

Łódź, kwiecień 2020 r.

**Polskie Radio – Regionalna Rozgłośnia w Łodzi
„Radio Łódź” Spółka Akcyjna**



**Projekt Karty Powinności
nadawcy publicznego
na lata 2020 – 2024**

MODYFIKACJA Z DNIA: 31.03.2022

I. „Radio Łódź” S.A. – regionalny nadawca publiczny

„Radio Łódź” S.A. jest jedną z 17 rozgłośni regionalnych publicznego radia, działającą na terenie centralnej Polski w formie jednoosobowej spółki Skarbu Państwa, na podstawie Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych oraz ustawy z dnia 22 czerwca 2016 r. o Radzie Mediów Narodowych. Obejmuje zasięgiem nadawania województwo łódzkie zamieszkałe przez ponad 2,5 mln osób, potencjalnych słuchaczy.

Radio Łódź jest najstarszą rozgłośnią radiową w regionie łódzkim, jako jedyna w tym regionie realizuje misję nadawcy publicznego, opisaną w obowiązujących aktach prawnych dotyczących radiofonii publicznej, w tym Ustawie o radiofonii i telewizji oraz rozporządzeniach Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

Radio Łódź, powołane do wypełniania ustawowej misji, jednocześnie funkcjonuje w otoczeniu konkurencji rynkowej. To lokalne radia komercyjne, rozgłośnie ponadregionalne i sieciowe, ogólnopolskie stacje radiowe, radia internetowe, portale i serwisy internetowe.

Lokalny rynek radiowy jest bardzo rozbudowany. W samej Łodzi jest kilkanaście stacji radiowych, a w regionie – silni nadawcy lokalni: w Sieradzu, Wieluniu, Piotrkowie Trybunalskim, Bełchatowie, Tomaszowie Mazowieckim, Skierniewicach i w Łowiczu. Mimo wyczerpujących się możliwości nadawania analogowego, Radiu Łódź przybyła konkurencja radiowa w Łodzi (Radio Wnet), w Kutnie (Radio Q), swój zasięg o częstotliwość w Opocznie poszerzyło łódzkie Radio Parada, a do rozstrzygnięcia przez KRRiT pozostaje konkurs ofert na radio o charakterze sportowo-muzycznym w Tomaszowie Mazowieckim. Do tego możliwe są zmiany właścicielskie wśród nadawców i rozwój radiofonii cyfrowej, w tym rozstrzygnięcie konkursu na lokalny multipleks DAB+ w Łodzi.

Radio Łódź jest rozgłośnią regionalną publicznego radia, co określa model programowy oraz odbiorców – służy społeczeństwu, dostarcza program radiowy o najwyższych standardach, kierując się zasadami rzetelności dziennikarskiej i uczciwości, wykorzystując nowoczesne technologie radiowe i internetowe. W dobie postępującego procesu konwergencji mediów Radio Łódź korzysta z nowych form świadczenia usług audialnych, z którymi musi konkurować tradycyjna radiofonia. Zwłaszcza, że pozwalają one dopasować przekaz do indywidualnych preferencji odbiorców. A radio musi odpowiadać na ich oczekiwania.

Prawie 90-letnia tradycja łódzkiej rozgłośni zobowiązuje do realizacji misji na najwyższym poziomie, wykorzystując tradycyjne metody dostarczania sygnału radiowego, zalety emisji cyfrowej w systemie DAB+, i tworząc przekaz w przestrzeni internetowej zgodnie z oczekiwaniami społecznymi wynikającymi z Ustawy o radiofonii i telewizji. Wartościami Radia Łódź są standardy etyczne, profesjonalizm, zaangażowanie w sprawy regionu, wysoka jakość audycji, realizacja tradycyjnego programu radiowego oraz dostarczania informacji w postaci tekstowej i wizualnej poprzez narzędzia internetowe, media społecznościowe oraz podcasty.

Strategią na najbliższe lata będzie realizacja misji w odniesieniu do rzeczywistych potrzeb słuchaczy, jak również zróżnicowanie oferty programowej z uwzględnieniem czynników demograficznych. Biorąc pod uwagę procesy starzenia się społeczeństwa i wyludniania miast, chyba najbardziej odczuwalne w stolicy regionu Łodzi, konieczne jest poszukiwanie nowych grup odbiorców, w tym poszerzenie dzisiejszej grupy docelowej „35+” o młodszych słuchaczy oraz dostosowanie formy programu do zmieniającego się modelu życia, na bardziej aktywny, i sposobu wykorzystania przez słuchaczy czasu wolnego, co wpływa na sposób słuchania radia i oczekiwania wobec niego.

W najbliższych latach Radio Łódź chce wyróżniać się spośród wszystkich stacji nadających w regionie:

- rzetelnością, wiarygodnością i różnorodnością przekazywanych informacji,
- obok funkcji informacyjnej, także kulturotwórczym, edukacyjnym, poradniczym i wreszcie rozrywkowym charakterem programu,
- pełnieniem roli radia obywatelskiego,
- realizowaniem ambitnych form radiowych (słuchowisk, audiobooków, reportaży, koncertów) z zachowaniem zasady komplementarności,
- produkcją audycji przyciągających masowego odbiorcę, obok programów specjalistycznych.

Przed Radiem Łódź stoi także wyzwanie i obowiązek dokończenia procesu digitalizacji zasobów archiwalnych, a następnie udostępnienie ich słuchaczom, dla których hasło „Radio Łódź moim radiem” nie będzie tylko przebrzmiałym sloganem.

Siedziba rozgłośni mieści się w Łodzi, radio ma także studio terenowe w Sieradzu, skąd od 2016 roku „rozszywa” program regionalny na pasmo lokalne dla Sieradza, Wielunia i Wieruszowa. W latach 2020-2024, które obejmuje projekt Karty Powinności, spółka planuje otworzyć nowe studio terenowe i uruchomić kolejne rozszycie programu w oparciu o zarezerwowane częstotliwości w Piotrkowie (106,7 MHz), To pozwoli spółce realizować projekt rozszycia lokalnych pasm programowych.

Radio Łódź prowadzi politykę programową uczestnicząc w życiu publicznym mieszkańców Łodzi i regionu łódzkiego. Dla wielu z nich jest źródłem informacji, miejscem wymiany poglądów pomiędzy obywatelami, władzą samorządową i rządową oraz organizacjami społecznymi i pozarządowymi. Rzetelnie i bezstronnie kształtuje i prezentuje opinie na temat zjawisk i wydarzeń zachodzących w Łodzi, regionie łódzkim, w kraju i na świecie. Promuje kulturę, edukację i rozrywkę na wysokim poziomie, dbając przy tym o własny wizerunek – rozgłośni wiarygodnej, opiniotwórczej, popularnej i nowoczesnej. Kieruje się zasadami etyki dziennikarskiej i odpowiedzialności za słowo. Dbą o kulturę wypowiedzi i poprawność językową.

Współpracuje z wieloma środowiskami, wspiera liczne wydarzenia i lokalne inicjatywy, które zapewniają rozwój regionu i jego mieszkańców. Dla Radia Łódź ważna jest też dbałość o tożsamość rozgłośni, tradycję i historię łódzkiej radiofonii. Radio działa na rzecz kultury i propagowania twórczości regionalnej i muzyki, dbałości o język polski, integracji społecznej i przeciwdziałania wszelkim wykluczeniom, w tym osób starszych i z niepełnosprawnościami. Promuje nowe technologie, informuje o procesach zachodzących w gospodarce, w biznesie,

jak również propaguje przedsięwzięcia dostosowane do wymogów cywilizacyjnych i technologicznych XXI wieku.

Radio Łódź, w ramach pełnionej misji nadawcy publicznego, w szczególny sposób wspiera lokalne autorytety życia publicznego: nagłaśnia i rozwiązuje problemy społeczne, reprezentuje interesy mieszkańców regionu, pomaga poznać historię oraz specyfikę regionu łódzkiego, tłumaczy mechanizmy działania instytucji publicznych w regionie.

Radio Łódź racjonalizuje koszty działalności spółki, optymalizuje pracę zespołu, stara się wykorzystać jak najlepiej jego potencjał, zachęca do uzupełniania wykształcenia i podnoszenia kwalifikacji, zachęca do udziału w szkoleniach i stażach, do korzystania ze stypendiów i grantów, zwłaszcza w dziedzinie nowych mediów, technologii, znajomości języków obcych, logopedii, emisji głosu i występów publicznych.

Dla wsparcia programów i innych przekazów medialnych Radio Łódź podejmuje działania o charakterze promocyjnym, których celem jest zarówno umacnianie marki i wizerunku, jak i reklamowanie własnego programu, poprzez obecność na imprezach plenerowych, udział w akcjach charytatywnych i plebiscytach, organizację koncertów i spotkań autorskich połączonych z promocją twórczości młodych artystów i debiutantów. Patronuje również wydarzeniom kulturalnym i festiwalom. Radio Łódź współpracuje promocyjnie z instytucjami samorządowymi i kulturalnymi oraz firmami prywatnymi (umowy barterowe), a także organizuje wycieczki i warsztaty dla dzieci i młodzieży.

Działalność promocyjna ma na celu poprawę rozpoznawalności marki Radia Łódź, i pośrednio przyczynić się do wzrostu słuchalności i zasięgu oddziaływania radia. A to może przełożyć się na pozycję handlową spółki, jej bieżące funkcjonowanie, działalność statutową, realizację ustawowych zadań zarówno misyjnych, jak i komercyjnych.

