



„Radio Łódź” S.A. w likwidacji

ul. Narutowicza 130

90-146 Łódź

tel. (42) 657-38-00

www.radiolodz.pl

FG/BK/1244/2024

Łódź, dnia 29 kwietnia 2024 r.

**KRAJOWA RADA  
RADIOFONII I TELEWIZJI**

**ul. Skwer Kardynała Stefana  
Wyszyńskiego 9  
01-015 W a r s z a w a**

Spółka pod firmą: Polskie Radio – Regionalna Rozgłośnia w Łodzi "Radio Łódź" – Spółka Akcyjna w likwidacji z siedzibą w Łodzi (w załączeniu) przesyła:

- 1) uchwałę nr 81/2024 Likwidatora Spółki "Radio Łódź" S.A. w likwidacji, z dnia 29 kwietnia 2024 r., w sprawie: przyjęcia i przekazania Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji projektu Karty powinności na lata 2025-2029;
- 2) projekt Karty powinności na lata 2025-2029.

Jednocześnie, Spółka Radio Łódź" S.A. w likwidacji informuje, że opinię Rady Nadzorczej odnośnie do projektu Karty powinności na lata 2025-2029, wyśle do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w maju br., to jest po posiedzeniu Rady Nadzorczej, podczas którego zostanie podjęta uchwała w powyższej kwestii.

**Jacek Tadeusz  
Grudzień**

Elektronicznie podpisany  
przez Jacek Tadeusz  
Grudzień  
Data: 2024.04.29 10:18:23  
+02'00'

**SEKRETARIAT**  
**DEPARTAMENT MEDIÓW PUBLICZNYCH**  
Biuro Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji  
L.dz. P-11434-2024  
Data wpływu 29.04.2024

Polskie Radio – Regionalna Rozgłośnia w Łodzi "Radio Łódź" – Spółka Akcyjna w likwidacji; 90- 146 Łódź, ul. G. Narutowicza 130  
KRS NR 0000144209; REGON 470791055; NIP 725-00-32-743; kapitał zakładowy: 942.300,00 zł, kapitał wpłacony w całości;  
tel. centrala (0-48) 42 67 53 800; sekretariat 42 67 53 815; e-mail: [sekretariat@radiolodz.pl](mailto:sekretariat@radiolodz.pl)  
r-k bankowy: PEKAO S.A. II O/Łódź 36124030281111000028220963

99,2 MHz Łódź 96,7 MHz Sieradz 101,5 MHz Wieluń 104 MHz Wieruszów

**UCHWAŁA NR 81/2024**  
**Likwidatora Spółki „Radio Łódź” S.A. w likwidacji**

z dnia 29 kwietnia 2024 r.

w sprawie: przyjęcia i przekazania Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji projektu Karty powinności na lata 2025-2029.

Działając na podstawie: 462 § 1 Kodeksu spółek handlowych, w związku z postanowieniami art. 21a ust. 1-4 i 6 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji (t.j. Dz. U. z 2022 roku, poz. 1722 wraz z późn.zm.),

postanawia się co następuje:

**§ 1.**

1. Spółka pod firmą: Polskie Radio – Regionalna Rozgłośnia w Łodzi „Radio Łódź” – Spółka Akcyjna w likwidacji (skrót firmy: „Radio Łódź” S.A. w likwidacji) przyjmuje i przekazuje Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji projekt Karty powinności na lata 2025-2029, stanowiący załącznik do niniejszej uchwały.
2. „Radio Łódź” S.A. w likwidacji będące jednostką publicznej radiofonii przekazuje Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji projekt karty powinności na lata 2025 -2029 zgodnie z obowiązującym art. 21a ust. 6 ustawy o radiofonii i telewizji. Podkreślenia także wymaga, że wypełnienie zobowiązań ciążących na Spółce, tj. m.in. realizacja porozumienia w zakresie karty powinności, jest jedną z podstawowych czynności likwidacyjnych przewidzianych przez art. 468 Kodeksu spółek handlowych.
3. Przedłożony projekt karty powinności został opracowany przez Spółkę będącą w stanie likwidacji. Należy zatem przyjąć założenie, że istnieje możliwość wystąpienia sytuacji, w której Spółka nie będzie mogła zrealizować wszystkich zadań wynikających z karty powinności, a mogą to być w szczególności decyzje właściciela co do czynności likwidacyjnych, czy też inne okoliczności mające wpływ na proces likwidacji. Opisane w karcie powinności zadania i projekty inwestycyjne, w przypadku kontynuacji procesu likwidacji w okresie jej obowiązywania, są niezbędne do realizacji misji, o której mowa w art. 21 ustawy o radiofonii i telewizji, zaś zakończenie procesu likwidacji we wcześniejszym terminie może być przyczyną braku ich realizacji.
4. Karta powinności została opracowana zgodnie z art. 21a ust. 1-4 ustawy o radiofonii i telewizji, a więc przedstawia główne kierunki działania Spółki na lata 2025-2029 w zakresie realizacji misji poczynając od podstawowej działalności tj. emisji programu regionalnego i lokalnego poprzez inne działania, w tym wspomagające emisję programu jak np. popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej. Zawiera też wykaz inwestycji niezbędnych do realizacji misji. Realizację wszystkich wymienionych w niej zadań zakłada się jednak na poziomie minimalnym i jak wskazano w punkcie 3 niniejszego paragrafu, przyjęte założenia co do działalności Spółki mogą ulec zmianie z uwagi na stan, w jakim funkcjonuje Spółka tj. „w likwidacji” i będące konsekwencją tego procesu.

