

30 LAT SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI AGORY

Agora jest od ponad 30 lat obecna na rynku mediowym, rozwija swoje biznesy również w innych dziedzinach, równocześnie jest firmą odpowiedzialną, od początku istnienia zaangażowaną społecznie. Oto 30 wybranych długoletnich kampanii i działań Grupy Agora, które realizowane są przez nasze media, spółki i biznesy. Większość z nich jest wciąż realizowana, część została po wielu latach zakończona, jednak ich wpływ na społeczeństwo był ogromny.

1993

AGORA GRA Z WOŚP

Od wielu lat media i marki Grupy Agora angażują się w aukcje, zbiórki pieniędzy oraz informowanie i komunikowanie o działaniach WOŚP. „Gazeta Wyborcza” wielokrotnie była partnerem medialnym Finału, zaś informacje o zbiorkach WOŚP ukazywały się we wszystkich mediach Agory, dziennikarze byli zaś obecni w sztabie w Warszawie i w wielu innych sztabach Orkiestry w całej Polsce, obserwując i relacjonując przebieg zbiórki. Od wielu lat marki, spółki i media Agory angażują się w aukcje przedmiotów, których dochód przekazany jest na Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy.



1994

„RODZIĆ PO LUDZKU”

„Rodzić po ludzku” to głośna, w owym czasie sztandarowa akcja "Gazety Wyborczej", która rozpoczęła się w 1994 r. i do której redakcja wracała jeszcze cyklicznie przez kilkanaście lat.

AGORA Raport 2019

Dzięki dotychczasowym edycjom udało się zmienić oblicze polskich porodówek, uwrażliwić służbę zdrowia na potrzeby rodziców i dziecka w tak szczególnym momencie jakim jest poród. Kobiety mogą dziś rodzić w towarzystwie bliskiej osoby, w pojedynczej sali, w komfortowych warunkach. W ramach akcji powstały m.in. przewodniki po szpitalach i porodówkach. Obecnie działa Fundacja Rodzić po ludzku.



1997

NAGRODA LITERACKA NIKE

Nagroda Literacka Nike przyznawana jest corocznie w październiku za najlepszą książkę poprzedniego roku. Jej celem jest promocja polskiej literatury. W konkursie mogą startować wszystkie gatunki literackie. Organizatorami konkursu są Fundacja Nagrody Literackiej „NIKE” i „Gazeta Wyborcza”, fundatorem Fundacja Agory. Nagroda przyznawana jest od 1997 r.



2002

„SZKOŁA Z KLASĄ”

Kampania "Szkoła z klasą" powstała w 2002 r. z inicjatywy "Gazety Wyborczej" i Centrum Edukacji Obywatelskiej. Przedsięwzięcie miało na celu upowszechnianie obywatelskich i interaktywnych standardów nauczania w szkołach podstawowych, gimnazjach i szkołach

średnich - zaangażowało tysiące placówek w całej Polsce. Program "Szkoła z klasą" opierał się na sześciu zasadach mądrej szkoły, przyjaznej uczniom, nauczycielom i rodzicom. Do każdej zasady zostały przygotowane zadania. Szkoła biorąca udział w programie powinna była wybrać i zrealizować sześć zadań - po jednym do każdej zasady. Za zaliczenie zadań otrzymywała tytuł "Szkoły z klasą".

Kampania została wyróżniona w rankingu ogólnopolskich projektów społecznych biznesu mających największą wartość dla społeczeństwa w mijającym 30-leciu „Rankingu 30×30 – społeczne projekty biznesu ostatniego 30-lecia”.



2003

FABRYKA ŚW. MIKOŁAJA „GAZETY WYBORCZEJ”

Fabryka Świętego Mikołaja to coroczna akcja pomocy dzieciom realizowana przed świętami Bożego Narodzenia przez wrocławską redakcję „Gazety Wyborczej”. Od 2003 r. zbierana są pieniądze na rzecz potrzebujących, w które angażowane są lokalne firmy i czytelnicy.



