

**Polskie Radio Regionalna Rozgłośnia w Opolu
„Radio Opole” SA**



**Karta Powinności
nadawcy publicznego
na lata 2020 – 2024**

Opole 2019

I. Radio Opole – regionalny nadawca publiczny

Radio Opole jest najstarszą, bo istniejącą od 1952 roku, rozgłośnia radiową na Opolszczyźnie. Jest również jedyną regionalną, publiczną rozgłośnia radiową, działającą na terenie województwa opolskiego. Radio Opole jest przedsiębiorstwem działającym w oparciu o kodeks spółek handlowych, zaś jego podstawową powinnością jest optymalne wykorzystanie posiadanych zasobów do realizacji misji nadawcy publicznego określonej w par 21 ustawy medialnej oraz szczegółowych regulacjach Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

Siedzibą Radia Opole jest miasto Opole. Rozgłośnia posiada też studia terenowe w Nysie, Strzelcach Opolskich, Brzegu, Prudniku, Kędzierzynie-Koźlu, Kluczborku, Głubczycach i Krapkowicach.

Radio Opole tworzy programy radiowe oraz inne przekazy medialne w zakresie informacji, kultury, edukacji, sportu i rozrywki, skierowane do szerokiego grona odbiorców na poziomie regionalnym (województwo) i lokalnym (miasta i wsie). Prowadzi politykę programową opartą o otwartość na nowe rozwiązania technologiczne, wynikające z dynamicznego rozwoju nowych mediów (Internet, media społecznościowe, platformy mobilne) oraz nowych kanałów dotarcia do słuchacza (emisja cyfrowa w formacie DAB+, streaming internetowy), a także o atrakcyjny sposób prezentacji treści misyjnych. Dzięki temu Radio Opole od wielu lat pozostaje w czołówce rozgłośni radiowych nadających swoje programy na Opolszczyźnie.

Tworząc i udostępniając odbiorcom treści, z wykorzystaniem tradycyjnych oraz nowoczesnych kanałów ich dystrybucji Radio Opole:

- uczestniczy w życiu publicznym Opolan jako ośrodek informacji, a także centrum wymiany poglądów między obywatelami a reprezentującą ich władzą i organizacjami;
- rzetelnie i obiektywnie odzwierciedla różnorodność wydarzeń i zjawisk w skali lokalnej, regionalnej, krajowej i zagranicznej;
- wspiera kształtowanie się opinii publicznej, a gdy zachodzi taka potrzeba, artykułuje tę opinię na poziomie krajowym;
- promuje kulturę, edukację i rozrywkę na wysokim poziomie;
- dba o własny wizerunek jako rozgłośni nowoczesnej, popularnej, opiniotwórczej i wiarygodnej, kierującej się zasadami etyki dziennikarskiej i odpowiedzialności za słowo;
- włącza się w tworzenie i promocję zachodzących na rynku medialnym procesów związanych z cyfryzacją przekazów i dynamicznie rozwija nowe kanały komunikacji z odbiorcami tworzonych treści.

Dzięki swojej ofercie programowej Radio Opole aktywnie uczestniczy w życiu publicznym regionu i jest postrzegane, zarówno przez słuchaczy, jak i przedstawicieli władzy rządowej i samorządowej, biznesu, nauki, kultury i sztuki oraz sportu, jak medium opiniotwórcze. Jest również partnerem licznych inicjatyw, mających na celu zapewnienie stabilnego rozwoju regionu i jego mieszkańców.

Kształtując przekazy medialne Radio Opole podejmuje:

- działania na rzecz polskiej kultury (twórczości, muzyki, dbałości o język polski), tożsamości narodowej, tożsamości mniejszości narodowych i etnicznych, a także kulturowej integracji Polaków z innymi narodowościami;
- inicjatywy mające na celu integrację i spójność społeczną oraz przeciwdziałające fragmentaryzacji społeczeństwa zachodzącej w wyniku procesów globalizacji i nowych technologii komunikacyjnych (promowanie nowych technologii i zapobieganie wykluczeniu cyfrowemu);
- działania związane z informowaniem o procesach zachodzących w polskiej gospodarce;
- przedsięwzięcia na rzecz pełnienia funkcji edukacyjnych dostosowanych do wymogów cywilizacyjnych i technologicznych XXI wieku;

- działania programowe skierowane do ludzi młodych, ukazujące ich miejsce w życiu oraz możliwości realizacji społecznej, a także działania promujące współpracę międzypokoleniową;
- działania służące tworzeniu pozytywnego wizerunku osób starszych oraz osób niepełnosprawnych.

Dzięki więziotwórczemu znaczeniu opolskiej rozgłośni, Radio Opole w ramach pełnionej misji nadawcy publicznego, w szczególności sposób obecny jest w przekazach medialnych, które:

- promują wartości istotne dla regionu oraz kreują w tym względzie pożądane wzorce aktywności;
- promują lokalne autorytety życia publicznego;
- pozwalają nagłośnić, zrozumieć oraz rozwiązać problemy społeczne oraz aberracje zachodzące w regionie;
- pozwalają wyartykułować i zaspokoić potrzeby i interesy mieszkańców regionu oraz umożliwiają ich wzajemną komunikację;
- pomagają poznać historię oraz specyfikę regionu opolskiego, a także jego wewnętrzną złożoność społeczną;
- pokazują i tłumaczą mechanizmy działania instytucji publicznych w regionie.

By sprostać wzrastającym wymaganiom słuchaczy oraz odbiorców innych przekazów medialnych, Radio Opole podejmuje aktywność ukierunkowaną na:

- podejmowanie działań związanych z optymalizacją sposobu pracy zespołu dziennikarzy w kierunku racjonalnego wykorzystania potencjału znajdującego się w tym zespole;
- promowanie samokształcenia i samodoskonalenia się dziennikarzy w kierunku pozyskiwania wiedzy i umiejętności w zakresie nowych mediów oraz nabywania umiejętności elastycznego funkcjonowania w ramach zadań nadawcy publicznego realizowanych przez Radio Opole (samorealizacja, montaż elektroniczny, prowadzenie podstron internetowych, blogów, profili w mediach społecznościowych, wykonywanie fotografii i nagrań video);
- realizację zadań nadawcy publicznego zawartych w ustawie medialnej, przedmiotowych regulacjach Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji i innych, obowiązujących przepisach, z zachowaniem najwyższego poziomu jakości tworzonego przekazu, zarówno ze względu na treść jak i stosowane formy programowe;
- określenie grupy docelowej słuchaczy Radia Opole i tworzenie oferty programowej skierowanej do odbiorcy uniwersalnego, z jednoczesnym uwzględnieniem specyfiki dostępnych badań słuchalności;
- poszukiwanie i tworzenie nowych form przekazów multimedialnych i udostępnianie ich poprzez współczesne kanały komunikacji – Internet w tym technologie mobilne i media społecznościowe, z uwzględnieniem form i treści właściwych dla odbiorcy tych przekazów.

Mając na uwadze konieczność spełniania przez Radio Opole zadań misyjnych i brak możliwości wchodzenia w bezpośrednią konkurencję z nadawcami komercyjnymi w obszarze ich strategii programowej (atrakcyjne nagrody finansowe i rzeczowe dla słuchaczy czy też obniżenie poziomu oferty informacyjnej, publicystycznej i muzycznej), Radio Opole upatruje swojej przewagi w tych elementach tworzonych programów, które są w przypadku konkurencji najsłabsze, tj. przede wszystkim rzetelnej i rozbudowanej informacji lokalnej w rozumieniu informacji dotyczącej nie tylko tematyki regionalnej, ale także powiatowej i gminnej.

Wsparciem programów i innych przekazów medialnych tworzonych przez Radio Opole są podejmowane działania o charakterze promocyjnym. W tym zakresie głównym celem jest wzmocnienie przekazu programowego i wizerunku Radia Opole w oparciu o promocję poszczególnych pasm programowych, audycji i cykli tematycznych, jak również udostępnianych odbiorcom innych usług medialnych, w tym, w obszarze nowych mediów. Działalność ta sprowadza się do realizacji zadań z zakresu promocji, PR-u, jak również promocji sprzedaży. Wszystkie wymienione elementy są ze sobą ściśle związane i winny być rozpatrywane łącznie, ponieważ oddziaływania promocyjne skutkując większą rozpoznawalnością marki Radia Opole, wzrostem parametrów słuchalności i zasięgu oddziaływania radia, powodują równocześnie skuteczniejszą działalność handlową Spółki, służącą bieżącemu jej funkcjonowaniu i pozwalającą na realizację ustawowych i statutowych zadań, zarówno misyjnych jak i komercyjnych.

II. Programy radiowe tworzone przez Radio Opole w latach 2020 – 2024 (programy, o których mowa w art. 21 ust. 1a pkt 1 i 2)

Radio Opole podejmując zadania nadawcy publicznego w zakresie tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych, programów realizujących demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych oraz programów wyspecjalizowanych, określonych w art. 21 ust. 1a pkt 1 i 2 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, planuje w latach 2020 – 2024 realizację wymienionych zadań zgodnie z zamieszczonymi poniżej informacjami.

