

KARTA POWINNOŚCI NA LATA 2020-2024 RADIO POZNAŃ S.A.

Polskie Radio Regionalna Rozgłośnia w Poznaniu Radio Poznań S.A. jako samodzielna spółka skarbu państwa funkcjonuje od 1993 roku. Jest to jedna z 17 rozgłośni regionalnych Polskiego Radia. Wówczas stacja zaczęła nadawać całodobowy program pod nazwą Radio Merkury S.A., którą w głosowaniu wybrali słuchacze. Rozgłośnia już wtedy realizowała misję radia publicznego. Odrębne studio utworzono kilka lat wcześniej na Międzynarodowych Targach Poznańskich, skąd nadawano kilkugodzinny program podczas imprez targowych. Właśnie z tego pomysłu zrodziło się późniejsze Radio Merkury, które na trwałe wpisało się w rozwój radiofonii w Wielkopolsce.

W kwietniu 2017 roku – przy okazji 90-lecia istnienia publicznej radiofonii na ziemiach wielkopolskich - Radio Merkury zmieniło nazwę na Radio Poznań. Aktualnie ze studia przy ul. Berwińskiego 5 w Poznaniu rozgłośnia nadaje przez całą dobę program na pięciu częstotliwościach i dociera do wszystkich mieszkańców Wielkopolski, mając w zasięgu około 3 mln odbiorców.

Programy Radia Poznań S.A. i MC Radia są nadawane z wykorzystaniem nadajników będących własnością TP EmiTel i zlokalizowanych na ich obiektach. Do emitowania programu regionalnego wykorzystuje się pięć nadajników pracujących na częstotliwościach :

- 100,9 MHz z mocą 120 kW ERP z RTCN Góra k/Śremu pokrywający swoim zasięgiem centralny rejon Wielkopolski,
- 91,9 MHz z mocą 30 kW ERP z Żółwieńca k/Konina umożliwiający odbiór programu we wschodniej części regionu,
- 103,6 MHz z mocą 60 kW ERP z RTCN Rusinowo k/Piły obsługujący część północną regionu,
- 91,1 MHz z mocą 10 kW ERP z RTCN Mikstat obsługujący część południową regionu,
- 102,4 MHz z mocą 3kW z SLR Bolewice obsługujący zachodnią część województwa wielkopolskiego.

Poznańska stacja nadawcza powstała jako trzecia w Polsce i pierwsza w Wielkopolsce, dokładnie 24 kwietnia 1927 roku.

To na antenie radia z Poznania wyemitowano pierwszą w Polsce radiową reklamę, a później transmisję nabożeństwa. Także na falach „Poznańskiego Radja” odbyła się pierwsza w Polsce transmisja meczu piłkarskiego (Warta Poznań 5: 2 Philips Eindhoven). Sto tysięcy słuchaczy - szacuje się, że tyle właśnie osób codziennie słuchało tych audycji po pierwszym roku działania radia. A dzień zaczynali od gimnastyki porannej, później uczyli się języków obcych - obie audycje to była absolutna nowość w polskiej radiofonii.

Całodobowy program każdego dnia przygotowuje kilkudziesięciu dziennikarzy i współpracowników. Radio Poznań posiada też własne oddziały terenowe: w Kaliszu, Koninie, Lesznie, Pile, Gnieźnie, Środzie Wielkopolskiej i Nowym Tomyślu, co ma na celu większą integrację z lokalnymi społecznościami i pozyskiwanie materiałów z całego regionu. Wszyscy reporterzy wyposażeni są w mikrofony, nowoczesne urządzenia transmisyjne, komputery, a przede wszystkim - w otwarte na świat głowy pilnują, aby słuchacze w głośnikach swoich radioodbiorników słyszeli najnowsze informacje z regionu, wiadomości pogodowe, sportowe i z wielkopolskich dróg, ciekawe felietony, nagradzane na całym świecie reportaże oraz różne audycje publicystyczne, polityczne czy muzyczne.

Radia Poznań można też słuchać za pośrednictwem Internetu na stronie www.radiopoznan.fm oraz MC Radia na stronie www.mcradio.pl, przezco sygnał dociera do odbiorców na całym świecie

Całodobowy program Radia Poznań tworzony jest w oparciu o zapisy wynikające z art.21 Ustawy o radiofonii i telewizji.

I. GŁÓWNE CELE I ZAŁOŻENIA

W latach 2020-2024 planujemy rozwijać naszą dotychczasową działalność w następującym zakresie:

1. **RADIO POZNAŃ** -program regionalny, który zapewnia odbiorcom szeroką ofertę w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki, będąc jednocześnie podstawowym źródłem takich treści dla mieszkańców woj. wielkopolskiego
2. **MC RADIO** –Nadające w ramach rozszczepienia regionalnego pasmo lokalne o charakterze muzyczno-informacyjno-publicystycznym kierowane do odbiorców w Poznaniu i okolicach
3. **RADIOPOZNAŃ.FM** – portal internetowy jako strona www łączący funkcjonalność mediów społecznościowych na Facebook’u i Twitterze, treści produkowanych w Radiu Poznań i Merkury Klasyka oraz umożliwiający interaktywny udział słuchaczy. Koszty Internetu są księgowane w Dziale Informacji.

➤ **Tabela finansowa nr 1 uwzględniająca CAŁKOWITE PLANOWANE KOSZTY MISJI RADIA POZNAŃ S.A. (dane w tys. zł):**

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
PRZYCHODY RADIA POZNAŃ FINANSUJĄCE MISJĘ	18 196	18 660	18 660	18 660	18 660
Z TEGO:					
PRZYCHODY Z WPŁYWÓW ABONAMENTOWYCH	17 270	17 270	17 270	17 270	17 270
PRZYCHODY WŁASNE	780	1390	1390	1390	1390
PPO, PRZYCH.FIN.	146	146	146	146	146
KOSZTY DZIAŁALNOŚCI MISYJNEJ	16 135	16 370	17 163	17 072	17 057
W TYM:					
KOSZTY DZIAŁALNOŚCI MISYJNEJ RADIA POZNAŃ FINANSOWANE Z ABONAMENTU	15 183	15 418	16 161	16 070	16.055
KOSZTY DZIAŁALNOŚCI MISYJNEJ MC RADIA FINANSOWANE Z PRZYCHODÓW WŁASNYCH	402	402	402	402	402
KOSZTY DZIAŁALNOŚCI MISYJNEJ PORTALU INTERNETOWEGO FINANSOWANE Z ABONAMENTU	550	550	600	600	600

➤ **Tabela finansowa nr 2 –planowane KOSZTY TWORZENIA PROGRAMÓW RADIA POZNAŃ I MC RADIA (uwzględnione w tab. finansowej nr 1)**

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
KOSZTY TWORZENIA PROGRAMÓW RADIA POZNAŃ FINANSOWANE Z ABONAMENTU	12 996	13 231	13 974	13 883	13 868
KOSZTY TWORZENIA PROGRAMÓW RADIA MC FINANSOWANE Z PRZYCHODÓW WŁASNYCH	325	325	325	325	325
KOSZTY TWORZENIA PORTALU INTERNETOWEGO FINANSOWANE Z ABONAMENTU	550	550	600	600	600
SUMA	13 871	14 106	14 899	14 808	14 793

Równoległe do realizacji ww. celów planujemy też w kolejnych latach rozszerzanie zasięgu odbioru, zarówno analogowego jak i cyfrowego.

➤ **Tabela finansowa nr 3 - KOSZTY ROZPOWSZECHNIANIA PROGRAMU RADIA POZNAŃ I MC RADIA (uwzględnione w tabeli finansowej nr 1) - dane w tys. zł:**

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
EMISJA, DOSYŁ ANALOGOWY, CZĘSTOTLIWOŚĆ RADIA POZNAŃ FINANSOWANE Z ABONAMENTU	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
EMISJA CYFROWA DAB+ RADIA POZNAŃ FINANSOWANE Z ABONAMENTU	187	187	187	187	187
EMISJA, DOSYŁ ANALOGOWY, CZĘSTOTLIWOŚĆ MC RADIO PRZYCHODÓW WŁASNYCH	77	77	77	77	77
SUMA	2 264	2 264	2 264	2 264	2 264

Naszym celem jest także wzmacnianie prestiżu i reputacji poszczególnych marek Radia Poznań oraz dążenie do wzmacniania naszego wpływu i pozycji jako najważniejszej instytucji medialnej w Wielkopolsce. Zamierzamy też sprostać wyzwaniom związanym z utrzymaniem pozycji najważniejszego dostawcy nowoczesnych usług medialnych w regionie, odzwierciedlających różnorodność wymagań odbiorców.

Oferta programowa Radia Poznań kierowana jest do różnych grup społecznych, z uwzględnieniem ich wieku, wykształcenia, płci, rasy, narodowości, wyznania, tożsamości etnicznej, wspierając w ten sposób rozwój integracji społecznej, solidarność i wzajemny szacunek.

Radio Poznań jest jedyną stacją radiową w Wielkopolsce, która od ponad roku promuje kulturę ludową prezentując regionalne kapele podwórkowe oraz zespoły wykonujące muzykę country. Takie audycje produkujemy i przekazujemy do naszej Fonoteki. Nie brakuje też audycji promujących gwarę poznańską, co cieszy się dużą popularnością wśród odbiorców i na ich prośbę przywróciliśmy taki program do ramówki.

W programach muzycznych wspieramy przede wszystkim polskich wykonawców oraz debiutantów, zwłaszcza tych regionalnych. Prowadzimy kampanie promocyjne zespołów z Wielkopolski, które m.in. występowały podczas Krajowego Festiwalu Piosenki Polskiej w Opolu. To właśnie Radio Poznań jako pierwsza rozgłośnia w kraju wypromowała zespół „Ogień” z Kościana. Muzycy w 2017 roku w Opolu zdobyli dwie nagrody: publiczności oraz za najlepszy debiut. W kolejnym roku sukces na opolskim festiwalu odniosły pochodzące z Poznania siostry Dagmara i Martyna Melosik, które zdobyły nagrodę publiczności. Do tego sukcesu po części przyczyniło się także Radio Poznań, które wspierało artystki promocją antenową ich najnowszego utworu. Do naszego kameralnego studia im. Krzysztofa Komedy cyklicznie zapraszamy (i zamierzamy to kontynuować w kolejnych latach) znanych polskich artystów na koncerty, które w wersji audio i wideo transmitowane są na żywo na naszej antenie i następnie publikowane na stronie internetowej.

