

Opole, 30 kwietnia 2024 roku

ZB-8/04/2024

**Szanowny Pan
Maciej Świrski
Przewodniczący
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
Warszawa**

Niniejszym w załączeniu przekazuję projekt karty powinności Spółki Polskie Radio Regionalna Rozgłośnia w Opolu „Radio Opole” S.A. w likwidacji na lata 2025-2029. Przedmiotowy dokument zawiera elementy określone w Art. 21a Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji.

W uzasadnieniu uprzejmie informuję, że Regionalna Rozgłośnia Polskiego Radia w Opolu „Radio Opole” S.A. w likwidacji jako jednostka publicznej radiofonii i telewizji, przekazując projekt karty powinności na lata 2025-2029, wywiązuje się z obowiązku wynikającego z zapisów zawartych w Art. 21a. 6. Przywołanej powyżej ustawie.

**Jacek
Kaczor**

Elektronicznie
podpisany przez
Jacek Kaczor
Data: 2024.04.30
13:13:37 +02'00'

**Polskie Radio Regionalna Rozgłośnia w Opolu
„Radio Opole” S.A. w likwidacji**

The logo for Radio Opole, featuring the text "Radio Opole" in a bold, white, sans-serif font. The text is set against a dark gray rectangular background. A thin white horizontal line is positioned below the text, starting from the left edge of the background and ending under the 'e'.

**Karta Powinności
nadawcy publicznego
na lata 2025 -2029**

Opole 2024

Polskie Radio Rozgłośnia Regionalna w Opolu „Radio Opole” S. A w likwidacji do momentu zakończenia likwidacji zobowiązane jest do działania zgodnie z Ustawą z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji. Art. 21a tej ustawy nakłada obowiązek określenia sposobu realizacji misji publicznej oraz szczegółowy zakres powinności wynikający z tej misji w karcie powinności w okresie kolejnych pięciu lat kalendarzowych. W związku z tym, że data zakończenia procesu likwidacji nie została określona, karta powinności została sporządzona na okres kolejnych pięciu lat kalendarzowych, to jest na lata 2025-2029.

I. Radio Opole – regionalny nadawca publiczny

Polskie Radio Rozgłośnia Regionalna w Opolu „Radio Opole” S.A. w likwidacji jest jednoosobową spółką Skarbu Państwa działająca na podstawie Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, ustawy z dnia 15 września 2000 roku, Kodeksu spółek handlowych oraz ustawy z dnia 22 czerwca 2016 roku o Radzie Mediów Narodowych. Spółka została postawiona w stan likwidacji uchwałą Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki w dniu 29 grudnia 2023 roku. Stan likwidacji Spółki nie zwalnia jej jednak z nałożonych obowiązków wynikających z zapisów zawartych w wymienionych aktach prawnych, a w szczególności z realizacji zdań misyjnych nadawcy publicznego.

Radio Opole S.A. w likwidacji jest jedyną regionalną, publiczną rozgłośnią radiową, działającą w województwie opolskim. Jest równocześnie najstarszą, bo istniejącą od 1952 roku, rozgłośnią radiową na Opolszczyźnie.

Siedzibą Radia Opole S.A. w likwidacji jest Opole. Rozgłośnia posiada studia terenowe w większych miastach regionu – Strzelcach Opolskich, Prudniku, Kędzierzynie-Koźlu i Głubczycach.

Radio Opole S.A. w likwidacji nadaje swoje programy poprzez następujące stacje nadawcze:

Radiodyfuzja analogowa FM

- 101,20 MHz – Opole (własny budynek i nadajnik)
- 96.30 MHz – Kluczbork (obcy budynek, własny nadajnik, płatna usługa najmu pomieszczenia i miejsca na maszcie)
 - 103,20 MHz – Chrzelice (obcy obiekt, płatna usługa nadawania)
 - 107,70 MHz – Namysłów (obcy obiekt, płatna usługa nadawania)
 - 88,00 MHz – Brzeg (obcy obiekt, płatna usługa nadawania)
 - 89,10 MHz – Olesno (obcy obiekt, płatna usługa nadawania)
 - 105,10 MHz – Wysoka koło G. św. Anny (obcy obiekt, płatna usługa nadawania)
 - 92,60 MHz – Paczków (obcy obiekt, płatna usługa nadawania)
 - 94,80 MHz – Głubczyce (obcy obiekt, płatna usługa nadawania)

Radiodyfuzja cyfrowa DAB+

- 220,352 MHz kanał 11C – Opole, Chrzelice, Wysoka koło G. św. Anny, Brzeg (obecne obiekty, płatne usługi nadawania)

Radio Opole S.A. w likwidacji jako nadawca radiowy oraz producent treści udostępnianych poprzez różnorodne kanały internetowe, funkcjonuje na silnie konkurencyjnym rynku medialnym, na którym regionalna radiofonia publiczna ma dwóch głównych konkurentów. Są to prywatne, ogólnopolskie rozgłośnie radiowe proponujące komercyjny program oparty o muzykę pop i przewagę infotainmentu, a więc formatu łączącego informację z rozrywką, z niewielkim udziałem informacji o charakterze regionalnym. Rozgłośnie te wspierają swój program niezwykle kosztownym marketingiem w postaci wysokich nagród finansowych dla słuchaczy. Są to również prywatne stacje lokalne, zwykle silnie sformatowane (na przykład format „złote przeboje”), często z sieciowane, opierające swoją ofertę na muzyce towarzyszącej, z nieznaczną liczbą materiałów informacyjnych. W województwie opolskim konkurencją dla Radia Opole S.A. w likwidacji są: stacje sieci RMF, sieci Agory, sieci ZPR ESKA oraz Radia Park obejmujące swym nadawaniem Kędzierzyn-Koźle i Brzeg, a także Radio Nysa, Radio ONY i Radio Vanessa z Raciborza nadające również w Krapkowicach i Oleśnie.

Mając na uwadze główny cel istnienia nadawców publicznych, jakim jest realizacja przez nich zadań misyjnych określonych w ustawie medialnej, a jednocześnie uwzględniając brak możliwości podjęcia konkurencji z nadawcami komercyjnymi w zakresie ich głównej aktywności (wysokie nagrody finansowe dla słuchaczy, obniżenie poziomu oferty muzycznej), Radio Opole S.A. w likwidacji systematycznie rozwija te elementy swojej oferty programowej, które są w przypadku konkurencji pomijane. Należą do nich rozbudowana informacja regionalna i lokalna, także w rozumieniu informacji dotyczącej powiatów i gmin oraz pogłębiona publicystyka, w tym rzetelna debata polityczna, społeczna i gospodarcza. Ważne są również treści edukacyjne oraz przekazy o charakterze kulturalnym i kulturotwórczym, zwłaszcza z obszaru kultury wysokiej. Zgodnie ze współczesnymi trendami oraz oczekiwaniem słuchaczy wszystkie działania na polu programowym, znajdują swoje rozbudowane odzwierciedlenie na stronie internetowej rozgłośni oraz w innych nowoczesnych kanałach komunikacji.

Radio Opole S.A. w likwidacji tworzy programy radiowe oraz inne przekazy medialne w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki, skierowane do szerokiego grona odbiorców na poziomie regionalnym (województwo) i lokalnym (miasta i wsie). W tym celu prowadzi politykę programową opartą o otwartość na nowe rozwiązania technologiczne, wynikające z dynamicznego rozwoju nowych mediów (Internet, media społecznościowe, platformy mobilne) oraz nowe kanały dotarcia do słuchacza (nadawanie cyfrowe w formacie DAB+, streaming internetowy, nowe usługi medialne, itp.), a także o atrakcyjny sposób prezentowania treści misyjnych.

Tworząc i udostępniając odbiorcom treści, z wykorzystaniem tradycyjnych oraz nowoczesnych kanałów ich dystrybucji Radio Opole S.A. w likwidacji:

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

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

Kształtując przekazy medialne Radio Opole S.A. w likwidacji podejmuje:

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

- działania służące tworzeniu pozytywnego wizerunku osób starszych oraz osób niepełnosprawnych.

Radio Opole S.A. w likwidacji odgrywa w regionie rolę ośrodka więziotwórczego i w ramach pełnionej misji nadawcy publicznego, w szczególności sposób obecny jest w przekazach medialnych, które:

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

By sprostać wzrastającym wymaganiom słuchaczy oraz odbiorców innych przekazów medialnych, Radio Opole S.A. w likwidacji podejmuje aktywność ukierunkowaną na:

- podejmowanie działań związanych z optymalizacją sposobu pracy zespołu dziennikarzy w kierunku racjonalnego wykorzystania potencjału znajdującego się w tym zespole;
- promowanie samokształcenia i samodoskonalenia się dziennikarzy w kierunku pozyskiwania wiedzy i umiejętności w zakresie nowych mediów oraz nabywania umiejętności elastycznego funkcjonowania w ramach zadań nadawcy publicznego (samorealizacja, montaż elektroniczny, prowadzenie podstron internetowych, blogów, profili w mediach społecznościowych, wykonywanie fotografii i nagrań video);
- realizację zadań nadawcy publicznego zawartych w ustawie medialnej, przedmiotowych regulacjach Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji i innych, obowiązujących przepisach, z zachowaniem najwyższego poziomu jakości tworzonego przekazu, zarówno ze względu na treść jak i stosowane formy programowe;
- określanie grup docelowych słuchaczy tworzonej audycji oraz budowanie oferty programowej skierowanej do odbiorcy uniwersalnego, z jednoczesnym uwzględnieniem wyników badań słuchalności;

- poszukiwanie i tworzenie nowych form przekazów multimedialnych i udostępnianie ich poprzez współczesne kanały komunikacji – Internet w tym technologie mobilne i media społecznościowe, z uwzględnieniem form i treści właściwych dla odbiorcy tych przekazów.

Radio Opole S.A. w likwidacji realizując zadania nadawcy publicznego, zarówno w zakresie tworzonych i nadawanych programów, jak i udostępnianych treści multimedialnych, w czasie obowiązywania zapisów niniejszej karty powinności nadawcy publicznego, w szczególności sposób akcentować będzie bieżące, istotne wydarzenia o charakterze społeczno-politycznym, sportowym, kulturalnym i rozrywkowym.

Niewątpliwie najważniejszym wydarzeniem politycznym, społecznym i gospodarczym o charakterze międzynarodowym, mającym swoje konsekwencje w życiu społeczeństwa Opolszczyzny, jest trwający konflikt zbrojny na Ukrainie. Radio Opole S.A. w likwidacji, podobnie jak miało to miejsce w latach ubiegłych, kontynuować będzie realizację szeregu działań w programie regionalnym oraz w przestrzeni internetowej, mających na celu rzetelne zapoznanie mieszkańców naszego regionu z wszelkimi faktami mającymi związek z tym wydarzeniem, a także dostarczanie im wartościowych i rzetelnych komentarzy, pozbawionych charakteru sensacji. Innym obszarem działań programowych wynikających z trwającego konfliktu zbrojnego na Ukrainie pozostanie bieżące informowanie i edukowanie obywateli ukraińskich przebywających w naszym regionie, w zakresie związanym z ich codziennym funkcjonowaniem.

