

SOCIETATEA ROMÂNĂ DE TELEVIZIUNE



**RAPORT
DE ACTIVITATE
2009**



CUPRINS

PREAMBUL.....7

| | |
|--|-----------|
| CAPITOLUL 1: Activitatea CA și CD ale TVR în 2009..... | 17 |
| I. Activitatea Consiliului de Administrație al Societății Române de Televiziune în anul 2009 | |
| II. Activitatea Comitetului Director al Societății Române de Televiziune în anul 2009 | |
| CAPITOLUL 2: Programele TVR..... | 23 |
| I Direcția Programe | |
| Informații referitoare la activitatea Direcției Programe în anul 2009 | |
| Cuprins | |
| 1 Considerații generale | |
| 2 Activitatea Departamentului TVR1 | |
| 3 Activitatea Departamentului TVR2 | |
| 4 Activitatea Departamentului TVR Cultural | |
| 5 Activitatea Departamentului TVR Internațional | |
| 6 Activitatea Departamentului TVR3 | |
| 7 Activitatea Departamentului TVR INFO | |
| 8 Activitatea Departamentului New Media | |
| 9 Activitatea Departamentului Film | |
| 10 Activitatea Serviciului Coordonare Difuzare Programe | |
| 11 Performanțe | |
| 12 Probleme întâmpinate | |
| 13 Obiective 2010 | |
| II. Direcția Editorială | |
| III. Evenimente majore mediatizate de TVR | |

| | |
|---|------------|
| CAPITOLUL 3: Știri și Sport..... | 63 |
| I. Departamentul Știri | |
| II. Departamentul Sport | |
| CAPITOLUL 4: Programe regionale..... | 79 |
| I. TVR Cluj | |
| II. TVR Craiova | |
| III. TVR Iași | |
| IV. TVR Timișoara | |
| V. TVR Târgu-Mureș | |
| CAPITOLUL 5: Publicitatea..... | 93 |
| CAPITOLUL 6: Situația producției artistice..... | 99 |
| I Departamentul Artistic | |
| II Departamentul Producție | |
| CAPITOLUL 7: Situația tehnică..... | 115 |
| I. Structurile Direcției Tehnice și activitatea acestora | |
| II. Rezultatele economice ale Direcției Tehnice în 2009 | |
| III. Obiectivele Direcției Tehnice în 2010 | |
| CAPITOLUL 8: Resurse umane..... | 135 |
| CAPITOLUL 9: Marketing și comunicare de produs..... | 145 |
| CAPITOLUL 10: Comunicare internă și de corporație. Relații Internaționale..... | 165 |
| I. Comunicare de corporație | |
| II. Biroul de comunicare internă | |
| III. Serviciul Relații Internaționale | |
| CAPITOLUL 11: Activitatea Compartimentelor Control Financiar Intern și Audit Intern..... | 177 |
| A. Compartimentul Control Financiar Intern | |
| B. Compartimentul Audit Intern | |

CAPITOLUL 12: Situația finanțiară a SRTv183

- I. Situația contului de profit și pierdere încheiat la 31 decembrie 2009
- II. Situația activelor, datorilor și capitalurilor proprii la 31 decembrie 2009
- III. Creanțe și datorii la 31 decembrie 2009
- IV. Contul de execuție al cheltuielor pe anul 2009
- V. Cauzele și analiza deficitului finanțiar înregistrat de SRTv în anul 2009

ANEXE:.....197

Anexa 1: Durata emisiunilor în limbile minorităților naționale

Anexa 2: Ponderea producțiilor proprii, a coproducțiilor, a achizițiilor în număr de ore și procente în grila de programe a TVR, număr de ore de programe difuzate pe canalele SRTv

Anexa 3: Situația litigiului declanșat de SRTv cu privire la retragerea de către autoritățile moldovene a dreptului SRTv de a retransmite postul TVR 1 pe teritoriul Republicii Moldova și a negocierilor aferente

Anexa 4: Acțiuni în instanță în care a fost implicată televiziunea publică în anul 2009

Anexa 5: Raportul statistic al producțiilor realizate în anul 2009



PREAMBUL

Televiziunea Română își desfășoară activitatea sub controlul Parlamentului, în conformitate cu Legea nr. 41/1994.

Președintele Consiliului de Administrație este numit de către Parlament, pe o perioadă de 4 ani. Consiliul de Administrație al TVR cuprinde 13 persoane, desemnate prin votul majorității deputaților și senatorilor.

TVR înseamnă: șase canale naționale - TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural, TVR INFO și TVR Internațional, un canal experimental care emite în sistem High Definition – TVR HD, dar și cinci studiouri teritoriale: TVR Cluj, TVR Iași, TVR Timișoara, TVR Craiova, TVR Târgu Mureș și portalul www.tvr.ro.

În 2009, Televiziunea Română a transmis pe cele șase canale naționale ale sale 52,560.00 minute de programe, la care se adaugă orele de emisie proprie ale celor cinci studiouri teritoriale. TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural, TVR INFO și TVR Internațional emit fiecare 24 ore zilnic.

TVR transmite, în fiecare zi, cinci jurnale principale de știri pe TVR 1, trei emisiuni informative pe TVR 2, două pe TVR 3, un program de știri și informații culturale la TVR Cultural, studiourile teritoriale au propriile jurnale regionale, iar la TVR INFO telespectatorii pot urmări jurnale din oră în oră.

Televiziunea Română s-a confruntat, în 2009, cu o situație economică extrem de dificilă, cauzată, în cea mai mare parte, de factori externi, cum ar fi efectele crizei financiare - restrângerea pieței de publicitate, restrângerea alocațiilor bugetare - menținerea precum și apariția unor prevederi legislative cu impact negativ, atât asupra veniturilor instituției, cât și a cheltuielilor instituției, scăderea numărului de abonați, persoane fixice și persoane juridice.

În acest context, managementul SRTv, investit cu un mandat de patru ani, la 12 septembrie 2007, a încercat să atenueze, pe cât posibil, pierderile instituției și să mențină o calitate ridicată a programelor canalelor Televiziunii Române, găsind soluții pentru eficientizarea activității, în condițiile unui buget deusteritate.

Pentru piața media din România, anul 2009 a fost un an negru. S-au închis, sau și-au restrâns activitatea, o mulțime de ziare, radiouri și posturi de televiziune, multe sunt în pragul falimentului, iar cele care supraviețuiesc sunt nevoite ca, în lupta lor pentru puținii bani care mai vin din publicitate, să producă emisiuni mai ieftine și de multe ori de o calitate îndoieinică.

Trebuie spus că, în ciuda tuturor apelurilor făcute, clasa politică a preferat să tacă, uitându-se cu cinism la agonia unui segment fundamental al democrației, un element în lipsa căruia nici nu se poate vorbi despre democrație.

În aceste condiții, SRTv, cu toată subfinanțarea cronică, a considerat că, în îndeplinirea misiunii sale legale de serviciu public, trebuie să încerce să compenseze tendința către tabloidizare a televiziunilor private, prin înființarea canalului TVR INFO. Tot în același sens, dar ținând cont și de tendința de descentralizare, atât la nivel european, cât și național, a fost pus în funcțiune canalul regional TVR 3 și au fost crescute ariile de emisie ale studiourilor teritoriale. TVR 3 va fi monitorizat ca audiență începând cu 01.04.2010.

Pentru SRTv, anul 2009 a reprezentat un an marcat de reușite în încercarea de a oferi, în continuare, programe de calitate, în acord cu misiunea de serviciu public, în condițiile unui buget deusteritate.

Mai mult decât atât, în acest an s-au creat premisele pentru creșterea audienței în 2010 a celei mai importante emisiuni de informare publică a TVR (Telejurnalul – media de 3 Rtg. cu vârfuri de 7 Rtg. – ceea ce reprezintă dublu față de Rtg. anterioare) și au fost menținute la un nivel ridicat o serie de evenimente, devenite brand național sau internațional, cum ar fi Cerbul de Aur, Eurovision, Festivalul Internațional George Enescu.

Proiectul **Telejurnal**, care a debutat pe 29 martie 2009, într-un format editorial nou, cu un pachet grafic nou și un decor schimbat complet și-a propus să respecte valorile tradiționale ale televiziunii naționale (imparțialitate, profesionalism, seriozitate, responsabilitate), în contrapondere la știrile cu caracter senzațional, care au proliferat în spațiul media autohton. Noua oră de difuzare, 20.00, le-a dat posibilitatea telespectatorilor să compare, să judece, să comenteze și să aleagă.

