Polskie Radio Regionalna Rozgłośnia w Opolu

„Radio Opole" SA

Karta Powinności nadawcy publicznego na lata 2020 – 2024

Opole, 2020

I. Radio Opole – regionalny nadawca publiczny

Radio Opole jest najstarszą, bo istniejącą od 1952 roku, rozgłośnią radiową na Opolszczyźnie. Jest również jedyną regionalną, publiczną rozgłośnią radiową, działającą na terenie województwa opolskiego. Radio Opole jest przedsiębiorstwem działającym w oparciu o kodeks spółek handlowych, zaś jego podstawową powinnością jest optymalne wykorzystanie posiadanych zasobów do realizacji misji nadawcy publicznego określonej w par 21 ustawy medialnej oraz szczegółowych regulacjach Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

Siedzibą Radia Opole jest miasto Opole. Rozgłośnia posiada też studia terenowe w Nysie, Strzelcach Opolskich, Prudniku, Kędzierzynie-Koźlu i Głubczycach.

Radio Opole 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). Prowadzi politykę programową opartą o otwartość na nowe rozwiązania technologiczne, wynikające z dynamicznego rozwoju nowych mediów (Internet, media społecznościowe, platformy mobilne) oraz nowych kanałów dotarcia do słuchacza (emisja cyfrowa w formacie DAB+, streaming internetowy), a także o atrakcyjny sposób prezentacji treści misyjnych. Dzięki temu Radio Opole od wielu lat pozostaje w czołówce rozgłośni radiowych nadających swoje programy na Opolszczyźnie.

Tworząc i udostępniając odbiorcom treści, z wykorzystaniem tradycyjnych oraz nowoczesnych kanałów ich dystrybucji Radio Opole:

- 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 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, jak medium opiniotwórcze. Jest również partnerem licznych inicjatyw, mających na celu zapewnienie stabilnego rozwoju regionu i jego mieszkańców.

Kształtując przekazy medialne Radio Opole 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 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.

Dzięki więziotwórczemu znaczeniu opolskiej rozgłośni, Radio Opole w ramach pełnionej misji nadawcy publicznego, w szczególny sposób obecne 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 oraz aberracje zachodzące w regionie;
- pozwalają wyartykułować 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 odbiorów innych przekazów medialnych, Radio Opole 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 realizowanych przez Radio Opole (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;
- określenie grupy docelowej słuchaczy Radia Opole i tworzenie oferty programowej skierowanej do odbiorcy uniwersalnego, z jednoczesnym uwzględnieniem specyfiki dostępnych 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.

Mając na uwadze konieczność spełniania przez Radio Opole zadań misyjnych i brak możliwości wchodzenia w bezpośrednią konkurencję z nadawcami komercyjnymi w obszarze ich strategii programowej (atrakcyjne nagrody finansowe i rzeczowe dla słuchaczy czy też obniżenie poziomu oferty informacyjnej, publicystycznej i muzycznej), Radio Opole upatruje swojej przewagi w tych elementach tworzonych programów, które są w przypadku konkurencji najsłabsze, tj. przede wszystkim rzetelnej i rozbudowanej informacji lokalnej w rozumieniu informacji dotyczącej nie tylko tematyki regionalnej, ale także powiatowej i gminnej.

Wsparciem programów i innych przekazów medialnych tworzonych przez Radio Opole są podejmowane działania o charakterze promocyjnym. W tym zakresie głównym celem jest wzmocnienie przekazu programowego i wizerunku Radia Opole w oparciu o promocję poszczególnych pasm programowych, audycji i cyklów 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 Radia Opole, 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 2020 – 2024

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

Radio Opole podejmując zadania nadawcy publicznego w zakresie tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych, programów 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, planuje w latach 2020 – 2024 realizację wymienionych zadań zgodnie z zamieszczonymi poniżej informacjami.

Radio Opole – Twoje sprawy, Twoja muzyka

Główny program tworzony przez zespół Radia Opole pod nazwą „Radio Opole – Twoje sprawy, Twoja muzyka" jest programem regionalnym, nadawanym w technologii analogowej FM, poprzez sieć 9 nadajników w pasmie UKF i docierającym do słuchaczy zamieszkujących teren Województwa opolskiego oraz bezpośrednio sąsiadujących miejscowości. Program zwiera wszystkie wymagane elementy stanowiące o jego misyjnym charakterze, a więc pasma programowe, audycje i cykle tematyczne realizujące określone w ustawie zadania i powinności mediów publicznych (art. 21 ust. 1, 1a, 2, art. 22, 23, 23a, urt). Przekazy te tworzone z zachowaniem wymaganych form dziennikarskich oraz kategorii programowych, tj. informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki, a także uzupełnione pozostałymi elementami w postaci przekazów reklamowych, autopromocyjnych oraz informujących o zawartości programu. Program pod nazwą „Radio Opole – Twoje sprawy, Twoja muzyka" jest równolegle, w całości nadawany w kanale radia cyfrowego DAB+.

Program pod nazwą „Radio Opole – Twoje sprawy, Twoja muzyka" jest planowany do tworzenia i nadawania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

Radio Opole 2 Kultura

Program pod nazwą „Radio Opole 2 Kultura" jest programem wyspecjalizowanym o charakterze kulturalnym, nadawanym w kanale radia cyfrowego DAB+, na podstawie koncesji Nr DR-188/2018-1/617/2015-TK. Program tworzony jest przez zespół dziennikarzy Radia Opole specjalizujących się w tematyce kulturalnej, a także osoby związane z szeroko pojętą kulturą w regionie, tj. instytucjami kultury oraz inicjatywami o charakterze kulturalnym. Ważnymi elementami programu są informacja, publicystyka i edukacja kulturalna, jak również promocja, transmitowanie i komentowanie wydarzeń o charakterze kulturalnym mających miejsce w naszym regionie, w tym różnych festiwali.

Program pod nazwą „Radio Opole 2 Kultura" jest planowany do tworzenia i nadawania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

Festiwalowe Radio Opole

W związku ze zmianą terminu 57. Krajowego Festiwalu Polskiej Piosenki w Opolu na pierwszy weekend września. wynikającą z trwających ograniczeń epidemiologicznych w naszym kraju, Radio Opole uruchomi w czerwcu 2020 roku specjalny program pod nazwą „Festiwalowe Radio Opole" w całości poświęcony Krajowemu Festiwalowi Piosenki Polskiej w Opolu – jednemu z najważniejszych wydarzeń kulturalnych w naszym regionie. Program ten będzie następnie nadawany w kolejnych latach obowiązywania niniejszej karty w terminie okołofestiwalowym.

Program „Festiwalowe Radio Opole" nadawany będzie w technologii analogowej FM, na dedykowanej częstotliwości w pasmie UKF, docierając do słuchaczy zamieszkujących teren Powiatu opolskiego. Program ma charakter okazjonalny i jest nadawany przez miesiąc w terminie opolskiego festiwalu, poprzedzając go i podsumowując. Treść stanowią bieżące relacje i rozmowy z artystami, transmisje koncertów, prezentacje ponadczasowych przebojów, unikalne wywiady i anegdoty i ciekawostki zza kulis, a także cenne materiały archiwalne z zasobu Radia Opole.

Program pod nazwą „Festiwalowe Radio Opole" jest planowany do tworzenia i nadawania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

III. Usługi medialne świadczone przez Radio Opole w latach 2020 – 2024

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

Radio Opole wypełniając 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 2020 – 2024 realizację wymienionych zadań zgodnie z zamieszczonymi poniżej informacjami.

Strona internetowa www.radio.opole.pl

Strona internetowa Radia Opole, znajdująca się pod adresem www.radio.opole.pl, posiada nowoczesny, wydajny i obsługujący najnowsze technologie system zarządzania treścią (CMS). Utrzymanie serwisu obsługuje zewnętrzny dostawca, korzystający z nowoczesnego centrum danych. Serwis jest dostępny szerokiej grupie odbiorców - czytelny, szybki, optymalnie działający na wszystkich nowoczesnych platformach sprzętowych, stacjonarnych i mobilnych (responsywność), jak również poprawnie funkcjonujący na starszych platformach technologicznych. Poprzez stronę internetową udostępniane są treści realizujące misję radia publicznego z zakresu informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, przetworzone i uzupełnione pod kątem specyfiki komunikacji w nowych mediach. Zamieszczane są wybrane audycje powstające w poszczególnych programach, uzupełnione o treści multimedialne (pokazy slajdów, filmy, teledyski, grafiki, zdjęcia), transmisje wideo wybranych audycji, również takich, które nie są prezentowane w programach, a także transmisje specjalne. Poprzez stronę internetową udostępnione są do słuchania wszystkie programy powstające w rozgłośni, istnieje również możliwość tworzenia streamu z okresowymi programami specjalnymi. Strona

internetowa Radia Opole służy również informowaniu o zawartości programów, promocji pozycji programowych oraz innych działań podejmowanych przez rozgłośnię. Jest także źródłem informacji o pozostałych aspektach działalności rozgłośni i usługach przez nią oferowanych, udostępnia Biuletyn Informacji Publicznej zgodnie z wymaganiami ustawowymi. Stronę uzupełniają odnośniki do mediów społecznościowych. Strona internetowa Radia Opole zawiera również szereg udogodnień zgodnych ze standardami WCAG 2.0 - dla osób niedowidzących, niedosłyszących lub z innych powodów zagrożonych wykluczeniem cyfrowym.

Strona internetowa www.radio.opole.pl jest planowana do tworzenia i utrzymania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

Usługi na żądanie

Radio Opole planuje uruchomić i udostępnić odbiorcom poprzez stronę internetową www.radio.opole.pl dwie nowe usługi medialne dostępne na żądanie, wspierające program regionalny. Będą to: Radio Opole 3 Sport oraz Radio Opole 4 Historia.