W najbliższych latach do ważnych wydarzeń o charakterze społeczno-politycznym, sportowym, kulturalnym i rozrywkowym objętych zainteresowaniem programowym Radia Opole S.A. w likwidacji zaliczyć w szczególności należy:

w 2025 roku:

- wybory na urząd Prezydenta RP,
- 1000. rocznica koronacji Bolesława Chrobrego na króla Polski i powstania Królestwa Polskiego,
- Ogólnopolski Festiwal Teatrów Lalek XXXII edycja,
- 49. Opolskie Konfrontacje Teatralne,
- 62. Krajowy Festiwal Polskiej Piosenki w Opolu

w 2026 roku:

- Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej w Ameryce Północnej (Stany Zjednoczone, Kanada, Meksyk),
- zimowe igrzyska olimpijskie,
- 50. Opolskie Konfrontacje Teatralne
- 63. Krajowy Festiwal Polskiej Piosenki w Opolu

w 2027 roku:

- wybory do Sejmu RP XI kadencji i Senatu RP XII kadencji,

- Ogólnopolski Festiwal Teatrów Lalek XXXIII edycja
- 51. Opolskie Konfrontacje Teatralne
- 64. Krajowy Festiwal Polskiej Piosenki w Opolu

w 2028 roku:

- letnie igrzyska olimpijskie,
- 52. Opolskie Konfrontacje Teatralne
- 65. Krajowy Festiwal Polskiej Piosenki w Opolu

w 2029 roku:

- Ogólnopolski Festiwal Teatrów Lalek XXXIV edycja
- 53. Opolskie Konfrontacje Teatralne
- 66. Krajowy Festiwal Polskiej Piosenki w Opolu
- wybory samorządowe 2029

Podstawowym wyznacznikiem rozwiązań programowych i multimedialnych stosowanych przez Radio Opole S.A. w likwidacji będzie zachowanie misyjnego charakteru wszystkich tworzonych przekazów, gwarantującego wywiązanie się spółki ze wszystkich obowiązków nadawcy publicznego określonych w stosownych uregulowaniach prawnych. Jednocześnie podążając za trendami kształtującymi obecnie przestrzeń konsumpcji mediów w Polsce i na świecie, do których należą m.in. konwergencja i synergia mediów tradycyjnych i internetowych, Radio Opole S.A. w likwidacji realizując misję i chcąc być konkurencyjne na rynku zmuszone jest realizować szeroki zakres treści medialnych, obejmujący zarówno tradycyjne kanały komunikacji w postaci radia linearnego nadawanego w systemie analogowym FM i cyfrowym DAB+ oraz w streamingu internetowym wraz ze wsparciem multimedialnym dostępnym w Internecie, jak i nowoczesny rynek nowych mediów w postaci produkcji i udostępniania zupełnie autonomicznych produktów medialnych, nieposiadających odniesienia do tradycyjnych kanałów komunikacji. Ważnym kierunkiem będzie zwrócenie się do młodego odbiorcy w przestrzeni, w której on funkcjonuje, a więc w przestrzeni internetowej. Celowi temu służyć będzie produkcja i publikacja przekazów o treści i w formie dopasowanych do preferencji tego odbiorcy, a jednocześnie cechujących się wysokim poziomem jakości i misyjności.

Istotnym zadaniem Radia Opole S.A. w likwidacji będzie również podejmowanie działań mających na celu stałe informowanie słuchaczy i odbiorców treści multimedialnych o nowych propozycjach wynikających z realizacji planów programowych uzgadnianych na kolejne lata obowiązywania niniejszej karty powinności nadawcy publicznego, a także inicjatyw utrwalających znajomość marki Radia Opole. Zaliczyć do nich należy wizerunkowe akcje outdoorowe, realizację wyjazdowych form programowych związanych z wydarzeniami lokalnymi lub miejscami gromadzącymi duże grupy potencjalnych odbiorców oferty programowej i oferty multimedialnej, a także działalność

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

II. Programy radiowe tworzone przez Radio Opole w latach 2025-2029

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

Radio Opole S. A w likwidacji, jako nadawca publiczny realizując zadania tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych, 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 będąc w stanie likwidacji jest zobowiązane do realizacji misji i zamierza kontynuować emisję dwóch programów.

Radio Opole

Program główny o zasięgu regionalnym nadawany jest przez 24 godziny na dobę przez siedem dni w tygodniu w technologii FM przez sieć nadajników. Dociera do mieszkańców całego województwa, oraz bezpośrednio sąsiadujących miejscowości województw ościennych (dolnośląskiego, wielkopolskiego, łódzkiego i śląskiego). W programie zawarte są treści informacyjne, publicystyczne, kulturalne, edukacyjne, sportowe oraz rozrywkowe cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, a także wysoką jakością i integralnością przekazu. Realizowane są w ten sposób wszystkie wymagane ustawą elementy stanowiące o misyjnym charakterze programu wyszczególnione w art. 21 Ustawy o radiofonii i telewizji. Program na głównej antenie Radio Opole jest równolegle nadawany w całości w kanale radia cyfrowego DAB+.

Radio Opole 2 Kultura

Program „Radio Opole 2 Kultura” jest nadawany w kanale cyfrowego radia DAB+ zgodnie z koncesją Nr DR-188/2018-1/617/2015-TK i jest rozpowszechniany codziennie, 24 godziny na dobę. Charakter programu jest wyspecjalizowany w obszarze tematyki kulturalnej, skierowany do osób zainteresowanych szeroko pojętą kulturą. Tworzony jest przez zespół dziennikarzy wyspecjalizowanych we wspomnianej tematyce, a przygotowywane przez nich programy mają charakter edukacji

kulturalnej, publicystyki kulturalnej oraz promocji artystów i twórców z obszaru województwa opolskiego. W Radiu Opole 2 Kultura mogą być transmitowane także koncerty i festiwale mające miejsce w regionie, ale mające zasięg ponadregionalny.

Koncesja na program pod nazwą „Radio Opole 2 Kultura” wygasa z dniem 5 sierpnia 2025 roku, a spółka Polskie Radio Rozgłośnia Regionalna w Opolu Radio Opole S. A w likwidacji zamierza starać się o uzyskanie koncesji na kolejne lata.

III. Usługi medialne świadczone przez Radio Opole w latach 2025-2029 (usługi o których mowa w art. 21 ust. 1a pkt 2a)

Radio Opole w likwidacji zobowiązane jest wypełniać 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 2025 - 2029 realizację wymienionych zadań zgodnie z zamieszczonymi poniżej informacjami.

Portal internetowy radio.opole.pl

Radio Opole w likwidacji, zobowiązane działać i wypełniać ustawowe zadania, do momentu zakończenia likwidacji i obowiązywania niniejszego dokumentu planuje przekształcenie strony internetowej Radia Opole, znajdującej się pod adresem www.radio.opole.pl, w nowoczesny, szybki, wydajny i obsługujący najnowsze technologie system zarządzania treścią (CMS) portal internetowy. Utrzymaniem portalu podobnie jak w poprzednich latach zajmować się będzie zewnętrzny dostawca, korzystający i obsługujący nowoczesne centrum danych. Najważniejszą cechą i nadrzędnym celem portalu będzie dostępność dla jak najszerszego grona odbiorców z regionu, kraju oraz świata. Serwis cechować będzie przejrzystość, szybkość oraz optymalne działanie na wszystkich nowoczesnych platformach sprzętowych, zaczynając od mobilnych (mobile first), stacjonarnych poprzez poprawne funkcjonowanie na starszych platformach technologicznych, przeciwdziałając tym samym wykluczeniu technologicznemu i informacyjnemu potencjalnych użytkowników.

Poprzez serwis internetowy są i będą udostępniane treści realizujące misję radia jako medium publicznego z zakresu informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, gospodarki, edukacji i sportu przetworzone, przygotowane pod kątem specyfiki komunikacji w nowych mediach. Treści bazować będą przede wszystkim na przekazie multimedialnym (zdjęcia, filmy pionowe lub poziome) oraz audialnym uzupełnione o formę pisemną informacji. Ponadto w formie podcastów zamieszczane będą wybrane audycje powstające w poszczególnych programach, streamy wybranych audycji oraz

transmisje specjalne np. z koncertów, debat czy akcji wyjazdowych rozgłośni. Poprzez stronę i portal internetowy udostępnione do słuchania są wszystkie programy Radia Opole, z możliwością tworzenia streamu z okresowymi programami specjalnymi. Serwis ma za zadanie również informować o ofercie programowej, promować poszczególne pozycje programowe oraz inne działania podejmowane przez rozgłośnię. Jest także źródłem informacji o pozostałych aspektach działalności rozgłośni i usługach przez nią oferowanych, udostępnia Biuletyn Informacji Publicznej zgodnie z wymogami ustawowymi. Portal podobnie jak obecna strona internetowa posiadać będzie odnośniki do profili Radia Opole w mediach społecznościowych w formie widgetów oraz specjalnie przygotowanych pól eksploatacji w serwisie. Serwis tworzony jest z myślą o udogodnieniach zgodnych ze standardami WCAG 2.1 - dla osób niedowidzących, niedosłyszących lub z innych powodów zagrożonych wykluczeniem cyfrowym.

Portal internetowy radio.opole.pl jest planowany do tworzenia i utrzymania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności.

Usługi na żądanie

Radio Opole po zlikwidowaniu w dotychczasowej formie stron Radio Opole 3 Sport i Radio Opole 4 Historia, dwóch usług medialnych dostępnych na żądanie, planuje rozwinąć i udostępniać odbiorcom treści antenowe i pozaantenowe w postaci podcastów audio i wideo. Celem udostępniania treści na żądanie jest umożliwienie użytkownikom odbioru w wybranym przez siebie momencie i na własne życzenie audycji w oparciu o przejrzysty katalog, co gwarantuje przedłużenie żywotności prezentowanych przez Radio Opole programów oraz dotarcie do szerszego grona odbiorców. Usługi na żądanie zawierać będą treści realizujące misję radia publicznego z zakresu informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, gospodarki, edukacji, historii i sportu. Dodatkowo w przekazie zaakcentowane zostaną wszelkie aspekty lokalne w treści ze wspomnianych zakresów.

Usługi na żądanie w formie podcastów audio i wideo planowane są do tworzenia, udostępniania i utrzymania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności.

Media społecznościowe

Radio Opole prowadzi obecnie w mediach społecznościowych profile na Facebooku, X (dawny Twitter), Instagramie, Tik Toku, LinkedIn oraz YouTube. Kanały w mediach społecznościowych wykorzystywane są do udostępniania treści informacyjnych zamieszczanych na stronie www.radio.opole.pl, promocji audycji, programów i cykli tematycznych oraz pozaantenowych akcji organizowanych, współorganizowanych przez Radio Opole lub objętych patronatem. Media społecznościowe stanowią istotny kanał komunikacji ze słuchaczami audycji Radia Opole i internautami, odbiorcami strony www, usług na żądanie oraz profili na innych platformach społecznościowych. Prowadzenie profili umożliwia komentowanie materiałów przygotowanych przez

zespół dziennikarzy Radia Opole, zgłaszanie potencjalnie ważnych tematów, przesyłanie pytań dotyczących audycji itp. W mediach społecznościowych ukazują się również materiały stanowiące uzupełnienie i poszerzenie informacji antenowych, materiały promocyjne budujące świadomość marki w regionie oraz poza nim, a także budujące zaufanie i skracające dystans między twórcą treści a odbiorcą. Prowadzenie platform społecznościowych daje dostęp i możliwość analizy statystyk, które pozwalają poznać i zrozumieć grupę odbiorców treści (płeć, wiek, miejsce zamieszkania, zainteresowania), monitorować ich aktywność oraz dowiedzieć się, które z treści cieszą się największą popularnością i zainteresowaniem. Dzięki statystyce możliwe jest wyciąganie wniosków dotyczących efektywności podejmowanych działań.

Facebook

Radio Opole prowadzi trzy profile na Facebooku: główny fanpage Radia Opole, kanał informacyjno-publicystyczny "Publicystyka Radia Opole" oraz audycji o charakterze kulturowo-muzycznej "Rewiry kultury". Poprzez udostępnianie treści informacyjnych i promocyjnych w formie multimedialnej (relacje, rolki, galerie zdjęć) oraz pisemno-graficznej (posty, emoticons) platforma stanowi kanał dotarcie do odbiorców w wieku 35-65+.

X (dawny Twitter)

Radio Opole prowadzi dwa konta w serwisie X: główne konto Radia - @RadioOpole oraz konto informacyjno-publicystyczne @PublicystykaRO. Ze względu na specyfikę (brak algorytmu doboru wiadomości takiego jak np. na Facebooku) to medium stanowi narzędzie do udostępniania treści newsowych Radia Opole, a także pełni funkcję opiniotwórczą. Konta wykorzystywane są również do promowania ważnych z punktu widzenia rozgłośni wydarzeń lub do reklamowania audycji m.in. audycji publicystycznych.