II. Programy radiowe tworzone przez „Radio Łódź” S.A. w latach 2020 – 2024

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

Podstawowym celem działalności Radia Łódź S.A. będzie realizacja zadań nadawcy publicznego w zakresie tworzenia i rozpowszechniania programu o charakterze regionalnym, produkcji i emisji audycji, których słuchacze nie znajdą u innych nadawców, 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.

„Radio Łódź - moim radiem”

Główny program Radia Łódź jest nadawany w technologii analogowej FM, poprzez sieć czterech nadajników w paśmie UKF. Dociera do słuchaczy na terenie województwa łódzkiego oraz sąsiadujących miejscowości. Zawiera wszystkie wymagane misyjnym charakterem, zadania i powinności mediów publicznych (art. 21 ust. 1, 1a, 2, art. 22, 23, 23a).

Pasma programowe, audycje i cykle są 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 i autopromocyjnych. Program pod nazwą „Radio Łódź – moim radiem” jest nadawany równolegle, w całości w technologii cyfrowej DAB+.

Priorytetem działalności w najbliższych latach będzie dostarczanie słuchaczom z Łodzi i regionu, szybkiej, sprawdzonej, rzetelnej informacji o najważniejszych wydarzeniach lokalnych i globalnych; poszerzonej o komentarze i publicystykę, z wykorzystaniem lokalnych autorytetów z różnych dziedzin życia społeczno-politycznego. Istotną będzie edukacja obywatelska, dyskusja o sprawach publicznych oraz aktualnych problemach i wyzwaniach współczesnego świata, jak również budowanie świadomości narodowej i lokalnego patriotyzmu.

Radio planuje audycje o charakterze poradnikowym, ułatwiające korzystanie z najnowszych rozwiązań cyfrowych, nowych technologii, zachęcające do dbałości o środowisko naturalne, do zdrowego trybu życia i do aktywności fizycznej; przeciwdziałające dyskryminacji i wykluczeniu społecznemu; wspierające więzy rodzinne, poczucie wspólnoty, promujące postawy patriotyczne, jak również umacniające chrześcijański system wartości oparty na uniwersalnych zasadach etyki.

III. Minimalne udziały głównych kategorii audycji w poszczególnych programach Radia Łódź 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 Łódź, tworząc i nadając poszczególne programy, przykłada 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) 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 ogłoszeń nadawcy.

„Radio Łódź- moim radiem” - program regionalny					
	2020	2021	2022	2023	2024
INFORMACJA					
Udział (nie mniej niż)	10%	9%	10%	10%	10 %
PUBLICYSTYKA					
Udział (nie mniej niż)	5%	6%	7%	7%	7%
KULTURA					
Udział (nie mniej niż)	8%	7%	12%	12%	12%
EDUKACJA					
Udział (nie mniej niż)	5%	4%	8%	8%	8%
SPORT					
Udział (nie mniej niż)	3%	2%	2%	2%	2%
ROZRYWKA					
Udział (nie mniej niż)	36%	38%	35%	35%	35%
POZOSTAŁE ELEMENTY PROGRAMU					
Udział (nie mniej niż)	2%	2%	2%	2%	2%
Sposób ich oferowania w ramach innych usług medialnych	Wybrane audycje będą dostępne w formie podcastów na stronie internetowej. Niektóre treści zostaną wzbogacone o zdjęcia, relacje i opisy tekstowe (np. sprawozdania „minuta po minucie”) oraz materiały i transmisje wideo, publikowane w portalu radia oraz w mediach społecznościowych.				

Program „Radio Łódź – moim radiem” jest planowany we wszystkich latach obowiązywania karty powinności.

Radio Łódź Extra (planowany program o charakterze wyspecjalizowanym, w technologii DAB+)

Nazwa Radio Łódź Extra do 2020 r. była wykorzystywana podczas uruchamiania okazjonalnych programów i transmisji internetowych dostępnych na stronie www.radiolodz.pl oraz poprzez aplikację mobilną Radia Łódź.

Pod tą samą nazwą planowane jest uruchomienie wyspecjalizowanego programu o charakterze kulturalnym nadawanym w technologii cyfrowej DAB+.

W okresie obowiązywania niniejszej karty powinności, Radio Łódź zamierza poszerzyć ofertę programową o wyspecjalizowany program o charakterze kulturalnym, określony w art. 21 ust. 1a pkt 1 i 2. z wyjątkiem roku 2020, który planujemy przeznaczyć na przeprowadzenie niezbędnych inwestycji potrzebnych do uruchomienia programu wyspecjalizowanego.

Uruchomienie nowego programu oznacza dla Radia Łódź konieczność adaptacji i doposażenia studia emisyjnego, zakupu oprogramowania, dodatkowych wydatków na pokrycie kosztów produkcji programu i promocji radia cyfrowego.

W ofercie Radia Łódź Extra rozgłośnia zakłada znaczący udział w programie rocznym, w godzinach 6.00 - 23.00 tematyki kulturalnej (70% udziału audycji realizujących specjalizację, z podziałem: 30% słowa i 40% muzyki) z elementami sztuki, w tym sztuki wizualnej, teatru, literatury i kina. Oferta programowa będzie wzbogacona o transmisje wydarzeń kulturalnych, studia festiwalowe, koncerty, w tym koncerty „na żywo”. Elementami programu realizującymi specjalizację, będą audycje z kategorii informacji, kultury, edukacji i rozrywki. Wzbogacone o elementy promocji, w tym propagowania technologii radia cyfrowego. Program adresowany będzie do słuchaczy zainteresowanych kulturą i sztuką. Docelowo program będzie całodobowy z wykorzystaniem audycji archiwalnych, w tym twórczości orkiestry PR i TV w Łodzi, koncertów nagranych w studiu muzycznym Radia Łódź. Dopełnieniem charakteru wyspecjalizowanego w programie „Radia Łódź Extra” będzie starannie dobrana muzyka, różnorodna gatunkowo (jazz, soul, chillout, hip-hop, rock alternatywny), muzyka ilustracyjna i filmowa. Oferta muzyczna uwzględni zapisy art. 15 ust. 2 Ustawy o radiofonii i telewizji, z planowanym 33% miesięcznym udziałem utworów słowno muzycznych w języku polskim. Z tego co najmniej 60% w godzinach 5.00 - 24.00.

Program wyspecjalizowany o charakterze kulturalnym – Radio Łódź Extra					
	2020	2021	2022	2023	2024
INFORMACJA (kategoria audycji realizująca specjalizację w godzinach nadawania 6.00-23.00)					
Udział (nie mniej niż)	-	2%	2%	-	-
KULTURA (kategoria audycji realizująca specjalizację w godzinach nadawania 6.00-23.00)					
Udział (nie mniej niż)	-	27%	30%	-	-
EDUKACJA (kategoria audycji realizująca specjalizację w godzinach nadawania 6.00-23.00)					
Udział (nie mniej niż)	-	1%	1%	-	-
ROZRYWKA (kategoria audycji realizująca specjalizację w godzinach nadawania 6.00-23.00)					
Udział (nie mniej niż)	-	38%	35%	-	-

POZOSTAŁE ELEMENTY PROGRAMU					
Udział (nie mniej niż)	-	1%	-	-	-
Sposób ich oferowania w ramach innych usług medialnych	Wybrane audycje będą dostępne w formie podcastów na stronie internetowej. Niektóre treści zostaną wzbogacone o zdjęcia, relacje i opisy tekstowe (np. sprawozdania „minuta po minucie”) oraz materiały i transmisje wideo, publikowane w portalu radia oraz w mediach społecznościowych.				

Program „Radio Łódź Extra” (DAB+) był planowany w latach 2021-2024.

Ze względu na wzrostu kosztów i ograniczenia środków przyznanych przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, pochodzących z wpływów abonamentowych oraz z rekompensaty z tytułu utraconych tych wpływów w 2022 roku, Spółka zmuszona była w ramach działań ograniczających koszty funkcjonowania Radia zawiesić działalność związaną z kontynuacją tworzenia i rozpowszechniania programu wyspecjalizowanego o charakterze kulturalnym Radio Łódź Ekstra.

Po niemal rocznym funkcjonowaniu tego programu Spółka mogła oszacować realne koszty jego tworzenia. Koszty te znacznie przekroczyły początkowe plany. Jednocześnie z przeprowadzonych badań słuchalności wynika, że ów program nie miał na tyle dużej liczby słuchaczy, by jego emisja mogła przynosić Spółce wymierne korzyści. W obliczu ograniczonego finansowania Spółka nie posiadała również wolnych środków, jakie mogłaby przeznaczyć na promocję programu wyspecjalizowanego.

Jednocześnie należy zaznaczyć, że w ramach programu wyspecjalizowanego są emitowane audycje, których część w skróconym wydaniu pojawiała się także na antenie głównej. Rezygnując z emisji pozostałych audycji w ramach programu wyspecjalizowanego, Spółka przeniosła je w znacznej części na antenę główną, co zwiększyło jednocześnie czas audycji kulturalnych w programie regionalnym i wzbogaciło jego ofertę. W 2021 r. program regionalny odnotował znaczny wzrost słuchalności, dlatego też wzbogacanie jego oferty i inwestowanie w nią ma uzasadnienie i może przynieść Spółce wymierne korzyści.