Pierwsza z wymienionych usług pod nazwą Radio Opole 3 Sport poświęcona zostanie wszelkim aspektom lokalnego sportu, rekreacji i turystyki. Jej realizacja polegała będzie na udostepnieniu poprzez dedykowaną podstronę internetową materiałów tekstowych, fotograficznych, audio i video dotyczących lokalnego sportu oraz turystki, w tym relacji sportowych, wywiadów oraz materiałów reporterskich. Przewidywane są również transmisje wybranych rozgrywek sportowych oraz relacje live z innych, regionalnych wydarzeń związanych z szeroko pojętą turystyką i rekreacją, w tym promujących zdrowy i aktywny styl życia.

W drugiej z wymienionych usług, która funkcjonować będzie pod nazwą Radio Opole 4 Historia, główny akcent postawiony zostanie na edukację historyczną, lekcje patriotyzmu i tematykę narodowościową. Zadania te zrealizowane zostaną poprzez udostępnianie za pośrednictwem dedykowanej podstrony internetowej materiałów tekstowych, fotograficznych, audio i video dotyczących historii i tradycji lokalnej, historii Polski oraz historii powszechnej. Publikowane materiały w szczególny sposób służyć będą edukacji historycznej skierowanej do szerokiego grona odbiorców (dzieci, młodzież oraz dorośli słuchacze) oraz kształtowania postaw patriotycznych. W ramach usługi przewidywane są transmisje wybranych wydarzeń o charakterze historycznym i patriotycznym (np. konferencji, spotkań, rekonstrukcji, obchodów rocznic, itp.).

Usługi na żądanie pod nazwą Radio Opole 3 Sport oraz Radio Opole 4 Historia planowane do tworzenia i utrzymania począwszy od roku 2021, a następnie w latach 2022, 2023 oraz 2024.

Media społecznościowe

Radio Opole obecne jest w mediach społecznościowych: na Facebooku, Twitterze oraz YouTube i Instagramie, które wykorzystywane są do promocji audycji nadawanych w poszczególnych programach, a także poza antenowych akcji organizowanych, współorganizowanych przez Radio Opole lub objętych patronatem. Media społecznościowe stanowią kanał komunikacji ze słuchaczami programów Radia Opole i czytelnikami strony www. Komentowane są tu artykuły, zgłaszane propozycje tematów, przesyłane pytania dotyczące audycji czy tez np. playlisty. W mediach społecznościowych ukazują się również materiały będące uzupełnieniem i poszerzeniem informacji antenowych.

Facebook

Radio Opole prowadzi trzy strony na Facebooku (Facebook Page) - główną stronę radia, stronę audycji informacyjno-publicystycznej „Loża Radiowa" oraz strony audycji muzycznych "Dobre granie", „Scena i sława" oraz „Opolskie Klasycznie".

Twitter

Radio prowadzi również dwa konta w serwisie Twitter: główne konto Radia - @RadioOpole oraz konto audycji „Loża Radiowa" @LRadiowa. Ze względu na swoją specyfikę (brak algorytmicznego doboru wiadomości takiego jak np. w Facebooku) to medium jest bardzo dobrym narzędziem udostępniania informacji newsowych. Konto to jest również wykorzystywane dla promowania ważnych z punktu widzenia rozgłośni wydarzeń lub do reklamowania audycji.

Youtube

Radio Opole prowadzi własny kanał w serwisie YouTube, który jest traktowany przede wszystkim jako repozytorium. Znajdują się tam i są dostępne niemal wszystkie treści video powstające w poszczególnych programach.. Materiały video znajdujące się w serwisie Youtube są publikowane na stronie internetowej rozgłośni - w newsach lub artykułach dotyczących poszczególnych audycji. Korzystają z nich również odbiorcy, którzy nie są czytelnikami serwisu internetowego Radia Opole.

Obecność Radia Opole w mediach społecznościowych jest planowana do utrzymania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

Aplikacja mobilna

Radio Opole udostępnia odbiorcom swoich programów oraz innych przekazów medialnych aplikację na smartfony i tablety pracującą pod kontrolą systemów iOS i Android. Poprzez aplikację prezentowana jest znaczna część treści dostępnych na stronie internetowej www.radio.opole.pl, tj. najświeższe informacje (wiadomości, sport, kultura, gospodarka, muzyka), filmy oraz galerie zdjęć. Za pośrednictwem aplikacji można również skontaktować się z Działem Informacji (telefonicznie i mailowo), jest też dostęp do serwisów społecznościowych Facebook i Twitter prowadzonych przez Radio Opole oraz wygodny dostęp do wszystkich antenowych i internetowych programów (z możliwością odsłuchu w tle, przy korzystaniu z innych aplikacji).

Aplikacja mobilna Radia Opole jest planowana do udostępniania we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

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, poprzez swojego przedstawiciela, aktywnym 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 zasobu archiwalnego pod kątem możliwości jego udostępniania w bibliotece mediów BCMP Online oraz podjęcia prac redakcyjnych związanych z realizacja innych elementów projektu.

Radia Opole planuje kontynuację prac związanych z realizacja projektu Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych we wszystkich latach obowiązywania niniejszej karty powinności tj. w roku: 2020, 2021, 2022, 2023 oraz 2024.

IV. Sposoby realizowania zadań nadawcy publicznego przez Radio Opole w latach 2020 – 2024

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

W latach obowiązywania niniejszej karty Radio Opole planuje kontynuować i rozwijać kontakty z odbiorcami tworzonych programów oraz usług wykorzystując do tego celu nowoczesne kanały komunikacji (środki porozumiewania się na odległość), a w szczególności stronę internetową www.radio.opole.pl, media społecznościowe oraz aplikację mobilną. Radio Opole dostrzega w nich możliwość uzupełnienia tworzonych i przekazywanych treści oraz promocji podejmowanych działań poza antenowych, a także źródło pochodzących od odbiorcy informacji o wydarzeniach i zjawiskach w regionie, jak również bezpośredniej oceny i opinii na temat tworzonych programów i innych przekazów. Radio Opole planuje również kontynuację bezpośrednich kontaktów z odbiorcami w postaci tworzenia audycji z telefonicznym udziałem słuchaczy, organizowania koncertów studyjnych i plenerowych, spotkań autorskich i innych form artystycznych w studiach radiowych oraz dni otwartych rozgłośni (art. 21 ust. 1a pkt 2b).

Radio Opole nadaje tworzone programy w technologii radia analogowego poprzez sieć 9 nadajników, z których 2 są własnością rozgłośni oraz w technologii radia cyfrowego DAB+. W latach obowiązywania karty planowana jest kontynuacja użytkowania i stałe unowocześnianie posiadanego zaplecza nadawczego zgodnie z dostępnymi, nowoczesnymi technologiami i w miarę dysponowania odpowiednimi środkami finansowymi. Radio Opole podejmuje i planuje nadal podejmować działania związane ze stałym rozwojem infrastruktury technicznej służącej tworzeniu i nadawaniu programów radiowych oraz udostępnianiu innych usług, w szczególności poprzez rozwój i unowocześnianie systemów informatycznych oraz modernizowanie innych rozwiązań technicznych funkcjonujących w rozgłośni. Dynamika tych działań uzależniona będzie bezpośrednio od wielkości środków finansowych będących w dyspozycji Radia Opole w poszczególnych latach obowiązywania niniejszej karty (art. 21 ust. 1a pkt 3).Radio Opole, prowadząc prace nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych, przygotowuje i nadaje program wyspecjalizowany pn. „Radio Opole 2 Kultura" w systemie radia cyfrowego DAB+, angażując się w ten sposób oraz planując w latach obowiązywania niniejszej karty nadal angażować się w proces cyfryzacji radiofonii w Polsce.

Radio Opole stale rozwija i planuje nadal rozwijać infrastrukturę techniczną, a w szczególności informatyczną oraz rozwiązania organizacyjne służące skutecznemu tworzeniu i dostarczaniu usług audialnych, audiowizualnych i tekstowych, w tym audiowizualnych usług na żądanie, w szczególności rozwijając stronę internetową www.radio.opole.pl oraz aplikację mobilną. Radio Opole rozwija i planuje nadal rozwijać swą obecność w mediach społecznościowych, wykorzystując ich potencjał do utrzymywania i rozwoju kontaktów z odbiorcami. Realizuje i planuje realizować w latach obowiązywania niniejszej karty, kampanie promocyjne i informacyjne oraz audycje edukacyjne zachęcające do korzystania z nowoczesnych technik komunikacji, uzupełniając ten przekaz treściami publikowanymi na stronie internetowej rozgłośni oraz w mediach społecznościowych (art. 21 ust. 1a pkt 5).

W latach obowiązywania niniejszej karty, podobnie jak ma to miejsce dotychczas, Radio Opole, planuje oprzeć tworzenie audycji i innych przekazów na potrzeby nadawanych programów oraz świadczenia innych usług, o zespół dziennikarzy i realizatorów związanych z rozgłośnią umowami o pracę, umowami o współpracę oraz umowami producenckimi. Radio Opole planuje również kontynuować współpracę z innymi Rozgłośniami Regionalnymi Polskiego Radia, Informacyjna Agencja Radiową, Telewizja Polską oraz jej regionalnym oddziałem w Opolu, w zakresie oferowania własnych produkcji, a także

nabywania, przygotowywania, produkcji oraz koprodukcji audycji i innych materiałów na potrzeby tworzonych programów oraz usług audialnych, audiowizualnych i tekstowych, w tym audiowizualnych usług na żądanie, (art. 21 ust. 1a pkt 6).

