

Łódź, kwiecień 2020 r.

**Polskie Radio – Regionalna Rozgłośnia w Łodzi**  
**„Radio Łódź” Spółka Akcyjna**



**Projekt Karty Powinności**  
**nadawcy publicznego**  
**na lata 2020 – 2024**

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

## I. „Radio Łódź” S.A. – regionalny nadawca publiczny

„Radio Łódź” S.A. jest jedną z 17 rozgłośni regionalnych publicznego radia, działającą na terenie centralnej Polski w formie jednoosobowej spółki Skarbu Państwa, na podstawie Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych oraz ustawy z dnia 22 czerwca 2016 r. o Radzie Mediów Narodowych. Obejmuje zasięgiem nadawania województwo łódzkie zamieszkałe przez ponad 2,5 mln osób, potencjalnych słuchaczy.

Radio Łódź jest najstarszą rozgłośnią radiową w regionie łódzkim, jako jedyna w tym regionie realizuje misję nadawcy publicznego, opisaną w obowiązujących aktach prawnych dotyczących radiofonii publicznej, w tym Ustawie o radiofonii i telewizji oraz rozporządzeniach Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

Radio Łódź, powołane do wypełniania ustawowej misji, jednocześnie funkcjonuje w otoczeniu konkurencji rynkowej. To lokalne radia komercyjne, rozgłoszenie ponadregionalne i sieciowe, ogólnopolskie stacje radiowe, radia internetowe, portale i serwisy internetowe.

Lokalny rynek radiowy jest bardzo rozbudowany. W samej Łodzi jest kilkanaście stacji radiowych, a w regionie – silni nadawcy lokalni: w Sieradzu, Wieluniu, Piotrkowie Trybunalskim, Bełchatowie, Tomaszowie Mazowieckim, Skierniewicach i w Łowiczu. Mimo wyczerpujących się możliwości nadawania analogowego, Radiu Łódź przybyła konkurencja radiowa w Łodzi (Radio Wnet), w Kutnie (Radio Q), swój zasięg o częstotliwość w Opocznie poszerzyło łódzkie Radio Parada, a do rozstrzygnięcia przez KRRiT pozostaje konkurs ofert na radio o charakterze sportowo-muzycznym w Tomaszowie Mazowieckim. Do tego możliwe są zmiany właścicielskie wśród nadawców i rozwój radiofonii cyfrowej, w tym rozstrzygnięcie konkursu na lokalny multipleks DAB+ w Łodzi.

Radio Łódź jest rozgłośnią regionalną publicznego radia, co określa model programowy oraz odbiorców – służy społeczeństwu, dostarcza program radiowy o najwyższych standardach, kierując się zasadami rzetelności dziennikarskiej i uczciwości, wykorzystując nowoczesne technologie radiowe i internetowe. W dobie postępującego procesu konwergencji mediów Radio Łódź korzysta z nowych form świadczenia usług audialnych, z którymi musi konkurować tradycyjna radiofonia. Zwłaszcza, że pozwalają one dopasować przekaz do indywidualnych preferencji odbiorców. A radio musi odpowiadać na ich oczekiwania.

Prawie 90-letnia tradycja łódzkiej rozgłośni zobowiązuje do realizacji misji na najwyższym poziomie, wykorzystując tradycyjne metody dostarczania sygnału radiowego, zalety emisji cyfrowej w systemie DAB+, i tworząc przekaz w przestrzeni internetowej zgodnie z oczekiwaniami społecznymi wynikającymi z Ustawy o radiofonii i telewizji. Wartościami Radia Łódź są standardy etyczne, profesjonalizm, zaangażowanie w sprawy regionu, wysoka jakość audycji, realizacja tradycyjnego programu radiowego oraz dostarczania informacji w postaci tekstowej i wizualnej poprzez narzędzia internetowe, media społecznościowe oraz podcasty.

Strategią na najbliższe lata będzie realizacja misji w odniesieniu do rzeczywistych potrzeb słuchaczy, jak również zróżnicowanie oferty programowej z uwzględnieniem czynników demograficznych. Biorąc pod uwagę procesy starzenia się społeczeństwa i wyludniania miast, chyba najbardziej odczuwalne w stolicy regionu Łodzi, konieczne jest poszukiwanie nowych grup odbiorców, w tym poszerzenie dzisiejszej grupy docelowej „35+” o młodszych słuchaczy oraz dostosowanie formy programu do zmieniającego się modelu życia, na bardziej aktywny, i sposobu wykorzystania przez słuchaczy czasu wolnego, co wpływa na sposób słuchania radia i oczekiwania wobec niego.

W najbliższych latach Radio Łódź chce wyróżniać się spośród wszystkich stacji nadających w regionie:

- rzetelnością, wiarygodnością i różnorodnością przekazywanych informacji,
- obok funkcji informacyjnej, także kulturotwórczym, edukacyjnym, poradniczym i wreszcie rozrywkowym charakterem programu,
- pełnieniem roli radia obywatelskiego,
- realizowaniem ambitnych form radiowych (słuchowisk, audiobooków, reportaży, koncertów) z zachowaniem zasady komplementarności,
- produkcją audycji przyciągających masowego odbiorcę, obok programów specjalistycznych.

Przed Radiem Łódź stoi także wyzwanie i obowiązek dokończenia procesu digitalizacji zasobów archiwalnych, a następnie udostępnienie ich słuchaczom, dla których hasło „Radio Łódź moim radiem” nie będzie tylko przebrzmiałym sloganem.

Siedziba rozgłośni mieści się w Łodzi, radio ma także studio terenowe w Sieradzu, skąd od 2016 roku „rozszywa” program regionalny na pasmo lokalne dla Sieradza, Wielunia i Wieruszowa. W latach 2020-2024, które obejmuje projekt Karty Powinności, spółka planuje otworzyć nowe studia terenowe i uruchomić kolejne rozszycia programu w oparciu o zarezerwowane częstotliwości w Piotrkowie (106,7 MHz), Kutnie (105,8 MHz) i Łowiczu (106,5 MHz), a także w innych lokalizacjach, pod warunkiem ich dostępności w eterze. To pozwoli w pełni realizować projekt rozszycia lokalnych pasm programowych.

Radio Łódź prowadzi politykę programową uczestnicząc w życiu publicznym mieszkańców Łodzi i regionu łódzkiego. Dla wielu z nich jest źródłem informacji, miejscem wymiany poglądów pomiędzy obywatelami, władzą samorządową i rządową oraz organizacjami społecznymi i pozarządowymi. Rzetelnie i bezstronnie kształtuje i prezentuje opinie na temat zjawisk i wydarzeń zachodzących w Łodzi, regionie łódzkim, w kraju i na świecie. Promuje kulturę, edukację i rozrywkę na wysokim poziomie, dbając przy tym o własny wizerunek – rozgłośni wiarygodnej, opiniotwórczej, popularnej i nowoczesnej. Kieruje się zasadami etyki dziennikarskiej i odpowiedzialności za słowo. Dbą o kulturę wypowiedzi i poprawność językową.

Współpracuje z wieloma środowiskami, wspiera liczne wydarzenia i lokalne inicjatywy, które zapewniają rozwój regionu i jego mieszkańców. Dla Radia Łódź ważna jest też dbałość o tożsamość rozgłośni, tradycję i historię łódzkiej radiofonii. Radio działa na rzecz kultury i propagowania twórczości regionalnej i muzyki, dbałości o język polski, integracji społecznej i przeciwdziałania wszelkim wykluczeniom, w tym osób starszych i z niepełnosprawnościami.

Promuje nowe technologie, informuje o procesach zachodzących w gospodarce, w biznesie, jak również propaguje przedsięwzięcia dostosowane do wymogów cywilizacyjnych i technologicznych XXI wieku.

Radio Łódź, w ramach pełnionej misji nadawcy publicznego, w szczególny sposób wspiera lokalne autorytety życia publicznego: nagłaśnia i rozwiązuje problemy społeczne, reprezentuje interesy mieszkańców regionu, pomaga poznać historię oraz specyfikę regionu łódzkiego, tłumaczy mechanizmy działania instytucji publicznych w regionie.

Radio Łódź racjonalizuje koszty działalności spółki, optymalizuje pracę zespołu, stara się wykorzystać jak najlepiej jego potencjał, zachęca do uzupełniania wykształcenia i podnoszenia kwalifikacji, zachęca do udziału w szkoleniach i stażach, do korzystania ze stypendiów i grantów, zwłaszcza w dziedzinie nowych mediów, technologii, znajomości języków obcych, logopedii, emisji głosu i występów publicznych.