Radio Opole – Twoje sprawy, Twoja muzyka

Główny program tworzony przez zespół Radia Opole pod nazwą „Radio Opole – Twoje sprawy, Twoja muzyka” jest programem regionalnym, nadawanym w technologii analogowej FM, poprzez sieć 9 nadajników w pasmie UKF i docierającym do słuchaczy zamieszkujących teren Województwa opolskiego oraz bezpośrednio sąsiadujących miejscowości. Program zwiera wszystkie wymagane elementy stanowiące o jego misyjnym charakterze, a więc pasma programowe, audycje i cykle tematyczne realizujące określone w ustawie zadania i powinności mediów publicznych (art. 21 ust. 1, 1a, 2, art. 22, 23, 23a, urt). Przekazy te tworzone z zachowaniem wymaganych form dziennikarskich oraz kategorii programowych, tj. informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki, a także uzupełnione pozostałymi elementami w postaci przekazów reklamowych, autopromocyjnych oraz informujących o zawartości programu. Program pod nazwą „Radio Opole – Twoje sprawy, Twoja muzyka” jest równolegle, w całości nadawany w kanale radia cyfrowego DAB+.

Program pod nazwą „Radio Opole – Twoje sprawy, Twoja muzyka” jest planowany do tworzenia i nadawania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

Radio Opole 2 Kultura

Program pod nazwą „Radio Opole 2 Kultura” jest programem wyspecjalizowanym o charakterze kulturalnym, nadawanym w kanale radia cyfrowego DAB+, na podstawie koncesji Nr DR-188/2018-1/617/2015-TK. Program tworzony jest przez zespół dziennikarzy Radia Opole specjalizujących się w tematyce kulturalnej, a także osoby związane z szeroko pojętą kulturą w regionie, tj. instytucjami kultury oraz inicjatywami o charakterze kulturalnym. Ważnymi elementami programu są informacja, publicystyka i edukacja kulturalna, jak również promocja, transmitowanie i komentowanie wydarzeń o charakterze kulturalnym mających miejsce w naszym regionie, w tym różnych festiwali.

Program pod nazwą „Radio Opole 2 Kultura” jest planowany do tworzenia i nadawania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

Festiwalowe Radio Opole

Specjalny program Radia Opole pod nazwą „Festiwalowe Radio Opole” w całości poświęcony jest jednemu z najważniejszych wydarzeń kulturalnych w naszym regionie - Krajowemu Festiwalowi Piosenki Polskiej w Opolu i nadawany w technologii analogowej FM, na dedykowanej częstotliwości w pasmie UKF, docierając do słuchaczy zamieszkujących teren Powiatu opolskiego. Program ma charakter okazjonalny i jest nadawany przez miesiąc, poprzedzając i podsumowując opolski festiwal. Jego treść stanowią bieżące relacje i rozmowy z artystami, transmisje koncertów, prezentacje ponadczasowych przebojów, unikalne wywiady i anegdoty, ciekawostki zza kulis, a także cenne materiały archiwalne z zasobu Radia Opole.

Program pod nazwą „Festiwalowe Radio Opole” jest planowany do tworzenia i nadawania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

III. Usługi medialne świadczone przez Radio Opole w latach 2020 – 2024

(usługi, o których mowa w art. 21 ust. 1a pkt 2a)

Radio Opole wypełniając zadania nadawcy publicznego w zakresie tworzenia i dostarczania przez sieci telekomunikacyjne audialnych, audiowizualnych i tekstowych usług innych niż programy, związanych z programami, uzupełniających, poszerzających lub wzbogacających je, które realizują demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczeństwa, w tym audiowizualnych usług medialnych na żądanie, określone w art. 21 ust. 1a pkt 2a Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, planuje w latach 2020 – 2024 realizację wymienionych zadań zgodnie z zamieszczonymi poniżej informacjami.

Strona internetowa www.radio.opole.pl

Strona internetowa Radia Opole, znajdująca się pod adresem www.radio.opole.pl, posiada nowoczesny, wydajny i obsługujący najnowsze technologie system zarządzania treścią (CMS). Utrzymanie serwisu obsługuje zewnętrzny dostawca, korzystający z nowoczesnego centrum danych. Serwis jest dostępny szerokiej grupie odbiorców - czytelny, szybki, optymalnie działający na wszystkich nowoczesnych platformach sprzętowych, stacjonarnych i mobilnych (responsywność), jak również poprawnie funkcjonujący na starszych platformach technologicznych. Poprzez stronę internetową udostępniane są treści realizujące misję radia publicznego z zakresu informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, przetworzone i uzupełnione pod kątem specyfiki komunikacji w nowych mediach. Zamieszczane są wybrane audycje powstające w poszczególnych programach, uzupełnione o treści multimedialne (pokazy slajdów, filmy, teledyski, grafiki, zdjęcia), transmisje wideo wybranych audycji, również takich, które nie są prezentowane w programach, a także transmisje specjalne. Poprzez stronę internetową udostępnione są do słuchania wszystkie programy powstające w rozgłośni, istnieje również możliwość tworzenia streamu z okresowymi programami specjalnymi. Strona internetowa Radia Opole służy również informowaniu o zawartości programów, promocji pozycji programowych oraz innych działań podejmowanych przez rozgłośnię. Jest także źródłem informacji o pozostałych aspektach działalności rozgłośni i usługach przez nią oferowanych, udostępnia Biuletyn Informacji Publicznej zgodnie z wymaganiami ustawowymi. Stronę uzupełniają odnośniki do mediów

społecznościowych. Strona internetowa Radia Opole zawiera również szereg udogodnień zgodnych ze standardami WCAG 2.0 - dla osób niedowidzących, niedosłyszących lub z innych powodów zagrożonych wykluczeniem cyfrowym.

Strona internetowa www.radio.opole.pl jest planowana do tworzenia i utrzymania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

Media społecznościowe

Radio Opole obecne jest w mediach społecznościowych: na Facebooku, Twitterze oraz YouTube, które wykorzystywane są do promocji audycji nadawanych w poszczególnych programach, a także poza antenowych akcji organizowanych, współorganizowanych przez Radio Opole lub objętych patronatem. Media społecznościowe stanowią kanał komunikacji ze słuchaczami programów Radia Opole i czytelnikami strony [www](http://www.radio.opole.pl). Komentowane są tu artykuły, zgłaszane propozycje tematów, przesyłane pytania dotyczące audycji czy też np. playlisty. W mediach społecznościowych ukazują się również materiały będące uzupełnieniem i poszerzeniem informacji antenowych.

Facebook

Radio Opole prowadzi trzy strony na Facebooku (Facebook Page) - główną stronę radia, stronę audycji informacyjno-publicystycznej „Loża Radiowa” oraz strony audycji muzycznych „Dobre granie”, „Scena i sława” oraz „Opolskie Klasycznie”.

Twitter

Radio prowadzi również dwa konta w serwisie Twitter: główne konto Radia - @RadioOpole oraz konto audycji „Loża Radiowa” @LRadiowa. Ze względu na swoją specyfikę (brak algorytmicznego doboru wiadomości takiego jak np. w Facebooku) to medium jest bardzo dobrym narzędziem udostępniania informacji newsowych. Konto to jest również wykorzystywane dla promowania ważnych z punktu widzenia rozgłośni wydarzeń lub do reklamowania audycji.

Youtube

Radio Opole prowadzi własny kanał w serwisie YouTube, który jest traktowany przede wszystkim jako repozytorium. Znajdują się tam i są dostępne niemal wszystkie treści video powstające w poszczególnych programach.. Materiały video znajdujące się w serwisie Youtube są publikowane na stronie internetowej rozgłośni - w newsach lub artykułach dotyczących poszczególnych audycji. Korzystają z nich również odbiorcy, którzy nie są czytelnikami serwisu internetowego Radia Opole.

Obecność Radia Opole w mediach społecznościowych jest planowana do utrzymania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

Aplikacja mobilna

Radio Opole udostępnia odbiorcom swoich programów oraz innych przekazów medialnych aplikację na smartfony i tablety pracującą pod kontrolą systemów iOS i Android. Poprzez aplikację prezentowana jest znaczna część treści dostępnych na stronie internetowej www.radio.opole.pl, tj. najświeższe informacje (wiadomości, sport, kultura, gospodarka, muzyka), filmy oraz galerie zdjęć. Za pośrednictwem aplikacji można również skontaktować się z Działem Informacji (telefonicznie i mailowo), jest też dostęp do serwisów społecznościowych Facebook i Twitter prowadzonych przez

Radio Opole oraz wygodny dostęp do wszystkich antenowych i internetowych programów (z możliwością odsłuchu w tle, przy korzystaniu z innych aplikacji).

