

**Polskie Radio – Regionalna Rozgłośnia w Gdańsku**  
**„RADIO GDAŃSK” – SPÓŁKA AKCYJNA**  
**80-236 Gdańsk, ul. Grunwaldzka 18**

**KARTA POWINNOŚCI**  
**PROJEKT**  
**na lata 2020 - 2024**



Rejestracja: Sąd Rejonowy Gdańsk-Północ w Gdańsku VII Wydział Gospodarczy  
Krajowego Rejestru Sądowego Kapitał zakładowy: 1.202.100,00 zł

KRS 0000195933

REGON 190310807

NIP 584 09 56 045

## Radio Gdańsk – regionalny nadawca publiczny

Radio Gdańsk istnieje od wiosny 1945 roku – początkowo jako stacja samodzielna, następnie oddział Polskiego Radia. Od 10.12.1993 r. (RHB numer – 9243) Radio Gdańsk działa w formie jednoosobowej Spółki Akcyjnej Skarbu Państwa, obecnie - zgodnie z Rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 3.01.2017 roku – prawa z akcji Skarbu Państwa wobec Radia Gdańsk S.A. wykonuje Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Spółka działa na podstawie ustawy z dnia 29.XII.1992r. o radiofonii i telewizji, ustawy z dnia 15.09.2000 r. Kodeks Spółek handlowych oraz ustawy z dnia 22.06.2016 r. o Radzie Mediów Narodowych.

Radio Gdańsk SA jest rozgłośnia regionalną radia publicznego w Polsce, ukierunkowaną w swojej działalności programowej na mieszkańców województwa pomorskiego. Radio Gdańsk realizuje misję publiczną, oferując całej społeczności pomorskiej oraz jej częściom, zróżnicowane, atrakcyjne programy radiowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu. Cechują się one bezstronnością, rzetelnością i niezależnością oraz wysoką jakością i integralnością przekazu.

Przy tworzeniu i udostępnianiu programu kierujemy się odpowiedzialnością za słowo i rzetelnym ukazywaniem całego spektrum wydarzeń i zjawisk zachodzących w naszym regionie, a także w kraju i poza jego granicami. Sprzyjamy pluralistycznemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej. Służymy rozwojowi pomorskiej kultury i nauki, kształtowaniu postaw prozdrowotnych. Propagujemy i upowszechniamy sport. Działamy na rzecz kształtowania i poszanowania tożsamości oraz tradycji narodowej, solidarności społecznej, znaczenia rodziny w życiu społeczeństwa.

Prowadzimy politykę programową w oparciu o nowoczesne rozwiązania technologiczne na miarę XXI wieku – Internet, media społecznościowe, streaming internetowy. Promujemy i wdrażamy innowacyjny i przyszłościowy kanał dotarcia do słuchaczy poprzez emisję programu radiowego w systemie DAB. Spełniamy oczekiwania społeczności lokalnych w ramach tzw. rozszczepienia programu na region słupski.

Atutem Radia Gdańsk jest zespół doświadczonych oraz młodych dziennikarzy, cyklicznie podnoszących swoje kwalifikacje. Posiadamy kadrę dziennikarską i techniczną zapewniającą profesjonalną realizację zaplanowanych działań programowych, dostosowanych do potrzeb i oczekiwań słuchaczy w różnych grupach wiekowych. Dbamy o wizerunek Radia Gdańsk jako rozgłośni nowoczesnej, wiarygodnej i opiniotwórczej – najlepiej poinformowanego i informującego medium na Pomorzu.

Zasięg nadawania technicznego Radia Gdańsk obejmuje obszar całego województwa pomorskiego. Emisja sygnału odbywa się z pięciu nadajników zlokalizowanych w miejscowościach: Gdańsk/Chwaszczyno, Kwidzyn, Lębork/Skórowo, Słupsk oraz Wojsk/Bytów:

Trójmiasto, Kościerzyna, Hel, Kartuzy, Elbląg, Malbork 103,7 MHz

Słupsk, Ustka 102 MHz

Lębork 91,1 MHz

Kwidzyn 106 MHz

Bytów, Chojnice, Człuchów 107 MHz



## **Cele strategiczne Radia Gdańsk:**

I. Tworzenie wiarygodnego, zróżnicowanego merytorycznie programu, nadawanego w sposób umożliwiający dostęp do niego odbiorcom zarówno z terenu Pomorza, jak też za pośrednictwem sieci www i innych nośników z różnych miejsc w kraju i na świecie.

Misją radia jest dbałość o podawanie sprawdzonych, zgodnych ze stanem faktycznym, rzetelnych informacji. Dobór informacji i sposób ich prezentacji jednoznacznie świadczy o zaangażowaniu w życie społeczności i dbałość o jakość życia społeczności.

Wysoką jakość informacji i publicystyki ma zapewnić proces doskonalenia zawodowego dziennikarzy i pozostałych pracowników i współpracowników Radia Gdańsk.

II. RG tworzy audycje publicystyczne, kulturalne, rozrywkowe odpowiadające zainteresowaniom odbiorców, jednocześnie stosując kryterium jakościowej selekcji. Celem radia jest promowanie dobrych wzorców kulturalnych, społecznych, obywatelskich.

Przygotowanie programów będzie odbywać się w oparciu o aktualne, istotne merytorycznie i rzetelne informacje z zakresu, kultury, sztuki, edukacji, zdrowia. Ważnym aspektem tworzenia tych treści będzie merytoryczna współpraca z instytucjami kultury, ochrony zdrowia, sztuki, edukacji.

Celem działalności redakcyjnej w tej sferze jest udostępnienie wiedzy oddającej bieżący stan wiedzy, nowe trendy w opisywanych zjawiskach, ale także kontekst historyczny procesów i wydarzeń.

III. Celem programowym RG jest pokazywanie wszystkich aspektów kultury Pomorza, w tym także różnorodności zjawisk kulturalnych i społecznych, w szczególności poprzez promocję wydarzeń związanych z kulturą kaszubską i kociewską.

IV. Rozwój kontaktów z odbiorcami programów, w tym przy wykorzystywaniu środków porozumiewania na odległość poprzez rozwój oferty internetowej na stronie [www.radiogdansk.pl](http://www.radiogdansk.pl), aplikacji mobilnej i nadawanie w systemie radiofonii cyfrowej. Obecność w internecie opierać się musi na możliwości pokazywania własnych treści redakcyjnych na stronie www, przy czym strategicznym kierunkiem rozwoju jest wzmacnianie wersji mobilnej strony.

W zakresie merytorycznym nośniki internetowe RG muszą dawać gwarancję wysokiej jakości merytorycznej informacji.

Niezbędne jest stworzenie aplikacji mobilnej Radia Gdańsk, wykorzystanie kanałów social media (Facebook, Spotify, Twitter, Instagram, YouTube).