Instagram

Radio prowadzi jeden, główny profil Radia Opole na Instagramie. Celem prowadzenia kanału jest dotarcie do nowych odbiorców, szczególnie w wieku 25-35+, ale przede wszystkim prezentacja i promocja rozgłośni, marki oraz produktów, które stanowią audycje, programy i cykle tematyczne Radia Opole. Udostępniane w formie multimedialnej treści graficzne (Visual content) jako relacje (Instastories), rolki (Reels), galerie zdjęć są proste i szybkie w odbiorze, a jednocześnie bardziej angażujące odbiorców.

Tik Tok

Profil Radia Opole na Tik Toku to kanał umożliwiający publikację treści wideo wchodząc tym samym w interakcję z odbiorcami w wieku 16-25+. Dzięki możliwości tworzenia krótkich filmów, kanał

jest źródłem inspiracji, wiedzy oraz rozrywki pozwalającym na pełnienie misji mediów publicznych wśród najmłodszych odbiorców. Dzięki odpowiedniemu rozpoznaniu grupy odbiorców możliwe jest tworzenie i dystrybuowanie jakościowych treści niosących konkretną wartość dla użytkownika. Dodatkowo Tik Tok daje możliwość stworzenia własnego, unikatowego hashtagu, dzięki któremu możliwe będzie lepsze pozycjonowanie treści oraz łatwiejsze ich wyszukiwanie.

LinkedIn

Założenie i prowadzenie profilu Radia Opole na LinkedIn jest elementem strategii biznesowej rozgłośni. Kanał umożliwia promowanie marki, podejmowanych przez nią działań promocyjnych, akcji organizowanych lub współorganizowanych przez Radio Opole oraz osiągnięć firmy. Dodatkowo pomaga w nawiązywaniu kontaktów oraz analizie działań podejmowanych przez konkurencję.

YouTube

Radio Opole prowadzi własny kanał na platformie YouTube, na którym znajdują się treści powstające w poszczególnych audycjach i programach radiowych oraz przy tworzeniu materiałów reporterskich rozgłośni. Materiały wideo znajdujące się w serwisie YouTube są publikowane na stronie internetowej radia - w newsach lub artykułach dotyczących poszczególnych audycji oraz stanowią niezależne treści tworzone z myślą o użytkownikach kanału YouTube. Radiowy kanał wideo pomaga w zwiększeniu zainteresowania internautów oraz budowaniu zaufania do marki. Przyczynia się do wzmocnienia nowoczesnego i rozwiniętego technologicznie wizerunku firmy, a także pomaga w prezentacji podejmowanych przez rozgłośnię działań. Dzięki zastosowaniu spójnych i przejrzystych miniatur oraz skłaniających do kliknięcia tytułów filmów umożliwia lepsze pozycjonowanie i zwiększa atrakcyjność udostępnianych treści.

Obecność Radia Opole w mediach społecznościowych jest planowana do utrzymania i rozwijania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności.

Aplikacja mobilna

Radio Opole udostępnia odbiorcom swoich programów ramowych oraz innych przekazów medialnych aplikację na urządzenia mobilne pracujące pod kontrolą systemów iOS i Android. Poprzez aplikację możliwe jest słuchanie oraz oglądanie audycji Radia Opole w czasie rzeczywistym. Dodatkowo prezentowane są treści informacyjne dostępne na stronie internetowej www.radio.opole.pl, tj. wiadomości, sport, kultura, gospodarka, muzyka oraz usługi na żądanie w formie podcastów audio i wideo. Za pośrednictwem aplikacji można skontaktować się z redakcją informacji (telefonicznie i mailowo) oraz uzyskać dostęp do profili Radia Opole w mediach społecznościowych.

Aplikacja mobilna Radia Opole rozwijana będzie we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności.

Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych

Radio Opole uczestniczy w prowadzonych pracach mających na celu zbudowanie jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audialnych i audiowizualnych gromadzonych w zbiorach publicznej radiofonii i telewizji od wielu dziesięcioleci. Jest członkiem zespołu tworzącego Bibliotekę Cyfrową Mediów Publicznych, opiniując proponowane rozwiązania techniczne i organizacyjne (player, platforma, testowanie funkcjonalności). Przygotowuje zespół pracowników posiadających odpowiednią wiedzę do przeprowadzenia selekcji zasobów archiwalnych pod kątem możliwości ich udostępniania w bibliotece mediów BCMP Online oraz podjęcia prac redakcyjnych związanych z realizacją innych elementów projektu. Dodatkowo zespół szuka rozwiązań dających możliwość udostępniania treści archiwalnych na planowanym do tworzenia portalu internetowym Radia Opole.

Radio Opole planuje kontynuację prac związanych z realizacją projektu Bibliotek Cyfrowej Mediów Publicznych we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności.

IV. Sposoby realizowania zadań nadawcy publicznego przez Radio Opole w latach 2025-2029, określonych w art. 21 ust.1a pkt 2b-11

Rozwijanie kontaktów z odbiorcami programów i usług przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość (art. 21 ust. 1a pkt 2b)

Radio Opole w likwidacji, zobowiązane do wypełniania misji nałożonej przez obowiązujące przepisy rozwija i planuje kontynuować rozwój kontaktów z odbiorcami programów i usług z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość. Obecnie komunikacja z odbiorcami opiera się na stronie internetowej www.radio.opole.pl, aplikacji mobilnej oraz mediach społecznościowych (Facebook, YouTube, Instagram, X, Tik Tok, LinkedIn), poczcie elektronicznej oraz na tradycyjnych rozmowach głosowych. W planach jest także uruchomienie kontaktów z odbiorcami za pośrednictwem aplikacji WhatsApp. Strona internetowa daje możliwość rozszerzenia i uzupełnienia tworzonych i publikowanych na FM i w DAB+ treści, z kolei media społecznościowe, poczta elektroniczna i aplikacje dają możliwość porozumiewania się obustronnego (dialogu) z odbiorcą, co z kolei umożliwia odbiorcy zaangażowanie się w tworzone przez dziennikarzy treści, wyrażenia swojej opinii i buduje przywiązanie do nadawcy. Radio Opole planuje również kontynuację kontaktów bezpośrednich z odbiorcami poprzez organizowanie koncertów studyjnych, plenerowych i innych form artystycznych, okazjonalne tworzenie programów poza siedzibą rozgłośni, organizowanie dni otwartych.

Budowa lub eksploatacja nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych lub telewizyjnych oraz innych urządzeń służących do dostarczania programów i usług (art. 21 ust. 1a pkt.3)

Spółka prowadzi Emisję z 9 stacji nadawczych:

- 1
 - nazwa stacji: CHRZELICE
 - lokalizacja: RTCN Opole Chrzelice
 - częstotliwość nośna: 103,2 MHz,
- 2
 - nazwa stacji: BRZEG
 - lokalizacja: SLR, ul. Wrocławska 18
 - częstotliwość nośna: 88,0 MHz,
- 3
 - nazwa stacji: GŁUBCZYCE
 - lokalizacja: SLR, ul. Fabryczna 3
 - częstotliwość nośna: 94,8 MHz,
- 4
 - nazwa stacji: OLESNO
 - lokalizacja: Olesno, ul. Leśna
 - częstotliwość nośna: 89,1 MHz,
- 5
 - nazwa stacji: PACZKÓW
 - lokalizacja: wieża Polkomtel FAMAD, Paczków, ul. Wojska Polskiego 28
 - częstotliwość nośna: 92,6 MHz,
- 6
 - nazwa stacji: NAMYSŁÓW
 - lokalizacja: Zakład Energetyczny, ul. M. Skłodowskiej 12, Namysłów
 - częstotliwość nośna: 107,7 MHz,
- 7
 - nazwa stacji: Wysoka G. Św. Anny
 - lokalizacja: SLR Wysoka, ul. Strzelecka 80
 - częstotliwość nośna: 105,1 MHz,
- 8
 - nazwa stacji Opole
 - lokalizacja Piastowska19a
 - częstotliwość 101,2 MHz
 - Obiekt własny Radia Opole
- 9
 - Nazwa Stacji Kluczbork
 - lokalizacja ul. Koftątaja
 - częstotliwość 96,3 MHz
 - Obiekt własny Radia Opole

W 2023 roku Spółka przeprowadziła analizy porównawcze instalacji nowych nadajników w miastach Kędzierzyn-Koźle oraz Nysa. Stosowne kroki zmierzające do realizacji inwestycji zostaną podjęte po zabezpieczeniu finansowania.

Prowadzenie prac nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych usług i zachęcanie odbiorców do korzystania z takich technik (art. 21 ust. 1a pkt. 5)

W latach 2025-2029 planowane jest, mimo stanu likwidacji w związku z obowiązkiem ustawowym, kontynuowanie prac nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych, w miarę możliwości finansowych, infrastrukturalnych i technicznych ze szczególnym uwzględnieniem infrastruktury informatycznej. Jeśli pozwoli na to sytuacja prawno-finansowa planowane jest także: wdrażanie rozwiązań służących skutecznemu tworzeniu i dostarczaniu usług audialnych, audiowizualnych i tekstowych, w tym usług na żądanie poprzez rozwój strony internetowej, ulepszenie aplikacji mobilnej i dalszy rozwój obecności w mediach społecznościowych w celu rozwoju i utrzymania kontaktów z odbiorcami; wdrożenie i wykorzystanie narzędzi, jakie daje sztuczna inteligencja (Artificial Intelligence) do tworzenia i rozpowszechniania treści audio i video; stworzenie i wdrożenie systemu produkcji i rozpowszechniania podcast'ów i vodcast'ów na służących do tego wyspecjalizowanych platformach oraz na stronie rozgłośni.

Zachęcanie odbiorców do korzystania z nowoczesnych technik komunikacji odbywać się będzie przez kampanie promocyjne, informacyjne i edukacyjne na antenie, stronie internetowej rozgłośni i w mediach społecznościowych.

Prowadzenie działalności w zakresie nabywania, przygotowywania produkcji lub koprodukcji audycji innych materiałów nabytych lub wytworzonych na potrzeby programów oraz usług (art. 21 ust. 1a pkt. 6)

W latach obowiązywania niniejszej karty powinności Radio Opole w likwidacji, zobowiązane do wypełniania misji nałożonej przez obowiązujące przepisy, Radio Opole zamierza kontynuować produkcję pozycji programowych i audycji z wykorzystaniem własnych pracowników oraz sprzętu, współpracować z innymi podmiotami mediów publicznych w zakresie nabywania i zbywania materiałów programowych, współpracę z niezależnymi producentami zewnętrznymi i współpracownikami w miarę możliwości finansowych.

Prowadzenie działalności w zakresie zachowania, ochrony, konserwacji i uzupełnienia zbiorów audycji i innych materiałów nabytych lub wytworzonych na potrzeby programów oraz usług (art. 21 ust. 1a pkt. 6a)

Radio Opole w likwidacji, zobowiązane do wypełniania misji mediów publicznych, zamierza kontynuować archiwizację programów i konserwację posiadanych zbiorów materiałów wytworzonych lub nabytych na potrzeby programów i usług. Planowana jest kontynuacja cyfryzacji posiadanych zasobów archiwalnych, jednakże ten żmudny i czasochłonny proces może być skutecznie realizowany jedynie przy zapewnieniu finansowania na niezbędnym poziomie. Jeżeli chodzi o archiwizowanie audycji i programów produkowanych w latach bieżących rozgłośnia dysponuje i wykorzystuje narzędzie informatyczne do cyfrowej archiwizacji audycji. Dodatkowo strona internetowa, jak i media

społecznościowe w których Radio Opole publikuje swoje produkcje są swoistym archiwum wytwarzanych produkcji.

Popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu (art. 21 ust. 1a pkt. 7)

Radio Opole od lat popiera i promuje twórczość artystyczną, literacką, naukową oraz działalność oświatową i sportową programach na FM, DAB+ oraz produkcjach publikowanych na stronie internetowej i mediach społecznościowych. Rozgłośnia będąc w stanie likwidacji, zobowiązana do wypełniania ustawowych obowiązków, planuje kontynuować te działania skupiając się nie tylko na twórcach pochodzących lub zamieszkujących obszar województwa opolskiego, ale także wspierać twórców poprzez informowanie o dziełach powstających w kraju i na świecie. Planujemy nadal zapowiadać, relacjonować, omawiać, a w niektórych przypadkach transmitować ważne wydarzenia kulturalne, literackie, naukowe oświatowe i sportowe. Stałe miejsce na naszej antenie mają odbywające się cyklicznie festiwale (piosenki, filmowe, teatralne, literackie, muzyczne) obejmowane przez Radio Opole patronatem medialnym. Promocja artystów muzyków, literatów, poetów, filmowców odbywa się nie tylko przez informowanie o ich działalności, ale także przez przeprowadzanie z nimi wywiadów, które pojawiają się na FM, DAB+, na stronie internetowej i w mediach społecznościowych. Jeśli pozwolą na to finanse rozgłośni promocja i wspieranie wyżej wymienionej twórczości będzie odbywać się także przez podcast'y i vodcast'y. Działalność kulturalna jest szczególnie eksponowana wspierana i promowana przez 24-godzinny program „Radio Opole 2 Kultura” (DAB+) emitowany codziennie. W przypadku przedłużenia zmiany koncesji i rozszerzenia wyspecjalizowanego charakteru tego programu, elementy wspierania i promocji kultury nadal będą w programie obecne.

Wsparcie naukowej działalności jest i będzie nadal realizowane poprzez tworzenie programów, audycji lub krótkich form radiowych. Naukowcy nie tylko z regionu, ale także z całego kraju są obecni na antenie programu regionalnego prezentując wyniki swoich badań, komentując lub wyjaśniając aktualne wydarzenia polityczne, społeczne, klimatyczne, medyczne i inne.

Radio Opole kontynuując działania lat ubiegłych zamierza w latach obowiązywania niniejszej karty prezentować, wspierać i promować sport wyczynowy oraz amatorski. Informacje o dokonaniach sportowców będą pojawiać – wzorem lat ubiegłych – w serwisach informacyjnych, programach autorskich oraz na stronie internetowej i w mediach społecznościowych. Radio Opole wspierać będzie działalność stowarzyszeń i organizacji promujących zdrowy, aktywny styl życia i turystykę poprzez obejmowanie patronatem wydarzeń przez nie organizowanych, jeśli o taki patronat wystąpią.

Upowszechnianie wiedzy o języku polskim (art. 21 ust. 1a pkt. 8)

W latach obowiązywania karty powinności 2025-2029 lub do momentu zakończenia działalności Radio Opole w likwidacji kontynuować będzie upowszechnianie wiedzy o języku polskim tworząc i nadając audycje edukacyjne wyjaśniające oraz prezentujące zasady poprawnej polszczyzny i przykłady ich praktycznego stosowania. Nieodłącznym elementem upowszechniania wiedzy o języku polskim jest stosowanie zasad poprawnej polszczyzny przed dziennikarzy występujących na antenie Radia Opole oraz przez dziennikarzy publikujących w nowych mediach.

Uwzględnienie potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym (art. 21 ust. 1a pkt. 8a)

Teren województwa opolskiego jest zamieszkiwany przez mniejszość niemiecką. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego uzyskanych w wyniku spisu powszechnego w 2021 roku ponad 78 tys. osób zadeklarowało narodowość niemiecką. Biorąc pod uwagę, że populacja województwa opolskiego, według danych wspomnianego powyżej spisu, to 954 tys. - mniejszość niemiecka stanowi w regionie to około 8 procent mieszkańców. Działając zgodnie z art. 21 ust.1a pkt 8a Ustawy o radiofonii i telewizji Radio Opole udostępnia czas antenowy przedstawicielom mniejszości niemieckiej, którzy tworzą audycje w języku niemieckim. Poruszana tematyka dotyczy działalności mniejszości i jej przedstawicieli w naszym regionie oraz bieżących wydarzeń istotnych dla tej społeczności. Dodatkowo specyfika regionu opolskiego powoduje, że członkowie mniejszości narodowej, o której mowa licznie reprezentują swoje środowisko w organach władzy wykonawczej i ustawodawczej jednostek samorządu terytorialnego wszystkich szczebli (gmina, powiat, województwo). W związku z tym są obecni w audycjach publicystycznych i informacyjnych na takich samych zasadach jak samorządowcy narodowości polskiej, informując, wyjaśniając i omawiając działalność samorządów, którymi zarządzają.

Należy tutaj zaznaczyć, że napływ uchodźców wojennych z Ukrainy w 2022 roku spowodował wzrost liczby ludności narodowości ukraińskiej w województwie opolskim. Według badania „Problemy i wyzwania w zakresie integracji imigrantów w województwie opolskim. Perspektywa cudzoziemców” przeprowadzonego przez Katedrę Polityki Regionalnej i Rynku Pracy Wydziału Ekonomii i Zarządzania Politechniki Opolskiej wynika, że na Opolszczyźnie nadal mieszka 21 tys. uchodźców z Ukrainy. Nadzwyczajna sytuacja wywołana przez wojnę oraz spowodowana tym zmiana struktury narodowościowej województwa wpłynęły na decyzję o wprowadzeniu na antenie Radia Opole wiadomości w języku ukraińskim oraz materiałów publicystycznych w języku polskim na tematy istotne dla uchodźców. Zarówno informacyjne i publicystyczne elementy programu są przygotowywane i realizowane przez dziennikarki narodowości ukraińskiej (uchodźczynie). Radio Opole zamierza

kontynuować przygotowywane i emisję elementów programu dla mniejszości ukraińskiej, tak długo, jak będzie tego wymagała sytuacja polityczno-społeczna.

Tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług służących przedstawianiu RP, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych za granicą (art. 21 ust. 1a pkt. 9)

Radio Opole nie tworzy i nie planuje tworzyć, podobnie jak w latach obowiązywania poprzedniej karty programowej, programów i innych usług dla środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych za granicą. Należy jednak podkreślić, że wiele nadawanych audycji przedstawia Rzeczpospolitą Polską, jej język, historię i kulturę. Audycje te udostępniane na stronie internetowej radia docierają do środowisk polonijnych na całym świecie.

Zapewnienie dostępności programów lub ich części i innych usług dla osób niepełnosprawnych z powodu dysfunkcji wzroku i słuchu (art. 21 ust. 1a pkt. 10)

Radio Opole w likwidacji zobowiązane do wypełniania zapisów ustawy o radiofonii i telewizji zapewnia i planuje nadal zapewniać w latach obowiązywania niniejszej karty dostęp do usług audialnych, audiowizualnych i tekstowych, w tym audiowizualnych usług na żądanie osobom niepełnosprawnym z powodu dysfunkcji wzroku oraz osobom niepełnosprawnym z powodu dysfunkcji słuchu poprzez zastosowane rozwiązania techniczne na stronie internetowej www.radio.opole.pl

Upowszechnienie edukacji medialnej

Radio Opole w likwidacji realizując misję mediów publicznych przygotowuje i emituje i nadal zamierza tworzyć i emitować audycje, które przybliżają słuchaczom zasady korzystania z przekazów medialnych, zasady działania nowych mediów oraz zagrożenia, jakie wiążą się z działalnością i tym obszarze. Uwrażliwiają one na coraz większą liczbę nieprawdziwych informacji (fake news) rozpowszechnianych w internecie przypadkowo (niewiedza) lub celowo (dezinformacja).

V. – Sposoby realizacji powinności wymienionych w art. 21 ust.2 w latach 2025-2029

W latach obowiązywania niniejszej karty powinności wszelkie programy i audycje produkowane i emitowane przez Radio Opole będą realizowane z utrzymaniem najwyższych standardów dziennikarskich. Będą cechowały się dbałością i odpowiedzialnością za słowo, wyważonymi treściami oraz dbałością o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji. (art. 21 ust. 2 pkt. 1)

Radio Opole rzetelnie ukazuje i nadal będzie rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą. Realizowanie tej powinności odbywa się poprzez emisję programów informacyjnych i publicystycznych przygotowanych przez zespół dziennikarzy po omówieniu ich na

codziennych kolegiach. Audycje cechować będą się bezstronnością, rzetelnością, a przedstawiane fakty będą ujmowane w szerszym kontekście, co pozwoli słuchaczowi, na wyrobienie sobie własnej opinii na temat prezentowanych zdarzeń i zjawisk. (art. 21 ust. 2 pkt. 2).

Takie działania sprzyjają swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej. W celu realizacji tej powinności program Radia Opole umożliwi przedstawicielom różnych środowisk (partii politycznych, związków zawodowych, związków pracodawców, organizacji pozarządowych, przedstawicielom samorządów, instytucji rządowych, instytucji kultury i nauki) prezentowanie swoich stanowisk w różnego rodzaju audycjach przybierających formę debat i wywiadów, a także w materiałach reporterskich. Dobór gości cechować będzie się pluralizmem i umożliwi konfrontowanie różnic poglądowych na poruszany w audycji temat. (art. 21 ust. 2 pkt. 3)

Radio Opole w likwidacji umożliwi i nadal będzie umożliwiać obywatelom oraz organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej, poprzez audycję prezentującą działalność organizacji pożytku publicznego działających w województwie opolskim. Rozgłośnia zapewnia także nieodpłatną produkcję i emisję audycji wyborczych. Kontrola i krytyka społeczna umożliwiana jest w programach publicystycznych, do których zapraszani są przedstawiciele partii politycznych, organizacji pozarządowych, samorządów. (art. 21 ust. 2 pkt. 4)

Radio Opole w likwidacji służy i nadal będzie służyć rozwojowi kultury, nauki i oświaty ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego poprzez audycje i inne formy przekazu poświęcone kulturze i nauce prezentując i promując w ten sposób twórczość intelektualną i artystyczną powstającą nie tylko w województwie opolskim, ale także w całym kraju. Relacjonować będzie najważniejsze wydarzenia kulturalne w regionie z obszaru muzyki, literatury, teatru, filmu, nauki, sztuk plastycznych i audiowizualnych. Relacje będą uzupełniane wywiadami w formie audio lub audiovideo. Obszarowi kultury w całości poświęcony jest wyspecjalizowany program „Radio Opole 2 Kultura” nadawany w technologii cyfrowej DAB+ zawierający wywiady, debaty, prezentację literatury, audycje muzyczne, transmisje i retransmisje koncertów. W latach 2025-2029 Radio Opole w likwidacji, w miarę możliwości finansowych planuje utrzymać zakres tego programu. Rozgłośnia zamierza kontynuować organizowanie cyklicznych koncertów z udziałem publiczności, na których prezentują swoją twórczość młode, rokujące zespoły muzyczne oraz doświadczeni twórcy. Radio Opole w likwidacji zamierza nadal promować działalność naukową i oświatową poprzez prezentację na antenie i innych wykorzystywanych przez spółkę środkach przekazu najważniejszych wydarzeń w świecie nauki oraz prezentację osiągnięć naukowych i oświatowych ze szczególnym uwzględnieniem dorobku powstałego na terenie województwa opolskiego lub przez naukowców związanych z regionem. (art. 21 ust. 2 pkt. 5)

Radio Opole w likwidacji zamierza nadal sprzyjać integracji społecznej, w tym przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu. Wzorem poprzednich lat, ten element misji będzie wykonany poprzez emisję audycji skierowanej do osób z różnego rodzaju niepełnosprawnościami. W audycjach zaistnieją lokalne społeczności i organizacje specjalizujące się w integracji społecznej, i przeciwdziałaniu wykluczeniu. Audycje będą propagować zasady tolerancji, równego traktowania i integracji osób niepełnosprawnych. Tematyka integracji społecznej i przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu występuje i nadal będzie występować w audycjach publicystycznych, informacyjnych i edukacyjnych. (art. 21 ust. 2 pkt. 5a)