Aplikacja mobilna Radia Opole jest planowana do udostępniania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

Kanały internetowe

Nowe, wyspecjalizowane, kanały cyfrowo-internetowe

W związku z otrzymaniem oferty na zagospodarowanie dwóch miejsc na opolskim multipleksie DAB+, Radio Opole ma w planach uruchomienie dwóch nowych programów : Radio Opole 3 Sport oraz Radio Opole 4 Historia. Pierwszy z nich będzie poświęcony wszelkim aspektom lokalnego sportu, rekreacji i turystyki. W programie sportowym sporo miejsca zajmą transmisje rozgrywek z różnych dyscyplin. Drugi program z mocnym akcentem na edukację historyczną, lekcje patriotyzmu i tematykę narodowościową. Planowany start obu programowych ofert zaplanowano na styczeń 2020 roku.

Kanały cyfrowo- internetowe Radia Opole są planowane do tworzenia i utrzymania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

Uzupełnieniem treści zawartych we wszystkich programach tworzonych przez Radio Opole są dodatkowe usługi medialne, udostępniane szerokiemu gronu odbiorców. Stanowią je podstrony dedykowane poszczególnym formom antenowym publikowane na stronie internetowej www.radio.opole.pl, a także wpisy i materiały video zamieszczane w mediach społecznościowych (Facebooku, Twitterze oraz YouTube) służące również promocji programu i poszczególnych audycji. Dodatkowe wsparcie dla programów stanowi aplikacja mobilna dostępna na smartfony i tablety pracująca pod kontrolą systemów iOS i Android, prezentująca znaczną część treści dostępnych także na stronie internetowej www.radio.opole.pl, i ponadto prezentująca także filmy, galerie zdjęć oraz udostępniająca inne użyteczne funkcjonalności.

Ponadto istotnym jest, iż w latach obowiązywania niniejszej Karty Powinności, Radio Opole w poszczególnych programach i kategoriach programowych planuje w sposób szczególny wyróżnić wydarzenia o charakterze społeczno – politycznym, gospodarczym, edukacyjno – historycznym, kulturalnym i sportowym. W kolejnych latach objętych niniejszą Kartą wydarzeniami tymi będą:

- **w roku 2020:** Wybory prezydenckie, 100.Rocznica II Powstania śląskiego, Mistrzostwa Europy w piłce nożnej, Letnie Igrzyska Olimpijskie w Tokio, 100. Rocznica urodzin Karola Wojtyły.
- **w roku 2021:** 100 Rocznica III Powstania Śląskiego. 40. Rocznica stanu wojennego. Zimowa Uniwersjada w Lucernie,
- **w roku 2022:** Mistrzostwa Świata w piłce nożnej,
- **w roku 2023:** 70 jubileusz Radia Opole, 60 Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej w Opolu 2023, Wybory parlamentarne, Wybory samorządowe,
- **w roku 2024:** Wybory Parlamentu Europejskiego.

Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych

Radio Opole uczestniczy w prowadzonych pracach mających na celu zbudowanie jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audialnych i audiowizualnych gromadzonych w zbiorach publicznej radiofonii i telewizji od wielu dziesięcioleci. Jest, poprzez swojego przedstawiciela, aktywnym członkiem zespołu tworzącego Bibliotekę Cyfrową Mediów Publicznych, opiniując proponowane rozwiązania techniczne i organizacyjne (player, platforma, testowanie funkcjonalności). Przygotowuje zespół pracowników posiadających odpowiednią wiedzę do przeprowadzenia selekcji zasobu archiwalnego pod kątem możliwości jego udostępniania w bibliotece mediów BCMP Online oraz podjęcia prac redakcyjnych związanych z realizacją innych elementów projektu.

Radio Opole planuje kontynuację prac związanych z realizacją projektu Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

IV. Sposoby realizowania zadań nadawcy publicznego przez Radio Opole w latach 2020 – 2024

(art. 21 ust. 1a pkt 2b-11 i powinności, o których mowa w art. 21 ust.2)

Radio Opole realizuje misję regionalną, zaspokajając potrzeby i oczekiwania słuchaczy w różnych dziedzinach życia przez udostępnienie w sposób zrozumiały treści tworzonych w różnych formach i rodzajach, w poszanowaniu zasad rzetelności, bezstronności, pluralizmu i niezależności. Tworzy i rozpowszechnia ofertę programową oraz ofertę w zakresie innych usług medialnych, adresowaną do różnych grup społeczeństwa, uwzględniając jego zróżnicowanie pod względem wieku, wykształcenia, płci, rasy, narodowości, wyznania, tożsamości etnicznej, wspierając w ten sposób rozwój społeczeństwa opartego na integracji, solidarności, szacunku i współpracy. Oferta programowa oraz oferta w zakresie innych usług medialnych podkreśla wartość rodziny, promuje poszanowanie jednostki i zasady współżycia społecznego i wyraża sprzeciw wobec różnych form przemocy.

Radio Opole tworzy i przekazuje aktualne i wiarygodne informacje o wydarzeniach w regionie, tworzy warunki do debaty publicznej, jest forum wymiany poglądów i stanowisk różnych środowisk, dbając jednocześnie o zachowanie pluralizmu w programach, m.in. dbając o prezentowanie stanowisk i opinii różnych partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców. Wspiera edukację obywatelską, m.in. przez przekazywanie informacji o instytucjach samorządowych i krajowych. Przedstawia aktualne problemy państwa, rządu i parlamentu, wyjaśnia ich wpływ na funkcjonowanie województwa opolskiego i jego mieszkańców, działa na rzecz zwiększenia aktywności obywatelskiej, prezentując działalność organizacji pożytku publicznego, działających dla dobra Opolszczyzny i jej mieszkańców.

Radio Opole umożliwia słuchaczom i odbiorcom innych usług medialnych aktywne uczestnictwo w kulturze, m.in. poprzez prezentowanie wydarzeń kulturalnych oraz innych form aktywności w różnych dziedzinach kultury. Tworzy ofertę, która służy integracji społecznej, m.in. poprzez podejmowanie problemów dotyczących osób starszych, zapobiegając ich wykluczeniu na skutek zachodzących zmian technologicznych oraz uwzględniając potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych zamieszkujących Województwo opolskie.

Radio Opole upowszechnia zastosowanie nowych technologii w zakresie różnych źródeł informacji, nowych form komunikacji, a także służących podnoszeniu własnych kwalifikacji.

V. Sposób wykorzystania przychodów przekraczających koszt realizacji misji publicznej przez Radio Opole w latach 2020 – 2024

(wykorzystanie nadwyżki, o której mowa w art. 31 ust. 7)

Nadmierna rekompensata zostanie przeznaczona niezbędne wydatki do pełnienia misji publicznej, Spółka dochowa starań aby zgodnie z Komunikatem Komisji UE były to konkretne jednorazowe i duże wydatki. Nadmierna rekompensata wykorzystywana będzie wyłącznie do celów finansowania działalności w zakresie usług publicznych.

VI. Sposób realizowania zadań z zakresu prezentacji utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim przez Radio Opole w latach 2020 – 2024

(utwory, o których mowa w art. 15 ust. 1-3)

Radio Opole realizując zadania nadawcy publicznego w dziedzinie kultury, ze szczególną uwagą traktuje utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim, umieszczając je w swoich programach w godzinach najwyższej słuchalności. Utwory te stanowią zarówno elementy oprawy muzycznej pasm programowych oraz cykli tematycznych, jak również merytoryczną treść audycji muzycznych. Szczególną wagę Radio Opole przykładają do utworów wykonywanych przez debiutantów, zapewniając im stałe miejsce w tworzonych programach oraz prezentując przy wykorzystaniu pozostałych, udostępnianych odbiorcom usług medialnych.

Szczegółowe informacje o minimalnych udziałach utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w poszczególnych programach tworzonych przez Radio Opole w latach 2020 – 2024 zawiera poniższa tabela.

Utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim	2020	2021	2022	2023	2024
Radio Opole – Twoje sprawy, Twoja muzyka					
Udział w miesięcznym czasie nadawania	33%	33%	33%	33%	33%
w tym czas w godzinach 5.00 – 24.00	60%	60%	60%	60%	60%
Radio Opole 2 Kultura					
Udział w miesięcznym czasie nadawania	33%	33%	33%	33%	33%
w tym czas w godzinach 5.00 – 24.00	60%	60%	60%	60%	60%
Festiwalowe Radio Opole					
Udział w miesięcznym czasie nadawania	33%	33%	33%	33%	33%
w tym czas w godzinach 5.00 – 24.00	60%	60%	60%	60%	60%

Radio Opole 3 Sport					
Udział w miesięcznym czasie nadawania	33%	33%	33%	33%	33%
w tym czas w godzinach 5.00 – 24.00	60%	60%	60%	60%	60%

VII. Minimalne udziały głównych kategorii audycji w poszczególnych programach Radia Opole w latach 2020 – 2024, w zakresie istotnym dla charakteru danego programu, oraz sposób ich oferowania w ramach innych usług medialnych (art. 21a ust. 2 pkt 6)

Radio Opole tworząc i nadając poszczególne programy, przykładając szczególną wagę do elementów i przekazów stanowiących o ich misyjnym charakterze. Pasma programowe, audycje i cykle tematyczne realizujące określone w ustawie zadania i powinności mediów publicznych (art. 21 ust. 1, 1a, 2, art. 22, 23, 23a, urt) tworzone są z zachowaniem wymaganych form dziennikarskich oraz kategorii programowych, tj. informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki, a także uzupełnione pozostałymi elementami programu, w postaci przekazów reklamowych, autopromocyjnych oraz informujących o zawartości programu.