„Radio Łódź nad Wartą” (Sieradz, Wieluń, Wieruszów)

Pasmo lokalne regionalnego programu Radia Łódź dla Sieradza, Wielunia i Wieruszowa. Program nadawany w wybranych godzinach (rozszerzenie anteny) w technologii analogowej FM, na częstotliwościach w pasmie UKF w Sieradzu, Wieluniu i Wieruszowie. Program zawiera elementy informacji, publicystyki, kultury, sportu i rozrywki. Tworzony przez dziennikarzy Radia Łódź w studiu terenowym w Sieradzu. Jednym z najważniejszych jego założeń jest integracja mieszkańców regionu z Łodzią, z zachowaniem ich odrębności i lokalnego charakteru wydarzeń społeczno-politycznych i kulturalnych w ośrodkach miejskich

objętych zasięgiem nadawania.

„Radio Łódź nad Wartą” (Sieradz, Wieluń, Wieruszów)					
	2020	2021	2022	2023	2024
INFORMACJA					
Udział (nie mniej niż)	33%	33%	30%	30%	30%
PUBLICYSTYKA					
Udział (nie mniej niż)	3%	2%	5%	5%	5%
KULTURA					
Udział (nie mniej niż)	4%	3%	3%	3%	3%
EDUKACJA					
Udział (nie mniej niż)	-	1%	1%	1%	1%
SPORT					
Udział (nie mniej niż)	1%	1%	2%	2%	2%
ROZRYWKA					
Udział (nie mniej niż)	30%	35%	10%	0%	0%
POZOSTAŁE ELEMENTY PROGRAMU					
Udział (nie mniej niż)	1%	1%	0%	0%	0%
Sposób ich oferowania w ramach innych usług medialnych	Wybrane audycje będą dostępne w formie podcastów na stronie internetowej. Niektóre treści zostaną wzbogacone o zdjęcia, relacje i opisy tekstowe (np. sprawozdania „minuta po minucie”) oraz materiały i transmisje wideo, publikowane w portalu radia oraz w mediach społecznościowych.				

Program pod nazwą „Radio Łódź nad Wartą” jest planowany we wszystkich latach obowiązywania karty powinności.

Radio Łódź zakłada utworzenie kolejnego studia regionalnego oraz rozszycie lokalnego programu radiowego w Piotrkowie Trybunalskim. Nakłady na tę inwestycję zostały ujęte w planach inwestycyjnych spółki na rok 2024.

Pasma lokalne regionalnego programu Radia Łódź dla Piotrkowa Tryb.

Radio Łódź - rozszycie programu regionalnego - pasmo lokalne Piotrków Trybunalski					
	2020	2021	2022	2023	2024
INFORMACJA					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	30%
PUBLICYSTYKA					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	5%

KULTURA					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	3%
EDUKACJA					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	1%
SPORT					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	2%
ROZRYWKA					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	-
POZOSTAŁE ELEMENTY PROGRAMU					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	-
Sposób ich oferowania w ramach innych usług medialnych	Wybrane audycje będą dostępne w formie podcastów na stronie internetowej. Niektóre treści zostaną wzbogacone o zdjęcia, relacje i opisy tekstowe (np. sprawozdania „minuta po minucie”) oraz materiały i transmisje wideo, publikowane w portalu radia oraz w mediach społecznościowych.				

W celu realizacji zadań związanych z misją nadawcy publicznego Radio Łódź planuje kontynuację i rozwijanie współpracy z regionalnym oddziałem Telewizji Polskiej w Łodzi, na podstawie porozumienia zawartego w 2016 roku o wzajemnych przedsięwzięciach programowych i promocyjnych w zakresie produkcji programów publicystycznych, z przedstawianiem stanowisk partii politycznych, organizacji związków zawodowych i związków pracodawców w węzłowych sprawach publicznych (zgodnie z Rozporz. z dn 24.IV 2003 r. z późn. zm.), debat przedwyborczych i wieczorów wyborczych oraz innych programów. Przewidujemy także wymianę programową (reportaże, słuchowiska), wspólną produkcję audycji, koncertów, transmisji sportowych, kampanie promocyjne i społeczne z innymi rozgłościami regionalnymi Polskiego Radia oraz Polskim Radiem S.A.

Uzupełnieniem treści zawartych we wszystkich programach tworzonych przez Radio Łódź są dodatkowe usługi medialne udostępniane szerokiemu gronu odbiorców. Stanowią je podstrony dedykowane poszczególnym formom antenowym publikowane na stronie internetowej www.radiolodz.pl, a także wpisy i materiały wideo zamieszczane w mediach społecznościowych (Facebook, Twitter oraz YouTube) służące również promocji programu i poszczególnych audycji. Dodatkowe wsparcie dla programów stanowi aplikacja mobilna dostępna na smartfony i tablety pracującą pod kontrolą systemów operacyjnych iOS i Android, prezentująca treści dostępne na stronie internetowej www.radiolodz.pl, filmy, galerie zdjęć oraz udostępniająca inne użyteczne funkcjonalności.

IV. Usługi medialne świadczone przez Radio Łódź w latach 2020 – 2024

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

Strona internetowa radiolodz.pl

Pierwsza wersja strona internetowej Radia Łódź pojawiła się w sieci w 1998 roku, obecnie funkcjonujący portal internetowy został uruchomiony w 2014 roku. Publikowane w nim informacje to istotny element realizacji strategii Radia Łódź.

Radiolodz.pl to przede wszystkim portal informacyjny tworzony przez zespół dziennikarzy Radia Łódź, w którym na bieżąco publikowane są informacje z regionu łódzkiego, a także z kraju i ze świata. Udostępniane są w nim treści realizujące misję radia publicznego z zakresu informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, przetworzone i uzupełnione pod kątem specyfiki komunikacji w nowych mediach. Z uwagi na ograniczony dostęp do informacji agencyjnych, a także multimediów (zdjęć i filmów), dziennikarze redagujący portal publikują jedynie informacje i najistotniejszych i najważniejszych wydarzeniach o charakterze ponadregionalnym.

Strona jest także wizytówką radia i pełni funkcje promocyjne. Zamieszczane są na niej również wybrane audycje w formie podcastów uzupełniane o treści multimedialne.

Strona służy również informowaniu o zawartości programów, zapowiedzi i promocji audycji i innych działań poza programowych podejmowanych przez rozgłośnie. Zgodnie z wymaganiami ustawowymi zawiera Biuletyn Informacji Publicznej.

Korzystając ze strony radiolodz.pl można słuchać programu Radia Łódź i Radia Łódź Nad Wartą. Uruchamiany okazjonalnie kanał internetowy Radio Łódź Extra pozwala na odbiór audycji specjalnych, transmisji z ważnych wydarzeń sportowych, politycznych i społecznych.

Portal Radia Łódź ma wydajny, choć stworzony przed kilkoma laty system zarządzania treścią, czyli tzw. CMS. Utrzymanie serwisu spoczywa na zewnętrznym dostawcy, który korzysta z autorskiego rozwiązania do tworzenia i administrowania stronami internetowymi. Dla rozgłośni stanowi to utrudnienie, ponieważ wszelkie zmiany i modyfikacje muszą być wcześniej ustalone i kosztorysowane. Ten proces usprawniłby zatrudniony w spółce administrator.

Z serwisu radiolodz.pl może korzystać szeroka grupa odbiorców. Portal jest responsywny, czytelny i przejrzysty, dostępny na wszystkich nowoczesnych platformach, niezależnie od tego, czy użytkownik łączy się przez komputer stacjonarny, tablet lub smartfon.

Radio Łódź, 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.

Radio Łódź planuje rozbudowę strony i szereg dodatkowych multimedialnych inwestycji.

- Dodanie nowych funkcjonalności, np. oglądania produkcji multimedialnych bezpośrednio ze strony głównej portalu, w tym przekazu na żywo ze studia emisyjnego, uruchamianego podczas wybranych audycji.

- Rozszerzenie oferty dostępnych podcastów o możliwość odsłuchiwania serwisów informacyjnych. Po renegotjowaniu i podpisaniu umów z organizacjami zbiorowego zarządzania prawami autorskimi Radio Łódź planuje zwiększyć liczbę publikowanych podcastów, o utwory muzyczne.

- Tworzenie multimedialnych serwisów informacyjnych, w oparciu o materiały audio i wideo.

- Z uwagi na to, że strona Radia Łódź w niewielkim stopniu zawiera udogodnienia zgodne ze standardami WCAG 2.0, czyli rozwiązaniami dla osób niedowidzących, niedosłyszących lub z innych powodów zagrożonych wykluczeniem cyfrowym, Radio Łódź planuje dostosowanie swojej witryny do ww. standardów.

- Funkcjonowanie Radia Łódź Nad Wartą i tworzenie przez nich treści radiowych i multimedialnych wymusza na twórcach strony radiolodz.pl konieczność rozbudowy. Aktualnie funkcjonuje dość prowizoryczna zakładka nadwarta.radiolodz.pl, która kieruje na podstronę zawierającą informacje przygotowywane przede wszystkim przez dziennikarzy ze studia regionalnego w Sieradzu. Przygotowana jest już wstępna koncepcja rozbudowy strony internetowej o dodatkowe tzw. „kanały” dla potrzeb Radia Łódź Nad Wartą i Radia Łódź Extra, a w przyszłości także dla studiów regionalnych w Skierniewicach i Piotrkowie Trybunalskim. Konieczna jest zatem gruntowna rozbudowa portalu.