Zgodnie z art. 21. 1. Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.

W przygotowaniu programów Radia Poznań i innych usług jednostek publicznej radiofonii i telewizji w ramach jej misji publicznej zamierzamy:

1) Kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji:

Radio Poznań za główne i najważniejsze zadanie stawia przygotowywanie programu o jak najwyższej jakości. Mają o tym decydować takie cechy, jak: poprawny język, warsztat, kultura, opinotwórczość, która ma kształtować pozytywne postawy u naszych słuchaczy. Oprócz tego ważna jest bliskość dająca poczucie więzi oraz użyteczność, z której nasi odbiorcy mają czerpać korzyści i uzyskiwać pomoc w życiu codziennym.

2) Rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą:

Radio Poznań zamierza realizować swoje zadania misyjne poprzez przygotowywanie programów regionalnych realizujących cele społeczne, kulturalne, demokratyczne, potrzeby społeczności lokalnych i innych usług w zakresie dostępu m.in. do bieżącej informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu. Jako element mediów publicznych rozgłośnia zamierza być postrzegana przez słuchaczy jako niezależna, rzetelna, bezstronna i z wiarygodnymi źródłami informacji. W swoich serwisach Radio Poznań korzysta nie tylko z własnych informacji zdobywanych przez reporterów i korespondentów terenowych, a także z innych portali internetowych oraz z Informacyjnej Agencji Radiowej. Dzięki temu na naszej antenie nie zabraknie szybkich, aktualnych i rzetelnych informacji o wydarzeniach w regionie, kraju i na świecie.

3) Sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej:

Radio Poznań poprzez programy misyjne chce też umożliwiać prezentowanie różnych i często odmiennych poglądów przez przedstawicieli partii politycznych, związków zawodowych i organizacji pracodawców. Rolą publicznego radia jest też zabieranie głosu w aktualnych sprawach publicznych i prezentowanie stanowisk w kluczowych sprawach publicznych. W ten sposób radio realizując zapisy ustawy ma zachęcać do debaty publicznej, do wymiany poglądów różnych środowisk, z zachowaniem zasad pluralizmu i bezstronności.

4) Umożliwiać obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej:

W ramach audycji będziemy prezentować m.in. stanowiska fundacji, organizacji samorządowych i związków zawodowych oraz przedstawicieli pracodawców. Programy mają ukazywać różnorodność zjawisk oraz problemów poszczególnych grup społecznych i zawodowych.

5) służyć rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego;

Jednym z priorytetów Radia Poznań jest przede wszystkim umożliwianie słuchaczom dostępu do kultury poprzez codzienne zapowiedzi i późniejsze relacje z najważniejszych wydarzeń kulturalnych w regionie np. wystaw, spektakli i koncertów, a także promowanie na naszej antenie muzyki poważnej, co przed radioodbiornikami gromadzi sporą grupę melomanów. W ramach priorytetu wspierane będą m.in. naszym patronatem medialnym różnorodne działania o charakterze kulturalnym, ze szczególnym uwzględnieniem tradycji i zwyczajów Wielkopolski, z wyłączeniem dziedzictwa kulinarnego. Promowane będą również projekty kulturalne związane z popularyzacją nowoczesnych form patriotyzmu, generujące poprawę spójności społecznej i ekonomicznej Wielkopolski. W ramach priorytetu przewiduje się też wspieranie m.in. projektów i wydawnictw o charakterze krytyczno-literackim oraz publikacji promujących kulturalne dziedzictwo Wielkopolski, a także zadań mających na celu popularyzację literatury i czytelnictwa. Poprzez specjalne programy dla dzieci i młodzieży m.in. codzienną wieczorną bajkę oraz sobotnią audycję edukacyjną dla najmłodszych Radio Poznań chce pozyskać młodego słuchacza i tak układać ramówkę, aby nie było konieczności przygotowywania programu podobnego do rozgłośni komercyjnych, których w Wielkopolsce jest wiele.

5a) Sprzyjać integracji społecznej, w tym przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu:

Od 2020 roku planujemy kontynuować m.in. cykl audycji edukacyjnej dla seniorów, w którym będziemy prezentować problemy osób, które są na emeryturze. W naszej ramówce pozostawimy też na kolejne lata program, który ma na celu upowszechnianie informacji o życiu i problemach osób niepełnosprawnych ze szczególnym uwzględnieniem osób z dysfunkcją narządu wzroku. Założeniem audycji jest propagowanie wielokierunkowej rehabilitacji jako sposobu przezwyciężania trudności wynikających z niepełnosprawności, przełamywanie stereotypów osoby niepełnosprawnej, kształtowanie właściwych postaw społecznych poprzez budowanie wizerunku osoby niepełnosprawnej jako pełnoprawnego uczestnika życia społecznego. Program ma charakter edukacyjny i poradniczy. W znacznej części poświęcony tematyce regionalnej; odbiorca uniwersalny.

6) Respektować chrześcijański system wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki:

W kolejnych latach nadal będziemy emitować audycje dotyczące wiary, aby promować chrześcijański system wartości. W niedzielnej audycji skupimy się nie tylko na zadaniach

realizowanych przez kościół katolicki w Polsce i na świecie. Nie zapomnimy też o wyznawcach innych religii w Polsce np. na prawosławnych, protestantach czy też świadkach Jehowy. W audycjach tych stawiamy na promowanie i respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości i uniwersalnych zasad etyki. Jako dobro nadrzędne wskazując na wartość rodziny jako podstawowej jednostki społecznej, ale także promują poszanowanie jednostki i ogólne zasady współżycia społecznego.

7) Służyć umacnianiu rodziny:

Radio będzie promować wartość rodziny, programy socjalne wspomagające polskie rodziny, a także będziemy polecać miejsca stworzone specjalnie z myślą dla rodzin itp. Program o charakterze tzw. pasma śniadaniowego ma łączyć w sobie elementy publicystyczne i kulturalne. Skupia się na tematach związanych z szeroko pojętą tematyką life stylową, aby w sposób prosty i przystępny dla słuchacza tłumaczyć zjawiska dotyczące rodziny jako wartości nadrzędnej.

7a) Służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych;

W ramówce Radia Poznań planujemy realizować audycje, które mają zachęcać do profilaktyki prozdrowotnej. Nie bieżąco będziemy informować m.in. o bezpłatnych badaniach. Będziemy też tłumaczyć, na czym niektóre badania polegają i jak się do nich przygotować. Naszych materiałach będziemy też podpowiadać słuchaczom, gdzie konkretnie się zgłosić w razie wystąpienia określonych dolegliwości.

7b) Służyć propagowaniu i upowszechnianiu sportu:

Wśród oferty programowej Radia Poznań jest sporo informacji sportowych. Skupiamy się nie tylko na najpopularniejszych dyscyplinach sportowych takich jak piłka nożna, siatkówka i koszykówka. Sporo miejsca poświęcamy też na wiadomości z boisk drużyn z drugiej czy trzeciej ligi. W audycjach turystycznych zachęcamy do aktywności ruchowej i odwiedzania ciekawych miejsc w Wielkopolsce.

8) Służyć zwalczaniu patologii społecznych:

W kolejnych latach będziemy kontynuowali cykl audycji z telefonicznym udziałem słuchaczy, na których pytania będą odpowiadać eksperci zajmujący się problematyką różnych uzależnień (np. terapeuci, psycholodzy, lekarze). Z kolei na wakacje planujemy program o charakterze prewencyjny. Adresatem audycji są głównie młodzi ludzie, którzy w czasie wakacji ulegają różnym pokusom np. mogą zażywać narkotyki i alkohol. Odbiorcą programu mogą być także rodzice, którzy dowiedzą się, jakie zagrożenia czekają na ich dzieci w czasie wolnym.

9) Służyć edukacji medialnej:

Będziemy kontynuować cykl popularno-naukowy poświęcony najnowszym technologiom. Nie zabraknie tu m.in. rozmów o pracach badawczych, nietypowych konstrukcjach, szybkim rozwoju urządzeń technicznych, a także o planowanych wyprawach w kosmos i rozwoju techniki w tym zakresie.

W latach 2020 – 2024 czekają nas ważne wydarzenia nie tylko w skali regionu, ale także kraju. W związku z tym planujemy:

a/ 1 marca – co roku – planujemy zorganizować koncert poświęcony pamięci Żołnierzy Wyklętych.

b/ 20 października (termin ruchomy) Zapal Znicz Pamięci – akcja wspierana co roku przez Radio Poznań

c/ 27 grudnia Radio Poznań aktywnie będzie też angażować się co roku w rzetelne i obszerne relacjonowanie obchodów kolejnych rocznic Powstania Wielkopolskiego.

- d/ W 2020 roku planujemy audycje publicystyczne i edukacyjne poświęcone m.in. wyborom prezydenckim,
- e/ W 2021 roku radio będzie propagować organizację spisu powszechnego ludności i mieszkań
- f/ W 2022 sporo czasu antenowego poświęcimy wyborom samorządowym
- g/ W 2023 odbędą się też wybory do rad osiedli w Poznaniu – choć w mniejszym zakresie - to jednak będziemy promować też ideę wyborów samorządu pomocniczego w stolicy Wielkopolski
- h/ W 2023 sporo miejsca na naszej antenie zamierzamy poświęcić wyborom do Sejmu i Senatu RP
- i/ W roku 2024 czekają nas wybory do Parlamentu Europejskiego i także wówczas nie zabraknie tej tematyki w Radiu Poznań, którą zaprezentujemy w sposób obszerny.