2004

GALERIA PLAKATU AMS

Galeria Plakatu AMS powstała w kwietniu 2004 r. Jest projektem non-profit, którego celem jest rozbudzenie społecznego zainteresowania reklamą zewnętrzną, promowanie polskiego, dobrze zaprojektowanego plakatu oraz zbliżenie środowisk reklamowego i akademickiego. Głównym punktem projektu są otwarte konkursy na plakat o tematyce społecznej i kulturalnej. Biorą w nich udział przede wszystkim studenci szkół artystycznych oraz młodzi graficy-projektanci. Co roku na konkurs napływa kilkaset prac – jest to prawdopodobnie największy konkurs dla młodych grafików w Polsce. Prace laureatów są eksponowane w ogólnopolskich kampaniach na nośnikach reklamowych typu citylight (gabloty wiat

AGORA Raport 2019

przystankowych) należących do AMS. Wybrani uczestnicy odbyli staże w czołowych polskich agencjach reklamowych, część z nich rozpoczęła tam pracę. Jak dotąd odbyło się dziewiętnaście edycji konkursu:

1. Zapraszamy do... - promocja miast i regionów Polski
2. Popatrz w chmury, zostaw mury! - walka z wandalizmem
3. Bądź mądry - czytaj prasę - promocja czytelnictwa prasy
4. Wszyscy jedziemy na jednym wózku - uświadomienie nierównego statusu niepełnosprawnych
5. 20. Międzynarodowe Biennale Plakatu - plakat reklamujący Biennale Plakatu
6. Zostaw samochód - daj odetchnąć miastu - promocja komunikacji miejskiej
7. Sieć = alienacja lub sieć = wspólnota - społeczna rola internetu
8. Myśl rowerowo! - promocja roweru jako środka komunikacji w miastach
9. Fryderyku! Wróć do Warszawy! - związki Fryderyka Chopina z Warszawą
10. Skłodowska-Curie była kobietą - wspieranie starań kobiet o równouprawnienie
11. Dzisiaj Polska! - promocja Polski podczas prezydencji w Unii Europejskiej
12. Miłość nie cukierki - najlepiej w rodzinie - jeśli nie biologicznej, to w zastępczej
13. Przemoc. Twoja sprawa - wezwanie do reagowania na przemoc
14. Tacy jesteśmy. Polacy 1989-2014 - autoportret Polaków roku 2014
15. Przestrzeń wspólna - przestrzeń niczyja? - dyskusja na temat przestrzeni publicznej
16. Szekspir do nieskończoności - uniwersalność twórczości Szekspira 400 lat po jego śmierci
17. Myślę o Wiśle - promocja Wisły w 2017 r. - Roku Rzeki Wisły
18. Rzeczpospolita = rzecz wspólna - jak rozumiemy dobro wspólne w 100. rocznicę odzyskania przez Polskę niepodległości
19. Jedz ostrożnie - promocja zdrowego odżywiania i jego społecznego znaczenia.
20. Zwierzę też człowiek - tematyka związana z prawami zwierząt do godnego życia.

galeria plakatu



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. Działania Fundacji Agory,

AGORA Raport 2019

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, które realizowane były dzięki zbiórkom 1 % podatku.



2006

„POLSKA BIEGA”

Akcja społeczna Polska Biega oraz serwis Polskabiega.pl istnieją od 2006 r. Akcja zachęca Polaków do biegania i radzi im, jak to robić bezpiecznie i efektywnie. Weekend Polska Biega, który jest kulminacją działań związanych z akcją, to jedno wielkie święto biegaczy.



2009

„POLACY ODWAGI!”

Akcja "Polacy Odwagi!" zaczęła się w 2009 r. Jej celem jest zachęcenie wszystkich, którym ciężą nadliczbowe kilogramy, do zadbania o linię i zdrowie. Wielkie odchudzanie z "Gazetą Wyborczą" objęło cykl tekstów poradnikowych, informacje o zwyczajach żywieniowych i prawidłowej diecie, a także wywiady z ekspertami do spraw żywienia.