Radio Opole prowadzi i planuje prowadzić w latach obowiązywania niniejszej karty, ścisłą współpracę z Archiwum Państwowym w Opolu w zakresie zachowywania, ochrony, konserwacji i uzupełniania nabytych lub wytworzonych zbiorów audycji i innych materiałów. Radio Opole planuje kontynuować cyfryzację posiadanego zasobu archiwalnego w szczególności w zakresie wyjaśniania praw autorskich i pokrewnych i uzupełniania metadanych. Proces ten jest jednak żmudny i czasochłonny, może być skutecznie zrealizowany jedynie w przy zapewnieniu finansowania na niezbędnym poziomie. Szczególnie cennym zasobem Radia Opole są archiwalne nagrania koncertów Krajowego Festiwalu Piosenki Polskiej w Opolu oraz archiwalne słuchowiska radiowe. Radio Opole uczestniczy i planuje nadal uczestniczyć w pracach mających na celu zbudowanie jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audialnych i audiowizualnych gromadzonych w zbiorach publicznej radiofonii i telewizji, w ramach projektu Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych. Osobnym, nowoczesnym zasobem archiwalnym tworzonym przez Radio Opole staje się obecnie strona internetowa www.radio.opole.pl gromadząca większość informacji z rożnych dziedzin oraz audycji o różnym charakterze, powstających na potrzeby nadawanych programów (art. 21 ust. 1a pkt 6a).

Radio Opole, zgodnie z dotychczasową praktyką, również w latach obowiązywania niniejszej karty będzie zwracać szczególna uwagę i wspierać poprzez tworzone audycje i inne usługi, twórczość artystyczną i literacką powstającą zarówno na Opolszczyźnie jak i w kraju i na świecie . W programie regionalnym swoje miejsce znajdą relacje i transmisje z ważnych wydarzeń kulturalnych w regionie, do których zaliczyć należy Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej w Opolu, Opolskie Konfrontacje Teatralne „Klasyka polska", Ogólnopolski Festiwal Teatrów Lalek, DRUM FEST - Międzynarodowy Festiwal Perkusyjny, Festiwal Filmowy Opolskie Lamy, Śląski Festiwal im. Ludwiga van Beethovena w Głogówku, Festiwal "Muzyczne Święto Kwitnących Azalii" na zamku w Mosznej i wiele innych. Obecna w programie będzie prezentacja literatury w postaci spotkań z autorami pochodzącymi z regionu oraz literatami o sławie ogólnopolskiej i światowej odwiedzającymi Opolszczyznę, m.in. przy okazji Festiwalu Książki, który rokrocznie jest prawdziwym świętem literatury i cieszy się niezwykłym zainteresowaniem mieszkańców naszego regionu. Prezentowane będą dzieła prozatorskie i poetyckie zarówno w formie słuchowisk jak i interpretacji aktorskich. Stałym elementem programu będą bieżące informacje o wydarzeniach kulturalnych w regionie, a także muzyczne audycje autorskie prezentujące szeroką gamę stylów muzycznych oraz transmisje koncertów ze Studia Muzycznego Radia Opole im. SBB, prezentujące m.in. lokalnych artystów i zespoły muzyczne. Szczególnym sposobem popierania twórczości artystycznej i literackiej jest i w latach obowiązywania niniejszej karty, będzie produkcja programu wyspecjalizowanego w obszarze kultury pn. „Radio Opole 2 Kultura" nadawanego w technologii radia cyfrowego DAB+. To 24-godzinny program w całości poświęcony kulturze i zawierający wiadomości kulturalne, debaty, wywiady, prezentacje literatury, słuchowiska, audycje muzyczne, transmisje i retransmisje koncertów oraz wyselekcjonowaną oprawę muzyczną.
W latach obowiązywania niniejszej karty, podobnie jak w latach ubiegłych, Radio Opole wspierać będzie twórczość naukową, prezentując na antenie programu regionalnego oraz poprzez inne usługi bieżący przegląd najważniejszych wydarzeń w świecie nauki w formie informacji w wydaniach wiadomości, a przede wszystkim audycji prezentujących słuchaczom szeroki zakres tematów popularno-naukowych z uwzględnieniem osiągnięć opolskich uczelni akademickich, Parku Naukowo-Technologicznego i innych. Tematyka tych audycji dotyczyć będzie zarówno współczesnej techniki i technologii, ze szczególnym uwzględnieniem przedmiotów codziennego użytku oraz nowoczesnych technologii informatycznych, jak i nauki i edukacji w innych dziedzinach, takich jak medycyna, przyroda, ekologia, historia i tradycja, psychologia, relacje międzyludzkie i innych.

Radio Opole, zgodnie z wieloletnią tradycją, planuje również w latach obowiązywania niniejszej karty prowadzić prezentację i promocję działalności w zakresie sportu, rozumianego zarówno jako sport kwalifikowany – wyczynowy, jak i amatorski, szkolny oraz jako element zdrowego stylu życia. Tematyka ta prezentowana będzie w programie regionalnym w formie transmisji i relacji z najważniejszych wydarzeń sportowych w regionie, a także audycji zawierających rozmowy z ekspertami, członkami klubów sportowych, amatorskich i profesjonalnych, działaczami, trenerami, lekarzami, przedstawicielami klubów turystycznych i krajoznawczych oraz relacjonowania wydarzeń związanych ze zdrowym stylem życia, turystyką, rekreacją i sportem amatorskim (art. 21 ust. 1a pkt 7).

W latach obowiązywania niniejszej karty Radio Opole kontynuować będzie upowszechnianie wiedzy o języku polskim tworząc i nadając w swoich programach audycje prezentujące zarówno zasady poprawnej polszczyzny, jak i przykłady jej właściwego stosowania. Audycje te oparte zostaną m.in. o porady językowe oraz prezentację przykładów pochodzących z klasycznych oraz współczesnych dzieł literackich – prozatorskich i poetyckich, a także adaptacje dzieł literackich oraz udział rozgłośni w inicjatywach popularyzujących czytelnictwo np. kolejnych edycjach „Narodowego Czytania". Osobną formą promowania języka polskiego i upowszechniania poprawnej polszczyzny jest i będzie szczególna dbałość o jakość, kulturę i poprawność językową dziennikarzy tworzących audycje i inne przekazy na potrzeby programów oraz strony internetowej Radia Opole (art. 21 ust. 1a pkt 8).

Na terenie Opolszczyzny mieszkają przedstawiciele mniejszości narodowej – niemieckiej. Dla mniejszości tej Radio Opole nadaje w programie regionalnym i w latach obowiązywania niniejszej karty planuje nadal nadawać, audycje informacyjne i publicystyczne w całości tworzone w języku niemieckim. Tematyka audycji dotyczy działalności mniejszości niemieckiej i jej przedstawicieli w naszym regionie oraz bieżących wydarzeń społecznych, kulturalnych i sportowych. (art. 21. ust.1a pkt 8a).

Radio Opole bezpośrednio nie tworzy i nie planuje tworzyć programów i innych usług dla środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych za granicą, jednakże wiele z audycji nadawanych w programach oraz udostępnianych poprzez stronę internetową www.radio.opole.pl przedstawia Rzeczpospolitą Polską, jej język, historię oraz kulturę (art. 21 ust. 1a pkt 9).

Radio Opole poprzez odpowiednie rozwiązania techniczne zastosowane przy tworzeniu strony internetowej www radio.opole.pl zapewnia i w latach obowiązywania karty planuje zapewnić dostęp do usług audialnych, audiowizualnych i tekstowych, w tym audiowizualnych usług na żądanie, osobom niepełnosprawnym z powodu dysfunkcji narządu wzroku oraz osobom niepełnosprawnym z powodu dysfunkcji narządu słuchu (art. 21 ust. 1a pkt 10).

W latach obowiązywania niniejszej karty Radio Opole kontynuować będzie upowszechnianie edukacji medialnej, tworząc i nadając w swoich programach audycje przybliżające słuchaczom zasady korzystania z przekazów medialnych, zwłaszcza dostępnych w nowych mediach, oparte o krytyczne podejście do udostępnianych treści. Audycje prezentować będą również media oraz zjawiska związane z ich dynamicznym rozwojem (art. 21 ust. 1a pkt 11).

Radio Opole we wszystkich tworzonych programach oraz innych usługach kieruje się i w latach obowiązywania niniejszej karty będzie się kierowało odpowiedzialnością za słowo i dbałością o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji, realizując audycje i inne przekazy w sposób zrozumiały i wyważony, z poszanowaniem zróżnicowania słuchaczy pod względem wieku, płci, wykształcenia, rasy i wyznania, wykorzystując różne formy radiowe ze szczególną dbałością o jakość, zawartość merytoryczną i warsztat dziennikarski (art. 21 ust. 2 pkt 1).

W latach obowiązywania niniejszej karty Radio Opole kontynuować będzie tworzenie audycji i innych przekazów ze szczególną uwagą stosując zasady bezstronności, pluralizmu i wyważenia oraz dziennikarskiej rzetelności i niezależności, realizując w ten sposób zadanie rzetelnego ukazywania całej różnorodności wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą (art. 21 ust. 2 pkt 2).

Radio Opole tworząc programy i inne przekazy umożliwia i w latach obowiązywania niniejszej karty planuje nadal umożliwiać swobodne kształtowanie się poglądów obywateli oraz formowanie się opinii publicznej poprzez udostępnianie przedstawicielom różnych środowisk, w tym partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców, organizacji pozarządowych, przedstawicieli samorządów, instytucji kultury i nauki możliwości prezentowania swoich stanowisk w audycjach, w szczególności w formie wywiadów oraz debat, a także w innych przekazach. Radio Opole prezentuje działalność Organizacji Pożytku Publicznego działających na Opolszczyźnie, a także zapewnia nieodpłatną produkcję oraz emisje audycji wyborczych (art. 21 ust. 2 pkt 3).

