

RAZEM	600	630	661,50	694,58	729,30
-------	-----	-----	--------	--------	--------

Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych

Radio Łódź uczestniczy w pracach nad udostępnieniem materiałów audialnych i audiowizualnych ze zbiorów publicznej radiofonii i telewizji. Jest członkiem zespołu tworzącego Bibliotekę Cyfrową Mediów Publicznych, opiniując proponowane rozwiązania techniczne i organizacyjne. Przygotowuje się pod kątem merytorycznym i technicznym do selekcji zasobów archiwalnych i udostępnienia w BCMP.

Radio Łódź planuje kontynuację prac związanych z realizacją projektu Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024. Szczegółowe zestawienie kosztów zawiera poniższa tabela.

Źródła finansowania [tys zł]	2020	2021	2022	2023	2024
Abonament	175	178,50	182,07	185,71	189,43
Środki własne	0	0	0	0	0
RAZEM	175	178,50	182,07	185,71	189,43

Archiwizacja i digitalizacja zasobów dźwiękowych

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

Radio Łódź planuje dokończenie procesu dygitalizacji zasobów dźwiękowych w latach 2020-2021. Szczegółowe zestawienie kosztów zawiera poniższa tabela.

Źródła finansowania [tys zł]	2020	2021	2022	2023	2024
Abonament	45	45	-	-	-
Środki własne	0	0	-	-	-
RAZEM	45	45	-	-	-

DYREKTOR PROGRAMU
"RADIO ŁÓDŹ" S.A.
Marcin Wąsiewicz
Marcin Wąsiewicz

PREZES ZARZĄDU
"RADIO ŁÓDŹ" S.A.
Dariusz Szewczyk
Dariusz Szewczyk

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

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

I. Działania promocyjne

W latach 2020-2024 zaplanowano szereg akcji reklamowo-promocyjnych, których celem jest zarówno umacnianie marki i wizerunku Radia Łódź, jak i promocja programu nadawanego przez Rozgłośnie.

Plan działań promocyjnych przewiduje m.in:

1. Organizację imprez plenerowych (maj – wrzesień)

założenia:

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

realizacja:

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

źródła finansowania: środki zleceńodawców, organizatorów, sponsoring.

2. Organizację innych akcji zewnętrznych Radia

- Plebiscytu „Łódzianin Roku” (wybór osób aktywnie działających na rzecz Łodzi, promujących miasto, postawę prospołeczną),
- Gwiazdki Radia Łódź i Przyjaciół (akcja charytatywna wspierająca dzieci z ubogich rodzin),

DYREKTOR PROGRAMU
"RADIO ŁÓDŹ" S.A.

Marcin Wasiewicz

PREZES ZARZĄDU
"RADIO ŁÓDŹ" S.A.

Dariusz Szewczyk

- Letnie Studio Radia Łódź – emisja programu z plenerowego studia usytuowanego w miejscach najczęściej odwiedzanych przez łodzian (okres wakacyjny: miesiące lipiec - sierpień 2020-2024 roku), promocja walorów historycznych i turystycznych regionu łódzkiego, udział w programie przedstawicieli lokalnych społeczności.

źródło finansowania: środki pozyskane od lokalnych samorządów i sponsorów.

3. Organizacja koncertów w Studiu im. Henryka Debicha

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

4. Konkursy antenowe, nagrody dla słuchaczy

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

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

źródło finansowania: umowy barterowe zawierane z kontrahentami Radia Łódź.

