

# PRAWA CZŁOWIEKA I RÓŻNORODNOŚĆ

Należyta staranność w zakresie praw człowieka

Kwestia przestrzegania praw człowieka w działalności Grupy Agora dotyczy przede wszystkim prawa pracy i relacji z pracownikami i współpracownikami. Firma przestrzega również praw człowieka w relacjach z otoczeniem. W działalności Grupy Agora nie zdiagnozowano ryzyk związanych z pracą dzieci, pracą przymusową lub innymi sytuacjami naruszania praw człowieka. Grupa Agora wykazuje jednak należyłą staranność w tym temacie, zgodnie z Wytycznymi ONZ ds. biznesu i praw człowieka.

## **TYDZIEŃ RÓŻNORODNOŚCI W MEDIACH AGORY ORAZ RESTAURACJACH PAPA DIEGO**



Agora traktuje różnorodność jako bardzo ważną cechę społeczną, wyróżniającą ją również jako miejsce pracy. W swoich działaniach dąży do tego, aby w jej zespołach panowała kultura otwartości i równości, a pracownicy mogli czuć się dobrze.

W związku z Paradą Równości „Gazeta Wyborcza” zwiększyła częstotliwość ukazywania się newslettera LGBT+, który - zamiast co środę - wychodził codziennie od środy, 5 czerwca 2019 r. do niedzieli, 9 czerwca 2019 r. Można było w nim znaleźć tematy dotyczące mniejszości seksualnych - materiały o społeczeństwie, kulturze i polityce.

W serwisie Wyborcza.pl publikowane były specjalne treści redakcyjne poświęcone Paradzie Równości, m.in. relacja na żywo z parady i pikniku, które odbyły się 8 czerwca 2019 r., oraz wywiady z organizatorami marszu.

Z kolei Gazeta.pl prowadziła pisemną relację live z Parady Równości w Warszawie. Tego dnia zmieniło się także logo portalu widoczne na stronie głównej.

Radio TOK FM regularnie emitowało informacje przed Paradą Równości i Tygodniem Równości. Ukazywały się one również na stronie Tokfm.pl.

Sieci Papa Diego i Van Dog przez cały tydzień przed paradą eksponowały w lokalach

tęczowe flagi, a także przygotowały promocję - zniżkę 20% dla wszystkich osób, które przyjdą z tęczowym akcentem. Papa Diego przygotowało darmowe posiłki dla wolontariuszy zaangażowanych w Paradę Równości.

## „GAZETA WYBORCZA” WSPIERA SPOŁECZNOŚĆ LGBT+



27 lipca 2019 r. „Gazeta Wyborcza” powróciła do historycznego hasła „Nie ma wolności bez solidarności”, wyrażając w ten sposób wsparcie redakcji dla dyskryminowanych grup społecznych w Polsce. W związku z tą zmianą redakcja przygotowała specjalne artykuły, materiały wideo i działania promocyjne, m.in. plakat z hasłem dziennika, i zachęcała swoich czytelników do aktywności w sferze publicznej.

„Nie ma wolności bez solidarności” jako hasło „Gazety Wyborczej” po raz pierwszy pojawiło się w winiecie dziennika w 1989 r. Wyrażało wówczas chęć budowy nowego państwa opartego na demokracji i wspólnocie. Powrót do tego hasła miał symbolizować solidarność z wykluczonymi w polskim społeczeństwie grupami społecznymi i zawodowymi - osobami z niepełnosprawnościami, nauczycielami, społecznością LGBT+, lekarzami, pielęgniarkami oraz sędziami.