- Po dokończeniu digitalizacji wszystkich zasobów dźwiękowych znajdujących się w zasobach archiwalnych Radia Łódź, rozgłośnia planuje uruchomić na stronie radiolodz.pl możliwość wyszukiwania i odsłuchiwania programów archiwalnych.

Aplikacja mobilna

Radio Łódź udostępnia odbiorcom swoich programów oraz innych przekazów medialnych aplikację na smartfony i tablety współpracującą z systemami operacyjnymi iOS i Android. Poprzez aplikację prezentowane są treści dostępne na stronie internetowej radiolodz.pl, (wiadomości, sport, kultura, muzyka) oraz galerie zdjęć. Za pośrednictwem aplikacji można skontaktować się z redakcją oraz skorzystać z dostępu do serwisów społecznościowych Facebook i Twitter.

Media społecznościowe

Radio Łódź jest obecne w następujących mediach społecznościowych: Facebook, Twitter, Instagram i YouTube. Media te wykorzystywane są do promocji informacji publikowanych na stronie www, a także audycji nadawanych w poszczególnych programach, jak również akcji organizowanych i współorganizowanych przez Radio Łódź lub objętych patronatem.

Media społecznościowe to dodatkowy kanał komunikacji ze słuchaczami i odbiorcami strony internetowej. Komentowane są tu artykuły, zgłaszane propozycje tematów, przesyłane pytania dotyczące audycji i playlisty.

Facebook

Radio Łódź prowadzi na Facebooku (tzw. Facebook Page), strony: Radia Łódź, Radia Łódź Nad Wartą, studia koncertowego im. H. Debicha (jako Debich Studio), jak również strony Listy Przebojów Radia Łódź i Expresowych Sesji Nagraniowych w Radiu Łódź.

Twitter

Radio prowadzi również konto w serwisie Twitter. Ze względu na swoją specyfikę to medium jest dobrym narzędziem udostępniania informacji newsowych i drogowych. Konto to jest również wykorzystywane dla promowania ważnych dla rozgłośni wydarzeń lub promowania audycji.

Instagram

Najciekawsze zdjęcia z wydarzeń prezentowanych w Radiu Łódź i na stronie internetowej publikowane są w serwisie Instagram.

YouTube

Radio Łódź prowadzi kanał w serwisie YouTube, który pełni funkcję repozytorium. Znajdują się tam niemal wszystkie treści wideo powstające na zlecenie spółki. Materiały znajdujące się w serwisie YouTube są publikowane na stronie internetowej rozgłośni. Korzystają z nich również odbiorcy, którzy nie są czytelnikami serwisu internetowego Radia Łódź.

Usługi medialne świadczone przez Radio Łódź w latach 2020 – 2024 (o których mowa w art. 21 ust. 1a pkt 2a) są planowane do tworzenia i utrzymania we wszystkich latach obowiązywania karty powinności.

Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych

Radio Łódź uczestniczy w pracach nad udostępnieniem materiałów audialnych i audiowizualnych ze zbiorów publicznej radiofonii i telewizji. Jest członkiem zespołu tworzącego Bibliotekę Cyfrową Mediów Publicznych, opiniując proponowane rozwiązania

techniczne i organizacyjne. Przygotowuje się pod kątem merytorycznym i technicznym do selekcji zasobów archiwalnych i udostępnienia w BCMP.

Radio Łódź 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.

Archiwizacja i digitalizacja zasobów dźwiękowych

Radio Łódź posiada bogate archiwa dźwiękowe, które przez lata były gromadzone na tradycyjnych nośnikach, czyli na taśmach magnetofonowych. W 2013 roku rozpoczął się proces dygitalizacji, czyli cyfryzacji zasobów, przeprowadzony we współpracy z Narodowym Instytutem Audiowizualnym. Łącznie zdigitalizowano 11 077 rekordów o czasie 136 618'38". Do digitalizacji pozostały 1624 rekordy muzyczne i ok. 50 tys. minut audycji słowno-muzycznych, co daje ok. 100 tys. minut nagrań. Konieczne jest dokończenie procesu digitalizacji zasobów archiwalnych. Spółka dysponuje prawami producenckimi do dużej części nagrań, co stanowi istotną wartość.

Radio Łódź planuje dokończenie procesu dygitalizacji zasobów dźwiękowych w latach 2020-2024.

Oprócz działalności wynikającej z misji publicznej Radio Łódź planuje we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności:

- sprzedaż czasu reklamowego (własna i agencji pośredniczących),
- sponsoring audycji i innych przekazów zleconych,
- produkcję reklam i audycji sponsorowanych,
- organizację koncertów i imprez okolicznościowych,
- produkcję audiobooków, wydawanie płyt,
- wynajem studiów na działalność poza antenową,
- współpracę z instytucjami kultury, samorządami, firmami prywatnymi w zakresie upowszechniania działalności artystycznej kulturalnej i promocyjnej,
- współpracę ze stowarzyszeniami, organizacjami pozarządowymi oraz instytucjami państwowymi.

V. Działania promocyjne

W latach 2020-2024 zaplanowano szereg akcji reklamowo-promocyjnych, których celem jest zarówno umacnianie marki i wizerunku Radia Łódź, jak i promocja programu nadawanego przez rozgłośnie. **Wyjątkiem może być 2020 rok, w którym plany związane z działalnością reklamową i promocyjną zostaną ograniczone, z uwagi na skutki epidemii koronawirusa SARS-CoV-2 i towarzyszący jej kryzys.**

Plan działań promocyjnych przewiduje m.in:

1. Organizację imprez plenerowych (maj – wrzesień)

założenia:

- kontynuowanie tradycji organizacji przez Radio Łódź imprez o charakterze estradowym,
- wizualizacja (balony, banery, namioty),
- organizacja konkursów dotyczących wiedzy o Radiu,
- „wejścia na żywo”, transmisja programu, studia plenerowe

realizacja:

- przedstawianie ofert samorządom województwa łódzkiego, instytucjom, agencjom organizującym imprezy masowe
- pozyskanie partnera medialnego

źródła finansowania: środki zlecniodawców, organizatorów, sponsoring.

2. Organizację innych akcji zewnętrznych Radia

- Plebiscytu „Łodzianin Roku” (wybór osób aktywnie działających na rzecz Łodzi, promujących miasto, postawę prospołeczną),
- Gwiazdki Radia Łódź i Przyjaciół (akcja charytatywna wspierająca dzieci z ubogich rodzin),
- Letnie Studio Radia Łódź – emisja programu z plenerowego studia usytuowanego w miejscach najczęściej odwiedzanych przez łodzian (okres wakacyjny: miesiące lipiec - sierpień 2020-2024 roku), promocja walorów historycznych i turystycznych regionu łódzkiego, udział w programie przedstawicieli lokalnych społeczności.

źródło finansowania: środki pozyskanie od lokalnych samorządów i sponsorów.

3. Organizacja koncertów w Studiu im. Henryka Debicha

Organizacja koncertów „na żywo” z udziałem publiczności; jeden koncert w miesiącu; transmisja na antenie i w internecie; spotkania autorskie z wykonawcami.

4. Konkursy antenowe, nagrody dla słuchaczy

Nagrody dla słuchaczy wynikające z umów barterowych zawartych z kontrahentami Radia Łódź:

- zaproszenia na koncerty i przedstawienia – teatry, kluby muzyczne i sportowe,
- nagrody okolicznościowe: walentynki, Dzień Kobiet, Dzień Dziecka itp. – zaproszenia, zabawki, nagrody rzeczowe,
- zaproszenia do kin i teatrów,

źródło finansowania: umowy barterowe zawierane z kontrahentami Radia Łódź.

5. Reklama Radia

- zawarcie umów barterowych z regionalnymi mediami,
- zawarcie umów barterowych z przewoźnikami miejskimi (wynajem powierzchni reklamowej w środkach komunikacji miejskiej),
 - zakup powierzchni reklamowej na bilbordach/citylightach w Łodzi oraz wybranych miastach województwa łódzkiego,
 - ekspozycja reklamy Radia na stadionach piłkarskich i stadionie żużlowym (umowy barterowe),
 - ekspozycja nośników reklamowych w korporacjach taksówkarskich (umowa barterowa),
 - reklama outdoorowa, audiowizualna w centrach i galeriach handlowych,
 - rollupy w teatrach i w muzeach.

6. Inne działania promocyjne/patronaty

- obecność Radia podczas prestiżowych imprez i festiwali na terenie województwa łódzkiego, patronaty medialne, współorganizacja, wizualizacja, logotypy w materiałach promocyjnych (Forum Kina Europejskiego Cinergia, Międzynarodowy Festiwal Producentów Muzycznych Soundedit, Międzynarodowy Festiwal Filmowy Transatlantyk, Wyścig Kolarski "Solidarności" i Olimpijczyków, Festiwalu Mediów Człowiek w Zagrożeniu, Festiwal Łódź Czterech Kultur),
 - współpraca z instytucjami i prywatnymi firmami (umowy barterowe),
 - organizacja wycieczek i warsztatów dla dzieci i młodzieży,
 - produkcja i zakup gadżetów promocyjnych dystrybuowanych podczas imprez plenerowych oraz dla klientów i partnerów.