5. Reklama Radia

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

6. Inne działania promocyjne/patronaty

- obecność Radia podczas prestiżowych imprez i festiwali na terenie województwa łódzkiego, patronaty medialne, współorganizacja, wizualizacja, logotypy w materiałach promocyjnych (Forum Kina Europejskiego Cinergia, Międzynarodowy Festiwal Producentów Muzycznych Soundedit, Międzynarodowy Festiwal Filmowy Transatlantyk, Wyścig Kolarski

"RADIO ŁÓDŹ" S.A.
Marcin Wasiełbicz

PREZES Zarządu
"RADIO ŁÓDŹ" S.A.
Dariusz Szewczyk

"Solidarności" i Olimpijczyków, Festiwalu Mediów Człowiek w Zagrożeniu, Festiwal Łódź Czterech Kultur),

- współpraca z instytucjami i prywatnymi firmami (umowy barterowe),
- organizacja wycieczek i warsztatów dla dzieci i młodzieży,
- produkcja i zakup gadżetów promocyjnych dystrybuowanych podczas imprez plenerowych oraz dla klientów i partnerów.

II. Przychody i koszty działalności reklamowej i promocyjnej:

Przychody z działalności reklamowo-promocyjnej założono na poziomie corocznego 3% wzrostu w stosunku do wykonania roku 2018.

DYREKTOR PROGRAMU
"RADIO ŁÓDŹ" S.A.
Marcin Wąsiewicz
Marcin Wąsiewicz

PREZES ZARZĄDU
"RADIO ŁÓDŹ" S.A.
Dariusz Szewczyk
Dariusz Szewczyk

Przychody z działalności reklamowo-promocyjnej					
	2020	2021	2022	2023	2024
Sprzedaż własna	883 000 zł	910 000 zł	937 000 zł	965 000 zł	994 000 zł
Sprzedaż agencji	164 000 zł	169 000 zł	174 000 zł	179 000 zł	184 500 zł
Przychody ze sprzedaży w barterze	249 000 zł	257 000 zł	265 000 zł	272 000 zł	281 000 zł
RAZEM	1 296 000 zł	1 336 000 zł	1 376 000 zł	1 416 000 zł	1 459 500 zł

2. Przewidywane koszty materiałów i działań promocyjnych w latach 2020-2024:

Materiały i działania promocyjne

Przewidywane koszty materiałów i działań promocyjnych (wartości maksymalne)					
	2020	2021	2022	2023	2024
Gadżety m.in. koszulki, smycze, kubki, USB; gadżety dla dzieci	60 000 zł	60 000 zł	60 000 zł	60 000 zł	60 000 zł
Materiały promocyjne m.in. kalendarze książkowe, ścienne, kartki świąteczne, zestawy świąteczne	10 000 zł	10 000 zł	10 000 zł	10 000 zł	10 000 zł
Nośniki reklam m.in. plakaty, rollupy, banery, ścianki, kostki na mikrofon, naklejki radiowe	20 000 zł	20 000 zł	20 000 zł	20 000 zł	20 000 zł
Inne działania promocyjne m.in. w teatrach, kinach, billboardach, na tramwajach	50 000 zł	50 000 zł	50 000 zł	50 000 zł	50 000 zł

DYREKTOR PROGRAMU
 "RADIO ŁÓDŹ" S.A.
 Marcin Wąsiewicz

PREZES ZARZĄDU
 "RADIO ŁÓDŹ" S.A.
 Dariusz Szewczyk

i autobusach, w pociągach regionalnych, w taksówkach, ogłoszenia – część bartery					
Naniesienie logotypów Radia Łódź	20 000 zł	20 000 zł	20 000 zł	20 000 zł	20 000 zł
Organizacja imprez cyklicznych: Łodzianin Roku, Akcja Pączek, Noc Muzeów, Wakacyjne wyjazdy ze studium w region, Gwiazdka Radia Łódź i Przyjaciół	240 000 zł	240 000 zł	240 000 zł	240 000 zł	240 000 zł
Konkursy – głównie bartery	50 000 zł	50 000 zł	50 000 zł	50 000 zł	50 000 zł