Radio Opole w likwidacji będzie respektować chrześcijański system wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki. W programie Radia Opole, szczególnie w okolicy świąt ważnych dla chrześcijan, emitowane będą audycje poświęcone tej tematyce. Ważne wydarzenia w Kościołach chrześcijańskich są i będą relacjonowane w programach informacyjnych. Forma tych audycji będzie respektowała zarówno potrzeby osób wierzących, jak i poszukujących, a przy ich realizacji dziennikarze będą kierować się zasadami szacunku, zrozumienia, dialogu i tolerancji międzyreligijnej. (art. 21 ust. 2 pkt. 6)

Program Radia Opole w likwidacji nadal będzie służyć umacnianiu rodziny poprzez przygotowywanie i prezentowanie audycji o treściach edukacyjnych, sportowych, kulturalnych skierowanych zarówno do dzieci, młodzieży i dorosłych z elementami poradnictwa w zakresie kształtowania relacji międzyludzkich, wychowania, i rozwiązywania problemów. W publicystyce i informacji zapowiadane, i relacjonowane będą wydarzenia skierowane do rodzin, skłaniające do aktywnego, rodzinnego spędzania wolnego czasu. Program Radia Opole to także dyskusje i reportaże o problemach współczesnej rodziny, wyzwaniach wychowawczych, finansowych i problemach rodzin niepełnych, wielodzietnych, dotkniętych eurosieroctwem (zjawiskiem wciąż obecnym w województwie opolskim w kontekście dzieci i seniorów). (art. 21 ust. 2 pkt. 7)

Kształtowanie postaw prozdrowotnych jest stale obecne na antenie Radia Opole, a rozgłośnia w stanie likwidacji zamierza kontynuować to działanie w latach obowiązywania karty powinności w celu wypełnienia obowiązków ustawowych. W programie Radia Opole znajdą się audycje edukacyjne i publicystyczne mówiące o profilaktyce prozdrowotnej. W audycjach będą występować specjaliści m.in. nauk medycznych, poruszane będą kwestie zdrowego odżywiania, badań profilaktycznych, szerokokorozumianego zdrowego stylu życia. Obecnie Radio Opole ściśle współpracuje z opolskim oddziałem Narodowego Funduszu Zdrowia. Współpraca polega na patronowaniu licznym wydarzeniom z obszaru profilaktyki zdrowotnej, relacjonowaniu tych wydarzeń oraz czynnym udziale rozgłośni w najważniejszych działaniach NFZ poprzez realizowanie audycji z miejsca wydarzenia, zapowiadaniu i relacjonowaniu przedsięwzięcia w programach i serwisach informacyjnych. Rozgłośnia

zamierza kontynuować współpracę, jeśli będzie taka wola opolskiego oddziału NFZ. (art. 21 ust. 2 pkt. 7a)

Swoje stałe miejsce w programie Radia Opole mają audycje sportowe. Radio Opole w likwidacji, wypełniając działalność misyjną zamierza nadal propagować i upowszechniać sport. Misja w tym zakresie będzie zrealizowana poprzez relacje w programach i serwisach informacyjnych najważniejszych wydarzeń sportowych w regionie, a także wywiady ze sportowcami, trenerami, członkami klubów sportowych zarówno amatorskich jak i profesjonalnych. Zapraszani do audycji o tematyce sportowej goście zachęcać będą do aktywnego trybu życia, wyjaśniać będą jak rozpocząć uprawianie sportu wyczynowego i amatorskiego. Prezentować będziemy także dokonania opolskich sportowców. (art. 21 ust. 2 pkt. 7b)

W programie Radia Opole w likwidacji realizowany będzie element misji mediów publicznych, jakim jest służba zwalczaniu patologii społecznych. Podobnie jak dotychczas tworzone i emitowane będą audycje w formie edukacyjnej, oparte na rozmowach ze specjalistami w dziedzinie uzależnień, terapeutami oraz osobami, które pokonały nałogi. Radio Opole będzie upowszechniać i promować inicjatywy mające na celu zwalczanie patologii społecznych i przeciwdziałające patologiom społecznym. (art. 21 ust. 2 pkt. 8)

Edukacja medialna rozumiana jako kształtowanie umiejętności świadomego, krytycznego i selektywnego korzystania ze środków masowego przekazu, a także tworzenia i nadawania przekazów medialnych jest obecna i nadal będzie obecna w programie Radia Opole. W latach 2025-2029 zamierza kontynuować w swoich audycjach przekazywanie słuchaczom wiedzy o zaletach, ale i zagrożeniach związanych z korzystaniem ze środków masowego przekazu ze szczególnym uwzględnieniem Nowych Mediów. W audycjach publicystycznych lub edukacyjnych będzie toczona dyskusja i przekazywana wiedza o aspektach edukacji medialnej. (art. 21 ust. 2 pkt. 10)

VI. Sposoby wykorzystania przychodów przekraczających koszt realizacji misji publicznej przez Radio Opole w latach 2025-2029.

W ujęciu pięcioletnim trudno na dzień dzisiejszy konkretnie przypisać sposób wykorzystania nadwyżki o której mowa w art. 37 ust. 7. W sytuacji gdy taka nadwyżka wystąpi w pierwszej kolejności spółka zabezpieczy realizację misji publicznej w potrzebnych wielkościach w poszczególnych kategoriach programowych z wyłączeniem rozrywki.

W punkcie tym nadmienić a wręcz zaakcentować też należy, że spółka już od wielu lat jest dość znacząco niedoinwestowana z uwagi na brak wystarczających środków finansowych. Z abonamentu na cele inwestycyjne od wielu już lat spółce nie zostały przyznane żadne środki, a wypracowywana nadwyżka przychodów własnych w pierwszej kolejności przekazywana była i jest na uzupełnienie

brakujących środków abonamentowych na bieżącą realizację misji. Potrzeby finansowe w obszarze administracyjno-technicznym są bardzo duże i zadań do realizacji na dzisiaj spółka ma wyspecyfikowanych na kwotę przekraczającą 3,5 mln.

Planując wydatkowanie nadwyżki spółka na pewno będzie się kierowała zasadą, że nadmierna rekompensata zostanie przeznaczona na niezbędne wydatki do pełnienia misji publicznej, Spółka dochowa starań, aby zgodnie z Komunikatem Komisji UE były to konkretne jednorazowe i duże wydatki. Nadmierna rekompensata wykorzystywana będzie wyłącznie do celów finansowania działalności w zakresie usług publicznych.

VII. Sposób realizowania zadań z zakresu prezentacji utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim przez Radio Opole w latach 2025-2029 (art. 15 ust. 1-3, art. 21a ust. 2 pkt. 8)

Radio Opole w likwidacji, jako nadawca publiczny szczególną uwagę przywiązuje do utworów słowno-muzycznych prezentowanych w obu programach rozgłośni. Utwory te są elementem oprawy muzycznej pasm programowych i audycji oraz integralną merytoryczną częścią audycji muzycznych.

Planowany minimalny miesięczny udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w poszczególnych latach obowiązywania karty powinności:

rok	Radio Opole		Radio Opole 2 Kultura	
	Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim	W tym w godzinach 5:00-24:00	Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim	W tym w godzinach 5:00-24:00
2025	33%	60%	33%	60%
2026	33%	60%	33%	60%
2027	33%	60%	33%	60%
2028	33%	60%	33%	60%
2029	33%	60%	33%	60%

Rozgłośnia szczególną wagę przywiązuje do prezentowania i promowania polskiej muzyki rozrywkowej. W programie Radio Opole i Radio Opole 2 Kultura promowane są nowości wydawnicze polskich artystów uznanych na scenie muzycznej a także debiutantów. Artyści będą zapraszani do programów o charakterze kulturalnym lub muzycznym, gdzie opowiadają o swoich albumach,

zachęcają do ich słuchania, zdradzają jak powstawały. Obok tego przeprowadzone rozmowy będą prezentowane w dodatkowych usługach medialnych (strona internetowa, media społecznościowe, aplikacja) w formie podcastów i vodcastów. Elementem programu Radia Opole promującym polskie utwory słowno-muzyczne są także koncerty organizowane przez rozgłośnie, na które zapraszani są wykonawcy z terenu całego kraju. Koncerty z udziałem publiczności są transmitowane na antenie oraz streamowane na stronie radia. Radio Opole zamierza kontynuować organizację koncertów w miarę możliwości finansowych.

VIII. Minimalne udziały głównych kategorii audycji w poszczególnych programach w zakresie istotnym dla charakteru danego programu oraz sposób ich oferowania w ramach innych usług medialnych

Radio Opole, jako spółka znajdująca się w stanie likwidacji, na której nadal spoczywa obowiązek wypełniania misji nałożonej na media publiczne zamierza prezentować w swoim programie treści o charakterze informacyjnym, publicystycznym, kulturalnym, edukacyjnym, sportowym w mniejszym zakresie, niż miało to miejsce w latach 2020-2024. Utrzymanie procentowego udziału wymienionych treści na poziomie z poprzedniej karty powinności jest niemożliwe w stanie likwidacji, który wiąże się ze zmniejszeniem liczby zatrudnionych dziennikarzy, którzy tę treść produkują. Dlatego Radio Opole w stanie likwidacji zmuszone jest zmniejszyć procentowy udział słowa. Mimo to, misyjny charakter programu zostanie utrzymany, a wszystkie elementy misji zrealizowane. Jedyną kategorią, której procentowy udział zostaje zwiększony względem poprzednich lat jest rozrywka, do której wliczane są między innymi utwory muzyczne. Warto podkreślić, że zapisane w poniższej tabeli udziały procentowe kategorii programowych nie odbiegają znacząco wielkością od zapisanych w kartach powinności z lat 2020-2024 innych regionalnych rozgłośni publicznych. W latach 2025-2029 25% czasu antenowego nie zostało przypisane do żadnej z kategorii. To celowy zabieg, który pozwoli na zwiększenie udziałów poszczególnych kategorii w sytuacji, gdy będzie to możliwe pod względem finansowym oraz zasobów ludzkich rozgłośni.

Szczegółowe informacje dotyczące minimalnych udziałów głównych kategorii audycji w programie regionalnym Radio Opole w poszczególnych latach obowiązywania karty powinności.

Radio Opole					
Kategoria audycji	2025	2026	2027	2028	2029
informacja	8 %	8 %	8 %	8 %	8 %
publicystyka	8 %	8 %	8 %	8 %	8 %
kultura	7 %	7 %	7 %	7 %	7 %
edukacja	5%	5%	5%	5%	5%
sport	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
rozrywka	46 %	46 %	46 %	46 %	46 %

Szczegółowe informacje dotyczące minimalnych udziałów głównych kategorii audycji w programie wyspecjalizowanym o charakterze kulturalnym

Radio Opole 2 Kultura					
Kategoria audycji	2025	2026	2027	2028	2029
informacja	0%	0%	0%	0%	0%
publicystyka	0%	0%	0%	0%	0%
kultura	72%	70%	70%	70%	70%
edukacja	0%	0%	0%	0%	0%
sport	0%	0%	0%	0%	0%
rozrywka	3%	5%	5%	5%	5%

W latach 2026-2029, 25% czasu antenowego programu Radio Opole 2 Kultura nie zostało przypisane do żadnej z kategorii. To celowy zabieg, który pozwoli na zwiększenie udziałów poszczególnych kategorii w sytuacji, gdy będzie to możliwe pod względem finansowym oraz zasobów ludzkich rozgłośni.

IX. Działania marketingowe

Plany Spółki wyznaczają kierunek działalności marketingowej na realizację celów sprzedażowych i planach promocji programu, ściśle określonych optymalizacją i racjonalnością budżetów, które zdeterminowane są realizacją planów programowo-finansowych. Nadrzędnym celem Radia, mimo stanu likwidacji, jest utrzymanie dotychczasowego audytorium rozgłośni, pozyskiwanie nowych słuchaczy, czyli ewolucja parametrów słuchalności, co powinno przełożyć się na zwiększenie liczby klientów lub wartości przychodów z działalności handlowej Spółki.

Działalność promocyjna.

Głównym celem działalności promocyjnej jest zwiększenie zaufania do marki Radia Opole, wzmocnienie przekazu programowego i wizerunku Radia Opole poprzez promocję programu radia, poszczególnych pasm programowych oraz prowadzących wiodących dziennikarzy i prezenterów.