We wspólnym stanowisku całego zespołu dziennika można było przeczytać przesłanie:

*„Nie ma wolności bez solidarności”, nas zobowiązuje. Świat, jaki znaliśmy - stabilny, bezpieczny, przewidywalny - rozpadnie się na naszych oczach, jeśli zamkniemy się w egoizmie, jeśli zajęci własnym doraźnym interesem będziemy tylko kupować, konsumować i przeżuwać. Wtedy na oścież otworzymy bramy przed populistami i politycznymi szarlatanami.(...) Wracamy do tego, co na początku: „Nie ma wolności bez solidarności”.*

Stanowisko redakcji „Gazety Wyborczej” było wyświetlane na Wyborcza.pl. Otrzymali je także e-mailem subskrybenci newsletterów i prenumeratorzy Wyborcza.pl.

W związku ze zmianą hasła zespół „Gazety Wyborczej” przygotował specjalne działania redakcyjno-promocyjne.

Do numeru „Gazety Wyborczej” z 27 lipca 2019 r. dołączony został plakat z nowym hasłem dziennika oraz informatorem prawnym dla osób biorących udział w marszach równości i poradnikiem, jak sobie radzić z homofobicznymi uwagami. Na łamach

## AGORA Raport 2019

powiększonego wydania dziennika pojawił się fotoreportaż o osobach nieheteronormatywnych, raport o postrzeganiu społeczności LGBT+ przez Polaków, a także kalendarium marszów równości.

Plakat rozdawany był podczas manifestacji w stolicy, która odbyła się pod hasłem „Warszawa przeciw przemocy: Solidarność z Białymstokiem” (27 lipca 2019 r., od godz. 14.00 na Placu Defilad), a także w trakcie marszu przeciwko przemocy w Białymstoku, który odbył się 28 lipca 2019 r.

Dodatkowo we wszystkich tygodnikach lokalnych „Gazety Wyborczej” z 26 lipca 2019 r. znalazły się artykuły przedstawiające m.in. sytuację osób ze społeczności LGBT+, zapowiedzi i relacje z demonstracji solidarnościowych oraz rozmowy z ekspertami, a w winiety została wkomponowana tęcza. Miało to symbolicznie wyrazić solidarność z osobami atakowanymi w Białymstoku. Podobna grafika pojawiła się również w winiecie krajowego wydania „Gazety Wyborczej” w weekendowym numerze oraz przy logo serwisu Wyborcza.pl.

Na Wyborcza.pl opublikowano również specjalne materiały wideo, m.in. sondę redakcyjną, w której dziennikarze i reporterzy „Gazety Wyborczej” mówią, czym dla nich jest solidarność, a także się spot prezentujący najważniejsze działania Polaków, które przejawiały się solidarnością z osobami wykluczonymi, m.in. ze społeczności LGBT+, z niepełnosprawnościami, kobietami czy pracownikami sądów.

Reporterzy Wyborcza.pl na bieżąco relacjonowali weekendowe wydarzenia w całym kraju związane z poparciem dla społeczności LGBT+, a artykuły na ten temat udostępnione zostały poza paywallem Wyborcza.pl.

„Gazeta Wyborcza” zachęcała też czytelników do wyrażania swoich opinii na temat obecnych wydarzeń w Polsce, m.in. w związku z wydarzeniami z Białymstoku, a także dzielenia się swoimi historiami obrazującymi solidarność z innymi. Można je było przesyłać na adres: [listy@wyborcza.pl](mailto:listy@wyborcza.pl).

## GAZETA.PL WYDAJE OSTATNI NUMER "TWOJEGO WEEKENDU" NA RZECZ KOBIEC



| 48

stron ostatniego numeru „Twojego weekendu”

„Twój Weekend” był najdłużej ukazującym się w Polsce magazynem erotycznym. W grudniu 2018 r. w serwisie Allegro ukazało się ogłoszenie o sprzedaży tego tytułu. Zespół portalu Gazeta.pl wraz z VMLY&R Poland i partnerami (MasterCard, Bank BNP Paribas, Wavemaker, Papaya Films) zdecydował się go kupić, aby przygotować ostatnie wydanie „Twojego Weekendu”, będące zarysem dyskusji o wizerunku płci, relacjach partnerskich, równouprawnieniu i o tym, jak codziennie wprowadzać je w życie.

