

Zasady bezpłatnej emisja kampanii społecznych - pytania i odpowiedzi

1. Kto może skorzystać z bezpłatnej emisji dźwięków (spotów) kampanii społecznych?

Zgodnie z Rozporządzeniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w *sprawie informowania w programach jednostek publicznej radiofonii i telewizji o prowadzonej przez organizacje pożytku publicznego nieodpłatnej działalności pożytku publicznego* (Dz.U. Nr 109, poz. 638 z późniejszymi zmianami) prawo do bezpłatnej emisji przysługuje organizacjom (np. fundacjom, stowarzyszeniom) które mają status organizacji pożytku publicznego.

Potwierdzenie posiadania statusu organizacji pożytku publicznego musi znajdować się w wypisie KRS (Dział 1, Rubryka 1, Punkt 5 odpisu KRS).

2. Jakie formalności muszą być spełnione aby starać się o bezpłatną emisję kampanii społecznej?

Organizacja występująca o bezpłatną emisję kampanii społecznej powinna przedstawić następujące dokumenty (oryginały):

- a) aktualny wypis z KRS,
- b) wniosek o rozpowszechnianie kampanii,
- c) oświadczenie o prawach autorskich i pokrewnych do dźwięku,
- d) metryczkę dźwięku

Uwaga. Proszę zwrócić uwagę na prawidłowe wypełnienie formularzy i metryki nagrania. W przypadku wykorzystania muzyki w spocie konieczne jest podanie tytułu utworu oraz jego kompozytora, autora słów oraz wykonawcy.

Formularze dokumentów znajdują się na stronie www.polskieradio.pl/opp

Jeżeli wniosek lub inne dokumenty podpisany jest przez osobę nieuprawnioną do reprezentacji organizacji (zgodnie z KRS) niezbędne jest przedstawienie stosownego pełnomocnictwa.

Dokumenty należy wysłać na adres:

Biuro Programowe
„kampanie społeczne OPP”
Polskie Radio S.A.
Al. Niepodległości 77/85
00-977 Warszawa

3. Jakie wymagania techniczne stawiane są dźwiękowi?

Długość dźwięku nie większa niż 60 sekund - preferowane są nagrania do 30 sekund. Nagranie musi być dostarczone na płycie CD Audio, akceptowane także są pliki w formacie MP1L2 Broadcast (256 kbps, 48 kHz) lub w formacie MP3 (256 kbps, 48 kHz).

4. Jakie wymagania merytoryczne stawiane są kampanii?

Zgodnie z prawem dźwięki dostarczane Polskiemu Radiu muszą prezentować kampanie społeczne dotyczące nieodpłatnej działalności organizacji pożytku publicznego.

5. Jakie są najczęstsze powody odrzucenia wniosku o bezpłatną emisję?

Częste powody odrzucenia wniosku lub nagrania to:

- a) fundrasing - czyli nakłanianie do przekazania 1,5% podatku, dokonania przelewu na konto organizacji, wysłania płatnego SMS-a itp. Zakaz nie obowiązuje kampanii społecznych dotyczących pomocy w sytuacji katastrof naturalnych,
- b) informowanie o wydarzeniu (koncert, gala, konkurs itd.) w którym uczestnictwo jest odpłatne,
- c) brak posiadania statusu organizacji pożytku publicznego przez podmiot, który ubiega o bezpłatną emisję,
- d) odwoływanie się do nazw i marek niebędących nazwami, markami organizacji pożytku publicznego (fundusze prywatne lub publiczne),
- e) błędy językowe znajdujące się w nagraniu.

Nagrania nie mogą dotyczyć tematyki politycznej, religijnej lub związanej z zachowaniami lub preferencjami seksualnymi, a także promować bezpośrednio lub pośrednio podmiotów konkurencyjnych wobec Polskiego Radia.

6. Jaka jest rola Zespołu do współpracy z organizacjami pożytku publicznego w procesie ubiegania się o bezpłatną emisję?

Zespół to organ składający się z 6 członków w skład którego wchodzi w równej liczbie przedstawiciele Polskiego Radia oraz przedstawiciele organizacji pozarządowych wskazani przez Radę Działalności Pożytku Publicznego

Zespół po otrzymaniu kompletu dokumentów i nagrania analizuje poprawność językową, klarowność przekazu oraz jakość nagrania. Ponadto opiniuje kampanię biorąc pod uwagę cele kampanii społecznej, jej znaczenie z punktu widzenia interesu publicznego oraz istotę i skalę problemu, któremu jest poświęcona.

6. Ile trwa proces rozpatrywania wniosku?

Czas rozpatrywania wniosków jest różny i zwykle wynosi ok. dwóch tygodni licząc od daty wpływu kompletu dokumentów i nagrania. W niektórych przypadkach Polskie Radio może wystąpić do organizacji o dodatkowe dokumenty lub wyjaśnienia. Polskie Radio informuje o decyzji Zespołu pisemnie (e-mail) lub telefonicznie.

7. Kiedy i w jakich godzinach następuje emisja nagrań zakwalifikowanych przez Zespół do emisji?

Emisja nagrania następuje w porach wybranych przez Programu. Spoty emitowane są w godzinach między 6.00 a 23.00 - zgodnie z Rozporządzeniem KRRiT.

Po zakończeniu emisji całej kampanii na życzenie organizacji wysyłany jest raport poemisyjny zawierający daty i godziny emisji nagrania.

8. W jakich Programach Polskiego Radia emitowane są spoty organizacji pożytku publicznego?

Nagrania emitowane są na antenie Programu 1, Programu 3 oraz Programu Czwartego-PR24.

9. Czy Polskie Radio może nagrać spot kampanii społecznej?

Agencja Reklam świadczy usługi odpłatnego nagrywania spotów. W tej sprawie proszę pisać na adres reklama@polskieradio.pl.

10. Czy akceptowane są kampanie składające się z więcej niż jednego spotu?

Akceptowane są kampanie społeczne składające się z więcej niż jednego spotu. W takim przypadku Organizacja Pożytku Publicznego zobowiązana jest do przedstawienia propozycji kolejności emisji spotów.

11. Planuję kampanię społeczną, która będzie realizowana w różnych mediach (np. radio, telewizja, internet, prasa). Czy jest możliwość koordynacji kampanii radiowej z działaniami w innych mediach?

W przypadku kampanii społecznych, które realizowane będą w różnych mediach, Polskie Radio zaleca jak najwcześniejsze zgłaszanie gotowych nagrań. Dopuszczamy występowanie z wnioskiem o emisję nawet z 6 miesięcznym wyprzedzeniem.

12. Jak często organizacja może ubiegać się o emisję?

Jedna organizacja może ubiegać się o emisję dwóch różnych kampanii w roku kalendarzowego.

W uzasadnionych przypadkach Zespół może przychylić się do emisji nagrania w sugerowanym przez organizację terminie.

13. Jestem zainteresowany emisją na innej antenie Polskiego Radia lub emisją większej liczby spotów, do kogo mam się zgłosić?

Sugerujemy kontakt z Agencją Reklamy Polskiego Radia: reklama@polskieradio.pl, tel. (22) 645 99 88, fax (22) 645 59 01.

14. Jak uzyskać patronat Polskiego Radia nad kampanią społeczną?

W sprawie patronatu proszę kontaktować się z Agencją Promocji Polskiego Radia - patronaty.prsa@polskieradio.pl.