Managementul SRTv a pus un accent deosebit și pe componenta culturală, dorind să infirme prejudecata potrivit căreia cultura adevărată nu se vinde sau nu face rating. Rubrica „Telecultura” a demonstrat, zilnic, faptul că România are încă oameni de cultură, artiști și muzicieni de valoare și a arătat, prin audiența înregistrată, că oamenii au nevoie de astfel de informații. Dinamica audiențelor arată că „Telecultura”, rubrica de trei minute din Telejurnal, aduce patru puncte de rating în prime-time.

S-au făcut, de asemenea, eforturi deosebite și pentru readucerea, în grila de programe a SRTv, a teatrului TV.

Reamintim că actualul management început în anul 2009, unul dintre cei mai dificili ani, sub aspectul efectelor crizei financiare, cu handicapul unui deficit bugetar pe care, pe parcursul anilor 2007 și 2008, a avut misiunea să îl diminueze treptat. Astfel, activitatea economică în anul 2009 s-a încheiat cu un deficit brut de 47.990.290 lei, cu 10,85% mai mic decât în anul 2008.

În luna decembrie 2008, toate previziunile privind impactul crizei economice asupra economiei românești în general și a pieței de publicitate în particular, erau relativ optimiste, față de efectele care s-au resimțit ulterior.

Nici Guvernul României, nici expertii Băncii Naționale a României sau ai altor entități de profil, nu prevedea contractarea economiei ci, în cel mai rău caz, o diminuare a creșterii acesteia, până la plus 3%. În realitate asistăm, în prezent, la o contractare a economiei românești cu 6,4%, ceea ce a influențat direct bugetele de publicitate alocate de companiile multinaționale și locale românești.

Un alt factor major care a pus presiune pe situația economică a SRTv în 2009 a fost și construcția bugetului instituției la cursul stabilit de bugetul de stat (4 lei-1 euro în conformitate cu prevederile Legii bugetului de stat).

Pe tot parcursul anului, raportul leu-euro a fluctuat peste valoarea de referință asumată prin buget. Întrucât, la finele anului, SRTv a avut de făcut plăți externe importante, bugetul instituției a fost semnificativ afectat, crescând deficitul estimat inițial.

Tot în anul 2009 a avut loc o scădere majoră a pieței de publicitate din România, și anume:

- minus 41% piața de publicitate TV, care reprezintă 65% din totalul pieței de publicitate;
- minus 60% piața de publicitate print, care reprezintă 14% din totalul pieței de publicitate;
- minus 40% piața de publicitate radio, care reprezintă 6% din totalul pieței de publicitate;
- descreșteri mai mici sau mai mari ale piețelor de publicitate indoor, outdoor, cinema și internet, care reprezintă 15% din totalul pieței de publicitate.

Astfel, piața de publicitate TV a scăzut în 2009, față de 2008 cu peste 40%, influențând și veniturile de publicitate ale SRTv care au scăzut cu 48,87%.

În aceste condiții, se poate aprecia faptul că, în anul 2009, stațiile din portofoliul SRTv au performat în piața de publicitate, în linie cu celelalte stații importante de pe piață, chiar dacă eforturile de producție, tehnice și cu resursele umane cheltuite au fost mult mai mari.

În cursul anului 2009 SRTv a încasat alocații bugetare conform Legii 41/1994 și Legii bugetului de stat nr. 18/2009, în valoare de 159.689.411 lei, sumă care nu a acoperit cheltuielile din ultimele două luni ale anului.

Această sumă a fost utilizată în proporție de 95,14% pentru plata închirierii de stații și circuite către SN RADIOCOMUNICAȚII SA și către alți agenți din sistemul comunicațiilor, iar diferența de 4,86%, pentru funcționarea Direcției TVR Internațional (pentru achiziționarea de filme românești).

SRTv, încadrată ca „mare contribuabil”, a achitat, în cursul anului 2009, către bugetul de stat, bugetul asigurărilor sociale, bugetele locale și către alte organisme (conform legislației în vigoare) suma de 83 milioane lei, ceea ce reprezintă cca. 52% din valoare alocațiilor bugetare încasate.

SRTv a contribuit la suținerea producției naționale de film românesc cu suma de 2,07 milioane lei, plătiți direct societăților producătoare și a achitat organismelor de gestiune colectivă suma de 6,5 milioane lei.

De remarcat faptul că SRTv este singura televiziune care nu-și poate deduce TVA din achiziția de programe din cauza articolului 141. alin.1 lit.o din Codul fiscal, care vizează în mod direct SRTv, cu impact asupra costurilor în valoare de 48,3 milioane lei.

Aceste cifre demonstrează injustițea atacurilor venite pe parcursul anului 2009, mai ales din mediul politic, care au încercat, din diferite motive și interese, să fixeze, în percepția publică, ideea falsă că TVR ar fi o „gaură neagră”.

De altfel, aceste atacuri mediatice, care au vizat inclusiv sursele de finanțare ale SRTv (o condiție absolut necesară pentru a asigura independența televiziunii publice) au generat o reacție impresionantă din partea unui număr de peste 500 de personalități, din toate mediile societății, la nivel național, care au venit în sprijinul Televiziunii Române. Acestea au semnat un manifest, în care își exprimă dezacordul față de astfel de practici și reafirmă necesitatea existenței unei televiziuni publice puternice și independente, ca garant important al democrației în România.

O altă temă predilectă pentru atacurile nejustificate, care erodează, pe termen mediu și lung, imaginea TVR, este aceea a numărului supradimensionat al resurselor umane.

TVR are astăzi 12 canale, incluzând și studiourile teritoriale și un număr mediu de personal de 3086 angajați.

În același timp, însă, TVR realizează peste 200 de producții proprii în acord cu misiunea de informare, educare și divertisment prevăzută de lege. Nu trebuie uitat, de asemenea, faptul că taxa tv (12 euro/an) este printre cele mai mici din Europa.

La o raportare medie a numărului de angajați, în raport cu numărul de canale, se observă că ar reveni aproximativ 300 de angajați pe canal, număr foarte mic pentru o televiziune publică de performanță.

În mod evident, ținând cont de forma de organizare internă, aceștia sunt distribuți conform amplorii canalelor și al direcțiilor, respectiv departamentelor și serviciilor.

Dar relevant este faptul că, la o analiză simplă a resurselor umane, a numărului de producții proprii ale TVR, comparativ cu televiziunile comerciale, și ținând cont de nivelul resurselor financiare consumate, devine evident faptul că televiziunea publică nu este o gaură neagră, ci reușește să se mențină la un nivel decent al performanței, cu resurse insuficiente.

Tot din cauza problemelor ecomonice menționate mai sus, SRTv a întâmpinat dificultăți cu privire la dezvoltarea tehnică.

Menționăm că dezvoltarea tehnică trebuie aliniată la standarde de producție și difuzare digitală. Termenul limită al tranzitiei complete la digital este fixat, prin acquisul comunitar și legislația armonizată autohtonă, până în anul 2012.

În acest context, amintim faptul că activitatea a fost perturbată de lipsa fondurilor alocate dezvoltării, în ritmul în care acestea trebuiau programate la plată. Astfel, deși bugetul a fost alocat în cantitatea necesară derulării proiectelor de dezvoltare programate, Ministerul de Finanțe a impus o limită de plată lunară extrem de redusă, ceea ce a făcut ca proiectele să nu poată fi finanțate și procedurile de achiziție publică să nu poată fi lansate în timp util. Toate acestea au dus la anularea celor proiecte de dezvoltare, în pofida eforturilor uriașe care au fost făcute pentru a încerca absorbția unor fonduri cât mai mari, într-un timp cât mai scurt.

Dincolo de aspectele economice menționate, profesioniștii SRTv nu au făcut rabat de la calitate, reușind, printr-o mai bună organizare a resurselor umane și de producție să mențină programele la un nivel calitativ ridicat.

Astfel, principalele evenimente, reflectate în programele noastre, au fost marile competiții sportive, alegerile europarlamentare și prezidențiale, împlinirea a douăzeci de ani de la Revoluția din 1989, *Cerbul de Aur*, *Eurovision*, *Festivalul Internațional George Enescu*, campania *Restaurare*, dar și emisiunile politice, sociale și economice, unde SRTv a fost lider de audiență.

SRTv a alocat 72,25 de ore campaniei pentru alegerile prezidențiale și 37,5 de ore celei pentru europarlamentare, toate pe tronsoane orare de maximă audiență, îndeplinindu-și astfel misiunea de serviciu public și suportând totodată costurile evidente din perspectiva audiențelor.

De altminteri, în raportul OSCE de monitorizare a alegerilor din România se spune în mod explicit faptul că SRTv a prezentat echilibrat, echidistant și corect campaniile electorale, acordând spații importante pe tronsoane de maximă audiență.