W przypadku programu wyspecjalizowanego o charakterze kulturalnym, nadawanego w kanale radia cyfrowego DAB+ pod nazwą „Radio Opole 2 Kultura”, ważnymi elementami są informacja, publicystyka i edukacja kulturalna oraz audycje muzyczne, w tym transmisje koncertów. Elementy te będące realizacją specjalizacji programu, stanowią udział w miesięcznym czasie nadawania programu zgodny z zapisami zawartymi w przyznanej koncesji Nr DR-188/2018-1/617/2015-TK.

Szczegółowe informacje dotyczące minimalnych udziałów głównych kategorii audycji w programie regionalnym nadawanym pod nazwą „Radio Opole – Twoje sprawy, Twoja muzyka” w poszczególnych latach obowiązywania niniejszej karty powinności, w rozbięciu na źródła finansowania, zawiera poniższa tabela.

	2020	2021	2022	2023	2024
INFORMACJA					
Udział	10%	10%	10%	10%	10%
Źródła finansowania [tyś. zł]					
PUBLICYSTYKA					
Udział	20%	20%	20%	20%	20%
Źródła finansowania [tyś. zł]					
KULTURA					
Udział	10%	10%	10%	10%	10%
Źródła finansowania [tyś. zł]					
EDUKACJA					
Udział	5%	5%	5%	5%	5%
Źródła finansowania [tyś. zł]					
SPORT					
Udział	2%	2%	2%	2%	2%
Źródła finansowania [tyś. zł]					
ROZRYWKA					
Udział	20%	20%	20%	20%	20%

Źródła finansowania [tyś. zł]					
POZOSTAŁE ELEMENTY PROGRAMU					
Udział	2%	2%	2%	2%	2%
Źródła finansowania [tyś. zł]					

Szczegółowe informacje dotyczące minimalnych udziałów głównych kategorii audycji w programie specjalizowanym o charakterze kulturalnym, nadawanym w kanale radia cyfrowego DAB+ pod nazwą „Radio Opole 2 Kultura” w poszczególnych latach obowiązywania niniejszej karty powinności, w rozbiciu na źródła finansowania, zawiera poniższa tabela.

	2020	2021	2022	2023	2024
KULTURA					
Udział	72%	72%	72%	72%	72%
Źródła finansowania [tyś. zł]					

Działania marketingowe

Strategia Spółki ukierunkowuje działalność marketingową na realizację celów sprzedażowych i planach promocji programu, ściśle determinowanych optymalizacją i racjonalnością budżetów, określonych przez plany finansowe Spółki. Nadrzędnym celem Radia będzie utrzymanie lub ewolucji parametrów słuchalności oraz zwiększenie liczby komercyjnych klientów i odbiorców usług radiowych. Bez względu na rodzaj parametru (zasięg, udział, średni czas słuchania, znajomość marki) audytorium Radia Opole dotychczas utrzymywało wysoką pozycję na tle stacji konkurencyjnych w Regionie, zarówno lokalnych jak i ogólnopolskich. Rozgłośnia dążyć będzie do utrzymania pozycji lidera wśród nadawców lokalnych i pozycjonowania w czołówce rankingu rozgłośni ogólnopolskich.

Działalność promocyjna

Głównym celem działalności marketingowej jest wzmocnienie przekazu programowego i wizerunku Radia Opole poprzez promocję programu radia, poszczególnych pasm programowych i prowadzących je wiodących dziennikarzy.

Działania marketingowe mają także wzmocnić abonamentowe jak i poza abonamentowe przychody Radia Opole, które służyć mają bieżącemu funkcjonowaniu radia i pozwalać na realizację ustawowych i statutowych zadań.

Działalność w tym zakresie sprowadza się do realizacji zadań z zakresu promocji i sprzedaży. Obydwa te obszary są ze sobą ściśle związane i winny być zawsze rozpatrywane łącznie, gdyż dzięki promocji radio jest bardziej rozpoznawalne, rośnie słuchalność i zasięg oddziaływania radia dzięki czemu zwiększona może być sprzedaż powiększająca przychody które wykorzystywane są do rozwoju radia.

W związku z powyższym strategia promocyjna na lata 2020-2024 obejmuje następujące działania:

- Prowadzenie kompleksowych akcji wizerunkowo – promocyjnych w mediach regionalnych i lokalnych oraz w mediach społecznościowych. Akcje te winny być ukierunkowane na zdefiniowaną grupę odbiorców programów Radia Opole oraz na grupę potencjalną stanowiącą docelowe poszerzenie audytorium stacji. Oczywiście zakres tych akcji zależy od posiadanych na ich realizację budżetów.

- Prowadzenie akcji wizerunkowych w największych miastach w województwie, ze szczególnym uwzględnieniem Opola. Wykorzystanie organizowanych w miastach imprez objętych patronatem medialnym Radia i przy pozostałych wydarzeniach kulturalno - społecznych, w szczególności festiwalach i przeglądach, które cyklicznie organizowane są w regionie.
- Wzmacnianie wizerunku Radia Opole poprzez angażowanie ekspertów w dziedzinie nauki, kultury, rozrywki itp.
- Tworzenie nowych cykli autorskich audycji radiowych mających na celu zainteresowanie ofertą programową nowych potencjalnych słuchaczy.
- Organizacja koncertów przez Spółkę, zarówno w Studio M Radia Opole jak i w zewnętrznych instytucjach zewnętrznych.
- Promocja radia nadawanego w technologii DAB+ o tematyce kulturalnej pn. KULTURA Radio Opole 2.
- Promocja pozostałych produktów Spółki tj. strona internetowa, sklep internetowy, działalność studyjna (nagraniowa), koncertowa.
- Działania w ramach społecznej odpowiedzialności firmy (CSR), w szczególności ukierunkowane na edukację medialną.

Powyższa działalność ma wpłynąć na utrzymanie audytorium stacji, a także na jego zwiększenie, co bezpośrednio wpływa na podstawę do realizacji efektywnej polityki handlowej Spółki.

Działalność handlowa.

Drugim obszarem działalności marketingowej jest sprzedaż reklamy, audycji sponsorowanych i pozostałych produktów Spółki, powiększające przychody finansowe Spółki, pozwalając sprawniej i skuteczniej realizować misję Radia Opole, zarówno w aspekcie antenowym, jak i poza antenowym.

Rynek reklamy radiowej w Regionie szacowany jest na ok. 2,5 – 2,7 mln pln, z czego udział Radia Opole wynosi ok. 50 % wartości rynku radiowego. Spółka planuje utrzymanie poziomu przychodów latach 2020-2024. Dostępne analizy, z racji dynamicznie zmieniającego się otoczenia, są już tylko krótkoterminowe i przewidują spadek rynku reklamy dla radia. Brak prognoz długoterminowych jest efektem nieprzewidywalności w sektorach wiodących, a mianowicie branży FMCG, farmaceutycznej i telekomunikacyjnej. Zmienia się także struktura rynku reklamy, maleją nakłady reklamowe na prasę i outdoor, na korzyść reklamy internetowej, w mediach społecznościowych oraz reklamy kinowej, zmniejsza się także dynamika przychodów z reklamy telewizyjnej i radiowej. Postępująca cyfryzacja nadawców, zwiększenie ilości stacji na rynku telewizyjnym i radiowym, powstanie nadawców i programów tematycznych powoduje większe rozproszenie budżetów reklamowych, zwiększanie wyjściowego poziomu rabatów, a tym samym obniżenie poziomu cen na rynku. W odpowiedzi na zachodzące zmiany, Radio wprowadziło nowy produkt – reklamę internetową, jednakże z uwagi na wciąż niską liczbę odsłon i użytkowników oraz brak statusu 'portalu internetowego', produkt ten nie stanowi jeszcze potencjału sprzedażowego w strukturze przychodów, a jest tymczasowo „dodatkiem” do realizowanych na zlecenie klientów kampanii reklamowych. Jako szansę na wzrost przychodów upatruje się sprzedaż kampanii ogólnopolskich przez brokerów, w tym przez Audytorium 17 Sp. Z o.o., spółkę powołaną przez 17 rozgłośni regionalnych radia publicznego.

Niepokojącym sygnałem dla wielkości przychodów Spółki w latach następnych jest 'wyprowadzanie' decyzyjności budżetowej (reklamowej) firm i instytucji poza granice województwa opolskiego (w szczególności dotyczy dużych Spółek o zasięgu ogólnopolskim i sieci handlowych) oraz coraz niższych budżetach promocyjnych samorządów, co niewątpliwie negatywnie odbija się na wielkości generowanych przychodów.