V. Sposoby realizowania zadań nadawcy publicznego przez Radio Łódź w latach 2020 – 2024

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

Radio Łódź realizuje misję regionalną, zaspokajając potrzeby i oczekiwania słuchaczy w różnych dziedzinach życia, przez udostępnienie w sposób zrozumiały treści tworzonych w różnych formach i rodzajach, w poszanowaniu zasad rzetelności, bezstronności, pluralizmu i niezależności. Tworzy i rozpowszechnia program oraz ofertę w zakresie innych usług medialnych adresowaną do różnych grup społecznych, uwzględniając ich zróżnicowanie pod względem wieku, wykształcenia, płci, rasy, narodowości, wyznania, tożsamości etnicznej, wspierając w ten sposób rozwój społeczeństwa opartego na integracji, solidarności, szacunku i współpracy. Oferta programowa wraz z innymi usługami medialnymi podkreśla wartość rodziny, promuje poszanowanie jednostki i zasady współżycia społecznego i przeciwdziała różnym formom przemocy.

Radio Łódź tworzy i przekazuje aktualne i wiarygodne informacje o wydarzeniach w regionie, stwarza możliwości debaty publicznej, forum wymiany poglądów i stanowisk różnych środowisk, dbając jednocześnie o zachowanie pluralizmu w programach, m.in. prezentując stanowiska i opinie partii politycznych, związków zawodowych i związków

OTRZYMAŁAM KOPię
"RADIO ŁÓDŹ" S.A.
Marcin Wasiewicz

PREZES ZARZĄDU
"RADIO ŁÓDŹ" S.A.
Dariusz Szwedczyk
Dariusz Szwedczyk

pracodawców. Wspiera edukację obywatelską, przekazuje informacje o działalności instytucji samorządowych i rządowych, i wyjaśnia ich wpływ na funkcjonowanie województwa łódzkiego i jego mieszkańców, zachęca do aktywności obywatelskiej, prezentując działalność organizacji pożytku publicznego, działających w regionie łódzkim.

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

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

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

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

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

Utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim	2020	2021	2022	2023	2024
Radio Łódź – moim radiem					
Udział w miesięcznym czasie nadawania	33%	33%	33%	33%	33%
w tym czas w godzinach 5.00 – 24.00	60%	60%	60%	60%	60%
Radio Łódź nad Wartą					
Udział w miesięcznym	33%	33%	33%	33%	33%

DYREKTOR PROGRAMU
"RADIO ŁÓDŹ" S.A.
Marcin Wąsiewicz
Marcin Wąsiewicz

PREZES ZARZĄDU
"RADIO ŁÓDŹ" S.A.
Dariusz Szewczyk
Dariusz Szewczyk

czasie nadawania					
w tym czas w godzinach 5.00 – 24.00	60%	60%	60%	60%	60%
Radio Łódź Extra (planowane)					
Udział w miesięcznym czasie nadawania	-	33%	33%	33%	33%
w tym czas w godzinach 5.00 – 24.00	-	60%	60%	60%	60%
Radio Łódź (rozszycie w Piotrkowie Trybunalskim, planowane)					
Udział w miesięcznym czasie nadawania	-	-	33%	33%	33%
w tym czas w godzinach 5.00 – 24.00	-	-	60%	60%	60%
Radio Łódź (rozszycie w Skierniewicach, planowane)					
Udział w miesięcznym czasie nadawania	-	-	-	-	33%
w tym czas w godzinach 5.00-24.00	-	-	-	-	60%

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

W roku 2020 będą to: wybory na urząd Prezydenta RP, 100. rocznica urodzin Karola Wojtyły, Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej, letnie Igrzyska Olimpijskie, 40. rocznica strajków w łódzkim MPK, 40. rocznica podpisania Porozumień Sierpniowych.

W roku 2021 będą to: jubileusz 90-lecia Radia Łódź, 50. rocznicy strajku łódzkich włóknianek, 40-lecia strajków studenckich, 230. rocznicy uchwalenia Konstytucji 3 maja., 40. rocznicy ogłoszenia stanu wojennego.

DYREKTOR PROGRAMU
"RADIO ŁÓDŹ" S.A.
Marcin Wąsiewicz
Marcin Wąsiewicz

PREZES ZARZĄDU
"RADIO ŁÓDŹ" S.A.
Dariusz Szewczyk
Dariusz Szewczyk