II. MISJA PUBLICZNA

<p>Radio Poznań, którego sygnał słyhać w całej Wielkopolsce i poza granicami regionu zamierza wypełniać i realizować swoje zadania w ramach misji publicznej poprzez następujące zadania w latach 2020-2024.</p> <p>Inne zadania programowe służące realizacji misji (§1 pkt 2 rozporządzenia*), w tym:</p>
<p>- popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu (art. 21 ust. 1a pkt 7 ustawy***)</p> <p>Jednym z zadań powstałej w 2019 r. Redakcji Historii, Słuchowisk i Reportażu jest własna produkcja słuchowisk w oparciu o utwory klasyczne literatury polskiej, popularyzowanie wiedzy historycznej oraz dorobku kulturowego Polski niepodległej ze szczególnym uwzględnieniem artystów z naszego regionu. Radio Poznań przygotowuje i emituje najszlachetniejsze gatunki sztuki radiowej, jakim są słuchowiska, w oparciu o klasykę literatury polskiej i obcej. Każdego roku planujemy 12 produkcji premierowych. Nie zabraknie też reportaży i adaptacji dzieł literackich oraz audycji dokumentalnych. W programie planowane jest przekazywanie informacji o wydarzeniach i zjawiskach kulturalnych oraz artystycznych z całego regionu i recenzje promujące najnowszą twórczość prozatorską oraz prezentację ciekawych filmów i repertuaru kinowego. Będą też relacje z najważniejszych wydarzeń sportowych, prezentowanie różnych dyscyplin (także pozaligowych) z całego regionu oraz promocję sportu młodzieżowego i aktywności ruchowej.</p>
<p>- upowszechnianie wiedzy o języku polskim (art. 21 ust. 1a pkt 8 ustawy***)</p> <p>W programie Radia Poznań prezentujemy porady językowe z udziałem specjalisty z zakresu poprawnej polszczyzny. Codzienną audycję zamierzamy kontynuować także w latach 2020-2024.</p>
<p>- upowszechnianie edukacji medialnej (art. 21 ust. 1a pkt 11 ustawy***)</p> <p>W latach 2020-2024 nadal będziemy kontynuować popularny program o nowych technologiach, który jest od kilku lat emitowany na antenie Radia Poznań.</p>
<p>- sprzyjanie integracji społecznej, w tym przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu (art. 21 ust. 2 pkt 5a ustawy***)</p> <p>Oferta Radia Poznań zamierza łączyć społeczeństwo prezentując bieżące problemy m.in. seniorów, a także próbuje zapobiegać ich wykluczeniu z powodu ciągłych zmian i szybkiego rozwoju nowych technologii. Rozgłoszonia promuje też (i zamierza to robić w kolejnych latach) zachowania obywatelskie i udziela praktycznych wskazówek dla osób niepełnosprawnych w pokonywaniu barier, które występują w życiu codziennym. W naszej ramówce od wielu lat jest między innymi audycja dla osób niewidomych i niedowidzących prowadzona przez osobę, która doskonale zna ten problem, ponieważ ma taki właśnie problem zdrowotny.</p>
<p>- umacnianie rodziny (art. 21 ust. 2 pkt 7 ustawy***)</p> <p>Podstawowe wartości chrześcijańskie propagujemy w kilku programach i planujemy je emitować także w latach 2020-2024, zgodnie z przedłożonym planem finansowo-programowym na rok 2020. Przygotowujemy reportaże, poruszamy problemy rodziny podczas rozmów z gośćmi itp.</p>
<p>- kształtowanie postaw prozdrowotnych (art. 21 ust. 2 pkt 7a ustawy***)</p> <p>Radio promuje także zdrowy styl życia i zachęca do aktywności ruchowej m.in. poprzez zapraszanie gości, którzy na naszej antenie opowiadają m.in. o zdrowym odżywianiu i amatorskich sportach dla każdego.</p>
<p>- propagowanie i upowszechnianie sportu (art. 21 ust. 2 pkt 7b ustawy***)</p> <p>Audycje sportowe to jedne z najchętniej słuchanych programów w Radiu Poznań, które mają olbrzymi wpływ na wzrost słuchalności. W programach sportowych najczęściej jest relacji na żywo z meczów z udziałem drużyn m.in. piłkarskich, siatkarskich, koszykarskich i żużlowych z Wielkopolski. W Radiu Poznań nie brakuje też codziennych informacji z regionalnych wydarzeń sportowych. W 2021 roku – po przeniesieniu na ten termin Igrzysk Olimpijskich w Tokio oraz mistrzostw Europy w piłce nożnej - planujemy także przeprowadzić cykl</p>

audycji związanych z promowaniem olimpizmu i piłki nożnej w ujęciu regionalnym – a ponadto specjalne studia poświęcone historycznej edukacji młodzieży w kontekście tak wielkich wydarzeń sportowych jak w 2022 roku Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Pekinie i Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej w Katarze oraz z Letnich Igrzysk Olimpijskich w Paryżu w 2024 roku. Trwają prace w porozumieniu z Ogólnopolskim Stowarzyszeniem "Kibice Razem", działającym wspólnie z Ministerstwem Sportu i Turystyki – nad pełnym przystosowaniem transmisji meczów Lecha Poznań emitowanych w Radiu Poznań do usług audio deskrypcyjnych na stadionie dla osób niewidomych i niedowidzących.

- zwalczanie patologii społecznych (art. 21 ust. 2 pkt 8 ustawy***)

Programy Radia Poznań respektują chrześcijański system wartości i uniwersalne zasady etyki. Jako dobro nadrzędne wskazują na wartość rodziny jako podstawowej jednostki społecznej, ale także promują poszanowanie jednostki i ogólne zasady współżycia społecznego. Nastawiamy się przede wszystkim na profilaktykę i tak np. w audycji z telefonicznym udziałem słuchaczy autorka stara się przeciwdziałać patologii i różnorodnym formom przemocy.

Jednym z podstawowych zadań publicznego radia i telewizji jest wspieranie poprzez promocję antenową niszowych przedsięwzięć artystycznych i pozyskiwanie w ten sposób młodego słuchacza. W tym zakresie planujemy:

- Organizację przedsięwzięć artystycznych dla profesjonalistów, ze szczególnym uwzględnieniem niszowych gatunków muzycznych (muzyki dawnej, kościelnej, jazzu, muzyki XX i XXI wieku)
- Współorganizację festiwali z muzyką kościelną np. Sacra Montana w Gostyniu
- Konkursy i promocję imprez oraz wystaw niszowych
- Realizację przedsięwzięć artystycznych, służących popularyzacji różnych dziedzin sztuki oraz zaspakajaniu potrzeb kulturalnych mieszkańców Wielkopolski
- Konkursy obejmujące np. popularyzację wiedzy o kulturze i sztuce
- Przygotowywanie projektów edukacyjnych, których celem powinno być stwarzanie i utrwalanie nawyków korzystania z propozycji kulturalnych.
- Organizację przedsięwzięć promujących materialne i niematerialne dziedzictwo Wielkopolski.

Ponadto Radio Poznań chce w najbliższych latach przygotować bogatą ofertę multimedialną o szerokich możliwościach rozwoju serwisów oraz usług internetowych czy też aplikacji. Takie działanie umożliwi każdemu naszemu słuchaczowi dotarcie do ulubionych i wybranych pozycji bieżących oraz przechowywanych w naszej radiowej Fonotece. Ma to się odbywać w dowolnym miejscu i czasie. Docelowo planujemy zamieszczenie pełnych zbiorów archiwalnych w sieci w ramach realizowanego wspólnie z innymi mediami publicznymi projektu Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych.

III. DZIAŁANIA ANTENOWE RADIA POZNAŃ I MC RADIA

Całodobowy program Radia Poznań powstaje w oparciu o pracę zatrudnionych w rozgłośni dziennikarzy, korespondentów lokalnych, współpracowników oraz producentów zewnętrznych, którzy przygotowują dla nas zamówione audycje. W celu pozyskiwania bieżących informacji działamy poprzez naszych reporterów oraz wspomagamy nasze działania newsami m.in. z Informacyjnej Agencji Radiowej. W ramach współpracy pomiędzy rozgłościami Polskiego Radia nabywamy również audycje z innych rozgłośni regionalnych. Radio Poznań współpracuje też m.in. z oddziałem Telewizji Polskiej w Poznaniu, a do studia TVP zapraszani są w roli ekspertów dziennikarze Radia Poznań. W ramach realizacji naszych podstawowych zadań planujemy dalsze rozwijanie współpracy w regionalnym oddziale publicznej telewizji oraz z innymi rozgłościami regionalnymi radia publicznego w całym kraju w zakresie wspólnej produkcji audycji oraz wymiany programowej, która ma umożliwiać wspólną prezentację najciekawszych materiałów.

- **W okresie objętym niniejszą Kartą powinności, planujemy w poszczególnych latach następujące minimalne udziały audycji lub utworów, o których mowa w art.15 ust.1-3 oraz art. 15a ust.1 w czasie nadawania poszczególnych programów w Radiu Poznań:**

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
MINIMALNE UDZIAŁY AUDYCJI	Co najmniej 33% miesięcznego nadawania w programie utworów słowno-muzycznych, które są nadawane w języku polskim, z tego co najmniej 60% procent w godzinach 5-24	Co najmniej 33% miesięcznego nadawania w programie utworów słowno-muzycznych, które są nadawane w języku polskim, z tego co najmniej 60% procent w godzinach 5-24	Co najmniej 33% miesięcznego nadawania w programie utworów słowno-muzycznych, które są nadawane w języku polskim, z tego co najmniej 60% procent w godzinach 5-24	Co najmniej 33% miesięcznego nadawania w programie utworów słowno-muzycznych, które są nadawane w języku polskim, z tego co najmniej 60% procent w godzinach 5-24	Co najmniej 33% miesięcznego nadawania w programie utworów słowno-muzycznych, które są nadawane w języku polskim, z tego co najmniej 60% procent w godzinach 5-24

Od 2008 roku spółka nadaje program, który stanowi rozszczepienie programu regionalnego. Właśnie do tego celu powstało MC Radio – czyli określana potocznie tzw. stacja miejska. Jak zapisano w Planach Finansowo-Programowych Radia Poznań S.A. na rok 2019 stopień rozszczepienia jest znaczący ponieważ zgodnie z decyzją Urzędu Komunikacji Elektronicznej stacja ma za zadanie zaspokajać potrzeby społeczności lokalnej, co jest zgodne ze stosownymi zapisami ustawy o radiofonii i telewizji. Rozgłośnia nadaje w Poznaniu i okolicach z nadajnika 102,7 MHz i słychać ją w promieniu około 50 km. Właścicielem marki i podmiotem odpowiedzialnym za jego działanie jest Polskie Radio Rozgłośnia Regionalna w Poznaniu.