Na generowane przez Spółkę przychody z tytułu działalności marketingowej składają się następujące elementy: sprzedaż czasu reklamowego sprzedaż audycji sponsorowanych produkcja

reklamy i ogłoszeń płatnych, wynajem studiów nagraniowych, sprzedaż usług nagraniowych oraz organizacja koncertów (sprzedaż biletów, pozyskiwanie środków od sponsorów), sprzedaż licencji do audycji i fonogramów oraz sprzedaż wydawnictw i gadżetów. Podstawową i główną sferą działania jest jednak sprzedaż reklamy. Patrząc przez pryzmat naszych działań sprzedażowych w tym zakresie w ostatnich latach oraz analizując prognozy makroekonomiczne dotyczące ogólnych wskaźników i sytuacji gospodarczej regionu i kraju, trzeba stwierdzić, że rynek reklamy jest rynkiem bardzo trudnym. Wzrost udziału w rynku reklamy internetowej, a w szczególności reklamy videoinstream w mediach społecznościowych negatywnie odbija się na wielkości sprzedaży w segmencie lokalnych i regionalnych mediów, także stacji radiowych. Analizując poziom sprzedaży własnej Radia Opole w ostatnich 5 latach, zauważalny jest spadek przychodów z tytułu reklamy i audycji sponsorowanych. Negatywny trend w kwestii generowania przychodów w tych segmentach działalności może utrzymać się w kolejnych latach. Sytuacja ta jest wynikiem przede wszystkim pojawieniem się większej konkurencji na rynku radiowym (ilość podmiotów komercyjnych), przenoszenia się reklamy do internetu, w szczególności do mediów społecznościowych, gwałtownym spadkiem zainteresowania reklamą w publicznych mediach, małym zainteresowaniem samorządów w promocję radiową oraz nieznaną ilością naborów w programach unijnych i brakiem ukierunkowania tych projektów na promocję. Przeznaczenie mniejszej niż zwykle ilości środków celowych na promocję wynikające z konkretnych zapisów w programach unijnych również ma ujemny wpływ na wielkość generowanych przez Radio Opole przychodów z tytułu produkcji i emisji audycji sponsorowanych oraz reklamy spotowej bezpośrednio związanej z funduszami unijnymi.

Stałym problemem z którym bezskutecznie próbuje się mierzyć Opolszczyzna jest depopulacja, której ujemna dynamika prognozowana jest także w kolejnych latach. Niestety, wyludnianie naszego regionu wymiennie przekłada się nie tylko na ilość gospodarstw domowych (emigracja), ale również na poziom ich codziennych wydatków. Mniej zakupów (malejące przychody firm), to wolniejszy rozwój (mniejsze środki na inwestycje, innowacje, itp.) zarówno w ujęciu samego przedsiębiorstwa, jak i w skali podatkowej (wielkość płaconych podatków przeznaczanych na rozwój regionu). Mniejsza sprzedaż i kurcząca się ilość świadczonych usług, to często pierwszy krok do likwidowania stanowisk i/lub firm oraz gruntownej restrukturyzacji łącznie z likwidacją oddziałów, centralizacją zarządzania, przenoszeniem firm do innych regionów, itp. mniej przedsiębiorstw oraz ich kurczące się budżety, to i mniejsze potrzeby promocji, co bezpośrednio dotyczy generowanych przychodów przez Spółkę. Mniejsze przychody osiągane przez firmy wymuszają potrzebę oszczędności, która w pierwszej kolejności dot. wydatków na promocję. Minimalizowanie budżetów promocyjnych stanowi zmniejszenie wartości rynku reklamy w wyniku czego maleją możliwości pozyskania nowych klientów czy też utrzymania „starych”. Skutek: mniejsza ilość zleceń dla Radia, a więc i mniejsze przychody. Depopulacja jako stałe zjawisko rzutuje również na uczelnie wyższe, które zmuszone są zmniejszać budżety na reklamę ze względu na mniejsze zainteresowanie oferowanymi kierunkami. Mniejsza ilość studentów powoduje zamykanie niektórych kierunków. Mniej studentów to mniejsze dotacje oraz mniej środków generowanych przez studentów komercyjnych (zaocznych), co finalnie wymusza zmniejszenie nakładów na promocję przez uczelnie. W ostatnich dwóch latach można zauważyć znaczące zmniejszenie nakładów na promocję ponoszonych przez wyższe placówki oświatowe, co, pomimo aktywności handlowców Radia Opole, może okazać się trendem nieodwracalnym w kolejnych latach. Podobna sytuacja dotyczy spółek Skarbu Państwa i publicznych instytucji regionalnych.

Analizując uwarunkowania rynkowe należy również spojrzeć na przychody Spółki generowane na rynku reklamy ogólnopolskiej. Tutaj, co trzeba podkreślić mamy wyraźny wzrostowy trend generowanych przychodów ze współpracy z brokerem reklamy rozgłośni regionalnych Polskiego Radia, „Audytarium 17”, jednakże wartość generowanych przychodów znacząco odbiega wyników stacji komercyjnych i jest mocno niestabilna. Spółka A17 pełni głównie rolę podwykonawcy, a więc łącznika rozgłośni regionalnych z rynkiem ogólnopolskim, nie posiadając tym samym własnej grupy klientów. Inny problem, to potrzeba bycia konkurencyjnym na rynku ogólnopolskim, a więc stosowanie wysokich rabatów i sprzedaż reklamy na tymże rynku za relatywnie „małe pieniądze” porównywalne ze stosowanymi na rynku lokalnym ofertami pakietowymi zawierającymi zryczałtowany rabat.

Konkurencja którą stanowią pozostałe media w regionie, również wpływa na naszą sytuację. Szczególnie należy wspomnieć o rozgłośniach lokalnych, których udział w rynku słuchalności stale rośnie ze względu na oferowany „lekki” rozrywkowy program oraz poszerzanie ich zasięgu technicznego. Zauważmy, że ze względu na misję nadawcy publicznego, zobligowani jesteśmy do produkcji i emisji nie zawsze atrakcyjnych w formie i treści pozycji antenowych, które bezpośrednio przekładają się na atrakcyjność kontentu i słuchalność. Zwykle słuchacz szuka oferty przyjemnej, towarzyszącej, zabarwionej atrakcyjnymi wartościowo konkursami, co może powodować niestety zmianę częstotliwości.

Tabela. Analiza SWOT dla działalności reklamowej Radia Opole

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
<ul style="list-style-type: none"> – Ugruntowana pozycja w badaniach słuchalności – Relatywnie tani instrument reklamy w stosunku do pozostałych nośników (niski koszt dotarcia do jednej osoby (CPP)) – Wiarygodne źródło informacji (także przekazów reklamowych) – Możliwość dotarcia z przesłaniem do obszarów, do których nie docierają inne media – Prestiż, wizerunek, opiniotwórczość – Korzystna oferta cenowa dla lojalnych (stałych) reklamodawców 	<ul style="list-style-type: none"> – Pasywny ze względu na rolę, zasięg i lokalizację udział w ogólnopolskim rynku reklamy (ujemna dynamika) – Relatywnie wysoka oferta cenowa w stosunku do konkurencji stosującej ceny dumpingowe – Niekorzystna struktura gospodarcza regionu i wynikające z niej słabości rynku regionalnego – Najmniejszy region o słabym potencjale biznesowym ulokowany między dwiema aglomeracjami – Depopulacja mieszkańców – Ograniczone medium reklamy elektronicznej w porównaniu do innych mediów regionalnych

SZANSE	ZAGROŻENIA
<ul style="list-style-type: none"> – Wykorzystywanie ugruntowanej pozycji rozgłośni na rynku regionalnym – Spadek atrakcyjności prasy codziennej jako nośnika przekazu reklamowego – Uatrakcyjnienie pod względem zwiększenia audytorium dodatkowych pasm czasowych generujących dodatkowe przychody – Rozwój atrakcyjności gospodarczej - nowi inwestorzy (park technologiczny, sfera ekonomiczna) – Utrzymanie poziomu udziału w atrakcyjnych segmentach audytorium – Właściwe rozpoznanie i powiązanie potrzeb reklamodawców z charakterem oferty programowej – Tworzenie specjalnych warunków współpracy (ofert) dla kampanii długoterminowych – Pośredniczenie w organizacji kampanii ogólnopolskich – Zwiększanie potencjału witryny www, tym samym zwiększenie szans na sprzedaż reklamy internetowej – monetyzacja www.radio.opole – Monetyzacja anteny Radio Opole 2 (DAB+), warunek – opracowanie badań słuchalności celem określenia potencjału programu 	<ul style="list-style-type: none"> – Większa konkurencja na regionalnym i lokalnym rynku radiowym – Spadkowy trend w badaniach słuchalności we wskaźniku: zasięg dzienny, estymacja na populację) – Recesja gospodarcza, ograniczanie ekspansji przedsiębiorstw – Pogłębiająca się dekonjunktura na rynku reklamy dla mediów publicznych – Śladowy udział reklamy spółek Skarbu Państwa w rozgłoszeniach regionalnych PR – Wzrost udziału alternatywnych instrumentów reklamy (Internet, reklama kinowa, media społecznościowe) – elastyczna polityka rabatowa innych mediów reklamowych oraz radiowych (przede wszystkim ogólnopolskich) – Zwiększanie atrakcyjności i agresywności sieci radiowych w absorbowaniu reklamy ogólnopolskiej – Zmiany ustawowe zmieniające warunki działalności reklamowej – Słaba pozycja rynkowa brokera reklamy rozgłośni regionalnych PR – Ogólna tendencja spadkowa w wydatkach na reklamę w regionie – Dynamicznie zmieniający się charakter kampanii (długość, ilość spotów dziennie itd.) – Przenoszenie centrali największych firm do większych miast i do innych regionów

