

Uchwała nr [...]
Rady Nadzorczej spółki Agora S.A.
z dnia 14 maja 2019 roku

w sprawie oceny sytuacji Spółki w 2018 roku

W związku z przyjęciem przez Agorę S.A. („Spółka”) Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., uchwalonych na podstawie § 29 Regulaminu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., Rada Nadzorcza Spółki uchwała, co następuje:

1. Rada Nadzorcza Spółki oceniła sytuację Grupy Agora w roku 2018

Swoją ocenę Rada Nadzorcza sformułowała na podstawie przeglądu spraw Grupy Agora („Grupa”) i dyskusji z Zarządem Spółki, prowadzonych na cyklicznych posiedzeniach oraz doraźnych spotkaniach odbywanych z udziałem Zarządu i podczas bieżącej współpracy. Rada wzięła także pod uwagę ocenę sprawozdań finansowych za pierwsze półrocze i rok obrotowy 2018 dokonaną przez Komitet Audytu, który odbywał posiedzenia z udziałem audytora Spółki oraz wnioski i spostrzeżenia tego organu oraz ocenę sytuacji Spółki w zakresie wyznaczonym przez Regulamin Komitetu Audytu. Dodatkowo, Rada Nadzorcza zapoznała się z roczną oceną sytuacji Spółki dokonaną przez Komisję ds. Osobowych i Wynagrodzeń w zakresie jej kompetencji. Ocena sytuacji rynkowej oparta była o powszechnie dostępne informacje o działaniach innych podmiotów, w związku z czym Rada Nadzorcza zwraca uwagę na jedynie szacunkowy charakter danych i ogólność formułowanych na ich podstawie wniosków. Oprócz tego Rada Nadzorcza zapoznała się z roczną oceną sytuacji Spółki przedstawioną zarówno przez Komisję ds. Osobowych i Wynagrodzeń jak i Komitet Audytu zgodnie z kompetencjami obu ciał doradczych działających przy Radzie Nadzorczej Spółki.

W 2018 roku Zarząd Spółki przygotował i ogłosił nową strategię rozwoju Grupy Agora na lata 2018 – 2022. Rada Nadzorcza była informowana o tworzeniu tej strategii przez Zarząd Spółki i przedyskutowała ją przed jej ogłoszeniem. Zgodnie z przyjętym dokumentem celem nadrzędnym Zarządu Spółki jest przyspieszenie rozwoju i wzrost skali grupy kapitałowej Agory. Filarami nowej strategii Grupy na lata 2018 – 2022 są: systematyczny rozwój najbardziej perspektywicznych biznesów Grupy, także poprzez akwizycje oraz poszerzenie oferty największych przedsięwzięć o innowacyjne produkty lub usługi premium oraz rozwój nowej działalności w perspektywicznych segmentach rynku. W przypadku rozwoju dotychczasowych biznesów Grupa Agora stawia na przede wszystkim na rozwój modelu subskrypcyjnego. W ciągu 4 lat Grupa chce potroić średnią liczbę subskrypcji „Gazety Wyborczej” i podcastów Radia TOK FM, a także zapewnić lepszą monetyzację tego modelu biznesowego. Docelowo w 2022 r. połowa przychodów „Gazety Wyborczej” ma pochodzić ze źródeł cyfrowych, a jej rentowność regularnie się poprawiać. Rada Nadzorcza wysoko ocenia konsekwencję Zarządu Agory w dążeniu w realizacji tego celu. Na koniec 2018 roku liczba subskrypcji cyfrowych „Gazety Wyborczej” wyniosła 170,5 tys., co dało jej 15. miejsce na świecie wśród gazet o największej liczbie prenumerat cyfrowych. Kolejnym biznesem, który Zarząd Spółki chce intensywnie rozwijać, jest sieć kin Helios, będąca fundamentem obecności Agory w segmencie związanym ze spędzaniem czasu wolnego. Rada Nadzorcza docenia fakt, że rozwój sieci kin jest realizowany nie tylko poprzez systematyczny wzrost liczby obiektów Heliosa, ale również dzięki wzbogaceniu oferty sieci o nowe sale w koncepcie Helios Dream. Oprócz tego Rada Nadzorcza z zainteresowaniem obserwuje wejście spółki AMS w kolejną fazę rozwoju, dzięki zwiększeniu udziału nośników premium w ofercie tej spółki, a także wzbogacaniu portfolio rozwiązań cyfrowych, między innymi zintegrowanych z meblami miejskimi. Rada Nadzorcza wspiera działania związane z poszerzaniem oferty istotnych przedsięwzięć Grupy o innowacyjne produkty lub usługi premium, jak na przykład wprowadzenie do oferty spółki Yieldbird, lidera branży ad-tech, produktu sprzedawanego w modelu SaaS (software as a service). Rada Nadzorcza z uznaniem patrzy na globalny sukces Yieldbirda i wspiera podejmowanie przez Zarząd Agory kolejnych inicjatyw na rynku usług B2B, głównie w obszarze e-commerce. Rada Nadzorcza ze zrozumieniem obserwuje rozwój w ramach Grupy projektów związanych ze spędzaniem czasu wolnego poza domem, w tym w lokalach gastronomicznych. Głównym fundamentem tego rozwoju jest Helios, lider polskiego rynku kinowego.