- **W okresie objętym niniejszą Kartą powinności , planujemy w poszczególnych latach następujące minimalne udziały audycji lub utworów, o których mowa w art.15 ust.1-3 oraz art. 15a ust.1 w czasie nadawania poszczególnych programów w MC Radiu:**

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
MINIMALNE UDZIAŁY AUDYCJI	Co najmniej 34% miesięcznego nadawania w programie utworów słowno-muzycznych, które są nadawane w języku polskim, z tego co najmniej 64% procent w godzinach 5-24	Co najmniej 34% miesięcznego nadawania w programie utworów słowno-muzycznych, które są nadawane w języku polskim, z tego co najmniej 64% procent w godzinach 5-24	Co najmniej 34% miesięcznego nadawania w programie utworów słowno-muzycznych, które są nadawane w języku polskim, z tego co najmniej 64% procent w godzinach 5-24	Co najmniej 34% miesięcznego nadawania w programie utworów słowno-muzycznych, które są nadawane w języku polskim, z tego co najmniej 64% procent w godzinach 5-24	Co najmniej 34% miesięcznego nadawania w programie utworów słowno-muzycznych, które są nadawane w języku polskim, z tego co najmniej 64% procent w godzinach 5-24

IV. DZIAŁANIA POZAANTENOWE

Zgodnie z zapisem ustawy o RTV art. 15 ust. 2 planujemy pozaantennową promocję artystów muzyki i literatury polskiej wraz z planowanymi kosztami finansowane ze środków własnych oraz abonamentowych, uwzględnione w tabeli finansowej.

W latach 2020 – 2024 planujemy wydać z własnych środków finansowych 10 audiobooków i 10 płyt ze słuchowiskami, a także płyty z muzyką polską oraz zorganizować koncerty promujące polskich artystów w naszym radiowym studiu im. Krzysztofa Komedy (około 6 w każdym roku) – dane tys. w złotych:

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
AUDIOBOOKI	16	16	16	16	16
PŁYTY CD Z OKŁADKĄ Z MUZYKĄ POLSKĄ	5	5	5	5	5
WYDAWANIE PUBLIKACJI OKOLICZNOŚCIOWYCH	50	50	50	50	50
KONCERTY STUDYJNE PROMUJĄCE MUZYKĘ POLSKĄ	54	54	54	54	54
SUMA:	125	125	125	125	125

Począwszy od roku 2020 planujemy w szerszy sposób promować artystów wykonujących różne gatunki muzyki polskiej. Naszym słuchaczom zamierzamy ułatwić dostęp do niektórych utworów wykonywanych w naszym języku ojczystym i udostępniać je m.in. na radiowej stronie internetowej. Pojawiają się tam m.in. banery zapowiadające w/w wydarzenia, relacje z koncertów oraz ze spotkań z polskimi artystami w siedzibie Radia Poznań. Dodatkowo nasze materiały video będą dostępne także w serwisie YouTube. Przy okazji nie zabraknie też adaptacji dzieł literatury polskiej, które także w wersji audio zamierzamy publikować na stronie internetowej Radia oraz na fan page Radio Poznań Kultura, a w ramach wcześniejszej promocji przed emisją planujemy także publikować banery graficzne.

- **Minimalne udziały głównych kategorii audycji w poszczególnych programach, w zakresie istotnym dla charakteru danego programu, oraz sposób ich oferowania w ramach innych usług medialnych Radia Poznań:**

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
INFORMACJA	nie mniej niż 10 %	nie mniej niż 10 %	nie mniej niż 10 %	nie mniej niż 10 %	nie mniej niż 10 %
PUBLICYSTYKA	nie mniej niż 7,5 %	nie mniej niż 7,5 %	nie mniej niż 7,5 %	nie mniej niż 7,5 %	nie mniej niż 7,5 %
KULTURA	nie mniej niż 22 %	nie mniej niż 22 %	nie mniej niż 22 %	nie mniej niż 22 %	nie mniej niż 22 %
EDUKACJA	nie mniej niż 4,5 %	nie mniej niż 4,5 %	nie mniej niż 4,5 %	nie mniej niż 4,5 %	nie mniej niż 4,5 %
SPORT	nie mniej niż 2,5 %	nie mniej niż 2,5 %	nie mniej niż 2,5 %	nie mniej niż 2,5 %	nie mniej niż 2,5 %
ROZRYWKA	nie mniej niż 40 %	nie mniej niż 40 %	nie mniej niż 40 %	nie mniej niż 40 %	nie mniej niż 40 %
POZOSTAŁE	Nie mniej niż 2,5 %	Nie mniej niż 2,5 %	Nie mniej niż 2,5 %	Nie mniej niż 2,5 %	Nie mniej niż 2,5 %

- **Minimalne udziały głównych kategorii audycji w poszczególnych programach , w zakresie istotnym dla charakteru danego programu, oraz sposób ich oferowania w ramach innych usług medialnych MC Radia:**

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
INFORMACJA	nie mniej niż 16,1%	nie mniej niż 16,1%	nie mniej niż 16,1%	nie mniej niż 16,1%	nie mniej niż 16,1%
PUBLICYSTYKA	nie mniej niż 1,6%	nie mniej niż 1,6%	nie mniej niż 1,6%	nie mniej niż 1,6%	nie mniej niż 1,6%
KULTURA	nie mniej niż 2,4%	nie mniej niż 2,4%	nie mniej niż 2,4%	nie mniej niż 2,4%	nie mniej niż 2,4%
EDUKACJA	nie mniej niż 0,6%	nie mniej niż 0,6%	nie mniej niż 0,6%	nie mniej niż 0,6%	nie mniej niż 0,6%
SPORT	nie mniej niż 1,7%	nie mniej niż 1,7%	nie mniej niż 1,7%	nie mniej niż 1,7%	nie mniej niż 1,7%
ROZRYWKA	nie mniej niż 75,3%	nie mniej niż 75,3%	nie mniej niż 75,3%	nie mniej niż 75,3%	nie mniej niż 75,3%
POZOSTAŁE	Nie mniej niż 2,2%	Nie mniej niż 2,2%	Nie mniej niż 2,2%	Nie mniej niż 2,2%	Nie mniej niż 2,2%

V.NOWE MEDIA

W kolejnych latach zamierzamy też realizować art.21 ust.1a pkt.2a - tworzenie i dostarczanie 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 na żądanie. Z powodzeniem działa portal internetowy na stronie www.radiopoznan.fm, który w szczytowych momentach osiągał prawie milion wyświetleń jednej informacji. Dodatkowo działania strony internetowej wspieramy mediami społecznościowymi poprzez publikację postów na Facebook'u, Twitterze i Instagramie. W kolejnych latach planujemy utrzymanie portalu internetowego i dalsze jego unowocześnianie poprzez poprawę jakości i szybkości działania strony, modyfikacje techniczne, aby doprowadzić do sytuacji, że prawie 90% materiałów audio i video będzie mogło znaleźć się na stronach internetowych. Działalność strony internetowej będzie generować dla Radia Poznań następujące szacunkowe koszty, które będą pokrywane ze środków abonamentowych (dane w tys. złotych):

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
SERWERY	18	18	18	18	18
STREAM	7	7	7	7	7
ŁĄCZE INTERNETOWE	47	47	47	47	47
KOSZTY OSOBOWE	420	420	450	450	450
ZAIKS SAWP	7	7	7	7	7
AMORTYZACJA	35	35	55	55	55
PODRÓŻE	3	3	3	3	3
MATERIAŁY TECHNICZNE	6	6	6	6	6
USŁUGI ŁĄCZNOŚCI, POGODA I INNE	7	7	7	7	7
SUMA:	550	550	600	600	600

- Wybrane audycje z poniższych kategorii programowych dostępne są i będą także w formie podcastów na stronie internetowej, co dodatkowo promuje program Radia Poznań.

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
INFORMACJA	Nie mniej niż 8%	Nie mniej niż 8%	Nie mniej niż 8%	Nie mniej niż 8%	Nie mniej niż 8%
PUBLICYSTYKA	Nie mniej niż 4%	Nie mniej niż 4%	Nie mniej niż 4%	Nie mniej niż 4%	Nie mniej niż 4%
KULTURA	Nie mniej niż 5%	Nie mniej niż 5%	Nie mniej niż 5%	Nie mniej niż 5%	Nie mniej niż 5%
EDUKACJA	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%
SPORT	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%
ROZRYWKA	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%

- Wybrane audycje z poniższych kategorii programowych dostępne są i będą także w formie podcastów na stronie internetowej, co dodatkowo promuje program MC Radia.

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
INFORMACJA	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%
PUBLICYSTYKA	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%
KULTURA	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%
EDUKACJA	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%	Nie mniej niż 2%
SPORT	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%
ROZRYWKA	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%	Nie mniej niż 3%

Poprzez swoją bogatą ofertę programową Radio Poznań chce być postrzegane jako profesjonalne i godne zaufania medium regionalne. Do tego nie wystarczy wyłącznie rzetelne dziennikarstwo, doświadczenie pracujących tu osób i ponad 90-letnia tradycja istnienia rozgłośni w Wielkopolsce. Dlatego trudno sobie wyobrazić, aby regionalne radio nie było wspomagane najnowszymi osiągnięciami techniki w zakresie tworzenia programu na wysokim poziomie oraz jego jakości emisyjnej.

VI. TECHNIKA I FONOTEKA

W zakresie art.21 ust.1a pkt.3 -budowa i eksploatacja nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych lub telewizyjnych oraz innych urządzeń służących do dostarczania programów Radio Poznań zamierza w ramach użytkowanych nadajników:

- a/ analogowych – nie przewiduje budowy stacji nadawczych (nie ma na ten cel pieniędzy)
- b/ cyfrowych – w ramach współpracy z Polskim Radiem (Warszawa) ma być rozbudowywana sieć DAB+. Koszty oszacuje Polskie Radio w Warszawie.

Warto dodać, że zgodnie z informacją Zarządu Radia Poznań S.A. zawartą w Planie Finansowo-Programowym na rok 2020 Spółka nie jest aktualnie właścicielem żadnego środka technicznego służącego rozpowszechnianiu programów. Z tego też powodu w planach finansowo-programowych ani Karcie Powinności nie przedstawiliśmy kosztów związanych z remontem i eksploatacją środków technicznych służących rozpowszechnianiu programów.