Działalność promocyjna w zakresie internetu nakierowana będzie na przyzwyczajanie słuchacza do odsłuchiwania treści w sieci www. To strategiczna inwestycja w przyzwyczajania słuchaczy, która może w przyszłości przekładać się na szybki rozpowszechnianie radia cyfrowego.

Stworzenie samodzielnej aplikacji mobilnej skierowanej na pomoc kierowcom i upowszechnianie zachowań wspierających bezpieczne zachowania na drodze.

Interaktywność ma być jednym z najważniejszych wyznaczników aktywności medialnej redakcji RG. Jednocześnie to postulat wymuszający określone zachowania dziennikarzy – interaktywność oznacza nowoczesne radio, pozostające w kontakcie ze słuchaczami, uwzględniające ich opinie i oczekiwania w działalności programowej.

V. Rozwój i udostępnianie zebranych nagrań przeznaczonych do archiwizacji w postaci plików dźwiękowych. Szerokie wykorzystanie wartościowych materiałów redakcyjnych zarówno w postaci materiałów dokumentalnych jak też dorobku literackiego (słuchowiska, powieści). Uzupełnianie bazy danych poprzez digitalizację zasobów archiwalnych.

Stworzenie systemu umożliwiającego dostęp do zasobów RG także przez podmioty zainteresowane spoza redakcji.

VI. Rozwój techniczny rozgłośni ma służyć realizacji zarysowanych wyżej zasad redakcyjnych.

## **Audycje odpowiadające wymaganiom programowym określonym w art 21 1a) pkt 1 i 2.**

Struktura programu Radia Gdańsk odzwierciedla misyjny charakter programu przygotowywanego w stacji. Poszczególne bloki audycji nawiązują bowiem do zadań nadawcy publicznego.

### **Pasma poranne:**

GOŚĆ DNIA RADIA GDAŃSK  
KOMENTARZE RADIA GDAŃSK  
LUDZIE I PIENIĄDZE W RADIU GDAŃSK

Audycje, których celem jest przedstawienie i skomentowanie bieżących wydarzeń o charakterze politycznym, kulturalnym, społecznym i sportowym - przedstawianie ich kontekstu, pogłębionej wiedzy na tematy aktualne. Dobór gości do ww. audycji odzwierciedla różnorodność poglądów, wielość opinii i ma przyczyniać się do podnoszenia jakości dyskusji publicznej na tematy ważne społecznie.

### **Pasma przedpołudniowe:**

AUDYCJE EDUKACYJNE W RADIU GDAŃSK  
WIESZ WIĘCEJ Z RADIEM GDAŃSK

Audycje, o różnorodnej tematyce (historia, sport, kultura, zdrowie), które odnoszą się do występujących w życiu społecznym i gospodarczym zjawisk, a dziennikarze Radia Gdańsk i ich goście przedstawiają możliwe rozwiązania bieżących problemów.

Podstawą działań RG w tym zakresie jest korzystanie z wiedzy zapraszanych ekspertów i współpracy z merytorycznymi instytucjami odpowiedzialnymi za działanie w poszczególnych sferach życia społecznego. Partnerami radia są: uczelnie (szczególnie z terenu Pomorza), placówki kultury, podmioty działające na rynku ochrony zdrowia oraz konkretni eksperci, specjaliści w swoich dziedzinach.

### **Pasma popołudniowe:**

TO PRZYNIÓSŁ DZIEŃ – rozmowa, komentarze, relacje  
PUBLICYSTYKA W RADIU GDAŃSK



To pasma programowe służące podsumowaniu wydarzeń bieżących oraz przedstawianiu materiałów pogłębionych, o walorze dokumentalnym i publicystycznym. Materiały w tych pasmach związane są z bieżącymi wydarzeniami ważnymi społecznie.

W paśmie publicystycznym emitowane są także materiały dokumentalne i edukacyjne.

#### **Pasmo wieczorne:**

##### **WIECZÓR Z RADIEM GDAŃSK**

To czas na informacje o kulturze, pogłębione rozmowy psychologiczne, edukacyjne i historyczne. Wszystkie materiały w tym paśmie są realizowane w zakresie misji programowej Radia Gdańsk.

#### **Sobota i niedziela w Radiu Gdańsk**

Tematyka kulturalna, rodzinna, rozrywkowa oraz sport i religia są dominującymi punktami programowymi w ramówce sobotniej i niedzielnej Radia Gdańsk.

Pasma weekendowe wykorzystywane są na audycje poświęcone mniejszościom narodowym i etnicznym.

## **Najważniejsze kierunki programowe w działalności Radia Gdańsk**

### **1. Działalność informacyjna**

Radio Gdańsk preferuje informacje prezentujące różnorodność wydarzeń w regionie - w formie dzienników regionalnych. Są one połączone z informacjami dotyczącymi najważniejszych wydarzeń krajowych. Celem strategicznym polityki informacyjnej RG jest doprowadzenie do sytuacji, w której słuchacz z serwisie informacyjnym uzyskuje pełnię rzetelnej wiedzy o wydarzeniach w Polsce, regionie, świecie.

RG przedstawia różnorodne punkty widzenia, a informacje obejmują szerokie spektrum tematyczne - od wydarzeń politycznych, po sport i kulturę.

RG zamierza prowadzić transmisje i relacje z uroczystości i wydarzeń artystycznych związanych ze świętami narodowymi i innymi ważnymi wydarzeniami istotnymi dla społeczności lokalnej.

### **2. Dbalność o zdrowie słuchaczy**

Elementem misji programowej jest informowanie i poradnictwo (edukacja) w jaki sposób zadbać o bezpieczeństwo zdrowotne i dobrą formę swoją i swojej rodziny. Ten element misji obejmuje bardzo szeroki zakres działań programowych.

2a) Uczymy jak dbać o zdrowie - poprzez szereg audycji, w tym realizowanych z ekspertami (np. Uniwersyteckiego Centrum Klinicznego w Gdańsku) radio promuje postawy prozdrowotne, prowadzi działalność edukacyjną i poradnikową.

Wspieramy profilaktykę, edukujemy w kwestiach odpowiedzialnego leczenia. Na antenie pokazujemy zagrożenia wynikające z prób „samodzielnego leczenia” lub postępowania w zakresie medycyny sprzecznego z aktualną wiedzą medyczną.

2b) Promowanie postaw prozdrowotnych w postaci odpowiedzialnej aktywności fizycznej. Radio uczestniczy w przedsięwzięciach wspierających amatorskie formy aktywności i rywalizacji. Audycje kierowane są zarówno do aktywnych biegaczy, jak też osób, które chcemy dopiero przekonać do różnych form aktywności o bardzo różnym natężeniu jak np. rekreacji.

Działania takie mają długofalowy wpływ na zachowania prozdrowotne społeczności, przyczyniają się do ograniczania chorób cywilizacyjnych, podnoszą długość życia, poprawiają komfort życia także osób starszych.

2c) Dziennikarska pomoc i wsparcie ze strony radia w stosunku do osób wykluczonych oraz zagrożonych uzależnieniami.