Radio Opole, zgodnie z dotychczasową praktyką, również w latach obowiązywania niniejszej karty, poprzez tworzenie audycji i innych przekazów informujących o działalności instytucji samorządowych i państwowych, prezentujących i wyjaśniających słuchaczom funkcjonowanie państwa i jego organów oraz wpływu ich decyzji na funkcjonowanie regionu i jego mieszkańców, a także prezentując stanowiska i działalność organizacji i stowarzyszeń, w tym Organizacji Pożytku Publicznego działających na Opolszczyźnie, jak również innych instytucji w tym z obszaru kultury i nauki umożliwia obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej (art. 21 ust. 2 pkt 4).

Podobnie jak ma to miejsce obecnie, również w latach obowiązywania niniejszej kary Radio Opole służyć będzie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego poprzez tworzenie audycji i innych przekazów prezentujących i promujących twórczość artystyczną i literacką powstającą zarówno na Opolszczyźnie jak i w kraju. W programie regionalnym swoje miejsce znajdą relacje i transmisje z regionalnych wydarzeń kulturalnych, które maja jednak zasięg ogólnopolski, obecna będzie prezentacja literatury polskiej klasycznej i współczesnej w postaci spotkań z autorami oraz prezentacji dzieł prozatorskich i poetyckich w formie słuchowisk i interpretacji aktorskich. Szczególnym sposobem popierania twórczości artystycznej i literackiej jest i w latach obowiązywania niniejszej karty, będzie produkcja programu wyspecjalizowanego w obszarze kultury pn. „Radio Opole 2 Kultura" nadawanego w technologii radia cyfrowego DAB+, w całości poświęconego kulturze i zawierającego wiadomości kulturalne, debaty, wywiady, prezentacje literatury, słuchowiska, audycje muzyczne, transmisje oraz retransmisje koncertów. W latach obowiązywania niniejszej karty, podobnie jak w latach ubiegłych, Radio Opole promować będzie działalność naukową i oświatową, prezentując na antenie programu regionalnego oraz poprzez inne usługi bieżący przegląd najważniejszych wydarzeń w świecie nauki w Polsce i w regionie, w formie audycji popularno-naukowych oraz edukacyjnych, a także wywiadów i debat z udziałem naukowców (art. 21 ust. 2 pkt 5).

Radio Opole tworzy i w latach obowiązywania niniejszej karty planuje nadal tworzyć programy i inne przekazy sprzyjające integracji społecznej i przeciwdziałające wykluczeniu społecznemu, a w szczególności umożliwiając lokalnym społecznościom przedstawianie i promowanie podejmowanych inicjatyw sprzyjających tworzeniu środowiska społecznego i więzi sąsiedzkich, prezentując lokalne stowarzyszenia, kluby i organizacje prowadzące działalność kulturalną, edukacyjną i sportową, a także prowadząc debaty i wywiady ze specjalistami oraz przedstawicielami organizacji, stowarzyszeń i fundacji w których poruszana będzie problematyka wykluczenia społecznego (art. 21 ust. 2 pkt 5a).

Radio Opole tworząc programy i inne przekazy respektuje i w latach obowiązywania niniejszej karty nadal będzie respektować chrześcijański system wartości oraz uniwersalne zasady etyki, stosując je jako podstawę i punkt odniesienia. Radio Opole zaspokaja potrzeby osób wierzących oraz poszukujących tworząc audycje informacyjne i edukacyjne prezentujące ważne wydarzenia w kościołach chrześcijańskich, istotne aspekty wiary i reprezentowanego systemu wartości, a także prowadząc transmisje ważnych wydarzeń religijnych, w tym Mszy Św. i nabożeństw. Realizując te działania Radio Opole kieruje się zasadami szacunku, zrozumienia, dialogu i tolerancji międzyreligijnej (art. 21 ust. 2 pkt 6).

W latach obowiązywania niniejszej karty, podobnie jak ma to miejsce dotychczas, Radio Opole, realizować będzie audycje i inne przekazy służące umacnianiu rodziny, prezentując treści edukacyjne, kulturalne i sportowe, skierowane zarówno do dzieci, młodzieży jak i dorosłych – rodziców i osób starszych. Będą to audycje poradnicze z zakresu kształtowania relacji międzyludzkich, wychowania, rozwiazywania problemów, audycje edukacyjne z zakresu tradycji i historii regionu, kulturalne i sportowe, promujące wspólne, rodzinne spędzanie wolnego czasu. Istniejącą od lat pozycją w programie regionalnym Radia Opole jest, łączący rodziny i pokolenia, Opolski Koncert życzeń. Emisja tej audycji planowana jest również na kolejne lata obowiązywania niniejszej karty (art. 21 ust. 2 pkt 7).

Radio Opole tworzy i w latach obowiązywania niniejszej karty planuje nadal tworzyć audycje i inne przekazy służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych. Tematyka ta prezentowana będzie w formie audycji edukacyjnych i publicystycznych zawierających rozmowy ze specjalistami dotyczące profilaktyki i zdrowia, leczenia i dostępu do badań, a także zdrowego stylu życia. Prezentowana będzie również działalność klubów turystycznych i krajoznawczych oraz relacjonowania wydarzeń związanych ze zdrowym stylem życia, turystyką, rekreacją i sportem amatorskim (art. 21 ust. 1a pkt 7a).

Radio Opole, zgodnie z wieloletnią tradycją, planuje również w latach obowiązywania niniejszej karty tworzyć i nadawać w programie regionalnym audycje oraz udostępniać inne przekazy służące propagowaniu i upowszechnianiu sportu zarówno kwalifikowanego jak i amatorskiego oraz szkolnego. Tematyka ta prezentowana będzie w formie transmisji i relacji z najważniejszych wydarzeń sportowych w regionie, a także audycji zawierających rozmowy z ekspertami, członkami klubów sportowych, amatorskich i profesjonalnych, działaczami, trenerami i lekarzami (art. 21 ust. 2 pkt 7b).

Radio Opole w latach obowiązywania niniejszej karty, podobnie jak dotychczas, tworzy audycje i inne przekazy służące zwalczaniu patologii społecznych, w szczególności w formach edukacyjnych realizowanych jako rozmowy ze specjalistami w dziedzinie uzależnień, terapeutami oraz osobami, które pokonały nałogi, a także prawnikami i przedstawicielami Policji (art. 21 ust. 2 pkt 8).

Radio Opole w latach obowiązywania niniejszej karty kontynuować będzie tworzenie audycji i innych przekazów służących edukacji medialnej, nadając w swoich programach audycje prezentujące współczesne media oraz zjawiska związane z ich dynamicznym rozwojem, możliwości związane z nowymi technologiami informatycznymi, a także edukujące słuchaczy w zakresie korzystania z dostępnych przekazów medialnych w oparciu o krytyczne podejście do prezentowanych tam treści (art. 21 ust. 2 pkt 10).

V. Sposób wykorzystania przychodów przekraczających koszt realizacji misji publicznej przez Radio Opole w latach 2020 – 2024

(wykorzystanie nadwyżki, o której mowa w art. 31 ust. 7)

W ujęciu pięcioletnim trudno na dzień dzisiejszy konkretnie przypisać sposób wykorzystania nadwyżki o której mowa w art. 37 ust. 7 zwłaszcza w odniesieniu historycznym, w którym to taka nadwyżka nigdy nie wystąpiła. W przypadku zmiany trendu i 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.

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

(utwory, o których mowa w art. 15 ust. 1-3 oraz zadania, o których mowa w art. 21a ust. 2 pkt. 8)

Radio Opole 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 Opole przykłada do utworów wykonywanych przez debiutantów, zapewniając im stałe miejsce w tworzonych programach.

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

Utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim	2020	2021	2022	2023	2024
Radio Opole – Twoje sprawy, Twoja muzyka					
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 Opole 2 Kultura					
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 Opole obok prezentacji utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim, w tym utworów wykonywanych przez debiutantów, prowadzonej w poszczególnych, emitowanych programach, równocześnie promuje wspomniane utwory za pośrednictwem dodatkowych usług medialnych, udostępnianych szerokiemu gronu odbiorców. Stanowią je dedykowane podstrony audycji muzycznych prezentujących muzykę polską, a także młodych, polskich wykonawców, znajdujące się na stronie internetowej www.radio.opole.pl, a także tematycznie powiązane z nimi wpisy i materiały video zamieszczane w mediach społecznościowych (Facebooku, Twitterze oraz YouTube). Dodatkowy kanał promocji stanowi również aplikacja mobilna dostępna na smartfony i tablety pracująca pod kontrolą systemów iOS i Android, prezentująca znaczną część treści dostępnych na stronie internetowej www.radio.opole.pl, a ponadto prezentująca filmy, galerie zdjęć oraz udostępniająca inne użyteczne funkcjonalności.

VII. Minimalne udziały głównych kategorii audycji w poszczególnych programach Radia Opole w latach 2020 – 2024, w zakresie istotnym dla charakteru danego programu, oraz sposób ich oferowania w ramach innych usług medialnych

(art. 21a ust. 2 pkt 6)

Radio Opole tworząc i nadając poszczególne programy, przykłada szczególną wagę do elementów i przekazów stanowiących o ich misyjnym charakterze. Pasma programowe, audycje i cykle tematyczne realizujące określone w ustawie zadania i powinności mediów publicznych (art. 21 ust. 1, 1a, 2, art. 22, 23, 23a, urt) tworzone są z zachowaniem wymaganych form dziennikarskich oraz kategorii programowych, tj. informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki, a także uzupełnione pozostałymi elementami programu, w postaci przekazów reklamowych, autopromocyjnych oraz informujących o zawartości programu.