- **W ramach art.21 ust.1a pkt.5 tzn. prowadzenia prac nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych planujemy w latach 2020-2024 następujące działania rozwijania i unowocześniania systemów technicznych, które mają być pokrywane ze środków abonamentowych (dane w tys. zł):**

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
WYMIANA SYSTEMU MONTAŻU I EMISJI	1 800	400	200	100	0
PODCASTY	24	24	24	24	24
SUMA:	1 824	424	224	124	24

Głównym zadaniem Fonoteki Radia Poznań jest archiwizowanie wartościowych i często unikatowych pozycji programowych naszej rozgłośni oraz powstających tutaj nagrań. Fonogramy wraz z rozwojem techniki są utrwalane na różnych nośnikach (również cyfrowych), są odpowiednio opisywane i katalogowane, dzięki czemu poprzez system komputerowy można łatwo i szybko odnaleźć poszukiwane audycje, fragmenty nagrań itp. Dbamy także o właściwe przechowywanie i zabezpieczanie zbiorów archiwalnych. Do każdego utworu są sporządzane kopie, aby nie utracić wartościowych i bezcennych zapisów nagrań. W naszej Fonotece posiadamy ponad 25 tys. jednostek archiwalnych. Są to nagrania muzyczne oraz audycje słowno-muzyczne. Do końca 2018 r. zdigitalizowano: 45% nagrań muzycznych oraz 95% audycji słowno-muzycznych. Dźwięk przegrany jest bez poprawek, z zachowaną jak najwierniejszą wersją oryginału. Zgodnie z zawartą umową Radio Poznań sprawuje opiekę nad zbiorem użyczonym przez Archiwum Państwowe (nagrania sprzed 1994 roku) – posiadamy 16868 jednostek archiwalnych, zbiór został zdigitalizowany w około 80%, a oryginały są regularnie poddawane konserwacji.

- **Szacunkowe koszty realizacji poszczególnych zadań oraz określenie źródeł ich finansowania – ze środków abonamentowych (dane w tys. zł):**

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
DIGITALIZACJA NAGRAŃ	24	24	24	24	24
PŁYTY CD + OPAKOWANIE	5	5	5	5	5
SUMA:	29	29	29	29	29

- **W latach 2020-2024 Radio Poznań planuje następujące inwestycje mające związek z produkcją i emisją programu, które będą finansowane ze środków abonamentowych oraz własnych w 2020, a w latach 2021-2024 ze środków abonamentowych, za wyjątkiem modernizacji studia MC Radia, które ma zostać pokryte ze środków własnych (dane w tys. zł):**

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
Modernizacja stacji roboczych	150	100	60	60	60

Modernizacja komputerów WWW i Nowych Mediów	0	0	20	0	0
Wymiana drukarek	0	0	0	150	0
Budowa nowego studia	350	50	0	0	0
Wymiana laptopa transmisji	0	0	0	5	0
Wymiana komputerów w studiu 4	0	0	30	0	0
Wymiana konsoli w studiu 4	150	0	0	0	0
Modernizacja studia 2	0	50	0	0	0
Regionalne studia Radia Poznań	100	50	50	100	100
Display'e emisyjne	0	0	0	0	15
Samochód dla reporterów	0	0	0	0	50
Aplikacje mobilne	0	30	0	0	0
Zakup telefonów dla reporterów	0	15	0	20	0
Zakup sprzętu nagrywającego audio/video	0	0	0	0	60
Zakup macierzy video	0	100	0	0	0
Modernizacja przełączników sieciowych switch	0	0	0	0	250
Wymiana serwerów wraz z oprogramowaniem	2.300	0	0	0	0
Zakup zegarów z uwspólnionym czasem	8	8	4	0	0
Wymiana agregatu prądowórczego	0	0	40	0	0
Wymiana zasilaczy awaryjnych UPS	0	0	0	85	0
Awarie i pilne wymiany	30	30	30	30	30
Nieprzewidziane inwestycje	50	50	50	50	50
Kodeki do transmisji Live	0	0	25	0	0
Odtwarzacze CD na stanowiska emisyjne	0	18	0	0	0

Łączność bezprzewodowa do wozu	0	60	0	0	0
Głośniki odsłuch bliskiego planu	0	10	0	0	0
System do masteringu audycji archiwalnych	0	25	0	0	0
Mikrofony bezprzewodowe	0	16	0	0	0
Konsoleta do wozu transmisyjnego	0	25	0	0	0
Telefony bezprzewodowe wewnętrzne w technologii IP	0	30	0	0	0
Miernik sygnału Porta Monitor RTW	0	30	0	0	0
Miernik audio poziomu zgodnie z obowiązującymi normami EBU do studiów (norma R128)	0	60	0	0	0
Renowacja gramofonu Mechlabor	0	5	0	0	0
System interkomowy pomiędzy studiami a rozdzielnią	0	140	0	0	0
SUMA:	3.138	902	309	500	615

Spółka Radio Poznań dąży w kolejnych latach do podniesienia m.in. jakości emisyjnej, polepszenia działania Internetu itp. Wskazane powyżej nakłady finansowe mają także spowodować w większym stopniu wypełnianie misji publicznej:

1.1 Modernizacja stacji roboczych - wymienionych zostanie około 20 (z niecałych 90) komputerów/rok, mających zastąpić najbardziej wadliwie działające w radiu stacje robocze. Takie tempo wymiany powinno zostać utrzymane w każdym kolejnym roku.

1.2 Modernizacja komputerów WWW i Nowych Mediów – dedykowany fundusz na wymianę komputerów w Redakcji Internetu i Nowych Mediów.

1.3 Peryferia i akcesoria do komputerów – oprócz modernizacji samych stacji roboczych, konieczna jest wymiana peryferiów komputerowych, takich jak: myszki, klawiatury, czy pewna ilość monitorów.

1.4 Wymiana drukarek - całkowita wymiana floty drukującej. Planowany jest zakup 11 drukarek wraz z systemem autoryzacji i szyfrowaniem, tak aby spełnić wymogi wchodzącego w 2018 r. unijnego rozporządzenia RODO. Równocześnie rezygnuje się z osobnych drukarek dla każdego pomieszczenia, a na ich miejsce planuje się zakup wspólnych urządzeń na każde piętro obu budynków. Jednorazowa wymiana wszystkich urządzeń ułatwi zarządzanie zakupami związanymi z tonerami.

1.5 Słuchawki studyjne – wymiana wszystkich profesjonalnych słuchawek w studiach, wraz zakupem egzemplarzy dla nowo powstającego studia rozgłośni miejskiej.

1.6 Budowa nowego studia - budowa studia emisyjnego na potrzeby Radia Poznań . Studio ze względu na transmisje wideo niektórych audycji do Internetu musi być nie tylko dobre akustycznie, ale także wizualnie.

1.7 Wymiana laptopa transmisji - jedno z kluczowych urządzeń w pracy wozu transmisyjnego jest w opłakanym stanie (m.in. wyświetlacz LCD przyczepiony na taśmie). Sprzęt nadaje się do pilnej wymiany.

1.8 Wymiana komputerów w Studio 4 - pilna potrzeba wymiana komputerów wraz z oprogramowaniem, która wymuszona jest coraz większą awaryjnością sprzętu. Obecnie pracownicy studia zgłaszają duże obawy co do sprzętu przed nagrywaniem ważnych wydarzeń, np. koncertów.

1.9 Modernizacja Studio 2 - modernizacja będzie konieczna zarówno z powodów technicznych jak i wizerunkowych. Studio nie odpowiada minimalnym standardom estetycznym, ale przede wszystkim ergonomicznym (m.in. kwestia wentylacji studia latem). Ważna jest także szybka wymiana konsoli w studiu. Dodatkowo w studiu planuje się ustawić tzw. *greenbox* na potrzeby profesjonalnego nagrywania wideo.

1.10 Wymiana konsoli w Studio 4 - Konsola, która jest kluczowa dla pracy radia, jest w coraz gorszym stanie i nie gwarantuje już bezawaryjności. Jej wymiana jest potrzebna, aby Radio mogło dalej prowadzić działalność misyjną oraz konkurować na rynku nagrań studyjnych.

1.11 Wymiana rekorderów reporterskich - zakup i wymiana 20 rekorderów reporterskich, klasy analogicznej do urządzenia *Marantz PMD 620 MKII*. W wyniku inwestycji wymienionych zostanie 40 proc. urządzeń, co zakończy trwający już proces wymiany rekorderów w radiu. Szacowany koszt jednej sztuki to 900 zł netto.

1.12 Regionalne studia Radia Poznań - w dalszych latach, jeśli pozwolą na to finanse rozgłośni warto pomyśleć o budowie kilku małych studiów regionalnych, które pozwoliłyby zapraszać gości z odleglejszych (od Poznania) miast Wielkopolski i ułatwić pracę reporterów regionalnych. Wpłynęło by to pozytywnie na odbiór stacji w regionie oraz pozwoliło na reaktywację rozszczepień. Chodzi o miasta takie jak np. Piła, Konin, Kalisz, Ostrów, Leszno. Studia mogłyby też pełnić rolę biur reklamy.

1.13 System (program) emisyjny oraz montażowy - obecny system transmisyjny wykorzystywany w spółce został stworzony przez jego pracownika. Na tę chwilę system się sprawdza, ale jedyna osoba będąca w stanie go na bieżąco aktualizować i nim zarządzać może przejść za kilka lat na emeryturę. Niepokoi także ryzyko związane z opieraniem systemu tylko na jednej osobie. W związku z tym należy zainwestować – podobnie jak pozostałe rozgłośnie regionalne, w system komercyjny. Mimo dużego jednorazowego kosztu, jest to konieczne w celu wyeliminowania ryzyka związanych z obecnym oprogramowaniem.

1.14 Display'e emisyjne – wyświetlacze LCD zamieszczone w kluczowych miejscach budynku radia, wyświetlające na bieżąco program stacji głównej oraz informacje dodatkowe, np.: rezerwacje studiów, najważniejsze newsy na stronie WWW, itp.

1.15 Samochód dla reporterów – w celu usprawnienia pracy dziennikarzy potrzebny jest dodatkowy samochód. Planuje się zakup auta .

1.16 Telefony reporterskie - aparaty telefoniczne typu smartfon, z dobrą jakością kamery CCD (fotograficznej), umożliwiające współpracę reporterów z Redakcją Internetową i Nowych Mediów (zdjęcia i filmy). Równocześnie mają umożliwić prowadzenie transmisji Live za pomocą technologii HD Voice. Potrzeba zakupić urządzenia klasy *iPhone SE*.