## § 2.

Projekt Karty powinności na lata 2025-2029 przedłożyć do zaopiniowania Radzie Nadzorczej Spółki „Radio Łódź” S.A. w likwidacji.

## § 3.

1. Niniejsza uchwała obowiązuje z dniem podjęcia.
2. Niniejsza uchwała została sporządzona w czterech jednobrzmiących egzemplarzach, z czego: 1 egzemplarz otrzyma Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, drugi egzemplarz otrzyma Rada Nadzorcza Spółki „Radio Łódź” S.A. w likwidacji, a trzeci egzemplarz otrzyma główny księgowy.

### **Podpis Likwidatora Spółki:**

Jacek Grudzień:

**Jacek Tadeusz  
Grudzień**

Elektronicznie podpisany  
przez Jacek Tadeusz  
Grudzień  
Data: 2024.04.29 10:02:52  
+02'00'



## **PROJEKT KARTY POWINNOŚCI NA LATA 2025 - 2029**

SPÓŁKI POD FIRMĄ: POLSKIE RADIO –  
REGIONALNA ROZGŁOŚNIA W ŁODZI „RADIO  
ŁÓDŹ” SPÓŁKA AKCYJNA W LIKWIDACJI, Z  
SIEDZIBĄ W ŁODZI

POD ADRESEM:  
90-146 Łódź, ul. G. Narutowicza 130

WERSJA Z DNIA: 29.04.2024

## Preambuła

---

Projekt karty powinności został opracowany przez Spółkę będącą w stanie likwidacji. Należy zatem przyjąć założenie, że istnieje możliwość wystąpienia sytuacji, w której Spółka nie będzie mogła zrealizować wszystkich zadań wynikających z karty powinności, a mogą to być w szczególności decyzje właściciela co do czynności likwidacyjnych czy też inne okoliczności mające wpływ na proces likwidacji.

Opisane w karcie powinności zadania i projekty inwestycyjne, w przypadku kontynuacji procesu likwidacji w okresie jej obowiązywania są niezbędne do realizacji misji, o której mowa w art. 21 ustawy o radiofonii i telewizji, zaś zakończenie procesu likwidacji we wcześniejszym terminie może być przyczyną braku ich realizacji.

Karta powinności została opracowana zgodnie z art. 21a ust. 1-4 ustawy o radiofonii i telewizji, a więc przedstawia główne kierunki działania Spółki na lata 2025-2029 w zakresie realizacji misji poczynając od podstawowej działalności tj. emisji programu regionalnego i lokalnego poprzez inne działania, w tym wspomagające emisję programu jak np. popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej. Zawiera też wykaz niezbędnych do realizacji misji inwestycji. Realizację wszystkich wymienionych w niej zadań zakłada się jednak na poziomie minimalnym i jak wskazano na wstępie przyjęte założenia co do działalności Spółki mogą ulec zmianie z uwagi na stan, w jakim funkcjonuje Spółka tj. „w likwidacji” i będące konsekwencją tego procesy.

# Spis treści

I.	Programy radiowe, o których mowa w art. 21 ust. 1a pkt 1 i 2 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96), .....	4
II.	Usługi radiowe, o których mowa w art. 21 ust. 1a pkt 2a Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96), .....	6
III.	Sposoby realizowania zadań, o których mowa w art. 21 ust. 1a pkt 2b-11, i powinności, o których mowa w art. 21 ust. 2, .....	7
1.	<i>rozwijanie kontaktów z odbiorcami programów, o których mowa w pkt 1 i 2, oraz usług, o których mowa w pkt 2a, w tym przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość; .....</i>	7
2.	<i>budowa lub eksploatacja nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych lub telewizyjnych oraz innych urządzeń służących do dostarczania programów, o których mowa w pkt 1 i 2, i usług, o których mowa w pkt 2a, oraz rozwijania kontaktów zgodnie z pkt 2b; .....</i>	7
3.	<i>prowadzenie prac nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych lub telewizyjnych, tworzenia i dostarczania usług, o których mowa w pkt 2a, oraz rozwijania kontaktów zgodnie z pkt 2b, a także zachęcanie do korzystania z takich technik; .....</i>	8
4.	<i>prowadzenie działalności w zakresie nabywania, przygotowywania, produkcji lub koprodukcji audycji i innych materiałów na potrzeby programów, o których mowa w pkt 1 i 2, oraz usług, o których mowa w pkt 2a; .....</i>	8
5.	<i>prowadzenie działalności w zakresie zachowywania, ochrony, konserwacji i uzupełniania zbiorów audycji i innych materiałów nabytych lub wytworzonych na potrzeby programów, o których mowa w pkt 1 i 2, oraz usług, o których mowa w pkt 2a .....</i>	9
6.	<i>popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu; .....</i>	9
7.	<i>upowszechnianie wiedzy o języku polskim; .....</i>	10
8.	<i>tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług, o których mowa w pkt 2a, służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polski, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych za granicą, lub przyczynianie się do tworzenia, rozpowszechniania lub dostarczania takich programów lub usług; .....</i>	10
9.	<i>służenie kształtowaniu postaw prozdrowotnych, propagowaniu i sportu .....</i>	11
10.	<i>upowszechnianie edukacji medialnej. ....</i>	11
IV.	Wytyczne dotyczące sposobu wykorzystania nadwyżki, o której mowa w art. 31 ust. 7 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96), .....	12
V.	Minimalne udziały audycji lub utworów, o których mowa w art. 15 ust. 1-3 oraz art. 15a ust. 1 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96), w czasie nadawania poszczególnych programów, na poziomach nie niższych niż określone w tych przepisach, .....	13
VI.	Minimalne udziały głównych kategorii audycji w poszczególnych programach, w zakresie istotnym dla charakteru danego programu, oraz sposób ich oferowania w ramach innych usług medialnych danej jednostki publicznej radiofonii i telewizji, .....	13