Radio Gdańsk konsekwentnie zajmuje się tematami takimi jak zapobieganie i leczenie alkoholizmu, a także przestrzega przed zagrożeniami związanymi z uzależnieniem młodych ludzi w tym uzależnieniami cyfrowymi nowego typu.

Rozgłoszenia będzie przedstawiać także inne zagrożenia związane np. ze skutkami depresji młodych ludzi, przemocy w środowiskach szkolnych i studenckich.

Działalność edukacyjna i publicystyczna RG nakierowana będzie na szerzenie tolerancji, wspieranie postaw otwartości, pokazywanie pozytywnych stron różnorodności.

2d) Ogromne znaczenie RG przykładu problematyce osób starszych - zarówno w kwestii zdrowia fizycznego, ale też zdrowia psychicznego i zapobiegania wykluczeniu społecznemu. Działalność programowa w tym zakresie skierowana jest zarówno do osób starszych, wymagających pomocy, jak również ich rodzin, często nie mających skąd pozyskiwać informacji na temat możliwości opieki i pielęgnacji seniorów.

### **3. Dbłość o bezpieczeństwo słuchaczy**

3a) Bezpieczeństwo drogowe jako ważny element życia mieszkańców. Radio Gdańsk od lat konsekwentnie realizuje misję informowania o sprawach związanych z bezpieczeństwem ruchu drogowego. W sferze informacyjnej i publicystycznej realizujemy i zamierzamy realizować szereg przedsięwzięć, które mają ułatwić bezpieczne poruszanie się po drogach Pomorza.

Inicjujemy projekty obliczone na poprawę bezpieczeństwa ruchu drogowego, we wszelkich możliwych kontekstach, także wzmacnianie ochrony pieszych i rowerzystów.

3b) W sferze edukacyjnej ważnym aspektem zamierzeń programowych jest edukowanie słuchaczy, tak aby unikali zagrożeń życiowych związanych ze zmianami kulturowymi i demograficznymi. Wzmocnimy już istniejące pozycje programowe poświęcone edukacji prawnej, zapobieganiu patologiom, kwestiom związanym z bezpieczeństwem osób starszych.

### **4. Wielokulturowe Pomorze - nasza mała ojczyzna**

Misją RG jest i będzie promowanie wartości kulturalnych i kulturowych regionu pomorskiego.

4a) Jednym z najważniejszych zadań RG będzie pokazywanie bogactwa kultury Kaszub (oraz innych lokalnych społeczności) ze szczególnym uwzględnieniem języka, dorobku kulturalnego i specyfiki regionalnej. Misją RG jest pokazywanie trwałych i nierozzerwalnych związków Kaszub z Polską.

Tematyka kaszubska będzie rozwijana m.in. w ramach projektów radia cyfrowego.

W zakresie tematyki kaszubskiej Radio Gdańsk będzie współpracować z organizacjami kaszubskimi.

4b) Pomorze jest regionem o unikalnej przeszłości, w której krzyżowały się wpływy wielu kultur i wielu trendów kulturowych. Efektem tych wydarzeń jest szczególnie ciekawa historia, a efektem materialnym jest sztuka pomorska zawierająca w sobie elementy wielu kultur europejskich. Misją

radia jest pokazywanie tego bogactwa historycznego zarówno w sensie promocji dóbr kultury materialnej jak i historii idei i prezentacji zjawisk występujących w przeszłości na terenie Pomorza. Działanie to będzie realizowane poprzez działalność dokumentalną i audycje poświęcone dziedzictwu materialnemu Pomorza.

4c) Specyfika regionu, jego wielokulturowość sprawiły, że okres II Wojny Światowej ciężko doświadczył mieszkańców Pomorza, szczególnie Polaków. Dokumentowanie wydarzeń z okresu 1939-45 jest jednym z kluczowych zadań Radia Gdańsk. Wydarzenia z okresu II WŚ stanowią bowiem do dziś ważny element tożsamości Pomorzan. Niemieckie zbrodnie wojenne do dziś pozostają w zbiorowej świadomości wielu osób.

4d) RG będzie przygotowywać audycje odpowiadające potrzebom religijnym odbiorców, uwzględniając zróżnicowanie demograficzne Pomorza.

4e) RG chce uczestniczyć w przemianach kulturowo-demograficznych regionu. Od lat widocznym elementem tych przemian jest wzrost liczby mieszkańców Trójmiasta i Pomorza. Pozytywne procesy demograficzne możliwe są nie tylko dzięki migracjom wewnętrznym, ale także dzięki napływowi osób spoza Polski. Osoby te znajdują na Pomorzu pracę i bardzo często wiążą swoje plany życiowe z tym regionem.

Z myślą o tych osobach RG uruchomiła projekt Good morning Gdańsk (audycja dwujęzyczna: polsko-angielska). W planach nadawcy jest uruchomienie audycji skierowanej do osób pochodzenia ukraińskiego. Platformą wymiany tych audycji może być radio cyfrowe.

## **5. Edukacja obywatelska i historia najnowsza Pomorza**

5a) Radio Gdańsk konsekwentnie będzie realizować politykę otwartej debaty na tematy polityczne, społeczne, gospodarcze. W RG znajdzie się przestrzeń na wszystkie poglądy (zgodne z prawem), obecne na scenie politycznej. Rozgłośnia publiczna będzie miejscem otwartej dyskusji wszystkich demokratycznych sił politycznych i społecznych.

5b) RG będzie realizować działalność edukacyjną związaną z rozpowszechnianiem postaw obywatelskich, podnosić świadomość wagi uczestnictwa wszystkich obywateli w życiu publicznym. Działania mające pozytywny wpływ na frekwencję wyborczą i inne formy aktywności obywatelskiej będą stały praktyką rozgłośni, niezależnie od wymogów ustawowych.

5c) Radio będzie wspierać produkcję i emisję audycji popularnonaukowych i poradniczych, w tym upowszechniających wiedzę o języku polskim

5d) Pomorze i Trójmiasto to miejsca o szczególnym znaczeniu dla historii najnowszej Polski i działań zmierzających do obalenia systemu totalitarnego. Znajdzie to wyraz w przekazie Radia Gdańsk, w formie działalności dokumentalnej, publicystycznej oraz informacyjnej. W ramach realizacji misji publicznej RG chce przyczynić się do utrwalania wiedzy o zdarzeniach i ludziach związanych z kluczowymi działaniami antykomunistycznymi. Utrwalanie wiedzy o wydarzeniach Grudnia 1970 r. czy Porozumieniach Sierpniowych oraz ideach Solidarności będzie jednym z kluczowych działań edukacyjnych RG.

## **6. Promocja aktywności gospodarczej Pomorza.**

6a) Ostatnie lata to niezwykle dynamiczny rozwój polskiej gospodarki morskiej, portów, transportu, aktywności gospodarczej Polaków. Radio Gdańsk jako regionalny nadawca wspiera działania służące rozwojowi gospodarczemu Polski i Pomorza.