VI. Sposoby realizowania zadań i powinności nadawcy publicznego przez Radio Łódź w latach 2020 – 2024

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

„Rozwijanie kontaktów z odbiorcami programów oraz usług oferowanych przez nadawców, przy pomocy środków porozumiewania się na odległość”

Spółka w latach 2020-2024 będzie wykorzystywała do kontaktu z odbiorcami dotychczasowe narzędzia komunikacji: program regionalny Radio Łódź S.A., rozszycie pasm lokalnych w Sieradzu, Wieluniu i Wieruszowie pod nazwą „Radio Łódź nad Wartą”, planowane kolejne rozszycie w Piotrkowie Trybunalskim, wzbogacenie oferty programowej o uruchomienie programu wyspecjalizowanego w technologii DAB+ o charakterze kulturalnym, połączone z promocją radia cyfrowego, udostępnianie treści programowych za pośrednictwem nowych mediów, rozwój strony internetowej, wzbogacanie jej o podcasty, z zapisem audycji słowno-muzycznych, udostępnianie zasobów archiwalnych, produkcje treści audio-wideo, wraz z przekazem „na żywo” ze studia emisyjnego. Spotkania bezpośrednie ze słuchaczami, poprzez akcje promocyjne, wydarzenia artystyczne, dni otwarte. Kontakt telefoniczny, e-mailowy, zbieranie opinii w sondach internetowych, badaniach jakościowych, interakcje w portalach społecznościowych i wszelkie nowe formy aktywności antenowej i pozantenowej.

„Budowa lub eksploatacja nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych oraz innych urządzeń służących do dostarczania programów, i usług, oraz rozwijania kontaktów”

Program regionalny „Radio Łódź S.A.” emitowany jest naziemnie z nadajnika w Łodzi 99,2 FM. Spółka rozszywa program na pasmo lokalne w Sieradzu z nadajnika 96,7 FM, w Wieluniu (101,5 FM) oraz w Wieruszowie (104 FM). Dodatkowo retransmituje program regionalny w technologii cyfrowej DAB+ na 178,352 MHz. Program regionalny i pasmo lokalne emitowane są w postaci strumieni audio w internecie i aplikacji mobilnej. Dodatkowo okazjonalnie uruchamia kanał internetowy Radio Łódź Extra. W latach 2020-24 planowany jest rozwój technologii cyfrowej i uruchomienie nowego programu wyspecjalizowanego w technologii DAB+, rozwój rozszycia programu regionalnego o kolejne pasma lokalne, z wykorzystaniem zarezerwowanych już częstotliwości w Piotrkowie Trybunalskim (106,7 MHz),. We współpracy z Polskim Radiem S.A. łódzka rozgłośnia będzie uczestniczyć w rozbudowie sieci nadawczej radia cyfrowego, w procesie poszerzenia zasięgu nadawania, oraz tworzeniu i rozwoju usług dodatkowych na platformie cyfrowej DAB+ i ich promocji.

We własnym zakresie będzie rozwijać dostępność usług dla słuchaczy w internecie i aplikacji mobilnej oraz umożliwi korzystanie z treści audiowizualnych, zgodnie z zapotrzebowaniem odbiorców na multimedia.

„Prowadzenie działalności w zakresie nabywania, przygotowywania, produkcji lub koprodukcji audycji innych materiałów na potrzeby programów oraz usług”

Program Radia Łódź przygotowują pracownicy, współpracownicy oraz producenci zewnętrzni. Spółka współpracuje z Polskim Radiem S.A. rozgłośniami regionalnymi, łódzkim ośrodkiem TVP S.A. i Polską Agencją Prasową w zakresie produkcji i koprodukcji audycji

i innych materiałów na potrzeby programu radiowego oraz innych usług medialnych. W latach 2020-2024 rozgłośnia planuje kontynuować i rozwijać współpracę przy tworzeniu, serwisów informacyjnych, audycji, płyt, audiobooków, reportaży, słuchowisk, koncertów, materiałów multimedialnych z wyżej wymienionymi podmiotami.

„Prowadzenie działalności w zakresie zachowywania, ochrony, konserwacji i uzupełniania zbiorów audycji i innych materiałów nabytych lub wytworzonych na potrzeby programów oraz usług”

Radio Łódź współpracuje z Archiwum Państwowym w Łodzi. Dysponuje zasobami archiwalnymi, które przechowuje, uzupełnia o nowe treści i w ograniczonym zakresie upowszechnia je odbiorcom. Posiada narzędzia do cyfrowej archiwizacji i kończy proces digitalizacji zbiorów. W latach 2020-2024 planuje przekazać w całości do AP oryginalne nośniki (taśmy magnetyczne), a ich cyfrowe kopie udostępnić w ramach projektu Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych.

„Popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu”

Wypełniając misję nadawcy publicznego Radio Łódź od początku swojej działalności wspiera twórczość artystyczną, literacką, naukową oraz działalność oświatową i działalność w zakresie sportu. W latach 2020-2024 planuje współpracę z łódzkimi teatrami przy tworzeniu słuchowisk, audycji dokumentalnych i salonów poetyckich. Radio stawia na promocję czytelnictwa ze szczególnym uwzględnieniem publikacji o Łodzi i regionie, które we fragmentach prezentuje w swoich programach i nowych mediach. Nadal będzie wspierać lokalnych artystów, promując ich twórczość, organizując i patronując wydarzeniom artystycznym, koncertom i wydawnictwom, z uwzględnieniem debiutantów. W latach obowiązywania karty powinnosci będzie stale współpracować z uczelniami wyższymi prezentując ich dorobek naukowy, zachęcając młodych odbiorców do edukacji, udostępniając radiową antenę do promocji działań uczelnianych i najnowszych trendów technologicznych. Zamierza towarzyszyć sukcesom i porażkom lokalnych sportowców, wychodzić naprzeciw oczekiwaniom kibiców oferując transmisje i relacje z wydarzeń sportowych (audialne, wizualne i tekstowe) zachęcając w swoich programach i za pośrednictwem innych usług medialnych do aktywności ruchowej i promowania amatorskiego sportu.

„Upowszechnianie wiedzy o języku polskim”

Dziennikarze rozgłośni w codziennej pracy zwracają szczególną uwagę na dbałość o kulturę słowa, formę i poprawność wypowiedzi swoją i rozmówców. O języku polskim rozmawiamy i będziemy mówić na co dzień, z ekspertami, polonistami i filologami. Przekazujemy wiedzę z zakresu poprawnej polszczyzny, zaproponujemy porady z uwzględnieniem językowych regionalizmów, z przypomnieniem znaczenia słów, które wypadły z użycia i prezentacją nowych form językowych, pojawiających się w dobie internetu.

„Uwzględnianie potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym, w tym emitowanie programów informacyjnych w językach mniejszości narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym”

Do tej pory w zasięgu nadawania Radia Łódź nie było mniejszości narodowych i etnicznych, posługujących się własnym językiem. Mając na uwadze misję nadawcy publicznego i potrzeby zmieniającego się świata, otwarcia granic i rynków pracy, faktu obecności w Polsce coraz większej liczby cudzoziemców, rozgłośnia rozważa w kolejnych latach swojej działalności wzbogacenie oferty programowej o treści dedykowane tym grupom społecznym.

„Upowszechnianie edukacji medialnej”

Jedną z form edukacji medialnej, którą Radio Łódź planuje kontynuować, jest współpraca z uczelniami wyższymi przy tworzeniu audycji radiowych Kolejną okazją do poznawania radia jako nowoczesnego medium, są wycieczki szkolne i zwiedzanie rozgłośni. W programie dziecięcym radio opisuje świat widziany oczami najmłodszych. To jedna z bardziej popularnych audycji o charakterze interaktywnym. Do upowszechniania edukacji medialnych rozgłośnia będzie wykorzystywała także kanały komunikacji z odbiorcami w postaci nowych mediów, i mediów społecznościowych, a także upowszechniała wiedzę na ich temat, szczególnie wśród osób wykluczonych cyfrowo, nie zapominając o potencjalnych zagrożeniach związanych z korzystaniem ze współczesnych środków przekazu.

„Kierowanie się odpowiedzialnością za słowo i dbanie o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji”

Radio Łódź przy tworzeniu wszystkich programów kieruje się odpowiedzialnością za słowo, a dziennikarze rozgłośni, w swojej codziennej pracy, dochowują staranności, zbierając różnorodne opinie na temat opisywanych wydarzeń i zjawisk. W rzetelnym wykonywaniu obowiązków dążą do prawdy i uczciwości wobec słuchaczy oraz swojego pracodawcy. Z poszanowaniem drugiego człowieka i jego poglądów. Formułują opinie w sposób wyważony, odpowiedzialny, zrozumiały i zróżnicowany pod kątem wieku, wykształcenia, płci czy wyznania odbiorców.

W latach 2020-2024 spółka będzie kierować się tymi samymi zasadami. Program tworzony jest pod nadzorem kierowników redakcji, dyrektora programu oraz redaktora naczelnego. To na nich spoczywa obowiązek dbania o odpowiedzialność za słowo i reagowanie na wszelkie przejawy nieprofesjonalnych zachowań na antenie, które mogłyby godzić w dobre imię publicznej radiofonii.