Z okazji Dnia Kobiet Gazeta.pl wraz VMLY&R Poland i partnerami wydała specjalny ostatni numer magazynu „Twój Weekend”, który poświęciła m.in. niezwykłym kobietom. Zamknięcie najdłużej wydawanego polskiego pisma erotycznego, które przez 27 lat sprowadzało kobiety do roli wyłącznie obiektów seksualnych, to symboliczny sprzeciw wobec ich uprzedmiotowienia. W ostatnim numerze „Twojego Weekendu” zamiast typowych dla pisma erotycznego zdjęć i tekstów znalazły się materiały o sile, mądrości i pięknie. W magazynie zachowane zostały znane dotychczasowym czytelnikom sekcje i rubryki, by w przewrotny sposób nadać im zupełnie nowe znaczenie. Znalazły się tam ciekawe historie kobiet i mężczyzn, przedstawione w artykułach, wywiadach i felietonach. W wyjątkowej sesji okładkowej wzięły udział Ewa Kasprzyk, Orina Krajewska i Joanna Jędrzejczyk. Na 48 stronach magazynu znalazły się artykuły autorstwa m.in. Rikha Sharma Rani („New York Times”), Marii Rotkiel, terapeutki i psycholożki oraz Rafała i Tymka Bryndali, Miłosza Brzezińskiego, Rafała Madajczaka.

Nakład wyniósł 20 tys. egz. w kioskach, dodatkowo przygotowano e-wydanie na stronie Twojweekend.pl. Zysk ze sprzedaży wydania drukowanego lub elektronicznego magazynu został przeznaczony na wspieranie edukacji równościowej w szkołach.

Inicjatorzy i pomysłodawcy projektu to: VMLY&R Poland i Gazeta.pl. Główni partnerzy zaś to: MasterCard i Bank BNP Paribas, Wavemaker, Papaya Films (produkcja wizualna kontentu) oraz Fundacja Sukcesu Pisanego Szminką.

Projektowi towarzyszyła kampania reklamowa, nowa odsłona serwisu Twojweekend.pl, działania influencerów oraz hashtagem #ostatniTW.

Ostatni numer „Twojego Weekendu” był jedną z najbardziej nagradzanych akcji w historii polskiego marketingu. Była to również pierwsza w historii polska kampania nagrodzona głównymi nagrodami w najbardziej prestiżowym międzynarodowym konkursie z obszaru reklamy i komunikacji - Cannes Lions, czyli Grand Prix w kategorii Glass: The Lion for

## AGORA Raport 2019

Change, Tytanowy Lew oraz brązowymi statuetkami na tym festiwalu. Wśród pozostałych nagród wymienić można m.in. złotą statuetkę w kategorii Redesigned Products na Print Innovation Awards 2019 od WAN-IFRA, 6 nagród KTR oraz Grand Prix Gerety Awards, Grand Prix w kategorii Print oraz Srebrne Bębny w kategoriach Social Good i Content w międzynarodowym konkursie Golden Drum.

### [Więcej w części: Nasze osiągnięcia.](#)

Kolejnym krokiem Gazeta.pl po kupieniu „Twojego Weekendu” było rozpoczęcie cyklu „Ósmy dzień miesiąca”, a impulsem do jego powstania były komentarze użytkowników portalu. Ósmego dnia miesiąca w artykułach poruszane są różne tematy związane z dyskryminacją - kwestie dotyczące płac, seksu, zainteresowań czy edukacji. W ten sposób redakcja chce inspirować do dyskusji na tematy, które naprawdę nurtują czytelników.

<https://twojweekend.pl/>

<https://www.youtube.com/watch?v=1FQhGUVQ0Qw&>

<https://www.youtube.com/watch?v=VBoW8JSt0-8>

<http://kobieta.gazeta.pl/kobieta/0,107964.html?tag=%F3smy+dzie%F1+miesi%B1ca>