Un obiectiv prioritar al SRTv a rămas și consolidarea și dezvoltarea noilor posturi TVR 3 și TVR INFO. Aceste două noi canale conțin un pontețial deosebit pentru extinderea corporației în acord cu trendurile recomandate de European Broadcast Union pe piața televiziunilor publice din Europa. Având în vedere timpul de consolidare pe piață a unor posturi de acest gen (2-3 ani), considerăm că s-au făcut pași importanți în anul 2009 în atingerea acestui obiectiv.

În anul 2009, pe lângă orele alocate campaniilor electorale mai sus menționate, TVR INFO a transmis 486 de ore din Parlamentul României, oferind telespectatorilor posibilitatea să se informeze direct asupra deciziilor care s-au luat în carul celei mai importante instituții a unui stat democratic.

În ceea ce privește producțiile proprii, principalul obiectiv, în condițiile menționate, a fost creșterea calității emisiunilor, introducerea unor formate atractive și mărirea cotelor de audiență.

După cum am arătat și mai sus, SRTv și-a desfășurat activitatea, în anul 2009, cu serioase dificultăți provocate de criza economică, cu care se confruntă România, dar și din cauza unor probleme de legislație.

În ceea ce privește colectarea și încasarea **taxei pentru serviciul public de televiziune (taxa tv)** care trebuie să fie și este **principala sursă de finanțare a televiziunii publice**:

- Legea nr.41/1994 republicată privind organizarea și funcționarea Societății Române de Televiziune cu modificările și completările ulterioare a instituit prin art. 40 obligativitatea achitării taxei tv de către persoanele fizice și juridice, **cuantumul taxei și modalitatea de încasare a acesteia fiind stabilite prin hotărâre de guvern**.

Prin H.G nr. 978/2003 au fost introduse noi categorii de scutii la plată și au fost stabilite nivelurile lunare pentru categoriile de plătitori, cuantumul lunar al taxei tv pentru **persoanele fizice** fiind **redus** de la nivelul de 4,5 lei cât era în anul 2001 la **numai 4 lei**, începând din anul 2003 și în prezent.

Această situație a determinat ca, în prezent, nivelul taxei pentru serviciul public de televiziune în România să fie unul dintre cele mai mici din Europa (de cel puțin 10 ori mai mic decât cel din țările membre și fondatoare ale Uniunii Europene), situându-ne astfel pe ultimele locuri în numeroasele statistici europene realizate pe această temă.

- Numărul persoanelor fizice care declară că nu dețin receptoare tv a crescut de la an la an, ponderea acestei categorii de scutii din totalul persoanelor scutite, conform raportărilor mandatarilor noștri (societățile de distribuție a energiei electrice despinse din Electrica) la 31.12.2009, fiind de **30,2%**, în vădită contradicție cu situația ce rezultă din monitorizările realizate de CNA ce reflectă faptul că peste 90% dintre persoanele fizice urmăresc posturi tv.

Acest fenomen de evaziune de la plata taxei tv este cauzat și de faptul că posibilitatea de control asupra declarațiilor privind nedeținerea receptoarelor tv este, practic, inexistentă pentru că, până în prezent, nu a fost emis niciun act normativ în acest sens, deși Legea nr. 533/2003 specifică faptul că **modalitățile de control și sancțiunile se stabilesc prin hotărâre de guvern**, Legea nr. 41/1994 nu a prevăzut un mecanism funcțional de control al celor ce declară că nu au televizor (intrarea pe proprietatea privată pentru a controla reprezintă infracțiune de violare de domiciliu), iar statul nu are obligația de a aloca vreo sumă pentru acoperirea acestor pierderi, aşa cum se întâmplă în alte țări din Uniunea Europeană.

- H.G. nr. 978/2003 stabilește și în prezent ca mandatar al SRTv pentru colectarea taxei tv pe S.C. ELECTRICA S.A. prin filialele sale.

Deși privatizarea unor filiale ale S.C. ELECTRICA S.A. a început înainte de expirarea termenului de valabilitate al contractului de mandat, acesta s-a derulat cu noile entități.

SRTv a reușit să asigure colectarea taxei tv și după expirarea vechiului contract de mandat, prin încheierea unor noi contracte cu aceste societăți, care sunt continuatoarele în drepturi și obligații ale fostelor filiale ale S.C. ELECTRICA S.A., dar în condițiile impuse de acestea stabilite prin contracte de mandat cu fiecare mandatar în parte.

Întrucât în contractul de privatizare a S.C. Electrica S.A. nu a fost inserată și o clauză de colectare a taxei radio și tv, precum și datorită neactualizării H.G. nr. 978/2003 sub acest aspect, **comisiaonele de colectare a taxei tv percepute de entitățile rezultate din privatizarea Electrica au crescut semnificativ.**

O serie de **modificări legislative apărute în ultimii ani** au avut de asemenea un puternic impact negativ asupra rezultatelor financiare ale societății și anume:

- modificarea reglementărilor fiscale privind **taxa pe valoarea adăugată**, aferentă activității de televiziune pentru care nu se aplică dreptul de deducere (conform Codului fiscal art.141, alin.1 lit.o) a dus la o creștere a cheltuielilor cu impozitele și taxele cu o influență pentru anul 2009 în valoare de **48,286,999 lei**, mai mare decât deficitul net al exercițiului de 48,018,957 lei înregistrat de SRTv la 31.12.2009;
- apariția O.G. nr.39/2005 privind cinematografia, în concret, inserarea la art. 17 a obligației SRTv de a contribui cu **15% din veniturile din publicitate** (procent ce se adaugă la cel de 4% reținut la sursă de agenția de publicitate) la constituirea fondului pentru susținerea producției naționale de film către Centrul Național al Cinematografiei, cu o influență pentru anul 2009 în valoare de 5.314.385 lei;
- urmare aplicării prevederilor OUG 34/2009 un număr mare de societăți comerciale s-a desființat sau și-au încetat temporar activitatea, lucru ce a dus la disparația unor plătitorii de taxă pe serviciul public de televiziune;
- prin efectul aplicării OUG 34/2009 privind impozitul minim a fost influențat deficitul net cu suma de 28.667 lei;
- creșterea impozitelor și taxelor locale față de anul 2008 cu **12,53%**, cu o influență în valoare de 378.257 lei;
- creșterea nivelului **remunerațiilor datorate de SRTv către organismele de gestiune colectivă a drepturilor de autor și conexe**, ca urmare a modificării în acest sens a Legii nr.8/1996 a drepturilor de autor și conexe prin O.U.G. nr.123/2005 și ulterior, prin Legea nr.329/2006, precum și a adoptării noilor

metodologii în domeniu publicate de ORDA prin decizii în Monitorul Oficial, rezultând o influență în valoare de 10.434.711 lei.

Au existat și **alte cauze obiective** ca:

➤ existența unor contracte de achiziții filme care au fost încheiate anterior, cuprinzând clauze foarte dure pentru SRTv (de exemplu, contractul încheiat cu NBC Universal în anul 2004), care dă posibilitatea acestei companii de a decide în mod unilateral prelungirea contractului cu efecte pe termen lung, impunând SRTv angajarea unor cheltuieli semnificative;

➤ criza economică mondială ale cărei efecte au avut un impact direct asupra nivelului veniturilor din publicitate, ca urmare a diminuării bugetelor de publicitate ale marilor companii, veniturile scăzând la un nivel de 48,87% față de anul 2008;

➤ neregulile constatare de auditorul francez în activitatea ARMA DATA – GfK, societate de masurare a audiențelor, care explică, cel puțin parțial, scăderea acestora pentru emisiuni de notorietate ale SRTv, cu impact direct asupra veniturilor din publicitate;

➤ creșterea presiunilor inflaționiste și modificările permanente ale prețurilor materiilor prime, energiei, combustibilului, apă, cu o influență asupra costurilor față de anul precedent, în valoare de 350.549 lei;

➤ deprecierea monedei naționale, a determinat apariția unor cheltuieli din diferențe nefavorabile de curs valutar în valoare de 3.546.007 lei, cu impact direct asupra rezultatului finanțiar al anului 2009.

În aceste condiții managementul SRTv a adoptat un plan de măsuri pentru atenuarea, pe cât posibil, a efectelor mai sus menționate:

- negocierea Contractului Colectiv de Muncă, cu solicitarea rămânerii salariilor negociate la nivelul contractului anterior;
- utilizarea judicioasă a resursei umane, având ca efect reducerea orelor suplimentare cu 9.742 ore, reprezentând o valoare de 134.233 lei;
- diminuarea cheltuielilor de licență programe prin renunțarea la unele programe costisitoare și producerea acestora în cadrul societății, cu o influență în valoare de 4.084.315 lei;
- creșterea veniturilor din taxa pentru serviciul public de televiziune, cu 5,49% mai mari decât anul precedent, prin recuperare de restanțe și identificare de plătitori evaziuniști;

Ca urmare a derulării unei proceduri de achiziție publică având ca obiect „prestare de servicii de recuperare a creațelor provenind din taxa tv”, SRTv prin contract de mandat cu firma S.C. TOP FACTORING S.R.L. – firmă specializată în recuperare debite, a reușit să recupereze suma de 1.470.664 lei din restanțe.