W przypadku programu wyspecjalizowanego o charakterze kulturalnym, nadawanego w kanale radia cyfrowego DAB+ pod nazwą „Radio Opole 2 Kultura", ważnymi elementami są informacja, publicystyka i edukacja kulturalna oraz audycje muzyczne, w tym transmisje koncertów. Elementy te będące realizacją specjalizacji programu, stanowią udział w miesięcznym czasie nadawania programu zgodny z zapisami zawartymi w przyznanej koncesji Nr DR-188/2018-1/617/2015-TK.

Program pod nazwą „Festiwalowe Radio Opole" nadawany okazjonalnie w paśmie FM będzie miał charakter kulturalny. Oparty zostanie o relacje i rozmowy z artystami, transmisje koncertów, prezentacje ponadczasowych przebojów festiwalowych oraz materiałów dźwiękowych pochodzących z archiwalnego zasobu Radia Opole.

Szczegółowe informacje dotyczące minimalnych udziałów głównych kategorii audycji w programie regionalnym nadawanym pod nazwą „Radio Opole – Twoje sprawy, Twoja muzyka" w poszczególnych latach obowiązywania niniejszej karty powinności zawiera poniższa tabela.

	2020	2021	2022	2023	2024
INFORMACJA					
Udział	10%	10%	10%	10%	10%
PUBLICYSTYKA					
Udział	20%	20%	20%	20%	20%
KULTURA					
Udział	10%	10%	10%	10%	10%

EDUKACJA					
Udział	5%	5%	5%	5%	5%
SPORT					
Udział	2%	2%	2%	2%	2%
ROZRYWKA					
Udział	20%	20%	20%	20%	20%
POZOSTAŁE ELEMENTY PROGRAMU					
Udział	2%	2%	2%	2%	2%

Szczegółowe informacje dotyczące minimalnych udziałów głównych kategorii audycji w programie specjalizowanym o charakterze kulturalnym, nadawanym w kanale radia cyfrowego DAB+ pod nazwą „Radio Opole 2 Kultura" w poszczególnych latach obowiązywania niniejszej karty powinności zawiera poniższa tabela.

	2020	2021	2022	2023	2024
KULTURA					
Udział	72%	72%	72%	72%	72%

Szczegółowe informacje dotyczące minimalnych udziałów głównych kategorii audycji w programie okazjonalnym, nadawanym pod nazwą „Festiwalowe Radio Opole" w poszczególnych latach obowiązywania niniejszej karty powinności, zawiera poniższa tabela.

	2020	2021	2022	2023	2024
KULTURA					
Udział	70%	70%	70%	70%	70%

W latach obowiązywania niniejszej Karty Powinności, Radio Opole w poszczególnych programach i kategoriach programowych planuje w sposób szczególny wyróżnić wydarzenia o charakterze społeczno-politycznym, gospodarczym, edukacyjno-historycznym, kulturalnym i sportowym. W kolejnych latach objętych niniejszą Kartą wydarzeniami tymi będą:

- **w roku 2020:** Wybory prezydenckie, 100. Rocznica II Powstania śląskiego, 100. Rocznica urodzin Karola Wojtyły.
- **w roku 2021:** 100. Rocznica III Powstania Śląskiego. Mistrzostwa Europy w piłce nożnej, Letnie Igrzyska Olimpijskie w Tokio, 40. Rocznica stanu wojennego. Zimowa Uniwersjada w Lucernie,
- **w roku 2022:** Mistrzostwa Świata w piłce nożnej,
- **w roku 2023:** 70 jubileusz Radia Opole, 60 Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej w Opolu 2023, Wybory parlamentarne, Wybory samorządowe,
- **w roku 2024:** Wybory Parlamentu Europejskiego.

Uzupełnieniem treści zawartych we wszystkich programach tworzonych przez Radio Opole są dodatkowe usługi medialne, udostępniane szerokiemu gronu odbiorców. Stanowią je podstrony dedykowane poszczególnym formom antenowym publikowane na stronie internetowej www.radio.opole.pl, a także wpisy i materiały video zamieszczane w mediach społecznościowych

(Facebooku, Twitterze oraz YouTube) służące również promocji programu i poszczególnych audycji. Dodatkowe wsparcie dla programów stanowi aplikacja mobilna dostępna na smartfony i tablety pracująca pod kontrolą systemów iOS i Android, prezentująca znaczną część treści dostępnych także na stronie internetowej www.radio.opole.pl, a ponadto prezentująca filmy, galerie zdjęć oraz udostępniająca inne użyteczne funkcjonalności.

VIII. Działania marketingowe

Strategia Spółki ukierunkowuje działalność marketingową na realizację celów sprzedażowych i planach promocji programu, ściśle determinowanych optymalizacją i racjonalnością budżetów, określonych przez plany finansowe Spółki. Nadrzędnym celem Radia będzie utrzymanie lub ewolucja parametrów słuchalności oraz zwiększenie liczby komercyjnych klientów i odbiorców usług radiowych. Bez względu na rodzaj parametru (zasięg, udział, średni czas słuchania, znajomość marki) audytorium Radia Opole dotychczas utrzymywało wysoką pozycję na tle stacji konkurencyjnych w Regionie, zarówno lokalnych jak i ogólnopolskich. Rozgłośnia dążyć będzie do utrzymania pozycji lidera wśród nadawców lokalnych i pozycjonowania w czołówce rankingu rozgłośni ogólnopolskich.

Działalność promocyjna

Głównym celem działalności marketingowej jest wzmocnienie przekazu programowego i wizerunku Radia Opole poprzez promocję programu radia, poszczególnych pasm programowych i prowadzących je wiodących dziennikarzy.

Działania marketingowe mają także wzmacniać abonamentowe jak i poza abonamentowe przychody Radia Opole, które służyć mają bieżącemu funkcjonowaniu radia i pozwalać na realizację ustawowych i statutowych zadań.

Działalność w tym zakresie sprowadza się do realizacji zadań z zakresu promocji i sprzedaży. Obydwa te obszary są ze sobą ściśle związane i winny być zawsze rozpatrywane łącznie, gdyż dzięki promocji radio jest bardziej rozpoznawalne, rośnie słuchalność i zasięg oddziaływania radia dzięki czemu zwiększona może być sprzedaż powiększająca przychody które wykorzystywane są do rozwoju radia.

W związku z powyższym strategia promocyjna na lata 2020-2024 obejmuje następujące działania:

- Prowadzenie kompleksowych akcji wizerunkowo – promocyjnych w mediach regionalnych i lokalnych oraz w mediach społecznościowych. Akcje te winny być ukierunkowane na zdefiniowaną grupę odbiorców programów Radia Opole oraz na grupę potencjalną stanowiącą docelowe poszerzenie audytorium stacji. Oczywiście zakres tych akcji zależny jest od posiadanych na ich realizację budżetów.
- Prowadzenie akcji wizerunkowych w największych miastach w województwie, ze szczególnym uwzględnieniem Opola. Wykorzystanie organizowanych w miastach imprez objętych patronatem medialnym Radia i przy pozostałych wydarzeniach kulturalno - społecznych, w szczególności festiwalach i przeglądach, które cyklicznie organizowane są w regionie.
- Wzmacnianie wizerunku Radia Opole poprzez angażowanie ekspertów w dziedzinie nauki, kultury, rozrywki itp.
- Tworzenie nowych cykli autorskich audycji radiowych mających na celu zainteresowanie ofertą programową nowych potencjalnych słuchaczy.
- Organizacja koncertów przez Spółkę, zarówno w Studio M Radia Opole jak i w zewnętrznych instytucjach zewnętrznych.
- Promocja radia nadawanego w technologii DAB+ o tematyce kulturalnej pn. Radio Opole 2 Kultura.
- Promocja pozostałych produktów Spółki tj. strona internetowa, sklep internetowy, działalność studyjna (nagraniowa), koncertowa.
- Działania w ramach społecznej odpowiedzialności firmy (CSR), w szczególności ukierunkowane na edukację medialną.

Powyższa działalność ma wpłynąć na utrzymanie audytorium stacji, a także na jego zwiększenie, co bezpośrednio wpływa na podstawę do realizacji efektywnej polityki handlowej Spółki.

Działalność handlowa.

Drugim obszarem działalności marketingowej jest sprzedaż reklamy, audycji sponsorowanych i pozostałych produktów Spółki, powiększające przychody finansowe Spółki, pozwalając sprawniej i skuteczniej realizować misję Radia Opole, zarówno w aspekcie antenowym, jak i poza antenowym.

Rynek reklamy radiowej w Regionie szacowany jest na ok. 2,5 – 2,7 mln pln, z czego udział Radia Opole wynosi ok. 50 % wartości rynku radiowego. Spółka planuje utrzymanie poziomu przychodów latach 2020-2024. Dostępne analizy, z racji dynamicznie zmieniającego się otoczenia, są już tylko krótkoterminowe i przewidują spadek rynku reklamy dla radia. Brak prognoz długoterminowych jest efektem nieprzewidywalności w sektorach wiodących, a mianowicie branży FMCG, farmaceutycznej i telekomunikacyjnej. Zmienia się także struktura rynku reklamy, maleją nakłady reklamowe na prasę i outdoor, na korzyść reklamy internetowej, w mediach społecznościowych oraz reklamy kinowej, zmniejsza się także dynamika przychodów z reklamy telewizyjnej i radiowej. Postępująca cyfryzacja nadawców, zwiększenie ilości stacji na rynku telewizyjnym i radiowym, powstanie nadawców i programów tematycznych powoduje większe rozproszenie budżetów reklamowych, zwiększanie wyjściowego poziomu rabatów, a tym samym obniżenie poziomu cen na rynku. W odpowiedzi na zachodzące zmiany, Radio wprowadziło nowy produkt – reklamę internetową, jednakże z uwagi na wciąż niską liczbę odsłon i użytkowników oraz brak statusu 'portalu internetowego', produkt ten nie stanowi jeszcze potencjału sprzedażowego w strukturze przychodów, a jest tymczasowo „dodatkiem" do realizowanych na zlecenie klientów kampanii reklamowych. Jako szansę na wzrost przychodów upatruje się sprzedaż kampanii ogólnopolskich przez brokerów, w tym przez Audytorium 17 Sp. z o.o., spółkę powołaną przez 17 rozgłośni regionalnych radia publicznego.