Dla wsparcia programów i innych przekazów medialnych Radio Łódź podejmuje działania o charakterze promocyjnym, których celem jest zarówno umacnianie marki i wizerunku, jak i reklamowanie własnego programu, poprzez obecność na imprezach plenerowych, udział w akcjach charytatywnych i plebiscytach, organizację koncertów i spotkań autorskich połączonych z promocją twórczości młodych artystów i debiutantów. Patronuje również wydarzeniom kulturalnym i festiwalom. Radio Łódź współpracuje promocyjnie z instytucjami samorządowymi i kulturalnymi oraz firmami prywatnymi (umowy barterowe), a także organizuje wycieczki i warsztaty dla dzieci i młodzieży.

Działalność promocyjna ma na celu poprawę rozpoznawalności marki Radia Łódź, i pośrednio przyczynić się do wzrostu słuchalności i zasięgu oddziaływania radia. A to może przełożyć się na pozycję handlową spółki, jej bieżące funkcjonowanie, działalność statutową, realizację ustawowych zadań zarówno misyjnych, jak i komercyjnych.

## **II. Programy radiowe tworzone przez „Radio Łódź” S.A. w latach 2020 – 2024**

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

Podstawowym celem działalności Radia Łódź S.A. będzie realizacja zadań nadawcy publicznego w zakresie tworzenia i rozpowszechniania programu o charakterze regionalnym, produkcji i emisji audycji, których słuchacze nie znajdą u innych nadawców, 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.

### **„Radio Łódź - moim radiem”**

Główny program Radia Łódź jest nadawany w technologii analogowej FM, poprzez sieć czterech nadajników w paśmie UKF. Dociera do słuchaczy na terenie województwa łódzkiego oraz sąsiadujących miejscowości. Zawiera wszystkie wymagane misyjnym charakterem, zadania i powinności mediów publicznych (art. 21 ust. 1, 1a, 2, art. 22, 23, 23a).

Pasma programowe, audycje i cykle są 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 i autopromocyjnych. Program pod nazwą „Radio Łódź – moim radiem” jest nadawany równolegle, w całości w technologii cyfrowej DAB+.

Priorytetem działalności w najbliższych latach będzie dostarczanie słuchaczom z Łodzi i regionu, szybkiej, sprawdzonej, rzetelnej informacji o najważniejszych wydarzeniach lokalnych i globalnych; poszerzonej o komentarze i publicystykę, z wykorzystaniem lokalnych autorytetów z różnych dziedzin życia społeczno-politycznego. Istotną będzie edukacja obywatelska, dyskusja o sprawach publicznych oraz aktualnych problemach i wyzwaniach współczesnego świata, jak również budowanie świadomości narodowej i lokalnego patriotyzmu.

Radio planuje audycje o charakterze poradnikowym, ułatwiające korzystanie z najnowszych rozwiązań cyfrowych, nowych technologii, zachęcające do dbałości o środowisko naturalne, do zdrowego trybu życia i do aktywności fizycznej; przeciwdziałające dyskryminacji i wykluczeniu społecznemu; wspierające więzy rodzinne, poczucie wspólnoty, promujące postawy patriotyczne, jak również umacniające chrześcijański system wartości oparty na uniwersalnych zasadach etyki.

### III. Minimalne udziały głównych kategorii audycji w poszczególnych programach Radia Łódź 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 Łódź, 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) 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 ogłoszeń nadawcy.

<b>„Radio Łódź- moim radiem” - program regionalny</b>					
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>INFORMACJA</b>					
Udział (nie mniej niż)	10%	9%	8%	9%	8%
<b>PUBLICYSTYKA</b>					
Udział (nie mniej niż)	5%	6%	7%	6%	5%
<b>KULTURA</b>					
Udział (nie mniej niż)	8%	7%	8%	7%	6%
<b>EDUKACJA</b>					
Udział (nie mniej niż)	5%	4%	6%	5%	6%
<b>SPORT</b>					
Udział (nie mniej niż)	3%	2%	3%	2%	3%
<b>ROZRYWKA</b>					
Udział (nie mniej niż)	36%	38%	39%	37%	36%
<b>POZOSTAŁE ELEMENTY PROGRAMU</b>					
Udział (nie mniej niż)	2%	2%	2%	2%	2%
Sposób ich oferowania w ramach innych usług	Wybrane audycje będą dostępne w formie podcastów na stronie internetowej. Niektóre treści zostaną wzbogacone o zdjęcia, relacje i opisy tekstowe (np. sprawozdania „minuta po minucie”) oraz materiały i transmisje wideo, publikowane w portalu radia oraz w mediach społecznościowych.				

## medialnych

Program „Radio Łódź – moim radiem” jest planowany we wszystkich latach obowiązywania karty powinności. Szczegółowe zestawienie kosztów tworzenia i nadawania zawiera poniższa tabela.

Źródła finansowania [tys zł]	2020	2021	2022	2023	2024
Abonament lub inne źródła finansowania działalności misyjnej (rekompensata)	12 710,00	13 091,30	13 484,04	13 753,72	14 028,79
Koszty rozpowszechniania	820,00	840,00	890,00	900,00	900,00
Środki własne	0	0	0	0	0
<b>RAZEM</b>	<b>13 530,00</b>	<b>13 931,30</b>	<b>14 374,04</b>	<b>14 653,72</b>	<b>14 928,79</b>

### Radio Łódź Extra (planowany program o charakterze wyspecjalizowanym, w technologii DAB+ )

Nazwa Radio Łódź Extra jest obecnie wykorzystywana podczas uruchamiania okazjonalnych programów i transmisji internetowych dostępnych na stronie [www.radiolodz.pl](http://www.radiolodz.pl) oraz poprzez aplikację mobilną Radia Łódź. W 2020 roku zaplanowano koszty funkcjonowania kanału na poziomie 164 tys. zł., ze źródeł abonamentowych.

Radio Łódź Extra (kanał internetowy)	2020
Źródła finansowania [tys zł]	
Abonament lub inne źródła finansowania działalności misyjnej	164,00
Środki własne	0
<b>RAZEM</b>	<b>164,00</b>

Pod tą samą nazwą planowane jest uruchomienie wyspecjalizowanego programu o charakterze kulturalnym nadawanym w technologii cyfrowej DAB+.

W okresie obowiązywania niniejszej karty powinności, Radio Łódź zamierza poszerzyć ofertę programową o wyspecjalizowany program o charakterze kulturalnym, określony w art. 21 ust. 1a pkt 1 i 2. z wyjątkiem roku 2020, który planujemy przeznaczyć na przeprowadzenie niezbędnych inwestycji potrzebnych do uruchomienia programu wyspecjalizowanego.

Uruchomienie nowego programu oznacza dla Radia Łódź konieczność adaptacji i doposażenia studia emisyjnego, zakupu oprogramowania, dodatkowych wydatków na pokrycie kosztów produkcji programu i promocji radia cyfrowego.

W ofercie Radia Łódź Extra rozgłośnia zakłada znaczący udział w programie rocznym, w godzinach 6.00 - 23.00 tematyki kulturalnej (70% udziału audycji realizujących specjalizację, z podziałem: 30% słowa i 40% muzyki) z elementami sztuki, w tym sztuki wizualnej, teatru, literatury i kina. Oferta programowa będzie wzbogacona o transmisje wydarzeń kulturalnych, studia festiwalowe, koncerty, w tym koncerty „na żywo”. Elementami programu realizującymi specjalizację, będą audycje z kategorii informacji, kultury, edukacji i rozrywki. Wzbogacone o elementy promocji, w tym propagowania technologii radia cyfrowego. Program adresowany będzie do słuchaczy zainteresowanych kulturą i sztuką. Docelowo program będzie całodobowy z wykorzystaniem audycji archiwalnych, w tym twórczości orkiestry PR i TV w Łodzi, koncertów nagranych w studiu muzycznym Radia Łódź. Dopełnieniem charakteru wyspecjalizowanego w programie „Radia Łódź Extra” będzie starannie dobrana muzyka, różnorodna gatunkowo (jazz, soul, chillout, hip-hop, rock alternatywny), muzyka ilustracyjna i filmowa. Oferta muzyczna uwzględni zapisy art. 15 ust. 2 Ustawy o radiofonii i telewizji, z planowanym 33% miesięcznym udziałem utworów słowno muzycznych w języku polskim. Z tego co najmniej 60% w godzinach 5.00 - 24.00.

<b>Program wyspecjalizowany o charakterze kulturalnym – Radio Łódź Extra</b>					
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>INFORMACJA (kategoria audycji realizująca specjalizację w godzinach nadawania 6.00-23.00)</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	2%	2%	2%	2%
<b>KULTURA (kategoria audycji realizująca specjalizację w godzinach nadawania 6.00-23.00)</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	27%	30%	33%	35%
<b>EDUKACJA (kategoria audycji realizująca specjalizację w godzinach nadawania 6.00-23.00)</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	1%	1%	1%	1%
<b>ROZRYWKA (kategoria audycji realizująca specjalizację w godzinach nadawania 6.00-23.00)</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	38%	35%	32%	30%
<b>POZOSTAŁE ELEMENTY PROGRAMU</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	1%	1%	1%	1%
Sposób ich oferowania w	Wybrane audycje będą dostępne w formie podcastów na stronie internetowej. Niektóre treści zostaną wzbogacone o zdjęcia, relacje i opisy				



ramach innych tekstowe (np. sprawozdania „minuta po minucie”) oraz materiały usług i transmisje wideo, publikowane w portalu radia oraz w mediach medialnych społecznościowych.

