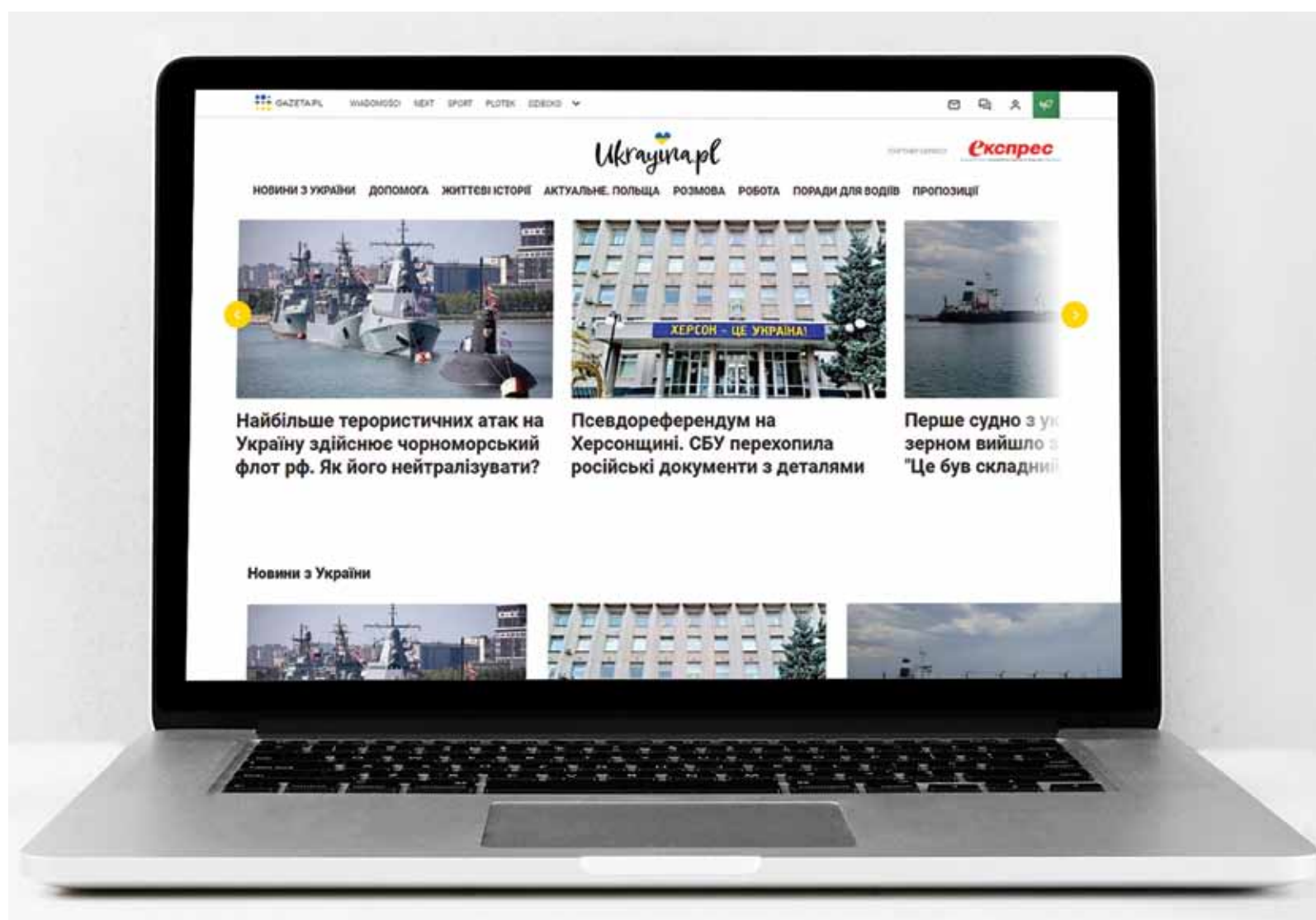




Gazeta.pl to jeden z największych polskich portali internetowych, prezentujący najświeższe informacje i rzetelne porady, a także zapewniający rozrywkę oraz przestrzeń do wymiany opinii. To jedyne w Polsce medium z deklaracją redakcyjną, opisującą podejście i zasady działania jego dziennikarzy, którzy chcą tworzyć Internet na nowe czasy. Zespół portalu angażuje się w tematy ważne społecznie nie tylko na poziomie redakcyjnym, ale również poprzez liczne akcje specjalne, a jakościowe treści Gazeta.pl idą w parze z efektywnymi działaniami reklamowymi.