Planując rozwój Radia Opole trzeba wziąć pod uwagę obecną i potencjalną konkurencję, a także zadania stawiane przed regionalnymi rozgłoszeniami publicznymi. W tej chwili lokalna radiofonia publiczna ma dwóch głównych konkurentów:

- Prywatne ogólnopolskie rozgłoszenie radiowe proponujące silnie komercyjny program oparty na muzyce pop, przewadze infotainmentu nad twardą informacją (ze szczątkowym udziałem informacji o charakterze regionalnym), płaceniem za sensacyjne informacji niezwykle kosztownym marketingiem w postaci wysokich finansowych nagród dla słuchaczy.

- Prywatne stacje lokalne, zwykle silnie sformatowane (na przykład format „złote przeboje), często zsieciovane, opierające swoją ofertę na muzyce adresowanej do niewybrednego odbiorcy (na przykład disco polo) z mniejszą lub większą ilością materiałów informacyjnych (często nieobiektywnych z racji uzależnienia lokalnych stacji od reklam nadawanych przez lokalne samorządy).

W województwie opolskim konkurencją dla Polskiego Radia Opole są: stacje Grupy Agora, Radio Park obejmujące Kędzierzyn-Koźle i Brzeg, Radio Nysa oraz Radio Vanessa z Raciborza obejmujące także Krapkowice.

Mając na uwadze konieczność spełnienia przez Radio Opole założeń misyjnych i brak możliwości ścigania się z konkurencją na jej polu (wysokie nagrody dla słuchaczy czy obniżenie poziomu oferty muzycznej), wydaje się, że należy postawić na ten element, który jest w przypadku konkurencji najszabszy: rzetelną i rozbudowaną informację lokalną w rozumieniu informacji dotyczącej nie tylko tematyki regionalnej, ale także powiatowej i gminnej.

Znaczącym krokiem w poszerzaniu oferty antenowej Radia Opole jest uruchomienie od stycznia 2019 roku programu tematycznego stricte kulturalnego nadawanego w technologii DAB+ pn. KULTURA Radio Opole 2.

Dodatkowe informacje dotyczące metody przypisywania przychodów i związanych z nimi kosztów w odniesieniu do działalności misyjnej oraz pozostałej działalności (Art. 21a ust.4).

Zasady prowadzenia dokumentacji związanej z zasadami (polityką) rachunkowości na podstawie zapisów zawartych w art. 31a ustawy o radiofonii i telewizji oraz zasad ujmowania przychodów i kosztów odrębnie do działalności misji publicznej wymienionej w art.21 ust.1 ustawy o RTV jak i działalności pozostałej.

- 1) Za misję (działalność misyjną) realizowaną przez Radio Opole S.A., uważa się, zgodnie z art. 21 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, oferowanie na zasadach określonych w ustawie o RTV, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom zróżnicowanych programów i innych usług w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważaniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.¹
- 2) Koszty i wydatki, które Radio Opole S.A. poniosłoby w sytuacji zaprzestania prowadzenia działalności komercyjnej, a w szczególności pozyskiwania zleceń reklamowych oraz sponsorskich, wykazuje jako koszty lub wydatki związane z zadaniami misyjnymi.
- 3) Za przychody nie związane z działalnością komercyjną uważa się w szczególności:
 - Środki przyznawane przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji (abonament)
 - Otrzymane dotacje, darowizny, subwencje lub inne do finansowania, które przeznaczone są na realizację misji określonej w art. 21 ust. 1 ustawy o RTV, w tym wszelkiego rodzaju dofinansowania związane z zakupem rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych służących misji.

Powyższe przychody stanowią źródło finansowania misji, określonej w art.21 ust. 1 ustawy o RTV.

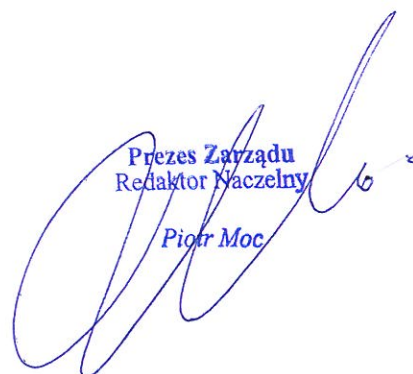
- 4) Koszty działalności komercyjnej, których utrzymanie nie byłoby konieczne są ewidencjonowane na wytypowanych kontach analitycznych.
- 5) Koszty funkcjonowania wyodrębnionej organizacyjnie komórki odpowiedzialnej za promocję Radia, są ponoszone na rzecz upowszechniania i promocji działalności misyjnej.

¹ Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (tekst jednolity) Dz.U. z 2001 r. Nr 101, poz 1114, z późn. zm.)

W celu zapewnienia przejrzystości zasad ewidencji przyjmuje się, że przez tworzenie i rozpowszechnianie programów regionalnych, realizowanych w ramach misji rozumie się w szczególności:

- Tworzenie wiarygodnej, szybkiej i jak najpełniejszej informacji regionalnej typu dziennikarskiego i specjalistycznego,
 - Prowadzenie wszechstronnej działalności transmisyjnej i relacyjnej, która gwarantuje słuchaczom szybką, aktualną informację o najważniejszych wydarzeniach w regionie i pozwoli w nich uczestniczyć,
 - Porządkowanie i poszerzanie wiedzy o najistotniejszych sprawach regionu,
 - Tworzenie forum wymiany myśli, poglądów i zapatrywań różnorodnych środowisk i ludzi zamieszkujących region,
 - Promowanie oryginalnej, rodzinnej działalności kulturowej użytecznej społecznie,
 - Umożliwienie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykorzystanie prawa do kontroli i krytyki społecznej,
 - Służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego, w tym prezentowanie na antenie Radia Opole, m. in. poprzez realizację audycji o dorobku kulturowym i artystycznym,
 - Respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki
 - Służenie umacnianiu rodziny,
 - Służenie kształtowaniu postaw prozdrowotnych,
 - Służenie zwalczaniu patologii społecznych, uwzględnianie potrzeb mniejszości narodowych i grup etnicznych,
 - Umożliwienie naczelnym organom państwowym bezpośredniej prezentacji oraz wyjaśnienia polityki państwa,
 - Stworzenie partiom politycznym, ogólnokrajowym związkom zawodowym i związkom pracodawców możliwości przedstawienia stanowiska w węzłowych sprawach publicznych,
 - Zapewnienie partiom politycznym i innym organizacjom uczestniczącym w wyborach do Sejmu, Senatu i samorządu terytorialnego możliwości rozpowszechniania audycji wyborczych.
- 6) W ramach kosztów tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych wykazuje się także koszty związane z organizacją programów/ audycji z udziałem publiczności/ spotkania plenerowe i studyjne/ w sytuacji gdy na antenie Radia Opole prowadzona jest działalność relacyjna z tych spotkań lub gdy w ich wyniku powstają audycje emitowane na antenie Radia posiadające cechy wymienione powyżej. Zalicza się tu również koszty produkcji i rejestracji nagrań archiwalnych, które z założenia nie są wykorzystywane do działalności handlowej, a które służą prezentowaniu na antenie Radia dorobku kulturowego i artystycznego.
- 7) Ustala się zasadę, iż odpowiedzialną za poniesienie kosztów i/lub wydatku jest osoba zatwierdzająca pod względem merytorycznym dokument źródłowy potwierdzający poniesienie kosztu i/lub wydatku. Osoba ta odpowiada również za właściwe zaklasyfikowanie kosztu tj. prawidłowy opis dokumentu źródłowego potwierdzającego poniesienie kosztu i/lub wydatku ze wskazaniem „koszty i/lub wydatki misyjne” lub „koszty i/lub wydatki komercyjne”. W sytuacji, gdy zachodzi wątpliwość co do właściwej klasyfikacji kosztu, zasięga się opinii Głównego Księgowego lub osoby komórki właściwej dla spraw ekonomicznych Radia, co do poprawności klasyfikacji kosztu i/lub wydatku.

