



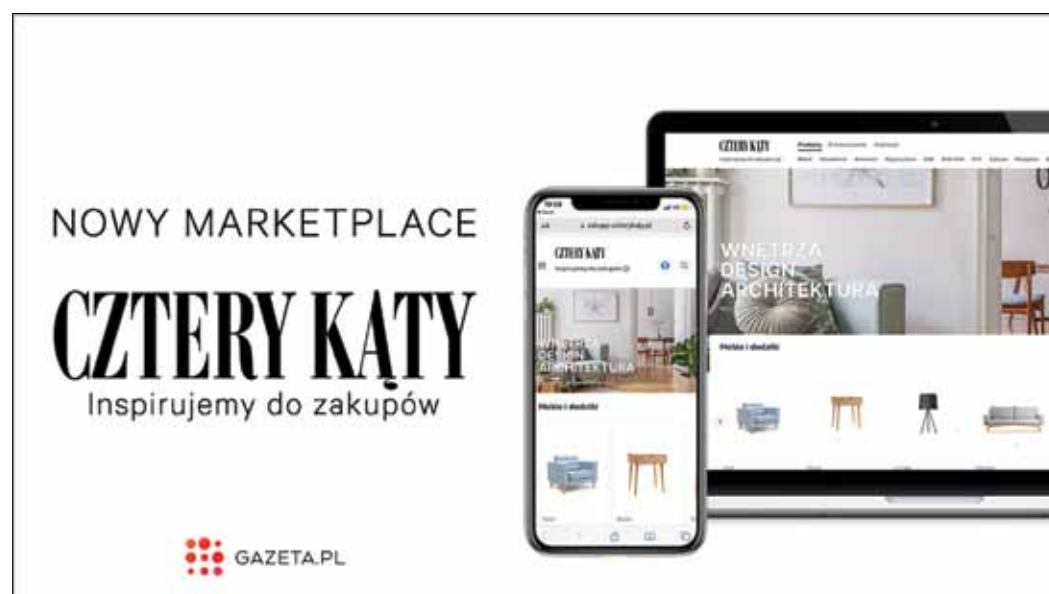
Gazeta.pl jest jednym z największych portali internetowych w Polsce, oferującym najświeższe informacje, rzetelne porady, rozrywkę i przestrzeń do wymiany opinii. To jedyne w kraju medium z deklaracją redakcyjną – ambicją dziennikarek i dziennikarzy portalu jest tworzyć Internet na nowe czasy i zmieniać świat na lepsze, koncentrując się na istotnych kwestiach społecznych i uważnie śledząc trendy. Gazeta.pl działa multiplatformowo, publikując treści nie tylko w swoich serwisach, ale także w mediach społecznościowych, a reklamodawcom proponuje szereg innowacyjnych rozwiązań, gwarantujących efektywne dotarcie do użytkowników.

Kontekst rynkowy

Gazeta.pl jest częścią segmentu Internet Grupy Agora – 4. największej grupy mediowej w Polsce. Portal rozpoczął działalność w 2001 roku i od tego czasu każdego dnia dostarcza milionom Polaków informacji (serwisy informacyjne, m.in. Wiadomosci.Gazeta.pl, Next.Gazeta.pl i Sport.pl) oraz rozrywki (serwisy lifestyle'owe, m.in. Kobieta.Gazeta.pl, Moto.pl i Plotek.pl). Oferuje wysokojakościowy, zdyswersyfikowany i multiplatformowy content – od artykułów, poprzez materiały w mediach społecznościowych, po wideo i podcasty. Jest liderem w różnych obszarach tematycznych: Plotek.pl w kategorii show biznes, eDziecko.pl w kategorii parenting, Moto.pl w kategorii motoryzacja. Jako jedyne medium z deklaracją redakcyjną aktywnie podejmuje ważne tematy społeczne. W tym sezonie dziennikarki i dziennikarze koncentrują się na prawach człowieka, wolnych mediach, inflacji, edukacji i ekologii. W roku wyborczym zobowiązali się także do obiektywnego informowania o przebiegu kampanii, aby umożliwić czytelnikom i czytelnicom podjęcie decyzji przy umiarkowaniu o fakty.

Oferta

Gazeta.pl to zaufany partner w budowaniu skutecznych narzędzi i rozwiązań reklamowych dla klientów. Kampanie w portalu są nie tylko świetnie zaplanowane, ale także na bieżąco modyfikowane z myślą o maksymalizacji efektów – Gazeta.pl ma jedno z najlepszych na rynku wskaźników optymalizacji treści reklamowych. Portal tworzy reklamę na nowe czasy, szytą na miarę i odpowiadającą na zmieniające się potrzeby klientów. Gwarantuje zróżnicowane, wartościowe treści i może pochwalić się jedną z najwyższych *viewability* (wskaźnik określający, jaka część wyemitowanych reklam była faktycznie widoczna dla odbiorców) dla reklamy typu *display* na rynku *programmatic* (zautomatyzowany model zakupu i sprzedaży reklam w Internecie) oraz bardzo wysoką *viewability* dla wideo. Portal jest także liderem w obszarze technologii reklamowych (AdTech) – zespół jest otwarty na testowanie nowych rozwiązań, w szczególności w obszarze danych; od dawna tworzy kampanie w oparciu o identyfikatory *1st party*, stawia także na targetowanie kontekstowe i precyzyjne dotarcie w oparciu



o samodzielnie gromadzone dane. Portal posiada własną platformę do zarządzania danymi (DMP) i własne Universal ID. Zapewnia kompleksowe działania w zakresie e-commerce w oparciu o dane i silne marki własne – Moto.pl i Avanti24.pl. W tym roku Gazeta.pl otworzyła również *marketplace* Cztery Kąty dla branży *home & living*.

