Jednocześnie podwykonawcy Agory zostali zobowiązani do zapoznania się z zasadami określonymi w tym dokumencie i przestrzegania ich.
Przeciwdziałanie korupcji i łapownictwa	Zagadnienie to zostało szczegółowo opisane w Części II: Zrównoważony rozwój w Grupie Agora	W 2020 r. Zarząd Agory przyjął „ <u>Politykę otrzymywania i wręczania upominków i innych korzyści w Agorze S.A.</u> ”. Jest ona ściśle powiązana z „Kodeksem etyki Agory” i obowiązuje wszystkich pracowników i współpracowników Agory S.A.
Działalność lobbystyczna i relacje z regulatorem	Zagadnienie to zostało wspomniane w Części I: Kim jesteśmy? oraz Części II: Zrównoważony rozwój w Grupie Agora	Agora aktywnie kształtuje otoczenie, w którym na co dzień funkcjonuje m.in. poprzez aktywne uczestnictwo w organizacjach skupiających specjalistów z branż istotnych dla jej działalności.
Przeciwdziałanie zachowaniom antykonkurencyjnym	Grupa Agora poprzez swoje spółki i marki działa na rynku reklamy, prasowym, kinowym, filmowym, internetowym, radiowym oraz gastronomicznym. W relacjach z podmiotami konkurencyjnymi stawiamy na przejrzystość, uczciwość oraz działanie w zgodzie z obowiązującymi przepisami prawa.	Przeciwdziałanie wszelkim naruszeniom zasad uczciwej konkurencji, praktykom monopolistycznym oraz innym nieuczciwym praktykom rynkowym jest jedną z kluczowych zasad wpisanych do „Kodeksu etyki Agory”. Zagadnienie to zostało szczegółowo opisane w Części II: Zrównoważony rozwój w Grupie Agora

2.4. NASZE ZOBOWIĄZANIA Z 2021 R. I CELE NA 2022 R.

[GRI 3-1, GRI 3-2, GRI 3-3]

2.4.1. CELE OPERACYJNE NA ROK 2022

Poza wynikami przeprowadzonego **Badania istotności** i obszarami wskazanymi przez naszych interesariuszy w pracach nad celami operacyjnymi uwzględniliśmy również wyniki raportu **The Sustainable Development Goals Report 2021**, który prezentuje dane na temat sytuacji Polski w dążeniach do realizacji celów Agendy 2030. Na tej podstawie wyznaczaliśmy kluczowe dla nas w 2022 r. Cele Zrównoważonego Rozwoju oraz konkretne działania, które będziemy podejmować w ramach ich realizacji.

CELE ŚRODOWISKOWE



Cele środowiskowe Grupy Agora na 2022 r.:

- ❖ transformacja dotychczasowej „Polityki środowiskowej Agory S.A.” w „Politykę środowiskową i klimatyczną Agory S.A.”;
- ❖ kalkulacja emisji gazów cieplarnianych w zakresie 1, 2 i 3 w 2022 r. oraz podjęcie działań na rzecz redukcji emisji o określone wskaźniki w konkretnym przedziałach czasowych;
- ❖ określenie obszarów działalności Grupy Agora, w których możliwe jest rozpoczęcie procesu wdrażania transformacji cyrkularnej.

WPŁYW SPOŁECZNY



- ❖ Cele społeczne Grupy Agora na 2022 r. skupiają się wokół projektów społecznych realizowanych przez media i marki Grupy Agora, w szczególności tych dotyczących przeciwdziałania dyskryminacji, łamania praw kobiet oraz niesienia pomocy osobom wykluczonym i potrzebującym.

ŁAD KORPORACYJNY I ETYCZNY BIZNES

Obszar: Zarządzanie i raportowanie



Cele w obszarze zarządzania i raportowania Grupy Agora na 2022 r.:

- ❖ stworzenie strategii ESG Grupy Agora na lata 2023-2027;
- ❖ audyt dotyczący systemu zarządzania kwestiami praw intelektualnych w Agorze;
- ❖ aktualizacja „Polityki różnorodności Grupy Agora”.

Obszar: Etyka i compliance



Cele w obszarze Etyka i Compliance Grupy Agora na 2022 r.:

- ❖ prace nad „Polityką Compliance Agory S.A.”;
- ❖ plan kontroli Compliance Officera;
- ❖ plan szkoleń z zakresu compliance;
- ❖ rozpoczęcie prac nad wdrożeniem systemu oceny dostawców pod kątem m.in. wpływu środowiskowego, przeciwdziałania korupcji oraz przestrzegania praw człowieka.

Obszar: Miejsce pracy



Cele Grupy Agora dotyczące spraw pracowniczych na 2022 r.:

- ❖ kontynuacja prac nad harmonizacją wynagrodzeń Agory S.A.;
- ❖ modyfikacja „Polityki rekrutacyjnej Agory S.A.” w celu dostosowania jej do aktualnej sytuacji na rynku pracy (m.in. praca zdalna, rynek pracownika);
- ❖ zwiększenie liczby szkoleń wspierających pracowników i menadżerów w adaptacji do nowego modelu pracy;
- ❖ dalszy rozwój platformy e-learningowej oraz oferty szkoleniowej dla pracowników.

2.4.2. KLUCZOWE ZOBOWIĄZANIA Z 2021 R. I ICH REALIZACJA

W „Raporcie Odpowiedzialności 2020 Grupy Agora S.A. i spółki Agora S.A.” zostały przedstawione cele, które postawiliśmy sobie na 2021 r. Realizacja niektórych z nich – z uwagi na trwającą od 2020 r. pandemię COVID-19 i jej skutki – była utrudniona bądź wręcz niemożliwa, dlatego niektóre z nich zostały przeniesione na 2022 r.

Tabela 2.2.

Kluczowe zobowiązania z 2021 r. i ich realizacja

Obszar	Cel	Stopień realizacji	Rozdział raportu
ŚRODOWISKO	❖ Nowelizacja i poszerzenie o kwestie klimatu dotychczasowej „Polityki środowiskowej Agory S.A.” – przygotowanie i wdrożenie „Polityki środowiskowej i klimatycznej Agory S.A.”;	❖ W trakcie realizacji	Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu
	❖ Optymalizacja zużycia energii – m.in. wymiana central wentylacyjnych w warszawskiej siedzibie Agory (cel z 2020 r., w całości przesunięty w czasie z powodu wybuchu pandemii COVID-19);	❖ W trakcie realizacji	
	❖ Rozwijanie projektów związanych z ekologią i ochroną środowiska w	❖ W pełni	

	Grupie Agora.	zrealizowany	
DZIAŁANIA SPOŁECZNE	❖ Realizowanie przez media i marki Grupy Agora projektów społecznych , w szczególności tych dotyczących przeciwdziałania dyskryminacji, łamania praw kobiet oraz niesienia pomocy osobom wykluczonym i potrzebującym .	❖ W pełni zrealizowane	Zaangażowanie społeczne i relacje z otoczeniem
ETYKA I COMPLIANCE	❖ Kontynuacja szkoleń i komunikacji na temat etyki dla wszystkich pracowników Grupy Agora ❖ Rozpoczęcie prac nad wdrożeniem „ Polityki dotyczącej przestrzegania praw człowieka w Agorze S.A. ” ❖ Wdrożenie systemu oceny dostawców pod kątem m.in. wpływu środowiskowego, przeciwdziałania korupcji oraz przestrzegania praw człowieka.	❖ W pełni zrealizowany ❖ Prace zostaną podjęte po wdrożeniu oceny systemu dostawców ❖ Realizacja procesu przełożona na rok 2022	Zrównoważony rozwój w Grupie Agora
MIEJSCE PRACY	❖ Zapewnienie bezpiecznego miejsca pracy oraz ochrona zdrowia pracowników w związku z pandemią COVID-19; ❖ Wdrożenie „ Polityki rekrutacyjnej Agory S.A. ”; ❖ Rozpoczęcie prac związanych z procesem opisu i porządkowania stanowisk ; ❖ Dalszy rozwój platformy e-learningowej oraz oferty szkoleniowej dla pracowników.	❖ W pełni zrealizowany ❖ W pełni zrealizowany ❖ W trakcie realizacji ❖ W pełni zrealizowany	Miejsce pracy
ZARZĄDZANIE I RAPORTOWANIE	❖ Przeprowadzenie dialogu z interesariuszami ; ❖ Strategiczna współpraca z instytucją/organizacją związaną z obszarem odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju; ❖ Przygotowanie raportu niefinansowego zgodnie ze Standardami GRI 2021 .	❖ W pełni zrealizowany ❖ W pełni zrealizowany ❖ W pełni zrealizowany	Kim jesteśmy? O Raporcie

2.5. ETYKA I PRAWA CZŁOWIEKA W GRUPIE AGORA

[GRI 2-15, GRI 2-16, GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-25, GRI 2-26, GRI 2-27, GRI 406-1]

[UoR: Polityka w obszarze praw człowieka, Polityka w obszarze przeciwdziałania korupcji, Procedury należytej staranności art. 49b ust.2 pkt 4)]

Etyka od zawsze towarzyszy nam w codziennej pracy i kierujemy się nią również w relacjach wewnętrznych. Przestrzeganie praw człowieka takich, jak: **godność, wolność, równość, solidarność** jest dla nas naturalne i bezdyskusyjne. Dlatego w pełni popieramy założenia **Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka** oraz **Karty Praw Podstawowych Unii Europejskiej** i wdrażamy je, systematycznie wyznaczając odpowiednie standardy postępowania i wprowadzając stosowne regulacje wewnętrzne. Jednocześnie, począwszy od 2018 r., konsekwentnie rozwijamy system compliance.

Obecnie na system compliance składają się następujące elementy:

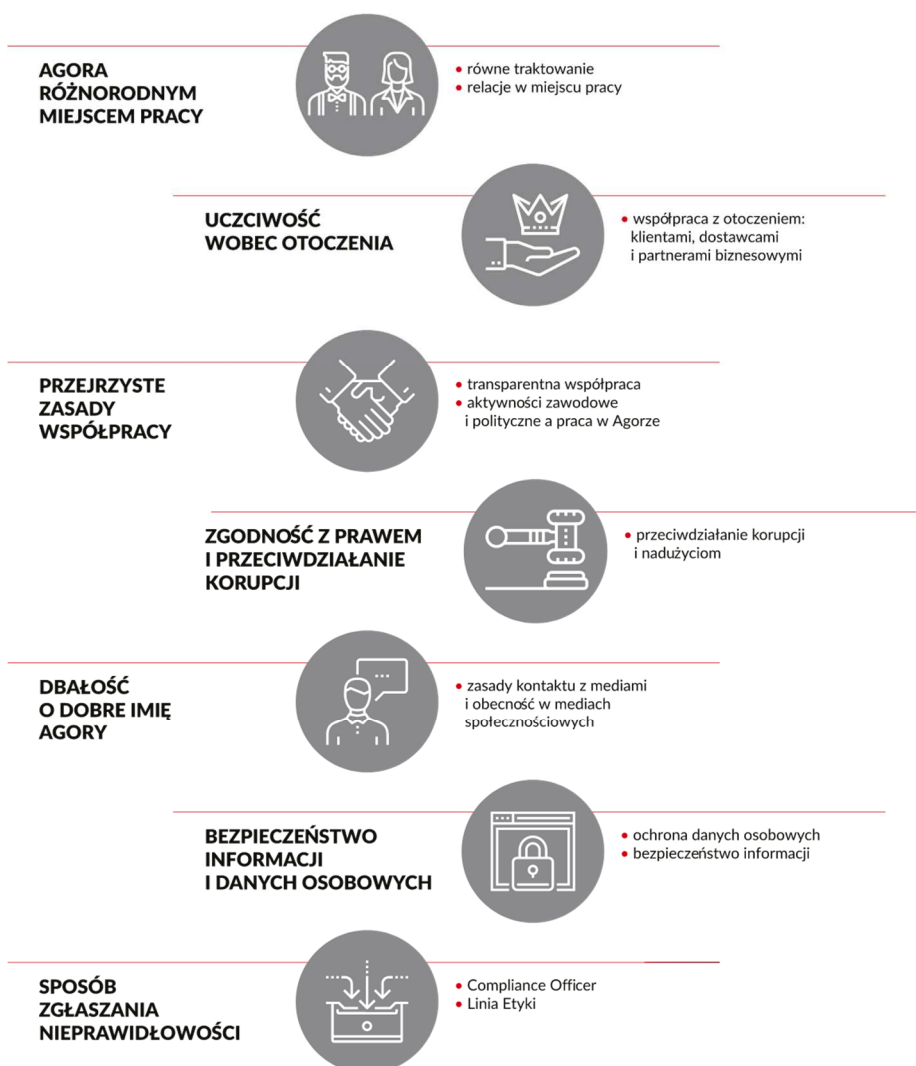
- ❖ regulacje wewnętrzne, w szczególności „Kodeks etyki Agory”;
- ❖ stanowisko Compliance Officer oraz zespół ds. Compliance;
- ❖ cykliczna ocena ryzyka braku zgodności oraz ocena i aktualizacja wdrożonego systemu compliance;
- ❖ system zgłaszania nieprawidłowości;
- ❖ Karta Ryzyk Compliance, czyli monitoring zgodności działalności w kluczowych obszarach biznesowych;
- ❖ szkolenia i komunikacja.

KODEKS ETYKI

„Kodeks etyki Agory” to dokument wewnętrzny, skierowany do wszystkich pracowników i współpracowników spółki. Wskazuje on, jakie postawy i zasady postępowania są w Agorze oczekiwane, a jakie firma uznaje za niestosowne lub niedopuszczalne. Ten skondensowany zbiór wskazówek i wartości jest wyrazem odpowiedzialnego i transparentnego podejścia w następujących siedmiu obszarach, będących jednocześnie tytułami rozdziałów „Kodeksu etyki”:

„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 dokumencie tym znajdują się w szczególności:



- ❖ zasady, jakimi powinni kierować się pracownicy i współpracownicy w relacjach ze wszystkimi interesariuszami spółki;
- ❖ zestawienie najważniejszych dokumentów regulujących poszczególne kwestie;
- ❖ schemat zgłaszania nieprawidłowości w Agorze;
- ❖ dane kontaktowe do osób, które mogą pomóc w tematach związanych z etyką;
- ❖ podpowiedzi oraz słownik pojęć.

Ogólne definicje, przykłady sytuacyjne i praktyczne zasady dotyczące postępowania w przypadku podejrzenia lub potwierdzenia konfliktu interesów są przedstawione w „Kodeksie etyki Agory” (str. 12). Mechanizmy te dotyczą w takim samym zakresie kadry menadżerskiej, pracowników jak i współpracowników Grupy Agora oraz ich relacji z dostawcami, kontrahentami czy innymi podmiotami zewnętrznymi.

Szkolenie w zakresie „Kodeksu etyki Agory” jest dostępne na wewnętrznej platformie szkoleniowej Agory i obowiązkowe dla wszystkich pracowników.

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

Uzupełnieniem „Kodeksu etyki Agory” są:

- ❖ wewnętrzne i zewnętrzne polityki oraz regulaminy Agory, w szczególności: **„Polityka antydyskryminacyjna i antymobbingowa w Agorze”, „Polityka różnorodności Grupy Agora”, „Polityka otrzymywania i wręczania prezentów i innych korzyści przez pracowników Agory S.A.”, „Polityka działań społeczno-sponsoringowych w Grupie Agora”, „Kodeks dobrych praktyk w obsłudze klienta Grupy Agora”, „Polityka środowiskowa Agory S.A.”;**
- ❖ zewnętrzne kodeksy branżowe przyjęte jako obowiązujące w Agorze, w szczególności: **„Karta Etyczna Mediów”, „Kodeks etyki reklamy”, „Kodeks dobrych praktyk Wydawców Prasy”.**

W oparciu o „Kodeks etyki Agory” opracowany został również **„Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory S.A.”**, który przekazywany jest kontrahentom do zapoznania się z nim i do którego przestrzegania spółka zobowiązuje wszystkich swoich dostawców i podwykonawców.

POSZANOWANIE PRAW CZŁOWIEKA

Nadrzędną wartością 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 oraz zapewnienie równego traktowania wszystkich pracowników. Wyrazem takiego podejścia było wprowadzenie **„Polityki antydyskryminacyjnej i antymobbingowej”** oraz **„Polityki różnorodności”**.

„Polityka antydyskryminacyjna i antymobbingowa” funkcjonuje w Agorze oraz w kilku spółkach zależnych z Grupy Agora (AMS, Grupa Radiowa Agory, Helios, Yeldbird) i służy tworzeniu komfortowego miejsca pracy wspierającego różnorodność. Jej najważniejsze elementy to:

- ❖ wprowadzenie funkcji pełnomocnika ds. przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi. Każdy pracujący lub współpracujący z Agorą członek zespołu może się z tą osobą skontaktować, aby skonsultować wątpliwości lub zgłosić sytuację niepożądaną;
- ❖ rozszerzenie możliwości przekazywania wątpliwości, pytań lub nieprawidłowości. Wraz z wprowadzeniem „Kodeksu etyki Agory” uruchomiony 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 sytuację w zespołach i reagować na zachowania oraz zdarzenia, które noszą znamiona dyskryminacji lub mobbingu;
- ❖ przykłady niepożądanych zachowań, mogących świadczyć o dyskryminacji lub mobbingu oraz wzór formularza zgłoszeniowego.

W 2019 r. Polityka została zaktualizowana zgodnie z wprowadzonymi zmianami w Kodeksie Pracy. Uzupełnieniem działań informacyjno-edukacyjnych dotyczących **„Polityki antydyskryminacyjnej i antymobbingowej”** zrealizowanych w 2019 r. było udostępnienie w 2020 szkolenia w tym zakresie na platformie e-learningowej Agory. Od tego czasu jest to szkolenie obowiązkowe dla wszystkich pracowników.

„Polityka różnorodności” opiera się na przełamywaniu takich barier, jak wiek, płeć czy stan zdrowia. 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. Wierzimy w to, że różnorodny zespół to czynnik pobudzający kreatywność, innowacyjność i pomysłowość. Dlatego tak doceniamy różnorodność wewnątrz organizacji.



„Polityka różnorodności” jest efektem zobowiązania, jakie Grupa Agora podjęła w 2017 r., dołączając do **sygnatariuszy Karty Różnorodności** jako pierwsza grupa medialna w Polsce. Weszliśmy w ten sposób do grona pracodawców z całej Europy, którzy działają na rzecz promowania i upowszechniania różnorodności w miejscu pracy.

W działalności Grupy Agora nie zdiagnozowano ryzyk związanych z pracą dzieci, pracą przymusową lub innymi sytuacjami naruszania praw człowieka. Agora wykazuje należyłą staranność w tym temacie, zgodnie z **Wytycznymi ONZ ds. biznesu i praw człowieka**³

oraz **Deklaracją Międzynarodowej Organizacji Pracy**⁴.

PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI I NADUŻYCIOM

W 2020 r. Zarząd Agory przyjął „**Politykę otrzymywania i wręczania upominków i innych korzyści w Agorze S.A.**”. Dokument ten określa w szczególności:

- ❖ czym jest upominek i inna korzyść,
- ❖ zasady przyjmowania i wręczania upominków i innych korzyści,
- ❖ obowiązek dokumentowania upominków i innych korzyści przez pracowników i współpracowników spółki oraz progi kwotowe podlegające zgłoszeniu.

„Polityka otrzymywania i wręczania upominków i innych korzyści w Agorze S.A.” jest ściśle związana z „Kodeksem etyki Agory” i obowiązuje wszystkich pracowników i współpracowników Agory S.A.

Raport z realizacji polityki jest przedstawiany Zarządowi spółki w cyklu rocznym.

PRZECIWDZIAŁANIE PRANIU PIENIĘDZY I FINANSOWANIU TERRORYZMU

W 2019 r. Zarząd Agory przyjął „**Procedurę przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu w Agorze S.A.**”, która ma na celu określenie zasad i trybu postępowania w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowania terroryzmu. W ten sposób Agora realizuje obowiązki wynikające z przepisów prawa.

Procedura obowiązuje wszystkich uczestniczących w wykonywaniu czynności związanych z usługowym prowadzeniem ksiąg rachunkowych dla klientów. Stosowanie procedury jest obowiązkowe i ma zastosowanie do relacji z wszystkimi klientami. Każdy pracownik i współpracownik ma obowiązek zapoznania się z tą procedurą.

ETYKA DZIENNIKARSKA

Z uwagi na zakres działalności Agory i jej wieloletnie tradycje etyka dziennikarska oraz etyka mediów mają dla niej szczególne znaczenie. Wolność słowa, niezależność, a także wiarygodność to zasady, którymi redakcje Agory od lat 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.

W tym obszarze obowiązują wewnętrzne kodeksy Grupy Agora, dotyczące przede wszystkim profesji dziennikarskiej (Karta Agory). Wyznacza one kierunki i reguły pracy dziennikarzy i wydawców zatrudnionych w mediach Grupy Agora. Dodatkowo, w Agorze S.A. wdrożone zostały również wewnętrzne regulacje dotyczące publikacji reklam i ogłoszeń.

Zewnętrzne kodeksy branżowe:

W Grupie Agora przestrzegane są również samoregulacje branżowe związane z działalnością medialną i reklamową. W szczególności są to:

³ Wytyczne dotyczące biznesu i praw człowieka wdrażanie dokumentu ramowego ONZ „Chronić, szanować i naprawiać”, 2014, źródło: www.gov.pl/web/fundusze-regiony/biznes-i-prawa-czlowieka

⁴ Deklaracja Międzynarodowej Organizacji Pracy dotycząca podstawowych zasad i praw pracy, 1998, źródło: www.ilo.org/public/english/standards/declaration/declaration_polish.pdf

- ❖ **Karta Etyczna Mediów**, dokument zawierający podstawowe zasady dotyczące etyki dziennikarskiej. Jako wiodący koncern medialny w Polsce jesteśmy świadomi naszej odpowiedzialności oraz wpływu i oddziaływania na otoczenie, a także roli mediów w życiu człowieka i społeczeństwa obywatelskiego, dlatego na co dzień kierujemy się zasadami wyznaczonymi w Karcie.
- ❖ **„Kodeks dobrych praktyk wydawców prasy”**, czyli zbiór norm o charakterze wewnętrznego aktu samokontroli środowiska wydawców zrzeszonych w Izbie Wydawców Prasy, a także innych wydawców, którzy do niego przystąpią w kolejnych latach.
- ❖ **„Kodeks 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.

Grupa Agora dokłada wszelkich starań, by powyższe zasady były realizowane zgodnie z oczekiwaniami interesariuszy. Dbą o to, aby reklamy emitowane przez media Grupy były zgodne z obowiązującym prawem oraz dobrymi obyczajami. Dodatkowo, reklamy produktów lub branż o podwyższonym ryzyku oraz budzących wątpliwości poddawane są weryfikacji prawnej.

Ponadto, wszystkie nasze działania podejmujemy zgodnie z porządkiem prawnym obowiązującym w Polsce. Jako spółka notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych przestrzegamy również zasad zawartych w „**Dobrych praktykach spółek notowanych na GPW**” opublikowanych zarówno w 2016 r., jak i 2021 r., które wpływają na kształtowanie naszych relacji z otoczeniem rynkowym.

SYSTEM ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI

W Agorze funkcjonuje **system zgłaszania nieprawidłowości**. Jego wdrożenie jest wyrazem zaangażowania spółki w promowanie kultury wspierającej zachowania etyczne, zgodne z przepisami prawa, wewnętrznymi procedurami i regulaminami oraz zewnętrznymi kodeksami przyjętymi przez spółkę. System ma na celu zapewnienie bezpiecznych kanałów do zgłaszania zaobserwowanych przez pracowników działań lub praktyk nieetycznych, będących w sprzeczności z obowiązującym prawem lub zasadami obowiązującymi w spółce. Stanowi również wsparcie w przypadku pojawiających się pytań lub wątpliwości.

Dostępne są następujące kanały zgłaszania nieprawidłowości:

- ❖ **wewnętrzne** – z zachowaniem poufności (kontakt z Compliance Officerem lub pełnomocnikiem ds. przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi),
- ❖ **zewnętrzne** – z zachowaniem poufności i anonimowości (kontakt za pośrednictwem Linii Etyki).

Naruszenia są zgłaszane wewnętrznie poprzez kontakt bezpośrednio z Compliance Officerem, do Pełnomocnika ds. przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi lub zewnętrznie poprzez dedykowany kanał zgłoszeń - Linia Etyki. Zasady zgłaszania opisane są w Kodeksie Etyki, w zakresie AML w „Procedurze przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu”.

W 2021 r. w ramach Linii Etyki oraz do Pełnomocnika ds. przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi wpłynęło łącznie 11 zgłoszeń. Część z nich wymagała 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 Officer Agory, jak również do pełnomocnika ds. przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi. Żadne ze zgłoszeń nie dotyczyło naruszeń przepisów związanych z zapobieganiem dyskryminacji lub przeciwdziałania korupcji.

W 2021 r. w ramach rozwijania systemu compliance w Grupie Agora w szczególności prowadzono **prace dostosowawcze** do projektowanej ustawy o ochronie osób zgłaszających naruszenia prawa (tzw. **ustawy o sygnalistach**) i prace nad **jednolitym repozytorium procedur** oraz rozpoczęto projekt **mapowania procedur organizacji**. Warto zaznaczyć, że ważną zmianą w obszarze compliance Agory w 2021 r., była zmiana na stanowisku Compliance Officer oraz wydzielenie w strukturze organizacji zespołu compliance z działu prawnego i podporządkowanie go bezpośrednio Zarządowi spółki.

W ramach działań komunikacyjnych w obszarze compliance w omawianym roku powstał comiesięczny Newsletter Compliance, wysyłany do wszystkich pracowników Grupy Agora zawierający informacje dotyczące m.in. systemu informowania o nieprawidłowościach, naruszeniach i zagrożeniach dla firmy czy zasadach ochrony danych osobowych. Poza tym treści dotyczące systemu etyki oraz compliance pracownicy Agory mogli znaleźć również w newsletterze wewnętrznym oraz specjalnej sekcji w firmowym intranecie.