VII.	Sposoby promowania audycji i utworów, o których mowa w art. 15 ust. 1-3 oraz art. 15a ust. 1 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96), w innych niż programy usługach danej jednostki publicznej radiofonii i telewizji.....	14
VIII.	Ogólne zasady prowadzenia działalności niewynikającej z misji publicznej, o której mowa w art. 21 ust. 1 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96), najważniejsze rodzaje takiej działalności. ....	15
IX.	Metody przypisywania przychodów i związanych z nimi kosztów w odniesieniu do działalności, o której mowa w art. 21 ust. 1 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96), oraz pozostałej działalności.....	16
X.	Szacunkowe koszty (w tys. zł) wykonania zadań związanych z realizacją misji publicznej oraz źródła jej finansowania w latach 2025-2029 .....	19
XI.	Planowane przykładowe zakupy inwestycyjne w latach 2025-2029 .....	20

---

I. Programy radiowe, o których mowa w art. 21 ust. 1a pkt 1 i 2 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96),

---

Polskie Radio – Regionalna Rozgłośnia w Łodzi „Radio Łódź” Spółka Akcyjna w likwidacji emituje program regionalny na obszarze województwa łódzkiego, w wymiarze 8760 lub 8784 godzin rocznie - z zachowaniem wymaganych form dziennikarskich oraz kategorii programowych, uzupełnionych pozostałymi elementami programu w postaci przekazów reklamowych, auto-promocyjnych oraz ogłoszeń nadawcy. Dobowy czas nadawania 24 godziny.

Struktura programu obejmuje informację, publicystykę, kulturę, rozrywkę, edukację i sport – całość realizowana w wysokiej jakości, nowocześnie i z zachowaniem zasad pluralizmu, bezstronności oraz niezależności.

Program Regionalny rozpowszechniany jest nie tylko analogowo, ale także w systemie DAB + i przez stronę [www.radiolodz.pl](http://www.radiolodz.pl), która stanowi jednocześnie odrębną płaszczyznę publikacji treści programowych Radia Łódź. Ponadto okazjonalnie - najczęściej przy okazji transmisji sportowych - za pośrednictwem kanału Radio Łódź Extra dostępnego w systemie DAB + i przez portal [www.radiolodz.pl](http://www.radiolodz.pl), prezentowane są materiały, które nie ukazują się na antenie radiowej. Uzupełnieniem są materiały audiowizualne publikowane w mediach społecznościowych (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram), służące promocji programu i poszczególnych audycji.

W miarę możliwości finansowych i rozwiązań ustawowych - przyjętych dla radiofonii publicznej - chcielibyśmy nadal emitować programy odpowiadające potrzebom – społecznym, kulturalnym i demokratycznym społeczności lokalnych w ramach tzw. rozszczępienia lokalnego - Sieradz, Wieluń, Wieruszów.

Wszystkie programy i inne usługi w ramach misji publicznej Spółka będzie realizowała z zachowaniem najwyższych standardów - co do formy i wyważonych treści, z szacunkiem do słowa jako wyjątkowego środka wyrazu. Dzięki temu chcemy podkreślać i promować m.in. dobre imię radiofonii publicznej,

Radio Łódź będzie rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w regionie łódzkim, ale także w kraju i za granicą, co odbywać się będzie m.in. poprzez emisję audycji informacyjnych i publicystycznych - serwisy informacyjne i magazyny, w których wykorzystywać będziemy różnorodne i coraz nowocześniejsze formy



dziennikarskie – począwszy od informacji poprzez m.in. relacje reporterskie, korespondencje, komentarze uwzględniające różne poglądy

Programy realizowane przez dziennikarzy Spółki będą sprzyjały swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej, co odbywać się będzie m.in. poprzez emisję debat z udziałem reprezentantów różnych środowisk politycznych, przedstawicieli administracji samorządowej zarówno na szczeblu wojewódzkim jak i niższego szczebla; przedstawicieli – reprezentujących różne poglądy - fundacji i organizacji pozarządowych.

Z największą starannością będziemy prowadzić działania, które umożliwią obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej (m.in. emisja cyklicznych audycji prezentujących różne formy aktywności społecznej, szczególnie w postaci działań w ramach organizacji pozarządowych, stowarzyszeń, fundacji o zasięgu regionalnym i ogólnopolskim, a także związków zawodowych i organizacji pracodawców.

Radio Łódź będzie służyć rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego co odbywać się będzie m.in. poprzez emisję różnych form radiowych m.in.: słuchowisk, prozy czytanej, rozmów, reportaży, relacji itp., w których prezentowany będzie polski dorobek intelektualny i artystyczny.;

Spółka będzie sprzyjać integracji społecznej, w tym przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu – na naszej antenie nie zabraknie m.in. audycji, adresowanych do osób m.in. niepełnosprawnych i bezdomnych. Nasze produkcje zawierać będą również elementy edukacji i poradnicze. Chcemy propagować - w szczególności - zasady równego traktowania, postawy tolerancji i integracji osób zagrożonych wykluczeniem.

Radio Łódź respektować będzie – tak jak do tej pory - chrześcijański system wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki. W planach ramowych jest emisja m.in. programów o tematyce religijnej, w których pojawiać się będą duchowni Kościoła Rzymsko-Katolickiego, odnoszących się do zasad wiary, postaw życiowych, ważnych wydarzeń w życiu Kościoła itp. czy też audycji religijnych o charakterze informacyjno-publicystycznym poświęconym kwestiom wiary, nauki kościoła jego historii i spraw bieżących.