**Program „Radio Łódź Extra” (DAB+) jest planowany w latach 2021-2024.** Szczegółowe zestawienie kosztów tworzenia i nadawania programu zawiera poniższa tabela. Rok 2020 obejmuje tylko koszty nadawania programu regionalnego Radia Łódź S.A. w technologii DAB+

Źródła finansowania [tys zł]	2020	2021	2022	2023	2024
Abonament lub inne źródła finansowania działalności misyjnej	136,00 (DAB+)	370,00 (DAB+) +168,92 (RŁ Ex.)	380,00 (DAB+) +173,99 (RŁ Ex.)	390,00 (DAB+) +177,47 (RŁ Ex.)	390,00 (DAB+) +181,02 (RŁ Ex.)
Środki własne	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>RAZEM</b>	<b>136,00</b>	<b>538,92</b>	<b>553,99</b>	<b>567,47</b>	<b>571,02</b>

#### **„Radio Łódź nad Wartą” (Sieradz, Wieluń, Wieruszów)**

Pasmo lokalne regionalnego programu Radia Łódź dla Sieradza, Wielunia i Wieruszowa. Program nadawany w wybranych godzinach (rozszerzenie anteny) w technologii analogowej FM, na częstotliwościach w pasmie UKF w Sieradzu, Wieluniu i Wieruszowie. Program zawiera elementy informacji, publicystyki, kultury, sportu i rozrywki. Tworzony przez dziennikarzy Radia Łódź w studiu terenowym w Sieradzu. Jednym z najważniejszych jego założeń jest integracja mieszkańców regionu z Łodzią, z zachowaniem ich odrębności i lokalnego charakteru wydarzeń społeczno-politycznych i kulturalnych w ośrodkach miejskich objętych zasięgiem nadawania.

<b>„Radio Łódź nad Wartą” (Sieradz, Wieluń, Wieruszów)</b>					
	2020	2021	2022	2023	2024
<b>INFORMACJA</b>					
Udział (nie mniej niż)	33%	33%	35%	35%	38%
<b>PUBLICYSTYKA</b>					
Udział (nie mniej niż)	3%	2%	3%	2%	3%
<b>KULTURA</b>					
Udział	4%	3%	2%	3%	2%

(nie mniej niż)					
<b>EDUKACJA</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	1%	2%	1%	2%
<b>SPORT</b>					
Udział (nie mniej niż)	1%	1%	1%	1%	1%
<b>ROZRYWKA</b>					
Udział (nie mniej niż)	30%	35%	35%	38%	38%
<b>POZOSTAŁE ELEMENTY PROGRAMU</b>					
Udział (nie mniej niż)	1%	1%	2%	2%	2%
Sposób ich oferowania w ramach innych usług medialnych	Wybrane audycje będą dostępne w formie podcastów na stronie internetowej. Niektóre treści zostaną wzbogacone o zdjęcia, relacje i opisy tekstowe (np. sprawozdania „minuta po minucie”) oraz materiały i transmisje wideo, publikowane w portalu radia oraz w mediach społecznościowych.				

Program pod nazwą „Radio Łódź nad Wartą” jest planowany we wszystkich latach obowiązywania karty powinności. Szczegółowe zestawienie kosztów tworzenia i nadawania zawiera poniższa tabela.

Źródła finansowania [tys zł]	2020	2021	2022	2023	2024
Abonament lub inne źródła finansowania działalności misyjnej	940,00	813,70	838,11	863,25	889,15
W tym koszty rozpowszechniania	60,00	60,00	60,00	70,00	70,00
Środki własne	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>RAZEM</b>	<b>1 000,00</b>	<b>873,70</b>	<b>898,11</b>	<b>933,25</b>	<b>959,15</b>

Radio Łódź zakłada utworzenie kolejnych dwóch studiów regionalnych w Piotrkowie Trybunalskim i Skierniewicach, ujęte w planach inwestycyjnych spółki oraz rozszycia lokalnego programu radiowego. W Piotrkowie Trybunalskim w latach 2022-2024, a w Skierniewicach - od roku 2024.

**Pasma lokalne regionalnego programu Radia Łódź dla Piotrkowa Tryb.**

Radio Łódź - rozszycie programu regionalnego - pasmo lokalne Piotrków Trybunalski					
	2020	2021	2022	2023	2024
<b>INFORMACJA</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	25%	35%	38%
<b>PUBLICYSTYKA</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	2%	2%	3%
<b>KULTURA</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	1%	3%	2%
<b>EDUKACJA</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	1%	2%
<b>SPORT</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	1%	1%	1%
<b>ROZRYWKA</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	38%	38%
<b>POZOSTAŁE ELEMENTY PROGRAMU</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	2%	2%
Sposób ich oferowania w ramach innych usług medialnych	Wybrane audycje będą dostępne w formie podcastów na stronie internetowej. Niektóre treści zostaną wzbogacone o zdjęcia, relacje i opisy tekstowe (np. sprawozdania „minuta po minucie”) oraz materiały i transmisje wideo, publikowane w portalu radia oraz w mediach społecznościowych.				

Szczegółowe zestawienie kosztów tworzenia i nadawania programu lokalnego w Piotrkowie Trybunalskim w rozbiciu na źródła finansowania, zawiera poniższa tabela:

Źródła finansowania [tys zł]	2022	2023	2024
Abonament lub inne źródła finansowania działalności misyjnej	570,00	620,00	635,00
W tym koszty rozpowszechniania	55,00	60,00	60,00
Środki własne	0,00	0,00	0,00
<b>RAZEM</b>	<b>625,00</b>	<b>680,00</b>	<b>695,00</b>

**Pasmo lokalne regionalnego programu Radia Łódź dla Skierniewic.**

Radio Łódź - rozszycie programu regionalnego - pasmo lokalne Skierniewice					
	2020	2021	2022	2023	2024
<b>INFORMACJA</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	25%
<b>PUBLICYSTYKA</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	2%
<b>KULTURA</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	1%
<b>EDUKACJA</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	-
<b>SPORT</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	1%
<b>ROZRYWKA</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	-
<b>POZOSTAŁE ELEMENTY PROGRAMU</b>					
Udział (nie mniej niż)	-	-	-	-	-
Sposób ich oferowania w ramach innych usług	Wybrane audycje będą dostępne w formie podcastów na stronie internetowej. Niektóre treści zostaną wzbogacone o zdjęcia, relacje i opisy tekstowe (np. sprawozdania „minuta po minucie”) oraz materiały i transmisje wideo, publikowane w portalu radia oraz w mediach				

**Szczegółowe zestawienie kosztów tworzenia i nadawania programu lokalnego w Skierniewicach w rozbiciu na źródła finansowania, zawiera poniższa tabela**

Źródła finansowania [tys zł]	2024
Abonament lub inne źródła finansowania działalności misyjnej	570,00
W tym koszty rozpowszechniania	60,00
Środki własne	0,00
<b>RAZEM</b>	<b>630,00</b>

W celu realizacji zadań związanych z misją nadawcy publicznego Radio Łódź planuje kontynuację i rozwijanie współpracy z regionalnym oddziałem Telewizji Polskiej w Łodzi, na podstawie porozumienia zawartego w 2016 roku o wzajemnych przedsięwzięciach programowych i promocyjnych w zakresie produkcji programów publicystycznych, z przedstawianiem stanowisk partii politycznych, organizacji związków zawodowych i związków pracodawców w węzłowych sprawach publicznych (zgodnie z Rozporz. z dn 24.IV 2003 r. z późn. zm.), debat przedwyborczych i wieczorów wyborczych oraz innych programów. Przewidujemy także wymianę programową (reportaże, słuchowiska), wspólną produkcję audycji, koncertów, transmisji sportowych, kampanie promocyjne i społeczne z innymi rozgłościami regionalnymi Polskiego Radia oraz Polskim Radiem S.A.

Uzupełnieniem treści zawartych we wszystkich programach tworzonych przez Radio Łódź są dodatkowe usługi medialne udostępniane szerokiemu gronu odbiorców. Stanowią je podstrony dedykowane poszczególnym formom antenowym publikowane na stronie internetowej [www.radiolodz.pl](http://www.radiolodz.pl), a także wpisy i materiały wideo zamieszczane w mediach społecznościowych (Facebook, Twitter oraz YouTube) służące również promocji programu i poszczególnych audycji. Dodatkowe wsparcie dla programów stanowi aplikacja mobilna dostępna na smartfony i tablety pracującą pod kontrolą systemów operacyjnych iOS i Android, prezentująca treści dostępne na stronie internetowej [www.radiolodz.pl](http://www.radiolodz.pl), filmy, galerie zdjęć oraz udostępniająca inne użyteczne funkcjonalności.