- creșterea altor venituri din exploatare, constând în prestări interne și externe privind servicii tehnice, licențe, chirii, sponsorizări și venituri din penalizări, cu 43,79% mai mari față de anul precedent;

Deși măsurile luate de societate au făcut ca veniturile totale să înregistreze o creștere de 100,85% față de anul 2008 și costurile totale să înregistreze o reducere de 100,17% față de anul 2008, totuși criza economică și măsurile legislative nefavorabile prezentate mai sus au accentuat fenomenul de subfinanțare a SRTv.

În concluzie, managementul SRTv consideră că Parlamentul României poate și este de dorit să dea recomandări SRTv pentru depășirea deficitului bugetar, dar, în același timp, împreună cu Guvernul României, poate lua și măsuri efective pentru ca acest lucru să se întâmple, astfel încât SRTv să nu mai fie o instituție de interes național subfinanțată, prin:

- **reglementarea taxei pentru serviciul public de radio și pentru cel de televiziune ca fiind obligatorii, independent de posesia receptorului radio sau tv** (măsură legislativă cu care Comisia Europeană s-a declarat de acord în repetate rânduri), prin **modificarea Legii nr. 41/1994 republicată** sau a unui **mecanism legal eficient de control al scutitilor, corelat eventual și cu acoperirea acestor sume de la bugetul de stat** (situație întâlnită în alte țări europene) și/sau emiterea unor hotărâri de guvern în acest scop.
- alternativ sau cumulativ cu punctul 1, **majorarea prin hotărâre de guvern a nivelului taxei pentru serviciul public de televiziune, măcar la nivelul inflației aferente perioadei 2004-2009**.
- reducerea contribuției de 15% din veniturile obținute din publicitate, datorată de SRTv către Centrul Național al Cinematografiei, prin **modificarea O.G. nr. 39/2005 privind cinematografia**;
- **modificarea regimului TVA**, în concret, a art. 141 alin. 1 lit. o) din Codul fiscal, în sensul posibilității deducerii acesteia cel puțin în ceea ce privește licențele de achiziții film și competiții sportive.





ACTIVITATEA TVR ÎN ANUL 2009



CAPITOLUL 1: ACTIVITATEA CA ȘI CD ALE TVR ÎN 2009

1. Activitatea Consiliului de Administrație al Societății Române de Televiziune în anul 2009

Conducerea postului public de televiziune este asigurată de Consiliul de Administrație, Președintele - Director General și Comitetul Director.

Consiliul de Administrație este compus, conform Legii 41/1994 privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și Societății Române de Televiziune din 13 persoane desemnate, pe o perioadă de 4 ani, prin votul majorității deputaților și senatorilor, dintre care una îndeplinește funcția de președinte.

Componența Consiliului de Administrație al Societății Române de Televiziune

Consiliul de Administrație al Televiziunii Române a funcționat în 2009 cu 10 membri, urmare a faptului că Președintele României și Partidul Democrat Liberal nu și-au desemnat reprezentanți nici în acest an.

Membrii Consiliului de Administrație, în 2009, au fost: Alexandru Sassu, Anne-Marie Rose Jugănaru, Dida Drăgan, Radu Toma, Stanik Ștefan Ioan, Răzvan Barbato, Raico Cornea, Vlad Alexandru Velcu, Sorin Burtea, Marian Voicu.

Pe lângă membri titulari, Consiliul de Administrație are și următorii membri supleanți: Vasile Arhire, Dumitru Pelican, Brândușa Nicoleta Miron, Nicolae Cristian, Victor Teodorescu, Salomon Marton Laszlo, Mariana Mirela Luca, Mihai Rădulescu, Ioana Cătălina Băntoiu.

Activitatea Consiliului de Administrație

În conformitate cu prevederile Legii nr. 41/1994, Consiliul de Administrație al Societății Române de Televiziune își desfășoară activitatea în baza propriului regulament de organizare și funcționare. Consiliul se întârunește lunar și ori de câte ori interesele instituției o impun, fiind convocat de președintele-director general care propune ordinea de zi, sau la solicitarea a cel puțin o treime din numărul membrilor săi.

Consiliul de Administrație al SRTv îndeplinește anumite atribuții, după cum urmează: aprobă concepția de dezvoltare a societății și normele privitoare la strategia și structura programelor, supraveghează respectarea modului în care SRTv își îndeplinește obligațiile asumate în schema de programe și în licența de emisie eliberată de Consiliul Național al Audiovizualului, aprobă structura organizatorică a societății precum și restructurările economice și de personal necesare pentru funcționarea eficientă a societății, aprobă condițiile de organizare a concursurilor pentru numirea membrilor Comitetului Director, aprobă proiectul bugetului, urmărește execuția

acestuia și repartizează bugetele unităților funcționale autonome, aprobă investițiile ce urmează a fi realizate de către SRTv, analizează rapoartele curente privind activitatea SRTv și aprobă măsuri pentru desfășurarea activității viitoare etc.

În cursul anului 2009 s-au desfășurat 13 ședințe ale Consiliului de Administrație și s-au emis 222 de Hotărâri. În situații de maximă urgență, care necesitau aprobarea din partea membrilor Consiliului de Administrație, pentru demararea unor activități importante pentru buna desfășurare a activității din SRTv, s-a făcut apel la consultări telefonice care s-au concretizat, ulterior, în Hotărâri scrise.

În ședințele Consiliului de Administrație au fost adoptate hotărâri importante pentru buna desfășurare a activității Societății Române de Televiziune, care, analizate din perspectiva domeniilor de activitate, au vizat următoarele sectoare:

Programele SRTv

- S-a aprobat desfășurătorul, bugetul evenimentului „Cerbul de Aur 2009”, precum și devizul estimativ al proiectului editorial și artistic.
- S-au făcut demersurile necesare pentru participarea TVR la Concursul EUROVISION 2009, care a avut loc la Moscova în perioada 2 – 17 mai 2009.
- S-a aprobat participarea României la ediția a VII-a a Concursului Internațional de Creătie Muzicală pentru Copii „Eurovision Junior” la Kiev, în Ucraina, în perioada 15-23 noiembrie 2009, organizarea Selectiei Naționale 2009, plata taxei de participare și devizul estimat al evenimentului.
- S-a aprobat încheierea unui contract între SRTv și compania DISNEY (BUENA VISTA) din S.U.A. având ca obiect achiziționarea licenței de difuzare a 2 seriale artistice însumând 103 ore și 245 episoade de animație (87 în premieră și 158 în reluare), pentru difuzarea pe TVR 1.
- S-a aprobat încheierea unui contract între SRTv și compania DARO din Monaco, având ca obiect achiziționarea unui pachet de programe, reprezentând toate genurile de programe (filme, documentare, mini-serii și seriale de tineret și de animație – aprox. 175 h) în vederea difuzării lor pe SRTv, pe o perioadă de 2 ani.
- S-a aprobat încheierea unui contract între SRTv și compania HOLLYWOOD OPERATIONS S.R.L din România, având ca obiect achiziția licenței de difuzare a 60 filme artistice de prime-time, pentru difuzare pe TVR 1, TVR 2 și TVR CULTURAL.
- Consiliul de Administrație a luat act de informarea cu privire la grilele pentru canalele SRTv.
- S-a aprobat încheierea unui contract între SRTv și compania BBC din Anglia pentru achiziționarea unui pachet de programe, pentru difuzare pe TVR 1, TVR 2, TVR Cultural.

- S-a aprobat încheierea contractului între SRTv și SC ARTIS FILM ROMANIA SRL, în condițiile O.G. nr. 39/2005, în vederea co-finanțării filmului CERNOZAURII.
- S-a aprobat încheierea contractului între SRTv și SC LIBRA FILM SRL, în condițiile O.G. nr. 39/2005, în vederea co-finanțării filmului CONVERSAȚIE CU SERAFIM/UNDEVA LA PALILULA.
- S-a aprobat încheierea contractului între SRTv și SC LIBRA FILM SRL, în condițiile O.G. nr. 39/2005, în vederea co-finanțării filmului CARAVANA CINEMATOGRAFICă, scenariul și regia TITUS MUNTEAN, producător SC LIBRA FILM.