2.6. FIRMA GODNA ZAUFANIA

[GRI 2-26, GRI 2-27, GRI 3-2, GRI 3-3, GRI 418-1]

[UoR: Kluczowe niefinansowe wskaźniki efektywności (art. 49b ust. 2 pkt.1),
Procedury należytej staranności art. 49b ust.2 pkt 4)]

Spółki Grupy Agora biorą odpowiedzialność zarówno za relacje z dostawcami i kontrahentami, jak i oferowane przez siebie przedsięwzięcia, produkty i usługi oraz komunikację marketingową. W tym celu powstały regulaminy określające zasady i warunki korzystania z produktów oraz usług dla klientów, a także merytoryczne kryteria i jasne zasady dla całego łańcucha dostaw.

Agora dba przy tym o transparentność, przestrzegając zasady uczciwej konkurencji i respektując prawo do prywatności ze szczególnym naciskiem na ochronę danych osobowych.

2.6.1. TRANSPARENTNOŚĆ WOBEC AKCJONARIUSZY

Transparentność wobec akcjonariuszy rozumiemy jako przejrzystość, jawność i równy dostęp do informacji. Agora jako spółka publiczna jest zobowiązana do informowania rynku o wszelkich zdarzeniach dotyczących Agory lub spółek z jej grupy kapitałowej, które mogą mieć wpływ na decyzje inwestycyjne obecnych i potencjalnych akcjonariuszy. Naszym priorytetem jest przy tym zapewnienie wszystkim zainteresowanym łatwego i niedyskryminującego nikogo dostępu do informacji za pomocą różnorodnych narzędzi komunikacji.

Głównym narzędziem komunikacji pozostaje internetowa strona korporacyjna – www.agora.pl, na której na bieżąco publikowane są wszystkie informacje wymagane przepisami prawa oraz inne materiały, które przybliżają zainteresowanym profil działalności Grupy Agora. Dodatkowymi narzędziami wspierającymi bieżący dostęp do informacji są: mobilna wersja serwisu relacji inwestorskich oraz biura prasowe Agory, a także konta w serwisach: [Twitter](#) i [LinkedIn](#).

Regularnie organizowane są również spotkania dla akcjonariuszy, inwestorów oraz przedstawicieli mediów, podczas których prezentowane są wyniki finansowe osiągnięte przez Grupę Agora w danym kwartale. Formuła spotkań przewiduje możliwość zadawania pytań Zarządowi Agory. Z uwagi na ograniczenia związane z wciąż trwającą pandemią COVID-19 w 2021 r. spotkania te odbywały się w formie zdalnej.

Poza kwartalnymi spotkaniami poświęconymi prezentacji wyników w podobnej formule organizowane są zwyczajne i nadzwyczajne Walne Zgromadzenia Akcjonariuszy, o których rynek jest informowany z wyprzedzeniem umożliwiającym akcjonariuszom przygotowanie się do udziału w spotkaniu.

2.6.2. ŁAŃCUCH DOSTAW I RELACJE Z DOSTAWCAMI

Prowadzenie tak różnorodnej i rozbudowanej działalności jak Grupa Agora wymaga codziennej współpracy z wieloma dostawcami i kontrahentami. Wybór dostawców odbywa się zgodnie z procesem zakupowym, który budujemy w sposób przejrzysty, zgodny z zasadami prawa i wewnętrznymi procedurami. Realizacja zamówień odbywa się w oparciu o merytoryczne kryteria i jasne zasady.

Prowadzimy biznes w sposób odpowiedzialny i etyczny. Tego samego oczekujemy od naszych dostawców i partnerów biznesowych, w szczególności w odniesieniu do poszanowania praw człowieka, tolerancji, szacunku dla różnorodności, uczciwości oraz przestrzegania obowiązującego prawa i przeciwdziałania korupcji. Dlatego też opracowany został „**Zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory**”, w którym zebrano najważniejsze zasady współpracy dla dostawców i podwykonawców. Jednocześnie podwykonawcy Agory zostali zobowiązani do zapoznania się z zasadami określonymi w tym dokumencie i przestrzegania ich.

2.6.3. ZARZĄDZANIE KWESTIAMI CUSTOMER EXPERIENCE W GRUPIE AGORA

Klienci stanowią jedną z głównych grup interesariuszy Grupy Agora. W codziennych działaniach dążymy do tego, aby dostarczać im najwyższej jakości produkty i usługi, zapewniając jednocześnie ich bezpieczeństwo i dostępność, szczególnie jeśli chodzi o grupy wrażliwe i zagrożone wykluczeniem.

Za swoje produkty i usługi bierzemy pełną odpowiedzialność. Spółki Grupy Agora udostępniają regulaminy określające zasady i warunki korzystania z produktów i usług, w tym dotyczące zakupu, zwrotu oraz reklamacji. Klienci mają również możliwość kontaktu ze spółkami w ramach wyznaczonych kanałów zapewniających wsparcie użytkowników.

Główne zasady, którymi kierujemy się w relacjach z klientami, wynikają wprost z „**Kodeksu etyki Agory**” i są to:

- ❖ przestrzeganie wysokich standardów etycznych;

- ❖ odpowiedzialność za oferowane produkty i usługi oraz ich jakość;
- ❖ przejrzyste i zrozumiałe zasady korzystania z produktów i usług;
- ❖ transparentna komunikacja marketingowa.

W przypadku relacji z klientami uzupełnieniem „Kodeksu etyki” jest „**Kodeks dobrych praktyk w obsłudze klienta**”, który został wprowadzony w celu usprawnienia kontaktów pomiędzy pracownikami Grupy Agora a klientami, czytelnikami i użytkownikami. Jednocześnie ma on zapewnić spójność podejmowanych działań i zwiększenie ich skuteczności.

W spółkach Grupy Agora funkcjonują również regulaminy, które określają zasady, zakres i warunki korzystania z produktów i usług/serwisów/aplikacji przez kupującego/użytkownika, w tym dotyczące zakupu, zwrotu oraz reklamacji.

Główne dokumenty dostępne dla klientów to m.in.:

- ❖ [Polityka prywatności Agory SA](#)
- ❖ [Regulamin użytkownika „Gazety Wyborczej”](#)
- ❖ [Polityka prywatności w sieci kin Helios S.A.](#)
- ❖ [Polityka prywatności spółki AMS](#)
- ❖ [Ochrona prywatności użytkowników serwisów internetowych Agory SA](#)
- ❖ [Polityka Prywatności w zakresie aplikacji mobilnych](#)
- ❖ [Regulamin Użytkownika Serwisów Internetowych Agory](#)
- ❖ [Zasady korzystania z aplikacji Gazeta Wyborcza na nośniki z systemem iOS i Android](#)

Klienci mają również możliwość kontaktu z pomocą dla użytkowników, na stronie www.agora.pl/kontakt znajdują się zaś kontakty do poszczególnych marek i spółek Agory. Dodatkowo, w serwisach poświęconych poszczególnym markom wchodzącym w skład Grupy Agora znajdują się dane kontaktowe dla użytkowników.

PODEJŚCIE ZARZĄDCZE POSZCZEGÓLNYCH SEGMENTÓW GRUPY AGORA W ZAKRESIE CUSTOMER EXPERIENCE (CX)/ OBSŁUGI KLIENTA:

FILM I KSIĄŻKA

HELIOS

Głównym celem w strategii CX sieci kin Helios jest utrzymywanie jak najlepszych relacji z dotychczasowym klientem oraz pozyskiwanie nowej widowni. Dla kin Helios opinie dotyczące jakości świadczonych usług są istotnym elementem zarządzania siecią, w szczególności biorąc pod uwagę wysoce konkurencyjne otoczenie rynkowe. Dlatego też Helios przykłada szczególną wagę do zagadnień związanych z obsługą klienta. Informacje na temat doświadczeń klientów Heliosa zbierane są różnymi kanałami. Zajmuje się tym zarówno zespół ds. komunikacji z widzami, który odpowiedzialny jest za kontakt z klientami – odpowiada na ich pytania, skargi czy sugestie jak i zespół ds. social media, który zarządza pytaniami i komentarzami klientów w mediach społecznościowych sieci kin Helios. Klienci mają jasną ścieżkę postępowania zarówno w przypadku chęci zgłoszenia opinii (specjalnie utworzona zakładka na stronie helios.pl pt. „Opinie”), poprzez bezpośredni lub mailowy kontakt z wybranym kinem oraz opinie i potencjalne skargi w wizytówkach Google Heliosa.

Dzięki szerokiemu spectrum danych i olbrzymiej liczbie klientów Helios aktywnie monitoruje sytuację i w ramach wypracowanych procedur bezzwłocznie reaguje na potencjalne problemy, odkrywa ich przyczyny, a tym samym dba o zadowolenie i lojalność klientów.

Jednym z ważniejszych aspektów CX jest także budowanie zaufania klienta poprzez: łatwy dostęp w każdym z kanałów do: regulaminów, informacji dotyczących danych osobowych, polityki prywatności, zgód oraz danych teleadresowych każdego kina. Relację z klientem Helios opiera na strategii omnichannel, zarówno w zakresie komunikacji marketingowej jak i w procesie transakcyjnym.

Kluczowymi wskaźnikami efektywności działań CX w obszarze kanałów komunikacyjnych Heliosa są:

- ❖ udział w sprzedaży ilości biletów w poszczególnych kanałach: www.helios.pl, aplikację oraz POS;
- ❖ liczba wiadomości oraz komentarzy w mediach społecznościowych (zasięg oraz zaangażowanie);

❖ średnia ocena kina w opiniach Google;

W obszarze customer service kluczowym KPI jest dążenie do zminimalizowania zapytań, zażaleń klientów przy jednoczesnym wzroście frekwencji w kinach.

Finalnie, w wymiarze ogólnym, wskaźnikiem efektywności wszystkich działań z zakresu CX jest liczba sprzedanych biletów w danym okresie.

Jako operator kinowy Helios nieustannie inwestuje w projekty mające na celu optymalizowanie CX i w efekcie budowanie frekwencji w kinach. Działania, które podejmuje w tym celu to sukcesywne wdrażanie najnowocześniejszych rozwiązań technologicznych związanych z odbiorem audiowizualnym w kinach (tj: technologia laserowa Christie RealLaser™, dźwięk cyfrowy Dolby ATMOS, rozdzielczość obrazu Christie 4K i technologię DepthQ 3D), a także podnoszenie komfortu widzów (sale Dream). Ofertę filmową Helios dopasowuje do potrzeb klienta: światowe i polskie hity filmowe, pakiet projektów specjalnych (kino eventowe), które kieruje do określonych grup klientów o różnych zainteresowaniach. Helios dba o transparentną i przyjazną klientowi politykę cenową (pozwala ona na zarządzanie przez klienta ceną biletu - pozwala zaoszczędzić klientowi nawet 50% ceny biletu repertuarowego przy zakupie z odpowiednim wyprzedzeniem), a także o wysoką jakość obsługi w kinach.

NEXT FILM

Spółka współpracuje głównie z klientami korporacyjnymi. Do jej największych partnerów zaliczyć można producentów filmowych, sieci kinowe i platformy streamingowe. Ten obszar działalności działa ma charakter projektowy, dlatego też zasady współpracy z danym kontrahentem ustalane są indywidualnie na podstawie podpisywanej umowy o współpracy.

WYDAWNICTWO AGORA

Wydawnictwo Agora ma dwie główne kategorie kontrahentów. Pierwszą z nich są pisarze i muzycy, których utwory wydawane są przez Wydawnictwo. Zasady współpracy z nimi są każdorazowo doprecyzowane w umowach między Wydawnictwem a twórcą.

Drugą grupą klientów Wydawnictwa są nabywcy publikacji.

W ramach działalności wydawniczej Agora prowadzi również dwie księgarnie internetowe – Publio.pl i Kulturalnysklep.pl. Pierwsza z nich – Publio.pl – oferuje ponad 40 tys. e-booków i audiobooków oraz kilkaset tytułów prasowych. Kulturalnysklep.pl to sklep online w którym znaleźć można m.in. książki Wydawnictwa Agora, płyty CD i winyle z muzyką znanych wykonawców, filmy na DVD, jak również wydawnictwa prasowe. Dane kontaktowe do zespołu Publio.pl podane są na stronie – www.publio.pl/kontakt, natomiast do biura obsługi Kulturalnysklep.pl na www.kulturalnysklep.pl. Na obu stronach znajdują się również informacje o zasadach reklamacji.

Kluczowym wskaźnikiem efektywności (KPI) zarówno Wydawnictwa Agora, jak i obu księgarni jest comiesięczna liczba sprzedanych produktów.

PRASA

Zespół sprzedażowy Grupa Wyborcza świadczy usługi zamieszczania reklam i ogłoszeń w „Gazecie Wyborczej”, magazynach („Wysokie Obcasy”, „Wysokie Obcasy Extra”, „Książki. Magazyn do czytania”) i wydawnictwach cyfrowych z grupy Wyborcza.pl, których jest wydawcą. Prócz tego oferuje również rozwiązania reklamowe z obszaru m.in. custom publishing, employer branding czy eventów.

Punktem wyjścia strategii CX dla Grupy Wyborcza jest synergia dwóch obszarów – obsługi klienta i sukcesu klienta.

Wskaźnikami efektywności (KPI) strategii tej są:

- ❖ Churn/unsubscription rate (UR)
- ❖ Retencja Expansion revenue
- ❖ Monthly recurring revenue
- ❖ Long Time Value (LTV)
- ❖ NPS (Net Promote Score)

Za obsługę klienta w Grupie Wyborcza odpowiada Customer Success Manager (CSM), którego rolą jest m.in.:

- ❖ edukowanie klienta w zakresie wartości sprzedanej usługi;
- ❖ długofalowe doradztwo strategiczne;
- ❖ budowanie satysfakcji klienta na bazie wyników;

❖ zdobywanie zaufania klienta poprzez transparentność.

Jednym z kluczowych zadań zespołu biura reklamy „Gazety Wyborczej” w 2022 r., realizowanego w celu udoskonalenia efektywności strategii CX, jest kontynuowanie rozpoczętego w 2021 r. procesu porządkowania i uruchomienia nowego procesu sprzedażowego prenumeraty cyfrowej w obszarze B2B, uwzględniającego rolę Customer Success Managera na etapie wdrożenia i posprzedażowej obsługi klienta. Działanie to ma przynieść efekt zwiększenia skali sprzedaży przez dział handlowy oraz poprawę rentowności biznesu w obszarze prenumeraty cyfrowej B2B.

Treści publikowanych materiałów reklamowych regulują „Ogólne zasady zamieszczania reklam i ogłoszeń w wydawnictwach Agory S.A.”. Dokument zastrzega publikowanie reklam/ogłoszeń, które są sprzeczne z prawem i/lub dobrymi zasadami współżycia społecznego. W tym samym dokumencie określone są również zasady reklamacji. Komunikacja Grupy Wyborcza z klientami odbywa się poprzez kontakt mailowy/telefoniczny podany na stronie – www.reklamamagazynyvagora.pl

INTERNET

GAZETA.PL

Biuro reklamy Gazeta.pl tworzy zespół ekspertów, dla których głównym wskaźnikiem efektywności (KPI) jest poziom satysfakcji klienta i ciągłość współpracy. Kwestie Customer Experience są analizowane w dwóch wymiarach.

Po pierwsze poprzez doświadczenia użytkowników podczas korzystania z treści publikowanych w serwisach Gazeta.pl, po drugie poprzez poziom zadowolenia naszych partnerów biznesowych zlecających kampanie reklamowe.

Pierwszy z tych obszarów doskonalimy poprzez ciągłą pracę nad wskaźnikami np. Core Web Vitals, których poprawa przekłada się na doświadczenie użytkowników. Efektem tych prac jest m.in. poprawa szybkości ładowania stron, co w dzisiejszym świecie mediów cyfrowych jest niezwykle ważnym punktem Customer Experience, a tym przypadku User Experience.

Aby poprawić obsługę naszych partnerów biznesowych na bieżąco zbieramy opinię bezpośrednio od Klientów oraz analizujemy coroczne badanie Biur Reklamy Media i Marketing Polska, w którym sprawdzamy skuteczność naszych działań w obszarze Customer Experience.

Komunikacja biura reklamy Gazeta.pl z klientami odbywa się poprzez kontakt mailowy/telefoniczny podany na stronie – www.reklama.gazeta.pl

YELDBIRD

Klientami Yeldbirda są głównie kontrahenci korporacyjni – wydawcy serwisów internetowych. Cele stawiane sobie przez zespół Yeldbirda zarządzający obsługą klienta to przede wszystkim: zwiększenie przychodu wydawców oraz churn rate jak najbliższy 0%. Cele te są również wskaźnikami efektywności (KPI) w obszarze CX Yeldbirda.

Zespół spółki Yeldbird prowadzi bieżącą komunikację z klientami tak, aby wiedza o konkretnych działaniach w danym miesiącu była taka sama po stronie spółki i klienta. Za każdym razem strategia działania jest akceptowana przez klienta oraz zespoły pracujące z nim, aby potwierdzić ustalenie wspólnego celu i planu działania w danym roku. Każdy z klientów Yeldbirda ma przypisany do siebie 3 osobowy dedykowany zespół. W jego skład wchodzi Customer Success Manager, Customer Performance Manager i AdOps Manager. Dodatkowo, na życzenie klient może otrzymać wsparcie od ekspertów Yeldbirda z innych działów.

W 2021 r. Yeldbird wdrożył procesy w obszarze CX, które dotyczyły ujednolicenia strategii dla klientów oraz przygotowania dla nich raportów kwartalnych i rocznych. W tym celu zespół Yeldbirda stworzył *guide book* obsługi klienta – pozwala on jak najbardziej ujednolicić ten proces i wypracować powtarzalne standardy. W 2022 r. Yeldbird będzie kontynuować działania związane z procesem budowania i realizacji strategii rocznych dla wszystkich klientów w swoim portfolio. Podstawowymi wskaźnikami efektywności pozostaną wzrost przychodów wydawców oraz churn rate.

W spółce Yeldbird wszystkie działy, które pracują z klientami, raportują swoje działania do osoby na stanowisku Head of Business podlegającej bezpośrednio Chief Revenue Officerowi. To właśnie Head of Business jest odpowiedzialny za tworzenie procesów i celów dla zespołów, które pracują z klientem, oraz nadzoruje ich realizację.

Komunikacja firmy Yeldbird z klientami odbywa się poprzez kontakt mailowy/telefoniczny podany na stronie – www.yeldbird.com/#contact-section

GRUPA HRLINK

W Grupie HRLink o Customer Experience dbają wszystkie zespoły. Kluczem do działania jest zrozumienie, że w organizacji najważniejszy jest klient i jego potrzeby. Natomiast cele pozostaje dostarczanie produktu zgodnie z oczekiwaniem klientów, branży HR oraz bycie merytorycznym partnerem. Głównymi odbiorcami usług HRLink są klienci korporacyjni, w szczególności dział HR.

W tym celu zarówno zespół HRlink, jak i GoldeLine działają m.in. poprzez:

- ❖ wspieranie klienta na każdym kroku współpracy;
- ❖ badanie potrzeb i zrozumienie oczekiwań oraz stały monitoring pracy w oferowanym systemie;
- ❖ szybką reakcję na wszystkie zgłoszenia;
- ❖ edukację klientów poprzez dedykowane webinary i tworzenie dedykowanego e-magazynu „Better People”;
- ❖ przeprowadzanie badań jakościowych i ilościowych w celu zdefiniowania potrzeb.

Aby udoskonalić ten proces, Grupa HRlink planuje w 2022 r.:

- ❖ rozwinięcie stałej miesięcznej komunikacji poprzez newsletter dla klientów HRlink i Goldenline;
- ❖ wdrażanie nowych funkcjonalności wraz z wybranymi klientami w oferowanym systemie, a następnie badanie odczuć po wdrożeniu u wszystkich klientów;
- ❖ regularne warsztaty z klientami w celu zbadania ich potrzeb oraz celów;
- ❖ ankietowanie klientów po zakupie, rezygnacji czy też w trakcie użytkowania systemu w celu zbadania przewag konkurencji lub pomysłów na udoskonalenie produktów. Wskaźniki efektywności (KPI) nie są określane przez Grupę HRlink.

Jasnym priorytetem są natomiast działania zaplanowane w celu utrzymania odpowiedniego churn rate, a co za tym idzie zadowolenia klienta z produktu czy obsługi klienta.

Komunikacja grupy HRlink z klientami odbywa się poprzez kontakt mailowy/telefoniczny podany na stronie – www.hrlink.pl/kontakt

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

Strategia Customer Experience w AMS oparta jest na budowaniu trwałych relacji, transparentności oraz elastyczności działań. W centrum działań AMS znajduje się klient i jego potrzeby. AMS współpracuje z 3 różnymi grupami odbiorców:

1. Domy mediowe, agencje reklamowe, klienci korporacyjni

Klientami AMS są przede wszystkim domy mediowe, agencje reklamowe oraz klienci korporacyjni, z którymi na co dzień współpracuje dział sprzedaży spółki. Kluczowym wskaźnikiem efektywności (KPI) jest satysfakcja klientów oraz długoterminowa chęć współpracy. Satysfakcja klientów jest mierzona co roku i przedstawiana w raporcie Biur Reklamy Media Marketing Polska. W ostatnim, spółka została najwyżej ocenionym przez klientów biurem reklamy OOH 2021 – zwyciężając w pięciu z sześciu kategorii, w tym w ocenie ogólnej biur reklamy outdoorowej. W ostatniej dekadzie takich wyróżnień spółka otrzymała aż 10.

Podstawą obsługi klienta jest budowanie trwałych relacji. W ramach działu sprzedaży do każdego domu mediowego lub agencji reklamowej przypisany jest opiekun-handlowiec, który odpowiada za bieżące kontakty z klientem. Pozwala to na szybkie i sprawne dostarczanie materiałów w odpowiedzi na zapytania klientów.

Wspólnie z działem marketingu przygotowywane są cykliczne materiały eksperckie w formie prezentacji, newsletterów, case study, wpisów na blogu, które wyposażają handlowców w dane, wiedzę i argumenty potrzebne w codziennej pracy.

Transparentność działań jest podstawą budowania zaufania wśród klientów. Firma prezentuje na stronie internetowej wszystkie ważne dokumenty – jasne i czytelne cenniki, politykę handlową firmy, zasady ekspozycji i emisji reklam na nośnikach, poziomy rabatów, które przysługują agencjom i domom mediowym od poziomu zadeklarowanych wydatków.

2. Nowi, bezpośredni klienci

Nowi klienci, czy powracający po dłuższej przerwie zwykle kontaktują się z AMS poprzez stronę internetową ams.com.pl

Do kontaktów z klientami został przypisany jeden numer telefonu, który jest czynny całą dobę i jeden adres mailowy. W ten sposób firma może szybko i sprawnie odpowiedzieć na zapytania klientów. AMS na swojej stronie zamieścił także specjalny formularz BRIEF, która pozwala na zaplanowanie kampanii w pełni odpowiadającej jej założeniom. Dodatkowo, spółka udostępnia klientom narzędzia do planowania i obsługi kampanii OOH. Są wśród nich zaawansowane narzędzia mapowe, a także te umożliwiające policzenie parametrów mediowych kampanii, ocenę layoutu outdoorowego czy jego wizualizację.

3. Mieszkańcy miast

OOH to nie tylko reklama. To odpowiedzialność za środowisko i wspólną przestrzeń.

Spółka dba o swoje nośniki - o ich wygląd, czystość i ekspozycję reklam. Publikuje treść i formy kreacji OOH, które są zgodne z przepisami prawa, dobrymi obyczajami, uczciwą konkurencją, rzetelnością i uczciwością i nie uchybiają godności człowieka. Tworzy rozwiązania, które powstają na bazie testów i doświadczeń, zyskując nowoczesną formę zarówno technologiczną, jak i architektoniczną

AMS wychodzi naprzeciw oczekiwaniom mieszkańców miast i przygotowuje rozwiązania, które są dla nich użyteczne. Współczesny przystanek to już dzisiaj nie tylko punkt przesiadkowy, ale przyjazne i użyteczne miejsce na trasie miejskich wędrówek. Miejsce, w którym można bezpłatnie ładować telefon, poczytać wiadomości lokalne, sprawdzić jakość powietrza czy wyświetlić mapę okolicy w czasie rzeczywistym.

RADIO

GRUPA RADIOWA AGORY

Głównym celem wszystkich stacji Grupy Radiowej Agory (Radio TOK FM, Radio Złote Przeboje, Radio Pogoda, Rock Radio) w kontaktach ze słuchaczami oraz myślą przewodnią w rozpatrywaniu każdego zagadnienia jest doprowadzenie do jak najszybszego rozwiązania sprawy i zadowolenia odbiorcy. Dlatego obsługa klienta w GRA, prócz stałego czasu pracy (poniedziałek-piątek godz. 9-18), czyli w sytuacjach awaryjnych działa również w weekendy. Obok kontaktu telefonicznego możliwe jest skontaktowanie się z działem obsługi klienta w sieci - poprzez e-mail lub media społecznościowe, a także sporadycznie poprzez pocztę tradycyjną. Kontakt do poszczególnych redakcji można znaleźć na stronie: www.radioagora.pl. Za obsługę klienta reklamowego w dużej mierze odpowiada Doradztwo Mediowe.

Obsługa klientów płacących za subskrypcje zajmuje drugie miejsce w celach działu subskrypcji, zaraz po celach sprzedażowych.

Kluczowym wskaźnikiem efektywności (KPI) jest dla GRA minimalizowanie liczby wysyłanych zapytań przy rosnącej liczbie klientów. Ograniczanie liczby zapytań realizowane jest poprzez usuwanie powtarzających się błędów i miejsc, w których potencjalny klient nie wie, jak poradzić sobie z kolejnym etapem transakcji. Celem Grupy Radiowej Agory na 2022 r. osiągnięcie poziomu poniżej 1000 zapytań miesięcznie.

W 2022 r. zespół Grupy Radiowej Agory skupi się również na rozwijaniu procesu podtrzymywania zainteresowania produktem klientów, którzy rozważają rezygnację z subskrypcji.