Niepokojącym sygnałem dla wielkości przychodów Spółki w latach następnych jest 'wyprowadzanie' decyzyjności budżetowej (reklamowej) firm i instytucji poza granice województwa opolskiego (w szczególności dotyczy dużych Spółek o zasięgu ogólnopolskim i sieci handlowych) oraz coraz niższych budżetów promocyjnych samorządów, co niewątpliwie negatywnie odbija się na wielkości generowanych przychodów.

Na generowane przez Spółkę przychody z tytułu działalności marketingowej składają się następujące elementy: sprzedaż czasu reklamowego sprzedaż audycji sponsorowanych produkcja reklamy i ogłoszeń płatnych, wynajem studiów nagraniowych, sprzedaż usług nagraniowych oraz organizacja koncertów (sprzedaż biletów, pozyskiwanie środków od sponsorów), sprzedaż licencji do audycji i fonogramów oraz sprzedaż wydawnictw i gadżetów. Podstawową i główną sferą działania jest jednak sprzedaż reklamy. Patrząc przez pryzmat naszych działań sprzedażowych w tym zakresie w ostatnich latach oraz analizując prognozy makroekonomiczne dotyczące ogólnych wskaźników i sytuacji gospodarczej regionu i kraju, trzeba stwierdzić, że rynek reklamy jest rynkiem bardzo trudnym. Wzrost udziału w rynku reklamy internetowej, a w szczególności reklamy videoinstream w mediach społecznościowych negatywnie odbija się na wielkości sprzedaży w segmencie lokalnych i regionalnych mediów, także 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 kwestii generowania przychodów w tych segmentach działalności może utrzymać się w kolejnych latach. Sytuacja ta jest wynikiem przede wszystkim pojawieniem się większej konkurencji na rynku radiowym (ilość podmiotów komercyjnych), przenoszenia się reklamy do Internetu, w szczególności do mediów społecznościowych, gwałtownym spadkiem zainteresowania reklamą w publicznych mediach, małym zainteresowaniem samorządów w promocję radiową oraz nieznaczną ilością naborów w programach unijnych i brakiem ukierunkowania tych projektów na promocję. Przeznaczenie mniejszej niż zwykle ilości środków celowych na promocję wynikające z konkretnych zapisów w programach unijnych również ma ujemny wpływ na wielkość generowanych

przez Radio Opole przychodów z tytułu produkcji i emisji audycji sponsorowanych oraz reklamy spotowej bezpośrednio związanej z funduszami unijnymi.

Stałym problemem z którym bezskutecznie próbuje się mierzyć Opolszczyzna jest depopulacja, której ujemna dynamika prognozowana jest także w kolejnych latach. Niestety, wyludnianie naszego regionu wymiernie przekłada się nie tylko na ilość gospodarstw domowych (emigracja), ale również na poziom ich codziennych wydatków. Mniej zakupów (malejące przychody firm), to wolniejszy rozwój (mniejsze środki na inwestycje, innowacje, itp.) zarówno w ujęciu samego przedsiębiorstwa, jak i w skali podatkowej (wielkość płaconych podatków przeznaczanych na rozwój regionu). Mniejsza sprzedaż i kurcząca się ilość 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 i mniejsze potrzeby promocji, co bezpośrednio dotyczy generowanych przychodów przez Spółkę. 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 „starych". Skutek: mniejsza ilość 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 ilość studentów powoduje zamykanie niektórych kierunków. Mniej studentów to mniejsze dotacje oraz mniej środków generowanych przez studentów komercyjnych (zaocznych), co finalnie wymusza zmniejszenie nakładów na promocję przez uczelnie. W ostatnich dwóch latach można zauważyć znaczące zmniejszenie nakładów na promocję ponoszonych przez wyższe placówki oświatowe, co, pomimo aktywności handlowców Radia Opole, może okazać się trendem nieodwracalnym w kolejnych latach. Podobna sytuacja dotyczy spółek Skarbu Państwa i publicznych instytucji regionalnych.

Analizując uwarunkowania rynkowe należy również spojrzeć na przychody Spółki generowane na rynku reklamy ogólnopolskiej. Tutaj, co trzeba podkreślić mamy wyraźny wzrostowy trend generowanych przychodów ze współpracy z brokerem reklamy rozgłośni regionalnych Polskiego Radia, „Audytorium 17", jednakże wartość generowanych przychodów znacząco odbiega wyników stacji komercyjnych i jest mocno niestabilna. Spółka A17 pełni głównie rolę podwykonawcy, a więc łącznika rozgłośni regionalnych z rynkiem ogólnopolskim, nie posiadając tym samym 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. Zauważmy, że ze względu na misję nadawcy publicznego, zobligowani jesteśmy do produkcji i emisji nie zawsze atrakcyjnych w formie i treści pozycji antenowych, które bezpośrednio przekładają się na atrakcyjność kontentu i słuchalność. Zwykle słuchacz szuka oferty przyjemnej, towarzyszącej, zabarwionej atrakcyjnymi wartościowo konkursami, co może powodować niestety zmianę częstotliwości.

Tabela. Analiza SWOT dla działalności reklamowej Radia Opole

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
– Ugruntowana pozycja w badaniach słuchalności	

– Relatywnie tani instrument reklamy w stosunku do pozostałych nośników (niski koszt dotarcia do jednej osoby (CPP)) – Wiarygodne źródło informacji (także przekazów reklamowych) – Możliwość dotarcia z przesłaniem do obszarów, do których nie docierają inne media – Prestiż, wizerunek, opiniotwórczość – Korzystna oferta cenowa dla lojalnych (stałych) reklamodawców	– Pasywny ze względu na rolę, zasięg i lokalizację udział w ogólnopolskim rynku reklamy (ujemna dynamika) – Relatywnie wysoka oferta cenowa w stosunku do konkurencji stosującej ceny dumpingowe – Niekorzystna struktura gospodarcza regionu i wynikające z niej słabości rynku regionalnego – Najmniejszy region o słabym potencjale biznesowym ulokowany między dwiema aglomeracjami – Depopulacja mieszkańców – Ograniczone medium reklamy elektronicznej w porównaniu do innych mediów regionalnych
SZANSE	**ZAGROŻENIA**

– Wykorzystywanie ugruntowanej pozycji rozgłośni na rynku regionalnym – Spadek atrakcyjności prasy codziennej jako nośnika przekazu reklamowego – Uatrakcyjnienie pod względem zwiększenia audytorium dodatkowych pasm czasowych generujących dodatkowe przychody – Rozwój atrakcyjności gospodarczej - nowi inwestorzy (park technologiczny, 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 – Monetyzacja anteny Radio Opole 2 (DAB+), warunek – opracowanie badań słuchalności celem określenia potencjału programu	– Większa konkurencja na regionalnym i lokalnym rynku radiowym – Spadkowy trend w badaniach słuchalności we wskaźniku: zasięg dzienny, estymacja na populację) – Recesja gospodarcza, ograniczanie ekspansji przedsiębiorstw – Pogłębiająca się dekoniunktura na rynku reklamy dla mediów publicznych – Śladowy udział reklamy spółek Skarbu Państwa w rozgłośniach 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 rozgłośni regionalnych PR – Ogólna tendencja spadkowa w wydatkach na reklamę w regionie – Dynamicznie zmieniający się charakter kampanii (długość, ilość spotów dziennie itd.) – Przenoszenie centrali największych firm do większych miast i do innych regionów

Planując rozwój Radia Opole trzeba wziąć pod uwagę obecną i potencjalną konkurencję, a także zadania stawiane przed regionalnymi rozgłośniami publicznymi. 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 informacji niezwykle kosztownym marketingiem w postaci wysokich finansowych nagród dla słuchaczy.
- Prywatne stacje lokalne, zwykle silnie sformatowane (na przykład format „złote przeboje), często zsieciowane, 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 samorządy).

W województwie opolskim konkurencją dla Polskiego Radia Opole są: stacje Grupy Agora, Radio Park obejmujące Kędzierzyn-Koźle i Brzeg, Radio Nysa oraz Radio Vanessa z Raciborza obejmujące także Krapkowice.

Mając na uwadze konieczność spełnienia przez Radio Opole założeń misyjnych i brak możliwości ścigania 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.

Znaczącym krokiem w poszerzaniu oferty antenowej Radia Opole jest uruchomienie od stycznia 2019 roku programu tematycznego stricte kulturalnego nadawanego w technologii DAB+ pn. Radio Opole 2 Kultura.

IX. 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) realizowana 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.
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 dofinansowania, 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,

[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.)

- 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 kształtowania 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, jakiejkolwiek 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.