Inițierea unor proiecte

- S-a luat act de informare cu privire la acțiunile desfășurate în vederea identificării măsurilor, care pot fi aplicate pentru materializarea proiectului Colectivul Editorial și de producție al TVR pentru Județele Constanța și Tulcea.

Personalul SRTv

- S-a aprobat înființarea în cadrul Direcției Programe a Departamentului TVR HD.
- S-au aprobat diferite modificări ale schemei de personal necesare, în cursul anului 2009, pentru buna desfășurare a activității SRTv.
- S-a aprobat reorganizarea unor structuri organizatorice și caietele de sarcini ale acestora.
- S-au aprobat modificări ale unor regulamente pentru asigurarea bunei desfășurări a activităților din SRTv.
- S-a aprobat scoaterea la concurs a unor posturi vacante.
- S-au aprobat reprezentanții Patronatului în cadrul Comisiei de negocieri a Contractului Colectiv de Muncă din SRTv.

Financiar –economic

- S-a aprobat „Lista de investiții” pentru anul 2009.
- S-a aprobat execuția bugetului de venituri (încasări) și cheltuieli (plăți).
- S-a aprobat trecerea pe cheltuieli nedeductibile fiscal a unor sume.

Consiliul de Administrație a analizat, de asemenea, memorii ale unor angajați ai SRTv.

2. Activitatea Comitetului Director al Societății Române de Televiziune

Comitetul Director al Societății Române de Televiziune își desfășoară activitatea în conformitate cu legea 41/1994. Principalele sale atribuțiuni sunt: executarea deciziilor Consiliului de Administrație, pregătirea strategiei de programe și administrarea globală a Societății Române de Televiziune. Comitetul Director este condus de Directorul General și, împreună cu acesta, asigură conducerea executivă a SRTv.

Componența Comitetului Director al Societății Române de Televiziune

Comitetul Director al Televiziunii Române are în prezent 7 membri: Alexandru Sassu - Președinte-Director General; Cipriana Voicu - Director Direcția Economică; Simona Dobrescu - Director Direcția Marketing și Comunicare de Produs; Rodica Culcer - Director Direcția Emisiuni Informative și Sport; Horia Romanescu - Director Direcția Programe; Titi Dincă - Director Direcția Artistică și producție; Horia Cazan - Director Direcția Tehnico-Administrativă.

În cursul anului 2009, s-au desfășurat 50 de ședințe ale Comitetului Director. În situații de maximă urgență, care necesitau aprobarea din partea membrilor Comitetului Director, pentru demararea unor activități importante pentru buna desfășurare a activității din instituție, s-a făcut apel la consultări telefonice, care s-au concretizat, ulterior, în hotărâri scrise.

În ședințele Comitetului Director au fost adoptate hotărâri importante pentru buna desfășurare a activității Societății Române de Televiziune, care, analizate din perspectiva domeniilor de activitate, au vizat următoarele sectoare:

Programele SRTv

- S-a aprobat realizarea unor campanii și evenimente: Festivalurile Cerbul de Aur, George Enescu, Anonimul, concertele Nazareth, Grupo COMPAY SEGUNDO, John Lord, Concursurile Eurovision și Eurovision Junior, campaniile Oamenii Deltei, UNICEF, Gala Crucea Roșie, Zilele Bucureștiului, programul RESTAURARE etc.;

Personalul SRTv

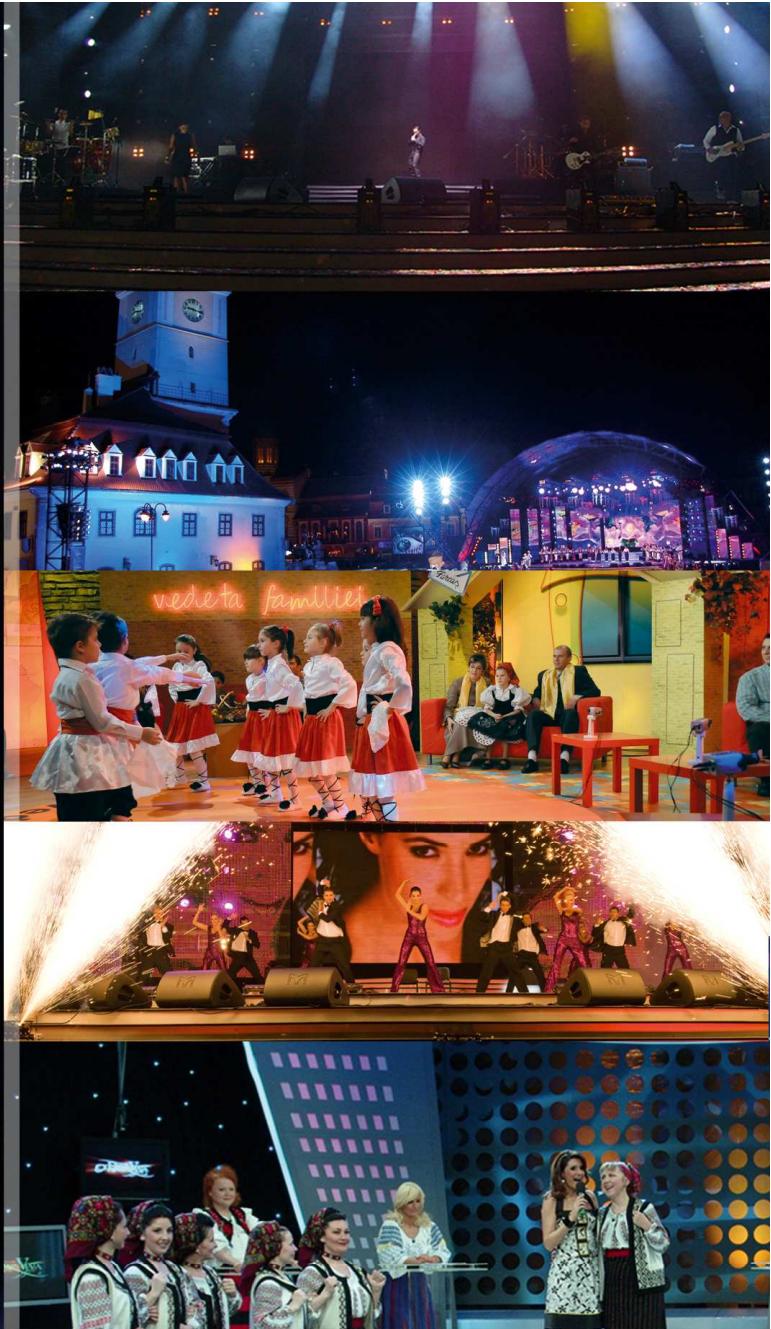
- S-a aprobat Planul de formare profesională pe anul 2009;
- S-a aprobat reorganizarea unor structuri organizatorice și caietele de sarcini ale acestora;
- S-au aprobat modificări ale unor regulamente pentru asigurarea bunei desfășurări a activităților din SRTv;
- S-a avizat scoaterea la concurs a unor posturi vacante;
- S-a aprobat organizarea de petreceri pentru copiii salariaților SRTv cu ocazia zilei de 1 iunie și Crăciun;



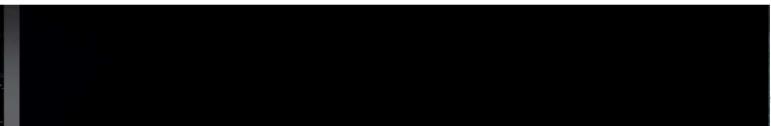
Financiar – economic

- S-a avizat încheierea unui contract de comision între SRTv și Splendid Media, având ca obiect gestionarea și vânzarea, în perioada 2009-2011, a spațiului publicitar al SRTv, aferent canalelor TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR INFO, TVR CULTURAL și TVR Internațional, cel de pe Teletextul TVR și de pe website-ul www.tvr.ro, prin încheierea, în nume propriu, dar pe seama SRTv, a unor contracte de publicitate cu clienții, cu difuzarea sau postarea de către SRTv, a reclamelor ce vor rezulta din contractele astfel încheiate;
- S-a avizat reducerea cu 25% a plafoanelor cu cheltuielile de protocol în anul 2009;
- S-a aprobat reducerea cu 20 % a baremului alocat telefoanelor mobile;
- S-a avizat proiectul Bugetului de venituri și cheltuieli pentru anul 2009;
- Comitetul Director aproba contractele pentru a căror executare SRTv urmează să cheltuiască mai puțin de 100.000 Euro prin însumarea cheltuielilor directe, cheltuielilor indirecte (ex. care de reportaj, studouri de producție, alte mijloace de producție, etc) și eventualele bartere.