- 8) Jeżeli regulowane należności lub zobowiązania dotyczą zarówno działalności misyjnej jak i komercyjnej dopuszcza się możliwość ich odpowiedniego rozdzielenia na działalność komercyjną i misyjną, wg obowiązujących na podstawie niniejszego opracowania zasad. Rozdzielenie to dokonywane jest za pomocą odpowiedniego dekretu na dokumencie księgowym lub za pomocą dokumentu wewnętrznego PK, przez Głównego Księgowego lub osobę przez niego wyznaczona.
- 9) W sytuacji pozyskania dofinansowania, ze środków publicznych, jakiegokolwiek działalności Radia Opole kierownik komórki organizacyjnej lub osoba przez niego wyznaczona odpowiada za:
- Sporządzenie kosztorysu związanego z realizowanym przedsięwzięciem,
 - Sprawdzanie poprawności rejestracji dokumentów źródłowych,
 - Okresowe, jednak nie rzadziej niż raz w miesiącu sprawdzanie poprawności opisywania dokumentów źródłowych,
 - Sporządzanie w porozumieniu z komórkami organizacyjnymi właściwymi ds. finansowych Radia, nie rzadziej niż na koniec kwartału, finansowego rozliczenia i przedłożenie go do akceptacji.


Prezes Zarządu
Redaktor Naczelny
Piotr Moc

KARTA POWINNOŚCI na lata 2020 - 2024 - część finansowa - Załącznik Nr 1

Koszty tworzenia i rozpowszechniania oraz źródła finansowania programu regionalnego.

	ROK														
	2020			2021			2022			2023			2024		
	KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA KRRIT	WŁASNE	KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA KRRIT	WŁASNE	KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA KRRIT	WŁASNE	KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA KRRIT	WŁASNE	KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA KRRIT	WŁASNE
Program regionalny	14 150 000,00	13 070 000,00	1 080 000,00	14 900 000,00	13 410 000,00	1 490 000,00	15 310 000,00	13 779 000,00	1 531 000,00	15 770 000,00	14 193 000,00	1 577 000,00	16 245 000,00	14 620 500,00	1 624 500,00
Dab+	550 000,00	450 000,00	100 000,00	600 000,00	540 000,00	60 000,00	630 000,00	567 000,00	63 000,00	650 000,00	585 000,00	65 000,00	670 000,00	603 000,00	67 000,00
INNE MISYJNE USŁUGI															
Nowe Media	350 000,00	300 000,00	50 000,00	370 000,00	333 000,00	37 000,00	400 000,00	360 000,00	40 000,00	420 000,00	378 000,00	42 000,00	440 000,00	398 000,00	44 000,00
BCMP															
PLANOWANE INWESTYCJE- nazwa przedsięwzięcia															
Rozwój infrastruktury IT - zasoby serwerowe i dyskowe	250 000,00	225 000,00	25 000,00	80 000,00	70 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00	80 000,00	70 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00
Rozwój infrastruktury IT - sieć komputerowa	40 000,00	35 000,00	5 000,00	60 000,00	50 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00	40 000,00	35 000,00	5 000,00	0,00	0,00	0,00
Rozwój infrastruktury IT - oprogramowanie produkcyjne i emisyjne	70 000,00	60 000,00	10 000,00	70 000,00	60 000,00	10 000,00	70 000,00	60 000,00	10 000,00	70 000,00	60 000,00	10 000,00	70 000,00	60 000,00	10 000,00
Modernizacja infrastruktury IT - zasoby komputerowe	0,00	0,00	0,00	60 000,00	50 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00	60 000,00	50 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00
Rozwój infrastruktury AUDIO - emisja i ciągłość utrzymania	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00
Modernizacja infrastruktury AUDIO - pomieszczenia i produkcja artystyczna	280 000,00	250 000,00	30 000,00	100 000,00	80 000,00	20 000,00	0,00	0,00	0,00	100 000,00	80 000,00	20 000,00	0,00	0,00	0,00
Rozwój zasobów telekomunikacyjnych i teletransmisyjnych	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00
Rozwój infrastruktury WIDEO - nowe media	100 000,00	80 000,00	20 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Modernizacja centralnej klimatyzacji i ogrzewania	400 000,00	350 000,00	50 000,00	400 000,00	350 000,00	50 000,00	400 000,00	350 000,00	50 000,00	400 000,00	350 000,00	50 000,00	400 000,00	350 000,00	50 000,00
Utrzymanie infrastruktury związanej z bezpieczeństwem: ACC, P. Włom, P. Poz	50 000,00	40 000,00	10 000,00	40 000,00	30 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00	40 000,00	30 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00
Rozwój infrastruktury transmisyjnej - wazy transmisyjne, reporterskie, wideo	0,00	0,00	0,00	350 000,00	300 000,00	50 000,00	100 000,00	80 000,00	20 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Modernizacja studiów pod kątem prowadzenia kolejnych programów w technologii DAB+	100 000,00	90 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inwestycje modernizacyjne- odtworzeniowe															
Remont elewacji budynku Rozgłośni przy ul. Strzelców Bytomskich	380 000,00	342 000,00	38 000,00	350 000,00	315 000,00	35 000,00	350 000,00	315 000,00	35 000,00	350 000,00	315 000,00	35 000,00	350 000,00	315 000,00	35 000,00
Wymiana ciągów kanalizacyjnych w budynku Rozgłośni przy ul. Strzelców Bytomskich	350 000,00	315 000,00	35 000,00	300 000,00	270 000,00	30 000,00	200 000,00	180 000,00	20 000,00	200 000,00	180 000,00	20 000,00	200 000,00	180 000,00	20 000,00

Prezes Zarządu
Redaktor Naczelny

Piotr MDC

KARTA POWINNOŚCI NA LATA 2020 – 2024 / Załącznik Nr 2**PLAN NAKŁADÓW INWESTYCYJNYCH**

Dobre funkcjonowanie rozgłośni radiowej w świecie pełnym technologicznych nowości stanowiących dla większości społeczeństwa normalne narzędzia pracy i rozrywki, uzależnione jest od podążania za technologicznymi trendami, które w dużej mierze stymulują lub mogą ograniczać rozwój nowoczesnych form radiowych. W Radiu Opole jesteśmy tego świadomi i dlatego od wielu lat prowadzimy skrupulatne działania ukierunkowane na stały rozwój i bieżące unowocześnianie naszego zaplecza technicznego. Należy pamiętać, że finansowanie wprowadzania nowych rozwiązań technicznych i modernizacji naszego zaplecza technicznego ze środków własnych czy też pozyskanych ze źródeł komercyjnych, a zwłaszcza z rynku reklam jest bardzo trudne. Zadania i kierunki rozwoju niezależne od typu realizowanego programu związane są generalnie z rozwojem i utrzymaniem posiadanej infrastruktury technicznej. W latach 2020 – 2024 kierunki rozwoju przedstawiają się następująco:

Rozwój infrastruktury IT – zasoby serwerowe i dyskowe

Rozwój technologii stosowanych do produkcji radiowej od kilkunastu lat oparty jest na pracy komputerów oraz innych elementów typowej infrastruktury IT. Należy zwrócić uwagę, że w dzisiejszym świecie każda rozgłośnia jest na swój sposób multimedialna z dostarczaniem dodatkowej treści (audio, wideo, podcasty, strumienie, zdjęcia, filmy, transmisje, portale społecznościowe). By te wszystkie dodatkowe treści były właściwie procesowane, niezbędna jest szybka i pojemna infrastruktura serwerowo-macierzowa. Obecnie eksploatowana ma 12 lat i nie posiada już wsparcia technicznego.

Szacowany termin realizacji i koszt – lata 2020-2021 – wydatki na poziomie ok. 250 tys. zł (łącznie 2 lata), lata 2023 – wydatki na poziomie 80 tys. zł (1 rok).

Rozwój infrastruktury IT – sieć komputerowa

Najnowsze technologie stosowane w rozwiązaniach „audio” coraz częściej przenoszą się z tradycyjnych łączy kablowych do sieci komputerowej, warto tu wspomnieć o coraz powszechniej stosowanym również w Radiu Opole standardzie DANTE. Rozwój multimediiów, realizacje przekazów wideo i innych usług multimedialnych powoduje coraz większy ruch w sieci komputerowej. Sieć ta z jednej strony musi być coraz szybsza, z drugiej bardzo wydajna, musi być jednocześnie zbudowana w sposób umożliwiający łatwą zmianę jej topologii, tak aby dostosowanie jej do zmieniających się potrzeb było łatwe i mało kłopotliwe.

Szacowany termin realizacji i koszt – rok 2020-2021 – wydatki na poziomie ok. 100 tys. zł, rok 2023 - wydatki na poziomie 40 tys. zł (1 rok).