DORADZTWO MEDIOWE

Doradztwo Mediowe w ramach działu sprzedaży bezpośredniej zapewnia kompleksową usługę ukierunkowaną na realizację potrzeb reklamodawców i budowanie ich lojalności wobec firmy.

Proces sprzedaży realizowany jest w ścisłej współpracy z reklamodawcami i obejmuje dokładne rozpoznanie potrzeb klienta, badanie rynku, planowanie kampanii przy wykorzystaniu profesjonalnych narzędzi planerskich, tworzenie unikalnego miksu działań reklamowych w radiu, internecie, kinie i galeriach handlowych, a także proponowanie nieszablonyowych niestandardowych rozwiązań.

Tworząc strategie reklamowe dla klientów, zespół Doradztwa Mediowego analizuje potencjalnych odbiorców kampanii reklamowych, korzystając z badania Target Group Index, które potrafi precyzyjnie zdefiniować grupę celową klienta zarówno demograficznie, jak i psychograficznie. W procesie sprzedaży Doradztwo Mediowe wykorzystuje również badanie Radio Track, za pomocą którego dokonywana jest analiza słuchalności poszczególnych stacji i pakietów radiowych.

Od 2021 r. Doradztwo Mediowe wdraża system CRM, który ma pomóc w wypracowaniu m.in. systemów zgłoszeń (ticketing), działań z zakresu Marketing Automation czy definiowanie wskaźników efektywności CX (KPI) na dany okres.

W 2022 r. planowane jest uruchomienie funkcji bezpośrednio angażujących uwagę klienta z obszaru Marketing Automation oraz określenie konkretnych wskaźników efektywności (KPI).

Komunikacja z klientami odbywa się wieloma kanałami, z których najczęściej wykorzystywanym jest witryna Doradztwa Mediowego – www.doradztwomediowe.pl, na której opisany jest również standard reklamacji.

TANDEM MEDIA – DORADZTWO MEDIOWE (DZIAŁ SPRZEDAŻY AGENCYJNEJ)

Tandem Media specjalizuje się we współpracy z domami mediowymi i agencjami reklamowymi w zakresie planowania, analizy i zakupu kampanii radiowych i kinowych. Lista tych kontrahentów jest zasadniczo stała.

Do każdego domu mediowego lub agencji reklamowej jest przypisany opiekun-handlowiec, który ma wyznaczone cele jakościowe dotyczące kontaktów oraz zbierania informacji zwrotnych. Weryfikacja celów odbywa się w cyklu

miesięcznym. Działania opiekunów wspomagane są przez wyspecjalizowaną komórkę analityczną oraz komórkę dedykowaną rozwiązaniom niestandardowym.

Dodatkowo, domy mediowe i agencje reklamowe wspomagane są w codziennej pracy związanej z kampaniami radiowymi przed dział planowania radia, którego planerzy są również przyporządkowani ściśle do określonej grupy osób w strukturach kontrahenta. Cała praca działu planerskiego kontrolowana jest na bieżąco przez menadżera ds. planowania radia, a przepływ informacji utrwalany na skrzynce mailowej.

Wszelkie zapytania czy reklamacje trafiają do Tandem Media na bieżąco przez wyznaczonych opiekunów, formularz na stronie internetowej oraz media społecznościowe. Ich procedowanie odbywa się w oparciu o zatwierdzone, ustandaryzowane w spółce Doradztwo Mediowe „Ogólne Warunki Emisji” oraz na podstawie zawartych uzgodnień z kontrahentami, które odnawiane są każdego roku.

2.6.4. BEZPIECZEŃSTWO DANYCH I INFORMACJI, W TYM WŁASNOŚĆ INTELEKTUALNA (PRAWA AUTORSKIE)

Jako spółka z branży medialno-rozrywkowej dbamy o ochronę praw odnoszących się do własności intelektualnej, w szczególności dotyczącej praw autorskich. Takiej ochronie podlegają tworzone w Agorze m.in. teksty prasowe, oryginalne prace literackie i artystyczne (w tym utwory muzyczne) oraz twórczość reklamowa i multimedialna (m.in. fotografia i produkcja filmowa). W każdym obszarze działalności Grupy Agora została wyznaczona konkretna osoba odpowiedzialna za to zagadnienie.

Dedykowane jednostki prowadzą rejestry umów lub wzorców umów dotyczących praw autorskich, szczególnie tekstów dziennikarskich, książek, fotografii czy utworów muzycznych. Każdy z dokumentów zawiera klauzulę, w której określone są pola eksploatacji zarówno treści, jak i zdjęć, a także czas, w którym Agora ma prawo je wykorzystywać.

Zważywszy na wielkość oraz specyfikę organizacji, aby usprawnić proces zarządzania kwestiami praw intelektualnych, jednym z kluczowych celów Agory na rok 2022 r. jest przeprowadzenie audytu w tym obszarze.

2.6.5. OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH

Szanując prawo do prywatności naszych klientów indywidualnych oraz mając na uwadze wysoką wrażliwość tych kwestii, w Grupie Agora szczególną wagę przywiązujemy do spraw związanych z ochroną danych osobowych. W organizacji przestrzegane są ogólnie obowiązujące przepisy prawa i zasady wskazane w rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE – ogólne rozporządzenie o ochronie danych (dalej zwane RODO).

W spółkach Grupy Agora obowiązuje szereg procedur i procesów mających zapewnić zgodność z przepisami RODO, w szczególności dotyczącymi zasad przetwarzania i ochrony danych osobowych. Są to m.in.

- ❖ Polityka ochrony danych osobowych;
- ❖ Procedura analizy ryzyka i oceny skutków przetwarzania danych osobowych;
- ❖ Procedura obsługi wniosków podmiotów danych;
- ❖ Procedura oceny i notyfikacji naruszeń ochrony danych osobowych;
- ❖ Procedura wyboru dostawcy przetwarzającego dane osobowe;
- ❖ Procedura kontaktów z organem ochrony danych osobowych;
- ❖ Procedura zapewniania retencji danych osobowych;
- ❖ Rejestr czynności przetwarzania i rejestr kategorii czynności przetwarzania.

W Grupie Agora prowadzone są regularne szkolenia z zakresu ochrony danych osobowych dotyczące w szczególności następujących obszarów tematycznych: przetwarzanie danych pracowników i kandydatów do pracy, bezpieczeństwo teleinformatyczne, przeprowadzanie oceny balansu interesów, oceny ryzyka i oceny skutków dla ochrony danych, współpraca z kontrahentami i weryfikacja kontrahentów, prowadzenie działań marketingowych, zawieraniu umów powierzenia, spełnianie obowiązków informacyjnych i konstruowanie klauzul zgód, identyfikacji i oceny naruszeń, porozumień o współadministrowaniu, transferów danych osobowych.

Prowadzone są także działania zwiększające świadomość pracowników w zakresie ochrony danych osobowych, w tym notyfikacji naruszeń, przetwarzania danych przedsiębiorców czy weryfikacji dostawców.

Ponadto w Grupie Agora obowiązują dwie procedury odnoszące się do bezpieczeństwa danych przetwarzanych na sprzęcie wykorzystywanym przez pracowników i współpracowników, tj.

- ❖ Procedura zarządzania incydentami dotyczącymi bezpieczeństwa sprzętu służbowego, na którym znajdują się informacje dotyczące działalności spółki;
- ❖ Zasady korzystania ze sprzętu służbowego i sprzętu prywatnego wykorzystywanego do celów służbowych przez pracowników i współpracowników spółki Agora.

Nadzór nad wszystkimi kwestiami związanymi z ochroną danych osobowych, w szczególności przestrzeganiem przepisów RODO oraz regulacji wewnętrznych, prowadzony jest przez Inspektora Ochrony Danych Osobowych powołanego w spółkach: Agora S.A., Helios S.A., AMS S.A., Agora TC Sp. z o.o., Doradztwo Mediowe Sp. z o.o., GoldenLine Sp. z o.o., Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o., IM40 Sp. z o.o., Inforadio Sp. z o.o., NEXT FILM Sp. z o.o., HRlink Sp. z o.o. oraz Yieldbird Sp. z o.o.

POSTĘPOWANIA PROWADZONE PRZEZ ORGANY NADZORU, KARY I SANKCJE

W 2021 r. w Grupie Agora nie odnotowano incydentów wycieku, kradzieży lub utraty danych osobowych ani nie zostały na nią nałożone kary pieniężne z tytułu naruszenia przepisów o ochronie danych osobowych. W tym czasie nie odnotowano również żadnych uzasadnionych skarg lub upomnień od podmiotów zewnętrznych.

W omawianym czasie odnotowano dwa wszczęcia postępowania przeciwko Agorze S.A., dotyczące naruszenia zakazu reklamy aptek (w publikacji w serwisie Avanti24.pl) przez dwa podmioty. W pierwszym wypadku postępowanie zakończyło się nałożeniem na Agorę S.A. kary administracyjnej w kwocie 2 000 zł, która została uiszczona. W przypadku drugiego postępowania do końca 2021 r. sprawa nie została zakończona. Do spółek z grupy kapitałowej Agora wpłynęła jedna skarga podmiotu danych, na którą spółka Agora S.A. odpowiedziała w terminie wyznaczonym przepisami. Sprawa ta została umorzona.

Poza korespondencją związaną z powyższą skargą w 2021 r. Prezes UODO prowadził czynności kontrolne w Agorze S.A. związane ze świadczeniem usługi poczty elektronicznej oferowanej użytkownikom serwisu Gazeta.pl.

2.6.6. UCZCIWA KONKURENCJA

Grupa Agora poprzez swoje spółki i marki działa na rynku reklamy, prasowym, kinowym, filmowym, internetowym, radiowym oraz gastronomicznym. Regularnie monitorujemy dane i informacje dotyczące naszego otoczenia rynkowego oraz konkurencji. W relacjach z podmiotami konkurencyjnymi stawiamy na przejrzystość, uczciwość oraz działanie w zgodzie z obowiązującymi przepisami prawa.

Przeciwdziałanie wszelkim naruszeniom zasad uczciwej konkurencji, praktykom monopolistycznym oraz innym nieuczciwym praktykom rynkowym jest jedną z naszych kluczowych zasad wpisanych do „Kodeksu etyki Agory”.

POSTĘPOWANIA PROWADZONE PRZEZ ORGANY NADZORU, KARY I SANKCJE

W 2021 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) wszczął postępowanie wyjaśniające na podstawie art. 48 Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów mające na celu wstępne ustalenie, czy w związku z działaniami spółek AMS i Ströer Polska na rynku reklamy zewnętrznej mogło dojść do naruszenia przepisów o ochronie konkurencji i konsumentów.

W 2021 r. kontynuowane było również rozpoczęte przez UOKiK w 2019 r. postępowanie wyjaśniające zmierzające do ustalenia obowiązku Agory w zakresie zgłoszenia UOKiK zamiaru nabycia mniejszościowego pakietu 40% udziałów Eurozet Sp. z o.o. Prezes UOKiK dotychczas nie stwierdził po stronie Agory naruszeń Ustawy, jednak do końca 2020 r. nie zakończył formalnie postępowania wyjaśniającego.

W 2021 r. zostało wszczęte przeciwko Agorze S.A. jedno postępowanie w kwestii niezgodności z regulacjami dotyczącymi komunikacji marketingowej. Było to naruszenie zakazu reklamy aptek (w publikacji w serwisie Avanti24.pl). Postępowanie zakończyło się nałożeniem na Agorę S.A. kary administracyjnej w kwocie 2 000 zł, która została przez spółkę uiszczona.

Część III

Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu

Zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju oraz przyjętymi strategicznymi kierunkami odpowiedzialności w Grupie Agora od wielu lat rozwijamy działania na rzecz **ochrony środowiska**. Są to zarówno nasze wewnętrzne akcje dotyczące oszczędzania energii, segregacji śmieci czy zmiany codziennych nawyków na bardziej ekologiczne, ale też inwestycje w administrowanych przez nas budynkach oraz promocja i inicjowanie prośrodowiskowych projektów w mediach.

Mając na uwadze specyfikę działalności oraz branżę, w której jest obecna, Agora zdefiniowała podstawowe obszary bezpośredniego wpływu na środowisko. Są to:

- ❖ zużycie energii;
- ❖ zużycie wody i wytwarzanie ścieków;
- ❖ zużycie materiałów;
- ❖ gospodarka odpadami i surowcami wtórnymi;
- ❖ zużycie zasobów naturalnych w celach produkcyjnych;
- ❖ budowanie świadomości społecznej dotyczącej zmian klimatu i postaw proekologicznych.

Kluczowe obszary wpływu środowiskowego Grupy Agora w oparciu o Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ:



Od 2016 r. prezentujemy dane świadczące o naszych działaniach na rzecz redukcji m.in. zużywanych surowców czy produkowanych odpadów. Aby nasza działalność mogła być bardziej zrównoważona środowiskowo, w 2021 r. obliczyliśmy ślad węglowy dla całej Grupy Agora (w zakresie 1 i 2) oraz określiliśmy ryzyka, szanse i zagrożenia klimatyczne dla naszej organizacji. Dane, które prezentujemy w niniejszym raporcie, stanowią punkt wyjścia do stworzenia „**Polityki środowiskowej i klimatycznej Agory S.A.**”. Będzie się ona opierać na dotychczasowej „**Polityce środowiskowej Agory S.A.**”.

3.1. POLITYKA ŚRODOWISKOWA I KLIMATYCZNA W AGORZE

[GRI 3-3, GRI 2-23, GRI 2-24]

[UoR: Polityka w obszarze środowiskowym]

Zdaniem naukowców pewnym jest, że w najbliższych latach coraz wyraźniej będzie widać, jak poważny problem stanowi zmiana klimatu. Skutki tego zjawiska w Polsce wymienione w **Polityce Ekologicznej Państwa 2030**, czyli dokumencie skupiającym się na najbliższej dekadzie, w zdecydowanej większości są negatywne. Dla przykładu są to m.in. susze powodujące spadek w wielkości plonów, przerwy lub braki dostaw wody, ekstremalne zjawiska pogodowe – takie, jak silne wiatry, gwałtowne opady powodujące podtopienia oraz fale upałów negatywnie oddziałujące na organizmy ludzkie. Aby uchronić się przed konsekwencjami katastrofy klimatycznej, musimy jako ludzkość ograniczyć globalne ocieplenie do 2°C oraz dążyć do utrzymania go na poziomie 1,5°C. Dlatego każdy człowiek i każde przedsiębiorstwo musi dążyć do osiągnięcia neutralności klimatycznej poprzez redukcję emisji dwutlenku węgla, m.in. dzięki inwestycjom w odnawialne źródła energii czy zrównoważoną produkcję i konsumpcję. Z tego względu, myśląc o przyszłości naszej firmy, już teraz dążymy ku neutralności klimatycznej i zrównoważonemu rozwojowi. W najbliższych latach będziemy kontynuować założenia „**Polityki środowiskowej Agory S.A.**” oraz wdrażać nowe rozwiązania na rzecz celów, jakie wyznaczaliśmy sobie w strategii CSR na lata 2021-2022.

„**Polityka środowiskowa Agory S.A.**” to dokument, który przedstawia nasze podejście do zarządzania kwestiami środowiskowymi i obowiązuje wszystkich pracowników oraz współpracowników naszej firmy.



Jedym z kluczowych celów na 2022 r. jest kontynuacja aktualizacji „Polityki środowiskowej” i stworzenie na jej podstawie „**Polityki środowiskowej i klimatycznej Agory S.A.**”. Ma ona zawierać informacje o działaniach na rzecz łagodzenia klimatu, a w szczególności: docelowe wartości emisji gazów cieplarnianych wraz z określeniem, jak wartości te mają się do docelowych wartości krajowych i międzynarodowych, w tym do Porozumienia Paryskiego i rekomendacji **Implementing the Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)**.

3.2. WPŁYW DZIAŁALNOŚCI GRUPY AGORA NA KLIMAT

[GRI 3-1, GRI 3-3, GRI 307-1]

Tak jak każda organizacja, Grupa Agora również wpływa na klimat poprzez emisje gazów cieplarnianych powstałych w wyniku bezpośredniej działalności, m.in. spalania paliw w obiektach lub samochodach, korzystania z energii elektrycznej w biurach, generowania odpadów oraz produkcji prasy, książek czy reklam.

Mając na uwadze specyfikę działalności firmy oraz branżę, w której jest obecna, zdefiniowaliśmy podstawowe obszary bezpośredniego wpływu Grupy na klimat. Są to:

- ❖ zużycie energii nieodnawialnej;
- ❖ zużycie wody;
- ❖ produkcja ścieków i odpadów;
- ❖ gospodarka odpadami i surowcami wtórnymi.

Działania, które podejmujemy na rzecz ochrony środowiska, to:

- ❖ inwestycja w odnawialne źródła energii (OZE);
- ❖ ograniczanie produkcji ścieków i odpadów;
- ❖ ograniczanie zużycia wody.

WPŁYW ZIDENTYFIKOWANY W ŁAŃCUCHU DOSTAW

Określeni dostawcy współpracujący z Grupą Agora:



Określony negatywny wpływ na środowisko zidentyfikowany w łańcuchu dostaw:

- ❖ emisja CO₂ ze spalanych paliw (pojazdy);
- ❖ zużycie wody;
- ❖ zużycie energii;
- ❖ odpady, brak pełnej segregacji odpadów
- ❖ poddanie recyklingowi i odzyskowi wytwarzanych przez Grupę Agora odpadów w procesie produkcji i konsumpcji.

W 2021 r. żadna ze spółek Grupy Agora nie rozwiązała współpracy ze swoimi dostawcami ze wskazanego wyżej łańcucha ze względu na negatywny wpływ jego działalności na środowisko.

3.3. DANE ŚRODOWISKOWE GRUPY AGORA ZA 2021 R.

[GRI 2-2,302-1, GRI 302-3,GRI 303-4, GRI 303-5, GRI 305-1, GRI 305-2, 305-6, 305-7, GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3]
 [TCFD: Wskaźniki i cele]

Poniższe dane środowiskowe odnoszą się do informacji za okres 1 stycznia do 31 grudnia 2021 r. i dotyczą następujących spółek: Agora S.A., Helios S.A., NEXT FILM Sp. z o. o., Next Script Sp. z o. o., Step Inside Sp. z o. o., AMS S.A., AMS Serwis Sp. z o. o., Optimizers Sp. z o. o., Piano Group Sp. z o.o., Plan D Sp. z o. o., Yeldbird Sp. z o. o., HRLink Sp. z o. o., Goldenline Sp. z o. o., Grupa Radiowa Agory Sp. z o. o., Doradztwo Mediowe Sp. z o. o., IM 40 Sp. z o.o. oraz Inforadio Sp. z o.o.

3.3.1. PALIWA

Tabela 3.1.
Zużycie paliw w Grupie Agora w 2021 r.

	Jednostka	Agora S.A. 2021	Grupa Agora 2021
Paliwa zużyte w budynkach i instalacjach			
Gaz ziemny	m ³	251 475,9	251 621,8
Olej napędowy	l	420,0	420,0
Gaz ziemny	MWh	33 152,6	33 171,8
Olej napędowy	MWh	4,2	4,2
Łącznie paliwa zużyte w budynkach i instalacjach	MWh	33 156,7	33 176,0
Paliwa zużyte w transporcie pojazdami własnymi			
Benzyna	l	795,9	79 611,1
Olej napędowy	l	7 068,9	41 298,4
LPG	l	0,0	9 773,6
Benzyna	MWh	7,3	732,3
Olej napędowy	MWh	70,3	410,7
LPG	MWh	0,0	69,9

Transport łącznie	MWh	77,6	1 212,8
--------------------------	------------	-------------	----------------

Dane wyliczono dla 34 pojazdów w Grupie Agora.

W 2020 r. Grupa Agora badała jedynie paliwa zużyte w pojazdach. Dane dla Agory S.A. (21 samochodów) przedstawiały się następująco:

- ❖ Olej napędowy: 16403,05 litra;
- ❖ Etylina: 7816,64 litra.

W celu redukcji emisji CO₂ Agora planuje w najbliższych latach wymianę kolejnych samochodów na hybrydowe.

3.3.2. ENERGIA

Tabela 3.2.
Zakupiona energia nieodnawialna przez Grupę Agora w 2021 r.

	Jednostka	Agora S.A.	Grupa Agora
		2021	2021
Energia elektryczna	MWh	15 638,2	36 838,2
- w tym odsetek energii elektrycznej pochodzącej z odnawialnych źródeł energii	%	40,5%	20,3%
Energia cieplna	MWh	12 896,1	14 500,5
- w tym odsetek energii cieplnej pochodzącej z odnawialnych źródeł energii	%	0,0%	0,0%
Energia nabywana łącznie (elektryczna i cieplna)	MWh	28 534,3	51 338,7
- w tym odsetek energii nabywanej (elektrycznej i cieplnej) pochodzącej z odnawialnych źródeł energii	%	22,2%	14,6%

Tabela 3.3.
Energia z odnawialnych i nieodnawialnych źródeł energii w Grupie Agora w 2021 r.

	Jednostka	Agora S.A.	Grupa Agora
		2021	2021
Energia ze wszystkich źródeł odnawialnych (pochodząca z paliw i z energii zakupionej)	MWh	3 254,2	7 572,5
Odsetek energii ze źródeł odnawialnych	%	5,3%	8,8%
Energia ze wszystkich źródeł nieodnawialnych (pochodząca z paliw i z energii zakupionej)	MWh	58 514,5	78 242,0
Odsetek energii ze źródeł nieodnawialnych	%	94,7%	91,2%
Łącznie energia ze wszystkich źródeł	MWh	61 768,6	85 814,4

ODNAWIALNE ŹRÓDŁA ENERGII W AGORZE

Agora korzysta z odnawialnych źródeł energii, wykorzystując OZE. W kwietniu 2020 r. na dachu warszawskiej siedziby Agory przy ul. Czerskiej 8/10 zainstalowaliśmy **panele fotowoltaiczne**. Dzięki tej inwestycji i korzystaniu z odnawialnych źródeł energii (OZE) znacząco zredukowano emisję CO₂, co wpływa korzystnie na jakość lokalnego powietrza. Od stycznia do końca grudnia 2021 r. Agora wyprodukowała **86,8 MWh** zielonej energii, co odpowiada redukcji emisji CO₂ o ponad 70 ton. Wyniki produkcji zielonej energii przez Agorę można na bieżąco sprawdzać na specjalnej stronie – [tutaj](#).



Oprócz tego drukarnia Agory zainstalowała w 2021 r. panele fotowoltaiczne o mocy 2 x 50 kW. Jest to 248 modułów fotowoltaicznych o łącznej powierzchni 484,84 m². Zostały one podłączone do sieci elektrycznej w pierwszym kwartale 2022 r. Spodziewany wynik rocznej energii wynosi **100 kWh** – jeśli zostanie on osiągnięty emisja CO₂ do atmosfery będzie o 71 000 kg mniejsza. Wyniki produkcji zielonej energii w drukarni Agory można na bieżąco sprawdzać na specjalnej stronie – [tutaj](#).



W 2021 r. Grupa Agora zwiększyła liczbę wykorzystywanych odnawialnych źródeł energii również dzięki spółce AMS. Wybudowała ona słup reklamowy zasilany ogniwami fotowoltaicznymi o mocy **460 kWp** oraz pilotażową instalację fotowoltaiczną na dachu wiaty przystankowej w Krakowie o mocy **1410 kWp**. Dodatkowo, od stycznia 2021 r. AMS posiada certyfikat EKO Biznes potwierdzający, że zakupiona przez niego energia pochodzi z niskoemisyjnych źródeł.

Tabela 3.4.

Wskaźniki intensywności energetycznej w Grupie Agora w 2021 r.

	Jednostka	Agora S.A.	Grupa Agora
		2021	2021
Energia ze źródeł odnawialnych na 1 mln zł przychodu	MWh/1mln zł	8,50	7,84
Energia ze źródeł nieodnawialnych na 1 mln zł przychodu	MWh/1mln zł	152,8	81,0
Energia ze wszystkich źródeł na 1 mln zł przychodu	MWh/1mln zł	161,3	88,8

3.3.3. EMISJE GAZÓW CIEPLARNIANYCH

Tabela 3.5.

Emisje w zakresie 1 i 2 w Grupie Agora za rok 2021 r.