2010

NAGORDA IM. RYSZARDA KAPUŚCIŃSKIEGO

Nagroda im. Ryszarda Kapuścińskiego za reportaż literacki jest formą wyróżnienia i promocji najwartościowszych książek reporterskich, które podejmują ważne problemy współczesności, zmuszają do refleksji, pogłębiają wiedzę o świecie innych kultur. Jej celem jest uhonorowanie mieszkającego przez ponad 60 lat w Warszawie Ryszarda Kapuścińskiego, wybitnego reportera, dziennikarza, publicysty i poety, najczęściej – obok Stanisława Lema – tłumaczonego polskiego autora. Nagroda im. Ryszarda Kapuścińskiego za reportaż literacki jest organizowana od 2010 r. przez „Gazetę Wyborczą” i Miasto st. Warszawa i przyznawana autorom najlepszej książki reporterskiej roku i najlepszego przekładu roku. Patronem honorowym Nagrody jest Alicja Kapuścińska. Nagrodzie towarzyszy akcja edukacyjna, mająca na celu propagowanie twórczości R. Kapuścińskiego wśród uczniów warszawskich szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Do udziału w konkursie przystąpili uczniowie zgłaszający się indywidualnie lub wytypowani przez szkoły, placówki wychowania pozaszkolnego, domy kultury i biblioteki.



2011

NAGRODA IM. ANNY LASZUK

Radio TOK FM od 2011 r. nagradza ludzi, instytucje lub organizacje za odważne, niekonwencjonalne, niezwykle działania, dzieła lub wypowiedzi, które w ciągu minionego roku miały istotny wpływ na świadomość społeczną lub zmieniły polską rzeczywistość.

Wśród laureatów Nagrody Radia TOK FM im. Anny Laszuk są m.in. Czarny Protest/Ogólnopolski Strajk Kobiet, płk Krzysztof Olkowicz, Robert Biedroń, Adam Bodnar wraz z Koalicją Organizacji Pozarządowych, Obrońcy Puszczy Białowieskiej. Ubiegłoroczne wyróżnienie trafiło do Inicjatywy Wolne Sądy.

Patronką wyróżnienia jest Anna Laszuk, przedwcześnie zmarła dziennikarka Radia TOK FM, którą redakcja upamiętnia za jej odwagę w przełamywaniu stereotypów, zaangażowanie i pasję, z jaką podejmowała walkę o prawa człowieka, szczególnie prawa kobiet i mniejszości.



2013

FESTIWAL MATEMATYKI I „MATEMATYKA SIĘ LICZY”

Akcja „Matematyka się liczy” od 2013 r. pokazuje jak ważną dziedziną nauki jest matematyka i udowadnia, że to, w jaki sposób opowiada się o niej i jej naucza, to podstawa sukcesu. W jej ramach redakcja „Gazety Wyborczej” opisuje różnego rodzaju problemy matematyczne i zjawiska statystyczne. Zastanawia się m.in. nad tym, kiedy matematyka miała swój początek i czy możliwy jest jej koniec.

Zwieńczeniem akcji jest „Festiwal Matematyki”, który odbywa się w warszawskiej siedzibie „Gazety Wyborczej” - twórcy akcji podsumowują działania, a goście mogą przenieść się wydarzenia do matematycznego świata, w którym pasjonaci i popularyzatorzy królowej nauk poprowadzą matematyczne warsztaty.