## **IV. Usługi medialne świadczone przez Radio Łódź w latach 2020 – 2024**

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

### **Strona internetowa radiolodz.pl**

Pierwsza wersja strona internetowej Radia Łódź pojawiła się w sieci w 1998 roku, obecnie funkcjonujący portal internetowy został uruchomiony w 2014 roku. Publikowane w nim informacje to istotny element realizacji strategii Radia Łódź.

Radiolodz.pl to przede wszystkim portal informacyjny tworzony przez zespół dziennikarzy Radia Łódź, w którym na bieżąco publikowane są informacje z regionu łódzkiego, a także z kraju i ze świata. Udostępniane są w nim treści realizujące misję radia publicznego z zakresu informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, przetworzone i uzupełnione pod kątem specyfiki komunikacji w nowych mediach. Z uwagi na ograniczony dostęp do informacji agencyjnych, a także multimedialnych (zdjęć i filmów), dziennikarze redagujący portal publikują jedynie informacje o najważniejszych i najistotniejszych wydarzeniach o charakterze ponadregionalnym.

Strona jest także wizytówką radia i pełni funkcje promocyjne. Zamieszczane są na niej również wybrane audycje w formie podcastów uzupełniane o treści multimedialne.

Strona służy również informowaniu o zawartości programów, zapowiedzi i promocji audycji i innych działań poza programowych podejmowanych przez rozgłośnie. Zgodnie z wymaganiami ustawowymi zawiera Biuletyn Informacji Publicznej.

Korzystając ze strony radiolodz.pl można słuchać programu Radia Łódź i Radia Łódź Nad Wartą. Uruchamiany okazjonalnie kanał internetowy Radio Łódź Extra pozwala na odbiór audycji specjalnych, transmisji z ważnych wydarzeń sportowych, politycznych i społecznych.

Portal Radia Łódź ma wydajny, choć stworzony przed kilkoma laty system zarządzania treścią, czyli tzw. CMS. Utrzymanie serwisu spoczywa na zewnętrznym dostawcy, który korzysta z autorskiego rozwiązania do tworzenia i administrowania stronami internetowymi. Dla rozgłośni stanowi to utrudnienie, ponieważ wszelkie zmiany i modyfikacje muszą być wcześniej ustalane i kosztorysowane. Ten proces usprawniłby zatrudniony w spółce administrator.

Z serwisu radiolodz.pl może korzystać szeroka grupa odbiorców. Portal jest responsywny, czytelny i przejrzysty, dostępny na wszystkich nowoczesnych platformach, niezależnie od tego, czy użytkownik łączy się przez komputer stacjonarny, tablet lub smartfon.

Radio Łódź, 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.

Radio Łódź planuje rozbudowę strony i szereg dodatkowych multimedialnych inwestycji.

- Dodanie nowych funkcjonalności, np. oglądania produkcji multimedialnych bezpośrednio ze strony głównej portalu, w tym przekazu na żywo ze studia emisyjnego, uruchamianego podczas wybranych audycji.
- Rozszerzenie oferty dostępnych podcastów o możliwość odsłuchiwania serwisów informacyjnych. Po renegotjowaniu i podpisaniu umów z organizacjami zbiorowego zarządzania prawami autorskimi Radio Łódź planuje zwiększyć liczbę publikowanych podcastów, o utwory muzyczne.
- Tworzenie multimedialnych serwisów informacyjnych, w oparciu o materiały audio i wideo.
- Z uwagi na to, że strona Radia Łódź w niewielkim stopniu zawiera udogodnienia zgodne ze standardami WCAG 2.0, czyli rozwiązaniami dla osób niedowidzących, niedosłyszących lub z innych powodów zagrożonych wykluczeniem cyfrowym, Radio Łódź planuje dostosowanie swojej witryny do ww. standardów.
- Funkcjonowanie Radia Łódź Nad Wartą i tworzenie przez nich treści radiowych i multimedialnych wymusza na twórcach strony radiolodz.pl konieczność rozbudowy. Aktualnie funkcjonuje dość prowizoryczna zakładka nadwarta.radiolodz.pl, która kieruje na podstronę zawierającą informacje przygotowywane przede wszystkim przez dziennikarzy ze studia regionalnego w Sieradzu. Przygotowana jest już wstępna koncepcja rozbudowy strony internetowej o dodatkowe tzw. „kanały” dla potrzeb Radia Łódź Nad Wartą i Radia Łódź Extra, a w przyszłości także dla studiów regionalnych w Skierniewicach i Piotrkowie Trybunalskim. Konieczna jest zatem gruntowna rozbudowa portalu.
- Po dokończeniu digitalizacji wszystkich zasobów dźwiękowych znajdujących się w zasobach archiwalnych Radia Łódź, rozgłośnia planuje uruchomić na stronie radiolodz.pl możliwość wyszukiwania i odsłuchiwania programów archiwalnych.

### **Aplikacja mobilna**

Radio Łódź udostępnia odbiorcom swoich programów oraz innych przekazów medialnych aplikację na smartfony i tablety współpracującą z systemami operacyjnymi iOS i Android. Poprzez aplikację prezentowane są treści dostępne na stronie internetowej radiolodz.pl, (wiadomości, sport, kultura, muzyka) oraz galerie zdjęć. Za pośrednictwem aplikacji można skontaktować się z redakcją oraz skorzystać z dostępu do serwisów społecznościowych Facebook i Twitter.

## **Media społecznościowe**

Radio Łódź jest obecne w następujących mediach społecznościowych: Facebook, Twitter, Instagram i YouTube. Media te wykorzystywane są do promocji informacji publikowanych na stronie www, a także audycji nadawanych w poszczególnych programach, jak również akcji organizowanych i współorganizowanych przez Radio Łódź lub objętych patronatem.

Media społecznościowe to dodatkowy kanał komunikacji ze słuchaczami i odbiorcami strony internetowej. Komentowane są tu artykuły, zgłaszane propozycje tematów, przesyłane pytania dotyczące audycji i playlisty.

### **Facebook**

Radio Łódź prowadzi na Facebooku (tzw. Facebook Page), strony: Radia Łódź, Radia Łódź Nad Wartą, studia koncertowego im. H. Debicha (jako Debich Studio), jak również strony Listy Przebojów Radia Łódź i Expresowych Sesji Nagraniowych w Radiu Łódź.

### **Twitter**

Radio prowadzi również konto w serwisie Twitter. Ze względu na swoją specyfikę to medium jest dobrym narzędziem udostępniania informacji newsowych i drogowych. Konto to jest również wykorzystywane dla promowania ważnych dla rozgłośni wydarzeń lub promowania audycji.

### **Instagram**

Najciekawsze zdjęcia z wydarzeń prezentowanych w Radiu Łódź i na stronie internetowej publikowane są w serwisie Instagram.

### **YouTube**

Radio Łódź prowadzi kanał w serwisie YouTube, który pełni funkcję repozytorium. Znajdują się tam niemal wszystkie treści wideo powstające na zlecenie spółki. Materiały znajdujące się w serwisie YouTube są publikowane na stronie internetowej rozgłośni. Korzystają z nich również odbiorcy, którzy nie są czytelnikami serwisu internetowego Radia Łódź.



Usługi medialne świadczone przez Radio Łódź w latach 2020 – 2024 (o których mowa w art. 21 ust. 1a pkt 2a) są planowane do tworzenia i utrzymania we wszystkich latach obowiązywania karty powinności. Szczegółowe zestawienie kosztów ww. usług zawiera poniższa tabela.

Źródła finansowania [tys zł]	2020	2021	2022	2023	2024
Abonament lub inne źródła finansowania działalności misyjnej (rekompensata)	780,00	803,40	827,50	844,05	860,93
Środki własne	0	0	0	0	0
<b>RAZEM</b>	<b>780,00</b>	<b>803,40</b>	<b>827,50</b>	<b>844,05</b>	<b>860,93</b>

#### Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych

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

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

Szczegółowe zestawienie kosztów zawiera poniższa tabela.

Źródła finansowania [tys zł]	2020	2021	2022	2023	2024
Abonament lub inne źródła finansowania działalności misyjnej	175	178,50	182,07	185,71	189,43
Środki własne	0	0	0	0	0
<b>RAZEM</b>	<b>175</b>	<b>178,50</b>	<b>182,07</b>	<b>185,71</b>	<b>189,43</b>



## Archiwizacja i digitalizacja zasobów dźwiękowych

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

**Radio Łódź planuje dokończenie procesu dygitalizacji zasobów dźwiękowych w latach 2020-2021.**

Szczegółowe zestawienie kosztów zawiera poniższa tabela.