	Jednostka	Agora S.A. 2021	Grupa Agora 2021
Zakres 1			
Emisje będące skutkiem zużycia paliw w budynkach i instalacjach	Mg CO ₂ e	509,5	509,75
Emisje wynikające z transportu	Mg CO ₂ e	18,1	313,2
Emisje wynikające z klimatyzacji i chłodzenia	Mg CO ₂ e	42,4	571,3
Łącznie emisje w ramach Zakresu 1	Mg CO₂e	572,8	1 394,3
<i>Emisje Zakres 1 na 1 mln zł przychodu</i>	<i>Mg CO₂e/1mln zł</i>	<i>1,5</i>	<i>1,4</i>
Zakres 2			
Location-based			
Emisje <i>location-based</i> będące skutkiem zakupu energii elektrycznej	Mg CO ₂ e	10 915	25 713,1
Emisje <i>location-based</i> będące skutkiem zakupu energii cieplnej	Mg CO ₂ e	4 577,6	5 147,1
Łącznie emisje location-based w ramach Zakresu 2	Mg CO₂e	15 493,1	30 860,2
Market-based			
Emisje <i>market-based</i> będące skutkiem zakupu energii elektrycznej	Mg CO ₂ e	11 238,3	26 364,6
Emisje <i>market-based</i> będące skutkiem zakupu energii cieplnej	Mg CO ₂ e	2 006,7	5 147,1
Łącznie emisje market-based w ramach Zakresu 2	Mg CO₂e	13 245,0	31 511,7
<i>Emisje Zakres 2 market-based na 1 mln zł przychodu</i>	<i>Mg CO₂e/1mln zł</i>	<i>34,6</i>	<i>32,6</i>
Zakres 1+2			
Łącznie emisje w ramach Zakresu 1+2 location-based	Mg CO₂e	16 065,9	32 254,4
Łącznie emisje w ramach Zakresu 1+2 market-based	Mg CO₂e	13 817,8	32 906,0
<i>Emisje Zakres 1+2 market-based na 1 mln zł przychodu</i>	<i>Mg CO₂e/1mln zł</i>	<i>36,1</i>	<i>34,1</i>

METODOLOGIA WYLICZEŃ EMISJI GAZÓW CIEPLARNIANYCH

Emisje gazów cieplarnianych zostały obliczone według standardów i metodologii *The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard Revised Edition* oraz *GHG Protocol Scope 2 Guidance*. Granice organizacyjne obejmują wszystkie spółki wchodzące w skład Grupy Agora. Granice operacyjne obejmują emisje w zakresie 1 (ang. *Scope 1*), tj. emisje związane z bezpośrednim wykorzystaniem paliw w budynkach, pojazdach i instalacjach będących w posiadaniu bądź kontrolowanych przez Grupę oraz emisje związane z ulatnianiem czynników chłodniczych, a także emisje w zakresie 2 (ang. *Scope 2*), tj. emisje pośrednie związane ze zużyciem przez Grupę nabytej energii elektrycznej i energii cieplnej. Obliczenia dla zakresu 2 wykonano według dwóch metod: *location-based* i

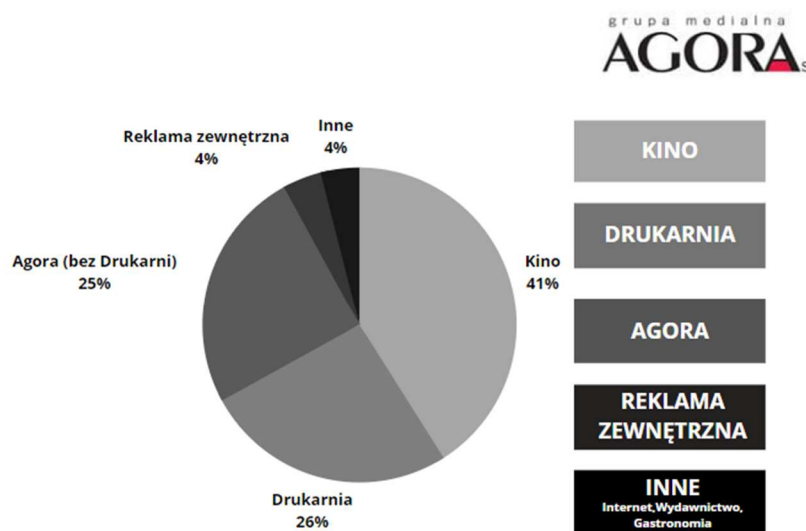
market-based. W przypadku metody *location-based*, zużycie energii elektrycznej pomnożono przez średni wskaźnik emisji dla Polski⁵. Natomiast w obliczeniach metodą *market-based* zużycie energii przypisane poszczególnym sprzedawcom pomnożono przez wskaźnik emisji publikowany/podany przez tych sprzedawców energii. W przypadkach, w których nie podano konkretnego sprzedawcy energii, zużycie energii pomnożono przez średnią dla Polski.

Przy wyliczaniu emisji gazów cieplarnianych w odniesieniu do energii cieplnej posłużono się metodą *market-based* i przyjęto uśredniony wskaźnik emisyjności dla Polski⁶.

W obliczeniach emisji metodą *market-based*, 69,06% wyliczenie opiera się na danych realnych, a 30,94% zostało przybliżone zagregowanymi wskaźnikami dla Polski pochodzącymi z danych publicznych (GUS i KOBIZE).

Wielkość emisji została podana w tonach ekwiwalentu dwutlenku węgla (Mg CO₂e). Miara ta zawiera łączne emisje gazów cieplarnianych wyrażone poprzez wielkość emisji dwutlenku węgla, mającą taki sam wpływ na środowisko wg. *Global Warming Potential* (GWP).

Emisje GHG w zakresach 1 i 2 *market-based* w 2021 r. w Grupie Agora: w podziale na segmenty operacyjne CO₂e w tonach



WYNIKI I WNIOSKI W ODNIESIENIU DO ŚLADU WĘGLOWEGO:

Ślad węglowy Grupy Agora w 2021 r. to 32 906 t CO₂e (zakres 1 i 2 *market-based*).

Emisje gazów cieplarnianych generowane są przede wszystkim w zakresie 2 – ponad 95% całości śladu węglowego Grupy Agora wynika z emisji w tym zakresie.

W emisjach w zakresie 1 ponad 40% ekwiwalentu CO₂ w tonach jest generowana przez emisje z czynników chłodniczych pochodzących z instalacji klimatyzacyjnych w działalności kinowej Grupy Agora.

Z kolei w zakresie 2 ponad 83% emisji gazów cieplarnianych ma związek z rodzajem kupowanej energii, która zużywana jest w kinach, w działalności drukarni i administracji (biura i serwerownie, w tym serwerownie dla działalności internetowej).

⁵ „Wskaźniki emisyjności CO₂, SO₂, NO_x, CO i pyłu całkowitego dla energii elektrycznej na podstawie informacji zawartych w Krajowej bazie o emisjach gazów cieplarnianych i innych substancji za 2020 rok”, Krajowy Ośrodek Bilansowania i Zarządzania Emisjami oraz „Energia ze źródeł odnawialnych w 2020 r.”, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 2021 r.

⁶ „Energetyka ciepła w liczbach – 2020”, luty 2022 r., Urząd Regulacji Energetyki

3.3.4. WODA I ŚCIEKI

Tabela 3.6.

Zużycie wody i odprowadzanie ścieków w Grupie Agora w 2021 r.

	Jednostka	Agora S.A. 2021	Grupa Agora 2021
Woda			
Woda zakupiona	m ³	9 606	43 906
Łącznie woda zużyta	m³	9 606	43 906
<i>Zużycie wody na 1 mln zł przychodu</i>	<i>m³/1mln zł</i>	<i>25,1</i>	<i>45,5</i>

Ścieki			
Ścieki odprowadzone do sieci komunalnej	m ³	9 606	43 906
Łącznie odprowadzone ścieki	m³	9 606	43 906
<i>Odprowadzone ścieki na 1 mln zł przychodu</i>	<i>m³/1mln zł</i>	<i>25,1</i>	<i>45,5</i>

Woda z kranu w warszawskiej siedzibie Agory jest zdatna do picia zgodnie z certyfikacją przeprowadzoną przez firme Watersystem.

Ścieki odprowadzane są do przedsiębiorstw komunalnych. Żadne z nich nie trafiają do wód podziemnych bądź powierzchniowych.

3.3.5. SUROWCE I MATERIAŁY

Tabela 3.7.

Zużyte surowce i materiały w Grupie Agora w 2021 r.

	Jednostka	Agora S.A. 2021	Grupa Agora 2021
Surowce i materiały:			
<i>Papier</i>	Mg	10 568,32	10 572,05
<i>Farby</i>	Mg	423,90	423,90
<i>Kleje</i>	Mg	17,20	94,59
<i>Formy aluminiowe</i>	Mg	87,60	87,60
<i>Koncentrat roztworu nawilżającego</i>	Mg	36,50	36,50
<i>Szkło</i>	Mg	0,00	23,56
<i>Zmywacze</i>	Mg	13,70	13,70
<i>Silikon</i>	Mg	14,20	14,20
<i>Utwardzacz</i>	Mg	3,50	3,50
<i>Tworzywa sztuczne PMMA, Poliwęglan</i>	Mg	0,00	3,09
Produkty spożywcze:			
<i>Ziarno kukurydzy</i>	Mg	0,00	237,38
<i>Mięso wołowe</i>	Mg	0,00	101,41
<i>Frytki</i>	Mg	0,00	87,89
<i>Bułka hamburger</i>	Mg	0,00	28,48
<i>Sos różowy</i>	Mg	0,00	21,94

Istotna pozycja papieru wśród surowców i materiałów wykorzystywanych w Grupie Agora związana jest ze świadczoną usługą druku przez drukarnię Agory w Warszawie. Podane wartości dotyczą papieru zakupionego przez Grupę Agora, nie obejmują z kolei papieru powierzonego. Z działalnością poligraficzną związane są również farby, formy aluminiowe, koncentrat roztworu nawilżającego, zmywacze, kleje a także silikon oraz utwardzacz.

Natomiast wskaźniki związane ze szkłem, wykorzystaniem tworzyw sztucznych PMMA oraz kleju (82%) dotyczą działalności AMS.

W przypadku produktów spożywczych – są one głównie wykorzystywane w działalności sieci kin Helios (ziarno kukurydzy) oraz w restauracjach prowadzonych pod marką Pasibus (mięso wołowe, frytki, bułka hamburger, sos różowy).

3.3.6. ODPADY I METODY POSTĘPOWANIA Z ODPADAMI

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

Odpady komunalne w Agorze 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 ich utylizacją.

W budynku Agory przy ul. Czerskiej znajduje się stołówka, która generuje odpady spożywcze.

Tabela 3.8.

Odpady niebezpieczne i inne niż niebezpieczne w Grupie Agora i metody ich utylizacji

	Jednostka	Agora S.A. 2021	Grupa Agora 2021
Odpady niebezpieczne	Mg	18,76	20,36
Przygotowanie do recyklingu	Mg	0,00	0,00
Przygotowane do innych form odzysku	Mg	0,00	0,00
Przygotowane do utylizacji	Mg	1,51	3,11
Spalanie (z odzyskiem energii)	Mg	0,00	0,00
Spalanie (bez odzysku energii)	Mg	0,26	0,26
Składowanie na składowiskach odpadów	Mg	0,00	0,00
Inne sposoby zagospodarowania odpadów	Mg	16,99	16,99
Łącznie odpady niebezpieczne	Mg	18,76	20,36

Odpady inne niż niebezpieczne	Mg	2 227,41	6 958,89
Przygotowanie do recyklingu	Mg	1 978,72	2 043,75
Przygotowane do innych form odzysku	Mg	0,00	0,00
Przygotowane do utylizacji	Mg	88,85	97,82
Spalanie (z odzyskiem energii)	Mg	0,00	0,00
Spalanie (bez odzysku energii)	Mg	0,00	0,00
Składowane na terenie Spółki	Mg	0,00	69,12
Składowanie na składowiskach odpadów	Mg	10,22	15,18

Odpady komunalne ⁷	Mg	145,11	4 556,63
Inne sposoby zagospodarowania odpadów	Mg	4,52	176,39
Łącznie odpady inne niż niebezpieczne	Mg	2 227,41	6 958,89

Odpady łącznie	Mg	2 246,17	6 979,25
-----------------------	-----------	-----------------	-----------------

Blisko 30% odpadów wygenerowanych przez Grupę Agora w 2021 r. poddanych zostało recyklingowi. Odpady komunalne stanowiły ponad 65% wszystkich odpadów i w blisko 97% zostały wygenerowane w działalności kinowej Grupy Agora.

3.4. ANALIZA RYZYK, ZAGROŻEŃ I SZANS ZWIĄZANYCH Z KLIMATEM

[GRI 3-3]

[TCFD: Zarządzanie ryzykiem]

W 2021 r. Grupa Agora przeprowadziła identyfikację i analizę ryzyk klimatycznych oraz wynikających z nich zagrożeń i szans. W wyniku tego procesu zdefiniowane zostały ryzyka dla rozwoju, wyników i sytuacji przedsiębiorstwa wynikające ze zmian klimatu. Poniżej prezentujemy jego wyniki⁸.

Tabela 3.9.

Istotne ryzyka, zagrożenia i szanse związane z klimatem w Grupie Agora

Ryzyka fizyczne			
Ryzyko	Zagrożenie / Szansa	Horyzont czasowy	Sposób zarządzania
Długotrwale ryzyka fizyczne			
Ryzyko epidemii	Zagrożenie wzrostem częstotliwości występowania epidemii i pandemii.	Krótki-średni	Utrzymanie procedur zarządzania kryzysowego i planu ciągłości działania oraz wykorzystanie doświadczeń z okresu pandemii COVID-19 w 2020 r. i 2021 r.
Ryzyka transformacyjne			
Ryzyko	Zagrożenie / Szansa	Horyzont czasowy	Sposób zarządzania
Ryzyka technologiczne			
Ryzyko digitalizacji	Szansa na wykorzystanie zaawansowanej analityki i sztucznej inteligencji w rozwoju produktów i usług. Szansa na zwiększenie przychodów z uwagi na zmiany w zapotrzebowaniu na promocję w internecie.	Krótki-średni	Kontynuacja działań w obszarze innowacji cyfrowych, rozwijanie usług w zakresie Big Data i dalsze wykorzystywanie sztucznej inteligencji w oferowanych usługach i produktach. Rozwój działań, które zwiększą przychody z działalności Grupy Agora w internecie.
Ryzyko emisyjności źródeł energii	Zagrożenie utrzymywaniem się w Polsce wysokoemisyjnego mixu energii elektrycznej.	Krótki-średni	Rozwój działań optymalizujących zużycie energii elektrycznej i koncentracja na poprawie efektywności energetycznej. Analiza możliwości inwestycji we własne źródła energii odnawialnej.
Ryzyka rynkowe			
Ryzyko wzrostu cen surowców, materiałów i usług	Zagrożenie wzrostem kosztów surowców, materiałów i usług spowodowanym przez inne ryzyka klimatyczne.	Krótki-średni	Optymalizacja zużycia surowców i uruchomienie przedsięwzięć w obszarze gospodarki obiegu zamkniętego. Rozwój długoterminowych

⁷ Odpady komunalne wygenerowane w 96,82% przez działalność kinową.

⁸ Szczegółowy opis metodologii badania znajduje się w **części VI Informacje o raporcie**.

			relacji z dostawcami głównych surowców, materiałów i usług oraz ścisła współpraca w celu ograniczania wykorzystania surowców pierwotnych.
Ryzyko uzależnienia dostępu do finansowania od przeciwdziałania kryzysowi klimatycznemu	Zagrożenie brakiem lub ograniczeniem dostępu do finansowania w przypadku niespełnienia oczekiwań banków lub funduszy inwestycyjnych lub ubezpieczycieli w zakresie przeciwdziałania kryzysowi klimatycznemu.	Średni	Dostosowywanie Grupy Agora do oczekiwań instytucji finansowych w zakresie raportowania zagadnień zmiany klimatu i wdrażanie monitoringu emisji GHG. Rozpoczęcie prac nad strategią ESG i polityką klimatyczną Grupy Agora oraz prac przygotowawczych do nawiązania relacji z agencjami ratingowymi i organizacjami ESG data providers.

3.5. REALIZACJA CELÓW ŚRODOWISKOWYCH GRUPY AGORA W 2021 R. ORAZ PLANY NA 2022 R.

[GRI 2-24, GRI 2-25, GRI 3-3]

ADMINISTRACJA AGORY S.A.

CELE W 2021 R.:

	
Modernizacja urządzeń wentylacyjnych (przełożone z 2020 r. w wyniku wybuchu pandemii COVID-19), w tym szaf wentylacyjnych co ma przynieść oszczędność w zużyciu energii nawet do 400MWh rocznie.	Działania na rzecz ograniczenia poboru wody – kontynuacja wymiany kranów działających na fotokomórkę w warszawskiej siedzibie Agory S.A.

Cel: Modernizacja urządzeń wentylacyjnych (cel przełożony z 2020 r. z uwagi na wybuch pandemii COVID-19), w tym szaf wentylacyjnych, co ma przynieść oszczędność w zużyciu energii nawet do 400MWh rocznie.

W celu **optymalizacji zużycia energii** w siedzibie Agory przy ul. Czerskiej w Warszawie w minionym roku prowadzono kilka równoległych projektów, które przy jednoczesnej redukcji negatywnego wpływu na środowisko naturalne mają również korzystny wpływ na komfort osób przebywających w biurze.

Pierwszym z nich była **wymiana wentylatorów w szafach klimatyzujących** powierzchnie budynku. Od 2022 r. zmiana ta ma przynosić kilkukrotną redukcję zużycia energii elektrycznej (400MWh) każdego roku i związaną z tym redukcję emisji gazów cieplarnianych (o ok. 280 Mg CO₂e rocznie).

Projekt wymiany wentylatorów otworzył drogę **modyfikacji systemu BMS** (Building Management System), którego celem jest uzyskanie możliwości zarządzania systemami wentylacji, klimatyzacji i ogrzewania w taki sposób, aby precyzyjnie dostosowywały się do potrzeb użytkowników pracujących w danej strefie budynku. System ma analizować jakość powietrza, m.in. temperaturę, wilgotność i poziom dwutlenku węgla, aby w zależności od liczby osób przebywających w danej strefie budynku dostarczyć powietrze o jakości zapewniającej odpowiednie warunki pracy. Jednocześnie pozwoli to zredukować zapotrzebowanie na energię elektryczną, ciepłą i chłodniczą oraz zniweluje negatywny wpływ na środowisko naturalne. Projekt modernizacji systemu BMS jest w fazie pilotażu testowego, którego celem jest sprawdzenie w części budynku, czy projekt spełnia założone wymagania. Po uzyskaniu pozytywnych efektów pilotażu - w 2022 r. planowane jest wdrożenie tego projektu etapami w całym budynku, aby zminimalizować wpływ prac na funkcjonowanie budynku i pracujących w nim ludzi.

Trzecim projektem realizowanym w Agorze była **modernizacja węzła ciepłego**, która zakończyła się jesienią 2021 r. Projekt ten miał na celu wymianę kluczowych komponentów i podwyższenie efektywności energetycznej systemu grzewczego.

Cel: Działania na rzecz ograniczenia poboru wody – kontynuacja wymiany kranów działających na fotokomórkę w warszawskiej siedzibie Agora S.A.

Z powodu trwającej pandemii COVID-19 i przejścia dużej części zespołu firmy na tryb pracy zdalnej nie zrealizowano projektu **wymiany kranów**. Realizacja tego zadania będzie kontynuowana w 2022 r.

CELE NA 2022 R.:

Cel: Kontynuacja **modernizacji urządzeń wentylacyjnych**, co ma przynieść oszczędność w zużyciu energii nawet do 800MWh do końca 2022 r. (planowana redukcja emisji gazów cieplarnianych o ok. 560 Mg CO₂e rocznie);

Cel: Wymiana **pomp** w węzłach CO, CW i chłodu na sterowalne ze zmienną prędkością;

Cel: Analiza opłacalności **produkcji energii z kogeneracji**.

KINO I GASTRONOMIA

HELIOS:

CELE W 2021 R.:

		
Działania na rzecz zmniejszania zużycia energii w poszczególnych kinach m.in. zmiana źródeł światła na energooszczędne (instalacja zegarów zmiernych w reklamach zewnętrznych oraz detektorów ruchu w wewnętrznych oprawach oświetleniowych), poprawa parametrów pracy central wentylacyjno-klimatyzacyjnych poprzez instalację czujników CO ₂ i czujników temperatury.	Wdrożenie planów oszczędności wody poprzez optymalizację jej zużycia (instalacje wykorzystujące „drugą” wodę, montaż perlatorów w kranach).	Wdrożenie planów zasilania kin z OZE (fotowoltaika).

Cel: Działania na rzecz zmniejszenia zużycia energii w poszczególnych kinach.

1. Zmiana źródeł światła na energooszczędne

W kinach sieci Helios zrezygnowano ze standardowych świetlówkowych i żarnikowych źródeł światła. We wszystkich oprawach oświetleniowych źródłem światła są paski LED.

2. Instalacja zegarów zmiernych w reklamach zewnętrznych

Wszystkie logotypy zewnętrzne usytuowane na dachach i elewacjach budynków galerii, w których działają kina Helios, posiadają zegar zmierny, uruchamiający się i podświetlający logotyp w momencie zapadania zmierzchu i wyłączający podświetlenie wraz ze świtem.

3. Instalacja detektorów ruchu w wewnętrznych oprawach oświetleniowych

Detektory ruchu są montowane w każdym nowo powstającym kinie (począwszy od 2016 r.) w obrębie powierzchni: magazynowych, biurowych, socjalnych i w korytarzach wewnętrznych. Są również sukcesywnie zakładane w kinach powstałych przed 2016 r.

4. Poprawa parametrów pracy central wentylacyjno-klimatyzacyjnych poprzez instalację czujników CO₂ i czujników temperatury

Czujniki stężenia CO₂ i temperatury, instalowane w dwóch punktach na każdej z sal kinowych, przekazują w interwałach (od 2 do 15 min.) informacje o realnych warunkach termicznych panujących w pomieszczeniu. Na tej podstawie dobierane są optymalne parametry pracy urządzeń wentylacyjno-klimatyzacyjnych, zapewniające zarówno komfort na sali, jak i oszczędzanie energii elektrycznej. Na koniec 2021 r. zamontowanych było 28 czujników w 4 kinach (Kielce, Krosno, Przemyśl, Ostrów). Czujniki stały się standardem funkcjonalnym w sieci kin i będą instalowane w każdym nowym obiekcie.

5. Montaż analizatorów sieci

W 2021 r. w 20 kinach (z umową bezpośrednią na zakup energii elektrycznej) zostały zamontowane analizatory sieci liczące parametry i profil zużycia energii elektrycznej przez dany obiekt. W sumie urządzenia te są zamontowane w 29 kinach. Analizatory sieci pozwalają (w interwałach nawet 2 min.) sprawdzać zużywaną w danym kinie energię, przeciwdziałać awariom i szybko je usuwać oraz precyzyjnie dobierać moce zamówione.

6. Wdrożenie systemu automatycznego wyłączania lamp od projektorów kinowych

W 2021 r. w kinach Helios został wprowadzony system automatycznego wyłączania lampy od projektora kinowego w momencie, gdy na seansie nie ma widzów. Dzięki temu udało się zarówno ograniczyć zużycie energii elektrycznej, jak i wydłużyć żywotność lampy do projektora (średnia żywotność lampy to 1000 h).

7. Wdrożenie i zaktualizowanie systemu automatycznego sterowania centralami wentylacyjno-klimatyzacyjnymi

W 2021 r. zaktualizowano system automatycznego sterowania centralami wentylacyjno-klimatyzacyjnym w korelacji z liczbą sprzedanych na danej sali biletów, co pozwala zoptymalizować zużycie energii elektrycznej.

Cel: Wdrażanie rozwiązań sprzyjających oszczędnościom w zużyciu wody

1. Montaż perlatorów w kranach

Wszystkie baterie umywalkowe w toaletach sieci kin Helios od 2021 r. są wyposażone w perlatory.

2. Wymiana wewnętrznych części instalacji wodno-kanalizacyjnych (np. zawory pływakowe w spłuczkach)

Cyklicznie wymieniane są wewnętrzne elementy urządzeń wodno-kanalizacyjnych, m.in. spłuczek, syfonów, itp. Działanie to zapobiega licznym i częstym awariom, przez co oszczędza zużycie wody.

Cel: Wdrożenie rozwiązań służących zasilaniu kin z odnawialnych źródeł energii (fotowoltaika)

Helios prowadzi szczegółowe ustalenia techniczne związane z możliwością instalacji paneli fotowoltaicznych w pierwszych lokalizacjach. Spowolnienie procesu wynika w głównej mierze z uwarunkowań zewnętrznych, w szczególności związane jest skutkami wybuchu pandemii COVID-19, która spowodowała zarówno zamknięcie kin, jak i ograniczenie dostępności uzyskania dofinansowania zakupu rozwiązań fotowoltaicznych. Najbardziej prawdopodobnym rozwiązaniem w tym obszarze wydaje się być realizacja projektu w oparciu o współpracę z wybraną firmą fotowoltaiczną w ramach świadczenia usług wzajemnych (barter).

CELE NA 2022 R.:

Cel: Działania na rzecz zmniejszenia zużycia energii w poszczególnych kinach

- 1. Wymiana central wentylacyjno-klimatyzacyjnych** w dwóch wysoko frekwencyjnych kinach oraz modernizacja instalacji w kolejnym pozwoli zoptymalizować zużycie energii elektrycznej.
- 2. Instalacja Building Management System** w trzech kinach i rozpisany projekt na wyposażenie 20 kolejnych kin w ten system.
- 3. Sukcesywna wymiana floty samochodowej** i zastąpienie aut spalinowych hybrydowymi.
- 4. Dalsze działania w zakresie wprowadzenia w kinach zasilania z odnawialnych źródeł energii** (fotowoltaika).

PASIBUS

CELE W 2021 R.:

			
Zapewnienie całkowitego recyklingu odpadów.	Kampanie społeczne na temat środowiska.	Korzystanie z usług doradcy środowiskowego.	Zmniejszenie ilości wytworzonych zanieczyszczeń powstających w wyniku procesu smażenia i innych procesów produkcyjnych.

Cel: Zapewnienie całkowitego recyklingu odpadów

Cel ten częściowo został zrealizowany przez eliminację tacek papierowych. Działania zapewniające realizację tego celu w pełni będą prowadzone również w 2022 r.

Cel: Kampanie społeczne na temat środowiska

Pasibus rozpoczął współpracę z firmami Zero Waste i Ekocykl. Działania na rzecz realizacji tego celu będą kontynuowane w 2022 r.

Cel: Korzystanie z usług doradcy środowiskowego

Pasibus rozpoczął współpracę z firmami Zero Waste i Ekocykl. Działania na rzecz realizacji tego celu będą kontynuowane w 2022 r.

Cel: Zmniejszenie ilości zanieczyszczeń powstających w wyniku smażenia i innych procesów produkcyjnych

Ze względu na trudną sytuację na rynku gastronomicznym wywołaną przez trwającą pandemię COVID-19 realizacja tego celu została przeniesiona na 2022 r.

CELE NA 2022 R.:

W 2022 r. Pasibus skupi się na kontynuowaniu działań, które pozwolą mu skutecznie zrealizować wyznaczone cele, w tym te z 2021 r.

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

CELE W 2021 R.:

				
Dalszy rozwój projektów proekologicznych w duchu smart city w polskich miastach, w tym promocja rozwiązań smart i eko wśród władz miejskich i mieszkańców.	Rozbudowa sieci nośników cyfrowych w formacie Citylight oraz Cityscreen.	Budowa kolejnych eko-wiat z zielonymi dachami rozchodnikowymi oraz szybami zabezpieczonymi przed kolizjami z ptakami.	Kontynuacja zamiany standardowych źródeł światła (oświetlenie nośników reklamowych) na energooszczędne w technologii LED.	Promowanie eko-oferty na nośnikach AMS wśród klientów w ramach unikatowej oferty.