**Kontekst rynkowy**  
Gazeta.pl jest częścią segmentu Internet Grupy Agora – jednej z największych polskich spółek medialno-rynkowych, będącej m.in. właścicielem sieci kin Helios, wydawcą książek i prasy (m.in. „Gazety Wyborczej”). Działalność spółki to także reklama zewnętrzna (lider rynku – AMS) oraz radio (Radio TOK FM, Radio Złote Przeboje, Rock Radio i Radio Pogoda). Portal rozpoczął działalność w styczniu 2001 roku i od tej pory jest jednym z najpopularniejszych mediów internetowych w Polsce. Co miesiąc stanowi niezawodne źródło informacji (m.in. Wiadomosci.Gazeta.pl, Next.

Gazeta.pl, Sport.pl i Moto.pl) i rozrywki (m.in. Plotek.pl, Kobieta.Gazeta.pl, eDziecko.pl) dla milionów Polaków. W lipcu 2022 roku łączny zasięg serwisów grupy Agora wśród polskich internautów wyniósł 54,3%, a liczba użytkowników osiągnęła poziom 18 milionów, co dało Gazeta.pl 9. miejsce wśród portali internetowych (według badania Mediapanel).

**Oferta**  
W Gazeta.pl jakościowe treści idą w parze z wysokiej jakości powierzchnią reklamową. Portal tworzy sztywne kampanie, docierając do sprecyzowanych grup

docelowych. Prowadzone działania są nie tylko świetnie zaplanowane, ale również na bieżąco optymalizowane: Gazeta.pl może pochwalić się jednym z najwyższych wskaźników viewability oraz jednym z najdłuższych czasów trwania odsłony. Portal stawia też na innowacyjność i nieustannie wychodzi naprzeciw zmianom zachodzącym na rynku. W świecie bez 3rd party data, gdzie jest niewidocznych dla reklamodawców, Gazeta.pl – dzięki stworzonym w portalu profilom oraz współpracy z firmą Adform – umożliwia klientom dotarcie do użytkowników do tej pory niedostępnych. Portal przykład



także dużą wagę do zasięgu – zarówno całej grupy, jak i w poszczególnych kategoriach serwisów tematycznych. Zasięg ten zwiększają aktywne profile Gazeta.pl w mediach społecznościowych.

**Osiągnięcia**  
Ambicją zespołu Gazeta.pl jest zmienianie świata na lepsze poprzez koncentrację na ważnych kwestiach społecznych. Prawa człowieka, wolne media, ekologia, edukacja, zdrowie psychiczne, postmillenialsi, inkluzywny język, fact-checking, dziennikarstwo rozwiązań, opinie i komentarze – to filary zobowiązań portalu na rok 2022. W ostatnich miesiącach w centrum zainteresowania zespołu Gazeta.pl pozostawała walcząca Ukraina. Dziennikarze portalu na bieżąco relacjonują najnowsze wydarzenia i przygotowują eksperckie materiały, dostępne także w języku ukraińskim w serwisie Ukrayina.pl, stworzonym z myślą o Ukraińcach mieszkających w Polsce. Serwis dociera do blisko 492 tysięcy użytkowników, którzy wygenerowali już 1 milion odsłon,

i jest najprężniej działającym polskim serwisem ukraińskojęzycznym (Mediapanel, lipiec 2022). Zorganizowane we współpracy z PCPM oraz Allegro Charytatywny aukcje wydanych przez ukraińską pocztę znaczków, upamiętniających bohaterską obronę Wyspy Węży, przyniosły ponad 120 tysięcy złotych, przekazanych na zakup karetki i sprzętu medycznego. W dobie panujących niepokojów Gazeta.pl nie zapomina również o pogłębiającym się kryzysie klimatycznym. W trosce o środowisko powstał m.in. projekt „Reklama dla klimatu”, w ramach którego – w zamian za każdy tysiąc złotych przekazany na działania proekologiczne – na stronie głównej portalu prezentowane są inicjatywy firm w tym obszarze. Obecnie trwa już czwarta edycja akcji. Chcąc wezwać decydentów do podjęcia natychmiastowych działań zapobiegających dalszej zmianie klimatu i chroniących ludzkość przed jej tragicznymi konsekwencjami wspólnie z Koalicją Klimatyczną portal zorganizował także akcję „Alarm dla klimatu”.

**Promocja**  
Dzięki zaangażowaniu czytelniczek i czytelników Gazeta.pl realizuje działania wychodzące poza standardowe dziennikarstwo. Wraz ze stowarzyszeniem Miasto Jest Nasze i serwisem Ukrayina.pl portal stworzył akcję „Nie karm Putina”, w ramach której dziennikarze podpowiadali, jak – podejmując działania proekologiczne – można przyczynić się do zmniejszenia zysków Rosji z handlu ropą.