Pe ordinea de zi a ședințelor de Comitet Director există teme permanente: rapoarte de emisie, informări cu privire la contracte, informări cu privire la deplasări, informări cu privire la derularea unor evenimente speciale.



PROGRAMELE TVR



CAPITOLUL 2: PROGRAMELE TVR

A. Direcția Programe

1. Considerații generale

Pentru Direcția Programe (DP), 2009 a reprezentat un an marcat de încercarea de a oferi în continuare programe de calitate, în acord cu misiunea de serviciu public, în condițiile unui buget deusteritate. Principalele evenimente reflectate în programele noastre au fost marile competiții sportive, alegerile europarlamentare și prezidențiale, împlinirea a douăzeci de ani de la Revoluția din 1989, *Cerbul de Aur*, *Eurovision*, *Festivalul Internațional George Enescu*, campania *Restaurare*.

DP a alocat 72,25 de ore campaniei pentru alegerile prezidențiale și 37,5 ore celei pentru europarlamentare. De asemenea, în 2009 TVR INFO a transmis 486 de ore din Parlamentul României.

Un obiectiv prioritar al Direcției Programe l-a constituit consolidarea și dezvoltarea noilor posturi TVR 3 și TVR INFO.

În ceea ce privește producțiile proprii, principalul obiectiv, în condițiile menționate, a fost menținerea calității emisiunilor, introducerea unor formate atractive și mărirea cotelor de audiență.

2. Activitatea Departamentului TVR 1

În 2009 a fost reconsiderată poziționarea *Jurnalului* de la 19.00 la ora 20.00 și a fost schimbată denumirea în *Telejurnal*, brand consacrat al TVR. O altă schimbare importantă în prime time a fost poziționarea rubricii *Sport* înaintea *Telejurnalului*. Pentru vineri, sâmbătă și duminică a fost creată, înainte de *Sport*, o linie *Buletin Sport Formula 1*, care a dus la o mai bună promovare a curselor F1. Aceste schimbări s-au dovedit a fi eficiente, aducând o îmbunătățire a parametrilor de audiență.

Evenimente politice: Alegeri europarlamentare - 16.5 ore; Alegeri prezidențiale - 52.25 ore; Emisiuni dedicate referendumului - 1.75 ore; Ediții speciale Alegeri în Republica Moldova - 4.75 ore.

Festivaluri, gale: *Eurovision* - 30 ore; *Eurovision Junior* - 4 ore; *Gala Premiilor Muzicale Radio* - 3.25 ore; *Gala UNITER* - 5.5 ore; *Gala UNICEF* - 3.25 ore; *Gala APTR* - 2.25 ore; *Mamaia Copiilor* - 11.5 ore; *Festivalul Mamaia* - 15.75 ore; *Festivalul George Enescu* - 22.25 ore; *Cerbul de Aur* - 28.75 ore etc.

Campanii: *Oamenii Deltei* - 7.5 ore; *TVR te îndeamnă să vezi pentru ei* - 2.25 ore; *Crucea Roșie* - 3.5 ore; *Restaurare* - 32.5 ore; *Campanie 1989* - 29.75 ore.

Performanțe: Emisiunile noi, *Europa ne privește*, *Bună ca viață*, *Spune-mi ce te doare*, *Ca la carte*, *Conferințele lui Dan Puric*, *Vedeta familiei*, *Talk-show-ul de joi*, 24

Rețetă pentru siluetă etc. au adus canalului un public Tânăr și au îndeplinit cerințele de audiență. Acestea sunt păstrate și în grila pe 2010.

TVR1 a continuat seria de documentare *Reconstituiri cu noi episoade din Dosarele secrete ale Securității*. Emisiunile-emblemă au continuat și în 2009 seria rezultatelor mult peste media de audiență a postului: *O dată-n viață*, *Tezaur folcloric*, *Teleencyclopedia*, *Ne vedem la TVR*, *Agenda politică*, *Viața satului*.

Audiența postului a fost păstrată la nivelul lui 2008, cu o creștere pe final de an 2009.

În 2009, TVR1 a continuat promovarea producătorilor independenți prin emisiuni ca *Rom european*, *Călător pe viață*, *Bună ca viața* sau *Suntem în aceeași bancă*, precum și difuzarea filmelor europene.

Probleme: Situația financiară a făcut ca din grila TVR 1 să lipsească divertismentul de sămbătă seara. Cu toate acestea, au fost găsite resurse pentru divertismentul de sfârșit de an: seria de emisuni *Hai să ne întâlnim sămbătă seara*, programele speciale de Crăciun și Revelion.

Obiective: TVR 1 își propune continuarea emisiunilor cu potențial mare de audiență, susținerea unor cauze sociale și naționale, realizarea unor programe informativ-educative în domeniile finanțier și medical. Vor continua preocupările pentru consolidarea publicului existent și atragerea de noi telespectatori, precum și recuperarea publicului feminin și a celui cu venituri mici.

Evenimente sportive ce vor fi difuzate: *Olimpiada de iarnă de la Vancouver*, *Campionatul Mondial de Fotbal*, *Champions League*, *Formula 1*, *meciurile de acasă ale echipei de fotbal a României* în calificările pentru CE din 2012, alte competiții internaționale la care participă echipe din România.

Pentru divertisment, se caută o soluție care să reînvie tradiția emisiunilor de sămbătă seara. În zona culturii, vor continua emisiunile devenite brand al SRTv: *Nocturne*, *Garantat 100%*, *Profesioniștii*. Au fost alocate spații în grilă dedicate concertelor și vor continua parteneriatele cu manifestările importante: UNITER, Festivalul Național de Teatru, Gala APTR etc).

3. Activitatea Departamentului TVR 2

Considerații generale: Bugetele mereu în scădere au impus soluții de adaptare și mai puțin de construcție și urmărire a unei strategii de creștere. Astfel, managementul TVR 2 a încercat conservarea audienței și îmbunătățirea calitativă a targetului canalului, 18- 49 de ani, oameni activi, clasa medie și peste medie.

Soluția managerială adoptată a fost formula 3+1, adică 3 premiere și o reluare într-o lună de difuzare.

Performanțe: Anul 2009 a însemnat o repoziționare pentru TVR 2 în contextul unui buget redus. Audiența a rămas totuși constantă, grație acestei repoziționări la nivel național în raport cu anul 2008, existând însă unele scăderi pe all urban.

Au rămas în grilă programe de succes ca *Bucătăria lui Jamie*, *D'ale lui Mitică*, *Arena leilor*, *Bazar*, *Atenție, se cântă!* sau *Pescar Hoinar*. S-a renunțat la programul de divertisment *Maniacii* și la *Ulița spre Europa*, un program cu audiență bună, dar cu costuri ridicate, fiind vorba de un sitcom. S-a lansat însă un remake al *Videoterapie*, format mai vechi al TVR2, și un slot de documentare de acțiune. A început difuzarea programului *Imaginea succesului* (cum să ne îmbrăcăm, bune maniere în societate și la birou), cu finanțare externă, și au fost păstrate programele dedicate targetului activ din domeniul auto și moto. Emisiunea *Timpul chitarelor* și-a consolidat poziția, alături de *Muzică și muzichie*, targetul de weekend fiind acoperit și cu un nou program de IT, cu finanțare externă. În urma schimbărilor, *Ora de știri* a revenit într-un timp destul de scurt între preferințele telespectatorilor, iar linia de filme de la ora 19 a înregistrat o ușoară creștere de audiență.

Se poate considera o realizare creșterea cu aproape 20% a categoriei de vârstă 18–29 de ani și o creștere cu 9% a telespectatorilor cu venituri mari, conform datelor furnizate de Splendid Media pentru ianuarie-noiembrie 2009.

TVR 2 are astfel un profil comercial foarte bine consolidat în 2009, în care 60% din public este compus din persoane cu venituri mari, iar 28.5% cu studii superioare. Cei cu educație medie și superioară ating 83%, iar cei cu venituri medii și mari - 77% din audiența postului. Mai mult, aceeași sursă arată o poziționare foarte bună a TVR 2 în piață, în primele locuri pentru targetul urmărit prin strategia votată de CA al SRTv. Pentru 18-49+Guests TVR 2 se află pe locul 5 (raportat la întreaga piață TV), cu o diferență minimă față de prima clasată, iar pentru 18+ urban+Guests se află pe locul 4, după TVR 1, Pro TV și Antena 1.

Pe ansamblu, anul 2009 a fost unul de adaptare și de conservare în fața problemelor din piață.

Probleme: lipsa programelor estivale transmise de către TVR 2 de pe litoral, după patru ani în care postul a fost singurul care reușea un maraton estival.