FUNDACJA AKADEMIA INTEGRACJI - PRACA, EDUKACJA, SPORT

Fundacja „Akademia Integracji. Praca. Edukacja. Sport” została powołana do życia przez AMS S.A. i jest kontynuacją projektu „AMS dla Integracji”. Skupia się na szeroko pojętych problemach i zagadnieniach związanych z życiem, aktywnością i rolą społeczną osób z niepełnosprawnościami, ze szczególnym naciskiem na pracę, edukację i sport. Pomysłodawcami i pracownikami fundacji są szermierze na wózkach, wybitni sportowcy, paraolimpijczycy, wielokrotni medaliści Mistrzostw Świata i Mistrzostw Europy, którzy wraz z innymi pracownikami AMS są wolontariuszami Fundacji. Cele, które stawia sobie fundacja to: uwrażliwienie na drugiego człowieka, pomoc w integracji osób z niepełnosprawnościami pełnosprawnych, a także aktywizacja osób z niepełnosprawnościami.



KINO NA TEMAT I KINO NA TEMAT JUNIOR

Kino na Temat oraz Kino na Temat Junior to projekty edukacyjne skierowane odpowiednio do starszych uczniów oraz młodszych uczniów i przedszkolaków, które odbywają się we wszystkich kinach sieci kin Helios już od 2013 r.

Kino na Temat skierowane jest do młodzieży z najstarszych klas szkół podstawowych oraz ponadpodstawowych. Każde spotkanie to - oprócz projekcji filmu - także debata z udziałem zaproszonych gości oraz włączenie widzów do dyskusji poprzez głosowanie.

Kino na Temat Junior łączy oglądanie filmu czy bajki z zabawą. Warsztaty i quizy z atrakcyjnymi nagrodami są skonstruowane przez edukatorów filmowych zgodnie z obowiązującą w przedszkolach i młodszych klasach szkoły podstawowej podstawą programową.



2014

#USŁYSZ... - AKCJA RADIA TOK FM

Debaty Radia TOK FM pod hasłem "Usłysz" - "Usłysz swoje miasto", "Usłysz swoją szkołę", "Usłysz swojego posła" - są organizowane już od 2014 r. przy okazji wyborów i ważnych społecznie reform, np. parlamentarnych, samorządowych oraz reformy edukacji. Formuła debat Radia TOK FM stanowi platformę do dialogu - umożliwia publiczności i słuchaczom zadawanie pytań uczestnikom spotkań, m.in. kandydatom na posłów. Debaty TOK FM są organizowane w wybranych miastach nadawania stacji.



2015

"DŁUGOWIECZNI"

Długowieczni to akcja społeczna „Gazety Wyborczej”. Od początku 2015 r. redakcja pisze o sprawach związanych ze starzejącym się społeczeństwem; organizowane są też wydarzenia specjalne i debaty o potrzebach starszych osób. Akcję wspólnym komentarzem zapoczątkowali: Jolanta Kwaśniewska, prezes Fundacji Porozumienie bez Barrier, Juliusz Braun, ówczesny prezes TVP, Jurek Owsiak, Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy oraz Jarosław Kurski, pierwszy zastępca redaktora naczelnego „Gazety Wyborczej”.



"PRACOWNIA MIAST"

„Pracownia miast” to forum dialogu między liderami opinii: samorządowcami, mieszkańcami oraz naukowcami, ekspertami, przedstawicielami rządu, świata biznesu i kultury. Wyjątkowość akcji społecznej „Gazety Wyborczej” polega na tym, że nie ogranicza się do dyskusji, ale jest narzędziem do wypracowywania rozwiązań konkretnych problemów.

AGORA Raport 2019

Dzięki „Pracowni miast” władze otrzymują praktyczne wskazówki, co zrobić, żeby ich miasta stały się miejscem lepszym do życia. Postulaty i rekomendacje są wdrażane, monitorowane i opisywane przez dziennikarzy „Gazety Wyborczej”.



"KULTURA DOSTĘPNA" W KINACH HELIOS

Sieć kin Helios, jako pierwszy operator kinowy w Polsce, dołączyła w 2015 r. do programu Kultura Dostępna, realizowanego z inicjatywy Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Kultura Dostępna w Kinach to program, którego celem jest dotarcie z polską sztuką filmową do szerokiego grona odbiorców dzięki przystępnej cenie biletu. Promuje on również polską sztukę filmową.