Niezwykle istotnym zadaniem, które Radio Łódź realizować będzie z należytą starannością będą działania służące umacnianiu rodziny – w naszej ofercie programowej nie zabraknie audycji, których podstawowym założeniem będzie fakt, że postawy społeczne, nastawienia do innych ludzi i ich poglądów kształtuje się głównie w

rodzinie, która w systemie wychowania przekazuje swój światopogląd i system wartości, które stają się przyczyną i źródłem zjawisk pozytywnych lub negatywnych nastawień w życiu

## II. Usługi radiowe, o których mowa w art. 21 ust. 1a pkt 2a Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96),

---

Spółka Radio Łódź będzie tworzyć i dostarczać przez sieci telekomunikacyjne audialne, audiowizualne i tekstowe usługi inne niż programy antenowe - poszerzające lub wzbogacające je – tak, by realizowały one demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczeństwa m.in. poprzez:

- rozbudowę portalu, na którym dostępne będą audycje i materiały realizowane przez dziennikarzy Radia Łódź, a także naszych współpracowników
- rozbudowę systemu udostępniania podcastów Radia Łódź
- aplikację mobilną, która pozwoli słuchać programu radiowego on-line, odsłuchiwanie podcastów i materiałów archiwalnych oraz treści multimedialnych. Aplikacja ma być także platformą umożliwiającą kontakt z odbiorcą treści – słuchaczem, ale też czytelnikiem i widzem. Aplikacja udostępniona powinna być w wersji desktop oraz w systemach operacyjnych (Android, iOS).
- umieszczanie nagrań archiwalnych na specjalnie dedykowanej do tego stronie internetowej – RŁ jest wciąż w procesie digitalizacji zbiorów i przygotowań do udostępniania swoich archiwalnych zasobów
- doskonalenie, urozmaicenie i wzbogacenie większości programów o ikonografię umieszczaną na radiowym portalu i ewentualnych podstronach regionalnych
- tworzenie coraz bogatszej oferty produktów multimedialnych publikowanych na stronie internetowej [www.radiolodz.pl](http://www.radiolodz.pl)
- rozbudowanie oferty edukacyjnej z wykorzystaniem produkcji multimedialnych programów, które dostosowane będą do potrzeb słuchaczy w różnych grupach wiekowych.

### III. Sposoby realizowania zadań, o których mowa w art. 21 ust. 1a pkt 2b-11, i powinności, o których mowa w art. 21 ust. 2,

---

#### 1. *rozwijanie kontaktów z odbiorcami programów, o których mowa w pkt 1 i 2, oraz usług, o których mowa w pkt 2a, w tym przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość;*

Rozwijanie kontaktów z odbiorcami w ramach emisji programu regionalnego jak i ewentualnych rozszczepeń realizowane będzie głównie poprzez interaktywny udział słuchaczy w audycjach na żywo, portal i nasze kanały internetowe. Chcemy, by słuchacze byli aktywnymi uczestnikami/komentatorami debat, programów tematycznych, dostarczali nam swoje treści, spostrzeżenia i uwagi dotyczące zawartości programu, jego jakości i atrakcyjności. Naszym celem w najbliższych latach będzie też budowanie relacji z naszymi odbiorcami poprzez spotkania bezpośrednie – wycieczki po rozgłośni, udział słuchaczy w spotkaniach autorskich organizowanych w przestrzeni radiowej.

By jeszcze lepiej „rozumieć” potrzeby i oczekiwania naszych odbiorców – słuchaczy radia tradycyjnego, czytelników treści portalowych, ale też widzów zainteresowanych naszymi produkcjami multimedialnymi - korzystać będzie z dostępnych badań słuchalności, z analiz statystyk internetowych – zarówno tych dotyczących strony internetowej, jak i korzystania z kanału radiowego w Internecie. Na podstawie wniosków z uwag, spostrzeżeń, badań i analiz będziemy modyfikować naszą ofertę zarówno w audycjach, układzie ramowym programu jak i planie programowo-finansowym.

#### 2. *budowa lub eksploatacja nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych lub telewizyjnych oraz innych urządzeń służących do dostarczania programów, o których mowa w pkt 1 i 2, i usług, o których mowa w pkt 2a, oraz rozwijania kontaktów zgodnie z pkt 2b;*

Spółka nie planuje działań w zakresie budowy lub eksploatacji nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych lub telewizyjnych oraz innych urządzeń służących do dostarczania programów.

*3. prowadzenie prac nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych lub telewizyjnych, tworzenia i dostarczania usług, o których mowa w pkt 2a, oraz rozwijania kontaktów zgodnie z pkt 2b, a także zachęcanie do korzystania z takich technik;*

Prowadzenie prac nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych oraz innych urządzeń służących do dostarczania programów odbywać się będzie m.in. poprzez rozwój aplikacji mobilnych na platformach Android oraz IOS do odbioru programu stacji wraz z modułem umożliwiającym kontakt słuchaczy oraz ich wpływ na zawartość redagowanych programów.

Po dokończeniu digitalizacji wszystkich zasobów dźwiękowych znajdujących się w zasobach archiwalnych Radia Łódź rozgłośnia planuje uruchomić na stronie www możliwość wyszukiwania i odsłuchiwania programów archiwalnych. Dlatego kontynuowane są prace nad udostępnieniem materiałów audialnych i audiowizualnych ze zbiorów publicznej radiofonii i telewizji, w tym zasobów Radia Łódź SA. oraz dostosowaniem rozwiązań technicznych i organizacyjnych do wymogów BCMP.