„Rzetelne ukazywanie całej różnorodności wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą”

Zadaniem dziennikarzy Radia Łódź jest opisywanie wszelkich zdarzeń, które interesują odbiorców, mają istotne znaczenie dla życia społecznego i uwzględniają lokalny charakter rozgłośni. W programach rozgłośni ważne miejsce zajmują kwestie społeczne i ekonomiczne regionu. Wszelkie zmiany zachodzące w związku z członkostwem w Unii Europejskiej, migracji do innych krajów i miast, emigracji zarobkowej, napływowi pracowników z sąsiednich krajów. W audycjach poruszamy i będziemy mówić o problemach cywilizacyjnych, zmieniających się

oczekiwaniach, kryzysach tożsamościowych, wyludnianiu się miast, starzeniu społeczeństwa, zjawiskach wykluczenia społecznego. Prezentowane informacje, opinie i komentarze będą zróżnicowane, wyważone i rzetelne. Od 2020 roku o współczesnych problemach mówić będziemy w programach publicystycznych i podczas debat społecznych z udziałem gości, ekspertów i słuchaczy.

„Sprzyjanie swobodnemu kształtowaniu poglądów obywateli oraz formowaniu opinii publicznej”

Misją nadawcy publicznego jest tworzenie warunków do debaty i forum wymiany poglądów. Dokładamy wszelkich starań, żeby jej uczestnicy prezentowali różnorodne opinie, mieli swobodę wypowiedzi, z zastrzeżeniem poszanowania prawa do prezentowania różnych zdań i zachowaniem zasad kultury języka. W swoich działaniach wspieramy obywateli informując o działaniach instytucji państwowych i samorządowych, organizacji społecznych i pozarządowych z prawem do krytyki ich poczynąń i kontroli społecznej. W audycjach „na żywo” nie zabraknie opinii słuchaczy, wygłaszanych telefonicznie, e-mailowo, za pośrednictwem mediów społecznościowych, co – mamy nadzieję - wpłynie na jakość debaty publicznej i wzbogaci program radiowy.

„Umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej”

Prezentujemy stanowiska różnych środowisk, w tym partii politycznych, związków zawodowych, związków pracodawców w ważnych sprawach publicznych, społecznych, gospodarczych kulturalnych i religijnych.

W programie radiowym zagwarantujemy nieodpłatny czas dla Organizacji Pożytku Publicznego, a w trakcie kampanii wyborczych dla startujących w nich kandydatów i komitetów. Będziemy propagować idee spisów rolnego i ludności.

W swoich programach prezentujemy działalność organizacji pozarządowych dyskutujemy o działalności fundacji i stowarzyszeń. Tworząc nową ofertę programową postaramy się wykorzystywać nowe technologie i nowe formy kontaktu z odbiorcami, dla poprawy jakości publicznej debaty.

„Służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego”

Oferujemy wiele audycji ze szczególnym uwzględnieniem dorobku lokalnych artystów i twórców. Prezentujemy dorobek naukowy, osiągnięcia i wiedzę pracowników uczelni wyższych. Debatujemy o problemach i zmianach w oświacie. Edukujemy dzieci i młodzież. Do programów kulturalnych zapraszamy pisarzy, muzyków, ludzi teatru i aktorów.

Współpracujemy z nimi przy nagrywaniu słuchowisk, powieści czytanych i produkcji audiobooków. Organizujemy wieczory autorskie, benefisy i koncerty, z udziałem słuchaczy. Jesteśmy obecni na wielu festiwalach, patronujemy dużym i małym wydarzeniom artystycznym. W kolejnych latach chcemy zwiększyć udział debat dotyczących kultury, organizować studia festiwalowe, towarzyszyć wydarzeniom artystycznym i filmowym. Nadal planujemy organizować koncerty, w miarę możliwości finansowych słuchowiska i audycje dokumentalne.

Misją radia pozostanie działalność kulturotwórcza i edukacyjna adresowana do różnych grup wiekowych, z wykorzystaniem dorobku zgromadzonego w radiowych archiwach.

„Sprzyjanie integracji społecznej, w tym przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu”

W programach publicystycznych i interwencyjnych poruszamy wiele problemów społecznych. O sytuacjach kryzysowych rozmawiamy w cyklu audycji realizowanych we współpracy z instytucjami zajmującymi się powyższą problematyką w Łodzi. Poruszamy tematy związane z równouprawnieniem i tolerancją. Wielokrotnie pomagamy słuchaczom w rozwiązaniu ich codziennych problemów.

Po 2020 roku chcemy nadal przygotowywać reportaże i audycje dotyczące osób społecznie wykluczonych, chorych i bezdomnych. Angażować się w walkę z problemem ubóstwa, biedy, bezdomności i niepełnosprawności. Interweniować w urzędach i instytucjach powołanych do niesienia pomocy zwykłemu obywatelowi.

„Respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki”

Przede wszystkim przestrzegamy zasad etyki w pracy dziennikarskiej i będziemy postępować etycznie. W programach staramy się respektować chrześcijański system wartości, pamiętając, że fundamentem cywilizacji powinien być dekalog. Odwołując się do wielokulturowej tradycji Łodzi, nie możemy zapominać o ekumenizmie. O współczesnych problemach i wyzwaniach przed, którymi staje kościół powszechny. O nauce religii w polskich szkołach, o kryzysie wiary. O sytuacji chrześcijan na świecie.

W okresie świąt kościelnych pamiętamy o tradycji, dyskutujemy o kanonie wiary, sposobach przeżywania tych szczególnych dni. O podobieństwach i różnicach na tle innych wyznań. Po 2020 roku będziemy dalej przygotowywać audycje o tej tematyce.

„Służenie umacnianiu rodziny”

W kolejnych latach obowiązywania niniejszej karty problemy polskich rodzin będą tematem audycji publicystycznych, edukacyjnych i reportaży. Poruszać będziemy nie tylko kwestie materialne.

Aktualnie przywołujemy historie rodzin wielopokoleniowych, propagujemy rodzicielstwo zastępcze i adopcyjne. Omawiamy wyzwania i problemy młodych rodziców. Wraz z ekspertami pomagamy w wychowywaniu i edukacji dzieci i młodzieży. W najbliższych latach skupimy się także na aspektach prawnych, rozpadzie rodzin, opiece nad dziadkami i rodzicami starzejącymi się.

„Służenie kształtowaniu postaw prozdrowotnych, propagowaniu i upowszechnianiu sportu”

W audycjach radiowych szeroko omawiamy problemy zdrowotne łodzian, i zatrważające statystyki dotyczące zachorowań i umieralności. Zachęcamy do badań profilaktycznych, dyskutujemy o problemach służby zdrowia. We współpracy z Narodowym Funduszem Zdrowia przygotowujemy audycje poradnikowe, zachęcamy do aktywności fizycznej, zdrowego trybu życia. Planujemy akcje specjalne, biegi, spacer, wycieczki piesze i rowerowe pod patronatem radia. Prezentujemy osiągnięcia w medycynie, ale z ostrożnością, żeby nieuleczalnie chorym nie stwarzać niepotrzebnej nadziei. Informujemy o zasadach funkcjonowania służby zdrowia w regionie. Planujemy szereg audycji publicystycznych i edukacyjnych dotyczących profilaktyki zdrowego stylu życia, zdrowia dostępu do badań, leczenia i porad specjalistów.

Poza serwisami sportowymi relacjonujemy i komentujemy wydarzenia sportowe różnej rangi. Propagujemy dyscypliny sportu, w których region łódzki ma swoich reprezentantów. Popularyzujemy dyscypliny indywidualne i drużynowe, piłkę nożną, siatkówkę, koszykówkę, rugby, żużel, lekką atletykę. Wraz z słuchaczami emocjonujemy się piłkarskimi i siatkarskimi mistrzostwami, igrzyskom olimpijskim. Przy okazji imprez rangi mistrzowskiej przypominamy sylwetki znanych sportowców, medalistów. Współpracujemy z klubami sportowymi promując sport zawodowy i amatorski także z udziałem dzieci i młodzieży. Sport w Radiu Łódź będzie w kolejnych latach działalnością programowej jedną z ważniejszych dziedzin, w myśl hasła „Słuchaj nas dla sportu”.

„Służenie zwalczaniu patologii społecznych”

W publicystyce społecznej omawiamy przyczyny i skutki powstania patologii, przemoc w rodzinie, alkoholizm, narkomanię i inne uzależnienia, szczególnie wśród dzieci i młodzieży. W najbliższych latach jeszcze więcej uwagi poświęcimy profilaktyce, zwalczaniu patologii, przemocy, problemie hejtu i braku szacunku dla drugiego człowieka. Liczymy na pomoc i współpracę z fundacjami i organizacjami społecznymi, które prezentujemy na antenie.

„Służenie edukacji medialnej”

W ramach możliwości rozwijamy i upowszechniamy nowe technologie, sposoby kontaktu z odbiorcami współczesnych mediów, a także szkolimy pracowników w tym zakresie.

Informując o nowościach technologicznych nie zapominamy o zagrożeniach, jakie niesie za sobą powszechny i nieograniczony dostęp do mediów elektronicznych.

W latach 2020-2024 chcemy przekazywać wiedzę słuchaczom o nowych możliwościach w dostępie do mediów o szybkim dostępie do informacji, zwracając uwagę na rzetelność i sposób ich pozyskiwania, walkę ze zjawiskiem dezinformacji i produkowaniem tzw. „fake newsów”. Zachęcamy do korzystania z nowych technologii także z możliwości radia cyfrowego,.

Podsumowanie

Radio Łódź 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 program oraz ofertę w zakresie innych usług medialnych adresowaną do różnych grup społecznych, uwzględniając ich 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 wraz z innymi usługami medialnymi podkreśla wartość rodziny, promuje poszanowanie jednostki i zasady współżycia społecznego i przeciwdziała różnym formom przemocy.