4. Activitatea Departamentului TVR Cultural

Considerente generale: TVRC și-a continuat trendul ușor ascendent, înregistrat începând cu grila programelor de toamnă-iarnă a anului 2008, în pofida contextului general de recesiune și a bugetului austuș: cota de piață a înregistrat o valoare de 0,8, față de 0,6 în 2008. Constantele strategice ale grilelor de programe s-au grupat în jurul a trei obiective:

- compensarea „zonelor slabe” din proiectul editorial al anului 2008 (prin crearea unei stagiuni proprii de spectacole de teatru în direct, prin

conceperea și promovarea coerentă a propriilor campanii social-culturale de interes național);

- fidelizarea publicului față de brandurile editoriale ale postului;
- crearea și promovarea de evenimente cu mare impact, marca TVR Cultural, care să intensifice caracterul specific al postului, de nișă tematică, culturală, integrată în misiunea serviciului public de televiziune.

Performanțe: TVR Cultural și-a adăugat în palmares *Premiul pentru emisiune culturală* pentru *Istoria literaturii române contemporane povestită de Alex Ștefănescu*, producător Lucia Constantinescu, realizator Andrei Măgălie, și *Premiul pentru montaj* care i-a revenit editorului Robert Kallós pentru *Muzici dintr-o expoziție*.

Echipa *Jurnalului Cultural*, prezentă ca principal partener de televiziune în cadrul *Târgului Internațional de Carte Gaudemus* (19-23 noiembrie 2009) a obținut *Marele Trofeu Al Presei*, secțiunea TV, prin votul publicului – distincție acordată în urma celor 600 de minute live difuzate din cadrul evenimentului, a agendei zilnice, de 5 minute, a târgului și a celor 9 ediții speciale realizate în direct.

Jurnalul Cultural are din 2009 un nou format, mai amplu (45 de minute ediția principală și o sinteză de 15 minute), un decor nou, modern și un pachet grafic adaptat noilor cerințe.

În calitate de partener al *Festivalului Internațional „George Enescu”*, TVR Cultural a difuzat în direct integrala concertelor desfășurate la Sala Palatului din București și la Ateneul Român, asigurând totodată agenda zilnică a festivalului (preluată și de TVR 1 și TVRi). În premieră pentru România, TVR Cultural a difuzat, în timp real, un total de 14.000 de minute de concert de muzică clasică de cea mai înaltă ținută artistică.

De asemenea, seria tematică *La porțile ceriului*, difuzată de TVR Cultural din octombrie 2008, a fost nominalizată în finala *Festivalului Internațional de Film Documentar de la Shanghai*, între 5 producții selecționate din 1.800.

Obiective realizate: Începând din martie 2008, TVR Cultural a reușit să materializeze proiectul propriei stagiuni teatrale în direct. În fiecare marți seară, telespectatorii au scenă deschisă cu teatrul românesc, preluat din stagiunea curentă a tuturor instituțiilor importante de profil din România.

TVR Cultural a reușit să impună alte patru branduri puternice în peisajul editorial dedicat culturii: *Istoria aproape; Filmul Românesc. Școli, generații, autori* (emisiune-maraton, de 3 ore, consacrată unui pelicule de succes din ultimii 50 de ani); *Profil, poveste, personaj* (interviu+portret cu personalități ale momentului). În această serie, TVR Cultural a difuzat în exclusivitate un dialog cu Salman Rushdie); *Arta.ro* (format-magazin, de 60 de minute, săptămânal, cu rubrici dedicate tuturor artelor).

Mai mult decât în ultimii cinci ani, TVR Cultural a reușit în 2009 să se impună pe piața media ca un post de televiziune cu expertiză recunoscută, aşa încât instituții și

fundații naționale cu mare prestigiu ne-au solicitat parteneriatul în evenimentele artistice pe care le-au creat. Astfel, TVRC a devenit coproducător în festivaluri sau manifestări de anvergură, inițiate de *Uniunea Scriitorilor din România, Academia Națională de Muzică, UNITER, Uniunea Cineaștilor din România, Academia Română, Ministerul Culturii și Cultelor*.

Evenimente: *Festivalul Internațional de Teatru de la Sibiu, Festivalul W. Shakespeare, Craiova, Bookfest 2009, Festivalul Internațional de Jazz de la Gărâna, Festivalul de Muzică de Cameră SONORO, Turneul Național Stradivarius, „Scriitori pe Calea Regală” (12 ediții, realizat cu USR), „Ultimii rapsozi” (12 ediții, realizat cu ICR), Festivalul de Muzică Veche etc.*

Probleme: Calitatea editorială „oscilantă” a Jurnalului Cultural, care nu a coborât niciodată sub un standard mediu de valoare, dar nu a reușit să rămână constant la cotele maxime. Cauza principală: echipa insuficientă, dar și dotările tehnice precare: editarea acestui format zilnic nu se face încă digitalizat, iar accidentele tehnice anulează uneori o concepție editorială foarte bună.

TVR Cultural mai are încă de lucru pentru ameliorarea modalităților sale de interacțiune cu publicul pe care îl vizează. Se încearcă în perioada imediat următoare o îmbunătățire a feed-back-ului de la public, printr-o expunere mai promptă și mai coerentă pe site-ul instituției, dar și printr-o mai bună gestionare a relației directe cu telespectatorii (telefoane, email-uri etc.).

Obiective: Deși 2010 este un an de austерitate economică, TVR Cultural va încerca să își mențină trendul ascendent, inovând cu măsură și acordând o atenție deosebită continuității strategiilor sale de poziționare și calității editoriale.

5. Activitatea Departamentului TVR Internațional

Considerații generale: Producțiile proprii ale TVRi din 2009 au însumat 711 ore de premiere, adică 8,12% (vezi anexa).

Strategia TVR Internațional a fost gândită în baza studiilor Agenției pentru Strategii Guvernamentale: „*Comunitatea românească în Italia - condiții sociale, valori, așteptări*” / Ianuarie 2009 „*Comunitatea românească în Spania. Condiții sociale, valori, așteptări*” / Aprilie 2009, ca și în baza sondajelor proprii, e-mail-urilor și telefanelor primite de la telespectatori.

Performanțe: TVRi s-a situat pe locul al doilea (conform studiului menționat) în preferințele telespectatorilor români din Italia, după PRO TV, în condițiile în care TVR ocupă locul 5 și PRO TV Internațional locul 7. În prezent, își propune creșterea producției prin emisiuni care nu fac parte din oferta posturilor concurente.

Campania electorală: Alegerile prezidențiale, într-un talk- show preluat de la TVR1, 35 de ediții de câte 55 de minute.

Campanii sociale: *Omagiu* (1- 8 martie); *Amintiri din Calidor* (martie, aprilie); *Lumină din Lumină, Bucurie Creștină!*; *Sunt român!* (1 decembrie) etc.

Emisiuni informative: *România în văzul lumii* (cele mai importante știri din presa publicată în diaspora); crawl 24/24 în limba română și limba engleză.

Alte evenimente și programe:

- în anul 2009 TVRi a reflectat viața românilor de pretutindeni într-un număr de 116 ediții de reportaje, portrete, anchete;
- a continuat seria și campania *Premiilor TVR Internațional*;
- tronson de talk-show-uri interactive consacrat, la ora 22,00, de luni până joi: *Avocatul dumneavoastră, Articolul 7, Investiți în România, Job internațional*. Aceste emisiuni răspund problemelor la zi ale emigrației românești, sunt *interactive*, cu numeroase intervenții telefonice ale telespectatorilor, considerat partener și implicat în realizarea programelor.

Obiective realizate:

- pachet grafic nou, incisiv, modern, realizat cu costuri minime;
- reluarea legăturilor cu CNN și prezentarea unui reportaj în cadrul prestigiosului *CNN WorldReport*;
- îmbogățirea site-urilor emisiunilor pe pagina de prezentare a TVRi.

Obiective nerealizate:

- nu s-au realizat, din lipsă de finanțare, transmisii din comunitățile românești;
- nu a existat o bună mediatizare a postului în presa și radiourile românești din străinătate, deși s-au realizat spoturi video și audio.

Obiective pentru 2010. Principalul obiectiv este conservarea și consolidarea identității, prin:

- creșterea producției proprii dedicate target-ului;
- o mai promptă reflectare a realităților cu care se confruntă românii de dincolo de granițe și mai multe tronsoane de știri și divertisment de calitate, ca alternativă la posturile private;
- continuarea talk-show-urilor în direct și interactive, ceea ce face diferența între TVR Internațional și posturile românești concurente;
- TVRi va acorda un rol sporit elitelor românești aflate peste hotare, prin realizarea de reportaje despre viața și activitatea lor;
- se va acorda o atenție deosebită asociațiilor românești din străinătate;
- TVR Internațional va încheia un protocol de colaborare cu Departamentul pentru Relația cu Româniile de Pretutindeni.