1.17 Kodeki i osprzęt do transmisji Live – kodeki oraz akcesoria potrzebne do prowadzenia transmisji na żywo za pomocą telefonów komórkowych typu smartfon bez konieczności uczestnictwa wozu transmisyjnego.

1.18 Aplikacje mobilne - wychodząc naprzeciw naszym użytkownikom istnieje duża potrzeba stworzenia nowoczesnych aplikacji na urządzenia mobilne (iOS, Android). Z jednej strony pozwoliło by to na lepsze dotarcie do słuchaczy na całym świecie oraz czytelników naszej strony, z drugiej mogło by nam dostarczyć istotnych informacji o profilu naszych słuchaczy.

1.19 Wyposażenie nagrywające audio/wideo - inwestycja związana z umożliwieniem nagrywania wideo we wszystkich studiach, głównie na potrzeby działań w Internecie. W skład inwestycji mają wejść kamery oraz lampy. Ze względu na rozwój nowych mediów inwestycja jest kluczowa.

1.20 Macierz wideo – ambitne plany w zakresie realizacji wideo powodują konieczność zakupu macierzy dyskowej, która zintegrowana z obecnymi urządzeniami pozwoli na bezproblemowe archiwizowanie i korzystanie z wytworzonych przez dział Nowych Mediów zasobów.

1.21 Modernizacja przełączników sieciowych (switchy) wraz z WiFi- wymiana kluczowych urządzeń, bez których sieć wewnętrzna spółki nie może istnieć. Obecne są już stare i spodziewamy się ich awarii w najbliższym czasie. Brak reakcji na to zagrożenie stanowi realne zagrożenie dla funkcjonowania stacji. Równocześnie planuje się zakupić w ramach jednego rozwiązania routery WiFi, które zastąpią niedziałające już urządzenia sieci bezprzewodowej.

1.22 Serwery wraz z oprogramowaniem - podobnie jak w przypadku switchy, znaczna część kluczowej infrastruktury radia opierana jest na przestarzałych serwerach. Te stają się coraz bardziej awaryjne. Ich wymiana na nowoczesne urządzenia zdaje się być absolutną koniecznością na najbliższe lata. Ich awaria w teorii może spowodować paraliż pracy stacji.

1.23 Zegary z uwspólnionym czasem - jednym z podnoszonych przez pracowników radia problemów jest trudność w koordynowaniu czasu. Aby go rozwiązać należy wprowadzić kompleksowe rozwiązanie, które pozwoli na uwspólnianie czasu na wszystkich zegarach i komputerach w stacji. Znacznie ułatwi to pracę realizatorów oraz dziennikarzy.

1.24 Przeniesienie zasilaczy awaryjnych UPS - pomieszczenie, w którym znajdują się awaryjne zasilacze musi zostać opróżnione, ponieważ ma pełnić rolę korytarza prowadzącego do zabytkowego bunkra przeciwlotniczego.

1.25 Agregat prądowórczy - jest urządzeniem, które ma podtrzymać podstawową pracę radia w warunkach przedłużającej się potencjalnej awarii prądu (gdy wyczerpią się akumulatory UPS).

1.26 Wymiana akumulatorów w zasilaczach awaryjnych UPS - zlecona kontrola urządzeń wykazała, że najdalej w **2019** roku konieczna będzie wymiana urządzeń, bądź ich regeneracja. Akumulatory są kluczowe dla radia w razie awarii dostawy prądu.

2.1 System centralnego zarządzania informacjami (CORE) – od około roku trwają prace nad przebudową architektury przepływu informacji w firmie. W tym celu tworzone jest oprogramowanie pełniące rolę serwera informacji, z którym będą mogły kontaktować się pozostałe aplikacje (strona WWW, nowy CMS, aplikacje mobilne, wewnętrzne systemy typu CRM, itp.). Chcemy dzięki temu móc stworzyć oprogramowanie, które skuteczniej będzie ułatwiać pracę pracownikom radia poprzez lepszy przepływ danych. Przykładowym rozwiązaniem może być połączenie oprogramowania sprzedażowego ze stroną WWW w taki sposób, żeby handlowiec mógł w sposób odpowiedzialny sprzedawać banery na stronie WWW bez konieczności każdorazowego konsultowania się z Redakcją Internetową.

2.2 Modernizacja oprogramowania radiowego - jest to jedno z najtrudniejszych zadań stojących przed radiem. Składa się na niego wiele elementów:

a) modernizacja przestarzałego oprogramowania napisanego na starsze wersje systemów operacyjnych w tym na system **DOS** (oprogramowanie księgowo, programy montażowe i specjalistyczne)

b) modernizację oprogramowanie stanowiącego podstawę funkcjonowania radia

(system NOVEL)

c) doprowadzenie do sytuacji, w której komputery w radiu funkcjonują na w miarę aktualnych systemach operacyjnych (najlepiej Windows 10).

Jest to jedno z najtrudniejszych zadań

stojących przed radiem. Składa się na niego wiele elementów:

d) modernizacja przestarzałego oprogramowania napisanego na starsze wersje systemów operacyjnych w tym na system **DOS** (oprogramowanie księgowo, programy montażowe i specjalistyczne)

e) modernizacja oprogramowanie stanowiącego podstawę funkcjonowania radia (system NOVEL)

f) doprowadzenie do sytuacji, w której komputery w radiu funkcjonują na w miarę aktualnych systemach operacyjnych (najlepiej Windows 10)

2.3 Budowa strony podcastowej– radio dysponuje ogromnymi zasobami audio.

W szczególności chodzi o archiwalne audycje, które stanowią praktycznie niewyczerpany zasób o charakterze informacyjnym i historycznym. Na tę chwilę strona radiopoznan.fm dysponuje prostym rozwiązaniem pozwalającym na odsłuchanie niektórych audycji.

Trudno jednak uznać to za pełne rozwiązanie problemu. Tworząc profesjonalny portal – np. takim jakim dysponuje BBC, można by docierać do kolejnych odbiorców nie tylko bieżącą treścią, ale także tą już istniejącą i niewymagającą dodatkowych nakładów ze strony radia.

Taka profesjonalna strona podcastowa pozwoliła by także na udostępnianie tworzonych w Radiu Poznań audiobooków i czerpanie z tego zysków.

2.4 Stream wideo – obecnie radio korzysta z kanału YouTube do dystrybuowania treści wideo w Internecie. Tworząc własne rozwiązanie można by zwiększyć możliwości monetyzacji tego rodzaju przekazu, np. poprzez dolepienie własnych reklam.

2.5 Rozbudowa portalu WWW – odświeżony w 2016 roku portal WWW z pewnością pozwolił na budowanie coraz lepszych zasięgów, ale nadal nie osiągnięto pułapu, który by nas satysfakcjonował. Brakuje przede wszystkim sposobów na lepsze angażowanie odbiorców. Kilka pomysłów, które z pewnością należy wprowadzić w 2018 roku to funkcjonalności takie jak:

- mapa imprez i wydarzeń w mieście Poznań
- tablica ogłoszeń, która sprawdza się w konkurencyjnych portalach
- blogi prowadzone przez znane osobowości, które pozwoliły by ściągać na Portal nowych użytkowników
- integracja systemu komentarzy z portalem Facebookitp.

2.6 WCAG 2.0 – przystosowanie naszych portali oraz aplikacji mobilnych do uznanych wymogów dotyczących dostępności treści dla osób niepełnosprawnych.

2.7 Modernizacja obecnego systemu emisyjnego – zanim dojdzie do wymiany obecnego systemu emisyjnego na docelowe rozwiązanie, planuje się dokonać głębokich zmian w obecnym systemie, które pozwolą na usprawnienie pracy dziennikarzy i realizatorów, przyzwyczajając ich przy tym do rozwiązań, które uznaje się za docelowe.

2.8 Stworzenie bazy zdjęć i filmów oraz ich monetyzacja- Radio posiada ogromną ilość zdjęć i filmów, do których posiada prawa własności, a które mogły by być komercyjnie wykorzystane w celach odsprzedaży. Stworzenie odpowiedniego portalu pozwoliło by to osiągnąć.

2.9 Rozpoczęcie prac nad gromadzeniem i analizą tzw. Big Data - współczesne technologie wymuszają coraz większe dostosowanie oferowanych treści do konkretnego odbiorcy. By to osiągnąć współcześnie dokonuje się daleko idącej analizy danych pozostawianych przez użytkowników stron/aplikacji pozwalających na zautomatyzowane stworzenie profilu odbiorcy i lepsze profilowanie treści. Dane mogą być zbierane za pomocą strony WWW oraz aplikacji mobilnej. Ich dokładna analiza może pozwolić nie tylko na zwiększenie zasięgów w tych kanałach, ale także polepszyć jakość anteny.

3.1 Uruchomienie nadajnika w Gnieźnie i zwiększenie mocy nadajnika w Bolewicach -

uruchomienie dodatkowego nadajnika w okolicach Gniezna i zwiększenie mocy nadajnika w Bolewicach ma pozwolić na polepszenie odbioru Radia Poznań w Wielkopolsce.

VII. ZASADY WYNIKAJĄCE Z PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI NIEWYNIKAJĄCEJ Z MISJI PUBLICZNEJ ORAZ WSKAZANIE NAJWAŻNIEJSZCH OBSZARÓW DZIAŁALNOŚCI.

Oprócz działalności wynikającej z przygotowywania programów w zakresie misji publicznej, w latach 2020-2024 Radio Poznań oraz MC Radio planują też pozyskiwanie dodatkowych funduszy i słuchaczy w zakresie, o którym mowa w art.21 ust.1 poprzez m.in. (dane w tys. złotych):

ROK	2020	2021	2022	2023	2024
REKLAMA	1 000	1 500	1 500	1 500	1 500
SPONSORING	180	230	230	230	230
USŁUGI TECHNICZNE	70	90	90	90	90
SPRZEDAŻ AUDYCJI	180	220	220	220	220
POZOSTAŁA SPRZEDAŻ	50	50	50	50	50
SUMA:	1 480	2 090	2 090	2 090	2 090

Działania komercyjne podejmuje Zespół Sprzedaży Radia Poznań, który powołany jest do: pozyskiwanie zleceń na emisję reklam, podpisywania umów długoterminowych, zleceń sponsorskich, lokowania produktu, pozyskiwania nagród, przeprowadzania kampanii banerowych, sprzedaży dźwiękowych materiałów promocyjnych, wspierania finansowego eventów radiowych, pozyskiwania funduszy na rzecz radia w oparciu o przetargi, zapytania ofertowe, konkursy, finansowanie słuchowisk, wydawnictw płytowych, audiobooków, koncertów studyjnych.