Radio Łódź tworzy i przekazuje aktualne i wiarygodne informacje o wydarzeniach w regionie, stwarza możliwości debaty publicznej, forum wymiany poglądów i stanowisk różnych środowisk, dbając jednocześnie o zachowanie pluralizmu w programach, m.in. prezentując stanowiska i opinie partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców. Wspiera edukację obywatelską, przekazuje informacje o działalności instytucji samorządowych i rządowych, i wyjaśnia ich wpływ na funkcjonowanie województwa łódzkiego i jego mieszkańców, zachęca do aktywności obywatelskiej, prezentując działalność organizacji pożytku publicznego, działających w regionie łódzkim.

Radio Łódź zapewnia słuchaczom i odbiorcom innych usług medialnych dostęp do kultury, tworzy ofertę programową, która służy integracji społecznej, podejmuje problematykę dotyczącą osób starszych, zapobiegając ich wykluczeniu in. w skutek zachodzących zmian technologicznych.

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

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

Radio Łódź, 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 Łódź przykładła 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 Łódź w latach 2020 – 2024 zawiera poniższa tabela

Utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim	2020	2021	2022	2023	2024
Radio Łódź – moim radiem					
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 Łódź nad Wartą					
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 Łódź Extra DAB + (planowane)					
Udział w miesięcznym czasie nadawania	-	33%	33%	33%	33%
w tym czas w godzinach 5.00 – 24.00	-	60%	60%	60%	60%
Radio Łódź (rozszyście w Piotrkowie Trybunalskim, planowane)					
Udział w miesięcznym czasie nadawania	-	-	33%	33%	33%
w tym czas w godzinach 5.00 – 24.00	-	-	60%	60%	60%
Radio Łódź (rozszyście w Skierniewicach, planowane)					
Udział w miesięcznym czasie nadawania	-	-	-	-	33%
w tym czas w godzinach 5.00-24.00	-	-	-	-	60%

Sposoby promowania utworów słowno-muzycznych w języku polskim, w innych usługach niż programy.

Radio Łódź organizuje koncerty w studiu muzycznym im. H. Debicha polskich wykonawców, w tym debiutantów, z udziałem publiczności.

We współpracy z Festiwałem Producentów Muzycznych „Soundedit” Radio Łódź organizowało plebiscyt promujący młodych, debiutujących na muzycznej scenie artystów.

Razem ze Stowarzyszeniem „Łódź Filmowa” Radio Łódź przyznaje nagrodę – Kamer-Tonu dla najlepszej polskiej piosenki filmowej. To muzyczna odsłona Forum Kina Europejskiego Cinergia w Łodzi.

Rozgłośnia patronuje koncertom i wydarzeniom artystycznym organizowanym w regionie łódzkim, w tym Festiwalowi Czterech Kultur i Kolorom Polski, promuje wydawnictwa płytowe.

W latach obowiązywania niniejszej karty Radio Łódź, w swoich programach planuje szczególnie skupić się na przygotowaniu audycji poświęconych edukacji obywatelskiej, dotyczących wyborów do samorządów terytorialnych, na urząd Prezydenta RP, do Parlamentu RP i Parlamentu Europejskiego, a także audycji poświęconych edukacji historycznej, wydarzeniom rangi ogólnokrajowej i regionalnej.

W roku 2020 będą to: wybory na urząd Prezydenta RP, 100. rocznica urodzin Karola Wojtyły, 40. rocznica strajków w łódzkim MPK, 40. rocznica podpisania Porozumień Sierpniowych, a także 10. rocznica katastrofy smoleńskiej oraz 80. rocznica zbrodni w Katyniu.

W roku 2021 będą to: jubileusz 90-lecia Radia Łódź, 50. rocznicy strajku łódzkich włókniarek, 40-lecia strajków studenckich, 230. rocznicy uchwalenia Konstytucji 3 maja, 40. rocznicy ogłoszenia stanu wojennego oraz przeniesione z 2020 roku Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej i letnie Igrzyska Olimpijskie,

W roku 2022 będą to: 35. rocznica pielgrzymki JP II do Łodzi, 75. rocznica zakończenia II wojny światowej oraz wyzwolenia niemieckich obozów koncentracyjnych, Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej.

W roku 2023 będą to: wybory parlamentarne, 600. rocznica nadania Łodzi praw miejskich, 25. rocznica reformy administracyjnej kraju, utworzenia nowego województwa łódzkiego

W roku 2024 będą to: wybory samorządowe, wybory do Parlamentu Europejskiego, 80. rocznica likwidacji Litzmannstadt Ghetto oraz wybuchu Powstania Warszawskiego, 85. rocznica wybuchu II Wojny Światowej, organizacja światowej wystawy Horticulture Expo w Łodzi (Zielonego Expo).

W celu utrzymania odpowiedniego poziomu i jakości nadawanych programów niezbędne jest zapewnienie finansowania działalności misyjnej Radia Łódź na poziomie kosztów oszacowanych w części finansowej niniejszego projektu Karty Powinności.

Inwestycje

Do realizacji misji i zadań nadawcy publicznego określonych w projekcie niniejszej karty, spółka Radio Łódź S.A. w latach 2020-2024 planuje przeprowadzić niezbędne inwestycje. Są to zadania technologiczne, inwestycje w nowe technologie, zadania remontowe i modernizacyjne. Szczegóły zawarte są w tabeli w punkcie B załącznika nr 2 określającej cele inwestycyjne, opis zadań, cykl i szacowane koszty.

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

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

Wytyczne co do sposobu wykorzystania nadwyżki, o której mowa w art. 31 ust. 7 zawiera punkt B Załącznika nr 1

Załącznik nr 1 do karty powinności

A. Metody przypisywania przychodów i związanych z nimi kosztów w odniesieniu do działalności, o której mowa w art. 21 ust. 1, oraz pozostałej działalności.

Przychody z działalności misyjnej związane z realizacją misji publicznej to w szczególności:

1. środki przyznawane przez KRRiT (wpływy abonamentowe i pozaabonamentowe),
2. otrzymane dotacje, darowizny, subwencje lub inne dofinansowania, które przeznaczone są na realizację misji publicznej określonej w art. 21 ust. 1 Ustawy o Radiofonii i TV, w tym wszelkiego rodzaju dofinansowania związane z zakupem rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych służących misji,

Momentem zaliczenia do przychodu wpływów abonamentowych i pozaabonamentowych jest dzień wpływu środków pieniężnych na rachunek bankowy Spółki (metoda kasowa). Przychody z działalności misyjnej prezentowane są w rzeczywistej kwocie otrzymania wpływów.

Ponadto przychodami spółki są przychody pochodzące z:

1. z obrotu prawami do audycji,
2. przekazów handlowych;
3. z innych źródeł.

Przychodami z pozostałej działalności są środki uzyskane z powyższych źródeł oraz wszystkie te, które nie stanowią źródła finansowania misji określonej w art.21 ust.1 UoRiT.

Przychody związane z realizacją misji publicznej Spółka ewidencjonuje na kontach: 701 „Sprzedaż usług działalności podstawowej abonamentowej” i 702 „Sprzedaż usług działalności podstawowej programowej”, które to w całości przypisane są do misji.

Natomiast konta 703 „Sprzedaż usług reklamowych”, 704 „Sprzedaż pozostałych usług” takich jak m.in.: wynajem pomieszczeń, wynajem studia, usługi parkingowe, produkcja reklamy, nagłośnienia imprez, obsługa techniczna transmisji przypisane są w całości do pozostałej działalności zwanej komercją.

Koszty realizacji misji publicznej to wszystkie koszty inne niż koszty działalności komercyjnej. Za koszty działalności komercyjnej uznaje się bezpośrednie i pośrednie koszty ponoszone w celu uzyskania przychodów z reklam, a także pozostałych czyli z wynajmu pomieszczeń, wynajmu studia, produkcji reklam, nagłośnienia imprez, obsługa techniczna transmisji.

Bezpośrednie koszty związane z uzyskaniem przychodów własnych (komercyjnych) ewidencjonuje się na koncie 510 „Koszty bezpośrednie działalności komercyjnej”.

Koszty bezpośrednie działalności misyjnej, o której mowa w art. 21 ust. 1 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2020 r. poz. 805), Radio Łódź S.A. ewidencjonuje na kontach:

- 500 „Koszty bezpośrednie działalności misyjnej regionalnej” z podziałem analitycznym na poszczególne kategorie programu regionalnego, czyli Informację, Publicystykę, Kulturę, Edukację, Sport i Rozrywkę.

Główną pozycją kosztów bezpośrednich są wynagrodzenia z honorariami wraz z naliczonymi składkami ZUS, a także materiały bezpośrednie, usługi obce, podróże służbowe związane z realizacją audycji poszczególnych kategorii, amortyzacja itp. 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 emitowana jest relacja 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 komercyjnej, a które służą prezentowaniu na antenie Radia dorobku kulturowego i artystycznego.