Cel: Dalszy rozwój projektów proekologicznych w duchu smart city w polskich miastach, w tym promocja rozwiązań smart i eko wśród władz miejskich i mieszkańców

AMS konsekwentnie realizuje strategię współtworzenia miast inteligentnych i od 2018 r. wprowadza do przestrzeni miejskiej meble zaaranżowane tak, aby łączyć rozwiązania reklamowe z duchem ekologii. Swoje ekologiczne rozwiązania skutecznie promuje wśród władz miejskich i mieszkańców. W 2021 r. za zielone przystanki, EKO słupy solarne, EKO Backlighty i inne działania przyczyniające się do zmniejszenia śladu węglowego AMS otrzymał **Carbon Footprint Challenge Award**.

Cel: Rozbudowa nośników cyfrowych w formacie Citylight oraz Cityscreen



AMS Digital oferuje dotarcie do odbiorców za pośrednictwem ponad 4000 punktów styku, m.in. na przystankach – dzięki nośnikom Digital Citylight oraz przy kluczowych skrzyżowaniach dzięki nośnikom Digital Cityscreen. W 2021 r. AMS powiększył system swoich nośników cyfrowych o 56 paneli z kategorii Digital Citylight i jeden z kategorii Digital Cityscreen.

Cel: Budowa kolejnych eko-wiat z zielonymi dachami rozchodnikowymi oraz szybami zabezpieczonymi przed kolizjami z ptakami

EKO wiaty AMS należą do niezwykle istotnych dla miejskiej infrastruktury rozwiązań typu nature-based solutions, inspirowanych naturą, które równocześnie są opłacalne (wydajne ekonomicznie), dostarczają korzyści natury ekologicznej, ekonomicznej i społecznej, a także wspierają adaptację do zmian klimatu. Wyglądają one naturalnie i wprowadzają w przestrzeń miejską zieleń w takich miejscach, gdzie w inny sposób byłoby to praktycznie niemożliwe. Szyby wiat zostały oklejone kropkami, by były widoczne dla ptaków i zapobiegały ich kolizjom z wiatami. Zastosowany wzór został wybrany na podstawie wielu badań i konsultacji. Natomiast zielony system na dachach wiat poprawia mikroklimat miasta, zwraca uwagę na ochronę środowiska w aglomeracjach miejskich i umożliwia markom promocję w ramach społecznej odpowiedzialności reklamy.

Cały system zielonych wiat AMS zamontowanych w pięciu miastach już teraz pozwala na **zaoszczędzenie 5100 litrów wody** gromadzonej podczas każdego opadu. Jednocześnie odpowiada za zredukowanie o **245 kg CO₂ w atmosferze w ciągu roku** oraz **redukuje o 15-20% zapylenie powietrza wokół każdej wiaty**. W 2021 r. spółka AMS powiększyła system zielonych wiat przystankowych o kolejne 23 (20 w Warszawie, 2 w Krakowie i 1 w Szczecinie).

Cel: Kontynuacja zamiany standardowych źródeł światła (oświetlenie nośników reklamowych) na energooszczędne w technologii LED

W 2021 r. AMS **wymienił standardowe źródła światła na 78 nośnikach na energooszczędne LED-owe źródła światła o łącznej mocy 9,4 kW** w miejsce dotychczasowych 31,4 kW.

Źródła światła wymieniono w:

- ❖ 35 nośnikach Billboard 18;
- ❖ 26 nośnikach Citylight;
- ❖ 5 nośnikach Backlight;
- ❖ 6 nośnikach Superboard;
- ❖ 6 nośnikach Frontlight.

Spółka wybudowała również kolejny słup reklamowy **zasilany ogniwami fotowoltaicznymi** o mocy 460 kWp oraz pilotażową instalację fotowoltaiczną na dachu wiaty przystankowej w Krakowie o mocy 1410 kWp.

Dodatkowo, od stycznia 2021 r. AMS posiada **certyfikat EKO Biznes** potwierdzający, że zakupiona przez spółkę energia pochodzi z niskoemisyjnych źródeł.

Cel: Promowanie eko oferty na nośnikach AMS wśród klientów

Reklama na **EKO** wiatach AMS to oferta dla reklamodawców, którzy chcą mieć realny wpływ na środowisko i tworzyć nowe oazy zieleni w mieście. To także świetna okazja do promocji dla marek, którym bliska jest idea zrównoważonego rozwoju i ochrony planety. Na unikatową EKO ofertę AMS składają się: system EKO wiat z dachami rozchodnikowymi w pięciu miastach, EKO słupy – największa w Polsce sieć słupów **zasilanych energią słoneczną**, **EKO Busback** – miejska reklama w ruchu na zero- i niskoemisyjnych pojazdach komunikacji publicznej oraz **EKO Backlight** – zestaw proekologicznych rozwiązań, którymi są m.in. zmniejszenie smogu świetlnego oraz certyfikowany ekologicznie druk materiałów reklamowych.

CELE NA 2022 R.:

Cel: Dalszy rozwój projektów proekologicznych w duchu smart city w polskich miastach, w tym promocja rozwiązań smart i eko wśród władz miejskich i mieszkańców

1. Rozbudowa sieci nośników cyfrowych w formacie Citylight o ponad 60 sztuk;
2. Rozbudowa największej w Polsce sieci EKO słupów zasilanych energią ze słońca (off-grid) o około 20 nowych słupów;
3. Dalsza rozbudowa sieci EKO wiat z zielonymi dachami rozchodnikowymi oraz szybami zabezpieczonymi przed kolizjami z ptakami o ponad 30 nowych wiat;
4. Przygotowanie koncepcji EKO mebli miejskich spójnych z prośrodowiskową ideą firmy.

Cel: Obniżenie zużycia energii elektrycznej

1. Kontynuacja wymiany standardowych źródeł światła (oświetlenie nośników reklamowych) na energooszczędne w technologii LED. Wymiana oświetlenia w nośnikach typu Backlight i na nośnikach Billboard 18.
2. Systemowe wyłączanie oświetlenia na nośnikach typu Backlight w godzinach nocnych.

Cel: Przygotowanie koncepcji liczenia śladu węglowego w produktach AMS

DZIAŁALNOŚĆ POLIGRAFICZNA

CELE W 2021 R.:

	
Zwiększenie wolumenu płyt bezprocesowych do ok. 40% co dalej powinno się przełożyć na mniejsze zużycie wody używanej w procesie wywoływania płyt.	Utrzymanie zużycia energii elektrycznej, gazu oraz wody na planowanym poziomie.

Cel: Zwiększenie wolumenu płyt bezprocesowych do ok. 40%

Cel wolumenowy płyt bezprocesowych w 2021 r. został zrealizowany. Udział tych płyt w produkcji zwiększył się o ponad zakładaną wartość i ostatecznie wyniósł **48%**.

Zwiększenie udziału wolumenu płyt bezprecedensowych ma pozytywny wpływ na środowisko, gdyż przekłada się na mniejsze zużycie wody w procesie druku niż w przypadku używania płyt klasycznych.

Cel: Utrzymanie zużycia energii elektrycznej, gazu oraz wody na planowanym poziomie

Założenia odnośnie poziomu zużycia mediów nie zostały utrzymane z uwagi na wzrost wolumenu produkcji heatsetowej w czwartym kwartale 2021 r.

CELE NA 2022 R.:

Cel: Utrzymanie wolumenu płyt offsetowych bezprocesowych na aktualnym poziomie (co przełoży się na mniejsze zużycie wody w procesie produkcyjnym).

Cel: Inwestycja w instalację fotowoltaiczną o mocy 2 x 50 kW i uzyskanie dzięki temu 80 000 KWh w 2022 r. Będzie to skutkowało zmniejszeniem emisji gazów cieplarnianych o ok. 55 Mg CO₂e rocznie.

3.6. PROJEKTY PROŚRODOWISKOWE MEDIÓW I MAREK AGORY W 2021 R.

[413-1]

W wyniku postępujących zmian klimatu media i marki Agory zrealizowały w 2021 r. kilkadziesiąt inicjatyw na rzecz środowiska, m.in. poprzez kampanie społeczne, nowe inicjatywy biznesowe czy podejmowane partnerstwa. Dla przykładu⁹:

„Gazeta Wyborcza”, zainspirowana szczytem klimatycznym COP26 mającym miejsce na przełomie października i listopada 2021 r., ogłosiła **„Deklarację klimatyczną”**, w której zapowiedziała jeszcze większe niż dotychczas zaangażowanie w ochronę klimatu i środowiska. Dokument jasno mówi o planach rozwijania **działu „Klimat i Środowisko”**, który Wyborcza.pl uruchomiła w lutym 2021 r., by lepiej i częściej niż dotychczas opowiadać o tym, co dzieje się zarówno w Polsce, jak i na świecie w kwestiach ekologii oraz klimatu. Warto wspomnieć również, że w ramach działań środowiskowych „Gazeta Wyborczej” w marcu 2021 r. przygotowała specjalną ofertę prenumeraty cyfrowej, z której cały dochód został przekazany Fundacji Dzika Polska na wsparcie projektu **„Pogotowie dla Drzew”** – do końca grudnia 2021 r. udało się zebrać ponad 93 tys. zł, które zostały przeznaczone m.in. na działania arborystyczne, ochronę drzewostanów i sprawy sądowe związane z wycinką drzew.



Kwestia środowiska naturalnego i kryzysu klimatycznego miała też kluczowe miejsce w **„Deklaracji redakcyjnej Gazeta.pl na rok 2021”**, co przejawiało się w licznych „zielonych” inicjatywach zespołu serwisu np. w cyklu **#Ekośledztwa**.

Spektakularnym zwieńczeniem działań ekologicznych stała się akcja Gazeta.pl **„Alarm dla klimatu”** zrealizowana wraz z Koalicją Klimatyczną przed COP26 – w sześciu polskich miastach zawyły syreny alarmowe, co miało podkreślić wagę tego wydarzenia.

W celu jeszcze większego działania na rzecz klimatu **Gazeta.pl w 2021 r. podjęła współpracę z Uniwersytetem im. Adama Mickiewicza**, aby prowadzić edukację związaną z ochroną środowiska. Dzięki temu partnerstwu na stronie **Zielona.gazeta.pl** powstanie dedykowana sekcja, w której publikowane będą autorskie materiały w ramach akcji „Klimat z bliska”. W minionym roku Gazeta.pl jednym z 460 partnerów **Covering Climate Now (CCNow)** – globalnej inicjatywy, mającej na celu poprawę jakości informowania o kryzysie klimatycznym w mediach na całym świecie. Partnerem CCNow od 2019 r. jest również „Gazeta Wyborcza”. Prócz tych dwóch mediów Agory, do przedstawicieli Polski w inicjatywie należą jeszcze tylko dwie redakcje.



Natomiast spółka **AMS** podejmuje szereg działań proekologicznych, m.in. wprowadzając nośniki OOH przyjazne środowisku. W 2021 r. do portfolio prośrodowiskowych rozwiązań oferowanych przez AMS klientom dołączył **EKO Backlight**. To zestaw proekologicznych rozwiązań, na które składają się: energooszczędne oświetlenie LED, zmniejszenie smogu świetlnego poprzez możliwość wyłączania oświetlenia oraz certyfikowany ekologicznie druk materiałów reklamowych.

⁹ Szczegółowe informacje o wszystkich działaniach prośrodowiskowych podjętych w tym czasie roku przez Grupę Agora można znaleźć na stronie www.agora.pl/odpowiedzialny-biznes.

Część IV

Miejsce pracy

Pracownicy to najważniejszy kapitał firmy, dlatego dokładamy wszelkich starań, aby Grupa Agora była atrakcyjnym i jednocześnie przyjaznym miejscem pracy. Chcemy tworzyć środowisko otwarte na różnorodność, w którym naczelnymi zasadami są: **równe traktowanie, respektowanie praw człowieka, wzajemny szacunek oraz współpraca**. W 2021 r. z uwagi na wciąż trwającą pandemię COVID-19 szczególnie skupiliśmy się na bezpieczeństwie i zdrowiu naszych pracowników, wprowadzając szereg działań będących odpowiedzią na panującą w kraju sytuację.

Podejmowane działania są zgodne z przyjętymi przez ONZ Celami Zrównoważonego Rozwoju (SDGs), w szczególności:



4.1. ZATRUDNIENIE I WARUNKI PRACY W GRUPIE AGORA

[GRI 2-7, GRI 2-8, GRI-19, GRI 2-20, GRI 2-21, GRI 401-1, GRI 405-2]
[UoR: Polityka w obszarze pracowniczym]

Warunki zatrudnienia, pracy oraz płacy w Grupie Agora są określone przez wewnętrzne regulaminy oraz indywidualne umowy o pracę.

Są to przede wszystkim:

Regulamin pracy to wewnętrzny dokument obowiązujący w każdej spółce Grupy Agora spełniającej określone wymogi prawne. Reguluje on organizację i porządek pracy w ramach stosunku pracy oraz związane z tym prawa oraz obowiązki pracodawcy i pracowników. Przepisy obowiązują wszystkich, bez względu na zajmowane stanowisko, rodzaj umowy czy wymiar czasu pracy.

Regulamin wynagradzania pracowników wraz z załącznikami określa ogólne warunki wynagradzania wszystkich pracowników, bez względu na rodzaj umowy i zajmowane stanowisko. Regulamin zawiera też regulacje szczególne, dedykowane niektórym stanowiskom. Regulamin jest dokumentem wewnętrznym obowiązującym w każdej spółce Grupy Agora jako niezależny dokument.

Polityka wynagradzania kluczowych menadżerów Grupy Agora to dokument, którego celem jest stworzenie atrakcyjnych warunków pracy tak, aby przyciągnąć i zatrzymać wykwalifikowanych pracowników, mających 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 wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej Agory S.A. to dokument, który zawiera podstawowe zasady wynagradzania członków organów kolegialnych Agory S.A.

W żadnej ze spółek Grupy nie funkcjonują układy zbiorowe pracy.

STRUKTURA ZATRUDNIENIA

Grupa Agora jest pracodawcą dla 2 427 osób (w przeliczeniu na pełne etaty). Dodatkowo, ze względu na specyfikę branży, Agora S.A. i spółki z jej Grupy współpracują z przedstawicielami wolnych zawodów (dziennikarze, fotoreporterzy), którzy świadczą swoje usługi dla wielu pracodawców, czy też z osobami, które wchodzą dopiero na rynek pracy podejmując się zadań w ograniczonym wymiarze czasu w elastycznych terminach dopasowanych do innych zobowiązań. Widać to szczególnie w sieci kin Helios, który często zatrudnia osoby godzące pracę z edukacją wyższą. W ten sposób stwarza im możliwość wejścia na rynek i zdobycia doświadczenia zawodowego bez konieczności rezygnacji z dalszej edukacji.

Tabela 4.1
Struktura zatrudnienia w Grupie Agora i Agorze S.A. (w przeliczeniu na pełne etaty):

	Agora S.A.	Grupa Agora	Agora S.A.	Grupa Agora
	2020		2021	
Pracownicy zatrudnieni w oparciu o umowę o pracę	1 387	2 406	1 405	2 427
Współpracownicy (umowy cywilno-prawne, samozatrudnienie)	302	753	719	811

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

Większa liczba zatrudnionych pracowników w Grupie Agora to głównie efekt zwiększenia zatrudnienia w segmentach Film i Książka oraz Internet, a także w działach wspomagających.

Wzrost zatrudnienia współpracowników wynika ze zmiany w metodologii liczenia danych. Dane za 2020 r. obejmowały wyłącznie stałych współpracowników (takich, którym wynagrodzenie było wypłacane przynajmniej przez 6 miesięcy w roku. Dane za 2021 r. obejmują informacje o wszystkich osobach współpracujących z Agorą, którym wypłacono wynagrodzenie z Agory minimum jeden raz, bez względu na czas trwania umowy czy cykliczność wypłaty.

W danych dotyczących współpracowników nie ujęto współpracowników Helios S.A.

Tabela 4.2.
Pracownicy zatrudnieni na umowach na czas określony i nieokreślony (w przeliczeniu na pełne etaty) w Grupie Agora¹⁰:

	2020			2021		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Kadra wyższego szczebla, w tym:	-	-	-	135	120	255
w wieku od 51 lat	-	-	-	25	34	59
w wieku 31-50 lat	-	-	-	104	84	188
w wieku do 30 lat	-	-	-	6	2	8
Kadra średniego szczebla, w tym:	-	-	-	392	373	765
w wieku od 51 lat	-	-	-	75	83	158
w wieku 31-50 lat	-	-	-	265	220	485
w wieku do 30 lat	-	-	-	52	70	122
Pozostali pracownicy, w tym:	-	-	-	826	582	1 408
w wieku od 51 lat	-	-	-	146	115	261
w wieku 31-50 lat	-	-	-	553	384	937
w wieku do 30 lat	-	-	-	127	83	210
Łącznie, pracownicy wszystkich szczebli struktury, w tym:	1 097	1 309	2 406	1 353	1 075	2 427
w wieku od 51 lat	-	-	-	246	232	478
w wieku 31-50 lat	-	-	-	922	688	1 610
w wieku do 30 lat	-	-	-	185	155	340

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

¹⁰ Niepełna porównywalność danych za 2020 r. wynika ze zmiany metodologii kalkulacji danych i ich większego zakresu za 2021 r. (rozpoczęto gromadzenie danych w podziale na grupy wiekowe i poziomy zaszerzowania pracowników). Więcej informacji w [Części VI Informacje o raporcie](#).

Tabela 4.3.¹¹

Pracownicy zatrudnieni na umowach na czas określony i nieokreślony (w przeliczeniu na pełne etaty) w Agora S.A.:

	2020			2021		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Kadra wyższego szczebla, w tym:	-	-	-	63	61	124
w wieku od 51 lat	-	-	-	13	19	32
w wieku 31-50 lat	-	-	-	47	41	88
w wieku do 30 lat	-	-	-	3	1	4
Kadra średniego szczebla, w tym:	-	-	-	220	199	419
w wieku od 51 lat	-	-	-	61	60	121
w wieku 31-50 lat	-	-	-	149	129	278
w wieku do 30 lat	-	-	-	10	10	20
Pozostali pracownicy, w tym:	-	-	-	516	346	862
w wieku od 51 lat	-	-	-	100	75	175
w wieku 31-50 lat				333	226	559
w wieku do 30 lat				83	45	128
Łącznie pracownicy wszystkich szczebli struktury, w tym:	766	621	1 387	799	606	1 405
w wieku od 51 lat				174	154	328
w wieku 31-50 lat				529	396	925
w wieku do 30 lat				69	56	152

Dane pochodzą z działu pracowniczego Agory S.A.

Wśród zatrudnionych na podstawie umowy o pracę zdecydowaną większość stanowią osoby zatrudnione na podstawie umowy na czas nieokreślony – w Grupie Agora to blisko 89,0% pracowników, a w Agorze S.A. 92,5%.

Tabela 4.4.

Pracownicy zatrudnieni na umowach na czas określony w 2021 r. (w przeliczeniu na pełne etaty):

	Agora S.A.			Grupa Agora		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Kadra wyższego szczebla, w tym:	2	1	3	4	4	8
w wieku od 51 lat	0	0	0	0	0	0
w wieku 31-50 lat	1	0	1	2	2	4
w wieku do 30 lat	1	1	2	2	2	4
Kadra średniego szczebla, w tym:	7	9	16	36	43	79
w wieku od 51 lat	0	2	2	0	2	2
w wieku 31-50 lat	6	5	11	15	10	24
w wieku do 30 lat	1	2	3	22	33	53
Pozostali pracownicy, w tym:	59	27	86	90	41	131
w wieku od 51 lat	3	2	5	3	4	7

¹¹ Niepełna porównywalność danych za 2020 r. wynika ze zmiany metodologii kalkulacji danych i ich większego zakresu za 2021 r. (rozpoczęto gromadzenie danych w podziale na grupy wiekowe i poziomy zaszerzgowania pracowników). Więcej informacji w **części VI: Informacje o raporcie**.

w wieku 31-50 lat	26	13	39	56	28	63
w wieku do 30 lat	30	12	42	46	24	61
Pracownicy wszystkich szczebli struktury	68	37	105	130	88	218
w wieku od 51 lat	3	4	7	3	6	9
w wieku 31-50 lat	33	18	51	59	32	91
w wieku do 30 lat	32	15	47	68	50	118
Łącznie dla wszystkich szczebli struktury	68	37	105	130	88	218

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

Tabela 4.5.
Pozostałe dane o osobach świadczących pracę dla Grupy Agora w 2021 r.¹²:

	2020			2021		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Liczba osób współpracujących w oparciu o umowy cywilnoprawne (zlecenia i o dzieło)	253	276	529	415	396	811
Liczba osób współpracujących w oparciu o umowę o współpracy (B2B)	-	-	224	-	-	227
Liczba osób współpracujących w oparciu o kontrakty menadżerskie i umowy powołania	4	6	10	0	0	9

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

Tabela 4.6.
Pozostałe dane o osobach świadczących pracę dla Agory S.A. w 2021 r.¹³:

	2020			2021		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Liczba osób współpracujących w oparciu o umowy cywilnoprawne (zlecenia i o dzieło)	134	159	293	373	346	719
Liczba osób współpracujących w oparciu o umowę o współpracy (B2B)	-	-	142	-	-	153
Liczba osób współpracujących w oparciu o kontrakty menadżerskie i umowy powołania	4	5	9	0	0	0

Dane pochodzą z działu pracowniczego Agory S.A.

¹² Dla uzyskania porównywalności danych za 2020 r., i 2021 r. nie uwzględniono liczby osób świadczących pracę dla Helios SA w oparciu o inne umowy aniżeli umowy o pracę (1 109 kobiet i 722 mężczyzn w 2021 rok świadczyło pracę dla Helios SA w oparciu o umowy zlecenie, o dzieło i/lub o współpracy)

¹³j.w.

FLUKTUACJA PRACOWNIKÓW

Zatrudniając 2 427 osób, jesteśmy jednym z największych pracodawców w Polsce w branży medialnej. Niski wskaźnik rotacji dla osób zatrudnionych w oparciu o umowy na czas nieokreślony to dowód na to, że pracownicy Grupy Agora mają perspektywy rozwoju, czują się bezpieczne w miejscu pracy i czerpią satysfakcję z realizowanych zadań.

Wskaźnik fluktuacji w 2021 r. wśród pracowników zatrudnionych w oparciu o umowy o pracę na czas nieokreślony dla Grupy Agora wyniósł 6,5%, a dla Agora S.A. 8,2%.

Tabela 4.7.

Nowe zatrudnienia i odejścia pracowników na czas określony i nieokreślony w Grupie Agora wg wieku i płci:

	Kobiety			Mężczyźni			K + M
	<30 lat	30-50 lat	>50 lat	<30 lat	30-50 lat	>50 lat	
2020							
Nowe zatrudnienia	22,5%	5,1%	1,0%	30,1%	5,3%	3,0%	7,8%
Odejścia	22,0%	16,5%	13,8%	25,3%	11,5%	12,7%	15,5%
2021							
Nowe zatrudnienia	42%	10%	4%	41%	11%	6%	14%
Odejścia	17%	12%	8%	28%	12%	8%	13%

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

Tabela 4.8.

Nowe zatrudnienia i odejścia pracowników na czas określony i nieokreślony w Agorze S.A. wg wieku i płci

	Kobiety			Mężczyźni			K + M
	<30 lat	30-50 lat	>50 lat	<30 lat	30-50 lat	>50 lat	
2020							
Nowe zatrudnienia	21,7%	4,7%	0,7%	27,1%	5,3%	2,9%	6,6%
Odejścia	15,2%	16,2%	14,0%	22,9%	12,3%	8,8%	14,3%
2021							
Nowe zatrudnienia	38,0%	8,0%	2,0%	41,0%	9,0%	3,0%	10,0%
Odejścia	9,0%	11,0%	7,0%	36,0%	11,0%	9,0%	11,0%

Dane pochodzą z działu pracowniczego Agory S.A.

Tabela 4.9.

Pracownicy nowo zatrudnieni na czas nieokreślony w 2021 r. (liczba osób):

	Agora S.A.			Grupa Agora		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Kadra wyższego szczebla, w tym:	1	2	3	2	6	8
w wieku od 51 lat	1	0	1	1	2	3
w wieku 31-50 lat	0	2	2	1	4	5
w wieku do 30 lat	0	0	0	0	0	0
Kadra średniego szczebla, w tym:	0	10	10	2	21	23
w wieku od 51 lat	0	1	1	1	6	7
w wieku 31-50 lat	0	8	8	0	14	14
w wieku do 30 lat	0	1	1	1	1	2
Pozostali pracownicy, w tym:	8	10	18	26	18	44
w wieku od 51 lat	0	0	0	5	3	8

w wieku 31-50 lat	5	7	12	18	12	30
w wieku do 30 lat	3	3	6	3	3	6
Łącznie, pracownicy wszystkich szczebli struktury, w tym:	9	22	31	30	45	75
w wieku od 51 lat	1	1	2	7	11	18
w wieku 31-50 lat	5	17	22	19	30	49
w wieku do 30 lat	3	4	7	4	4	8

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

Tabela 4.10.

Pracownicy nowo zatrudnieni na czas określony w 2021 r. (liczba osób):

	Agora S.A.			Grupa Agora		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Kadra wyższego szczebla, w tym:	2	1	3	5	2	7
w wieku od 51 lat	0	0	0	0	0	0
w wieku 31-50 lat	1	0	1	3	1	4
w wieku do 30 lat	1	1	2	2	1	3
Kadra średniego szczebla, w tym:	14	13	27	44	51	95
w wieku od 51 lat	0	2	2	0	2	2
w wieku 31-50 lat	7	8	15	14	16	30
w wieku do 30 lat	7	3	10	30	33	63
Pozostali pracownicy, w tym:	56	27	83	100	55	155
w wieku od 51 lat	3	1	4	4	2	6
w wieku 31-50 lat	28	11	39	55	27	82
w wieku do 30 lat	25	15	40	41	26	67
Pracownicy wszystkich szczebli struktury	72	41	113	149	108	257
w wieku od 51 lat	3	3	6	4	4	8
w wieku 31-50 lat	36	19	55	72	44	116
w wieku do 30 lat	33	19	52	73	60	133

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

Tabela 4.11.