Każdemu działaniu towarzyszy propozycja związana z produkcją: spotu, kurtyнки sponsorskiej, materiałów promocyjnych i innych jingli zaznaczających obecność sponsora lub reklamodawcy na antenie radiowej.

Działania handlowców z Zespołu Sprzedaży oparte są na ustawie KRRiTV z 1992 roku (ze zmianami) - sprzedaż czasu reklamowego, sponsoring, lokowanie produktu.

Uzupełnieniem pracy handlowców jest stała współpraca z Audytorium17 w zakresie obsługi klientów korporacyjnych oraz sieciowych domów mediowych i agencji reklamowych.

Zaplanowane działania sprzedażowe polegają na rozbudowaniu oferty sponsorskiej, która zakłada ściśle powiązanie z anteną oraz wydarzeniami własnymi radia (eventy, koncerty, konkursy). Sponsoring programów, poza pozyskiwaniem reklamodawców, stanowił bazę oferty sprzedażowej. Każda oferta sponsorska jest dostosowywana do indywidualnych potrzeb i możliwości finansowych potencjalnego klienta. Eventy stanowią kanwę do współpracy z kontrahentami w regionie.

Ogólna tendencja dotycząca popularności rozwijanie reklamy internetowej dedykowanej klientom radia (banery reklamowe) i jednocześnie rekomendowanej jako uzupełnienie działań ATL (reklama) BTL (sponsoring) w innych obszarach działalności kontrahenta. Takie podejście do potrzeb klienta i wzrost popularności strony internetowej Radia Poznań – skłania Zespół Sprzedaży do tworzenie ofert specjalnych, z którymi klient mógł się także zapoznać na stronie internetowej. Przykład takiej oferty, to „Reklamowe wakacje” – sprawia, że klient trafia na propozycję handlowców. Stanowi to pierwszy impuls do kontaktu z zespołem sprzedaży.

Rekomendację dla klasycznego zakupu czasu reklamowego (zgodnie z Cennikiem Emisji Reklam) zyskują umowy długoterminowe, ponieważ umowy lojalnościowe dotyczyły również działań sponsoringowych, konkursowych, eventowych i koncertowych. Ważnym argumentem zachęcającym klientów do współpracy z Radiem Pozna jest fakt, że realizacja spotów, filmy promocyjne, kurtyнки sponsorskie według najwyższych standardów produkcji reklam - od scenariusza - po gotowy produkt.

Sprzedaż oparta jest na rozpoznawalności marki Radio Poznań na tle konkurencji. Zespół Sprzedaży dotarł do każdego swojego klienta znajdującego się w port folio z informacją o zmianie

nazwy radia i jednocześnie informował o aspektach rebrandingu. Było to jedno z najtrudniejszych zadań handlowców w roku 2017.

Dynamiczność działań promocyjnych oraz elastyczność ofert zjednywała potencjalnych nabywców do zainwestowania budżetów na antenie Radia Poznań.

Atuty sprzedażowe w Radiu Poznań:

- Elastyczność cen (system rabatowania).
- Odmienność programowa w porównaniu do innych nadawców
- Łączenie ofert (reklamowe, sponsorskie, konkursowe, internetowe).
- Oferty tworzone w oparciu o współpracę z anteną i promocją jako nowe narzędzie sprzedaży.
- Oferty reklamy internetowej.
- Wykorzystanie radiowych mediów społecznościowych dla kampanii reklamowych

SPONSORING PROGRAMÓW

Do realizowania zadań sprzedażowych i pozyskiwania zleceń bardzo istotna jest współpraca między anteną radia a Zespołem Sprzedaży. Korelacja anten i Zespołu Sprzedaży jest warunkiem niezbędnym do realizacji komercyjnych zadań finansowych. Programy Radia Poznań (szczegółowo opisane i przygotowane w formie prezentacji, z linkami do już zrealizowanych audycji) wraz z wynikami słuchalności, stanowią materiał poznawczy dla klienta. Wykładnikiem do podjęcia negocjacji z kontrahentem jest korelacja między tematyką audycji a tym, czym klient się de facto zajmuje (co sprzedaje - produkt, co promuje – idea). W działaniach wizerunkowych, sponsoring jest ważnym narzędziem komunikacji promocyjnej. Wszyscy kontrahenci, którzy znajdują się w port folio handlowców otrzymują konkretną – dedykowaną – ofertę. Na uwagę zasługuje fakt stopniowania rabatów w zależności od deklarowanych wydatków na kampanię w radiu. Im wyższy poziom wydatków, tym wyższy rabat.

PROGRAMY RAMÓWKOWE – SPONSORING AUDYJCJI

W ofertach pojawiała się możliwość lokowania produktu (programy cykliczne). Działając w zgodzie z ustawą KRRiTV i traktując każdą propozycję kontrahenta indywidualnie, handlowiec w konsultacji z kierownikiem zespołu, przygotował konkretną, dedykowaną ofertę.

AKTYWIZACJA SPONSORINGU PROGRAMÓW RAMÓWKOWYCH

Wybrane programy z ramówki mają dedykowaną ofertę reklamowo – sponsoringową.

ALTERNATYWA SPONSORINGOWA dla STAŁYCH PROGRAMÓW RAMÓWKOWYCH

Inne oczekiwania klienta, kontrahenta, nabywcy- każda oferta traktowana była indywidualnie i stanowiła ofertę „szytą na miarę”. Oferty sponsorskie są tak pozycjonowane, aby docelowo wypełnić 2 miejsca sponsorskie (mamy 3 takie miejsca).

REKLAMA

Dokumentem podstawowym, na którym handlowcy inicjują kontakty z klientami jest Cennik Emisji Reklam. Na bazie Cennika Reklam powstają specjalne oferty .

OFERTY PROMUJĄCE PRODUKTY ZESPOŁU SPRZEDAŻY

Na antenie Radia Poznań emitowane były spoty promujące oferty Zespołu Sprzedaży - ze specjalnym rabatem, prezentowane również na stronie internetowej Radia Poznań w ciekawej szacie graficznej np. Wakacje z Radiem Poznań - Letnia bryza, Parasol i parawan, Podaruj słońce, Wakacyjna przygody, Życzenia świąteczne: Hej kołęda, Idą święta. Nagranie życzeń świątecznych w studiu radiowym.

REKLAMA INTERNETOWA

Stałym elementem uzupełniającym ofertę handlową jest włączanie propozycji kampanii internetowej.

MEDIAPATRONAT – DZIAŁANIA KOMERCYJNE

Indywidualne oferty dedykowane organizatorom imprez, które Radio Poznań objęło media patronatem. Tutaj oferty powstają na podstawie listy media patronatów przygotowanych przez Zespół Promocji. Oferta komercyjna zawierająca wycenę spotów z specjalnym rabatem media patronackim oraz propozycją RNTO.

FLAGOWY PRODUKT ZESPOŁU SPRZEDAŻY „ RADIO NA TWOICH OCZACH”

Zespół Sprzedaży przygotował ofertę dedykowaną klientom dotyczącą RNTO. To handlowcy z Zespołu Sprzedaży inicjują KONTAKT z klientem i używają wszystkich dostępnych argumentów, aby przekonać do zainteresowania propozycją radiową. Jest to działanie pro-sprzedażowe. Wymaga dużej aktywności i artykułowania argumentów za wydatkowaniem budżetów reklamowych dedykowanych Radiu Poznań, tym samym rywalizując z konkurencją innych lokalnych stacji radiowych. Handlowcy wraz z zespołem promocji Radia sprawdzają, jakie imprezy, wydarzenia, eventy odbywają się w Poznaniu i Wielkopolsce. Brany jest pod uwagę potencjał wydarzenia ze względu na temat, charakter oraz ilość uczestników. W związku z tym, że audycja RNTO jest wykorzystywane przez Radio do promowania swojej marki (obecność stoiska, koziołków, hostess, rozdawnictwo), staramy się maksymalizować rozpoznawalność logotypu Radia Poznań. Kontaktujemy się osobiście z wybranym organizatorem imprezy/wydarzenia/eventu zachęcając do skorzystania z oferty RNTO. Za każdym razem podkreślamy w negocjacjach, że oferta ma charakter płatny, co dla Radia stanowi poważny wpływ środków finansowych na rzecz stacji, a tym samym zabezpiecza fundusze na organizację antenową i poza antenową przedsięwzięcia

PODSUMOWANIE

Działania Zespołu Sprzedaży Radia Poznań są silnie zintegrowane z jakością programu, jego odmiennością programową i rozpoznawalnością marki.

Jeśli stacja radiowa znajduje się w pierwszej trójce rozpoznawalności, najdalej szóstce wśród konkurujących między sobą anten – szansa na umieszczanie budżetów reklamowych, dedykowanych konkretnemu radiu, ma dużą szansę powodzenia.

Szczególnie agencje reklamowe, domy mediowe, firmy korporacyjne (wysokobudżetowe) sięgają po ofertę reklamową, sponsorską, promocyjną do stacji radiowej legitymującej się wynikami rozpoznawalnością marki postrzeganymi jako „główny gracz medialny” w regionie.

Problemem jestniska wiarygodność dostępnych na rynku badań słuchalności czy rozpoznawalności marki.

Ważnym aspektem pozyskiwania nowych klientów (obecnych w innych mediach) jest konkurencyjność cenowa anteny Radia Poznań. Wprowadzenie systemu lojalnościowego (finansowe umowy długoterminowe) nie jest standardem, ponieważ klienci nie chcą czynić deklaracji finansowych.

Zespół Sprzedaży dysponuje wiedzą, umiejętnościami, doświadczeniem. Analiza bazy danych klientów i kontrahentów wskazuje, że kontakty handlowców są inicjowane z klientami funkcjonującymi jako „zarezerwowani”. Trzeba podkreślić, że aktywni klienci to, klienci lokalni, którzy deklarują umieszczenie budżetów na działania reklamowe i są bardzo związani z konkretnym handlowcem, który jest jego opiekunem antenowym.