Rozwój infrastruktury IT – oprogramowania produkcyjne i emisyjne

Oprogramowanie Jutel RadioMan jako podstawa produkcji i emisji programu będzie nadal rozwijane w zakresie ilości posiadanych licencji oraz nowych funkcjonalności. Nadal konieczne będzie wykupywanie pakietów wsparcia producenckiego dla systemu RadioMan gwarantującego natychmiastową pomoc dla każdego problemu napotkanego podczas eksploatacji systemu.

Szacowany termin realizacji i koszt – 2020 – 2024 – wydatki na poziomie ok. 70 tys. zł rocznie (350 tys. zł łącznie 5 lat).

Modernizacja infrastruktury IT – zasoby komputerowe

Rozgłośnia radiowa to także stacje komputerowe wykorzystywane w produkcji radiowej oraz inne oprogramowania zapewniające ciągłość działania firmy. W tej chwili w Rozgłośni pracuje ponad 160 stacji roboczych (komputerów), które na co dzień również pracują na rzecz programu jednak nie zawsze uczestniczą bezpośrednio w produkcji radiowej (część biurowa, administracyjna, promocyjna).

Szacowany termin realizacji i koszt – rok 2021 – wydatki na poziomie ok. 60 tys. zł, rok 2023 – wydatki na poziomie ok. 60 tys. zł.

Rozwój infrastruktury AUDIO – emisja i ciągłość jej utrzymania

Zmodernizowane w ostatnich latach stanowiska emisyjne A i B są aktualnie stanowiskami spełniającymi wszystkie stawiane przed nimi oczekiwania. Nie znaczy to oczywiście, że należy zaprzestać inwestycji w te stanowiska – tutaj, podobnie jak w przypadku komputerów – ciągłe inwestowanie w drobne elementy wyposażenia pozwoli na utrzymanie wysokiego poziomu nowoczesności i niezawodności, a jednocześnie ich utrzymanie nie będzie wymagało dużych nakładów finansowych w przypadku ewentualnych napraw.

Szacowany termin realizacji i koszt – lata 2020-2024 – wydatki na poziomie ok. 20 tys. zł (100 tys. zł łącznie 5 lat).

Rozwój infrastruktury AUDIO – produkcja bieżąca i artystyczna

Utrzymanie zespołów produkcyjnych w ciągłej sprawności i na wysokim poziomie nowoczesności wymaga ciągłego inwestowania w drobne elementy wyposażenia i podobnie jak w przypadku studiów emisyjnych z punktu widzenia finansowego nie potrzeba na utrzymanie wydawać jednorazowo dużych środków. Wyjątkiem jednak jest zespół produkcyjny „M”, inaczej „studio muzyczne” służące generalnie do nagrań muzycznych ale też do realizacji programów (koncertów, debat, spotkań z gośćmi) z większą ilością osób. Dalszy rozwój studia uzależniony jest od wizji i pomysłu na funkcjonowanie takiego elementu na rynku. Koszty zakupu sprzętu i oprogramowania koniecznych do modernizacji są bardzo wysokie i prawdopodobnie nigdy się nie zwrócą. Pozostaje aspekt marketingowy i wizerunkowy posiadania studia nagrań przez nadawcę publicznego. Na dzień dzisiejszy po kilku modernizacjach i zmianach wyposażenia studio ponownie nagrywa – dalsze modernizacje i rozwój są do określenia po przyjęciu przez Zarząd Spółki sposobu dalszego wykorzystania studia „M”. Szacowany termin realizacji i koszt – lata 2020-2021 – wydatki na poziomie ok. 380 tys. zł (łącznie 2 lata).

Rozwój infrastruktury AUDIO – telekomunikacja i teletransmisja

Najbliższe lata to dalsze coraz większe wykorzystanie Internetu do potrzeb realizacji programu radiowego. Internet to przecież duża sieć komputerowa, którą po zastosowaniu odpowiednich technologii można z powodzeniem użyć do potrzeb radia. Przewidywane są zatem nakłady na zakup kolejnych kodeków ale też innych elementów i programów komputerowych pozwalających na wykorzystanie Internetu w terenie oraz w wozach transmisyjnych.

Szacowany termin realizacji i koszt – lata 2020-2024 – wydatki na poziomie ok. 20 tys. zł rocznie (łącznie 100 tys. zł 5 lat).

Rozwój infrastruktury WIDEO – nowe media

W Radiu Opole przez ostatnich kilka lat udało się studia emisyjne zamienić nieco w studia radiowo-telewizyjne. Zainstalowane zostały kamery pozwalające na zmianę planów, zmieniona została scenografia studia, zainstalowane zostało dodatkowe oświetlenie telewizyjne. W reżyserkach zainstalowane zostały miksery wizyjne umożliwiające „prawdziwą” realizację przekazu wideo. W połączeniu z nowoczesną technologią streamingu powstał produkt w postaci pełnowartościowego kanału telewizyjnego dostępnego wyłącznie w sieci internetowej. Dalszy rozwój ma ogromne znaczenie w pozyskiwaniu nowych odbiorców oraz dostarczania im coraz bogatszej treści.

Szacowany termin realizacji i koszt – rok 2020 – wydatki na poziomie ok. 100 tys. zł (łącznie 1 rok).

Utrzymanie infrastruktury centralnej klimatyzacji, ogrzewania

Utrzymanie właściwych warunków klimatycznych do pracy dla pracowników, ale także kluczowego sprzętu stanowi podstawę funkcjonowania każdej współczesnej firmy. Koszt remontu

w zależności od skali przedsięwzięcia i ilości wykrytych nieprawidłowości może wynosić od kilkudziesięciu do nawet miliona złotych, jednak warto te pieniądze zainwestować chociażby ze względu na możliwość zoptymalizowania kosztów energii elektrycznej, będącej ważną pozycją w budżecie Spółki (a cały system klimatyzacyjny, również ogrzewanie, zasilany jest wyłącznie elektrycznie).

Szacowany termin realizacji i koszt – lata 2020-2021 – wydatki na poziomie ok. 800 tys. zł – 1 mln zł (łącznie 2 lata).

Rozwój i utrzymanie infrastruktury związanej z zabezpieczeniem elektronicznym obiektów Radia Opole – ACC, P.Włam., P.Poż.

Rozgłośnia podlega szczególnym przepisom o ochronie osób i mienia. Na terenie Rozgłośni wykorzystywane są systemy służące do kontroli dostępu, monitoringu telewizyjnego, system informowania o włamaniach oraz sygnalizacji pożaru. Na kolejne lata należy zaplanować wymianę systemu sygnalizacji włamania. Obecnie stosowany system jest przestarzały i co najgorsze coraz trudniej naprawialny. W przypadku odstąpienia od modernizacji przy najbliższej poważnej awarii system może ulec nienaprawialnemu uszkodzeniu.

Szacowany termin realizacji i koszt – lata 2020-2021 – wydatki na poziomie ok. 90 tys. zł (łącznie 2 lata).

Rozwój infrastruktury transmisyjnej – wozy transmisyjne, reporterskie, wizyjne

Nowością w Rozgłośni wydaje się potrzeba zbudowania wozu wizyjnego. Powinien to być wóz pozwalający na realizację przekazu wideo z terenu. W przypadku wozów reporterskich i transmisyjnych wymagane jest, podobnie jak w przypadku studiów emisyjnych i produkcyjnych, ciągłe inwestowanie w sprzęt i wyposażenie. Takie podejście gwarantuje utrzymanie sprzętu na najwyższym poziomie technicznym, a jednocześnie minimalizuje jednorazowe wydatki na jego utrzymanie.

Szacowany termin realizacji i koszt – 2021-2022 – wydatki na poziomie ok. 450 tys. zł (łącznie 2 lata).

Rozwój infrastruktury transmisyjnej – wozy transmisyjne, reporterskie, wizyjne

Wraz z planowanym rozwojem sieci pokrycia technologicznego cyfrowego systemu DAB+, kluczowe jest określenie potrzeb programowych, nowych audycji, ramówek, kanałów docierających do jak najszerszego grona odbiorców w systemie cyfrowym. W przypadku uzyskania możliwości pojawienia się dodatkowych programów na multipleksach, niezbędne jest dopasowanie infrastruktury do nowych programów.

Szacowany termin realizacji i koszt – 2020 – wydatki na poziomie ok. 100 tys. zł (łącznie 1 rok).

Wszystkie koszty założono w cenach netto, terminy realizacji są bardzo orientacyjne w związku z niepewnością finansowania oraz bieżącymi potrzebami i możliwościami realizacji poszczególnych zadań. W zależności od typów i ilości realizowanych przez Radio Opole programów radiowych pojawiają się zadania, których realizacja wymaga indywidualnego podejścia. Związane jest to z dopasowaniem potrzeb pod konkretne wymagania programu jako całości ale też programu jako poszczególnych ramówek czy wręcz audycji. Tutaj planowanie długoterminowe w zakresie rozwoju infrastruktury technicznej musi być poprzedzone określeniem celów programowych, wtem można będzie z dużą dokładnością dopasować potrzeby technologiczne do potrzeb programowych.

Prezes Zarządu
Redaktor Naczelny

Piotr Mac