*4. prowadzenie działalności w zakresie nabywania, przygotowywania, produkcji lub koprodukcji audycji i innych materiałów na potrzeby programów, o których mowa w pkt 1 i 2, oraz usług, o których mowa w pkt 2a;*

Działalność w zakresie nabywania, przygotowania, produkcji lub koprodukcji audycji i innych materiałów na potrzeby programu odbywać się będzie w szczególności poprzez:

- produkcję pozycji programowych i audycji z wykorzystaniem własnych pracowników oraz sprzętu,
- współpracę z innymi podmiotami mediów publicznych (anten Polskiego Radia i rozgłośni PR w całej Polsce) w zakresie nabywania i zbywania atrakcyjnych materiałów programowych,
- współpracę z niezależnymi producentami zewnętrznymi i współpracownikami.

5. *prowadzenie działalności w zakresie zachowywania, ochrony, konserwacji i uzupełniania zbiorów audycji i innych materiałów nabytych lub wytworzonych na potrzeby programów, o których mowa w pkt 1 i 2, oraz usług, o których mowa w pkt 2a*

Działalności w zakresie zachowywania, ochrony, konserwacji i uzupełniania zbiorów audycji i innych materiałów nabytych lub wytworzonych na potrzeby programów odbywać się będzie m.in. poprzez archiwizację materiałów dziennikarskich mających unikatową wartość. Dotyczyć to będzie zarówno bieżącej oferty programowej, jak i uzupełniania zasobów archiwum o materiały historyczne, tworzone w Rozgłośni od ponad 90-ciu lat, a które jeszcze nie zostały dostosowane do wymogów i możliwości sprzętowych.

Archiwizacja – w swojej ostatecznej formie - obejmie zarówno materiały audio jak i video. W przypadku rozwijania inicjatywy Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych, Spółka będzie aktywnie włączać się w tą działalność.

6. *popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;*

Popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu oraz upowszechnianie wiedzy o języku polskim wpisane jest od lat w misję Radia Łódź. Tak jak dotychczas odbywać się będzie poprzez:

- współpracę z instytucjami kultury, szkołami wyższymi i placówkami naukowymi, a także klubami sportowymi w całym regionie i instytucjami oświatowymi
- organizowanie koncertów z udziałem publiczności w Studiu Koncertowym im. Debicha, których celem będzie promowanie lokalnych, głównie młodych, debiutujących artystów
- spotkania autorskie i otwarte debaty odbywające się również na terenie Radia Łódź – ich celem będzie upowszechnianie i promocja twórczości artystycznej, literackiej i naukowej.
- uczestniczenie i relacjonowanie najważniejszych w stolicy województwa łódzkiego i w całym regionie wydarzeń naukowych, kulturalnych, sportowych, rozrywkowych, społecznych i gospodarczych. Spółka będzie współpracować w tym zakresie z organizatorami, obejmować takie wydarzenia patronatami medialnymi, a niektóre z tych spotkań, konferencji, debat współorganizować

- dziennikarze i komentatorzy sportowi Radia Łódź relacjonować będą najważniejsze wydarzenia sportowe

Wszystkie te działania będą miały odzwierciedlenie w programie antenowym w postaci m.in. reporterskich relacji, transmisji na żywo – ale także w Internecie oraz większych audycji publicystycznych podsumowujących takie inicjatywy i działania.

## *7. upowszechnianie wiedzy o języku polskim;*

Dziennikarze rozgłośni w codziennej pracy zwracają szczególną uwagę na dbałość o kulturę słowa, formę i poprawność wypowiedzi zarówno swoich, jak i rozmówców. W programie radiowym dbamy i dbać będziemy o upowszechnianie wiedzy o języku polskim, emitując magazyny poradnicze i audycje z udziałem językoznawców, nauczycieli języka polskiego, przedstawicieli wydziałów filologicznych z różnych uczelni z regionu łódzkiego.

Realizując zadania związane z upowszechnianiem wiedzy o języku polskim Radio Łódź będzie współpracować także z instytucjami kultury, w tym z bibliotekami z Łodzi i województwa, a także organizatorami takich wydarzeń jak otwarte dyktanda czy testy dla mieszkańców.

Jednym z naszych zadań będzie także krzewienie czytelnictwa poprzez emisję magazynów dotyczących nowości książkowych, szkolnych lektur i czytelnictwa

## *8. tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług, o których mowa w pkt 2a, służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polski, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych za granicą, lub przyczynianie się do tworzenia, rozpowszechniania lub dostarczania takich programów lub usług;*

Program Radia Łódź dzięki zastosowaniu nowych technologii jest dostępny potencjalnie na całym świecie. Radio Łódź można słuchać na żywo korzystając ze strony internetowej. W naszym programie od lat pojawiają się i pojawiać się będą elementy związane ze wspomnianą tematyką pojawiały się regularnie w naszym programie. Zaliczyć do nich należy: słuchowiska radiowe, Teatry Polskiego Radia, reportaże i audycje archiwalne przypominane na naszej antenie, ale także powieści radiowe, w których przypominamy klasykę polskiej literatury i sięgamy również po nowości m.in. autorstwa twórców związanych w regionem łódzkim.

## *9. służenie kształtowaniu postaw prozdrowotnych, propagowaniu i sportu*

W audycjach radiowych od lat poruszamy tematy dotyczące problemów zdrowotnych mieszkańców Łodzi i województwa, zwracamy uwagę na niepokojące statystyki zachorowań i umieralności, zachęcamy do badań profilaktycznych, ale też w programach Radia Łódź pojawiają się tematy dotyczące problemów służby zdrowia i pacjentów, którzy na co dzień szukają pomocy w placówkach takich jak szpitale, czy przychodnie.