Handlowcy traktują każdego klienta indywidualnie a oferty dedykują z pełną świadomością potrzeb kontrahenta i jego możliwości finansowych

VIII. NADWYŻKA

Jeżeli w danym roku kalendarzowym, w latach 2020-2024, osiągniemy przychody pochodzące ze źródeł określonych w ust. 1 pkt 1 i ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji przekraczające koszt netto realizacji misji publicznej, o której mowa w art. 21 ust. 1 ww. ustawy, a kwota nadwyżki będzie nie większa niż 10% całkowitego kosztu realizacji misji publicznej przewidzianego w zatwierdzonym planie, o którym mowa w art. 21c ust. 1 ww. ustawy na ten rok, planujemy przeznaczyć ją na realizację misji publicznej w kolejnych okresach.

W przypadku uzyskania nadwyżki z wpływów abonamentowych zostaną sfinansowane koszty działalności, o której mowa w art. 21 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji. Środki wykorzystane zostaną na realizację zadań programowych w programie regionalnym Radia Poznań, a szczególności na:

1. Tworzenie programu regionalnego w zakresie kultury:

- KONCERTY PROMUJĄCE MUZYKĘ POLSKĄ - Cykliczne godzinne koncerty w studiu im. K. Komedy w Radiu Poznań z równoczesną transmisją radiową. Artyści polscy / gatunek muzyczny : jazz, muzyka poważna poezja śpiewana, pop, rock , folk

- "ARSENAŁ KULTURY" -godzinny program cotygodniowy (piątek 19.00-20.00) prowadzony na żywo z zaproszonymi osobami. Tematyka: życie kulturalne w Wielkopolsce (czasami tematy ogólnopolskie). Dotyczy głównie kultury wysokiej.

- "TYTUŁ TYGODNIA" -cykliczny program (poniedziałek -piątek 14.25) . Co tydzień prezentujemy klasykę literatury lub nowość wydawniczą. Fragmenty książki, rozmowa z autorem, krytykiem.

- "SPOTKANIE Z KULTURĄ"- cykliczna audycja (niedziela 13.00-14.00). Recenzje teatralne, rozmowy z ludźmi kultury, wspomnienia.

2. Tworzenie programu regionalnego w zakresie rozrywki:

"Hotel Złamanych Serc" -cykliczna audycja (sobota 12.00-13.00) dotycząca historii muzyki popularnej i jazzowej. Muzyka lat 50-tych i 60-tych. Krótkie biografie klasyków gatunku z Polski i świata.

3. Tworzenie programu regionalnego w zakresie edukacji:

"EKONOMIZER" -cykliczny program (wtorek 19.05-20.00, 2 x w miesiącu) dotyczący problemów ekonomicznych w Polsce i na świecie. Program z zaproszonymi gośćmi.

IX. ZAŁĄCZNIK DO KARTY POWINNOŚCI

METODY PRZYPISYWANIA PRZYCHODÓW I ZWIĄZANYCH Z NIMI KOSZTÓW W ODNIESIENIU DO DZIAŁALNOŚCI, O KTÓREJ MOWA W ART.21 UST.1, ORAZ POZOSTAŁEJ DZIAŁALNOŚCI

Ewidencja przychodów prowadzona jest z podziałem na działalność misyjną oraz działalność pozostałą. Działalność misyjna prowadzona jest w formie programu regionalnego /Radio Poznań/oraz rozszczepienia programu /MC Radio/

Przychodem działalności misyjnej jest abonament i pozostałe przychody publiczne do których zaliczamy:

- Sprzedaż praw i audycji

- Odsetki bankowe od ulokowanych wpływów abonamentowych

- Pozostałe przychody operacyjne

- Finansowanie programu regionalnego odbywa się w pierwszej kolejności środkami publicznymi a gdy ich nie ma lub są nie wystarczające to konieczne jest finansowanie pozostałymi środkami a w ostatniej kolejności środkami z pozostałej działalności.

- Finansowanie rozszczepienia MC Radio odbywa się w pierwszej kolejności środkami z pozostałej działalności / przychody pasma 102.7 /a gdy ich nie ma lub są nie wystarczające to możliwe jest finansowanie środkami publicznymi z wyjątkiem abonamentu.

Działalność pozostała to przychody z emisji i produkcji reklam, pozostała działalność komercyjna, sponsoringu, wynajmu posiadanej infrastruktury oraz przychody finansowe.

Rozliczenie kosztów następuje w ramach miesiąca, którego dotyczy.

Koszty misyjne bezpośrednio do poszczególnych programów przypisuje się z poniesionych wydatków z prawidłowo opisanych i zatwierdzonych dokumentów przez upoważnione merytorycznie osoby.

Koszty pośrednie –koszty których nie można bezpośrednio przypisać do kosztów poszczególnych programów, koszty studia III, koszty techniki koszty wydziałowe.

Rozliczamy, ustalając stosunek procentowy czasu nadawania poszczególnych programów do czasu programu regionalnego ogółem. Tym procentem rozlicza się koszty pośrednie i dolicza ich wartość do poszczególnych programów regionalnych.

Koszty ogólnozakładowe zbierane są tylko na programy regionalne. Rozliczamy je dzieląc przez techniczny koszt wytworzenia programu regionalnego uzyskując udział procentowy kosztów ogólnozakładowych w technicznym koszcie wytworzenia. Procentem tym rozliczamy koszty ogólnozakładowe doksiegowując je do poszczególnych programów.

Koszty do pozostałej działalności przypisuje się z poniesionych wydatków, z prawidłowo opisanych i zatwierdzonych dokumentów przez upoważnione merytorycznie osoby.


PREZES ZARZĄDU
REDAKTOR NACZELNY
Maciej Mazurek



Zadanie	Plan																			
	2020				2021				2022				2023				2024			
	KOSZTY CAŁKOWITE		ŹRÓDŁA FINANSOWANIA		KOSZTY CAŁKOWITE		ŹRÓDŁA FINANSOWANIA		KOSZTY CAŁKOWITE		ŹRÓDŁA FINANSOWANIA		KOSZTY CAŁKOWITE		ŹRÓDŁA FINANSOWANIA		KOSZTY CAŁKOWITE		ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	
			środkami misyjnymi	środkami własnymi			środkami misyjnymi	środkami własnymi			środkami misyjnymi	środkami własnymi			środkami misyjnymi	środkami własnymi			środkami misyjnymi	środkami własnymi
Tworzenie programu regionalnego	12 996	12 996		13 231	13 231	13 231		13 974	13 974	13 974		13 883	13 883	13 868	13 868			13 868	13 868	
Rozpowszechnienie pr. regionalnego	2 187	2 187		2 187	2 187	2 187		2 187	2 187	2 187		2 187	2 187	2 187	2 187			2 187	2 187	
z tego:																				
analogowe	2 000	2 000		2 000	2 000	2 000		2 000	2 000	2 000		2 000	2 000	2 000	2 000			2 000	2 000	
cyfrowe DAB+	187	187		187	187	187		187	187	187		187	187	187	187			187	187	
Tworzenie programu MC Radio	325	325		325	325	325		325	325	325		325	325	325	325			325	325	
Rozpowszechnienie pr. MC Radio	77	77		77	77	77		77	77	77		77	77	77	77			77	77	
Nowe Media	550	550		550	550	550		600	600	600		600	600	600	600			600	600	
Razem	16 135	15 733	402	16 370	15 968	16 370	402	17 163	16 761	16 761	402	17 072	16 670	17 057	16 655	402	17 057	16 655	402	
Nakłady inwestycyjne	4 325	3 143 ^{x)}	1 182	1 302	1 302	1 302		509	509	509		600	600	615	615			615	615	
Razem koszty i nakłady	20 460	18 876	1 584	17 672	17 270	17 672	402	17 672	17 270	17 270	402	17 672	17 270	17 672	17 270	402	17 672	17 270	402	

x) w tym 1 606 tys.zł. finansowane z rekompensaty przechodzącej z 2019 roku

PREZES ZARZĄDU
REDAKTOR NACZELNY
Małgorzata Mazurek
Mazurek

Wyjaśnienia do Karty Powinności na lata 2020-2024 Radia Poznań S.A.

Podane w Karcie Powinności wydatki planowane na 2020 rok - tabele (str.13-14):

Wymiana systemu montażu i emisji w kwocie 1.800 tys.zł. - finansowanie z abonamentu z 2020 roku.

Inwestycje mające związek z produkcją i emisją programu w kwocie 3.138 tys.zł. zostaną sfinansowane z:

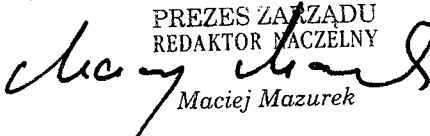
1. Abonamentu 1.956 tys.zł., (w tym 613 tys.zł. w ciężar kosztów amortyzacji):

- modernizacja stacji roboczych 100 tys.zł. (finansowanie częściowe) z 2020 roku;
- wymiana serwerów z oprogramowaniem 1.606 tys.zł.(finansowanie częściowe) z 2019 roku;
- wymiana konsoli 150 tys.zł. z 2020 roku;
- regionalne studia Radia Poznań 100 tys.zł. z 2020 roku.

2. Środków własnych 1.182 tys.zł.:

- modernizacja stacji roboczych 50 tys.zł.(finansowanie częściowe);
- wymiana serwerów z oprogramowaniem 694 tys.zł.(finansowanie częściowe);
- budowa nowego studia 350 tys.zł.;
- awarie i pilne wymiany 30 tys.zł.;
- nieprzewidziane inwestycje 50 tys.zł.;
- zakup zegarów z uwspólnionym czasem 8 tys.zł.

Różnica 214 tys.zł. pomiędzy kartą powinności a planem na 2020 rok – część finansowa inwestycji, wynika z niezakwalifikowania do planu zamierzonych zakupów do 10 tys.zł., które nie wchodzi na majątek firmy, tylko bezpośrednio w koszty w miesiącu zakupu, tj. nie są zadaniami inwestycyjnymi, tylko kosztami spółki.

PREZES ZARZĄDU
REDAKTOR GŁÓWNY

Maciej Mazurek