Gazeta.pl przyłączyła się też do świętowania Miesiąca Dumy. W ramach akcji „Jutro w Polsce” 25 czerwca 2022 roku, w dniu Parady Równości w Warszawie, na Gazeta.pl i w mediach społecznościowych portalu pojawiły się nagłówki z przyszłości, które pozwoliły czytelnikom i czytelniczkom wyobrazić sobie, jak mogłaby wyglądać Polska przyjazna społeczności LGBTQA+. Gazeta.pl angażuje się również w walkę o prawa kobiet. Na początku 2022 roku ukazała się publikacja „Jak pisać o kobietach?” – ogólnodostępny poradnik językowy autorstwa Wiktorii Beczek, koordynatorki treści ds. różnorodności i inkluzywności w Gazeta.pl, który zajmuje się m.in. kliszami narracyjnymi przypisywanymi kobietom, medialnymi zwrotami wymagającymi zmiany oraz feminatywami. Z okazji Dnia Matki Gazeta.pl uruchomiła natomiast stronę Niewidzialnyetat.pl, a na niej kalkulator pracy wykonywanej w domu, pomijanej w dyskusjach o gospodarce. Gazeta.pl wciąż stawia też na rozwój nowych, angażujących formatów wideo. W ostatnim czasie swoją

## TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

W ramach biura reklamy Gazeta.pl działa Content Studio, tworzące jakościowe i angażujące treści na konkretne zamówienie dla różnych branż i obszarów tematycznych – od finansów i bankowości, przez motoryzację, medycynę i zdrowie, lifestyle, modę i urodę, aż po kulinarię i parenting. Studio przygotowuje treści na strony internetowe, w tym artykuły sponsorowane, treści specjalistyczne, poradnikowe i eksperckie, teksty redagowane z myślą o SEO, materiały wideo, sesje zdjęciowe, nagrania lektorskie i montaż spotów reklamowych oraz infografiki, sondy i biuletyny oraz opisy produktów.

## 500 000 000

– to łączny zasięg akcji „Alarm dla klimatu”. 29 października 2021 roku, przed szczytem klimatycznym w Glasgow, w samo południe zawyły syreny w Warszawie, Gdańsku, Łodzi, Szczecinie, Poznaniu i Bydgoszczy. Alarmowi w przestrzeni miejskiej towarzyszyły działania redakcyjne: na stronie głównej Gazeta.pl opublikowane zostały materiały eksperckie dotyczące kryzysu klimatycznego. Informacje o alarmie i jego przyczynach podały wszystkie znaczące media w Polsce oraz media międzynarodowe.

premierę miały m.in. cykle skierowane do młodych widzów: „Dlaczego?”, którego tematy zainspirowane są najpopularniejszymi pytaniami z internetowych wyszukiwarek, oraz „Next Station” – opowiadający o prawach człowieka, technologii i środowisku. Młodemu pokoleniu poświęcona jest również seria podcastów „Zetka z Zetką” ukazująca, jak dzisiejsi dwudziestolatkowie patrzą na świat. Rozmowy Agaty Porażki, dziennikarki magazynu internetowego Weekend.Gazeta.pl i jej gości dotyczą spraw takich, jak praca, podróże, zdrowie, religia czy kultura.

[www.gazeta.pl](http://www.gazeta.pl)

## HISTORIA MARKI

**2001** Rusza portal Gazeta.pl.

**2007** Powstaje serwis Sport.pl; Gazeta.pl kupuje serwis Moto.pl.

**2007** Rusza serwis Plotek.pl.

**2014** Na stronie głównej portalu pojawiają się treści magazynowe pod marką Weekend Gazeta.pl.

**2015** Marka prezentuje nowe logo i zupełnie nowy layout strony głównej.

**2016** Rusza serwis Next.Gazeta.pl.

**2019** „Ostatni Twój Weekend” – akcja zrealizowana przez Gazeta.pl wraz z partnerami – zostaje najczęściej nagradzaną polską kampanią – zdobywając m.in. najbardziej prestiżowe nagrody w historii polskiego marketingu, czyli Grand Prix festiwalu Cannes Lions i Golden Drum.

**2021** Marka jako pierwsza wśród portali horyzontalnych w Polsce wyodrębnia swoją

dział dedykowany środowisku – Green Desk. Rusza projekt „Alarm dla klimatu” – największa akcja społeczna w historii portalu, która objęła swoim zasięgiem 500 milionów osób. Gazeta.pl powołuje koordynatorkę treści dotyczących różnorodności i inkluzywności. Projekt „Rodzina+” otrzymuje nagrodę w prestiżowym konkursie Global Media Awards, organizowanym przez Międzynarodowe Stowarzyszenie Mediów Informacyjnych INMA.

**2022** Rusza serwis Ukrayina.pl.