Także w kolejnych latach tematyka prozdrowotna będzie jedną z istotniejszych realizowanych w naszych programach. Powstawać będą audycje o charakterze poradnikowym i edukacyjnym, w których przybliżyć będziemy tematykę zdrowotną, ale też propagować będziemy zdrowy styl życia czy właściwe odżywianie.

Sporą część oferty programowej Radia Łódź stanowią również audycje propagujące sport, w których relacjonujemy i komentujemy wydarzenia sportowe różnej rangi. Przybliżamy dyscypliny sportowe, w których region łódzki ma swoich reprezentantów. Przy okazji wydarzeń o randze mistrzowskiej przypominamy sylwetki znanych sportowców, medalistów, olimpijczyków. Współpracujemy z klubami sportowymi, propagując sport zarówno zawodowy, jak i amatorski dorosłych i dzieci. I taką politykę zamierzamy realizować również w kolejnych latach naszej działalności.

## *10. upowszechnianie edukacji medialnej.*

W ofercie programowej Radia Łódź w kolejnych latach pojawiać się będą audycje o charakterze popularno-naukowym służących edukacji medialnej, poznawaniu nowych technologii, odkryciom naukowym i upowszechnianiu wiedzy.

Istotnym ich elementem będą treści dotyczące świadomego i bezpiecznego korzystania z sieci internetowej – będą to rozmowy z naukowcami reprezentującymi regionalne środowiska naukowe i uczelnie wyższe. W popularyzatorskiej formie omawiane będą zagadnienia z różnych dziedzin nauki i techniki ze szczególnym uwzględnieniem nowych technologii informatycznych i nowych mediów.

#### IV. Wytyczne dotyczące sposobu wykorzystania nadwyżki, o której mowa w art. 31 ust. 7 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96),

---

W przypadku wystąpienia nadwyżek o której mowa w art. 31 ust. 7 o radiofonii i telewizji, Spółka planuje przeznaczać je na pokrycie kosztów realizacji misji publicznej w zakresie tworzenia programu lub będzie dokonywała niezbędnych do realizacji misji publicznej zakupów inwestycyjnych z zakresu struktury informatycznej, administracji i techniki radiowej, które obejmować mogą np.:

- modernizację studia im. Debicha
- remont starej instalacji hydraulicznej
- wymianę oświetlenia na energooszczędne
- wymianę instalacji elektrycznej
- dokończenie remontu ciągu komunikacyjnego w budynku
- wymianę ogrodzenia
- zakup aparatów telefonicznych
- zakup sprzętu reporterskiego
- zakup doposażenia do studia emisyjnego

Jeżeli w danym roku kalendarzowym jednostka publicznej radiofonii i telewizji osiągnie przychody pochodzące ze źródeł określonych w ust. 1 pkt 1 i ust. 2 przekraczające koszt netto realizacji misji publicznej, o której mowa w art. 21 ust. 1 i jednocześnie w sprawozdaniu finansowym za ten rok wykaże stratę z lat ubiegłych, powstałą na skutek zmiany przyjętych zasad (polityki) rachunkowości lub na skutek usunięcia błędów, które w sposób istotny wpłynęły na sytuację majątkową i finansową oraz wynik finansowy jednostki za lata ubiegłe, którą zgodnie z przepisami ustawy o rachunkowości nie można obciążyć wyniku roku bieżącego, Spółka ze względu na ujawnienie tych strat w danym roku w części dotyczącej kosztów misji publicznej będzie uwzględniać je w rozliczeniu ewentualnej nadwyżki powstałej w tym roku.



- V. Minimalne udziały audycji lub utworów, o których mowa w art. 15 ust. 1-3 oraz art. 15a ust. 1 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96), w czasie nadawania poszczególnych programów, na poziomach nie niższych niż określone w tych przepisach,
- 

W programie regionalnym Spółka przeznaczać będzie co najmniej 33% miesięcznego czasu nadawania utworów słowno-muzycznych na utwory, które są wykonywane w języku polskim, z tego co najmniej 60% w godzinach 5-24 z uwzględnieniem wymogów określonych w ust. 2a i 2b art. 15 ustawy o radiofonii i telewizji.

- VI. Minimalne udziały głównych kategorii audycji w poszczególnych programach, w zakresie istotnym dla charakteru danego programu, oraz sposób ich oferowania w ramach innych usług medialnych danej jednostki publicznej radiofonii i telewizji,
- 

Spółka będzie emitować program regionalny w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki z ich następującym minimalnym udziałem procentowym w ogólnym czasie nadawania:

INFORMACJA	5%
PUBLICYSTYKA	5%
KULTURA	5%
EDUKACJA	4%
SPORT	1%
ROZRYWKA	30%

Wiele audycji będzie dostępnych w formie podcastów na stronie internetowej, będą wzbogacone o zdjęcia, filmy video, w przypadku wydarzeń sportowych – pojawiać się będą opisy tekstowe minuta po minucie. Na portalu i mediach społecznościowych zamieszczać pojawiać się będą również materiały i transmisje video.

Jeśli uda się kontynuować emisję w paśmie lokalnym Radio Łódź nad Wartą dla Sieradza, Wielunia i Wieruszowa przewidujemy następujące minimalne udziały procentowe w ogólnym czasie nadawania:

INFORMACJA	1%
PUBLICYSTYKA	1%
KULTURA	1%
EDUKACJA	0,1%
SPORT	0,1%
ROZRYWKA	0%

VII. Sposoby promowania audycji i utworów, o których mowa w art. 15 ust. 1-3 oraz art. 15a ust. 1 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96), w innych niż programy usługach danej jednostki publicznej radiofonii i telewizji.