Pracownicy nowo zatrudnieni na czas określony i nieokreślony w 2021 r. (liczba osób):

	Agora S.A.			Grupa Agora		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Kadra wyższego szczebla, w tym:	3	3	6	7	8	15
w wieku od 51 lat	1	0	1	1	2	3
w wieku 31-50 lat	1	2	3	4	5	9
w wieku do 30 lat	1	1	2	2	1	3
Kadra średniego szczebla, w tym:	14	23	37	46	72	118
w wieku od 51 lat	0	3	3	1	8	9
w wieku 31-50 lat	7	16	23	14	30	44
w wieku do 30 lat	7	4	11	31	34	65

Pozostali pracownicy, w tym:	64	37	101	126	73	199
w wieku od 51 lat	3	1	4	9	5	14
w wieku 31-50 lat	33	18	51	73	39	112
w wieku do 30 lat	28	18	46	44	29	73
Pracownicy wszystkich szczebli struktury	81	63	144	179	153	332
w wieku od 51 lat	4	4	8	11	15	26
w wieku 31-50 lat	41	36	77	91	74	165
w wieku do 30 lat	36	23	59	77	64	141

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

Wśród nowo zatrudnionych pracowników kobiety stanowią większość zarówno w Agorze S.A., jak i w Grupie Agora. Najsilniej reprezentowaną grupą wiekową wśród nowo zatrudnionych osób stanowią osoby w przedziale wiekowym 31-50.

Tabela 4.12.

Pracownicy zatrudnieni na czas nieokreślony, którzy odeszli z pracy w 2021 r. (liczba osób):

	Agora S.A.			Grupa Agora		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Kadra wyższego szczebla, w tym:	6	3	9	8	6	14
w wieku od 51 lat	2	1	3	3	1	4
w wieku 31-50 lat	4	2	6	5	5	10
w wieku do 30 lat	0	0	0	0	0	0
Kadra średniego szczebla, w tym:	23	29	52	37	38	75
w wieku od 51 lat	0	8	8	0	9	9
w wieku 31-50 lat	21	18	39	32	24	56
w wieku do 30 lat	2	3	5	5	5	10
Pozostali pracownicy, w tym:	45	32	77	73	52	125
w wieku od 51 lat	9	4	13	14	7	21
w wieku 31-50 lat	31	21	52	52	34	86
w wieku do 30 lat	5	7	12	7	11	18
Pracownicy wszystkich szczebli struktury	74	64	138	118	96	214
w wieku od 51 lat	11	13	24	17	17	34
w wieku 31-50 lat	56	41	97	89	63	152
w wieku do 30 lat	7	10	17	12	16	28

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

Tabela 4.13.

Pracownicy zatrudnieni na czas określony, którzy odeszli z pracy w 2021 r. (liczba osób):

	Agora S.A.			Grupa Agora		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Kadra wyższego szczebla, w tym:	0	0	0	2	0	2
w wieku od 51 lat	0	0	0	0	0	0
w wieku 31-50 lat	0	0	0	2	0	2
w wieku do 30 lat	0	0	0	0	0	0
Kadra średniego szczebla, w tym:	2	2	4	22	21	43

w wieku od 51 lat	0	1	1	0	1	1
w wieku 31-50 lat	2	1	3	10	7	17
w wieku do 30 lat	0	0	0	12	13	25
Pozostali pracownicy, w tym:	5	12	17	16	30	46
w wieku od 51 lat	1	0	1	2	0	2
w wieku 31-50 lat	2	2	4	7	15	22
w wieku do 30 lat	2	10	12	7	15	22
Pracownicy wszystkich szczebli struktury	7	14	21	40	51	91
w wieku od 51 lat	1	1	2	2	1	3
w wieku 31-50 lat	4	3	7	19	22	41
w wieku do 30 lat	2	10	12	19	28	47

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

Tabela 4.14.

Pracownicy zatrudnieni na czas określony i nieokreślony, którzy odeszli z pracy w 2021 r. (liczba osób):

	Agora S.A.			Grupa Agora		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Kadra wyższego szczebla, w tym:	6	3	9	10	6	16
w wieku od 51 lat	2	1	3	3	1	4
w wieku 31-50 lat	4	2	6	7	5	12
w wieku do 30 lat	0	0	0	0	0	0
Kadra średniego szczebla, w tym:	25	31	56	59	59	118
w wieku od 51 lat	0	9	9	0	10	10
w wieku 31-50 lat	23	19	42	42	31	73
w wieku do 30 lat	2	3	5	17	18	35
Pozostali pracownicy, w tym:	50	44	94	89	82	171
w wieku od 51 lat	10	4	14	16	7	23
w wieku 31-50 lat	33	23	56	59	49	108
w wieku do 30 lat	7	17	24	14	26	40
Pracownicy wszystkich szczebli struktury	81	78	159	158	147	305
w wieku od 51 lat	12	14	26	19	18	37
w wieku 31-50 lat	60	44	104	108	85	193
w wieku do 30 lat	9	20	29	31	44	75

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

4.2. RÓŻNORODNOŚĆ W GRUPIE AGORA

[GRI 405-1, GRI 405-2]

Równość płci i promowanie różnorodności w miejscu pracy jest w Agorze integralną częścią zarządzania zespołem. Struktura zatrudnienia pod kątem różnorodności płci jest w Grupie Agora bardzo zbilansowana. Kobiety stanowią 55,7% wszystkich pracowników oraz 51,4% kadry wyższego i średniego szczebla całej organizacji.

Tabela 4.15.

Różnorodność w Grupie Agora wg płci i grupy wiekowej w 2021 r. (pracownicy zatrudnieni na czas określony i nieokreślony):

	Agora S.A.		Grupa Agora	
	K	M	K	M
Kadra wyższego szczebla (członkowie zarządu, dyrektorzy i zastępcy dyrektorów)	50,8%	49,2%	55,7%	47,0%
w wieku od 51 lat	40,6%	57,6%	42,4%	57,6%
w wieku 31-50 lat	53,4%	46,6%	55,3%	44,7%
w wieku do 30 lat	75,0%	25,0%	75,0%	25,0%
Kadra średniego szczebla (kierownicy i menadżerowie)	52,5%	47,5%	51,2%	48,8%
w wieku od 51 lat	50,4%	49,6%	47,5%	52,5%
w wieku 31-50 lat	53,6%	46,4%	54,6%	45,4%
w wieku do 30 lat	50,0%	50,0%	42,6%	57,4%
Pozostali pracownicy	59,9%	40,1%	58,7%	41,3%
w wieku od 51 lat	57,1%	42,9%	55,9%	44,1%
w wieku 31-50 lat	59,6%	40,4%	59,0%	41,0%
w wieku do 30 lat	64,8%	35,2%	60,5%	39,5%
Pracownicy wszystkich szczebli				
w wieku od 51 lat	53,0%	47,0%	51,5%	48,5%
w wieku 31-50 lat	57,2%	42,8%	57,3%	42,7%
w wieku do 30 lat	63,2%	36,8%	54,4%	45,6%
Łącznie dla wszystkich szczebli struktury	56,9%	43,1%	55,7%	44,3%

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

WYNAGRODZENIA

Średnie wynagrodzenie w spółce Agora i w całej Grupie Agora znacznie przewyższało obowiązującą w Polsce płacę minimalną, która w 2021 r. wynosiła 2 800 zł.

Tabela 4.16.

Średnie miesięczne wynagrodzenie brutto w 2021 r. (PLN):

	Agora S.A.			Grupa Agora		
	K	M	Średnia	K	M	Średnia
Wyższa kadra zarządzająca	24 730	23 289	23 869	14 702	18 916	16 864
Menedżerowie i kierownicy	9 281	10 118	9 665	8 398	8 479	8 437
Pozostali pracownicy	5 705	6 390	5 978	5 503	6 009	5 711

Wszyscy pracownicy	7 667	9 213	8 334	7 120	8 263	7 626
---------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

W związku z przeprowadzonym w Grupie Agora procesem opisu stanowisk pracowniczych oraz przyporządkowania ich do poszczególnych stopni w strukturze zatrudnienia (grading) istotnej zmianie uległa metodologia klasyfikacji poszczególnych stanowisk, w tym także do kategorii Wyższa kadra zarządzająca.

GLASS CEILING RATIO

Wskaźnik GCR (Glass Ceiling Ratio) to wskaźnik obrazujący równość szans awansu każdej z płci w danej organizacji, obliczany odrębnie dla poszczególnych szczebli hierarchii organizacyjnej. Dane w tabeli poniżej wskazują, o ile procent trudniejszy był awans kobiet do grupy „kadra wyższego szczebla” oraz do grupy „kadra średniego szczebla”.

Tabela 4.17.

Wskaźnik GCR w Grupie Agora w 2021 r. (pracownicy zatrudnieni na czas określony i nieokreślony):

	Agora S.A.	Grupa Agora
Glass Ceiling Ratio dla kadry wyższego szczebla	16,7%	7,0%
Glass Ceiling Ratio dla kadry średniego szczebla	2,8%	3,6%

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

Stosunkowo niski wskaźnik Glass Ceiling Ratio (GCR) zarówno dla kadry wyższego (7,0%), jak i średniego szczebla (3,6%) pokazuje, iż awans kobiet w Grupie Agora na stanowiska zaklasyfikowane do kategorii „kadra wyższego szczebla” i „kadra średniego szczebla” nie jest trudny.

GENDER PAY GAP RATIO

W spółce Agora, podobnie jak w całej Grupie Agora, średnie wynagrodzenie otrzymywane przez kobiety jest niewiele niższe od średniego wynagrodzenia mężczyzn a w przypadku wyższej kadry zarządzającej – jest ono wyższe od wynagrodzenia mężczyzn. Wskaźniki *Gender Pay Gap* dla Grupy Agora (13,8%) i dla Agora S.A (16,8%) są niższe niż wskaźnik *Gender Pay Gap* dla Polski, który wynosi 18,5%¹⁴ i zbliżone do średniej dla UE, która w 2020 r. wynosiła 13,0%¹⁵.

Tabela 4.18.

Stosunek przeciętnego wynagrodzenia kobiet do przeciętnego wynagrodzenia mężczyzn w Grupie Agora¹⁶:

	2020	2021
Wyższa kadra zarządzająca	94%	77,7%
Menedżerowie i kierownicy		99,0%
Pozostali pracownicy	96,2%	91,6%
Wszyscy pracownicy	-	86,2%

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

¹⁴ Raport „Różnice w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn w Polsce w 2016 roku”, źródło: <https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5474/12/2/1/roznice-w-wynagrodzeniach-kobiet-i-mezczyzn-w-polsce-w-2016.pdf>

¹⁵ „Gender Pay Gap Data 2020”, Eurostat, źródło: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Gender_pay_gap_data2020-01.jpeg

¹⁶ Brak porównywalnych danych dla 2019 i 2020 roku wynika z uwagi na zmianę i uzupełnienie metodologii kalkulacji danych za 2021, pełne wyjaśnienia w części VI „Informacje o raporcie”. Przed 2021 rokiem, wskaźnik był kalkulowany łącznie dla wszystkich pracowników na stanowiskach kierowniczych i wyższych oraz nie kalkulowano wskaźnika dla wszystkich pracowników łącznie.

Tabela 4.19.

Stosunek przeciętnego wynagrodzenia kobiet do przeciętnego wynagrodzenia mężczyzn w Agora S.A.¹⁷:

	2020	2021
Wyższa kadra zarządzająca	93,6%	106,2%
Menedżerowie i kierownicy		91,7%
Pozostali pracownicy	88,7%	89,3%
Wszyscy pracownicy	-	83,2%

Dane pochodzą z działu pracowniczego Agory S.A.

Tabela 4.20.

Gender Pay Gap Ratio dla Grupy Agora¹⁸:

	2020	2021
Wyższa kadra zarządzająca	6,0%	22,3%
Menedżerowie i kierownicy		1,0%
Pozostali pracownicy	3,8%	8,4%
Wszyscy pracownicy	-	13,8%

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora.

Tabela 4.21.

Gender Pay Gap Ratio dla Agora S.A.¹⁹:

	2020	2021
Wyższa kadra zarządzająca	6,0%	6,2%
Menedżerowie i kierownicy		8,3%
Pozostali pracownicy	11,3%	10,7%
Wszyscy pracownicy	-	16,8%

Dane pochodzą z działu pracowniczego Agory S.A.

Wskaźnik Gender Pay dla Agora S.A. (16,8%) jest wyższy aniżeli wskaźnik wyliczony dla wyższej kadry zarządzającej, dla menedżerów i kierowników oraz dla pozostałych pracowników, gdyż jest wynikiem ogólnej struktury zatrudnienia w spółce, która charakteryzuje się dużo większą liczbą kobiet (kobiet jest o ponad 30% więcej niż mężczyzn) z wynagrodzeniem niższym o ponad 8% od mężczyzn.

PROCES OPISU I PORZĄDKOWANIA STANOWISK W STRUKTURZE AGORY S.A.

W 2021 r. dział HR Agory S.A. rozpoczął **proces opisu stanowisk oraz przypisania im określonego zaszeregowania w strukturze**. Docelowo ma to służyć zapewnieniu konkurencyjności wynagrodzeń w Grupie Agora oraz ich uporządkowaniu i harmonizacji w ramach organizacji. Dlatego też jednym z elementów tego procesu było porównanie wynagrodzeń wypłacanych na określonych stanowiskach z ich rynkowymi odpowiednikami – zarówno w zakresie wynagrodzeń zasadniczych, jak i dodatkowych, np. premii. Dział HR przekazał biznesom rekomendacje kroków harmonizujących pakiety wynagradzania. Pierwsze kroki wyrównawcze zostały już podjęte.

Proces ten będzie kontynuowany w 2022 r. Działania rozłożone są na etapy i będą realizowane w ramach uzgodnionych budżetów.

¹⁷ j.w.

¹⁸ Brak porównywalnych danych dla 2019 i 2020 roku wynika z uwagi na zmianę i uzupełnienie metodologii kalkulacji danych za 2021, pełne wyjaśnienia w **części VI: Informacje o raporcie**. Przed 2021 rokiem, wskaźnik był kalkulowany łącznie dla wszystkich pracowników na stanowiskach kierowniczych i wyższych oraz nie kalkulowano wskaźnika dla wszystkich pracowników łącznie.

¹⁹ j.w.

4.3. RÓWNOŚĆ DLA WSZYSTKICH

[GRI 405-2]

Agora wszystkich traktuje równo, bez względu na płeć, orientację seksualną, pochodzenie, wyznanie czy stan zdrowia. Miejsce pracy dostosowane jest dla wszystkich, w tym osób, które posiadają orzeczenie o niepełnosprawności (w 2021 r. – 3,6% wszystkich pracowników zatrudnionych na czas nieokreślony). Zależy nam, aby każdy pracownik mógł w pełni uczestniczyć w życiu zawodowym i społecznym.

Tabela 4.22. Pracownicy posiadający orzeczenie o niepełnosprawności pracujący w Grupie Agora w 2021 r.:

	Agora S.A.			Grupa Agora		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Liczba pracowników z niepełnosprawnością wg stanu na koniec roku obrotowego	8	5	13	38	51	89
Wysokość odprowadzonych składek na PFRON (PLN)	1 036 985			1 843 853		

Tabela 4.23.

Urlopy rodzicielskie, macierzyńskie i wychowawcze w Grupie Agora w 2021 r.:

	Agora S.A.			Grupa Agora		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Odsetek osób, które w 2021 r. zakończyły pracę po mniej niż 12 miesiącach od zakończenia urlopu rodzicielskiego, macierzyńskiego lub wychowawczego	24,7%	31,3%	25,8%	37,6%	27,3%	35,6%
Liczba osób, które w 2021 r. zakończyły urlop rodzicielski, macierzyński lub wychowawczy	61	22	83	100	43	143
Liczba osób, które w 2021 r. rozpoczęły urlop rodzicielski, macierzyński lub wychowawczy	41	21	62	85	42	127

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora

4.4. SZKOLENIA I ROZWÓJ

[GRI 404-1 GRI 404-2, GRI 404-3, GRI 412-2]

Mając świadomość tego, jak ważne dla pracowników są kwestie związane z rozwojem wiedzy i kompetencji, Grupa Agora stwarza członkom swojego zespołu możliwości kształcenia oraz zapewnia dostęp do różnorodnych form szkoleń.

Podnoszenie kwalifikacji dotyczy przede wszystkim osób zatrudnionych na podstawie umowy o pracę, jednak osoby współpracujące z Agorą w oparciu o inną formę zatrudnienia również mogą uczestniczyć w wybranych szkoleniach, np. wewnętrznych.

Programy edukacyjne obejmują głównie szkolenia wewnętrzne, szkolenia zewnętrzne, warsztaty moderowane, coaching oraz e-learning. Możliwe jest również skorzystanie z dofinansowania do szkoleń językowych lub studiów.

SZKOLENIA WEWNĘTRZNE

Szkolenia wewnętrzne zrealizowane w 2021 r. można podzielić na 5 kategorii:

- ❖ szkolenia menedżerskie;
- ❖ szkolenia wprowadzające („Witamy w Agorze”, „Nawigator”);
- ❖ szkolenia rozwijające umiejętności osobiste („Radzenie sobie ze stresem w oparciu o techniki uważności”, „Asertywność w rozmowach z trudnymi klientami”, „Warsztat FRIS”);
- ❖ warsztaty moderowane;
- ❖ warsztaty merytoryczne prowadzone przez trenerów z biznesu.

Szkolenia wewnętrzne prowadzone są przez trenerów wewnętrznych z zespołu HR lub trenerów wewnętrznych z poszczególnych biznesów. Z uwagi na pandemię większość szkoleń wewnętrznych w 2021 r. odbywała się w formie zdalnej (szkolenie na żywo przez internet z trenerem).

Tabela 4.24. Liczba godzin szkoleniowych i liczba pracowników podnoszących kwalifikacje zawodowe w 2021 r.:

	Agora S.A.	Grupa Agora
Łączna liczba godzin szkoleniowych	3 201	3 608
Liczba pracowników podnoszących kwalifikacje zawodowe	1 557	2 539

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora

Dane dotyczą głównie szkoleń wewnętrznych, nie obejmują pełnych danych dotyczących szkoleń realizowanych na zewnątrz firmy. Nie wszystkie spółki z Grupy prowadzą pełną ewidencję takich informacji.

Tabela 4.25. Liczba pracowników przeszkolonych w wybranych tematach w 2021 r. (liczba osób):

	Agora S.A.			Grupa Agora		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Szkolenia wstępne w zakresie BHP	76	39	115	110	72	188
Szkolenia okresowe w zakresie BHP	32	42	74	64	63	142
Szkolenia w zakresie etyki „Etyka w Agorze od A do Z”	562	409	971	562	409	971
Szkolenia w zakresie przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji	558	414	972	558	414	972
Szkolenia w zakresie bezpieczeństwa prawnego: ochrona danych osobowych (RODO)	132	109	241	144	125	275
Szkolenia w zakresie bezpieczeństwa IT: bezpieczeństwo informacji	575	419	994	575	419	994

Dane pochodzą z działów pracowniczych spółek Grupy Agora

W 2021 r. w szkoleniach wewnętrznych wzięło udział 315 osób.

W 2022 r. dział szkoleń zamierza skupić się przede wszystkim na rozwoju kompetencji menedżerskich, w tym umiejętności zarządzania zespołem i udzielania informacji zwrotnej w trybie pracy zdalnej.

SZKOLENIA ZEWNĘTRZNE

W obszarze szkoleń zewnętrznych w 2021 r. kontynuowane były szkolenia rozwojowe i merytoryczne.

W spółce Agora S.A. przeprowadzono w sumie 200 sesji szkoleń, warsztatów moderowanych oraz konferencji, w których wzięło udział 1 557 pracowników. Łączny liczba dni szkoleniowych wyniosła 400,1.

Dodatkowo, w Grupie Radiowej Agory przeprowadzono 50,5 sesji szkoleniowych, w których wzięło udział 598 pracowników Grupy. Dotyczyły one udoskonalania dziennikarskich umiejętności jak: tworzenie wartościowych lokalnych treści, czy podcastów. Łączna liczba dni szkoleniowych wyniosła 50,8.

COACHING

Od 2017 r. 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). W 2021 r. przeprowadzono jeden proces wewnętrznego coachingu. W 2021 r. realizowano również coaching zewnętrzny. Były to 4 procesy indywidualne (łącznie 7 sesji).

E-LEARNING

We wrześniu 2020 r. w Agorze wdrożona została nowa platforma e-learningowa HCM Deck. Na platformie zebrane zostały wszystkie materiały edukacyjne organizacji, w tym szkolenia oraz baza wiedzy, co również zapewnia wygodę użytkownika.

Do platformy dostęp mają wszyscy pracownicy etatowi i stali współpracownicy Agory S.A. Na platformie dostępne są szkolenia wprowadzające dla nowych pracowników (tzw. onboardingowe), obowiązkowe oraz dodatkowe kursy służące podnoszeniu kompetencji, z których można korzystać bez ograniczeń.

ROZMOWY ROZWOJOWE

Rozmowy rozwojowe zwyczajowo realizowane są co roku. To dla pracowników i ich przełożonych okazja do omówienia i podsumowania celów osiągniętych w ostatnich 12 miesiącach oraz wspólnego wyznaczenia nowych, które pracownik będzie realizował w ramach rozwoju swojej ścieżki kariery.

4.5. ZDROWE I BEZPIECZNE MIEJSCE PRACY

[GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-4, GRI 403-5, GRI 403-8, GRI 403-9, GRI 403-10]

W Agorze dbamy o to, aby wszystkim pracownikom zapewnić bezpieczne warunki pracy. Oprócz spełniania wszystkich wymogów prawnych i formalnych firma podejmuje działania w celu zapobiegania wypadkom oraz urazom w miejscu pracy. Regularnie odbywają się szkolenia wewnętrzne – wstępne i okresowe szkolenia BHP oraz szkolenia przeciwpożarowe. Agora korzysta z usług firmy zewnętrznej, która zapewnia kompleksową obsługę w zakresie BHP i PPOŻ oraz wsparcie inspektora BHP.

Dodatkowo, z uwagi na specyfikę pracy, w drukarni wdrożony został system zarządzania BHP oparty na normie OHSAS-18001:2007. System pozwala na identyfikację i analizę potencjalnych zagrożeń oraz ocenę związanego z nimi ryzyka zawodowego, które następnie wykorzystuje się jako podstawę do projektowania i planowania działań oraz programów poprawy bezpieczeństwa pracowników.

W Agorze regularnie monitorowane są zagrożenia oraz liczba wypadków w postaci rejestru wypadków na poziomie Grupy i oddzielnie dla każdej spółki.

Tabela 4.26. Wskaźniki dotyczące zagadnień BHP w Grupie Agora i Agora S.A. (dane dotyczące pracowników etatowych)

	2020	2021
	Agora S.A. i Grupa Agora	Agora S.A. i Grupa Agora
Liczba wypadków, w tym:	1	2
Wypadki lekkie	1	2
Wypadki ciężkie	0	0
Wypadki śmiertelne	0	0
Wypadki zbiorowe	0	0
Wskaźnik częstości wypadków (wypadki przy pracy na 1000 zatrudnionych)	0,7	0,8
Liczba dni niezdolności do pracy spowodowanych wypadkami	-	22

Wskaźnik ciężkości wypadków (liczba dni niezdolności do pracy na jeden wypadek)	-	11,0
---	---	------

Dane pochodzą z działań pracowniczych spółek Grupy Agora

W 2021 r., w Grupie Agora odnotowano dwa lekkie wypadki wśród pracowników i podwykonawców pracujących na terenie zakładu. Nie wystąpiły przypadki pracy (pracowników etatowych lub podwykonawców) w warunkach przekroczenia najwyższych dopuszczalnych stężeń (NDS) lub najwyższych dopuszczalnych natężeń (NDN).

BEZPIECZNE WARUNKI PRACY W DOBIE PANDEMII COVID-19

Po wybuchu pandemii COVID-19, czyli w marcu 2020 r. w Grupie Agora wypracowano wewnętrzne „Zasady pracy zdalnej” oraz „Zasady BHP w trakcie pracy zdalnej”. Dokumenty określają m.in. takie kwestie, jak: czas i miejsce pracy zdalnej, obowiązki, korzystanie ze sprzętu, ochrona informacji poufnych, bezpieczeństwo stanowiska pracy podczas pracy zdalnej.

Osoby pracujące stacjonarnie miały jasne zasady zachowania się w biurze – są nimi m.in. używanie maseczek i zachowanie bezpiecznego dystansu. Gdy zaistnieje konieczność spotkania kilku osób, obowiązkowo realizowane są testy sprawdzające, czy uczestnicy spotkania nie są zakażeni. Dzięki tym działaniom w organizacji utrzymuje się niski poziom zachorowań na koronawirusa.

Wśród dedykowanych działań zrealizowanych w związku z pandemią COVID-19 znalazły się również:

- ❖ **wykonywanie i dofinansowanie testów na obecność koronawirusa** dla pracowników i współpracowników Grupy Agora;
- ❖ akcja „**Dodatkowy dzień wolny na szczepienie**”, dzięki której niezależnie od liczby przyjętych dawek szczepienia pracownikowi przysługiwał jeden dzień wolny na szczepienie;
- ❖ zapewnienie **szczepień przeciwko grypie** dla osób z grupy ryzyka;
- ❖ zorganizowanie czatu na temat koronawirusa z ekspertami z Grupy LUX MED;
- ❖ **zapewnienie środków ochronnych** dla osób pracujących w terenie;
- ❖ **zapewnienie środków do dezynfekcji** oraz pomiaru temperatury w miejscu pracy;
- ❖ **wypożyczanie laptopów** dla dzieci pracowników do nauki zdalnej;
- ❖ **rozwój nowych kanałów komunikacji**, zapewniających informacje o działaniu firmy i wsparcie dla pracowników.