Zarząd Agory zapowiedział dodatkowo, że w ramach realizacji ogłoszonego planu strategicznego jest gotowy przeznaczyć na inwestycje - zarówno w dotychczasowe, jak i w całkiem nowe przedsięwzięcia - max. około 930 mln zł. Rada Nadzorcza docenia konsekwencję Zarządu Agory w decydowaniu się na inwestycje wzmacniające obecne perspektywiczne biznesy Grupy, szczególnie w obszarach, w których wyczerpały się możliwości dynamicznego wzrostu organicznego jak np. na rynku radiowym.

Rok 2018 obfitował w wiele wydarzeń w Spółce i Grupie, stawiających Zarząd Agory przed trudnymi decyzjami, z których część wpływała także na wyniki Grupy. W dużej mierze miało to związek z trendami na

rynku prasy i dystrybucji prasy, co przełożyło się zarówno na rezygnację z wydawania kolejnych tytułów w formie papierowej, jak i na odpisy należności od RUCH S.A. W tym świetle Rada Nadzorcza pozytywnie ocenia konsekwentne działania Spółki w celu dalszego rozwijania modelu subskrypcyjnego zarówno Wyborcza.pl, jak i Premium TOK FM.

Rada Nadzorcza z zadowoleniem przyjęła pozytywne wyniki operacyjne Grupy w 2018 roku, a w szczególności osiągnięcie przez Spółkę i Grupę zysku netto. Dostrzega również zdecydowanie Zarządu w działaniach restrukturyzacyjnych w biznesach, które działają na szybko kurczących się rynkach, jak decyzja z początku 2019 roku o wygaszeniu działalności dwóch z trzech drukarni Grupy.

Helios w 2018 roku po raz kolejny odnotował rekordowe przychody oraz wynik operacyjny (EBIT), a także rozpoczął działalność na rynku gastronomicznym, wprowadzając na niego swoją pierwszą markę Papa Diego. Yieldbird ponownie osiągnął rekordowe przychody oraz wyniki operacyjne (EBIT i EBITDA), dynamicznie rozwijając się na rynku globalnym. Kolejny rekordowy rok pod względem przychodów i wyników finansowych miał również segment Radio. *Gazeta Wyborcza* z jednej strony walczyła z negatywnymi trendami na rynku prasy drukowanej, a z drugiej odważnie i ze znaczącymi sukcesami realizowała działania cyfrowe, kończąc rok z ponad 170 tys. subskrypcji na Wyborcza.pl. Oferta premium Radia TOK FM też cieszy się coraz większym zainteresowaniem i przyciąga kolejnych subskrybentów. Miniony rok był także rekordowy pod względem przychodów osiągniętych przez AMS.

Rada Nadzorcza z uznaniem podchodzi do podejmowanych przez Zarząd Spółki działań zapewniających Agorze obecność w prestiżowym RESPECT Index, czyli indeksie spółek społecznie odpowiedzialnych na GPW.

Stan środków pieniężnych i krótkoterminowych aktywów finansowych w Grupie na koniec 2018 roku wyniósł 155,4 mln zł, na co składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 33,0 mln zł (kasa, rachunki i lokaty bankowe) oraz 122,4 mln zł zainwestowane w krótkoterminowe papiery wartościowe. Zadłużenie kredytowe Grupy wyniosło 85,3 mln zł (w tym zadłużenie zewnętrzne spółki Helios S.A. obejmujące kredyty bankowe i zobowiązania z tytułu leasingu finansowego w wysokości 52,8 mln zł).

Na wysokość środków pieniężnych posiadanych przez Grupę na dzień 31 grudnia 2018 r. wpłynęła między innymi wypłata dywidendy oraz zysk ze zbycia udziałów w spółce Stopklatka S.A.