Prezes Zarządu
Redaktor Naczelny
Piotr Moc

KARTA POWINNOŚCI NA LATA 2020 – 2024

PLAN NAKŁADÓW INWESTYCYJNYCH

Dobre funkcjonowanie rozgłośni radiowej w świecie pełnym technologicznych nowości stanowiących dla większości społeczeństwa normalne narzędzia pracy i rozrywki, uzależnione jest od podążania za technologicznymi trendami, które w dużej mierze stymulują lub mogą ograniczać rozwój nowoczesnych form radiowych. W Radiu Opole jesteśmy tego świadomi i dlatego od wielu lat prowadzimy skrupulatne działania ukierunkowane na stały rozwój i bieżące unowocześnianie naszego zaplecza technicznego. Należy pamiętać, że finansowanie wprowadzania nowych rozwiązań technicznych i modernizacji naszego zaplecza technicznego ze środków własnych czy też pozyskanych ze źródeł komercyjnych, a zwłaszcza z rynku reklam jest bardzo trudne. Zadania i kierunki rozwoju niezależne od typu realizowanego programu związane są generalnie z rozwojem i utrzymaniem posiadanej infrastruktury technicznej. W latach 2020 – 2024 kierunki rozwoju przedstawiają się następująco:

Rozwój infrastruktury IT – zasoby serwerowe i dyskowe

Rozwój technologii stosowanych do produkcji radiowej od kilkunastu lat oparty jest na pracy komputerów oraz innych elementów typowej infrastruktury IT. Należy zwrócić uwagę, że w dzisiejszym świecie każda rozgłośnia jest na swój sposób multimedialna z dostarczaniem dodatkowej treści (audio, wideo, podcasty, strumienie, zdjęcia, filmy, transmisje, portale społecznościowe). By te wszystkie dodatkowe treści były właściwie procesowane, niezbędna jest szybka i pojemna infrastruktura serwerowo-macierzowa. Obecnie eksploatowana ma 12 lat i nie posiada już wsparcia technicznego.

Szacowany termin realizacji i koszt – lata 2020-2021 – wydatki na poziomie ok. 250 tys. zł (łącznie 2 lata), lata 2023 – wydatki na poziomie 80 tys. zł (1 rok).

Rozwój infrastruktury IT – sieć komputerowa

Najnowsze technologie stosowane w rozwiązaniach „audio" coraz częściej przenoszą się z tradycyjnych łączy kablowych do sieci komputerowej, warto tu wspomnieć o coraz powszechniej stosowanym również w Radiu Opole standardzie DANTE. Rozwój multimediów, realizacje przekazów wideo i innych usług multimedialnych powoduje coraz większy ruch w sieci komputerowej. Sieć ta z jednej strony musi być coraz szybsza, z drugiej bardzo wydajna, musi być jednocześnie zbudowana w sposób umożliwiający łatwą zmianę jej topologii, tak aby dostosowanie jej do zmieniających się potrzeb było łatwe i mało kłopotliwe.

Szacowany termin realizacji i koszt – rok 2020-2021 – wydatki na poziomie ok. 100 tys. zł, rok 2023 - wydatki na poziomie 40 tys. zł (1 rok).

Rozwój infrastruktury IT – oprogramowania produkcyjne i emisyjne

Oprogramowanie Jutel RadioMan jako podstawa produkcji i emisji programu będzie nadal rozwijane w zakresie ilości posiadanych licencji oraz nowych funkcjonalności. Nadal konieczne będzie wykupywanie pakietów wsparcia producenckiego dla systemu RadioMan gwarantującego natychmiastową pomoc dla każdego problemu napotkanego podczas eksploatacji systemu.

Szacowany termin realizacji i koszt – 2020 – 2024 – wydatki na poziomie ok. 70 tys. zł rocznie (350 tys. zł łącznie 5 lat).

Modernizacja infrastruktury IT – zasoby komputerowe

Rozgłośnia radiowa to także stacje komputerowe wykorzystywane w produkcji radiowej oraz inne oprogramowania zapewniające ciągłość działania firmy. W tej chwili w Rozgłośni pracuje ponad 160 stacji roboczych (komputerów), które na co dzień również pracują na rzecz programu jednak nie zawsze uczestniczą bezpośrednio w produkcji radiowej (część biurowa, administracyjna, promocyjna).

Szacowany termin realizacji i koszt – rok 2021 – wydatki na poziomie ok. 60 tys. zł, rok 2023 – wydatki na poziomie ok. 60 tys. zł.

Rozwój infrastruktury AUDIO – emisja i ciągłość jej utrzymania

Zmodernizowane w ostatnich latach stanowiska emisyjne A i B są aktualnie stanowiskami spełniającymi wszystkie stawiane przed nimi oczekiwania. Nie znaczy to oczywiście, że należy zaprzestać inwestycji w te stanowiska – tutaj, podobnie jak w przypadku komputerów – ciągłe inwestowanie w drobne elementy wyposażenia pozwoli na utrzymanie wysokiego poziomu nowoczesności i niezawodności, a jednocześnie ich utrzymanie nie będzie wymagało dużych nakładów finansowych w przypadku ewentualnych napraw.

Szacowany termin realizacji i koszt – lata 2020-2024 – wydatki na poziomie ok. 20 tys. zł (100 tys. zł łącznie 5 lat).

Rozwój infrastruktury AUDIO – produkcja bieżąca i artystyczna

Utrzymanie zespołów produkcyjnych w ciągłej sprawności i na wysokim poziomie nowoczesności wymaga ciągłego inwestowania w drobne elementy wyposażenia i podobnie jak w przypadku studiów emisyjnych z punktu widzenia finansowego nie potrzeba na utrzymanie wydawać jednorazowo dużych środków. Wyjątkiem jednak jest zespół produkcyjny „M", inaczej „studio muzyczne" służące generalnie do nagrań muzycznych ale też do realizacji programów (koncertów, debat, spotkań z gośćmi) z większą ilością osób. Dalszy rozwój studia uzależniony jest od wizji i pomysłu na funkcjonowanie takiego elementu na rynku. Koszty zakupu sprzętu i oprogramowania koniecznych do modernizacji są bardzo wysokie i prawdopodobnie nigdy się nie zwrócą. Pozostaje aspekt marketingowy i wizerunkowy posiadania studia nagrań przez nadawcę publicznego. Na dzień dzisiejszy po kilku modernizacjach i zmianach wyposażenia studio ponownie nagrywa – dalsze modernizacje i rozwój są do określenia po przyjęciu przez Zarząd Spółki sposobu dalszego wykorzystania studia „M".
Szacowany termin realizacji i koszt – lata 2020-2021 – wydatki na poziomie ok. 380 tys. zł (łącznie 2 lata).

Rozwój infrastruktury AUDIO – telekomunikacja i teletransmisja

Najbliższe lata to dalsze coraz większe wykorzystanie Internetu do potrzeb realizacji programu radiowego. Internet to przecież duża sieć komputerowa, którą po zastosowaniu odpowiednich technologii można z powodzeniem użyć do potrzeb radia. Przewidywane są zatem nakłady na zakup kolejnych kodeków ale też innych elementów i programów komputerowych pozwalających na wykorzystanie Internetu w terenie oraz w wozach transmisyjnych.
Szacowany termin realizacji i koszt – lata 2020-2024 – wydatki na poziomie ok. 20 tys. zł rocznie (łącznie 100 tys. zł 5 lat).

Rozwój infrastruktury WIDEO – nowe media

W Radiu Opole przez ostatnich kilka lat udało się studia emisyjne zamienić nieco w studia radiowo-telewizyjne. Zainstalowane zostały kamery pozwalające na zmianę planów, zmieniona została scenografia studia, zainstalowane zostało dodatkowe oświetlenie telewizyjne. W reżyserkach zainstalowane zostały miksery wizyjne umożliwiające „prawdziwą" realizację przekazu wideo. W połączeniu z nowoczesną technologią streamingu powstał produkt w postaci pełnowartościowego kanału telewizyjnego dostępnego wyłącznie w sieci internetowej. Dalszy rozwój ma ogromne znaczenie w pozyskiwaniu nowych odbiorców oraz dostarczania im coraz bogatszej treści.

Szacowany termin realizacji i koszt – rok 2020 – wydatki na poziomie ok. 100 tys. zł (łącznie 1 rok).

Utrzymanie infrastruktury centralnej klimatyzacji, ogrzewania

Utrzymanie właściwych warunków klimatycznych do pracy dla pracowników, ale także kluczowego sprzętu stanowi podstawę funkcjonowania każdej współczesnej firmy. Koszt remontu

w zależności od skali przedsięwzięcia i ilości wykrytych nieprawidłowości może wynosić od kilkudziesięciu do nawet miliona złotych, jednak warto te pieniądze zainwestować chociażby ze względu na możliwość zoptymalizowania kosztów energii elektrycznej, będącej ważną pozycją w budżecie Spółki (a cały system klimatyzacyjny, również ogrzewanie, zasilany jest wyłącznie elektrycznie).

Szacowany termin realizacji i koszt – lata 2020-2021 – wydatki na poziomie ok. 800 tys. zł – 1 mln zł (łącznie 2 lata).

Rozwój i utrzymanie infrastruktury związanej z zabezpieczeniem elektronicznym obiektów Radia Opole – ACC, P.Włam., P.Poż.

Rozgłośnia podlega szczególnym przepisom o ochronie osób i mienia. Na terenie Rozgłośni wykorzystywane są systemy służące do kontroli dostępu, monitoringu telewizyjnego, system informowania o włamaniach oraz sygnalizacji pożaru. Na kolejne lata należy zaplanować wymianę systemu sygnalizacji włamania. Obecnie stosowany system jest przestarzały i co najgorsze coraz trudniej naprawialny. W przypadku odstąpienia od modernizacji przy najbliższej poważnej awarii system może ulec nienaprawialnemu uszkodzeniu.

Szacowany termin realizacji i koszt – lata 2020-2021 – wydatki na poziomie ok. 90 tys. zł (łącznie 2 lata).