---

Promowanie audycji i utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim odbywać się będzie poprzez zapewnienie im udziału w programie w ilości przewidzianej ustawą o radiofonii i telewizji (art. 15 ust. 1-3). Utwory eksponowane na stronie internetowej będą zawierać w szczególności tytuł utworu oraz jego wykonawcę.

Szczególną rolę w promocji lokalnych artystów i ich dorobku odgrywać będą koncerty z udziałem publiczności w studiu im. Henryka Debicha, z których m.in. prowadzone będą transmisje na żywo w programie, Internecie, retransmisje na antenie głównej, tworzone będą audycje publicystyczne podsumowujące ww. wydarzenia.

## VIII. Ogólne zasady prowadzenia działalności niewynikającej z misji publicznej, o której mowa w art. 21 ust. 1 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96), najważniejsze rodzaje takiej działalności.

---

Radio Łódź SA w likwidacji poza działalnością wynikającą z misji publicznej, o której mowa w art. 21 ust. 1 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji prowadzi działalność i uzyskuje przychody własne m.in. z:

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

Prowadzenie działalności własnej, a przede wszystkim strategia promocji i reklamy ma w pełni uwzględniać główny cel działalności Radia Łódź S.A., czyli realizację zadań nadawcy publicznego w zakresie tworzenia oraz rozpowszechniania programu o charakterze regionalnym, produkcji oraz emisji audycji realizujących demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych, a także programów wyspecjalizowanych, określonych w art. 21 ust. 1a pkt 1 i 2 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, których pozostali nadawcy (komercyjni) nie oferują swoim słuchaczom. Dodatkowo strategia ta nastawiona jest na jakość i skuteczność tworzonego i sprzedawanego klientom kampanii reklamowo-promocyjnych. Wartością docelową takiego działania jest satysfakcja klientów komercyjnych Radia, jak i jego słuchaczy.

Działania o charakterze promocyjnym, których celem jest zarówno umacnianie marki i wizerunku, jak i reklamowanie własnego programu mają na celu poprawę rozpoznawalności marki Radia Łódź i pośrednio przyczynić się do wzrostu słuchalności i zasięgu oddziaływania radia, co może przekładać się na pozycję handlową spółki, jej bieżące funkcjonowanie, działalność statutową, realizację ustawowych zadań zarówno misyjnych, jak i komercyjnych.

Działalność Radia Łódź jako patrona medialnego najważniejszych wydarzeń w regionie, włączając w to wydarzenia rozrywkowe ma za zadanie podkreślić dynamikę i szczególną rolę mediów publicznych w zakresie działań prospołecznych.

Działania o charakterze promocyjnym są realizowane w ścisłym porozumieniu z działaniami reklamowymi. Sprzedaż powinna zapewnić finansowanie dla strategicznych działań promocyjnych oraz wygenerować realny dochód dla Radia.

## IX. Metody przypisywania przychodów i związanych z nimi kosztów w odniesieniu do działalności, o której mowa w art. 21 ust. 1 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z 2024 r. poz. 96), oraz pozostałej działalności.

---

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

1. środki przyznawane przez KRRiT (wpływy abonamentowe, rekompensata z tytułu utraconych wpływów abonamentowych),
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.

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 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji.

Przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 punkt 1 ustawy z dnia z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji Spółka ewidencjonuje na koncie: 700 „Przychody abonamentowe”. Natomiast konto 703 „Przychody własne” służy do ewidencji przychodów dot. świadczenia usług programowych (antenowych i pozaantenowych), usług reklamowych, usług promocyjnych, wynajmu studia oraz pozostałych usług (m.in.takich jak: wynajem pomieszczeń i miejsc parkingowych, prace realizatorskie, obsługa techniczna transmisji, nagłośnienie).

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 reklamy, promocji, wynajmu studia a także pozostałych, czyli dotyczących wynajmu pomieszczeń i miejsc parkingowych, prac realizatorskich, obsługi technicznej transmisji, nagłośnienia.

Koszty związane z uzyskaniem przychodów własnych (komercyjnych) ewidencjonowane są na koncie 503 „Koszty działalności komercyjnej”, w podziale na koszty bezpośrednie i pośrednie.

Koszty działalności misyjnej, o której mowa w art. 21 ust. 1 Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, ewidencjonowane są na kontach:

- 500 „Koszty działalności misyjnej - regionalnej” z podziałem analitycznym na koszty bezpośrednie i pośrednie oraz 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 programu regionalnego 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.

- 501 "Koszty działalności misyjnej - lokalnej" z podziałem analitycznym na koszty bezpośrednie i pośrednie oraz na poszczególne rozszczępienia programu
- 502 „Inne koszty misyjne” z podziałem analitycznym na koszty bezpośrednie i pośrednie oraz na koszty dotyczące innych przedsięwzięć misyjnych takich jak „Nowe Media” i „Digitalizacja”
- 505 "Koszty bezpośrednie misyjne do rozliczenia", czyli koszty misyjne nie dające się bezpośrednio przypisać do danego programu i do danej kategorii programowej, z podziałem analitycznym na koszty produkcji płyt, koszty

studiów oraz pozostałe koszty misyjne do rozliczenia. Rozdzielenie kosztów pośrednich działalności misyjnej, ewidencjonowanych na koncie 505 na poszczególne miejsca powstawania kosztów bezpośrednich działalności misyjnej dotyczące programów regionalnych, lokalnych, wyspecjalizowanych i innych misyjnych następowało 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.

- 550 – „Koszty ogólnozakładowe” gdzie ewidencjonowane są 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.: nierozliczony vat, podatek od nieruchomości, koszty usług prawnych, koszty ochrony, koszty finansowe itp.