Działania marketingowe mają także wzmacniać abonamentowe jak i pozaabonamentowe przychody Radia Opole, które służą bieżącemu funkcjonowaniu Spółki i pozwalają na realizację ustawowych i statutowych zadań.

W związku z powyższym strategia promocyjna obejmuje następujące działania:

- Prowadzenie kompleksowych akcji wizerunkowo-promocyjnych z wykorzystaniem wizerunku dziennikarzy Radia Opole S.A. oraz ambasadorów marki Radio Opole. Promocja powinna mieć miejsce w mediach cyfrowych oraz mediach tradycyjnych regionalnych i lokalnych. Szeroko należy w tych działaniach wykorzystać kanały własne social media, outdoor w tym DOOH, dzienniki lokalne oraz inne dostępne nośniki, np. w miejscach publicznych, środkach komunikacji publicznej, halach sportowych i centrach handlowych. Oczywiście zakres tych akcji zależy od posiadanych na ich realizację budżetów. Akcje te winny być ukierunkowane na zdefiniowaną grupę odbiorców +49 lat, a także na grupę potencjalnie stanowiącą docelowe poszerzenie audytorium Radia Opole.
- Akcje promocyjne powinny być prowadzone także poza miastem Opole, w całym województwie opolskim, z naciskiem na miasta powiatowe z wykorzystaniem potencjału realizowanych wydarzeń tj. festiwale, dni miast i inne wydarzenia kulturalno-społeczne organizowane lokalnie,
- Racjonalizowanie wydatków na promocję oceniając poszczególne formy promocji poprzez wyznaczanie stosunku efektów do nakładów i podejmowanie tych działań, dla których stosunek ten jest korzystny (wskaźnik ekonomiczności działań),
- Organizacje wydarzeń kulturalnych tj. cykle koncertów w legendarnym Studiu M im. SBB Radia Opole, dni otwartych drzwi, warsztatów i wycieczek edukacyjnych,

- Tworzenie nowych autorskich audycji radiowych mających na celu zainteresowanie ofertą programową nowych potencjalnych słuchaczy,
- Wprowadzenie do oferty handlowej nowych wydawnictw i produktów, rozwijanie działalności e-commerce, promocja sprzedaży produktów Spółki na platformach społecznościowych,
- Utworzenie Muzeum Techniki Radia Opole, produktu skierowanego do wszystkich grup wiekowych w celu zwiększenia atrakcyjności oferty radiowej, przyciągnięcia potencjalnych nowych odbiorców Radia i prowadzenia działalności edukacyjnej.

Realizowane powyższe działania promocyjne wpłynąć winny na odbudowanie zaufania do Radia Opole, zwiększenie audytorium, stworzenie podstaw do realizacji efektywnej polityki handlowej i działań sprzedażowych.

Działalność handlowa.

Drugim obszarem działalności marketingowej jest sprzedaż czasu antenowego i sprzedaż produktów i usług, które pozwalają na prowadzenie komercyjnej działalności promocyjnej, uzupełniają abonamentowy budżet Spółki, tym samym dają dodatkowe możliwości na realizowanie misji i celów Radia Opole.

Na generowane przez Spółkę przychody z tytułu działalności marketingowej składają się następujące elementy: sprzedaż czasu reklamowego, sprzedaż audycji sponsorowanych, ogłoszeń płatnych, sprzedaż wydawnictw i produktów Spółki, produkcja reklamy, wynajem studiów nagraniowych, sprzedaż usług nagraniowych oraz organizacja koncertów (sprzedaż biletów, pozyskiwanie środków od sponsorów lub/i z dotacji i dofinansowań), sprzedaż licencji do audycji i fonogramów. Podstawową i główną sferą działania jest jednak sprzedaż reklamy. Patrząc przez pryzmat działań sprzedażowych Spółki w tym zakresie w ostatnich latach oraz analizując prognozy makroekonomiczne dotyczące ogólnych wskaźników i sytuacji gospodarczej regionu i kraju, trzeba stwierdzić, że rynek reklamy radiowej jest rynkiem bardzo trudnym, szczególnie w czasach nowych mediów, okresie kryzysu wywołanego wzrostem cen energii i zmianami trendów w reklamie. Wzrost udziału w rynku reklamy internetowej, a w szczególności reklamy video w mediach społecznościowych negatywnie odbija się na wielkości sprzedaży w segmencie lokalnych i regionalnych stacji radiowych. Analizując poziom sprzedaży własnej Radia Opole w ostatnich 5 latach zauważalny jest spadek przychodów z tytułu reklamy i audycji sponsorowanych. Negatywny trend w dynamice przychodów w tych segmentach działalności może utrzymać się w kolejnych latach. Sytuacja ta jest wynikiem także pojawienia się większej konkurencji na rynku radiowym (liczba podmiotów komercyjnych), przenoszenia się reklamy do Internetu, minimalizowaniem budżetów promocyjnych przez samorządy (pojawienie się samorządowych kanałów społecznościowych), brakiem ukierunkowania projektów

unijnych na promocję oraz brak lub znikomy udział zleceń do rozgłośni regionalnych programów ministerialnych.

Stałym problemem, z którym bezskutecznie próbuje się mierzyć Opolszczyzna jest też depopulacja, która będzie postępować w kolejnych latach. Niestety wyludnianie naszego regionu wymiennie przekłada się nie tylko na liczbę gospodarstw domowych, ale również na poziom ich codziennych wydatków. Wyższy poziom inflacji, malejące przychody firm z powodu kryzysu wywołanego przez pandemię to wolniejszy rozwój i mniejsze środki na inwestycje, innowacje, promocję i reklamę. Mniejsza sprzedaż i mniejszy wolumen świadczonych usług, to często pierwszy krok do likwidowania stanowisk i/lub firm oraz gruntownej restrukturyzacji łącznie z likwidacją oddziałów, centralizacją zarządzania, przenoszeniem firm do innych regionów, itp. Mniej przedsiębiorstw oraz ich kurczące się budżety to mniejsze potrzeby promocji, co bezpośrednio dotyczy generowanych przez Spółkę przychodów. Mniejsze przychody osiągane przez firmy wymuszają potrzebę oszczędności, która w pierwszej kolejności dot. wydatków na promocję. Minimalizowanie budżetów promocyjnych stanowi zmniejszenie wartości rynku reklamy, w wyniku czego maleją możliwości pozyskania nowych klientów czy też utrzymania aktualnych. Skutek: mniejsza liczba zleceń dla Radia, a więc i mniejsze przychody. Depopulacja jako stałe zjawisko rzutuje również na uczelnie wyższe, które zmuszone są zmniejszać budżety na reklamę ze względu na mniejsze zainteresowanie oferowanymi kierunkami. Mniejsza liczba studentów powoduje zamykanie niektórych kierunków. Mniej studentów to mniejsze subwencje oraz mniej środków generowanych przez studentów komercyjnych (zaocznych), co finalnie wymusza zmniejszenie nakładów na promocję przez uczelnie i ukierunkowanie działań na mniej kosztochłonne kampanie np. w social mediach. W ostatnich dwóch latach można zauważyć znacząco zmniejszenie nakładów na promocję ponoszone przez wyższe placówki oświatowe, co pomimo aktywności handlowców Radia Opole, może okazać się trendem nieodwracalnym w kolejnych latach. Podobna sytuacja dotyczy spółek Skarbu Państwa oraz instytucji regionalnych i samorządów.

Analizując uwarunkowania rynkowe należy również spojrzeć na przychody Spółki generowane na rynku reklamy ogólnopolskiej. Należy podkreślić, że wartość generowanych przychodów znacząco odbiega od wyników stacji komercyjnych. Broker Audytorium 17 Sp. z o.o. pełni głównie rolę podwykonawcy, a więc łącznika rozgłośni regionalnych z rynkiem ogólnopolskim, uzupełniającym zasięgi kampanii dla klientów stacji komercyjnych, nie posiadając tym samym znaczącej własnej grupy klientów. Inny problem to potrzeba bycia konkurencyjnym na rynku ogólnopolskim, a więc stosowanie wysokich rabatów i sprzedaż reklamy na tymże rynku za relatywnie „małe pieniądze” porównywalne ze stosowanymi na rynku lokalnym ofertami pakietowymi zawierającymi zryczałtowany rabat.

Konkurencja, którą stanowią pozostałe media w regionie, również wpływa na naszą sytuację. Szczególnie należy wspomnieć o rozgłośniach lokalnych, których udział w rynku słuchalności stale

rośnie ze względu na oferowany „lekki” rozrywkowy program oraz poszerzanie ich zasięgu technicznego i większego znaczenia słuchania radia w Internecie. Zauważmy, że ze względu na misję nadawcy publicznego, zobligowani jesteśmy do produkcji i emisji nie zawsze atrakcyjnych w formie i treści słownych pozycji antenowych, które bezpośrednio przekładają się na atrakcyjność treści i słuchalność np. w kategorii rozrywka która dominuje w stacjach komercyjnych. Słuchacz szuka oferty przyjemnej i muzycznej, towarzyszącej, zabarwionej atrakcyjnymi wartościowo konkursami.

Tabela. Analiza SWOT dla działalności reklamowej Radia Opole S.A.

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
<ul style="list-style-type: none"> – Radio – wiarygodne i szybkie źródło informacji (także przekazów reklamowych) – Możliwość dotarcia z przesłaniem do obszarów, do których nie docierają inne media – Prestiż, wizerunek, opiniotwórczość – Korzystna oferta cenowa dla stałych reklamodawców – Relatywnie tani instrument reklamy w stosunku do pozostałych nośników – Wysoka pozycja w badaniach słuchalności 	<ul style="list-style-type: none"> – Relatywnie wysoka oferta cenowa w stosunku do reklamy w mediach społecznościowych – Niekorzystna struktura gospodarcza regionu i wynikające z niej słabości rynku regionalnego – Depopulacja – Ograniczone medium reklamy internetowej (strona www) w porównaniu do innych mediów regionalnych – Spadek wartości marki
SZANSE	ZAGROŻENIA
<ul style="list-style-type: none"> – Wykorzystywanie ugruntowanej pozycji rozgłośni na rynku regionalnym 	<ul style="list-style-type: none"> – Obostrzenia dla funkcjonowania sektorów gospodarki – Wojna na Ukrainie, inflacja i jej wpływ na budżety reklamowe firm

<ul style="list-style-type: none"> – Spadek atrakcyjności prasy codziennej jako nośnika przekazu reklamowego – Rozwój atrakcyjności gospodarczej - nowi inwestorzy (parki technologiczne, sfera ekonomiczna) – Utrzymanie poziomu udziału w atrakcyjnych segmentach audytorium – Właściwe rozpoznanie i powiązanie potrzeb reklamodawców z charakterem oferty programowej – Tworzenie specjalnych warunków współpracy (ofert) dla kampanii długoterminowych – Pośredniczenie w organizacji kampanii ogólnopolskich – Zwiększanie potencjału witryny www, tym samym zwiększenie szans na sprzedaż reklamy internetowej – monetyzacja www.radio.opole – Zwiększenie przychodów z reklamy ogólnopolskiej, rola brokerów reklamy i agencji – Wprowadzenie nowych pakietów cenowych dla reklamy – Realizacja kampanii z projektów celowych – Odpolitycznienie mediów – Odbudowa marki Radio Opole 	<ul style="list-style-type: none"> – Utrata zaufania do mediów publicznych – Większa konkurencja na regionalnym i lokalnym rynku radiowym – Spadkowy trend w badaniach słuchalności – Recesja gospodarcza, ograniczanie ekspansji przedsiębiorstw – Pogłębiająca się dekonjunktura na rynku reklamy dla mediów publicznych – Śladowy udział reklamy spółek Skarbu Państwa w rozgłoszeniach regionalnych PR – Wzrost udziału alternatywnych instrumentów reklamy (Internet, reklama kinowa, media społecznościowe) – Elastyczna polityka rabatowa innych mediów reklamowych oraz radiowych (przede wszystkim ogólnopolskich) – Zwiększanie atrakcyjności i agresywności sieci radiowych w absorbowaniu reklamy ogólnopolskiej – Zmiany ustawowe zmieniające warunki działalności reklamowej – Słaba pozycja rynkowa brokera reklamy ogólnopolskiej dla rozgłoszeń regionalnych PR
--	---

	<ul style="list-style-type: none">– Przenoszenie centrali największych firm do większych miast i do innych regionów– „media” samorządowe, kanały informacyjne
--	--

Otoczenie konkurencyjne.