Źródła finansowania [tys zł]	2020	2021	2022	2023	2024
Abonament lub inne źródła finansowania działalności misyjnej	45	45	-	-	-
Środki własne	0	0	-	-	-
<b>RAZEM</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

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

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

## I. Działania promocyjne

W latach 2020-2024 zaplanowano szereg akcji reklamowo-promocyjnych, których celem jest zarówno umacnianie marki i wizerunku Radia Łódź, jak i promocja programu nadawanego przez rozgłośnię. **Wyjątkiem może być 2020 rok, w którym plany związane z działalnością reklamową i promocyjną zostaną ograniczone, z uwagi na skutki epidemii koronawirusa SARS-CoV-2 i towarzyszący jej kryzys.**

Plan działań promocyjnych przewiduje m.in:

### 1. Organizację imprez plenerowych (maj – wrzesień)

założenia:

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

realizacja:

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

źródła finansowania: środki zleciodawców, organizatorów, sponsoring.

### 2. Organizację innych akcji zewnętrznych Radia

- Plebiscytu „Łodzianin Roku” (wybór osób aktywnie działających na rzecz Łodzi, promujących miasto, postawę prospołeczną),
- Gwiazdki Radia Łódź i Przyjaciół (akcja charytatywna wspierająca dzieci z ubogich rodzin),
- Letnie Studio Radia Łódź – emisja programu z plenerowego studia usytuowanego w miejscach najczęściej odwiedzanych przez łodzian (okres wakacyjny: miesiące lipiec - sierpień 2020-2024 roku), promocja walorów historycznych i turystycznych regionu łódzkiego, udział w programie przedstawicieli lokalnych społeczności.

źródło finansowania: środki pozyskanie od lokalnych samorządów i sponsorów.

### 3. Organizacja koncertów w Studiu im. Henryka Debicha

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

#### **4. Konkursy antenowe, nagrody dla słuchaczy**

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

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

źródło finansowania: umowy barterowe zawierane z kontrahentami Radia Łódź.

#### **5. Reklama Radia**

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

#### **6. Inne działania promocyjne/patronaty**

- obecność Radia podczas prestiżowych imprez i festiwali na terenie województwa łódzkiego, patronaty medialne, współorganizacja, wizualizacja, logotypy w materiałach promocyjnych (Forum Kina Europejskiego Cinergia, Międzynarodowy Festiwal Producentów Muzycznych Soundedit, Międzynarodowy Festiwal Filmowy Transatlantyk, Wyścig Kolarski "Solidarności" i Olimpijczyków, Festiwalu Mediów Człowiek w Zagrożeniu, Festiwal Łódź Czterech Kultur),
- współpraca z instytucjami i prywatnymi firmami (umowy barterowe),
- organizacja wycieczek i warsztatów dla dzieci i młodzieży,
- produkcja i zakup gadżetów promocyjnych dystrybuowanych podczas imprez plenerowych oraz dla klientów i partnerów.

## II. Przychody i koszty działalności reklamowej i promocyjnej:

Przychody z działalności reklamowo-promocyjnej założono na poziomie corocznego 3% wzrostu w stosunku do wykonania. Z wyjątkiem 2020 roku, w którym plany związane z działalnością reklamową i promocyjną zostaną ograniczone, z uwagi na skutki epidemii koronawirusa SARS-CoV-2 i towarzyszący jej kryzys.

Przychody z działalności reklamowo-promocyjnej					
	2020	2021	2022	2023	2024
Sprzedaż własna	350 000 zł*	871 000 zł	897 000 zł	924 000 zł	952 000 zł
Sprzedaż agencji	80 000 zł*	169 000 zł	174 000 zł	179 000 zł	184 500 zł
Przychody ze sprzedaży w barterze	120 000 zł*	257 000 zł	265 000 zł	272 000 zł	281 000 zł
<b>RAZEM</b>	<b>550 000 zł*</b>	<b>1 297 000 zł</b>	<b>1 336 000 zł</b>	<b>1 375 000 zł</b>	<b>1 417 500 zł</b>

\* przychody zmniejszone z uwagi na kryzys związany z epidemią koronawirusa SARS-CoV-2

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

### Materiały i działania promocyjne

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

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

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

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

### ***„Rozwijanie kontaktów z odbiorcami programów oraz usług oferowanych przez nadawców, przy pomocy środków porozumiewania się na odległość”***

Spółka w latach 2020-2024 będzie wykorzystywała do kontaktu z odbiorcami dotychczasowe narzędzia komunikacji: program regionalny Radio Łódź S.A., rozszycie pasm lokalnych w Sieradzu, Wieluniu i Wieruszowie pod nazwą „Radio Łódź nad Wartą”, planowane kolejne rozszycia w Piotrkowie Trybunalskim i Skierniewicach, wzbogacenie oferty programowej o uruchomienie programu wyspecjalizowanego w technologii DAB+ o charakterze kulturalnym, połączone z promocją radia cyfrowego, udostępnianie treści programowych za pośrednictwem nowych mediów, rozwój strony internetowej, wzbogacanie jej o podcasty, z zapisem audycji słowno-muzycznych, udostępnianie zasobów archiwalnych, produkcje treści audio-wideo, wraz z przekazem „na żywo” ze studia emisyjnego. Spotkania bezpośrednio ze słuchaczami, poprzez akcje promocyjne, wydarzenia artystyczne, dni otwarte. Kontakt telefoniczny, e-mailowy, zbieranie opinii w sondach internetowych, badaniach jakościowych, interakcje w portalach społecznościowych i wszelkie nowe formy aktywności antenowej i pozantenowej.

### ***„Budowa lub eksploatacja nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych oraz innych urządzeń służących do dostarczania programów, i usług, oraz rozwijania kontaktów”***

Program regionalny „Radia Łódź S.A.” emitowany jest naziemnie z nadajnika w Łodzi 99,2 FM. Spółka rozszerza program na pasmo lokalne w Sieradzu z nadajnika 96,7 FM, w Wieluniu (101,5 FM) oraz w Wieruszowie (104 FM). Dodatkowo retransmituje program regionalny w technologii cyfrowej DAB+ na 178,352 MHz. Program regionalny i pasmo lokalne emitowane są w postaci strumieni audio w internecie i aplikacji mobilnej. Dodatkowo okazjonalnie uruchamia kanał internetowy Radio Łódź Extra. W latach 2020-24 planowany jest rozwój technologii cyfrowej i uruchomienie nowego programu wyspecjalizowanego w technologii DAB+, rozwój rozszycia programu regionalnego o kolejne pasma lokalne, z wykorzystaniem zarezerwowanych już częstotliwości w Piotrkowie Trybunalskim (106,7 MHz), Kutnie (105,8 MHz) i Łowiczu (106,5 MHz), oraz pozyskaniu nowych. We współpracy z Polskim Radiem S.A. łódzka rozgłośnia będzie uczestniczyć w rozbudowie sieci nadawczej radia cyfrowego, w procesie poszerzenia zasięgu nadawania, oraz tworzeniu i rozwoju usług dodatkowych na platformie cyfrowej DAB+ i ich promocji.

We własnym zakresie będzie rozwijać dostępność usług dla słuchaczy w internecie i aplikacji mobilnej oraz umożliwi korzystanie z treści audiowizualnych, zgodnie z zapotrzebowaniem odbiorców na multimedia.

***„Prowadzenie działalności w zakresie nabywania, przygotowywania, produkcji lub koprodukcji audycji innych materiałów na potrzeby programów oraz usług”***

Program Radia Łódź przygotowują pracownicy, współpracownicy oraz producenci zewnętrzni. Spółka współpracuje z Polskim Radiem S.A. rozgłośniami regionalnymi, łódzkim ośrodkiem TVP S.A. i Polską Agencją Prasową w zakresie produkcji i koprodukcji audycji i innych materiałów na potrzeby programu radiowego oraz innych usług medialnych. W latach 2020-2024 rozgłośnia planuje kontynuować i rozwijać współpracę przy tworzeniu, serwisów informacyjnych, audycji, płyt, audiobooków, reportaży, słuchowisk, koncertów, materiałów multimedialnych z wyżej wymienionymi podmiotami.

***„Prowadzenie działalności w zakresie zachowywania, ochrony, konserwacji i uzupełniania zbiorów audycji i innych materiałów nabytych lub wytworzonych na potrzeby programów oraz usług”***

Radio Łódź współpracuje z Archiwum Państwowym w Łodzi. Dysponuje zasobami archiwalnymi, które przechowuje, uzupełnia o nowe treści i w ograniczonym zakresie upowszechnia je odbiorcom. Posiada narzędzia do cyfrowej archiwizacji i kończy proces digitalizacji zbiorów. W latach 2020-2024 planuje przekazać w całości do AP oryginalne nośniki (taśmy magnetyczne), a ich cyfrowe kopie udostępnić w ramach projektu Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych.