I. FILM i KSIĄŻKA

W 2018 roku nastąpił dalszy rozwój branży kinowej w Polsce, który przyniósł kolejny rekord frekwencyjny. Dzięki konsekwentnie prowadzonej polityce inwestycyjnej na koniec 2018 sieć Helios składała się z 46 nowoczesnych kin wielosalowych z 261 salami projekcyjnymi. Miniony rok był również czasem premiery konceptu Helios Dream, który został bardzo dobrze przyjęty przez widzów. W efekcie Helios pozostaje największym operatorem w Polsce pod względem liczby obiektów wielosalowych i zdobywa miano najnowocześniejszej sieci kin w kraju. Dzięki rekordowej frekwencji w polskich kinach segment Film i Książka (obejmujący spółki Helios S.A. i NEXT FILM Sp. z o.o. oraz Wydawnictwo Agora) odnotował dwucyfrowy wzrost przychodów i wyników operacyjnych. NEXT FILM, spółka z grupy Helios zajmująca się działalnością filmową, odnotowała wyniki niższe niż rok wcześniej, wprowadzając na ekrany polskich kin następujące produkcje: „Plan B”, „Kobieta sukcesu”, „Kamerdyner”, „53 wojny”, „Jeszcze dzień życia” oraz „Eter”. Świetne wyniki sprzedaży odnotowało Wydawnictwo Agora.

II. PRASA

2018 był trudnym rokiem dla całego rynku prasowego - przyniósł dalsze spadki sprzedaży egzemplarzowej gazet oraz ograniczenia wydatków na reklamę w prasie. „Gazeta Wyborcza” w swojej tradycyjnej wersji utrzymuje się w czołówce najpopularniejszych dzienników opiniotwórczych w Polsce i ma największy udział w wydatkach na reklamę w dziennikach. Ze względu na trudną sytuację między innymi na rynku prasy i dystrybucji prasy, Zarząd Spółki podjął decyzję o rezygnacji z wydawania kolejnych tytułów prasowych oraz dokonaniu odpisu należności od RUCH S.A. Z tego powodu segment odnotował niższe wyniki operacyjne niż rok wcześniej. Jednocześnie sprawnie przebiega proces transformacji cyfrowej „Gazety Wyborczej” – zwiększa się zarówno liczba subskrypcji, jak i ich wpływ na wyniki segmentu. Rada Nadzorcza z uwagą i zadowoleniem śledzi rozwój cyfrowy „Gazety Wyborczej”, która jest niekwestionowanym liderem w tym obszarze na polskim rynku oraz znajduje się w czołówce prasowych tytułów na świecie.

III. REKLAMA ZEWNĘTRZNA

W 2018 roku przychody reklamowe AMS były wyższe niż w 2017 roku. Pozytywny wpływ na dynamikę przychodów segmentu Reklama Zewnętrzna (obejmującego spółki AMS S.A. oraz Adpol Sp. z o.o.) miały wydatki reklamodawców na kampanie realizowane na nośnikach Premium Citylight, Digital oraz City Transport. Niższy niż w ubiegłym roku wynik operacyjny segmentu wynikał z intensywnych wydatków na rozwój sieci nośników segmentu Premium i Digital. Rada Nadzorcza wspiera wdrażanie nowej polityki cenowej AMS, opartej o zasadę transparentności i powiązanie ceny nośnika z wielkością generowanej przez niego widowni. Zmiana ta może mieć istotne znaczenie dla całego rynku reklamy zewnętrznej.

IV. INTERNET

Miniony rok przyniósł rekordowy poziom przychodów segmentu Internet (obejmującego pion Internet Agory S.A. oraz spółki: Domiporta Sp. z o.o., Yieldbird Sp. z o.o., GoldenLine Sp. z o.o. oraz Optimizers Sp. z o.o.) - 177,8 mln zł. Segment poprawił również wynik operacyjny na poziomie EBIT, a głównym motorem tego wzrostu były niższe koszty operacyjne oraz wyższe przychody ze sprzedaży reklam internetowych. Wynik segmentu na poziomie EBITDA sięgnął 28,4 mln zł i wzrósł o 22,9% w stosunku do tego z 2017. Istotny wpływ na zwiększenie wpływów segmentu miała wyższa sprzedaż reklam internetowych przez spółkę Yieldbird. Dynamiczny rozwój tego biznesu został doceniony między innymi w prestiżowym rankingu Deloitte „Technology Fast 50 Central Europe”. W tym samym rankingu znalazła się również spółka stowarzyszona Grupy Agora - Online Technologies HR Sp. z o.o. Segment Internet skoncentrował w 2018 roku swoje działania na porządkowaniu portfela przedsięwzięć oraz wzmacnianiu pozycji lidera w sprzedaży reklam w modelu programatycznym.

V. RADIO

Radiostacje wchodzące w skład Grupy Agora po raz kolejny odnotowały wzrost przychodów. Całkowite wpływy segmentu Radio (obejmującego pion radiowy w Agorze S.A., wszystkie radiostacje lokalne i stację ponadregionalną TOK FM) wyniosły 116,0 mln zł.