6b) Pozytywnym zjawiskom gospodarczym towarzyszą czasami niepokojące zjawiska na rynku pracy, uderzające w interesy pracowników lub osób świadczących osobiście usługi. Rolą Radia Gdańsk jest rozsądne wspieranie pracowników walczących o swoje słuszne prawa.

## 7. Działalność w zakresie organizacji wydarzeń i produkcji artystycznych

7a) W ramach wspierania wiedzy na temat języka polskiego i popularyzacji czytelnictwa na antenie RG emitowane będą słuchowiska oraz prowadzone będą projekty wspierające czytelnictwo. W ramach tego działania promowane będą szczególnie projekty realizowane regionalnie lub przez twórców związanych z regionem. Nie będzie to jednak stało na przeszkodzie w prezentacji np. prozy lub poezji światowej lub polskich autorów spoza Pomorza.

7b) W ramach upowszechniania kultury na najwyższym poziomie merytorycznym, RG prowadzić będzie działalność w postaci organizacji koncertów wykonawców prezentujących odpowiedni poziom merytoryczny. Produkcje te będą wykorzystywane na różnych polach eksploatacji wynikających m.in. z umów z autorami lub uwarunkowań rynkowych i prawnych.

## 8. Relacje sportowe

RG upowszechniać będzie wiedzę na temat wydarzeń sportowych i rekreacyjnych. Na antenie relacjonowane będą wydarzenia, szczególnie z udziałem pomorskich sportowców i klubów.

Działalność w tym zakresie łączyć się będzie z szeroko zakrojoną działalnością opisaną w pkt. 2.2b, czyli wspieraniem aktywności ruchowej służącej zdrowiu słuchaczy RG. Elementem tej działalności będzie także popularyzacja aktywności dzieci i młodzieży

Jako szczególne działania w zakresie popularyzacji sportu planujemy:

8a) Transmisje i relacje z wydarzeń sportowych o ważnym znaczeniu regionalnym, narodowym, międzynarodowym, odbywających się na terenie rozpowszechniania programu lub ważnych dla mieszkańców Pomorza.

## Planowane inwestycje 2020-2024

### 1. Wyposażenie i modernizację stanowisk technologicznych

**Studia S1,S2,R.** Utrzymanie w dobrym stanie infrastruktury emisyjnej w Radio Gdańsk przez najbliższe lata polegać będzie na inwestowaniu w elementy wyposażenia studiów , co pozwoli na utrzymanie dobrego poziomu nowoczesności i niezawodności tej części infrastruktury. Planujemy w latach 2020-2024 przeznaczyć na ten cel 35 000 zł rocznie. Studia te zostały gruntownie przebudowane i wyposażone w nowoczesną aparaturę w latach 2017 – 2019.

**Studia produkcyjne S3 , S4, S5** wymagają w najbliższej przyszłości gruntownej modernizacji.

**Studio S3.** Studio muzyczne i koncertowe wymagać będzie zainstalowania nowej konsoli i nowego systemu rejestracji wielośladowej. Dotychczasowa infrastruktura Studia pochodzi z 2002 roku.

Wysokie koszty serwisu tej infrastruktury, technologia sprzed lat każą nam zainwestować w latach 2020-2021 w modernizację tego studia około 500 000 zł (90 000 zł w roku 2020, 410 000 w roku





2021. Utrzymanie studia w sprawności i zachowanie dobrego poziomu technologicznego kosztować będzie w następnych latach ok. 60 000 zł rocznie

**Studio S4.** Duże studio produkcyjne wymaga gruntownej modernizacji połączonej z dodaniem funkcjonalności studia emisyjnego. W 2019 roku Rado Gdańsk uruchomiło drugi program nadawany w kanale 2 multiplexu DAB+ oraz strumieniowany w sieci Internet. Planowany rozwój tego programu wymagać będzie oddania twórcom wygodnej infrastruktury. Planujemy w roku 2020 zrealizować główną część tego planu – zakup urządzeń emisyjnych, koszt około 140 000 zł . W dalszych latach utrzymanie dobrego standardu technicznego tego studia kosztować będzie 40 000 zł rocznie.

**Studio S5.** Małe studio produkcyjne po modernizacji sprzętu w 2019 roku wymagać będzie w latach 2020- 2024 nakładów w wysokości 20 000 zł rocznie dla utrzymania dobrego poziomu technologicznego.

**Studio M1.** Studio masteringowe, archiwizacyjne wymagać będzie w roku 2020 doposażenia w nowy system rejestracji i obróbki dźwięku ze szczególnym naciskiem na procesy archiwizacyjne. Koszt tego wyposażenia 30 000 zł. Utrzymanie w latach następnych 10 000 zł rocznie.

**Studio Słupsk.** Studio realizujące kilkugodzinny program lokalny, „rozszczepiany” powinno w roku 2021 zostać zaopatrzone w nowy system emisyjny-konsoletę. Koszt tej modernizacji wyniesie około 30 000 zł., w dalszych latach utrzymanie poziomu technologicznego kosztować będzie 15 000 zł rocznie.

**Wóz reporterski SAT.** Wóz wymagać będzie całkowitej odbudowy. Wymienimy samochód – koszt 120 000 zł. ( realizacja 2021 ) oraz urządzenia wyposażenia transmisyjnego koszt 80 000 zł (realizacja w 2020 roku).

**Wóz Dźwiękowy.** Planujemy zakup i budowę wozu dla rejestracji i transmisji złożonych form dźwiękowych odbywających się poza siedzibą Radia. Rok zakupu 2023 lub 2024. Koszt ok. 200 000 zł

## **2.Modernizacja sprzętu i aplikacji komputerowych.**

Planujemy i realizujemy systematyczną odnowę posiadanej infrastruktury informatycznej.

Komputery stacjonarne, laptopy dziennikarskie, zasoby pamięci masowych, urządzenia sieci komputerowej, aplikacje służące produkcji i emisji programu są wymienianie i aktualizowane na bieżąco. Koszt roczny – w każdym roku szacujemy na kwotę ok. 80 000 zł.

Planujemy trzy większe inwestycje w strukturę informatyczną:

- zakup programu wspomagającego pracę Działu Marketingu - 30 000 zł w roku 2020
- zakup zaawansowanej macierzy dyskowej dla scalenia i stabilizacji dźwiękowych zasobów produkcyjnych i archiwalnych – koszt planowany w roku 2022 wyniesie 110 000 zł
- dostosowanie infrastruktury informatycznej do pracy w protokole IP v6 (przeprogramowanie przełączników , budowa sieci VPN w protokole IP v6 )

## **3. Modernizacja sprzętu reporterskiego**

Prowadzimy ciągłą wymianę sprzętu reporterskiego związaną z naturalnym zużyciem oraz z nieustannie rozwijającą się ofertą nowości na tym rynku. Planujemy przeznaczać na ten cel, jak dotąd, 40 000 zł rocznie.