Rozwój infrastruktury transmisyjnej – wozy transmisyjne, reporterskie, wizyjne

Nowością w Rozgłośni wydaje się potrzeba zbudowania wozu wizyjnego. Powinien to być wóz pozwalający na realizacje przekazu wideo z terenu. W przypadku wozów reporterskich i transmisyjnych wymagane jest, podobnie jak w przypadku studiów emisyjnych i produkcyjnych, ciągłe inwestowanie w sprzęt i wyposażenie. Takie podejście gwarantuje utrzymanie sprzętu na najwyższym poziomie technicznym, a jednocześnie minimalizuje jednorazowe wydatki na jego utrzymanie.

Szacowany termin realizacji i koszt – 2021-2022 – wydatki na poziomie ok. 450 tys. zł (łącznie 2 lata).

Rozwój infrastruktury transmisyjnej – wozy transmisyjne, reporterskie, wizyjne

Wraz z planowanym rozwojem sieci pokrycia technologicznego cyfrowego systemu DAB+, kluczowe jest określenie potrzeb programowych, nowych audycji, ramówek, kanałów docierających do jak najszerszego grona odbiorców w systemie cyfrowym. W przypadku uzyskania możliwości pojawienia się dodatkowych programów na multipleksach, niezbędne jest dopasowanie infrastruktury do nowych programów.

Szacowany termin realizacji i koszt – 2020 – wydatki na poziomie ok. 100 tys. zł (łącznie 1 rok).

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.

Prezes Zarządu
Redaktor Naczelny
Piotr Moc

Radio Opole S.A.

KARTA POWINNOŚCI na lata 2020 - 2024 - część finansowa

Koszty tworzenia i rozpowszechniania oraz źródła finansowania programu regionalnego.

	ROK														
	2020			2021			2022			2023			2024		
	KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA		KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA		KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA		KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA		KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁO FINANSOWANIA	
		KRRiT	WŁASNE		KRRiT	WŁASNE		KRRiT	WŁASNE		KRRiT	WŁASNE		KRRiT	WŁASNE
Program regionalny	14 661 000,00	14 661 000,00	0,00	14 900 000,00	14 661 000,00	239 000,00	15 310 000,00	14 701 000,00	609 000,00	15 770 000,00	15 117 000,00	653 000,00	16 245 000,00	15 596 000,00	649 000,00
w tym: koszty rozpowszechniania analogowego	1 420 000,00	1 207 000,00	0,00	1 520 000,00	1 368 000,00	152 000,00	1 565 000,00	1 408 500,00	156 500,00	1 612 000,00	1 450 800,00	161 200,00	1 660 000,00	1 494 000,00	166 000,00
w tym Program regionalny - fiansowany ze ZSPW*	5 600 000,00	5 600 000,00	0,00	5 600 000,00	5 600 000,00	0,00	5 600 000,00	5 600 000,00	0,00	5 600 000,00	5 600 000,00	0,00	5 600 000,00	5 600 000,00	0,00
Wynik na działalności misyjnej		**0,00**			**0,00**			**0,00**			**0,00**			**0,00**	
Dab+ łącznie	550 000,00	550 000,00	0,00	600 000,00	540 000,00	60 000,00	630 000,00	567 000,00	63 000,00	650 000,00	585 000,00	65 000,00	670 000,00	603 000,00	67 000,00
w tym: Dab+ Radio Opole retransmisia	155 000,00	80 000,00	0,00	162 750,00	146 475,00	16 275,00	171 000,00	153 900,00	17 100,00	179 500,00	161 550,00	17 950,00	188 500,00	169 650,00	18 850,00
Dab+ Radio Opole 2 Kultura	395 000,00	470 000,00	0,00	437 250,00	393 525,00	43 725,00	459 000,00	413 100,00	45 900,00	470 500,00	423 450,00	47 050,00	481 500,00	433 350,00	48 150,00
w tym Dab+ łącznie finansowany ze ZSPW*	93 000,00	193 000,00	0,00	193 000,00	193 000,00	0,00	193 000,00	193 000,00	0,00	193 000,00	193 000,00	0,00	193 000,00	193 000,00	0,00
INNE MISYJNE USŁUGI															
Nowe Media	350 000,00	350 000,00	0,00	670 000,00	593 000,00	77 000,00	700 000,00	620 000,00	80 000,00	720 000,00	638 000,00	82 000,00	740 000,00	656 000,00	84 000,00
w tym:															
Kanał Sport	0,00	0,00	0,00	150 000,00	130 000,00	20 000,00	150 000,00	130 000,00	20 000,00	150 000,00	130 000,00	20 000,00	150 000,00	130 000,00	20 000,00
Kanał Historia	0,00	0,00	0,00	150 000,00	130 000,00	20 000,00	150 000,00	130 000,00	20 000,00	150 000,00	130 000,00	20 000,00	150 000,00	130 000,00	20 000,00
w tym Nowe Media fiansowane ze ZSPW*	207 000,00	207 000,00	0,00	207 000,00	207 000,00	0,00	207 000,00	207 000,00	0,00	207 000,00	207 000,00	0,00	207 000,00	207 000,00	0,00
Festiwalowe Radio Opole	9 000,00	0,00	9 000,00	9 000,00	8 100,00	900,00	9 000,00	8 100,00	900,00	9 000,00	8 100,00	900,00	9 000,00	8 100,00	900,00
PLANOWANE INWESTYCJE-nazwa przedsięwzięcia	2 060 000,00	0,00	2 060 000,00	1 850 000,00	1 605 000,00	245 000,00	410 000,00	350 000,00	60 000,00	290 000,00	245 000,00	45 000,00	110 000,00	90 000,00	20 000,00
Rozwój infrastruktury IT - zasoby serwerowe i dyskowe	250 000,00	0,00	250 000,00	80 000,00	70 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00	80 000,00	70 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00
Rozwój infrastr ktury IT - sieć komputerowa	40 000,00	0,00	40 000,00	60 000,00	50 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00	40 000,00	35 000,00	5 000,00	0,00	0,00	0,00
Rozwój infrastruktury IT - oprogramowanie produkcyjne i emisyjne	70 000,00	0,00	70 000,00	70 000,00	60 000,00	10 000,00	70 000,00	60 000,00	10 000,00	70 000,00	60 000,00	10 000,00	70 000,00	60 000,00	10 000,00
Modernizacja infrastruktury IT - zasoby komputerowe	0,00	0,00	0,00	60 000,00	50 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00	60 000,00	50 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00
Rozwój infrastruktury AUDIO - emisja i ciągłość utrzymania	20 000,00	0,00	20 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00
Modernizacja infrastruktury AUDIO - pomieszczenia i produkcja artystyczna	280 000,00	0,00	280 000,00	100 000,00	80 000,00	20 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rozwój zasobów telekomunikacyjnych i teletransmisyjnych	20 000,00	0,00	20 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00	20 000,00	15 000,00	5 000,00
Rozwój infrastruktury WIDEO - nowe media	100 000,00	0,00	100 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Modernizacja centralnej klimatyzacji i ogrzewania	400 000,00	0,00	400 000,00	400 000,00	350 000,00	50 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utrzymanie infrastruktury związanej z bezpieczeństwem: ACC, P. Wiam, P. Poż	50 000,00	0,00	50 000,00	40 000,00	30 000,00	10 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rozwój infrastruktury transmisyjnej - wozy transmisyjne, reporterskie, wtyjne	0,00	0,00	0,00	350 000,00	300 000,00	50 000,00	100 000,00	80 000,00	20 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Modernizacja studiów pod kątem prowadzenia kolejnych programów w technologii DAB+	100 000,00	0,00	100 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inwestycje modernizacyjno-odtworzeniowe			0,00												
Remont elewacji budynku Rozgłośni przy ul. Strzelców Bytomskich	380 000,00	0,00	380 000,00	350 000,00	315 000,00	35 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Wymiana ciągów kanalizayjnych w budynku Rozgłośni przy ul. Strzelców Bytomskich	350 000,00	0,00	350 000,00	300 000,00	270 000,00	30 000,00	200 000,00	180 000,00	20 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

*ZSPW - Zbycie Skarbowych Papierów Wartościowych
* 1.500.000,00 wartość nominalna skarbowych papierów wartościowych otrzymanych w roku 2019 przeznaczona na finansowanie zadań inwestycyjnych

Prezes Zarządu
Redaktor Naczelny
Piotr Moc

POLSKIE RADIO
Regionalna Rozgłośnia w Opolu
„RADIO OPOLE" Spółka Akcyjna
45-084 Opole, ul. Strzelców Bytomskich 8
NIP: 754-00-13-375
tel. 77 40 13 100, fax 77 454 36 56

POLSKIE RADIO
Regionalna Rozgłośnia w Opolu
„RADIO OPOLE" Spółka Akcyjna
45-084 Opole, ul. Strzelców Bytomskich 8
NIP: 754-00-13-375
tel. 77 40 13 100, fax 77 454 36 56

POLSKIE RADIO
Regionalna Rozgłośnia w Opolu
„RADIO OPOLE" Spółka Akcyjna
45-084 Opole, ul. Strzelców Bytomskich 8
NIP: 754-00-13-375
tel. 77 40 13 100, fax 77 454 36 56

OPOLE 1
28042020
PP

OPŁATA POBRANA
TAXE PERÇUE – POLOGNE
Umowa z Pocztą Polską S.A. ID nr 377902/S

PRIORYTET

POLECONY

Biuro KRRiT
KANCELARIA OGÓLNA
04. 05. 2020
WPŁYNĘŁO
P-17714-2020

Szanowny Pan
Witold Kołodziejski
Przewodniczący KRRiT
Skwer Kard. Wyszyńskiego 9
01-015 Warszawa

R

(00)659007731461205682
(00)659007731461205682
(00)659007731461205682

2020

(00)659007731461205682