Główni odbiorcy usług i produktów Radia Opole S.A. to:

- Słuchacze programu Radia Opole – mieszkańcy regionu opolskiego,
- brokerzy, domy mediowe oraz agencje reklamowe pośredniczące w zakresie planowania i zakupu mediów: m.in. Audytorium 17 Sp. z o.o., media regionalne i lokalne
- reklamodawcy, ok. 200 podmiotów gospodarczych i instytucji dokonujących zakupy bezpośrednio, tj. podmioty prowadzące działalność gospodarczą zarejestrowane w województwie opolskim i podmioty gospodarcze spoza województwa opolskiego takie jak firmy usługowe, firmy produkcyjne, dealerzy samochodowi, centra i sieci handlowe, hotelarstwo, agencje reklamowe, agencje artystyczne, stowarzyszenia, urząd marszałkowski, samorzady województwa opolskiego, instytucje państwowe, partie polityczne (wybory), uczelnie wyższe, szkoły średnie, przedszkola, media regionalne, urzędy pracy i agencje pośrednictwa pracy, deweloperzy,
- osoby fizyczne – ogłoszenia płatne i zakup produktów, gadżetów i wydawnictw.

Konkurencję Radia Opole S.A. stanowią głównie:

- radiowe stacje komercyjne ogólnopolskie i lokalne; Polskie Radio,
- prasa regionalna i lokalna,
- telewizja regionalna, lokalne/miejskie stacje telewizyjne,
- ogólnopolskie, regionalne i lokalne portale internetowe,
- media społecznościowe,
- informatory samorządowe tzw. 'media samorządowe',

Planując działalność Radia Opole w likwidacji trzeba wziąć pod uwagę obecną i potencjalną konkurencję, a także zadania misyjne stawiane przed regionalnymi rozgłośniami publicznymi, narodowymi. W tej chwili lokalna radiofonia publiczna ma dwóch głównych konkurentów:

- Prywatne ogólnopolskie rozgłośnie radiowe proponujące silnie komercyjny program oparty na muzyce pop, przewadze infotainmentu nad twardą informacją (ze szczątkowym udziałem informacji o charakterze regionalnym), płaceniem za sensacyjne informacje i niezwykle kosztownym marketingiem w postaci wysokich finansowych nagród dla słuchaczy.
- Prywatne stacje lokalne, zwykle silnie sformatowane, często zsielowane, opierające swoją ofertę na muzyce adresowanej do niewybrednego odbiorcy (na przykład disco polo) z mniejszą lub większą ilością materiałów informacyjnych (często nieobiektywnych z racji uzależnienia lokalnych stacji od reklam nadawanych przez lokalne samorzady).

Mając na uwadze konieczność spełnienia przez Radio Opole S.A. założeń misyjnych i brak możliwości dowolnego formatowania oferty programowej w celu wyrównania szans rynkowych i potykania się z konkurencją na jej polu (wysokie nagrody dla słuchaczy czy obniżenie poziomu oferty muzycznej), wydaje się, że należy postawić na ten element, który jest w przypadku konkurencji najsłabszy: rzetelną i rozbudowaną informację lokalną w rozumieniu informacji dotyczącej nie tylko tematyki regionalnej, ale także powiatowej i gminnej oraz więcej muzyki dobieranej pod gusta grupy docelowej.

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

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

1) Za misję (działalność misyjną) realizowaną przez Radio Opole S.A., uważa się, zgodnie z art. 21 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, oferowanie na zasadach określonych w ustawie o RTV, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom zróżnicowanych programów i innych usług w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważaniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.¹

2) Koszty i wydatki, które Radio Opole S.A. poniosłoby w sytuacji zaprzestania prowadzenia działalności komercyjnej, a w szczególności pozyskiwania zleceń reklamowych oraz sponsorskich, wykazuje jako koszty lub wydatki związane z zadaniami misyjnymi.

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

- 3) Za przychody nie związane z działalnością komercyjną uważa się w szczególności:
- Środki przyznawane przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji (abonament)
 - Otrzymane dotacje, darowizny, subwencje lub inne do finansowania, które przeznaczone są na realizację misji określonej w art. 21 ust. 1 ustawy o RTV, w tym wszelkiego rodzaju dofinansowania związane z zakupem rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych służących misji.

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

4) Koszty działalności komercyjnej, których utrzymanie nie byłoby konieczne są ewidencjonowane na wytypowanych kontach analitycznych.

5) Koszty funkcjonowania wyodrębnionej organizacyjnie komórki odpowiedzialnej za promocję Radia, są ponoszone na rzecz upowszechniania i promocji działalności misyjnej.

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

- Tworzenie wiarygodnej, szybkiej i jak najpełniejszej informacji regionalnej typu dziennikarskiego i specjalistycznego,
- Prowadzenie wszechstronnej działalności transmisyjnej i relacyjnej, która gwarantuje słuchaczom szybką, aktualną informację o najważniejszych wydarzeniach w regionie i pozwoli w nich uczestniczyć,
- Porządkowanie i poszerzanie wiedzy o najistotniejszych sprawach regionu,
- Tworzenie forum wymiany myśli, poglądów i zapatrywań różnorodnych środowisk i ludzi zamieszkujących region,
- Promowanie oryginalnej, rodzinnej działalności kulturotwórczej użytecznej społecznie,
- Umożliwienie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykorzystanie prawa do kontroli i krytyki społecznej,

- Służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego, w tym prezentowanie na antenie Radia Opole, m. in. poprzez realizację audycji o dorobku kulturowym i artystycznym,
- Respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki
- Służenie umacnianiu rodziny,
- Służenie kształtowaniu postaw prozdrowotnych,
- Służenie zwalczaniu patologii społecznych, uwzględnianie potrzeb mniejszości narodowych i grup etnicznych,
- Umożliwienie naczelnym organom państwowym bezpośredniej prezentacji oraz wyjaśnienia polityki państwa,
- Stworzenie partiom politycznym, ogólnokrajowym związkom zawodowym i związkom pracodawców możliwości przedstawienia stanowiska w węzłowych sprawach publicznych,
- Zapewnienie partiom politycznym i innym organizacjom uczestniczącym w wyborach do Sejmu, Senatu i samorządu terytorialnego możliwości rozpowszechniania audycji wyborczych.

6) W ramach kosztów tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych wykazuje się także koszty związane z organizacją programów/ audycji z udziałem publiczności/ spotkania plenerowe i studyjne/ w sytuacji gdy na antenie Radia Opole prowadzona jest działalność relacyjna z tych spotkań lub gdy w ich wyniku powstają audycje emitowane na antenie Radia posiadające cechy wymienione powyżej. Zalicza się tu również koszty produkcji i rejestracji nagrań archiwalnych, które z założenia nie są wykorzystywane do działalności handlowej, a które służą prezentowaniu na antenie Radia dorobku kulturowego i artystycznego.

7) Ustala się zasadę, iż odpowiedzialną za poniesienie kosztów i/lub wydatku jest osoba zatwierdzająca pod względem merytorycznym dokument źródłowy potwierdzający poniesienie kosztu i/lub wydatku. Osoba ta odpowiada również za właściwe zaklasyfikowanie kosztu tj. prawidłowy opis dokumentu źródłowego potwierdzającego poniesienie kosztu i/lub wydatku ze wskazaniem „koszty i/lub wydatki misyjne” lub „koszty i/lub wydatki komercyjne”. W sytuacji, gdy zachodzi wątpliwość co do właściwej klasyfikacji kosztu, zasięga się opinii

Głównego Księgowego lub osoby komórki właściwej dla spraw ekonomicznych Radia, co do poprawności klasyfikacji kosztu i/lub wydatku.

8) Jeżeli regulowane należności lub zobowiązania dotyczą zarówno działalności misyjnej jak i komercyjnej dopuszcza się możliwość ich odpowiedniego rozdzielenia na działalność komercyjną i misyjną, wg obowiązujących na podstawie niniejszego opracowania zasad. Rozdzielenie to dokonywane jest za pomocą odpowiedniego dekretu na dokumencie księgowym lub za pomocą dokumentu wewnętrznego PK, przez Głównego Księgowego lub osobę przez niego wyznaczona.

9) W sytuacji pozyskania dofinansowania, ze środków publicznych, jakiegokolwiek działalności Radia Opole kierownik komórki organizacyjnej lub osoba przez niego wyznaczona odpowiada za:

- Sporządzenie kosztorysu związanego z realizowanym przedsięwzięciem,
- Sprawdzanie poprawności rejestracji dokumentów źródłowych,
- Okresowe, jednak nie rzadziej niż raz w miesiącu sprawdzanie poprawności opisywania dokumentów źródłowych,

Sporządzanie w porozumieniu z komórkami organizacyjnymi właściwymi ds. finansowych Radia, nie rzadziej niż na koniec kwartału, finansowego rozliczenia i przedłożenie go do akceptacji.

XI. Plan nakładów inwestycyjnych

Stan likwidacji w jakim znajduje się Radio Opole jest procesem, w czasie którego rozgłównia jest zobowiązana wypełniać misję mediów publicznych. Realizacja tego obowiązku jest możliwa, tylko przy utrzymaniu infrastruktury. Dlatego w latach obowiązywania karty powinności, o ile likwidacja nie dokona się w tym czasie, spółka jest zmuszona utrzymywać i modernizować posiadaną infrastrukturę lub uzupełniać te zasoby do poziomu pozwalającego na zrealizowanie misji.

Wymiana starej infrastruktury IT – zasoby serwerowe, switche i dyskowe

Urządzenia techniczne, które obecnie odpowiadają za krytyczną infrastrukturę są w znacznym stopniu zużyte. Niektóre urządzenia systemu mają 20 lat. Skutkuje to coraz częściej pojawiającymi się awariami, które uniemożliwiają realizację zadań rozgłośni. Taki stan rzeczy determinuje konieczność kompleksowego rozwiązania problemu. W tym celu konieczny jest zakup nowych zasobów

sprzętowych typu serwery, switchy i dyski, które pozwolą na funkcjonowanie urządzeń i systemów posiadanych przez rozgłośnie.

Szacowany koszt – wydatki ok. 270 tys. zł

Modernizacja starej sieci strukturalnej miedzianej cat 6A oraz światłowodowej SM

Obecna struktura sieci LAN zainstalowana w budynku głównym Spółki powstała w 1996 roku. W 2002 roku przeszła niewielką modernizację. Obecnie należy stwierdzić, że infrastruktura jest bardzo przestarzała. Generuje to wiele problemów ze stabilnością sieci internetowej, w oparciu o którą pracują wszystkie systemy emisyjne rozgłośni. Wymiana pozwoli spółce przenieść obecny system audio do sieci komputerowej.

Szacowany koszt – wydatki na poziomie ok. 430 tys. zł

Utrzymanie infrastruktury IT – oprogramowania produkcyjne, emisyjne i biurowe

Oprogramowanie emisyjne jest podstawą produkcji i emisji programu. Z tego też powodu będzie nadal utrzymywane w zakresie ilości posiadanych licencji i pakietów wsparcia producenckiego dla obecnego systemu. W związku z tym, że nieznana jest data zakończenia procesu likwidacji konieczne jest uwzględnienie założenia poniesienia kosztów zakupu nowej wersji systemu operacyjnego Windows 11.

Szacowany koszt - 200 tys. zł.

Wymiana starych zasobów komputerowych

Rozgłośnia radiowa to także stacje komputerowe wykorzystywane w produkcji radiowej oraz inne oprogramowania zapewniające ciągłość działania firmy. W tej chwili w rozgłośni pracuje ponad 180 stacji roboczych (komputerów), które na co dzień również pracują na rzecz programu jednak nie zawsze uczestniczą bezpośrednio w produkcji radiowej (część biurowa, administracyjna, promocyjna). W 2025 roku wygasza wsparcie dla oprogramowania Windows 10 znaczna część naszego sprzętu komputerowego będzie musiała zostać wymieniona na nowy, jeśli do tego czasu proces likwidacji nie zostanie zakończony.