***„Popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu”***

Wypełniając misję nadawcy publicznego Radio Łódź od początku swojej działalności wspiera twórczość artystyczną, literacką, naukową oraz działalność oświatową i działalność w zakresie sportu. W latach 2020-2024 planuje współpracę z łódzkimi teatrami przy tworzeniu słuchowisk, audycji dokumentalnych i salonów poetyckich. Radio stawia na promocję czytelnictwa ze szczególnym uwzględnieniem publikacji o Łodzi i regionie, które we



fragmentach prezentuje w swoich programach i nowych mediach. Nadal będzie wspierać lokalnych artystów, promując ich twórczość, organizując i patronując wydarzeniom artystycznym, koncertom i wydawnictwom, z uwzględnieniem debiutantów. W latach obowiązywania karty powinności będzie stale współpracować z uczelniami wyższymi prezentując ich dorobek naukowy, zachęcając młodych odbiorców do edukacji, udostępniając radiową antenę do promocji działań uczelnianych i najnowszych trendów technologicznych. Zamierza towarzyszyć sukcesom i porażkom lokalnych sportowców, wychodzić naprzeciw oczekiwaniom kibiców oferując transmisje i relacje z wydarzeń sportowych (audialne, wizualne i tekstowe) zachęcając w swoich programach i za pośrednictwem innych usług medialnych do aktywności ruchowej i promowania amatorskiego sportu.

### ***„Upowszechnianie wiedzy o języku polskim”***

Dziennikarze rozgłośni w codziennej pracy zwracają szczególną uwagę na dbałość o kulturę słowa, formę i poprawność wypowiedzi swoją i rozmówców. O języku polskim rozmawiamy i będziemy mówić na co dzień, z ekspertami, polonistami i filologami. Przekazujemy wiedzę z zakresu poprawnej polszczyzny, proponujemy porady z uwzględnieniem językowych regionalizmów, z przypomnieniem znaczenia słów, które wypadły z użycia i prezentacją nowych form językowych, pojawiających się w dobie internetu.

### ***„Uwzględnianie potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym, w tym emitowanie programów informacyjnych w językach mniejszości narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym”***

Do tej pory w zasięgu nadawania Radia Łódź nie było mniejszości narodowych i etnicznych, posługujących się własnym językiem. Mając na uwadze misję nadawcy publicznego i potrzeby zmieniającego się świata, otwarcia granic i rynków pracy, faktu obecności w Polsce coraz większej liczby cudzoziemców, rozgłośnia rozważa w kolejnych latach swojej działalności wzbogacenie oferty programowej o treści dedykowane tym grupom społecznym.

### ***„Upowszechnianie edukacji medialnej”***

Jedną z form edukacji medialnej, która Radio Łódź planuje kontynuować, jest współpraca z uczelniami wyższymi przy tworzeniu audycji radiowej adresowanej do studentów, prowadzonej przez adeptów dziennikarstwa. Kolejną okazją do poznawania radia jako nowoczesnego medium, są wycieczki szkolne i zwiedzanie rozgłośni. W programie dziecięcym radio opisuje świat widziany oczami najmłodszych. To jedna z bardziej popularnych audycji o charakterze interaktywnym. Do upowszechniania edukacji medialnych rozgłośnia będzie wykorzystywała także kanały komunikacji z odbiorcami w postaci nowych mediów, i mediów społecznościowych, a także upowszechniała wiedzę na ich temat, szczególnie wśród osób wykluczonych cyfrowo, nie zapominając o potencjalnych zagrożeniach związanych z korzystaniem ze współczesnych środków przekazu.

### ***„Kierowanie się odpowiedzialnością za słowo i dbanie o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji”***

Radio Łódź przy tworzeniu wszystkich programów kieruje się odpowiedzialnością za słowo, a dziennikarze rozgłośni, w swojej codziennej pracy, dochowują staranności, zbierając różnorodne opinie na temat opisywanych wydarzeń i zjawisk. W rzetelnym wykonywaniu obowiązków dążą do prawdy i uczciwości wobec słuchaczy oraz swojego pracodawcy. Z poszanowaniem drugiego człowieka i jego poglądów. Formułują opinie w sposób wyważony, odpowiedzialny, zrozumiały i zróżnicowany pod kątem wieku, wykształcenia, płci czy wyznania odbiorców.

W latach 2020-2024 spółka będzie kierować się tymi samymi zasadami. Program tworzony jest pod nadzorem kierowników redakcji, dyrektora programu oraz redaktora naczelnego. To na nich spoczywa obowiązek dbania o odpowiedzialność za słowo i reagowanie na wszelkie przejawy nieprofesjonalnych zachowań na antenie, które mogłyby godzić w dobre imię publicznej radiofonii.

### ***„Rzetelne ukazywanie całej różnorodności wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą”***

Zadaniem dziennikarzy Radia Łódź jest opisywanie wszelkich zdarzeń, które interesują odbiorców, mają istotne znaczenie dla życia społecznego i uwzględniają lokalny charakter rozgłośni. W programach rozgłośni ważne miejsce zajmują kwestie społeczne i ekonomiczne regionu. Wszelkie zmiany zachodzące w związku z członkostwem w Unii Europejskiej, migracji do innych krajów i miast, emigracji zarobkowej, napływowi pracowników z sąsiednich krajów. W audycjach poruszamy i będziemy mówić o problemach cywilizacyjnych, zmieniających się oczekiwaniach, kryzysach tożsamościowych, wyludnianiu się miast, starzeniu społeczeństwa, zjawiskach wykluczenia społecznego. Prezentowane informacje, opinie i komentarze będą zróżnicowane, wyważone i rzetelne. Od 2020 roku o współczesnych problemach mówić będziemy w programach publicystycznych i podczas debat społecznych z udziałem gości, ekspertów i słuchaczy.

### ***„Sprzyjanie swobodnemu kształtowaniu poglądów obywateli oraz formowaniu opinii publicznej”***

Misją nadawcy publicznego jest tworzenie warunków do debaty i forum wymiany poglądów. Dokładamy wszelkich starań, żeby jej uczestnicy prezentowali różnorodne opinie, mieli swobodę wypowiedzi, z zastrzeżeniem poszanowania prawa do prezentowania różnych zdań i zachowaniem zasad kultury języka. W swoich działaniach wspieramy obywateli informując o działaniach instytucji państwowych i samorządowych, organizacji społecznych i pozarządowych z prawem do krytyki ich poczynań i kontroli społecznej. W audycjach „na żywo” nie zabraknie opinii słuchaczy, wygłaszanych telefonicznie, e-mailowo, za pośrednictwem mediów społecznościowych, co – mamy nadzieję - wpłynie na jakość debaty publicznej i wzbogaci program radiowy.

***„Umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej”***

Prezentujemy stanowiska różnych środowisk, w tym partii politycznych, związków zawodowych, związków pracodawców w ważnych sprawach publicznych, społecznych, gospodarczych kulturalnych i religijnych.

W programie radiowym zagwarantujemy nieodpłatny czas dla Organizacji Pożytku Publicznego, a w trakcie kampanii wyborczych dla startujących w nich kandydatów i komitetów. Będziemy propagować idee spisów rolnego i ludności.

W swoich programach prezentujemy działalność organizacji pozarządowych dyskutujemy o działalności fundacji i stowarzyszeń. Tworząc nową ofertę programową postaramy się wykorzystywać nowe technologie i nowe formy kontaktu z odbiorcami, dla poprawy jakości publicznej debaty.

***„Służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego”***

Oferujemy wiele audycji ze szczególnym uwzględnieniem dorobku lokalnych artystów i twórców. Prezentujemy dorobek naukowy, osiągnięcia i wiedzę pracowników uczelni wyższych. Debatujemy o problemach i zmianach w oświacie. Edukujemy dzieci i młodzież. Do programów kulturalnych zapraszamy pisarzy, muzyków, ludzi teatru i aktorów.

Współpracujemy z nimi przy nagrywaniu słuchowisk, powieści czytanych i produkcji audiobooków. Organizujemy wieczory autorskie, benefisy i koncerty, z udziałem słuchaczy. Jesteśmy obecni na wielu festiwalach, patronujemy dużym i małym wydarzeniom artystycznym. W kolejnych latach chcemy zwiększyć udział debat dotyczących kultury, organizować studia festiwalowe, towarzyszyć wydarzeniom artystycznym i filmowym. Nadal planujemy organizować koncerty, w miarę możliwości finansowych słuchowiska i audycje dokumentalne.

Misją radia pozostanie działalność kulturotwórcza i edukacyjna adresowana do różnych grup wiekowych, z wykorzystaniem dorobku zgromadzonego w radiowych archiwach. Dla realizacji powyższej powinności planujemy uruchomić od 2021 roku program wyspecjalizowany o charakterze kulturalnym w technologii cyfrowej DAB+. Szerzej opisujemy wyżej w Karcie Powinności.

***„Sprzyjanie integracji społecznej, w tym przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu”***

W programach publicystycznych i interwencyjnych poruszamy wiele problemów społecznych. O sytuacjach kryzysowych rozmawiamy w cyklu audycji realizowanych we współpracy z Regionalnym Centrum Polityki Społecznej w Łodzi. Poruszamy tematy związane

z równouprawnieniem i tolerancją. Wielokrotnie pomagamy słuchaczom w rozwiązaniu ich codziennych problemów.