#### **4. Infrastruktura nieruchomości Rozgłośni**

Główny Budynek Rozgłośni został wybudowany i wyposażony w latach 1999-2003, nie wymaga jeszcze dużych prac infrastrukturalnych. Planujemy w kolejnych latach utrzymanie dobrej jakości pomieszczeń (malowania, drobne remonty), stąd w planie przewidujemy rocznie 50 000 zł na te cele.

Praktycznie jedyną większą inwestycją infrastrukturalną będzie przebudowa przestrzeni w studio S4 (zmiana funkcji na emisyjno-produkcyjną). Z realizacją nowej adaptacji akustycznej kosztować będzie około 100 000 zł.

### **Działania marketingowe**

Radio Gdańsk SA jest rozgłośnią regionalną radia publicznego w Polsce, ukierunkowaną w swojej działalności programowej na sprawach mieszkańców Województwa Pomorskiego. Realizuje misję publiczną, oferując całej pomorskiej społeczności i jej częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu. Radio Gdańsk realizując swoją strategię rozwoju dostosowuje się do ciągle zmieniających się warunków lokalnego rynku radiowego. Oznacza to konieczność przyjęcia oferty programowej, która znajduje odbicie w strategii marketingowej. Głównym celem podejmowanych działań jest utrzymanie wiodącej roli rozgłośni regionalnej w odniesieniu do wskaźników słuchalności.

### **Działania promocyjne**

Wszelkie działania promocyjne mają na celu kreowanie wizerunku Radia Gdańsk, jako nowoczesnej, nadążającej za trendami, najlepiej poinformowanej rozgłośni regionalnej. Przekaz promocyjny rozgłośni jest ściśle dostosowany do potencjalnej grupy odbiorców, stanowiącej lub wchodzącej w skład szerokiego audytorium rozgłośni, dzięki czemu grupa odbiorców rozgłoszenie nie kurczy się, a stopniowo poszerza, co bezpośrednio przekłada się zainteresowanie potencjalnych reklamodawców. Promocja rozgłośni odbywa się z wykorzystaniem tradycyjnych form dotarcia, jakim jest np. reklama zewnętrzna, jak i gadzety reklamowe. Działania te uzupełnione są intensywnymi działaniami na platformach społecznościowych.

Strategia promocyjna na lata 2020-2024 obejmuje następujące działania wizerunkowe:

#### **a) drogowe kampanie społeczne**

Jesteśmy zaangażowani i odpowiedzialni. Bezpieczeństwo jest dla nas szczególnie ważne, także bezpieczeństwo na drogach. Każdego dnia w Autopilocie Radia Gdańsk prowadzimy kierowców po drogach Pomorza, informujemy ich o wszelkich utrudnieniach, a oni informują nas. Tworzymy zgraną społeczność Autopilota. Ale chcemy i robimy więcej. Kilka lat temu promowaliśmy bezpieczną jazdę w kampanii „Zwolnij teraz”. Obecnie promujemy korytarze życia, czyli takie zachowania kierowców, które w trakcie wypadków i zdarzeń drogowych pomagają ratownikom dojechać na miejsce i w ten sposób ratować poszkodowanych. „Podziel się drogą. Pomóż uratować życie” to nasz głos w sprawie



bezpieczeństwa na drogach. Szczególnie jest to ważne w trakcie wakacji, kiedy po Pomorzu podróżuje wiele osób, kiedy na Pomorze przyjeżdżają tysiące turystów.

#### **b) akcje charytatywne**

Budowanie wizerunku poprzez połączenie akcji charytatywnej i wydarzenia sportowego w taki sposób, aby uzupełniały się wzajemnie i efektywnie spełniały swoje zadania. W 2013 roku Radio Gdańsk wystartowało z akcją „Pomorze Biega i Pomaga”, która od samego początku wzbudziła bardzo duże zainteresowanie. Cel, jaki sobie postawiliśmy to promocja biegania i aktywnego wypoczynku. Dzięki zaangażowaniu naszych Słuchaczy, zbieraliśmy już ok 250 000 zł na rzecz osób objętych akcją.

#### **c) promocja poprzez kulturę**

Radio Gdańsk promuje kulturę wyższą wśród mieszkańców województwa pomorskiego. Cykliczna akcja „Kulturalny Weekend z Radiem Gdańsk” to wyjątkowa możliwość uczestniczenia w specjalnych, wydarzeniach organizowanych tylko dla Słuchaczy naszego radia w teatrach, operach i filharmoniach.

#### **d) Organizacja wyjątkowych wydarzeń muzycznych**

Muzyka na żywo w Studiu Koncertowym Radia Gdańsk im. Janusza Hajduna. Koncerty wykonawców z różnych kręgów muzycznych od muzyki klasycznej i poezji śpiewanej, przez młode trójmiejskie zespoły po artystów o ugruntowanej pozycji na rynku muzycznym w Polsce.

#### **e) Tworzenie nowych cykli audycji radiowych**

Regularne wprowadzenie ciekawych pozycji antenowych, prowadzonych przez znanych i cenionych artystów z regionu mającą na celu pozyskanie nowych słuchaczy.

#### **f) Promocja radia nadawanego w technologii DAB+**

W tej rewolucyjnej technice jest prowadzona audycja „Good Morning Gdańsk”. To audycja prowadzona w języku polskim i angielskim. Powstała z myślą o gościach z zagranicy, którzy mieszkają na Pomorzu, a także dla tych, którzy chcą osłuchać się z językiem angielskim.

#### **g) Promocja poprzez sport**

Współpraca z największymi klubami sportowymi z regionu.

#### **h) promocja poprzez patronaty**

W 99% Radio Gdańsk obejmuje patronatem medialnym wydarzenia kulturalne, społeczne, sportowe itp. organizowane na terenie województwa z głównym naciskiem na Trójmiasto. Umożliwiają one prowadzenie akcji wizerunkowych rozgłośni na terenie danej imprezy.