Na wzrost przychodów segmentu wpływ miały przede wszystkim wyższe przychody ze sprzedaży czasu antenowego w stacjach należących do Grupy Radiowej Agory. Niższe były natomiast wpływy z pośrednictwa w sprzedaży czasu antenowego w stacjach innych nadawców oraz przychody ze świadczonej usługi pośrednictwa dla kin sieci Helios. Co ważne, dzięki ograniczeniu kosztów operacyjnych, biznes ten istotnie poprawił swoje wyniki operacyjne zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA, które wyniosły odpowiednio 17,2 mln zł i 21,3 mln zł.

VI. DRUK

W 2018 roku segment Druk (obejmujący pion Druk Agory S.A. oraz Agorę Poligrafię Sp. z o.o.) odnotował gorszy wynik niż w 2017. Wynikało to głównie z postępującego spadku przychodów ze sprzedaży usług poligraficznych w technologii coldset, w której specjalizują się drukarnie Grupy Agora. Trend ten wynika w dużej mierze z kondycji rynku prasowego w Polsce, którego uczestnicy są głównymi nabywcami usług realizowanych w tej technologii. W 2018 r. istotny wpływ na spadek przychodów z tej działalności miały decyzje części klientów spoza branży prasowej o rezygnacji z druku materiałów promocyjnych w technologii coldset na rzecz druku w innej technologii. Zlecenia od klientów z innych branż, w tym realizowane w technologii heatset, mają istotnie mniejszy udział w przychodach z działalności poligraficznej Grupy - ze względu na ograniczenia infrastrukturalne nie były i nie są one w stanie skompensować utraty przychodów związanych z drukiem coldset. Rada Nadzorcza docenia podjęcie przez Zarząd Spółki na początku 2019 roku kolejnych zdecydowanych działań restrukturyzacyjnych w segmencie Druk, które mają na celu wygaszenie działalności dwóch z trzech drukarni Grupy do końca czerwca 2019 roku, co wiązało się również z procesem zwolnienia grupowego obejmującego 142 osoby.

Rada Nadzorcza z zadowoleniem obserwuje pierwsze działania z zakresu realizacji nowej strategii Grupy Agora ogłoszonej w czerwcu 2018 roku i wspiera Zarząd Spółki w podejmowaniu nowych inicjatyw rozwojowych, w tym aktywności akwizycyjnej. Rada Nadzorcza pozytywnie ocenia sytuację Spółki i Grupy Agora.

2. Ocena kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, compliance oraz funkcji audytu wewnętrznego w Grupie Agora

Rada Nadzorcza wspólnie z Zarządem Spółki na bieżąco analizuje otoczenie rynkowe i czynniki ryzyka, na które narażona jest Grupa Agora. Nowe projekty są analizowane i wyceniane. Grupa utrzymuje płynność i niskie zadłużenie, które pozwalają jej ograniczać ryzyko finansowe. W przypadku zmian przepisów Grupa

odpowiednio reaguje poprzez dostosowanie do nich swojej działalności. Obecnie w Grupie Agora funkcjonują system kontroli wewnętrznej i system zarządzania ryzykiem. Główne elementy systemu kontroli wewnętrznej są składnikami procesów biznesowych Grupy i obejmują między innymi:

- procedury oraz regulaminy dotyczące między innymi: delegowania uprawnień i autoryzacji decyzji, oceny projektów biznesowych, rejestrowania i przetwarzania transakcji gospodarczych,
- procesy raportowania i kontroli transakcji oraz wyników poszczególnych obszarów działalności,
- kontrole w systemach informatycznych, wspierające realizację 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.

Ponadto, w Spółce funkcjonuje dział audytu wewnętrznego, którego zadaniem jest między innymi identyfikacja ryzyk z zakresu kontroli wewnętrznej i bezpieczeństwa oraz rekomendowanie Zarządowi działań zmierzających do ich ograniczenia. Rada Nadzorcza odbywa regularne spotkania z audytorem wewnętrznym Spółki, na których omawia wyniki raportów dotyczące wybranych obszarów działalności oraz uzgadnia konkretne działania. W 2018 roku przedstawiciele Rady Nadzorczej kilkakrotnie spotkali się z audytorem wewnętrznym Spółki.

Rada Nadzorcza wspólnie z audytorem wewnętrznym ustala plan prac na cały rok oraz szczegółowy harmonogram działań. Zakres informacji przekazywanych na spotkaniach z audytorem wewnętrznym, w opinii Rady Nadzorczej, pozwala jej na coraz lepsze rozpoznawanie głównych obszarów ryzyka, na które narażona jest Spółka, oraz rekomendowanie sposobów ich lepszego diagnozowania i adresowania. W tym celu wypracowano mapę ryzyka Grupy Agora oraz określono poziomy materialności dla potrzeb analizy ryzyka zgodnie z Polityką Zarządzania Ryzykiem. Dział audytu wewnętrznego wspomaga również kontrolę efektywności systemu zarządzania ryzykiem poprzez regularne badanie wybranych obszarów działalności Spółki w celu eliminacji ewentualnych ryzyk. Na system zarządzania ryzykiem składają się: system kontroli wewnętrznej, mapa ryzyka, rejestr ryzyk oraz stały i wielostopniowy nadzór Zarządu i kadry kierowniczej nad poszczególnymi segmentami biznesowymi.