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 ewidencjonowano na koncie 520 "Koszty pośrednie (wydziałowe)" w podziale na:

- 520-01 „Koszty pośrednie działalności misyjnej” - koszty pośrednie rozliczane tylko na koszty misyjne
- 520-02 „Koszty pośrednie ogólne” - koszty pośrednie rozliczane na koszty misyjne i komercyjne.

Koszty finansowe ewidencjonowane są na koncie 751 „Koszty finansowe”, pozostałe koszty operacyjne na koncie 761 „Pozostałe koszty operacyjne” oraz 771 "Straty nadzwyczajne". 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, przy uwzględnieniu innych czynników mających wpływ na ich wysokość w danym roku. 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.

## X. Szacunkowe koszty (w tys. zł) wykonania zadań związanych z realizacją misji publicznej oraz źródła jej finansowania w latach 2025-2029

Szacunkowe koszty (w tys. zł) wykonania zadań związanych z realizacją misji publicznej oraz źródła jej finansowania w latach 2025-2029 przedstawia poniższa tabela:

Koszty realizacji zadań ujętych w karcie powinności	Plan na 2025 r.	Plan na 2026 r.	Plan na 2027 r.	Plan na 2028 r.	Plan na 2029 r.
<b>Koszty tworzenia i rozpowszechniania:</b>	<b>20 332</b>	<b>21 208</b>	<b>23 093</b>	<b>24 822</b>	<b>26 530</b>
<b>Programu regionalnego</b>	16 817	17 431	19 025	20 451	21 834
Tworzenie programu	15 241	15 846	17 035	18 312	19 686
Rozpowszechnianie analogowe	1 320	1 320	1 697	1 774	1 774
Rozpowszechnianie cyfrowe	256	265	293	365	374
<b>Programu pasma lokalnego - Sieradz, Wieluń, Wieruszów</b>	<b>1 140</b>	<b>1 224</b>	<b>1 324</b>	<b>1 420</b>	<b>1 524</b>
Tworzenie programu	1 115	1 199	1 289	1 385	1 489
Rozpowszechnianie analogowe	25	25	35	35	35
Rozpowszechnianie cyfrowe	0	0	0	0	0
<b>Innych przedsięwzięć misyjnych</b>	2 185	2 349	2 525	2 715	2 918
Nowe Media	2 127	2 287	2 458	2 642	2 841
Archiwizacja i digitalizacja zasobów / BCMP	58	62	67	72	78
<b>Podatek do zapłaty</b>	190	204	220	236	254
<b>Źródła finansowania:</b>	<b>20 332</b>	<b>21 208</b>	<b>23 093</b>	<b>24 822</b>	<b>26 530</b>
Przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1, ust. 2 ustawy o rtv	20 142	21 004	22 874	24 586	26 276
Przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv - przychody własne	190	204	220	236	254
<b>Nakłady inwestycyjne (nie ujęte w kosztach):</b>	<b>1 080</b>	<b>1 660</b>	<b>2 110</b>	<b>1 500</b>	<b>1 450</b>
<b>Źródła finansowania:</b>	<b>1 080</b>	<b>1 660</b>	<b>2 110</b>	<b>1 500</b>	<b>1 450</b>
Przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1, ust. 2 ustawy o rtv	270	789	1 174	494	368
Przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv - przychody własne	810	871	936	1 006	1 082
<b>Razem źródła finansowania:</b>	<b>21 412</b>	<b>22 868</b>	<b>25 203</b>	<b>26 322</b>	<b>27 980</b>
Przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1, ust. 2 ustawy o rtv	20 412	21 793	24 047	25 080	26 644
Przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv - przychody własne	1 000	1 075	1 156	1 242	1 335

## XI. Planowane przykładowe zakupy inwestycyjne w latach 2025-2029

Planowane przykładowe zakupy inwestycyjne w latach 2025-2029 przedstawia poniższa tabela:

Rok	Opis zadania	Szacunkowe nakłady w tys. zł
2025	System elektronicznego obiegu dokumentów, Wyposażenie do rozdzielni i studia emisyjnego (sprzęt do emisji programu), Wymiana stolarki okiennej wraz z obróbką, Wymiana samochodu służbowego.	1080
2026	Wyposażenie do studia emisyjnego (sprzęt do emisji programu), Wymiana stolarki okiennej wraz z obróbką, Wymiana nawierzchni parkingu.	1660
2027	Wyposażenie do wozu transmisyjnego (sprzęt do emisji programu), Wymiana programu emisyjnego, Wymiana USP-ów.	2110
2028	Wymiana środowiska wirtualnego (VMWARE) + oprogramowanie.	1500
2029	Wymiana systemu monitoringu, wymiana przełączników i routerów, wymiana sprzętu komputerowego, wymiana serwerów, wymiana biblioteki taśmowej.	1450

Zakupy inwestycyjne to wartość poniesionych nakładów na zakup środków trwałych oraz wartości niematerialnych, które mogą być amortyzowane w bieżących i w kolejnych okresach. Niektóre z powyższych inwestycji ze względu na ich złożoność mogą być realizowane przez kilka lat.

Z uwagi na złożoność inwestycji, długi horyzont czasowy planowanych inwestycji, a także niepewność finansowania mediów publicznych, niektóre zakupy mogą być ograniczane, rozszerzane, zamieniane na inne, a w sytuacji braku odpowiednich środków finansowych Spółka może zrezygnować z powyższych przedsięwzięć inwestycyjnych, jak również zmienić ich kolejność realizacji.

**Jacek Tadeusz Grudzień** Elektronicznie podpisany  
przez Jacek Tadeusz Grudzień  
Data: 2024.04.29 11:26:03  
+02'00'