#### **Działalność handlowa**

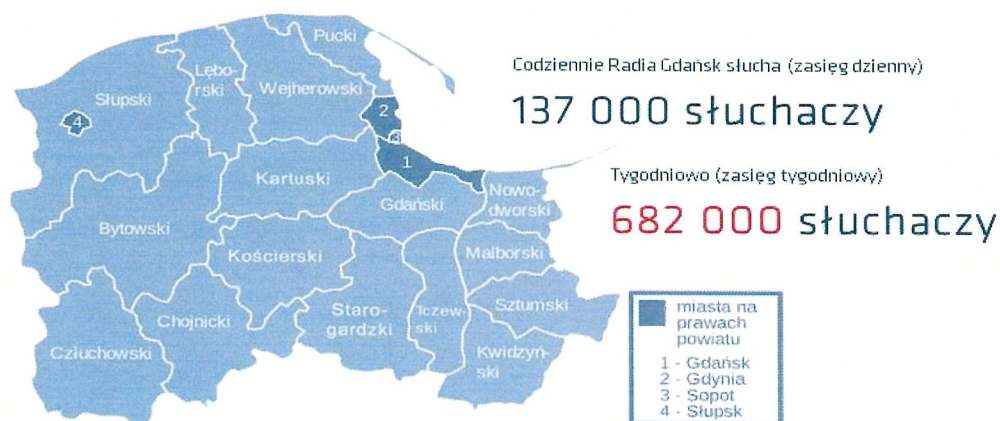
Warunki w branży, w której funkcjonuje Radio Gdańsk są warunkami wymagającymi. Konkurencja w mediach wśród rozgłośni jest największą w sektorze medialnym. Tylko na lokalnym rynku, pomorskim działa 17 rozgłośni, które mają redakcje na terenie województwa lub posiadają pasma, dzięki którym nadają na terenie województwa pomorskiego. Jeśli do tego dołożymy rozgłoszenie ogólnopolskie takie jak RMF FM, Radio Zet czy Trójka to obraz, który nam się kształtuje pokazuje, że tłok w „peletonie”



jest duży. Praktycznie w żadnym innym medialnym sektorze mediów tradycyjnych nie ma takiej sytuacji. Zarówno w telewizji jak i w prasie nie ma tak dużej konkurencji. To znowu oznacza, że „tort” zarówno słuchalności jak i reklamowy podzielony jest na wiele kawałków, a walka o każdy z nich duża.

W badaniach zasięgu słuchalności oraz udziale w czasie słuchania Radio Gdańsk od kilku lat plasuje się w pierwszej piątce rozgłośni w województwie pomorskim. Warto jednak zauważyć, że przed naszą rozgłośnią plasują się rozgłosnie ogólnopolskie: RMF FM, Radio Zet oraz Trójka jeśli chodzi o zasięg. To oznacza, że jesteśmy pierwszą rozgłośnią regionalną, która ma największy zasięg. Podobnie wygląda sytuacja z udziałem w czasie słuchania. Tutaj jednak warto podkreślić, że o prym w wśród rozgłośni regionalnych Radio Gdańsk rywalizuje z Radiem Plus, Radiem Kaszebe oraz Radiem Złote Przeboje Trefl 103 i Radiem Eska. O ile dwie pierwsze rozgłosnie są mocne w terenie, tak dwie kolejne to duża konkurencja w aglomeracji trójmiejskiej. Podobnie wygląda konkurencja na rynku reklamowym. Tutaj jednak można niemal ze stu procentową pewnością stwierdzić, że Radio Gdańsk jest liderem w pozyskiwaniu reklam. Od siedmiu lat świadczą o tym zarówno przychody jak i wykorzystanie czasu w blokach. To jednak oznacza, że konkurencja robi wszystko, aby zmienić sytuację. Co pewien czas poszczególne rozgłosnie obniżają ceny za reklamy, a to powoduje zaburzenia na rynku i zmiany, które wymuszają działania.

## ZASIĘG RADIA GDAŃSK – woj. pomorskie



Badanie Radio Track Millward Brown / Fala: grudzień 2018 - luty 2019 (wielkość: 20 970) Grupy celowe: pomorskie, Nowe województwo (podział na 16) - pomorskie / Wielkość (ważona): 1 808 539 (1 609 przypadków, 7,7% całej próby) / Dni słuchania: Dni poprzednie / Kwadrans: Wszystkie kwadransy

## ZASIĘG DZIENNY

### Pomorze All

Odsetek osób, które w ciągu dnia choćby przez chwilę miały kontakt z daną stacją. Badanym podawane są nazwy stacji, a oni deklarują, czy słuchali tej rozgłośni WCZORA!, niezależnie od miejsca.

	%	W TYS.
1. Radio RMF FM	30,1%	544
2. Radio ZET	17,7%	320
<b>3. Polskie Radio Gdańsk</b>	<b>7,0%</b>	<b>126</b>
4. Radio RMF MAXXX (Trójmiasto)	6,9%	125
5. Trójka - Program 3 Polskiego Radia	5,8%	105
6. Radio Plus Gdańsk	5,2%	94
7. Antyradio / do 2015-01 Radio ZET Chillii	4,9%	88
8. Radio TOK FM	4,4%	79
9. Radio ESKA (Trójmiasto)	3,7%	67
10. Radio Kaszebe	3,7%	66

File: grudzień 2018 : luty 2019 (wielkość: 20 970) / Nowe województwo (podział na 16) = pomorskie / Wielkość (nie ważona): 1 808 539 (1 609 przypadków, 7,7% całej próby)  
Wskaźniki słuchalności: Zasięg dzienny / Dni słuchania: Wszystkie dni / Kwadrans: Wszystkie kwadransy / Źródło: Radio Track MillwardBrown

## ZASIĘG DZIENNY

### Pomorze 25+

Odsetek osób, które w ciągu dnia choćby przez chwilę miały kontakt z daną stacją. Badanym podawane są nazwy stacji, a oni deklarują, czy słuchali tej rozgłośni WCZORA!, niezależnie od miejsca.

	%	W TYS.
1. Radio RMF FM	29,7%	465
2. Radio ZET	19,1%	299
<b>3. Polskie Radio Gdańsk</b>	<b>7,8%</b>	<b>122</b>
4. Trójka - Program 3 Polskiego Radia	6,4%	100
5. Radio RMF MAXXX (Trójmiasto)	5,8%	91
6. Radio Plus Gdańsk	5,4%	85
7. Radio TOK FM	5,0%	79
8. Antyradio / do 2015-01 Radio ZET Chillii	4,8%	75
9. Jedyńka - Program 1 Polskiego Radia	3,8%	59
10. Radio ESKA (Trójmiasto)	3,7%	57

File: grudzień 2018 : luty 2019 (wielkość: 20 970) / Nowe województwo (podział na 16) = pomorskie / Wielkość (nie ważona): 1 562 721 (1 439 przypadków, 6,9% całej próby)  
Wskaźniki słuchalności: Zasięg dzienny / Dni słuchania: Wszystkie dni / Kwadrans: Wszystkie kwadransy / Źródło: Radio Track MillwardBrown

## ZASIĘG DZIENNY Trójmiasto All

Odsetek osób, które w ciągu dnia choćby przez chwilę miały kontakt z daną stacją. Badanym podawane są nazwy stacji, a oni deklarują, czy słuchali tej rozgłośni WCZORAJ, niezależnie od miejsca.