Oprócz tego, na bieżąco dokonywana jest ocena czynników ryzyka pod kątem realizacji poszczególnych celów biznesowych wynikających z przyjętej przez Zarząd strategii rozwoju Grupy Agora. W odpowiedzi na identyfikowane ryzyka Zarząd oraz kadra kierownicza na bieżąco dokonują zmian w obowiązujących procedurach. Na podstawie informacji przekazanych Radzie Nadzorczej oraz dyskusji z Zarządem i przedstawicielami działu audytu wewnętrznego, Rada Nadzorcza uważa, że funkcjonujący system kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem sprawdził się w dotychczasowej działalności Spółki i Grupy.

W ramach Spółki w 2018 roku utworzone zostało stanowisko compliance officera. Dodatkowo, przeprowadzony został, przy wsparciu zewnętrznych ekspertów, audyt compliance w Agorze. Jego efektem jest zbiór rekomendacji i działań do wprowadzenia przez Spółkę. W celu wdrożenia zalecanych rozwiązań powołany został zespół roboczy kierowany przez compliance officera Agory, który będzie pracował nad wdrożeniem konkretnych działań oraz wypracowaniem, w dłuższej perspektywie, kompleksowego systemu compliance w Spółce. Compliance officer jest nadzorowany bezpośrednio przez dyrektora Grupy Agora ds. prawnych. Rada Nadzorcza pozytywnie ocenia inicjatywę wyodrębnienia funkcji compliance officera w obliczu dynamicznie zmieniającego się otoczenia legislacyjnego, w tym ryzyk związanych z próbami upolitycznienia kolejnych regulacji prawnych, także tych związanych bezpośrednio z funkcjonowaniem mediów w Polsce, oraz zróżnicowania obszarów, w których funkcjonują spółki Grupy Agora.

Rada Nadzorcza pozytywnie ocenia stałą współpracę zespołu compliance z renomowaną kancelarią zewnętrzną w zakresie wywiązywania się przez Spółkę z obowiązków informacyjnych.

3. Ocena sposobu wypełniania przez Spółkę obowiązków informacyjnych

Rada Nadzorcza nie ma zastrzeżeń do sposobu realizacji przez Spółkę obowiązków informacyjnych - zarówno tych dotyczących stosowania zasad ładu korporacyjnego, określonych w Regulaminie Giełdy Papierów Wartościowych, jak i tych wymaganych przez przepisy dotyczące informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych.

W opinii Rady Nadzorczej działania Spółki przy wypełnianiu tych obowiązków charakteryzują się najwyższą starannością i przejrzystością.

4. Ocena racjonalności prowadzonej przez Spółkę polityki działań społeczno - sponsoringowych

- i. Na podstawie analizy polityki działań społeczno-sponsoringowych Agory S.A. Rada Nadzorcza ocenia, że polityka ta jest realizowana racjonalnie i skutecznie, zaś jej efekty przynoszą Spółce wymierne korzyści.

W ramach **działań społecznych** spółki i media Grupy Agora podejmowały w 2018 roku przede wszystkim inicjatywy wspierające różnorodność w społeczeństwie. Były to między innymi akcje związane z 100. rocznicą uzyskania przez Polki praw wyborczych (plebiscyt „Polka Stulecia” redakcji „Wysokich Obcasów”, cykl „#Jestem” zespołu wideo Wyborcza.pl, „Kobiety na mury” - akcja „Wysokich Obcasów” oraz kampania tej redakcji z hasłem „Kobiety wiedzą, co robią”), a dodatkowo z okazji międzynarodowego dnia kobiet „Gazeta Wyborcza” przygotowała specjalne wydanie dziennika - „Wyborczą Kobiet”. Działania na rzecz osób starszych prowadzone były w ramach śląskiej inicjatywy „DługoWIECZNI”. Ważnym tematem było również funkcjonowanie zrównoważonych miast - „Gazeta Wyborcza” zorganizowała Wielki Test Wiedzy o Miastach i Metropoliach, czyli Warszawie, Trójmieście i Wrocławiu, cykle spotkań (np. Spotkajmy się w Powiatowej 17 w powiecie poznańskim), a także kampanie, jak cykliczna akcja portalu Gazeta.pl z Greenpeace Polska „Adoptuj pszczołę”. W ramach aktywizacji społeczności lokalnej kontynuowany był cykl spotkań „Wyborcza na żywo”, a także debaty „Usłysz swoje miasto” organizowane przez Radio TOK FM. Z kolei Rock Radio zaangażowało mieszkańców Warszawy, Poznania i Opola do sadzenia drzew z okazji 100-lecia niepodległości.