4.6. ORGANIZACJE ZWIĄZKOWE I POSZANOWANIE PRAWA WOLNOŚCI DO ZRZESZANIA SIĘ

[GRI 2-30]

W Grupie Agora działają następujące instytucje reprezentujące pracowników: **rada pracowników, związki zawodowe** oraz **przedstawiciel 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; działa jako grono doradcze i konsultacyjne. Rada pracowników funkcjonuje w spółkach: Agora S.A., AMS i Grupa Radiowa Agory.

W Grupie Agora funkcjonują trzy związki zawodowe – **Międzyzakładowy NSZZ „Solidarność”**. Związek ten obejmuje zasięgiem następujące spółki Grupy: Agora S.A., Inforadio, Grupa Radiowa Agory, AMS i Goldenline. Do związku przynależy łącznie 180 pracowników Grupy. Od maja 2020 r. w Agorze funkcjonuje druga organizacja związkowa – **Komisja Zakładowa Inicjatywa Pracownicza** obejmująca spółkę Agora. Do związku przynależy łącznie 47 osób. Natomiast w połowie 2021 r. Spółka otrzymała informację o powstaniu trzeciego związku zawodowego o nazwie **Związek Zawodowy Komitetu Obrony Gazety Wyborczej** działający przy spółce Agora. Organizacja ta powstała po ogłoszeniu przez Zarząd Agory S.A. planu integracji pionu Gazeta.pl oraz działalności prasowej spółki.

Zgodnie z wymogami prawa zarządy spółek, w ramach których funkcjonują związki zawodowe, przeprowadzają konsultacje lub odpowiednio uzgadniają określone prawem decyzje z przedstawicielami organizacji związkowych. W pozostałych spółkach, zgodnie z wymogami prawnymi, istnieje instytucja przedstawiciela pracowników.

4.7. DBAMY O WORK-LIFE BALANCE

Wiemy, jak ważna jest równowaga pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym. Jako odpowiedzialny pracodawca poza wynagrodzeniem oferujemy naszym pracownikom zróżnicowany pakiet benefitów. W większości finansowane są one ze środków Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych.

W styczniu 2020 r. wprowadzony został nowy regulamin świadczeń dla pracowników oferowanych przez Agorę oraz jej spółki z grupy kapitałowej, które wspólnie zarządzają Zakładowym Funduszem Świadczeń Pracowniczych (ZFŚS).

Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych tworzony jest głównie z: corocznego odpisu podstawowego, dodatkowych odpisów z zysku netto do podziału w przypadku ich uchwalenia przez ZWZA, darowizn oraz zapisów osób fizycznych i prawnych, odsetek przypadających od jego środków, a także wpływów z oprocentowania pożyczek udzielanych pracownikom na cele mieszkalne.

Środki Funduszu przeznacza się na:

- ❖ pomoc finansową w uzyskiwaniu i użytkowaniu mieszkań lub budynków mieszkalnych;
- ❖ pomoc materialną – rzeczową lub finansową;
- ❖ wspieranie wypoczynku;
- ❖ sport i rekreację;
- ❖ działalność kulturalno-oświatową;
- ❖ inną działalność socjalną.

Świadczenia z Funduszu Świadczeń Socjalnych mogą być przyznawane pracownikom oraz emerytom i rencistom – byłym pracownikom, zatrudnionym bezpośrednio przed przejściem na emeryturę lub rentę, a także ich rodzinom.

Wraz ze zmianą regulaminu świadczeń wprowadzone zostały nowy system benefitów i nowa platforma do obsługi spraw z nim związanych – NAIS. Od stycznia 2020 r. wszystkie sprawy związane ze świadczeniami obsługuje platforma NAIS, dzięki czemu wnioskujący mogą nie tylko zarządzać przysługującymi im benefitami (w tym korzystać z ofert zdrowotnych, sportowych, kulturalnych itp.), ale także sprawdzać stan zaawansowania danej sprawy czy złożonego wniosku.

Od 2020 r. pracownicy Agory mogą korzystać również z oferty zakupowej dzięki karcie Edenred. Karty są cyklicznie zasilane kwotami pieniędzy, których wartość 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 i 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.

Wśród benefitów dostępnych dla pracowników jest również karta MultiSport oraz system prywatnej opieki zdrowotnej w Grupie LUX MED. Mogą oni również korzystać z atrakcyjnych zniżek na ofertę produktową Grupy Agora.

Tabela 4.27.

Kwoty dofinansowania poszczególnych kategorii z Funduszu Świadczeń Socjalnych w 2021 r.:

Rodzaj dofinansowania	Liczba beneficjentów	Łączna kwota dofinansowania w tys. PLN
2021		
zapomogi zdrowotne	184	450,9
zasiłki z tytułu urodzenia dziecka	35	50,2
zasiłki pogrzebowe	57	159,0
dofinansowanie wypoczynku pracownika	1 596	1 033,3
dofinansowanie wypoczynku dzieci	529	514,0
karty Edenred	1594	904,3
dofinansowanie MultiSport	181	25,7
dofinansowanie dla emerytów	185	110
sport - narty, piłka, pakiety startowe itp.	brak konkretnej liczby beneficjentów	7,1
pożyczki mieszkaniowe	62	1 916
zapomogi socjalne (COVID-19)	138	280,6

zapomogi socjalne	1	3,0
Łączna kwota dofinansowania		5 445,5

Tabela 4.25.

Kwoty dofinansowania poszczególnych kategorii z Funduszu Świadczeń Socjalnych w 2020 r.:

Rodzaj dofinansowania	Liczba beneficjentów	Łączna kwota dofinansowania w tys. PLN
zapomogi zdrowotne	188	337,7
zasiłki z tytułu urodzenia dziecka	59	91,7
zasiłki pogrzebowe	54	166,4
dofinansowanie wypoczynku pracownika	959	720,8
dofinansowanie wypoczynku dzieci	320	14,7
karty Edenred/MultiSport (1-2 kw. 2020 r.)	1 446	434
punkty Benefit/MultiSport	2 226	
dofinansowanie przedszkola	251	33
dofinansowanie dla emerytów	185	110,1
dofinansowanie opieki do dziecka	10	3,4
wyprawka szkolna	451	9,5
zapomogi klęska żywiołowa	8	6,0
sport - narty, piłka, pakiety startowe itp. (do kwietnia 2020 r.)	brak konkretnej liczby beneficjentów	104
pożyczki mieszkaniowe (do kwietnia 2020 r.)	75	1 009,5
zapomogi socjalne (od kwietnia 2020 r.)	323	647,4
Łączna kwota dofinansowania		3 688,2

W 2020 r. wartość środków pomocowych wypłaconych z Funduszu Świadczeń Socjalnych wyniosła **3 688 182 zł**. W 2021 r. kwota ta wzrosła, głównie ze względu na wyższą wartość wypłaconych pożyczek mieszkaniowych, dofinansowania do wypoczynku dzieci, do kart Edenred i MutiSport (w 2020 r. były one finansowane tylko przez pół roku), a także stworzenie specjalnej zapomogi dla osób, których sytuacja materialna istotnie pogorszyła się na skutek wybuchu pandemii COVID-19.

WSPARCIE FINANSOWE W DOBIE PANDEMII COVID-19

Z uwagi na trwającą pandemię COVID-19 z części środków dostępnych w ramach Funduszu Świadczeń Socjalnych w 2021 r. w Agorze stworzony został fundusz zapomóg socjalnych skierowany do pracowników i ich rodzin, które znalazły się w trudnej sytuacji finansowej. Ze wsparcia w ramach funduszu zapomóg socjalnych wsparcie otrzymało 138 osób, a łączna kwota wsparcia wyniosła **280 600 tys. zł**.

LINIA WSPARCIA PSYCHOLOGICZNEGO

Nagły wybuch pandemii i jej szeroko odczuwalne skutki stały się źródłem wielu trudnych emocji wynikających m.in. z przymusowej izolacji, zmiany w organizacji pracy czy lęku o niepewną przyszłość swoją i bliskich. Dlatego też w maju 2020 r. uruchomione zostały pomoc i wsparcie psychologiczne dla pracowników i współpracowników Grupy Agora. Projekt, który nadal trwa, realizowany jest we współpracy z krakowską firmą Mental Health Center. W ramach Linii Wsparcia każdy pracownik i współpracownik Grupy Agora mógł w minionym roku skorzystać z pakietu 5 e-konsultacji finansowanych przez Agorę. Dodatkowo, udostępniono specjalną ofertę zniżkową dla osób bliskich oraz dla pracowników, którzy wykorzystali pakiet bezpłatnych konsultacji, a chcieliby nadal korzystać z usług poradni.

4.7. KOMUNIKACJA Z PRACOWNIKAMI

Za komunikację wewnętrzną w Agorze odpowiedzialny jest dział komunikacji korporacyjnej, który udostępnia wszystkim pracownikom najważniejsze informacje w intranecie oraz od czasu wybuchu pandemii tworzy specjalny newsletter.

Część V

Zaangażowanie społeczne i relacje z otoczeniem

Nasza etyczna i odpowiedzialna postawa przejawia się nie tylko w relacjach wewnętrznych, ale jest standardem również w naszych relacjach z otoczeniem, w tym w szczególności z klientami, dostawcami towarów i usług, partnerami biznesowymi, akcjonariuszami oraz uczestnikami rynku kapitałowego.

Kluczowe obszary wpływu społecznego Grupy Agora w oparciu o Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ:



5.1. BIZNES ZAANGAŻOWANY SPOŁECZNIE

[GRI 3-3, GRI 413-1]

[UoR: Polityka w obszarze społecznym]

Media i marki Grupy Agora co roku aktywnie włączają się w akcje społeczne oraz inicjują szereg działań, kampanii i innych projektów, które angażują lokalne społeczności i poruszają ważne problemy społeczne. Działania te 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.

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** (Cel 3, 4, 10, 13, 16, 17) oraz spełniają normy społecznej odpowiedzialności **ISO 26000**. Są nimi: **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 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 agora.pl.

5.2. ORGANIZACJE SPOŁECZNE W GRUPIE AGORA

[GRI 413-1]

Agora angażuje się w działania na rzecz m.in. edukacji, kultury, sztuki, dziennikarstwa i mediów, a także równości kobiet i mężczyzn. Dużą część z tych działań realizowana jest przez fundacje powołane przez Zarząd Agory S.A. i przez inne spółki Grupy Agora. Nasi pracownicy zasiadają też w radach oraz zarządach innych organizacji filantropijnych. Poniżej pokrótce prezentujemy kluczowe z nich.

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 wspólnie z „Gazetą Wyborczą” oraz zajmuje się działalnością charytatywną. Fundacja Agory współfinansuje również m.in. Nagrodę Literacką NIKE od początku jej powstania.

Działania Fundacji Agora, 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 realizowane głównie dzięki zbiórkom 1% podatku. W 2021 r. kontynuowany był m.in. projekt **„Różni ludzie, jeden świat”** na rzecz wsparcia osób z niepełnosprawnościami w rozwoju zawodowym. Szczegółowe informacje o działaniach Fundacji Agora znajdują się na stronie: fundacjaagory.pl

FUNDACJA AKADEMIA INTEGRACJI – PRACA, EDUKACJA, SPORT



„Fundacja Akademia Integracji – Praca, Edukacja, Sport” została powołana do życia przez AMS S.A. w 2013 r. i jest kontynuacją projektu „AMS dla Integracji”. Fundacja zajmuje się szeroko pojętymi problemami i zagadnieniami związanymi z życiem, aktywnością i rolą społeczną osób niepełnosprawnych, ze szczególnym naciskiem na pracę, edukację i sport. Pomysłodawcami i pracownikami Fundacji są szermierze na wózkach, wybitni sportowcy, paraolimpijczycy, wielokrotni medaliści Mistrzostw Świata i Europy, którzy wraz z innymi pracownikami AMS promują idee Fundacji na zasadach wolontariatu. Fundacja zrealizowała w 2021 r. szereg działań własnych oraz we współpracy z podmiotami prywatnymi i publicznymi. Informacje o aktualnych projektach Fundacji znaleźć można na stronie: akademaiintegracji.pl

GRUPA FILANTROPIJNA WYBORCZEJ

GRUPA FILANTROPIJNA WYBORCZEJ



Fundacja Gazety Wyborczej została powołana przez Agorę w 2018 r. Wzorem New York Times Company i The Guardian Media Group wydawca „Gazety Wyborczej” stworzył organizację non-profit, aby rozwijać wartościowe projekty medialne i realizować istotne cele społeczne. Celami Fundacji są m.in. przyczynienie się do powstania kolejnych niezależnych i ambitnych materiałów dziennikarskich dotyczących najważniejszych spraw społecznych i politycznych, np. reportaży śledczych, raportów o ochronie środowiska i międzynarodowych projektów dziennikarskich. O aktualnych projektach Fundacji można przeczytać na stronie: fundacijagazetywyborczej.pl

Również w 2018 r. Agora wraz z marką „Wysokie Obcasy” powołała **Fundację Wysokich Obcasów**. Jej celem jest wsparcie niezależnego i rzetelnego dziennikarstwa, a także działanie na rzecz walki z nierównościami społecznymi i dyskryminacją czy ochrona i promocja praw kobiet. Więcej o działaniach Fundacji można przeczytać na stronie: fundacijawysokichobcasow.pl

5.3. PROJEKTY I INICJATYWY SPOŁECZNE

[GRI 413-1]

W 2021 r. zespół Grupy Agora kontynuował długoletnie działania w ramach filarów: środowiskowego i społecznego, w tym edukacyjnego, kulturalnego i charytatywnego, jednocześnie inicjując też nowe działania. Wśród nich znalazły się projekty ogólnopolskie, ale również regionalne²⁰.

RÓWNOŚĆ PŁCI



Ważną kwestią dla mediów Agory jest walka z nierównościami społecznymi oraz działanie na rzecz równości płci, czego dowodem są liczne projekty z tym związane, m.in. akcja zespołu **Gazeta.pl**, który z okazji Dnia Kobiet przygotował w 2021 r. wyjątkową publikację **„Historia bez Polki”**. Wydawnictwo jest kompilacją treści o kobietach pochodzących z podręczników historii dla szkół podstawowych. Wyraźnie pokazuje, iż narracja w podręcznikach do historii pozbawiona jest tła społecznego i utrwała wielowiekową podrzędną pozycję Polek w społeczeństwie. Redakcja portalu wskazała, że fakt pomijania Polek w historii – kiedy odmawiano im prawa do decydowania o swoim życiu, zarabiania czy edukacji – nie oznacza, że powinny być pomijane i dzisiaj. Materiał powstał, aby zwrócić uwagę na ten fakt i wywołać poważną dyskusję o kształcie polskiej edukacji. Przykładem działań na rzecz równości płci jest również codzienna aktywność marki **„Wysokie Obcasy”** – magazynu „Gazety Wyborczej”, którego misją jest wzmocnienie udziału i roli kobiet we współczesnym społeczeństwie. Redakcja „Wysokich Obcasów” inicjuje i angażuje się również w liczne działania, m.in. na rzecz promowania różnorodności i przeciwdziałania nierównościami społecznymi.

MNIEJ NIERÓWNOŚCI

Istotnym tematem dla mediów Agory jest też walka z **nierównościami społecznymi**, czego dowodem są liczne projekty z tego obszaru.

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 2021 r. na łamach „Gazety Wyborczej” i jej dodatków pojawiło się ok. 100 takich materiałów. Na portalu Gazeta.pl corocznie od 2015 r. ukazują się apele wspierające zbiórki dla chorych dzieci – w 2021 r. było ich ok. 50.

Innym przykładem działania na rzecz eliminacji nierówności w społeczeństwie są inicjatywy **Fundacji Agora**, która w 2021 r. kontynuowała m.in. projekt **„Różni ludzie, jeden świat”** na rzecz wsparcia osób z niepełnosprawnościami w rozwoju zawodowym. W 2021 r. swoją działalność prowadziły też **Fundacja Gazety Wyborczej** i **Fundacja Wysokich Obcasów**, które zostały powołane przez Agorę w 2018 r. Organizacje te zajmowały się m.in: działalnością w zakresie rozwoju edukacji, niezależnego dziennikarstwa i mediów oraz działaniami na rzecz równości płci i zmniejszania nierówności społecznych.

Działalność charytatywna jest prowadzona w Grupie Agora nie tylko dzięki fundacjom, ale również dzięki zaangażowaniu czytelników i odbiorców, pracowników oraz społeczności lokalnej w projekty bezpośrednio wspierające organizacje społeczne. Idealnym przykładem są literackie akcje i książki charytatywne Wydawnictwa Agora – **„Nadzieja”**, **„Wszystkie kolory świata”** oraz **„O, choroba”**. Cały dochód z ich sprzedaży w 2021 r. – **dokładnie 472 864,21 zł** – przeznaczono m.in. na dofinansowanie telefonu zaufania dla dzieci i młodzieży, pomoc psychologiczną dla podopiecznych Fundacji ISKIERKA zmagających się z chorobą nowotworową czy wsparcie dla seniorów oraz hospicjów.

²⁰ Szczegółowe informacje o wszystkich działaniach społecznych podjętych w 2021 r. przez Grupę Agora można znaleźć na stronie www.agora.pl/odpowiedzialny-biznes.

POKÓJ, SPRAWIEDLIWOŚĆ I SILNE INSTYTUCJE

MEDIA BEZ WYBORU

W ramach działań społecznych wpisujących się w cele SDG 16 spółki i media Grupy Agora w minionym roku podejmowały przede wszystkim inicjatywy pomocowe i informacyjne związane z kryzysem humanitarnym, równością płci i działaniem na rzecz zmniejszania nierówności społecznych, a także ochroną wartości demokratycznych i wolności słowa w Polsce. Jednym z licznych przykładów jest akcja #Mediabezwyboru, w której w lutym 2021 r. media Agory, wraz z większością przedstawicieli wolnych mediów w Polsce, zaprzestały działania na 24 godziny. Była to bezprecedensowa akcja branży medialnej – wspólny protest przeciwko planom nałożenia na media drakońskiego obciążenia finansowego, zwanego „podatkiem od reklam”, który próbowano wprowadzić pod pretekstem walki ze skutkami pandemii COVID-19.

Inną inicjatywą, na którą wpływ miała m.in. pandemia, była „Deklaracja Gazeta.pl na nowe czasy”. Portal Gazeta.pl jako pierwsze medium w Polsce w obliczu nasilających się w 2020 r. kryzysów: zdrowotnego, gospodarczego, politycznego oraz klimatycznego opublikował deklarację redakcyjną, zobowiązując się do wsparcia swoich czytelników w dostępie do rzetelnych informacji zdobytych u źródła i kierowania się bezpośrednio do ekspertów: lekarzy, ekonomistów i innych specjalistów, którzy współpracują z portalem. 1 stycznia 2021 r. została opublikowana „Deklaracja redakcyjna Gazeta.pl 2021”, w której redakcja zobowiązała się skupić szczególnie na obronie praw kobiet i walce z nierównościami społecznymi oraz działań na rzecz ochrony środowiska. Redakcja podsumowała też działania na rzecz realizacji swoich założeń w raporcie „Zaangażowanie na nowe czasy”. Raport za 2021 r. opisuje m.in. zaangażowanie redakcji w walkę o prawa kobiet oraz mniejszości. Gazeta.pl jako pierwszy horyzontalny portal w Polsce utworzyła stanowisko koordynatorki treści ds. różnorodności i inkluzywności. W marcu ub.r. redakcja otrzymała prestiżową nagrodę w konkursie Global Media Awards organizowanym przez Międzynarodowe Stowarzyszenie Mediów Informacyjnych INMA za działania na rzecz społeczności LGBT+, w tym m.in. serial „Rodzina+” autorstwa Niny Cieślińskiej. Oprócz tego na szczególne wyróżnienie zasługuje kampania społeczna „Bez LGBT+ nie ma Polski”, w której przed startem warszawskiej Parady Równości w 2021 r. ze strony Gazeta.pl symbolicznie zniknęły litery „L”, „G”, „B” i „T”. Akcja została zrealizowana wraz z agencją MullenLowe, stowarzyszeniem Miłość Nie Wyklucza i pozostałymi mediami informacyjnymi Agory.

W reakcji na nieprzestrzeganie praw uchodźców na granicy polsko-białoruskiej redakcja Gazeta.pl przeprowadziła akcję „Karta pamięci o uchodźcach”. Materiały dotyczące ochrony praw człowieka zostały przekazane do MSWiA. Innym przykładem jest m.in. zbiórka pieniędzy dla kilku libańskich rodzin wskazanych przez Polskie Centrum Pomocy Medycznej (PCPM), którą zainicjowała Gazeta.pl (podobne zbiórki w 2021 r. Gazeta.pl realizowała m.in. dla osób z Syrii). Wspólna akcja charytatywna Gazeta.pl i PCPM odniosła wielki sukces - dzięki użytkownikom portalu udało się zebrać **159 tys. zł** na przetrwanie zimy przez najgorzej sytuowane rodziny w Libanie.

Natomiast „Gazeta Wyborcza” uruchomiła w 2021 r. specjalną ofertę prenumeraty cyfrowej „Na ratunek uchodźcom”, z której cały przychód został przekazany fundacjom zaangażowanym w pomoc uchodźcom przebywającym na granicy polsko-białoruskiej, w tym Amnesty International Polska i Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka. Środki przeznaczone zostały m.in. na zapewnienie pomocy medycznej i sanitarnej migrantom, którzy koczowali na granicy polsko-białoruskiej. W niespełna 2 tygodnie uzbierana kwota przekroczyła **100 tys. zł**.

PROMOCJA KULTURY I NAUKI

Media Grupy Agora, jak od początku swojego istnienia, także w 2021 r. zabierały głos w ważnych społecznie kwestiach i promowały kulturę m.in. poprzez corocznie organizowane konkursy i przyznawane nagrody. „Gazeta Wyborcza” od 2010 r. jest współorganizatorem Nagrody za najlepszy reportaż literacki im. Ryszarda Kapuścińskiego, jak również wspiera literacką Nagrodę Nike. Dodatkowo, od 2018 r. „Gazeta Wyborcza” organizuje międzynarodowy konkurs fotograficzny im. Krzysztofa Millera. AMS natomiast w ramach promowania społeczno-kulturalnych aktywności w 2021 r. po raz 22. zorganizował konkurs Galerii Plakatu AMS, którego hasło przewodnie tym razem brzmiało: „(Nie)bezpieczne pasy” - miał on na celu podnoszenie świadomości społecznej o niebezpieczeństwach, jakie grożą pieszym na pasach oraz przedstawienie zasady odpowiedzialnego zachowania się na nich. W ramach działań edukacyjnych odbyła się też specjalna edycja programu promującego wiedzę i inicjatywy na rzecz rozwoju nowych technologii pt. „Jutronauci”, który powstał dzięki współpracy „Gazety Wyborczej” i Sebastiana Kulczyka w 2017 r. 5. edycja projektu – „Jutronauci 2021: Nowa normalność” w całości była poświęcona rozważaniom dotyczącym możliwych scenariuszy post-pandemicznej przyszłości.

WEWNĘTRZNE INICJATYWY SPOŁECZNE

W Agorze na co dzień staramy się wspierać i inicjować działania społeczne oraz angażować w nie pracowników. Wierzymy, że nawet najmniejsze działanie ma znaczenie. Dlatego m.in. prowadzimy zbiórkę plastikowych nakrętek, aby wesprzeć Nadię – 7-letnią dziewczynkę, która cierpi na autyzm. Dzięki zbiórce trwającej w Agorze w 2021 r. udało się ufundować dziecku serię zajęć rehabilitacyjnych.

Innym przykładem działań w tym obszarze jest zorganizowana w maju 2021 r. zbiórka najpotrzebniejszych produktów dla **Fundacji Senior w Koronie**, która działa w bliskim sąsiedztwie warszawskiej siedziby Agory i pomaga ubogim, samotnym oraz chorym osobom starszym. Pomimo tego, że wiele osób z zespołu Grupy pracowało wówczas zdalnie, udało się zebrać wiele produktów, z których organizacja stworzyła paczki żywnościowe dla swoich podopiecznych.

Dodatkowo, w 2021 r. w intranecie powstała specjalna strona z komunikatami o akcjach społecznych i charytatywnych, w które zaangażowani są pracownicy. Dzięki tej inicjatywie wielokrotnie udało się wesprzeć koleżeńskie zbiórki na cele pomocowe i charytatywne.



Rozdział VI

Informacje o raporcie

[GRI 2-2, GRI 2-3]

Niniejszy **Raport ESG Grupy Agora i spółki Agora S.A. za rok 2021** jest szóstym raportem niefinansowym przygotowanym przez Agorę. Raporty niefinansowe Grupy Agora są realizowane co roku, w ujęciu rocznym kalendarzowym. Poprzedni raport niefinansowy Grupy Agora – za 2020 r. został opublikowany 25 marca 2021 r.

Raport ESG Grupy Agora i spółki Agora S.A. za rok 2021 obejmuje informacje i skonsolidowane dane niefinansowe grupy kapitałowej Agora i jej jednostki dominującej spółki Agora S.A. za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2021 r. Wszystkie informacje i dane w niniejszym raporcie oznaczone określeniem „Grupa Agora” odnoszą się do następujących spółek: Agora S.A., Helios S.A., NEXT FILM Sp. z o.o., Next Script Sp. z o.o., Step, Inside Sp. z o.o., AMS S.A., AMS Serwis Sp. z o.o., Optimizers Sp. z o.o., Piano Group Sp. z o.o., Plan D Sp. z o.o., Yeldbird Sp. z o.o., HRlink Sp. z o.o., Goldenline Sp. z o.o., Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o., Doradztwo Mediowe Sp. z o.o., IM 40 Sp. z o.o., Inforadio Sp. z o.o. Dane liczbowe i jakościowe prezentowane w raporcie pochodzą z wewnętrznych systemów informacji zarządczej obejmujących Grupę Agora i Agora S.A., które składają się na proces raportowania i walidacji danych z udziałem wewnętrznych ekspertów. W przypadku wybranych danych liczbowych występuje niepełna porównywalność z poprzednimi latami. Wynika to z rozwoju raportowania ESG w Grupie Agora, wzbogacenia raportu za rok 2021 o nowe wskaźniki oraz ze zmiany metodologii kalkulacji wybranych wskaźników. Każdorazowo sytuacje takie są wyraźnie opisane w tabelach z danymi. W szczególności zmiany metodologii dotyczą wskaźników z obszaru pracowniczego: od 2021 r. gromadzone są dane w bardziej szczegółowym podziale (na grupy wiekowe i poziomy zaszerzowania pracowników) oraz nastąpiły zmiany w przyporządkowaniu części stanowisk do poszczególnych stopni w strukturze zatrudnienia. Zmiany metodologii w zakresie danych dotyczących środowiska naturalnego są związane przede wszystkim z szerszym zakresem gromadzenia danych i z dostosowaniem do nowego standardu GRI dot. odpadów.