Po 2020 roku chcemy nadal przygotowywać reportaże i audycje dotyczące osób społecznie wykluczonych, chorych i bezdomnych. Angażować się w walkę z problemem ubóstwa, biedy, bezdomności i niepełnosprawności. Interweniować w urzędach i instytucjach powołanych do niesienia pomocy zwyktemu obywatelowi.

### ***„Respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki”***

Przede wszystkim przestrzegamy zasad etyki w pracy dziennikarskiej i będziemy postępować etycznie. W programach staramy się respektować chrześcijański system wartości, pamiętając, że fundamentem cywilizacji powinien być dekalog. Odwołując się do wielokulturowej tradycji Łodzi, nie możemy zapominać o ekumenizmie. O współczesnych problemach i wyzwaniach przed, którymi staje kościół powszechny. O nauce religii w polskich szkołach, o kryzysie wiary. O sytuacji chrześcijan na świecie.

W okresie świąt kościelnych pamiętamy o tradycji, dyskutujemy o kanonie wiary, sposobach przeżywania tych szczególnych dni. O podobieństwach i różnicach na tle innych wyznań. Po 2020 roku będziemy dalej przygotowywać audycje o tej tematyce.

### ***„Służenie umacnianiu rodziny”***

W kolejnych latach obowiązywania niniejszej karty problemy polskich rodzin będą tematem audycji publicystycznych, edukacyjnych i reportaży. Poruszać będziemy nie tylko kwestie materialne.

Aktualnie przywołujemy historie rodzin wielopokoleniowych, propagujemy rodzicielstwo zastępcze i adopcyjne. Omawiamy wyzwania i problemy młodych rodziców. Wraz z ekspertami pomagamy w wychowywaniu i edukacji dzieci i młodzieży. W najbliższych latach skupimy się także na aspektach prawnych, rozpadzie rodzin, opiece nad dziadkami i rodzicami starzejącymi się.

### ***„Służenie kształtowaniu postaw prozdrowotnych, propagowaniu i upowszechnianiu sportu”***

W audycjach radiowych szeroko omawiamy problemy zdrowotne Łodzian, i zatrwajające statystki dotyczące zachorowań i umieralności. Zachęcamy do badań profilaktycznych, dyskutujemy o problemach służby zdrowia. We współpracy z Narodowym Funduszem Zdrowia przygotowujemy audycje poradnikowe, zachęcamy do aktywności fizycznej, zdrowego trybu życia. Planujemy akcje specjalne, biegi, spacer, wycieczki piesze i rowerowe pod patronatem radia. Prezentujemy osiągnięcia w medycynie, ale z ostrożnością, żeby nieuleczalnie chorym nie stwarzać niepotrzebnej nadziei. Informujemy o zasadach funkcjonowania służby zdrowia w regionie. Planujemy szereg audycji publicystycznych i

edukacyjnych dotyczących profilaktyki zdrowego stylu życia, zdrowia dostępu do badań, leczenia i porad specjalistów.

Poza serwisami sportowymi relacjonujemy i komentujemy wydarzenia sportowe różnej rangi. Propagujemy dyscypliny sportu, w których region łódzki ma swoich reprezentantów. Popularyzujemy dyscypliny indywidualne i drużynowe, piłkę nożną, siatkówkę, koszykówkę, rugby, żużel, lekką atletykę. Wraz z słuchaczami emocjonujemy się piłkarskimi i siatkarskimi mistrzostwami, igrzyskom olimpijskim. Przy okazji imprez rangi mistrzowskiej przypominamy sylwetki znanych sportowców, medalistów. Współpracujemy z klubami sportowymi promując sport zawodowy i amatorski także z udziałem dzieci i młodzieży. Sport w Radiu Łódź będzie w kolejnych latach działalności programowej jedną z ważniejszych dziedzin, w myśl hasła „Słuchaj nas dla sportu”.

### ***„Służenie zwalczaniu patologii społecznych”***

W publicystyce społecznej omawiamy przyczyny i skutki powstania patologii, przemoc w rodzinie, alkoholizm, narkomanię i inne uzależnienia, szczególnie wśród dzieci i młodzieży. W najbliższych latach jeszcze więcej uwagi poświęcimy profilaktyce, zwalczaniu patologii, przemocy, problemie hejtu i braku szacunku dla drugiego człowieka. Liczymy na pomoc i współpracę z fundacjami i organizacjami społecznymi, które prezentujemy na antenie.

### ***„Służenie edukacji medialnej”***

W ramach możliwości rozwijamy i upowszechniamy nowe technologie, sposoby kontaktu z odbiorcami współczesnych mediów, a także szkolimy pracowników w tym zakresie. Informując o nowościach technologicznych nie zapominamy o zagrożeniach, jakie niesie za sobą powszechny i nieograniczony dostęp do mediów elektronicznych.

W latach 2020-2024 chcemy przekazywać wiedzę słuchaczom o nowych możliwościach w dostępie do mediów o szybkim dostępie do informacji, zwracając uwagę na rzetelność i sposób ich pozyskiwania, walkę ze zjawiskiem dezinformacji i produkowaniem tzw. „fake newsów”. Zachęcamy do korzystania z nowych technologii także z możliwości radia cyfrowego, które będziemy promować poprzez uruchomienie dodatkowego programu w technologii DAB+, po 2021 roku.

### ***Podsumowanie***

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

rodziny, promuje poszanowanie jednostki i zasady współżycia społecznego i przeciwdziała różnym formom przemocy.

Radio Łódź tworzy i przekazuje aktualne i wiarygodne informacje o wydarzeniach w regionie, stwarza możliwości debaty publicznej, forum wymiany poglądów i stanowisk różnych środowisk, dbając jednocześnie o zachowanie pluralizmu w programach, m.in. prezentując stanowiska i opinie partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców. Wspiera edukację obywatelską, przekazuje informacje o działalności instytucji samorządowych i rządowych, i wyjaśnia ich wpływ na funkcjonowanie województwa łódzkiego i jego mieszkańców, zachęca do aktywności obywatelskiej, prezentując działalność organizacji pożytku publicznego, działających w regionie łódzkim.

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

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

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

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

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

<b>Utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Radio Łódź – moim radiem</b>					
<b>Udział w</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>

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

## **Sposoby promowania utworów słowno-muzycznych w języku polskim, w innych usługach niż programy.**

Radio Łódź organizuje cyklicznie (raz w miesiącu) koncerty w studiu muzycznym im. H. Debicha polskich wykonawców, w tym debiutantów, z udziałem publiczności.

We współpracy z Festiwałem Producentów Muzycznych „Soundedit” Radio Łódź organizuje plebiscyt promujący młodych, debiutujących na muzycznej scenie artystów. Przyznaje symboliczną nagrodę – Spotlight, w internetowym głosowaniu, organizuje serię mini koncertów dla debiutantów i stwarza możliwość udziału w warsztatach z producentami muzycznymi, które towarzyszą festiwalowi Soundedit.

Razem ze Stowarzyszeniem „Łódź Filmowa” Radio Łódź przyznaje nagrodę – Kamer-Tonu dla najlepszej polskiej piosenki filmowej. To muzyczna odsłona Forum Kina Europejskiego Cinergia w Łodzi.

Rozgłośnia patronuje koncertom i wydarzeniom artystycznym organizowanym w regionie łódzkim, w tym Festiwalowi Czterech Kultur i Kolorom Polski, promuje wydawnictwa płytowe.

Radio Łódź planuje specjalne sesje koncertowe polskich artystów, pod hasłem „Wyjdź na solo”. Muzycy zaprezentują się publiczności w pojedynkę, bez udziału towarzyszących im zwykle zespołów.

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

**W roku 2020** będą to: wybory na urząd Prezydenta RP, 100. rocznica urodzin Karola Wojtyły, 40. rocznica strajków w łódzkim MPK, 40. rocznica podpisania Porozumień Sierpniowych, a także 10. rocznica katastrofy smoleńskiej oraz 80. rocznica zbrodni w Katyniu.

**W roku 2021** będą to: jubileusz 90-lecia Radia Łódź, 50. rocznicy strajku łódzkich włókniarek, 40-lecia strajków studenckich, 230. rocznicy uchwalenia Konstytucji 3 maja, 40. rocznicy ogłoszenia stanu wojennego oraz przeniesione z 2020 roku Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej i letnie Igrzyska Olimpijskie,

**W roku 2022** będą to: 35. rocznica pielgrzymki JP II do Łodzi, 75. rocznica zakończenia II wojny światowej oraz wyzwolenia niemieckich obozów koncentracyjnych, Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej.