Kluczowym tematem podejmowanym w ramach społecznej odpowiedzialności Agory jest **edukacja**, a wśród realizowanych działań znajdują się między innymi projekty skierowane zarówno do dzieci i młodzieży (np. „Festiwal matematyka się liczy”, Family Fest, a także akcje sieci kin Helios „Kino na Temat” i „Kino na Temat Junior”), jak również do dorosłych (projekt „Jutronauci”). Media i marki Grupy inicjowały też debatę publiczną, poruszając takie tematy, jak: zdrowie i jakość życia (19. edycja Galerii Plakatu AMS pt. „Jedź ostrożnie”, akcja katowickiej „Gazety Wyborczej” „Odważ się”, nauka pierwszej pomocy dzięki dodatkowi do „Gazety Wyborczej” „Uwaga, wakacje!”) oraz odpowiedzialna konsumpcja, a w szczególności niemarnowanie żywności (debata stołecznej redakcji „Gazety Wyborczej” pt. „Jem, kupuję, myślę, nie marnuję”)

Media Grupy Agora angażują się również w działania związane z **promowaniem i upowszechnianiem kultury**. Przykładem takich akcji podejmowanych przez media Grupy były między innymi Międzynarodowe Biennale Plakatu w ramach akcji #PrzygarnijPlakat AMS, wspieranie czytelnictwa w specjalnym wydaniu „Gazety Wyborczej” na Światowy Dzień Poezji UNESCO oraz szereg spotkań i wydarzeń wokół książek, filmów i twórców kultury w ramach Centrum Premier Czerska 8/10. W 2018 roku w tym cyklu odbyło się 8 rozmów, między innymi z Wojtkiem Kurtyką i Bernadette McDonald; Anne Applebaum; Lucyną Kirwil i Jerzym Bralczykiem; Katarzyną Surmiak-Domańską oraz Jerzym Stuhrem; a także spotkanie pt. „Zawód: reporter” związane z premierami filmów „Jeszcze dzień życia” oraz „53 wojny” oraz wokół biografii Jacka Kuronia. W ramach cyklu wystawiono też sztukę Mikołaja Lizuta „Czekam na telefon”.

Ostatnim z filarów działalności społecznej Agory są **działania charytatywne**, angażujące czytelników i odbiorców, pracowników oraz społeczności lokalne w akcje bezpośrednio wspierające organizacje społeczne, ale także promujące filantropię i dobroczynność. Dla przykładu, media Agory zebrały w sumie 141,9 tys. zł w 26. Finale Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Gazeta.pl zorganizowała Tydzień Dobrego Serca, w którym promowała dobroczynność, a Rock Radio aukcję charytatywną na rzecz Fundacji Rak'n'Roll. Wydawnictwo Agora przygotowało płytę zespołu Karimski Club, a Publio.pl audiobook, z których dochód przeznaczono na cele społeczne. Już po raz 13. „Gazeta Wyborcza” wraz z partnerem przeprowadziła akcję reklamową z dobroczynnym celem z okazji Dnia Dziecka, a wrocławska redakcja dziennika po raz 15. zbierała fundusze w ramach Fabryki św. Mikołaja. Dodatkowo marki Agory realizowały działania z obszaru marketingu zaangażowanego społecznie, czyli poprzez włączenie czytelników do wsparcia konkretnych przedsięwzięć. „Gazeta Wyborcza” dzięki prenumeratorom cyfrowej wersji dziennika w 2018 r. zabrała w sumie ok. 255 tys. zł w ramach akcji: „Czytasz i pomagasz!”, „Prenumerata Solidarnościowa” oraz „PrenumerATUJ”. Zysk ze sprzedaży subskrypcji został przekazany na rzecz konkretnych organizacji pozarządowych: Kampanii Przeciw Homofobii, Centrum Praw Kobiet lub Stowarzyszenia Interwencji Prawnej, jak również Fundacji Agory, Wspólnoty Chleb Życia siostry Małgorzaty Chmielewskiej i Fundacji Anny Dymnej Mimo Wszystko oraz Fundacji WWF. W ostatniej akcji prenumeratorzy cyfrowi mogli wesprzeć ochronę wybranego gatunku zwierząt.