Dokument zawiera kluczowe dane niefinansowe związane z działalnością Grupy Agora oraz spółki Agora oraz informacje dotyczące naszej odpowiedzialności wobec pracowników, społeczeństwa, otoczenia oraz środowiska. Uwzględnia również kwestie związane z poszanowaniem praw człowieka oraz przeciwdziałaniem korupcji. W poszczególnych rozdziałach raportu przedstawiono podejście do zarządzania, w tym opis kluczowych polityk oraz regulacji wewnętrznych wdrożonych w Grupie Agora w odniesieniu do wymienionych obszarów odpowiedzialności oraz wdrożone procedury należytej staranności.

Publikacja jest realizacją wymogów zmienionej Ustawy o Rachunkowości z dnia 15 grudnia 2016 r. w zakresie ujawnienia informacji niefinansowych wynikających z transpozycji Dyrektywy 95/2014/EU1, oraz Rozporządzenia Ministerstwa Finansów z 25 maja 2016 r. w zakresie informacji dotyczących różnorodności oraz obowiązku wynikającego z Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z dnia 22 października 2014 r. zmieniającej dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki jak i grupy. W niniejszym sprawozdaniu ujawnione zostały również dane dotyczące tzw. unijnej Taksonomii, której raportowanie jest obligatoryjne na mocy Rozporządzenia Parlamentu i Rady (UE) 2020/852 z 18 czerwca 2020 r.

Raport został przygotowany zgodnie z międzynarodowymi **Standardami Global Reporting Initiative (GRI Standards 2021)**, bez poddania zewnętrznej weryfikacji.

Raport nawiązuje również do następujących norm, zasad i rekomendacji:

- ❖ **Dobre Praktyki GPW 2021 i 2016 r.**
- ❖ **Zasady ONZ Global Compact oraz Cele Zrównoważonego Rozwoju (SDGs) ONZ.**
- ❖ **Norma Międzynarodowej Organizacji Normalizacyjnej ISO 26000.**
- ❖ **Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)**

6.1. ZMIANY W RAPORTOWANYM OKRESIE

[GRI 2-4]

Dane liczbowe za 2021 r. były po raz pierwszy gromadzone i przetworzone zgodnie z metodologią i standardami GRI Standards 2021. Stąd też większość danych liczbowych i wskaźników za 2021 r. nie jest porównywalnych do danych za 2019 i 2020 r.

6.2. PROCES DEFINIOWANIA I LISTA ISTOTNYCH ZAGADNIĘĆ ESG

[GRI 2-25, GRI 2-29, GRI 3-1, GRI 3-2, GRI 3-3]
[TCDF: Zarządzanie ryzykiem, Wskaźniki i cele]

6.2.1. BADANIE ISTOTNOŚCI

Podczas definiowania istotnych zagadnień ESG dla Grupy Agora na lata 2023-2027 w czwartym kwartale 2021 r. po raz pierwszy przeprowadzono proces **Badania istotności**, zgodnie z wymogiem standardu GRI Standards 2021 oraz projektem **unijnej dyrektywy CSRD**. Badanie zostało przeprowadzone z wykorzystaniem metody rozbudowanego kwestionariusza dla różnych grup interesariuszy spółki z zachowaniem zasady podwójnej istotności. Podczas badania uwzględniono istotność finansową, czyli analizowano wpływ i ryzyko, jakie na Grupę Agora wywiera środowisko i społeczeństwo oraz istotność wpływu, tj. przeanalizowano wpływ, jaki wywiera Grupa Agora na zagadnienia środowiskowe i społeczne.

W wyniku badania istotności powstała lista istotnych interesariuszy, istotnych zagadnień w podziale na kwestie środowiskowe i zmiany klimatu, na kwestie społeczne, w tym kwestie pracownicze, na kwestie z zakresu ładu korporacyjnego oraz lista istotnych ryzyk niefinansowych.

DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

Dla każdego interesariusza Grupy Agora identyfikowano siłę wpływu w wymiarze dwukierunkowym. Zagadnienia ESG badano w zakresie pięciu parametrów w dwóch perspektywach (zasada podwójnej istotności): cztery parametry wpływu – siła wpływu, zakres wpływu, prawdopodobieństwo wpływu i możliwości naprawienia skutków oraz jeden parametr istotności finansowej, czyli wpływ zagadnienia ESG na rozwój, wyniki i sytuację biznesową Grupy Agora.

Dodatkowo, przeprowadzono badanie istotności zagadnień ESG w perspektywie interesariuszy zewnętrznych spółki (instytucje finansowe, przedstawiciele akcjonariuszy Agory S.A. oraz zewnętrzni eksperci z obszaru ESG), z którymi zrealizowano również pogłębione i ustrukturyzowane wywiady.

Wyniki z przeprowadzonego badania istotności zostały zaprezentowane przedstawicielom Zarządu i wyższej kadry kierowniczej Grupy Agora podczas warsztatu walidacyjnego.

W efekcie przeprowadzonego badania istotności zidentyfikowano kluczowych interesariuszy Grupy Agora.

Tabela 6.1. Istotni interesariusze, sposób zaangażowania oraz poruszane tematy

Kategoria interesariusza	Sposób zaangażowania	Cel i tematy poruszane
Użytkownicy, czytelnicy, subskrybenci, słuchacze, widzowie i klienci indywidualni	Mailing Bezpośrednie spotkania i wydarzenia kulturalne Ankiety i badania opinii	Dostęp do informacji Wartościowe i niezależne treści, promocja lokalnych twórców i autorów
Partnerzy biznesowi, w tym klienci korporacyjni	Bezpośrednie spotkania	Plany biznesowe, wskaźniki efektywności
Dostawcy i podwykonawcy	Bieżący kontakt i współpraca przez cały rok	Warunki handlowe i terminowość płatności
Pracownicy i współpracownicy	System komunikacji wewnętrznej w Grupie Agora Spotkania wewnętrzne i specjalne eventy Intranet oraz aplikacja Teams Udział w badaniu istotności ESG oraz w badaniu ryzyk klimatycznych	Warunki pracy i rozwoju zawodowego
Związki zawodowe	Kontakt i współpraca na bieżąco przez cały rok	Kwestie pracownicze
Regulator	Korporacyjna strona internetowa Raporty bieżące i okresowe	Terminowość i jakość raportowanych dokumentów korporacyjnych
Akcjonariusze i inwestorzy	Korporacyjna strona internetowa Bezpośrednie spotkania i telekonferencje Konferencje wynikowe Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy	Strategia biznesowa Grupy Agora, w tym strategia ESG Wyniki finansowe

Instytucje finansowe	Korporacyjna strona internetowa Bezpośrednie spotkania i telekonferencje Konferencje wynikowe	Strategia biznesowa Grupy Agora, w tym strategia ESG i zgodność z unijną taksonomią Wyniki finansowe
Społeczności lokalne	Mass media i media społecznościowe Wydarzenia lokalne i/lub dla wybranych lokalnych społeczności Działania realizowane w ramach współpracy z partnerami	Identyfikacja problemów społecznych Tworzenie wartości biznesu dla społeczeństwa
Pośrednicy i sprzedawcy	Kontakt na bieżąco i współpraca przez cały rok	Warunki handlowe i terminowość płatności

6.2.2. KALKULACJA EMISJI CO₂

Emisje gazów cieplarnianych zostały obliczone według standardów i metodologii *The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard Revised Edition* oraz *GHG Protocol Scope 2 Guidance*. Granice organizacyjne obejmują wszystkie spółki wchodzące w skład Grupy Agora. Granice operacyjne obejmują emisje w zakresie 1 (ang. Scope 1), tj. emisje związane z bezpośrednim wykorzystaniem paliw w budynkach, pojazdach i instalacjach będących w posiadaniu bądź kontrolowanych przez Grupę oraz emisje związane z ulatnianiem czynników chłodniczych, oraz emisje w zakresie 2 (ang. Scope 2), tj. emisje pośrednie związane ze zużyciem przez Grupę nabytej energii elektrycznej i energii ciepłej. Obliczenia dla zakresu 2 wykonano według dwóch metod: *location-based* i *market-based*. W przypadku metody *location-based*, zużycie energii elektrycznej pomnożono przez średni wskaźnik emisji dla Polski²¹. Natomiast w obliczeniach metodą *market-based* zużycie energii przypisane poszczególnym sprzedawcom pomnożono przez wskaźnik emisji publikowany/podany przez tych sprzedawców energii. W przypadkach, w których nie podano konkretnego sprzedawcy energii, zużycie energii pomnożono przez średnią dla Polski. Przy wyliczaniu emisji gazów cieplarnianych w odniesieniu do energii ciepłej posłużono się metodą *market-based* i przyjęto uśredniony wskaźnik emisyjności dla Polski²².

Wielkość emisji została podana w tonach ekwiwalentu dwutlenku węgla (Mg CO₂e). Miara ta zawiera łączne emisje gazów cieplarnianych wyrażone poprzez wielkość emisji dwutlenku węgla mającą taki sam wpływ na środowisko wg. *Global Warming Potential* (GWP).

6.2.3. PROCES OKREŚLANIA RYZYK, ZAGROŻEŃ I SZANS ZWIĄZANYCH ZE ZMIANĄ KLIMATU

W 2021 r. Grupa Agora przeprowadziła identyfikację i analizę ryzyk klimatycznych oraz wynikających z nich zagrożeń i szans. Badanie zostało przeprowadzone we współpracy z zewnętrzną firmą doradczą MATERIALITY zgodnie z metodologią AXIS (Amplification, eXclusion, Intensification, Seizure) i obejmowało trzy etapy:

1. Analizę istotnych ryzyk klimatycznych w grupie spółek porównywalnych do Grupy Agora;
2. Badanie kwestionariuszowe obejmujące Zarząd i kadrę kierowniczą wszystkich segmentów operacyjnych Grupy Agora;
3. Kalkulację wyników i kategoryzację zidentyfikowanych ryzyk, zagrożeń i szans.

Zagrożenia i szanse były badane pod kątem trzech parametrów:

- ❖ Prawdopodobieństwa ich wystąpienia;
- ❖ Wagi, czyli ciężaru potencjalnych negatywnych konsekwencji (w przypadku zagrożeń) lub skali potencjalnych korzyści (w przypadku szans);
- ❖ Horyzontu czasowego, w którym mogą one występować.

Badaniu podlegało 28 ryzyk fizycznych i transformacyjnych, obejmujące łącznie 31 zagrożeń i 23 szanse związane ze zmianą klimatu. Za istotne uznano te ryzyka, zagrożenia i szanse, których prawdopodobieństwo lub waga przekraczały wartości progowe.

W wyniku przeprowadzonej analizy zaklasyfikowano:

- ❖ 5 szans i 4 zagrożenia do kategorii **A** (Amplification);

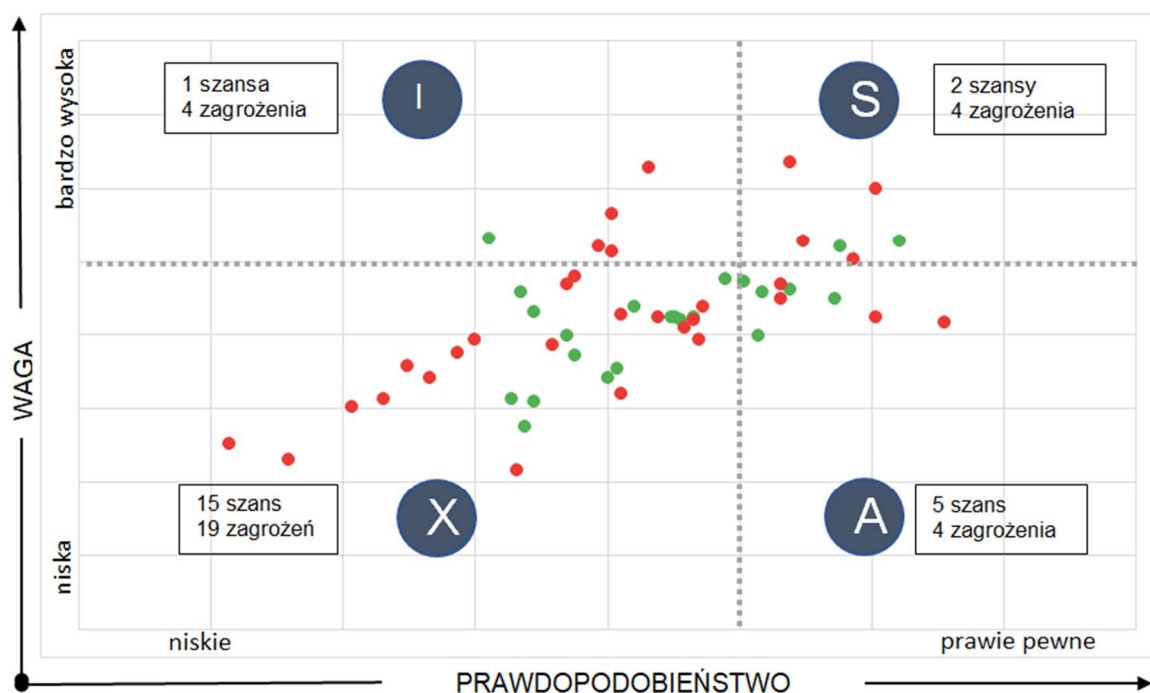
²¹ „Wskaźniki emisyjności CO₂, SO₂, NO_x, CO i pyłu całkowitego dla energii elektrycznej na podstawie informacji zawartych w Krajowej bazie o emisjach gazów cieplarnianych i innych substancji za 2020 rok”, Krajowy Ośrodek Bilansowania i Zarządzania Emisjami oraz „Energia ze źródeł odnawialnych w 2020 r.”, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2021

²² „Energetyka ciepła w liczbach – 2020”, luty 2022, Urząd Regulacji Energetyki

- ❖ 15 szans i 19 zagrożeń do kategorii X (eXclusion);
- ❖ 1 szansę i 4 zagrożenia do kategorii I (Intensification);
- ❖ 2 szansy i 4 zagrożenia do kategorii S (Seizure).

Zgodnie z zastosowaną metodologią, 2 szansy i 4 zagrożenia zaklasyfikowano do kategorii S (Seizure), czyli uznano je za istotne i podlegające aktywnemu zarządzaniu. Zagrożenia i szansy należące do kategorii I (Intensification) oraz A (Amplification) podlegają monitoringowi i w wybranych przypadkach zarządzaniu. Większość zagrożeń i szans należących do kategorii X (eXclusion) podlega wyłącznie monitoringowi. Wnioski z przeprowadzonego badania ryzyk klimatycznych zostaną włączone do funkcjonującego w Grupie Agora systemu zarządzania ryzykiem. Dalszy monitoring i identyfikacja ryzyk związanych ze zmianą klimatu będą prowadzone cyklicznie w ramach przeglądu ryzyk.

Mapa szans i zagrożeń związanych ze zmianą klimatu w Grupie Agora



6.3. TABELLE ZGODNOŚCI

Tabela 6.1.

Zgodność z wymogami Ustawy o Rachunkowości w zakresie ujawniania informacji niefinansowych

Wymogi ustawy o rachunkowości	Czy wymóg został spełniony?	Miejsce w raporcie – tytuł rozdziału	Numer strony
Model biznesowy (art. 49b ust. 2 pkt.1)	tak	Kim jesteśmy?	str. 4-7
Kluczowe niefinansowe wskaźniki efektywności (art. 49b ust. 2 pkt.2)	tak	Zrównoważony rozwój w Grupie Agora	str. 22-35
Polityki w obszarach niefinansowych i ich rezultaty:	tak	Zrównoważony rozwój w Grupie Agora	str. 22-35
Polityka w obszarze środowiskowym	tak	Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu	str. 43-44
Polityka w obszarze społecznym	tak	Zaangażowanie społeczne i relacje z otoczeniem	str. 77
Polityka w obszarze praw człowieka	tak	Zrównoważony rozwój w Grupie Agora	str. 24-28
Polityka w obszarze przeciwdziałania korupcji	tak	Zrównoważony rozwój w Grupie Agora	str. 24-28
Polityka w obszarze pracowniczym	tak	Miejsce pracy	str. 60

Procedury należytej staranności (art. 49b ust.2 pkt 4)	tak	Zrównoważony rozwój w Grupie Agora	str. 30-42, str. 82
Istotne ryzyka niefinansowe i sposób zarządzania nimi (art. 49b ust. 2 pkt 5)	tak	Kim jesteśmy? Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu	str. 9-12, str. 52

Tabela 6.2.
Tabela zgodności raportu z Rekomendacjami TCFD

Rekomendacje TCFD	Rozdział	Numer strony
Ład korporacyjny i system zarządczy:		
a) Opis sposobu, w jaki Zarząd i Rada Nadzorcza nadzorują ryzyka i szanse związane z klimatem	Kim jesteśmy?	str. 9
b) Opis roli Zarządu i Rady Nadzorczej w identyfikacji, ocenie i zarządzaniu ryzykami i szansami związanymi z klimatem	Kim jesteśmy?	str. 9, str.12
Strategia:		
a) Opis ryzyk i szans związanych ze zmianami klimatu, które organizacja zidentyfikowała w krótkim, średnim i długim horyzoncie czasu	Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu	str.52
b) Opis wpływu ryzyk i szans związanych ze zmianami klimatu na działalność biznesową, strategię i finanse organizacji	Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu	str.52
c) Opis odporności strategii organizacji na zmiany klimatu w różnych scenariuszach, w tym w scenariuszu uwzględniającym wzrost średnich temperatur o 2 lub mniej stopni Celsjusza	W ramach niniejszego raportu nie są prezentowane wyniki analiz	
Zarządzanie ryzykiem		
a) Opis procesów identyfikacji i oceny ryzyk związanych ze zmianami klimatu	Informacje o raporcie	str. 83
b) Opis procesów zarządzania ryzykami związanymi ze zmianami klimatu	Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu	str. 52
c) Opis sposobu integracji procesów identyfikacji, oceny i zarządzania ryzykami związanymi ze zmianami klimatu w całościowych procesach zarządzania ryzykiem w organizacji	Kim jesteśmy?	str. 9
Wskaźniki i cele		
a) Opis wskaźników wykorzystywanych przez organizację do oceny ryzyk i szans związanych ze zmianami klimatu zgodnie ze strategią i procesami zarządzania	Informacje o raporcie	str. 83

ryzykiem		
b) Ujawnianie emisji gazów cieplarnianych w zakresach 1,2 i jeśli ma to znaczenie, 3 oraz odpowiadających im ryzyk	Środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu	s. 45
c) Opis celów strategicznych i postępów związanych z zarządzaniem zagrożeniami i szansami związanymi ze zmianami klimatu	W ramach niniejszego raportu nie są prezentowane te dane	

Tabela 6.3
Indeks treści GRI Standards 2021

Lista wskaźników ujętych w raporcie:

Oświadczenie o użyciu	Grupa Agora zaraportowała zgodnie ze standardami GRI Standards za okres od 1 stycznia 2021 do 31 grudnia 2021 r.
Użyty GRI 1	GRI 1: Foundation 2021
Wskaźniki sektorowe GRI Standard (s)	Nie dotyczy

Standard GRI	Wskaźnik	Strona
GRI 2: Wskaźniki podstawowe		
	GRI 2-1 Dane organizacji	str. 4
	GRI 2-2 Podmioty objęte raportowaniem ESG w organizacji	str. 4, str. 82
	GRI 2-3 Cykl raportowania i kontakt	str. 82 str. 92
	GRI 2-4 Korekty informacji	str. 82
	GRI 2-5 Weryfikacja zewnętrzna	str. 14, 83
	GRI 2-6 Rodzaje działalności, łańcuch wartości i inne relacje biznesowe	str. 4-7
	GRI 2-7 Pracownicy	str. 61-63
	GRI 2-8 Osoby świadczące pracę nie będące pracownikami	str. 61-63
	GRI 2-9 Struktura zarządcza	str. 13-14
	GRI 2-10 Nominacja i wybór najwyższego organu zarządzającego	str. 14
	GRI 2-11 Przewodniczący najwyższego organu zarządzającego	str. 15
	GRI 2-12 Rola najwyższego organu zarządzającego w nadzorowaniu zarządzania wpływem	str. 15
	GRI 2-13 Delegowanie odpowiedzialności za zarządzanie wpływem	str. 16
	GRI 2-14 Rola najwyższego organu zarządzającego w raportowaniu zrównoważonego rozwoju	str. 15
	GRI 2-15 Konflikt interesów	str. 32
	GRI 2-16 Komunikacja kwestii krytycznych	str. 34
	GRI 2-17 Zbiorowa wiedza najwyższego organu zarządzającego	str. 15
	GRI 2-18 Ocena pracy najwyższego organu zarządzającego	str. 15

	GRI 2-19 Polityki wynagrodzeń	str. 60
	GRI 2-20 Proces ustalania wynagrodzenia	str. 65
	GRI 2-21 Roczny wskaźnik całkowitego wynagrodzenia	str. 68
	GRI 2-22 Oświadczenie w sprawie strategii ESG	str. 16
	GRI 2-23 Zobowiązania w ramach polityk	str. 60
	GRI 2-24 Osadzenie zobowiązań dotyczących polityk	str. 22-24, 43-44, 53-58
	GRI 2-25 Proces łagodzenia negatywnego wpływu	str. 22-24, 53-58
	GRI 2-26 Mechanizmy zasięgania porady i zgłaszania wątpliwości	str. 28-30
	GRI 2-27 Zgodność z prawem i regulacjami	str. 35
	GRI 2-28 Członkostwo w organizacjach	str. 6-7
	GRI 2-29 Podejście do zaangażowania interesariuszy	str. 84-85
	GRI 2-30 Układy zbiorowe	str. 74
GRI 3: Istotne tematy 2021		
	GRI 3-1 Proces określania istotnych zagadnień	str. 24-28, str. 83-85
	GRI 3-2 Lista istotnych zagadnień	str. 22-28, str. 83-85
	GRI 3-3 Zarządzanie istotnym tematem	str. 43
GRI 301. Materiały 2016	GRI 301-1 Wykorzystywane surowce wg masy lub objętości	str. 58
GRI 302. Energia 2016	GRI 302-1 Zużycie energii wewnątrz organizacji	str. 52
GRI 305. Emisje do atmosfery 2016	GRI 305-1 Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)	str. 53
	GRI 305-2 Pośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 2)	str. 54
GRI 306. Odpady 2020	GRI 306-1 Opis wytwarzania odpadów oraz ich istotny wpływ	str. 55
	GRI 306-2 Zarządzanie istotnymi wpływami związanymi z odpadami	str. 56
	GRI 306-3 Wytworzone odpady	str. 55
	GRI 3-3 Zarządzanie istotnym tematem	str. 73
GRI 404: Szkolenia i edukacja 2016	GRI 404-1 Średnia liczba godzin szkoleniowych na pracownika	str. 73
	GRI 404-2 Programy wspierające rozwój i doskonalenie umiejętności pracownika	str. 73
GRI 405: Różnorodność i równe szanse 2016	GRI 405-1 Różnorodność w ciałach zarządczych i wśród pozostałych pracowników	str. 70
	GRI 405-2 Stosunek podstawowego wynagrodzenia kobiet i mężczyzn	str. 71
	GRI 3-3 Zarządzanie istotnym tematem	str. 26
GRI 412: Kontrola obszaru Praw Człowieka 2016	GRI 412-2 Liczba pracowników przeszkolonych w	str. 73

	zakresie praw człowieka	
GRI 414: Kontrola obszaru społecznego w łańcuchu dostaw 2016	GRI 414-1 Nowi dostawcy skontrolowani z wykorzystaniem kryteriów z obszaru społecznego	str. 24
	GRI 3-3 Zarządzanie istotnym tematem	str. 73-75
GRI 205. Antykorupcja 2016	GRI 205-2 Komunikacja i szkolenia z procedur i polityk antykorupcyjnych	str. 73-75
GRI 413: Społeczności lokalne 2016	GRI 413-1 Zaangażowanie w rozwój lokalnej społeczności - programy, wyniki.	str.81-82
	GRI 3-3 Zarządzanie istotnym tematem	str. 35-36
Wskaźnik własny	Opis celów dla każdego segmentu działalności	str. 36-42
	GRI 3-3 Zarządzanie istotnym tematem	str.30
GRI 418: Ochrona danych konsumenta 2016	GRI 418-1 Uzasadnione reklamacje/skargi dotyczące naruszenia prywatności klienta i utraty jego danych	str. 35
	GRI 3-3 Zarządzanie istotnym tematem	str. 24
Wskaźnik własny	Lista kluczowych zobowiązań z 2021 roku i ich realizacja	str. 29-30

KONTAKT W SPRAWIE RAPORTU

[GRI 2-3]

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

ANNA FIDOS

specjalista ds. komunikacji korporacyjnej i CSR
tel. 505 814 834
anna.fidos@agora.pl

Warszawa, 24 marca 2022 r.

Bartosz Hojka - Prezes Zarządu

.....

Tomasz Jagiełło - Członek Zarządu

.....

Anna Kryńska-Godlewska - Członek Zarządu

.....

Tomasz Grabowski - Członek Zarządu

.....

Agnieszka Siuzdak-Zyga - Członek Zarządu

.....

Podpisy złożone elektronicznie.