- 503 „Koszty bezpośrednie działalności misyjnej pozostałej” z podziałem analitycznym na koszty rozszczępienia w Sieradzu, koszty tworzenia programu wyspecjalizowanego „Radio Łódź Extra”, koszty dotyczące innych przedsięwzięć misyjnych takich jak „Nowe Media” i „Digitalizacja”

Koszty pośrednie działalności misyjnej, o której mowa w art. 21 ust. 1 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2020 r. poz. 805), Radio Łódź S.A. ewidencjonuje na kontach:

- 502 – „koszty Studiów” (koszty realizacji programu, nie dające się bezpośrednio przypisać danej kategorii programowej)
- 505 – „pozostałe koszty pośrednie” (koszty w układzie rodzajowym nie dające się bezpośrednio przypisać danej kategorii programowej)
- 550 – „Koszty ogólnozakładowe” ewidencjonuje się koszty szeroko rozumianego zarządu. Do kosztów ogólnego zarządu zaliczamy koszty zarządu, koszty księgowości, administracji, kadr, biura zarządu, rady nadzorczej oraz koszty dotyczące całej Spółki np.: amortyzacja, nierozliczony vat, podatek od nieruchomości, koszty usług prawnych, koszty ochrony, koszty finansowe itp.

Rozdzielenie kosztów pośrednich działalności misyjnej, ewidencjonowanych na kontach 502 i 505 na poszczególne miejsca powstawania kosztów bezpośrednich działalności misyjnej dotyczące programów regionalnych, lokalnych, wyspecjalizowanych i innych misyjnych następuje w oparciu o normatyw. Normatyw został przyjęty jako średnia arytmetyczna liczona ze wskaźnika udziału zatrudnienia i wskaźnika udziału czasu antenowego/pracy, gdyż zarówno ilość etatów jak i ilość godzin pracy w danym miejscu uznano za tak samo istotne czynniki w procesie przypisywania kosztów do danego MPK.

Koszty ogólnego zarządu są przypisywane proporcjonalnie do udziału wszystkich kosztów poszczególnych kategorii programu w sumie kosztów ogółem.

W przypadku kosztów pośrednich, które służą jednocześnie działalności misyjnej i pozostałej działalności ich rozliczenie na koszty działalności misyjnej i komercyjnej następuje także w oparciu o opisany powyżej normatyw. Koszty te ewidencjonuje się na kontach:

- 520 „Koszty pośrednie (wydziałowe)” - koszty pośrednie realizacji programowej, koszty techniki radiowej i transmisji, koszty sekcji ds. informatyki.
- 530 „Koszty projektów z dotacji UE” - koszty realizacji audycji z funduszy Unii Europejskiej lub innych instytucji państwowych.

Koszty finansowe ewidencjonowane są na koncie 751 „Koszty finansowe”, pozostałe koszty operacyjne na koncie 761 „Pozostałe koszty operacyjne”. Stanowią one pozostałe koszty związane z realizacją misji, o której mowa w art. 21 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji i są w całości przypisane do kosztów tworzenia programu regionalnego.

Planowanie kosztów w poszczególnych kategoriach odbywa się na podstawie wysokości kosztów zewidencjonowanych w latach ubiegłych. Może wystąpić sytuacja, w której przy proporcjonalnym zmniejszeniu liczby godzin w danej kategorii programowej, przy podobnym wskaźniku podziału kosztów, nastąpi spadek lub wzrost kosztu planowanego jednej godziny.

B. Wytyczne dotyczące sposobu wykorzystania nadwyżki, o której mowa w art. 31 ust.7

W przypadku wystąpienia nadwyżek o której mowa w art. 31 ust. 7 o radiofonii i telewizji, Spółka będzie przeznaczala je na realizację misji publicznej w kolejnych okresach, a w szczególności może dokonać niezbędnych do realizacji misji publicznej zakupów inwestycyjnych z zakresu struktury informatycznej techniki radiowej lub administracji. Mogą to być następujące przykładowe zakupy:

- zakup nowych macierzy dyskowych na potrzeby digitalizacji/backupu danych i bieżącej produkcji
- zakup serwerów backupowych
- zakup nowych stacji emisyjnych
- zakup kodeków emisyjnych
- wymiana starych komputerów/laptopów
- zakup sprzętu i akcesoriów do realizacji transmisji video
- wymiana / rozbudowa sieci strukturalnej teleinformatycznej
- wymiana instalacji elektrycznej i remont ścian w budynku „Ł”
- montaż paneli fotowoltaicznych
- adaptacja i wyposażenie wozu transmisyjnego
- modernizacja studia im. Debicha (zakup urządzeń do pracy studyjnej, transmisyjnej i scenicznej, system nagłośnieniowy)

Załącznik nr 2 do karty powinności**A. Szacunkowe koszty (w tyś. zł) wykonania zadań związanych z realizacją misji publicznej oraz źródła jej finansowania w latach 2020-2024**

Szacunkowe koszty (w tyś. zł) wykonania zadań związanych z realizacją misji publicznej oraz źródła jej finansowania w latach 2020-2024 przedstawia poniższa tabela:

Koszty realizacji zadań ujętych w karcie powinności	Plan 2020 r.	Plan 2021 r.	Plan 2022 r.	Plan 2023 r.	Plan 2024 r.
Koszty tworzenia i rozpowszechniania:	15 830,0	16 370,8	16 867,0	17 804,8	19 260,2
Programu regionalnego	13 666,0	14 301,3	14 813,7	15 850,7	16 960,2
<i>w tym rozpowszechniania</i>	<i>956,0</i>	<i>1 210,0</i>	<i>973,6</i>	<i>980,0</i>	<i>980,0</i>
Programu pasma lokalnego - Sieradz, Wieluń, Wieruszów	1 000,0	873,7	783,0	837,8	884,4
<i>w tym rozpowszechniania</i>	<i>60,0</i>	<i>60,0</i>	<i>102,4</i>	<i>120,0</i>	<i>120,0</i>
programu pasma lokalnego - Piotrków Trybunalski	0,0	0,0	0,0	0,0	221,1
<i>w tym rozpowszechniania</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>21,1</i>
Programu wyspecjalizowanego o charakterze kulturalnym - Radio Łódź Ekstra	164,0	168,9	227,0	0,0	0,0
<i>w tym rozpowszechniania</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>24,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>
Innych przedsięwzięć misyjnych - Nowe Media	780,0	803,4	957,0	1 024,0	1 095,7
Innych przedsięwzięć misyjnych - Archiwizacja i digitalizacja zasobów	45,0	45,0	86,3	92,3	98,8
Innych przedsięwzięć misyjnych - BCMP	175,0	178,5	0,0	0,0	0,0
Źródła finansowania:	15 830,0	16 370,8	16 079,9	17 804,0	19 260,2
Przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy o rtv - abonament	9 000,0	9 000,0	8 288,8	9 500,0	10 000,0
Przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy o rtv - rekompensata (obligacje)	6 830,0	7 370,8	7 344,0	7 804,0	9 030,8
Przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv - przychody własne	0,0	0,0	447,1	500,0	229,4
Nakłady inwestycyjne (nie ujęte w kosztach):	2 496,0	713,0	308,2	1 786,6	880,7
Źródła finansowania:	2 496,0	713,0	308,2	1 786,6	880,7
Przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy o rtv - abonament	0,0	713,0	0,0	0,00	0,00
Przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy o rtv - rekompensata (obligacje)	670,0	0,0	308,2	1 786,6	610,1
Przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv - przychody własne	1 826,0	0,0	0,0	0,00	270,6

B. Planowane przykładowe zakupy inwestycyjne w latach 2020-2024

Planowane przykładowe zakupy inwestycyjne w latach 2020-2024 przedstawia poniższa tabela:

Rok	Opis zadania	Szacunkowe nakłady w tys. zł
2020	Zakup programu emisyjnego, Wymiana starych komputerów/laptopów, Zakup nowych macierzy dyskowych, Zakup rampy oświetleniowej ze scenicznymi reflektorami efektowymi, okablowaniem, opakowaniami transportowymi, Wyposażenie/adaptacja wozu transmisyjnego, Zakup i montaż słonecznych modułów fotowoltaicznych Wymiana trzech wyeksploatowanych samochodów reporterskich	2496,0
2021	Remont pomieszczeń kosztorysy inwestorskie, projekty Termomodernizacja budynków A, B, C i Ł wraz z termomodernizacją stropów Modernizacja studiów Zakup i montaż słonecznych modułów fotowoltaicznych Modernizacja klimatyzacji	1317,3
2022	Update edytorów do produkcji programu emisyjnego Przebudowa portalu internetowego radiolodz.pl. oraz aplikacji mobilnej Zakup systemu nagłośnieniowego do studia muzycznego Zakup i montaż słonecznych modułów fotowoltaicznych Modernizacja klimatyzacji	485,7
2023	Wymiana starej wentylatorowni, Zmiana programu do zarządzania (księgowość, kadry i płace, sprzedaż, CRM), Zakup konsoli studyjnej Termomodernizacja budynków A, B, C i Ł wraz z termomodernizacją stropów	1884,0
2024	Adaptacja pomieszczeń na potrzeby uruchomienia rozszczepienia Wymiana nawierzchni parkingu wewnętrznego Termomodernizacja budynków A, B, C i Ł wraz z termomodernizacją stropów	1180,6

Zakupy inwestycyjne to wartość poniesionych nakładów na zakup środków trwałych oraz wartości niematerialnych, które mogą być amortyzowane w bieżących i w kolejnych okresach, a także mogą stanowić zakup usług obcych i materiałów, które ujmowane są w kosztach bieżących lat inwestycyjnych.

Niektóre z powyższych inwestycji ze względu na ich złożoność mogą być realizowane przez kilka lat. W sytuacji braku odpowiednich środków finansowych Spółka może ograniczyć lub zrezygnować z powyższych przedsięwzięć inwestycyjnych, jak również zmienić ich kolejność realizacji.