	%	W TYS.
1. Radio RMF FM	20,0%	116
<b>2. Polskie Radio Gdańsk</b>	<b>12,9%</b>	<b>75</b>
3. Radio ZET	12,4%	72
4. Trójka - Program 3 Polskiego Radia	10,4%	61
5. Antyradio / do 2015-01 Radio ZET Chillli	9,6%	56
6. Radio TOK FM	9,4%	55
7. Radio RMF MAXXX (Trójmiasto)	7,9%	46
8. Radio Złote Przeboje Trefl 103 i 99,2 FM	6,8%	40
9. Radio ESKA (Trójmiasto)	6,5%	38
10. Radio Plus Gdańsk	4,9%	29

File: grudzień 2018 / luty 2019 (wielkość: 20 970) / Miasta - nadreprezentacje = m. Gdańsk-Gdynia-Sopot / Wielkość (nie ważona): 552 636 (1 120 przypadków, 5,3% całej próby)  
Wiek w latach = 25:75 / Wskaźniki słuchalności: Zasięg dzienny / Dni słuchania: Wszystkie dni / Kwadrans: Wszystkie kwadransy / Źródło: Radio Track MillwardBrown

## ZASIĘG DZIENNY Trójmiasto 25+

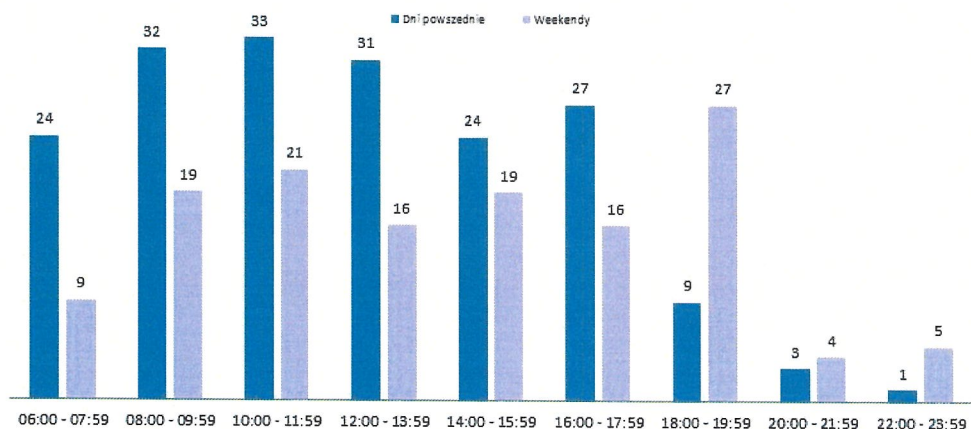
Odsetek osób, które w ciągu dnia choćby przez chwilę miały kontakt z daną stacją. Badanym podawane są nazwy stacji, a oni deklarują, czy słuchali tej rozgłośni WCZORAJ, niezależnie od miejsca.

	%	W TYS.
1. Radio RMF FM	19,9%	104
<b>2. Polskie Radio Gdańsk</b>	<b>14,2%</b>	<b>74</b>
3. Radio ZET	13,8%	72
4. Trójka - Program 3 Polskiego Radia	11,1%	58
5. Radio TOK FM	10,5%	54
6. Antyradio / do 2015-01 Radio ZET Chillli	9,8%	51
7. Radio RMF MAXXX (Trójmiasto) Radio Złote Przeboje Trefl 103 i 99,2 FM	7,3%	38
8. (Trójmiasto)	7,3%	38
9. Radio ESKA (Trójmiasto)	5,85%	30
10. Radio Plus Gdańsk	5,14%	27

File: grudzień 2018 / luty 2019 (wielkość: 20 970) / Miasta - nadreprezentacje = m. Gdańsk-Gdynia-Sopot / Wielkość (nie ważona): 519 105 (1 031 przypadków, 4,9% całej próby)  
Wiek w latach = 25:75 / Wskaźniki słuchalności: Zasięg dzienny / Dni słuchania: Wszystkie dni / Kwadrans: Wszystkie kwadransy / Źródło: Radio Track MillwardBrown

# SŁUCHALNOŚĆ KWADRANSOWA

Radia Gdańsk



File: grudzień 2018 : luty 2019 (wielkość: 20 970) / Nowe województwo (podział na 16) = pomorskie /Wielkość (nie ważona): 1 808 539 (1 009 przypadków, 7,7% całej próby)  
Wskaźniki słuchalności: Zasięg dzienny / Dni słuchania: Wszystkie dni / Kwadransie: Wszystkie kwadransy / Źródło: Radio Track MillwardBrown

Strategia sprzedaży oparta jest na dwóch zasadniczych filarach: sprzedaż spotów reklamowych i ogłoszeń oraz sprzedaż tzw. sponsoringu. Dwa kolejne elementy, które wspierają przychody to wpływy z patronatów oraz z Audytorium 17 sp. zo.o., spółkę powołaną przez 17 rozgłośni regionalnych radia publicznego, która stara się sprzedawać kampanie ogólnopolskie. Niestety, wpływy z działalności A17 są stosunkowo małe w Radiu Gdańsk w stosunku do kosztów ponoszonych przez rozgłośnię.

Elementem sprzedażowym, nad którym Radio Gdańsk pracuje od dwóch lat jest sprzedaż reklamy internetowej. Obecnie pracujemy nad unowocześnieniem strony, która dzięki innowacyjnym technologiom pozwoli sprzedawać reklamę, artykuły sponsorowane oraz inne formy sprzedaży popularne w sieci. Produkt ten rozwijać będziemy w najbliższych latach.

Polskie Radio Regionalna Rozgłośnia w Gdańsku

Radio Gdańsk S.A.

KARTA POWINNOŚCI na lata 2020 -2024  
CZĘŚĆ FINANSOWA

Koszty tworzenia i rozpowszechniania oraz źródła finansowania programu regionalnego oraz programu rozszerzonego w Słupsku

	w tys. zł.													
	2020			2021			2022			2023			2024	
	KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA	KRRIT	KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA	KRRIT	KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA	KRRIT	KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA	KRRIT	KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA
Program regionalny	19 610,0	4 428,0	15 182,0	19 710,0	4 533,0	15 177,0	19 850,0	4 711,0	15 139,0	20 080,0	4 812,0	15 268,0	20 260,0	4 993,0
Dab+	180,0		180,0	180,0		180,0	190,0		190,0	200,0		200,0	200,0	
Rozszerzenie Słupsk	258,0		258,0	263,0		263,0	281,0		281,0	292,0		292,0	293,0	
Nowe Media (Internet)	980,0		980,0	990,0		990,0	990,0		990,0	990,0		990,0	990,0	
Koszt realizacji zadań ujętych w karcie powinności	21 028,0	4 428,0	16 600,0	21 143,0	4 533,0	16 610,0	21 311,0	4 711,0	16 600,0	21 562,0	4 812,0	16 750,0	21 743,0	4 993,0
<b>PLANOWANE INWESTYCJE-nazwa przedsięwzięcia</b>	605,0			910,0			650,0			700,0			720,0	
1. Wyposażenie i modernizacja stanowisk technologicznych	250,0			500,0			250,0			350,0			400,0	
2. Modernizacja sprzętu i aplikacji komputerowych	90,0			90,0			150,0			90,0			90,0	
3. Wymiana sprzętu reporterskiego	40,0			40,0			50,0			40,0			40,0	
4. Modernizacja infrastruktury Rozgłośni	50,0			100,0			40,0			50,0			50,0	
<b>Razem wyposażenie techniczne</b>	430,0	0,0	0,0	730,0	0,0	0,0	490,0	0,0	0,0	530,0	0,0	0,0	580,0	0,0
5. Zakup WNIP : oprogramowań, licencji słuchowisk, koncertów	90,0			80,0			85,0			90,0			80,0	
6. Pozostałe zakupy	85,0			100,0			75,0			80,0			60,0	



## Ogólne zasady prowadzenia dokumentacji

Ustalone są w oparciu o politykę rachunkowości, na podstawie zapisów zawartych w art. 31a ustawy o radiofonii i telewizji oraz zasad przypisywania przychodów i związanych z nimi kosztów w odniesieniu do działalności, o której mowa w art.21 ust.1 ustawy oraz pozostałej działalności Radia Gdańsk S.A.