ADOPTUJ PSZCZOŁĘ

Portal Gazeta.pl od 2015 r. współpracuje z Fundacją Greenpeace Polska, która organizuje akcję „Adoptuj pszczołę”. Co roku Gazeta.pl zachęca do pomocy pszczołom poprzez wirtualną adopcję owadów, czyli przekazania 2 zł za każdą adoptowaną pszczołę na cele akcji. Im więcej adoptowanych pszczoł, tym więcej środków na koncie Greenpeace przeznaczonych na ochronę pszczoł.



2016

„SUPERBOHATERKA WYSOKICH OBCASÓW”

Redakcja „Wysokich Obcasów” – sobotniego magazynu „Gazety Wyborczej” organizuje plebiscyt „Superbohaterka Wysokich Obcasów”. Kapituła oraz czytelnicy wybierają w nim kobiety, które najbardziej poruszyły ich wyobraźnię w minionym roku. Są to bohaterki artykułów opublikowanych na łamach „Wysokich Obcasów”, ale również osoby, które zdaniem redakcji tygodnika swoją śmiałością zmieniają świat, zarażają innych energią, potrafią przewyżczać zarówno osobiste bariery, jak i społeczne czy polityczne ograniczenia. W gronie wyróżnionych są osoby znane szerszej publiczności, jak i kobiety, które stały się bohaterkami jedynie lokalnie.



„WYBORCZA NA ŻYWO”

Spotkania z cyklu „Wyborcza na żywo” odbywają się od 2016 r. w całej Polsce. Rozmowy dotyczą wydarzeń politycznych, gospodarczych, kulturalnych i sportowych, a także spraw lokalnych. Gośćmi spotkań są dziennikarze, ale też bohaterowie tekstów lub autorzy, którzy zagościli na łamach „Gazety Wyborczej” i Wyborcza.pl, lokalni samorządowcy, społecznicy, artyści i sportowcy.



2017

MIASTA IDEI „GAZETY WYBORCZEJ”

AGORA Raport 2019

Projekt „Miasta Idei” zwraca uwagę na procesy, które zachodzą we współczesnych miastach, na ich problemy, ale też poszukiwanie takich kierunków rozwoju, aby miasta stały się atrakcyjne dla mieszkańców. Spotkania organizowane w ramach projektu mają rozbudzać kreatywność i entuzjazm uczestników – mieszkańców, aktywistów miejskich i organizacji pozarządowych oraz pomóc wypracować ciekawe rozwiązania.



JUTRONAUCI

Projekt „Jutronauci” „Gazety Wyborczej” gromadzi wyjątkowych ludzi: artystów, naukowców i przedsiębiorców, których łączy zainteresowanie postępem technologicznym. Od 2017 r. na łamach dziennika oraz na Wyborcza.pl/Jutronauci można było poznać sylwetki osób, których praca i pomysły mają szansę wpłynąć na przyszłość świata. Projektowi towarzyszą wydarzenia, w tym uroczysta gala w Warszawie.



CENTRUM PREMIER CZERSKA 8/10

Centrum Premier Czerska 8/10 to miejsce spotkań poświęconych twórcom i dziełom z dziedziny literatury, filmu, teatru i muzyki. Organizuje je „Gazeta Wyborcza” w swojej siedzibie w Warszawie, m.in. we współpracy z markami Agory. Każde wydarzenie to spektakl multimedialny pełen filmów przybliżających bohaterów i ich działalność, relacja w mediach społecznościowych oraz transmisja na Wyborcza.pl.