Wkrótce po rosyjskiej agresji portal uruchomił serwis Ukrajina.pl. Obecnie jest to najprężniej działające polskie medium poświęcone tematom ukraińskim, które ma czytelników po obu stronach granicy. Miesięcznie serwis odwiedza blisko milion użytkowników w Polsce (Mediapanel, styczeń 2023), a drugie tyle czyta publikowane w nim treści w Ukrainie. Serwis stanowi



pomost między dwoma krajami i wspiera działania Ukraińców w Polsce – na stronie redagowanej w języku ukraińskim mogą znaleźć zarówno artykuły o bieżącej sytuacji w kraju, jak i dział z materiałami poradnikowymi.

Osiągnięcia

Zaangażowanie społeczne Gazeta.pl owocuje licznymi nagrodami. W 2023 roku portal otrzymał prestiżowe wyróżnienie International News Media Association (INMA) w kategorii „Najlepsze wykorzystanie narzędzi dziennikarstwa wizualnego i storytellingu” za projekt „Jeden dzień w...” stworzony we współpracy z kolektywem reporterskim Outriders i zespołem serwisu Ukrajina.pl. Istotą przedsięwzięcia było tworzenie wideoreportaży z wykorzystaniem technologii VR/360 w Kijowie, Odessie, Krzywym Rogu, Dnieprze, Zaporozżu czy Mikołajowie. Dzięki nim internauci mogli zobaczyć, jak wygląda codzienne życie mieszkanki i mieszkańców miast Ukrainy, szatowane alarmami przeciwlotniczymi, bombardowaniami, zniszczeniami i śmiercią.



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.

Projekt „Jeden dzień w...” został także doceniony Paszportem „Polityki”, który trafił do współpracującego z Gazeta.pl kolektywu korespondentów Outriders.

Promocja marki

Gazeta.pl regularnie realizuje działania wykraczające poza standardowo pojmowane dziennikarstwo. Wiosną 2023 roku, wspólnie z inicjatywą TakDlaPodpasek.pl, Okresową Koalicją i Kulczyk Foundation, zrealizowała kampanię społeczną „Okres w moim życiu”. Celem akcji była normalizacja tematu menstruacji oraz apel o wprowadzenie darmowych środków higieny osobistej do polskich szkół. W ramach prowadzonych działań znane Polki opowiadały o akceptacji własnego ciała, dostępie do podpasek i o tym, jak okres wpływa na życie zawodowe kobiet. Gazeta.pl stara się być najbardziej zielonym medium w Polsce. Portal nie chce jednak tylko informować, ale także mieć wpływ na język, jakim opisywane są zmiany klimatu. W tym celu na stronie Zielona.Gazeta.pl został opublikowany poradnik dla dziennikarzy i dzienni-



- 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 nowy dział dedykowany środowisku – Green Desk.

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

Gazeta.pl to jedno z najczęściej docenianych za zaangażowanie mediów w Polsce. Serwis został nagrodzony m.in. INMA za akcję „Alarm dla klimatu”, One World Media Award, polsko-niemiecką nagrodą im. T. Mazowieckiego za projekt „Wiza donikał” oraz statuetką Mixx za projekt „Niewidzialny etat”.

300 milionów

– tylu odbiorców zetknęło się z kampanią Gazeta.pl „Okres w moim życiu”.



karek „Jak pisać o klimacie?”, przygotowany wspólnie z Purpose Climate Lab, z którego mogą korzystać wszyscy przedstawiciele mediów w Polsce. O jakościowe dziennikarstwo troszczy się też redakcja Weekend.Gazeta.pl, która wyszukuje i szkoli młode reporterki i reporterów. Po sukcesie pierwszej edycji „Polska Stories” serwis ogłosił właśnie nabór do drugiej edycji projektu, w ramach którego dziesięcioro autorek i autorów weźmie udział w spotkaniach doskonalących warsztat dziennikarski pod okiem reportażystki Olgi Gitkiewicz, a następnie opublikuje własne teksty na stronie głównej Gazeta.pl. Portal Gazeta.pl to medium multiplatformowe. Redakcja tworzy m.in. autorskie podcasty. W styczniu 2023 roku ukazał się pierwszy z nich: „Kwaśniewski Story. Podcast rzeka z prezydentem Aleksandrem Kwaśniewskim”. To pięć godzinnych rozmów z byłym prezydentem, przeprowadzonych przez Grzegorza Sroczyńskiego, których można wysłuchać na stronie Gazeta.pl oraz na platformach podcastowych. Od marca 2023 w portalu Gazeta.pl można też oglądać odcinki nowego sezonu flagowej produkcji „Studio Biznes”, która łączy w sobie tematy gospodarcze, motoryzacyjne i związane z nowymi technologiami.

www.reklama.gazeta.pl

- 2022** Rusza Ukrajina.pl – najprężniej działający serwis dotyczący Ukrainy w Polsce.