Zgodnie z art.21 ust.1 ustawy za działalność misyjną (misję) uważa się oferowane na zasadach określonych w ustawie o rtv, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.

### I. PRZYCHODY I KOSZTY SPÓŁKI związane z realizacją misji:

1. **Przychody związane z realizacją misji** (art. 31.ust.1 pkt. 1 i pkt.2 ustawy o rtv)– źródło finansowania działalności misyjnej to w szczególności:
  - wpływy z opłat abonamentowych, pozaabonamentowych, nadwyżki, rekompensaty
  - przychody ze sprzedaży audycji radiowych,
  - przychody ze sprzedaży licencji i praw stanowiących własność radia,

Wpływy abonamentowe, pozaabonamentowe, nadwyżki, rekompensaty otrzymywane z KRRiT na podstawie stosownych uchwał zaliczane są do przychodów w miesiącu ich wpływu na konto bankowe (potwierdzeniem tego jest nota księgową). Przychody te ewidencjonowane są na koncie „701” z odpowiednim rozwinięciem kont analitycznych ułatwiających sprawozdawczość.

2. Koszty działalności misyjnej to wszystkie koszty bezpośrednie, pośrednie i koszty zarządu związane z tworzeniem i rozpowszechnianiem programu regionalnego. Zalicza się do nich również koszty związane z realizacją programów w terenie i w studiu z udziałem publiczności, z których relacje emitowane są na antenie oraz koszty związane z produkcją i rejestracją nagrań archiwalnych stanowiących materiał do prezentacji dorobku edukacyjnego, kulturalnego oraz artystycznego.

*Koszty bezpośrednie* ewidencjonowane są na kontach zespołu 5 – tj. „500”, „501” i „503”. Wszystkie konta posiadają szczegółową analitykę w podziale na poszczególne kategorie programu tj. : informacja, publicystyka, edukacja, kultura, sport, rozrywka, internet oraz informacja i publicystyka dla mniejszości kaszubskiej. Prowadzona jest również ewidencja analityczna dla innych zadań misyjnych.

Do kosztów bezpośrednich w podziale na poszczególne kategorie zalicza się wynagrodzenia dziennikarzy i realizatorów wraz z pochodnymi oraz inne koszty, które można bezpośrednio przypisać do danej kategorii lub zadania.

*Do kosztów pośrednich* (wydziałowych) zalicza się wynagrodzenia wraz z pochodnymi pozostałych pracowników nie związanych bezpośrednio z tworzeniem audycji radiowych, podatki, materiały, amortyzację, energię oraz usługi obce i pozostałe koszty, których nie da się jednoznacznie przyporządkować do kosztów bezpośrednich. Koszty pośrednie ewidencjonuje się na kontach „505” i „530” i rozlicza się je kluczem do kosztów bezpośrednich.



Przyjęto zasadę, że pracownik odpowiedzialny za zatwierdzenie dokumentu źródłowego pod względem merytorycznym dokonuje odpowiedniej klasyfikacji kosztu w podziale na misję lub komercję.

## II. PRZYCHODY I KOSZTY POZOSTAŁEJ DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI

1. Przychody z pozostałej działalności, to wszystkie pozostałe przychody poza wymienionymi w pkt. I.1 (w szczególności z reklam i ich produkcji, sponsoringu oraz usług świadczonych przez dział produkcji – studio nagrań, mastering itp. ) ewidencjonowane są na pozostałych kontach zespołu „7” zgodnie z planem kont.
2. Koszty działalności pozostałej (komercyjnej) dotyczące ww. przychodów ewidencjonowane są na odpowiedniej analityce konta „502”.  
Kwalifikacji kosztów i ich rozliczenia dokonuje się analogicznie jak przy kosztach związanych z działalnością misyjną.

Przy rozliczaniu kosztów wspólnych dla obu rodzajów działalności dopuszcza się możliwość ich proporcjonalnego podziału zgodnie z kwalifikacją dokonaną przez osobę merytorycznie odpowiedzialną.

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

W przypadku, gdy Polskie Radio Regionalna Rozgłośnia w Gdańsku „Radio Gdańsk” S.A. w danym roku kalendarzowym, w latach 2020-2024, osiągnie przychody pochodzące ze źródeł określonych w ust.1 pkt 1 i ust.2 ustawy o radiofonii i telewizji przekraczające koszt netto realizacji misji publicznej, o której mowa w art.21 ust.1 ww. ustawy, a kwota nadwyżki będzie nie większa niż 10 % całkowitego kosztu realizacji misji publicznej przewidzianego w zatwierdzonym planie, o którym mowa w art. 21 c ust.1 ustawy na ten rok, wówczas spółka przeznaczy ją na realizację misji publicznej w kolejnych okresach.

*Prezes Zarządu*

*Dariusz Wasielewski*

**UCHWAŁA nr 2/V/19**

**Zarządu Spółki „Radio Gdańsk” S.A.  
z dnia 24.05.2019r.**

**w sprawie : przyjęcia projektu Karty Powinności w Polskim Radiu Regionalnej Rozgłośni  
w Gdańsku „Radio Gdańsk” S.A.**

Działając na podstawie § 14 ust. 1 i 2 Statutu Spółki w związku z art.21 a ustawy o radiofonii i  
telewizji uchwała się, co następuje:

**§1.**

1. Zarząd Spółki „Radio Gdańsk” S.A. przyjmuje projekt Karty Powinności, stanowiący załącznik nr 1 do niniejszej uchwały.
2. Zarząd Spółki „Radio Gdańsk” S.A. projekt, o którym mowa w ust.1 przekazuje do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji celem dokonania stosownych uzgodnień.

**§2**


Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Głosowanie przeprowadzono w trybie jawnym. Liczba obecnych: 1  
Liczba głosów „za” : 1

1. Dariusz Wasielewski

- Prezes Zarządu

PREZES ZARZĄDU

  
Dariusz Wasielewski  
.....