W 2018 roku z udziałem Agory powstały również trzy nowe organizacje społeczne - dwie z nich w strukturach spółki. W październiku 2018 zostały powołane: Fundacja Gazety Wyborczej i Fundacja Wysokich Obcasów, które będą zajmować się odpowiednio: działalnością kulturalną i oświatową w zakresie rozwoju edukacji, kultury, sztuki, dziennikarstwa i mediów oraz wspieraniem równości kobiet i mężczyzn. Rejestracja

obu fundacji nastąpiła w grudniu 2018 roku. Natomiast we wrześniu 2018 roku Spółka, poprzez Wydawnictwo Agora wraz z innymi fundatorami z branży wydawniczej, ustanowiła Fundację Powszechnego Czytania, dedykowaną krzewieniu w Polsce kultury książki. i upowszechnianiu czytania jako wartościowej formy spędzania wolnego czasu. Od 2004 roku przy Agora Holding działa Fundacja Agory, zaś przy AMS Fundacja „Akademia Integracji. Praca. Edukacja. Sport”.

- ii. W opinii Rady Nadzorczej projekty realizowane były w ramach zagadnień społecznych, które wskazuje Polityka działań społeczno-sponsoringowych w Grupie Agora, tj. dotyczyły: edukacji, rozwoju indywidualnego i społecznego; kształtowania postaw obywatelskich i dbałości o prawa człowieka; promocji kultury i powszechnego dostępu do niej; promocji zdrowia i zdrowego stylu życia; troski o środowisko naturalne; troski o innych wyrażającej się w akcjach charytatywnych i pomocowych. Przygotowanie, implementacja i ewaluacja projektów zostały wykonane z należytą starannością, spełniały też zasady zaangażowania interesariuszy oraz partnerstwa międzysektorowego.
- iii. Dobre praktyki zrealizowane przez Spółkę w obszarze zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności lokalnej wzmocniły jej relacje ze społecznościami lokalnymi, pozwoliły na poruszanie ważnych problemów społecznych dzięki dotarciu do szerokiego grona odbiorców, poprawiły reputację Spółki oraz jej pozytywny odbiór wśród interesariuszy (między innymi klientów, społeczności lokalnych, organizacji społecznych). Wdrożona Polityka działań społeczno-sponsoringowych przyniosła Spółce wymierne korzyści – były nimi: wzmocnienie pozycji lidera w gronie mediów w zakresie zaangażowania w bieżące sprawy społeczne oraz zaangażowanie i satysfakcja pracowników z udziału w działaniach społecznych.
- iv. Rada Nadzorcza stwierdza, że projekty społeczno-sponsoringowe Spółki są wyrazem jej strategicznego podejścia do społecznej odpowiedzialności biznesu. To koncepcja, w której Spółka bierze odpowiedzialność za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko, przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, w tym dobrobytu i zdrowia społeczeństwa, a także uwzględnia oczekiwania interesariuszy. Jej działania społeczno-sponsoringowe są zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami postępowania oraz zintegrowane z innymi działaniami organizacji i praktykowanymi w jej relacjach.
- v. Realizacja Polityki w tym wymiarze służy interesom Spółki oraz wszystkich jej interesariuszy, w tym akcjonariuszy. W ocenie Rady Nadzorczej działania podjęte w tym obszarze są merytoryczne i warte kontynuowania.

5. Ocena polityki różnorodności i jej efektów

I) Kwestie różnorodności organów administrujących, zarządzających i nadzorujących w Agorze S.A.

Różnorodność i otwartość to wartości będące integralną częścią zarówno działań biznesowych Spółki, jak i jej polityki zatrudniania. U podstaw polityki różnorodności realizowanej w Agorze S.A. leży Karta Agory, która powstała wraz z „Gazetą Wyborczą” i Spółką.

Agora jako pracodawca kieruje się zasadami: równego traktowania oraz przeciwdziałania wszelkim formom dyskryminacji, wierząc, że przynosi to realne korzyści i wspiera rozwój oraz innowacyjność Spółki. Jednym z celów polityki różnorodności realizowanej w Agorze jest podkreślenie otwartości organizacji na różnorodność, która zwiększa efektywność pracy, buduje zaufanie oraz przeciwdziała dyskryminacji. Praktyka różnorodności ma na celu również pełniejsze wykorzystanie potencjału pracowników, ich różnorodnych umiejętności, doświadczeń i talentów w atmosferze szacunku, wsparcia i pracy zespołowej.

Agora jako pracodawca tworzy atmosferę pracy, w której pracownicy czują się szanowani i mają poczucie, że mogą w pełni realizować swój potencjał zawodowy. Spółka zapewnia kulturę dialogu, otwartości, tolerancji i pracy zespołowej.