FAMILY FEST

Redakcje serwisów eDziecko.pl, Avanti24.pl i Czterykaty.pl po raz trzeci zaprosiły internautów na piknik Family Fest – tym razem organizowany 1 i 2 czerwca 2019 r. w Arkadach Kubickiego w Warszawie. W programie bezpłatnego pikniku znalazły się atrakcje zarówno dla młodszych, jak i trochę starszych dzieci. Family Fest to wyjątkowe wydarzenie, w którym zabawa nie jest tylko rozrywką, ale łączy się z edukacją i pozytywnie wpływa na rozwój dzieci, poszerzając ich horyzonty i wiedzę o świecie. W czasie dwóch dni odbyły się m.in. koncerty dla najmłodszych, wspólne zabawy i quizy, spektakle, warsztaty z kreatywnego budowania z klocków LEGO i pokazy. Organizatorami Family Fest byli



„PRYVIT” - PIERWSZA BEZPŁATNA GAZETA DLA UKRAIŃCÓW WE WROCŁAWIU

„Pryvit” to pierwsza gazeta stworzona z myślą o Ukraińcach mieszkających w Polsce. Jest to wspólne przedsięwzięcie wrocławskiej redakcji „Gazety Wyborczej”, Miasta Wrocław oraz Fundacji Ukraina. Wydawcy zależy, aby dzięki gazecie „Pryvit” Ukraińcy lepiej poznali Wrocław, dowiedzieli się, jak korzystać z walorów miasta i imprez w nim organizowanych, a także co sprzyja integrowaniu się Polaków i Ukraińców. Gazeta „Pryvit” jest dostępna od 2017 r. za darmo w miejscach często odwiedzanych przez Ukraińców, np. w siedzibie Fundacji Ukraina, cerkwi prawosławnej, urzędach, uczelniach, ale też w restauracjach, które prowadzą Ukraińcy. Lista miejsc, w których można dostać „Pryvit”, znajduje się na <http://wroclaw.wyborcza.pl>. Nakład gazety to 6 tys. egz.



2018

FUNDACJA GAZETY 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.

FUNDACJA WYSOKICH OBCASÓW

Walka o prawa kobiet, upominanie się o najsłabszych, opisywanie nieopisanych „herstorii” czy wreszcie nagłaśnianie tematów związanych ze zdrowiem i psychologią - to codzienność magazynu „Wysokie Obcasy” już od 20 lat. Fundacja „Wysokich Obcasów”, która powstała w 2018 r. jako wspólna inicjatywa Agory oraz marki „Wysokie Obcasy”, ma wspierać niezależne i rzetelne dziennikarstwo, a także inicjatywy społeczne na rzecz ochrony i promocji praw kobiet oraz integracji różnych środowisk.

Fundacja „Wysokich Obcasów” zajmuje się działalnością na rzecz likwidacji dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, orientację seksualną, pochodzenie etniczne, przekonania, zdrowie, sytuację społeczną czy wygląd na forum międzynarodowym i w Polsce.



2019

WYBORCZA NA ZIELONO

„Gazeta Wyborcza” coraz więcej uwagi poświęca tematom związanym z ekologią i kryzysem klimatycznym. Na początku 2019 r. ruszył projekt „Wyborcza na zielono” - we wszystkich sekcjach dziennika ukazują się teksty poświęcone m.in. błyskawicznie postępującym zmianom klimatycznym w Polsce. W czerwcu 2019 r. ukazał się raport o wodzie, dokumentujący dramatyczną sytuację hydrologiczną w kraju. Tematem artykułów są m.in. polityka węglowa, gospodarka odpadami i rozwiązania antysmogowe. Swoją akcję „Szanuję, nie marnuję” rozpoczęły „Wysokie Obcasy”, które poprzez cykl artykułów inspirują do zmiany prostych codziennych nawyków i świadomego kupowania w duchu idei less waste. Powstał też newsletter ekologiczny, w którym znaleźć można teksty na temat tego jak zapobiec katastrofie klimatycznej.

GAZETA.PL WYDAJE OSTATNI NUMER "TWOJEGO WEEKENDU" NA RZECZ KOBIET

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 okładowej wzięły udział Ewa Kasprzyk, Orina Krajewska i Joanna Jędrzejczyk. Projekt zdobył wiele międzynarodowych nagród w prestiżowych konkursach branży reklamowej i cieszył się ogromnym zainteresowaniem.