Szacowany koszt 300 tys. zł.

Utrzymanie infrastruktury AUDIO – emisja programu

Konsole produkcyjne są głównym narzędziem, bez którego nie ma możliwości tworzenia programu a tym samym realizacji misji mediów publicznych. W 2025 roku mija okres eksploatacyjny obecnie używanych konsol. Z uwagi na powyższe konieczny będzie zakup nowych urządzeń, jeśli do tego czasu proces likwidacji nie zostanie zakończony.

Szacowany koszt ok. 1 500 tys. zł.

Optymalizacja floty

Spółka obecnie posiada w znacznym stopniu wyeksploatowaną flotę samochodową. Samochody, które służą do obsługi programu są z 2003 roku. Dodatkowo, co warto podkreślić, nie spełniają norm emisyjnych, a to oznacza, że nie będą mogły wjeżdżać do centrów miast w najbliższej perspektywie czasowej. Jest to sytuacja absolutnie uniemożliwiająca funkcjonowanie rozgłośni realizującej misję w stanie likwidacji. Dlatego rozgłośnia zmuszona jest do optymalizacji floty.

Szacowany koszt - ok. 160 tys.

Modernizacja studia A

Studio A jest studiem backupowym głównego programu emitowanego przez Radio Opole. Coraz częściej pojawiające się awarie lub stałe konserwacje studia B zmuszają do produkcji właśnie z tego studia. Niestety obecny poziom zaawansowania technologicznego stanowi zagrożenie dla stabilności emisji. Zapewne w przyszłości dojdzie do sytuacji, iż przy przeniesieniu produkcji do studia A pojawią się problemy, które uniemożliwią realizację zadań misyjnych.

Szacowany koszt – ok. 500 tys. zł.

Utrzymanie infrastruktury AUDIO – produkcja bieżąca i artystyczna

Obecnie posiadany sprzęt audio ulega nieuniknionej, ciągłej degradacji. Stare sprzęty typu mikrofony, słuchawki, okablowanie, procesory dźwięku, konsolety mikserskie, cyfrowe rejestratory dźwięku, głośniki odsłuchowe wymagają sukcesywnej wymiany.

Szacowany koszt - ok. 220 tys. zł.

Remont elewacji budynku rozgłośni przy ul. Strzelców Bytomskich

Obowiązek utrzymania oraz dbania o posiadane przez Spółkę budynki narzuca ustawa Prawo budowlane. Ciągła degradacja może nawet doprowadzić do sytuacji, że budynek użyteczności publicznej zostanie wyłączony z użytkowania przez Powiatowy Inspektorat Nadzoru Budowlanego. Również po powodzi w 1997 roku zaniechano remontu elewacji zewnętrznej budynku. Taka postać rzeczy doprowadziła do widocznej degradacji ścian zewnętrznych, które są wizytówką Polskiego Radia. Spółka przez wiele lat swoim sumptem przeprowadzała drobne naprawy. Niestety takie działania przekładają się tylko na czasowy rezultat.

Szacowany koszt ok. 1 milion zł

Wymiana ciągów kanalizacyjnych oraz remont toalet w budynku Rozgłośni przy ul. Strzelców Bytomskich

Obecnie zamontowane piony kanalizacyjne funkcjonują w budynku od 1930 roku. W wielu miejscach przeciekają i są doraźnie naprawiane. Również zadaniem niezbędnym w najbliższej przyszłości będzie przeprowadzenie remontu toalet w budynku głównym. Sporządzenie dokumentacji projektowej remontu toalet jest pierwszym krokiem zmierzającym do przeprowadzenia kompleksowego remontu. Przeprowadzenie prac jest konieczne w celu zapewnienia estetycznego wyglądu wewnątrz budynku oraz w celu eliminacji kosztów związanych z eksploatacją, które z roku na rok są coraz większe.

Szacowany koszt - 700 tys. zł

Remont poszycia dachu na budynku głównym rozgłośni

Poszycie dachu ma wiele przerdzewień, przez które woda dostaje się do wełny mineralnej niszcząc jej strukturę i ograniczając efekty termiczne. Zgodnie z opinią inspektora nadzoru inwestycyjnego Spółki poszycie dachu kwalifikuje się do kompleksowej wymiany. Część dachu została doraźnie zabezpieczona farbą uszczelniającą. Niestety takie działania przekładają się tylko na czasowy rezultat.

Szacowany koszt - ok. 520 tys. zł.

Wymiana windy w budynku głównym rozgłośni

Jedyna winda w budynku głównym jest czasowo dopuszczona do użytkowania przez Urząd Dozoru Technicznego. Nie jest także dostosowana do transportu osób niepełnosprawnych, co w znaczącym stopniu utrudnia funkcjonowanie Radia Opole jako budynku użyteczności publicznej. UDT zaleca modernizację windy lub wymianę na nową.

Szacowany koszt - 500 tys. zł.

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

**Jacek
Kaczor**

Elektronicznie
podpisany przez
Jacek Kaczor
Data: 2024.04.30
12:52:59 +02'00'

KARTA POWINNOŚCI na lata 2025 - 2029 - część finansowa

Koszty tworzenia i rozpowszechniania oraz źródła finansowania programu regionalnego.

	ROK														
	2025			2026			2027			2028			2029		
	KOSZTY CAŁKOWITE	ZRÓDŁO FINANSOWANIA KRRIT	WŁASNE	KOSZTY CAŁKOWITE	ZRÓDŁO FINANSOWANIA KRRIT	WŁASNE	KOSZTY CAŁKOWITE	ZRÓDŁO FINANSOWANIA KRRIT	WŁASNE	KOSZTY CAŁKOWITE	ZRÓDŁO FINANSOWANIA KRRIT	WŁASNE	KOSZTY CAŁKOWITE	ZRÓDŁO FINANSOWANIA KRRIT	WŁASNE
Program regionalny	18 700 000,00	17 952 000,00	748 000,00	19 650 000,00	18 864 000,00	786 000,00	20 650 000,00	19 824 000,00	826 000,00	21 700 000,00	20 832 000,00	868 000,00	22 800 000,00	21 888 000,00	912 000,00
W tym: koszty rozpowszechniania analogowego	2 090 000,00	1 881 000,00	209 000,00	2 195 000,00	1 975 500,00	219 500,00	2 305 000,00	2 074 500,00	230 500,00	2 430 000,00	2 187 000,00	243 000,00	2 555 000,00	2 299 500,00	255 500,00
Wynik na działalności misyjnej		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Dobry licznik	544 000,00	489 600,00	54 400,00	600 000,00	540 000,00	60 000,00	630 000,00	567 000,00	63 000,00	650 000,00	595 000,00	65 000,00	670 000,00	603 000,00	67 000,00
W tym:															
Dobry Radio Opole retransmisja	148 000,00	134 100,00	14 900,00	154 000,00	138 600,00	15 400,00	170 000,00	153 000,00	17 000,00	212 000,00	190 800,00	21 200,00	218 000,00	196 200,00	21 800,00
Dobry Radio Opole 2 Kultura	395 000,00	355 500,00	39 500,00	415 000,00	373 500,00	41 500,00	440 000,00	396 000,00	44 000,00	465 000,00	418 500,00	46 500,00	490 000,00	441 000,00	49 000,00
INNE MISYJNE USŁUGI															
Nowe Media	845 300,00	760 770,00	84 530,00	887 585,00	798 808,50	88 776,50	931 943,25	838 748,93	93 194,33	978 540,41	880 696,37	97 854,04	1 027 467,43	924 720,89	102 746,74
PLANOWANE INWESTYCJE-nazwa przedsięwzięcia															
Rozwój infrastruktury IT - zasoby serwerowe, switchy i dyskowe	0,00	0,00	0,00	70 000,00	59 500,00	10 500,00	100 000,00	85 000,00	15 000,00	100 000,00	85 000,00	15 000,00	0,00	0,00	0,00
Modernizacja sieci strukturalnej mieszanej cat 6A oraz swalnowodowej SM	0,00	0,00	0,00	120 000,00	102 000,00	18 000,00	120 000,00	102 000,00	18 000,00	120 000,00	102 000,00	18 000,00	70 000,00	0,00	0,00
Rozwój infrastruktury IT - oprogramowanie produkcyjne i emisyjne i biurowe	0,00	0,00	0,00	70 000,00	59 500,00	10 500,00	70 000,00	59 500,00	10 500,00	70 000,00	59 500,00	10 500,00	70 000,00	0,00	0,00
Modernizacja infrastruktury IT - zasoby komputerowe	0,00	0,00	0,00	120 000,00	102 000,00	18 000,00	120 000,00	102 000,00	18 000,00	60 000,00	51 000,00	9 000,00	0,00	0,00	0,00
Rozwój infrastruktury AUDIO - emisja programu	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 550 000,00	1 275 000,00	225 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Zakup kabin akustycznych	0,00	0,00	0,00	60 000,00	51 000,00	9 000,00	30 000,00	25 500,00	4 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Zakup samochodów osobowych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	80,00	68,00	12,00	80,00	68,00	12,00	0,00	0,00	0,00
Modernizacja studia A dla celów studia multimedialnego	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250 000,00	212 500,00	37 500,00	250 000,00	212 500,00	37 500,00	0,00	0,00	0,00
Rozwój oraz utrzymanie infrastruktury AUDIO - produkcja bieżąca i artystyczna	20 000,00	16 800,00	3 200,00	80 000,00	76 500,00	13 500,00	60 000,00	51 000,00	9 000,00	50 000,00	42 500,00	7 500,00	0,00	0,00	0,00
Inwestycje modernizacyjno-celowe															
Remont elewacji budynku Rozgłośni przy ul. Strzelców Bytomskich	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 000 000,00	850 000,00	150 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Wymiana ciepłej kanalizacji oraz remont toalet w budynku Rozgłośni przy ul. Strzelców Bytomskich	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	400 000,00	340 000,00	60 000,00	300 000,00	255 000,00	45 000,00	0,00	0,00	0,00
Opracowanie dokumentacji projektowej systemu klimatyzacji na drugim piętrze budynku głównego przy ul. Strzelców Bytomskich	0,00	0,00	0,00	90 000,00	42 500,00	7 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Remont poszycia dachu na budynku głównym rozgłośni	130 000,00	109 200,00	19 500,00	130 000,00	110 500,00	19 500,00	500 000,00	425 000,00	75 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Wymiana widły w budynku głównym rozgłośni	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500 000,00	425 000,00	75 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

OPŁATA POBRANA
TABELA PERCEN-POLOGI.E
Umowa z Poczta Polska S.A.
ID nr 497868/S

POLECENY

PRIORYTET



(00)559007734482504041

R

(00)559007734482504041

Poczta Polska
Opłata pobrana — zł — gr

2024

Prewodnicacy
Kierownej Rady Radiofonii
i Telewizji
Szkola Kard. S. Wyszyńskiego
01-015 Warszawa

Biurow KRRiT
KANCELARIA OGOLNA
06.05.2024
WYKONANO
P.....

0-11396-2004

POLECENIE RADIO
Regionalna Rozgłośnia w Opolu
„RADIO OPOLSKIE” S.A. w likwidacji
45-084 Opole, ul. Strzelców Bytomskich 8
NIP: 754-00-13-375
tel. 77 40 13 100, fax 77 454 36 56

**OPŁATA I
TAKSĘ PERCJI**
Umowa z Pocz
ID nr 49

POLECENY

PRIOKRYTET



Pracownicy
Kierowni
i Telewizji

Szkol. Kard. S. Wyszy

01-015
Warsze

(00)559007734482504041

R

(00)559007734482504041

Poczta Polska
Opłata pobrana — zł — gr

Biurowo KRRRIT
KANCELARIA OGÓLNA
06.05.2024
WIKTYNELO

0-11396-2004