**W roku 2023** będą to: wybory parlamentarne, 600. rocznica nadania Łodzi praw miejskich, 25. rocznica reformy administracyjnej kraju, utworzenia nowego województwa łódzkiego



**W roku 2024** będą to: wybory samorządowe, wybory do Parlamentu Europejskiego, 80. rocznica likwidacji Litzmannstadt Ghetto oraz wybuchu Powstania Warszawskiego, 85. rocznica wybuchu II Wojny Światowej, organizacja światowej wystawy Horticulture Expo w Łodzi (Zielonego Expo).

**W celu utrzymania odpowiedniego poziomu i jakości nadawanych programów niezbędne jest zapewnienie finansowania działalności misyjnej Radia Łódź na poziomie kosztów oszacowanych w części finansowej niniejszego projektu Karty Powinności (w załączniku).**

## **Inwestycje**

Do realizacji misji i zadań nadawcy publicznego określonych w projekcie niniejszej karty, spółka Radio Łódź S.A. w latach 2020-2024 planuje przeprowadzić niezbędne inwestycje. Są to zadania technologiczne, inwestycje w nowe technologie, zadania remontowe i modernizacyjne. Szczegóły zawarte są w tabeli określającej cele inwestycyjne, opis zadań, cykl i szacowane koszty.

## **VI. Sposób wykorzystania przychodów przekraczających koszt realizacji misji publicznej przez Radio Łódź w latach 2020 – 2024**

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

### **Załącznik nr     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.**

**Przychody z działalności misyjnej** związane z realizacją misji publicznej to w szczególności: środki przyznawane przez KRRiT (wpływy abonamentowe i pozaabonamentowe), otrzymane dotacje, darowizny, subwencje lub inne dofinansowania, które przeznaczone są na realizację misji publicznej określonej w art. 21 ust. 1 Ustawy o Radiofonii i TV, 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 Radiofonii i TV.

Momentem zaliczenia do przychodu wpływów abonamentowych i pozaabonamentowych jest miesiąc w którym Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przelewa środki na rachunek bankowy Spółki i wystawia notę księgową z tytułu przekazania wyżej wymienionych wpływów (Metoda kasowa).

Przychodami z pozostałej działalności są środki uzyskane ze sprzedaży usług reklamowych, sponsoringu, komunikatów oraz wszystkie te, które nie stanowią źródła finansowania misji określonej w art.21 ust.1 UoRiT.V.

Przychody związane z realizacją misji publicznej Spółka ewidencjonuje na kontach: 701 „Sprzedaż usług działalności podstawowej abonamentowej” i 702 „Sprzedaż usług działalności podstawowej programowej”, które to w całości przypisane są do misji.

Natomiast konta 703 „Sprzedaż usług reklamowych”, 704 „Sprzedaż pozostałych usług” takich jak m.in.: wynajem pomieszczeń, wynajem studia, usługi parkingowe, produkcja reklamy, nagłośnienia imprez, obsługa techniczna transmisji przypisane są w całości do pozostałej działalności zwanej komercją.

Koszty bezpośrednie Radio Łódź S.A. ewidencjonuje na koncie 500 „Koszty bezpośrednie” z podziałem analitycznym na poszczególne kategorie programu regionalnego, czyli informację, publicystykę, kulturę, edukację, sport i rozrywkę. Główną pozycją kosztów bezpośrednich są wynagrodzenia z honorariami wraz z naliczonymi składkami ZUS, a także materiały bezpośrednie, usługi obce, podróże służbowe związane z realizacją audycji poszczególnych kategorii, amortyzacja itp. Do kosztów podstawowej działalności usługowej Spółka zalicza wszystkie koszty bezpośrednio związane i przypisane realizacji misji zgodnie z Ustawą o Radiofonii i Telewizji.

W ramach kosztów tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych wykazuje się także koszty związane z organizacją programów, audycji z udziałem publiczności, spotkań plenerowych i studyjnych, w sytuacji gdy na antenie Radia emitowana jest relacja 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 komercyjnej, a które służą prezentowaniu na antenie Radia dorobku kulturowego i artystycznego.

Na koncie 505 „Koszty do rozliczenia” ewidencjonuje się pozostałe koszty bezpośrednie tworzenia związane z kosztami utrzymania redakcji, koszty emisji oraz praw autorskich i praw pokrewnych, koszty wynagrodzenia z narzutami dyrektora ds. programu, różne usługi obce i materiały. Z uwagi na brak możliwości jednoznacznego przypisania do poszczególnych audycji i ich kategorii przypisuje się wskaźnikiem kosztów bezpośrednich. Przyjmuje się metodę rozliczenia kluczem godzin nadawania poszczególnych gatunków programu regionalnego wszystkich tych kosztów bezpośrednich, których w sposób jednoznaczny nie da się przyporządkować do zadań związanych z realizacją programu regionalnego w zakresie

informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji, sportu, biura terenowe. Konto ogólne służy do ewidencjonowania kosztów bezpośrednich, których w sposób jednoznaczny nie da się przyporządkować do w/w zadań (gatunków).

Na koncie 520 „Koszty pośrednie (wydziałowe) działalności misyjnej” ewidencjonuje się koszty pośrednie. Do kosztów pośrednich zaliczamy koszty realizacji programowej, koszty techniki radiowej i transmisji, koszty sekcji ds. informatyki, koszty utrzymania taboru transportowego. Spółka przypisuje koszty pośrednie do poszczególnych kategorii programowych na podstawie kosztów bezpośrednich.

Na koncie 530 „Koszty projektów z dotacji UE” ewidencjonuje się najczęściej koszty realizacji audycji z funduszy Unii Europejskiej lub innych instytucji państwowych.

Na koncie 550 „Koszty ogólnozakładowe” ewidencjonuje się koszty szeroko rozumianego zarządu. Do kosztów ogólnego zarządu zaliczamy koszty zarządu, koszty księgowości, administracji, kadr, biura zarządu, rady nadzorczej oraz koszty dotyczące całej Spółki np.: amortyzacja, nierozliczony VAT, podatek od nieruchomości, koszty usług prawnych, koszty ochrony, koszty finansowe itp. Natomiast koszty ogólnego zarządu są przypisywane proporcjonalnie do czasu nadawania audycji w poszczególnych kategoriach.

Planowanie kosztów w poszczególnych kategoriach odbywa się na podstawie wysokości kosztów zewidencjonowanych w latach ubiegłych. Może wystąpić sytuacja, w której przy proporcjonalnym zmniejszeniu liczby godzin w danej kategorii programowej, przy podobnym wskaźniku podziału kosztów, nastąpi spadek lub wzrost kosztu planowanego jednej godziny.

Na koncie 510 „Koszty bezpośrednie działalności komercyjnej” ewidencjonuje się koszty związane z uzyskaniem przychodów własnych (komercyjnych) np. z reklam, wynajmu pomieszczeń, produkcji reklam, organizacji imprez plenerowych itp.

Na koncie 751 „Koszty finansowe”

Na koncie 761 „Pozostałe koszty operacyjne”

W większości przypadków koszty te przypisane są w całości do komercji.

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

W przypadku, gdy w danym roku kalendarzowym Spółka osiągnie przychody pochodzące z opłat abonamentowych, odsetek za zwłokę w ich uiszczeniu oraz kar za używanie niezarejestrowanych odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych, w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 21 kwietnia 2005 r. o opłatach abonamentowych, z zastrzeżeniem przepisu art. 8 ust. 1 tej ustawy, z obrotu prawami do audycji, przekazów handlowych, z innych źródeł, dotacji z budżetu państwa, przekraczające koszt netto realizacji misji publicznej, o której

mowa w art.21 ust. 1, a kwota nadwyżki będzie nie większa niż 10 proc. całkowitego kosztu realizacji misji publicznej przewidzianego w zatwierdzonym planie, o którym mowa w art.. 21c ust. 1 na ten rok, Spółka może nie zwracać tej nadwyżki pod warunkiem przeznaczenia jej na realizację misji publicznej w kolejnych okresach.

Radio Łódź S.A. w Karcie Powinności określa, że w przypadku wystąpienia nadwyżki opisanej wyżej, w zależności od jej wielkości Spółka będzie dokonywała niezbędnych do realizacji misji publicznej zakupów inwestycyjnych związanych z infrastrukturą techniczno-informatyczną, a mianowicie:

**Zakres informatyka:**

- zakup systemu emisyjnego dla studia A2 (celem emisji drugiego programu radiowego w systemie DAB+) - 90 tys. zł
- wymiana komputerów i laptopów w spółce – 400 tys. zł
- wymiana/rozbudowa sieci strukturalnej teleinformatycznej – 50 tys. zł

**Zakres technika radiowa:**

- zakup rampy oświetleniowej ze scenicznymi reflektorami efektowymi, okablowaniem i obudową transportową - 120 tys. zł
- wyposażenie/adaptacja wozu transmisyjnego - 60 tys. zł

Ogółem wydatki inwestycyjne na 2020 r. w strukturę informatyczną i technikę radiową planowane są na poziomie 670 tys. zł.

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