W Agorze S.A. w 2016 roku została wprowadzona polityka różnorodności, która dotyczy wszystkich pracowników. Jej celem jest konsekwentne tworzenie miejsca pracy wolnego od dyskryminacji - bez względu na przyczynę, a jednocześnie zatrudnianie najlepszych specjalistów, którzy współtworzą sukces spółki. Agora jest pracodawcą, który dba o rozwój zespołu poprzez szkolenia wewnętrzne i zewnętrzne. Polityka różnorodności Agory opiera się na przełamywaniu takich barier, jak wiek, płeć czy stan zdrowia i przyświeca jej zasada, że potencjał zawodowy pracowników wynika z ich kompetencji. Spółka chce w ten sposób jak najlepiej

wspierać realizację swojej strategii, a odbiorcom swoich produktów i usług oferować je na najwyższym poziomie.

II) Rada Nadzorcza

Procedurę wyboru członków Rady Nadzorczej określają statut Spółki oraz inne obowiązujące przepisy prawa i regulacje, którym podlega Spółka. Agora ma ograniczony wpływ na kształtowanie składu organu nadzorującego jej działalność.

III) Zarząd

- Procedura powoływania Zarządu również określona jest w statucie Spółki. Prawo do wskazania kandydatów na członków Zarządu mają wyłącznie akcjonariusze akcji serii A. W opinii Rady przedstawiane przez nich kandydatury przede wszystkim brały pod uwagę - jako decydujące kryterium - wysokie kwalifikacje oraz doświadczenie zawodowe w głównych obszarach działalności Grupy Agora, a także merytoryczne przygotowanie do pełnienia funkcji członka Zarządu.
- W 2018 roku członkowie Zarządu Spółki posiadali uzupełniające się doświadczenie i kompetencje. Każda z osób zasiadających w Zarządzie ma inne wykształcenie - to absolwenci takich uczelni, jak: Uniwersytet Śląski, Uniwersytet Łódzki, Uniwersytet w Edynburgu, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Politechnika Wrocławska i Politechnika Warszawska oraz Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.
- Warto podkreślić, że decydującym aspektem przy wyborze władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów jest zapewnienie wszechstronności i różnorodności kadry kierowniczej Agory, szczególnie w zakresie doświadczenia zawodowego, wieku, wykształcenia oraz płci. Decydujące są tu przede wszystkim wysokie kwalifikacje oraz doświadczenie zawodowe i merytoryczne przygotowanie do pełnienia określonej funkcji.

Struktura płci w organach nadzorujących i zarządzających w Agorze S.A.

	Mężczyźni	Kobiety
Zarząd	3	2
Rada Nadzorcza	5	1

IV) Organy administrujące

Organy administrujące w Agorze to pracownicy, którzy zajmują stanowiska kierownicze. Polityka różnorodności w stosunku do nich polega na stworzeniu miejsca pracy wolnego od dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, pochodzenie, stan zdrowia, wykształcenie, przekonania polityczne lub religijne, w którym kompetencje i doświadczenie są podstawą kultury organizacyjnej. Realizacja tego podejścia widoczna jest w różnorodności zespołów w całej Spółce. Jednym z kluczowych aspektów dotyczących różnorodności ze względu na zbliżoną liczbę pracowników i pracownic jest równość płci (kobiety stanowiły na dzień 31.12.2018 roku w Agorze S.A. 52,2% pracowników, mężczyźni zaś 47,8%). Struktura płci w organach administrujących wskazuje, że cel ten został osiągnięty. Natomiast funkcjonowanie Systemu oceny pracowniczej w Agorze S.A., w tym oceny kompetencji menedżerskich, pozwala na opracowanie ścieżek kariery i rozwoju w ramach firmy z wykluczeniem nierównego traktowania ze względu na jakąkolwiek przesłankę.

Struktura płci w organach administrujących (stanowiska kierownicze) w Agorze S.A. (stan na 31.12.2018).

	% w Agorze S.A.	
	Kobiety	Mężczyźni
Agora S.A.	52,5%	47,5%

Uchwała Rady Nadzorczej z dn.2019 r.

8 marca 2017 roku Spółka podpisała również Kartę Różnorodności, dołączając do europejskiej inicjatywy mającej na celu upowszechnianie różnorodności w miejscu pracy.

Rada Nadzorcza:

Andrzej Szlęzak
Przewodniczący Rady Nadzorczej

Wanda Rapaczynski
Członek Rady Nadzorczej

Mega
~~Tomasz~~ Wiśniewski
Członek Rady Nadzorczej

Tomasz Sielicki
Członek Rady Nadzorczej

Dariusz Formela
Członek Rady Nadzorczej

Andrzej Dobosz
Członek Rady Nadzorczej

AS
.....
Wanda Rapaczynski
.....
TS
.....
TS
.....
DF
.....
AD
.....