În condițiile unui buget deusteritate, mai sunt avute în vedere:

- reluarea unor emisiuni de cultură, solicitate de către telespectatori;

- realizarea cu începere din grila de primăvară a unei emisiuni dedicate tinerei generații care crește și se educă în străinătate;
- continuarea difuzării unor piese de teatru de excepție din arhiva TVR, în condițiile obținerii drepturilor de difuzare în spațiul internațional acoperit de TVRI.

6. Activitatea Departamentului TVR 3

Considerații generale:

Primul post național de televiziune dedicat vieții comunităților locale a difuzat în primul an de la lansare emisiuni în care publicul din toate regiunile țării și-au recunoscut tradițiile, valorile și problemele cu care se confruntă pe plan local.

TVR 3 și-a confirmat statutul de televiziune generalistă și a urmărit îndeplinirea misiunii publice. Astfel, în grila postului s-au regăsit jurnale regionale, dezbateri pe teme sociale, economice, politice și culturale, cu specific local, reportaje-anchetă, transmisii sportive, revista presei regionale, filme documentare, emisiuni pentru copii și tineri, filme artistice și emisiuni de divertisment. Pentru unele dintre acestea s-au folosit materiale din arhiva TVR, iar emisiunea *Din arhiva TVR* a devenit un brand al postului.

Un loc important în grila TVR 3 l-au ocupat transmisiile în direct, realizate de studiourile teritoriale.

Evenimente: Campania Națională *Marea mișcare de reciclare*, organizată împreună cu Ministerul Mediului; *Cerbul de aur junior*, în parteneriat cu Primăria Piatra Neamț; campaniile *Se poartă verdele și Săptămâna mediului tău*; *Festivalul Internațional de Teatru de Stradă*, în parteneriat cu Primăria Capitalei și ARCUB; Concert *Phoenix*; *Romanian Music Awards 2009*; Gala filmului documentar *La'și descoperă lașii celor trei Uniri*; *Festivalul internațional de chitară* etc.

Performanțe: *Telejurnalul Regional* și rubrica *E bine să știi* sunt singurele emisiuni informative din România care se transmit din toate cele șase studiouri teritoriale. Talk-show-urile politice, sociale, economice, precum *Regional Expres*, *Impact sau Hai la primărie*, au evidențiat problematica regională, aducând-o în atenția opiniei publice naționale. Sănătatea și rețetele de bucătărie tradițională, specifice diferitelor zone, prezentate în emisiunile *Izvoare de sănătate* și *Sarea-n bucate*, au stârnit interesul telespectatorilor din toată țara și nu numai, fiind transmise și de TVR Internațional. Românilor din diaspora le-a fost dedicată și emisiunea *Alo, România!*.

Promovarea sportului, altul decât fotbalul, s-a realizat prin cinci magazine sportive (vineri-luni), iar parteneriatul cu Federația Română de Baschet a permis transmiterea a câte 3 meciuri săptămânal. S-au adăugat transmisiuni de tenis, raliuri, sport școlar, volei, handbal, box etc.

În premieră în România, TVR 3 este singura televiziune care difuzează programe în toate cele 19 limbi ale minorităților. Nu în ultimul rând, TVR 3 a jucat un rol important în reflectarea campaniei pentru alegerile Parlamentare, Europene și Prezidențiale, realizând dezbateri electorale și jurnale, transmise de cele 6 studiouri regionale.

La numai un an de la lansare, TVR 3 a obținut un premiu APTR pentru filmul *Because of you* și și-a câștigat notorietatea cu brand-ul *Caravana TVR 3*, program care se desfășoară, preponderent, în zone turistice din țară.

Una dintre performanțele notabile ale TVR 3 a fost armonizarea producției editoriale a cinci posturi de televiziune teritoriale și introducerea în grilă a unor emisiuni produse de cel mai Tânăr post regional, TVR Tîrgu-Mureș.

Alături de emisiunile obișnuite din grila TVR 3, o notorietate importantă și-au dobândit și emisiunile proprii ale studiourilor teritoriale, ele fiind deja branduri regionale. În lipsa măsurării audienței, semnalele primite de la Studiourile Teritoriale privind impactul TVR 3 în rândul telespectatorilor sunt încurajatoare. Acest lucru a stârnit interesul unor clienți care au cumpărat spații destul de mari în grilă pentru teleshopping.

Introducerea TVR 3 în aşa numitele "buchete satelitare" a făcut posibilă recepționarea postului TVR3 și de cât mai mulți români din străinătate.

Probleme: Debutul postului TVR 3 a coincis cu introducerea în fluxul de emisie a TVR a stocării programelor în serverul video. Cele mai frecvente probleme au fost cele legate de calitatea neconformă a standardelor de sunet.

Se dorește dotarea Studiourilor Teritoriale cu tehnică de post-procesare sunet. Cu puține excepții, dotarea tehnică a permis realizarea transmisiilor, în direct, în condiții bune. Au fost situații, însă, când s-au suplimentat mijloacele tehnice de teren, fapt ce a dus, inevitabil, la creșterea costurilor.

În consecință, o soluție mai eficientă pentru viitor ar putea fi dotarea Studiourilor Teritoriale cu care de transmisie performante.

Excepție face Regiunea Muntenia-Dobrogea, acoperită editorial de București. În acest caz, se impune implementarea proiectului TVR București, ca entitate de sine stătătoare.

Nu toate firmele de cablu retransmit TVR 3, deși au această obligație prin lege, invocând nevoia unei retehnologizări suplimentare.

Obiective: Analiza *Splendid Media*, pentru TVR 3, pe fiecare lună din 2009, recomandă ca audiența postului să fie măsurată de GFK și livrată clientilor ARMA (agenții și clienți). *Splendid Media* consideră că TVR3 își poate acoperi cheltuielile de monitorizare, după analiza privind estimatul veniturilor din publicitate în 2010.

Din aprilie 2010, odată cu publicarea audienței, se vor evalua producțiile fiecărui studio regional, se vor analiza formatele emisiunilor și se vor lua măsurile care se impun.

Echipa TVR 3 și Studiourile Teritoriale Iași, Cluj, Timișoara, Craiova și Tîrgu-Mureș își vor armoniza punctele de vedere în legătură cu eventualele modificări care se vor impune, în funcție de audiență.

7. Activitatea Departamentului TVR INFO

Considerații generale: TVR INFO este al doilea canal de nișă, după TVR Cultural, și este centrat pe difuzarea de informații utilitare și pe transmisii live din trafic, fiind o premieră în România.

Emite 24/24, șapte zile pe săptămână, și se adresează unui public activ din toate categoriile de vîrstă. Postul este conceput după formatul Euronews și își propune să-și creeze o identitate în audiovizualul românesc.

Performanțe: În 2009 au început transmisiile în direct din Parlamentul României, în sistem pilot. În funcție de programul dezbatelor din Senatul României, în zilele de luni și miercuri se realizează transmisiile live. Din reacțiile telespectatorilor reiese că aceste transmisiile stârnesc interesul, dar mai ales sunt apreciate pentru că nu există comentarii, nici trunchieri de informații. În total s-au transmis 486 de ore. În prezent se pun bazele unui proiect pentru același gen de transmisiile din Camera Deputaților.

TVR INFO difuzează 10 minute de *Știri* de interes național, din domenii variate, din oră în oră, fără prezentatori. Din oră în oră, postul transmite 5 minute de *Sport*, accentul punându-se pe informații din cât mai multe domenii. A crescut numărul și calitatea știrilor sportive și s-a îmbunătățit grafica. Rubrica *Meteo* este difuzată în fiecare oră. Cu ajutorul graficii, se difuzează într-un timp scurt informații de pe toate continentele. Începând cu februarie 2009 s-a introdus în grilă retrospectiva zilei la ora 24:00, cu o durată de aproximativ 40 de minute.

Un alt proiect de succes în 2009 a fost crearea rubricii *No Comment*. Cele 6 premiere pe zi sunt unele dintre cele mai accesate programe de pe site-ul www.tvr.ro.

S-au realizat, în emisiunea *Interviuri*, două campanii publicistice: „Indiferența permite violență”, în colaborare cu Institutul de Cercetări pentru Prevenirea Criminalității din cadrul IGP, și „Vrem Aer Proaspăt!”.

Producțiile proprii au fost de 1636.5 ore, adică 18.67% din total emisie.

Evenimente: TVR INFO a transmis 55 ore de emisiuni electorale (dezbateri difuzate pe TVR 1 și TVR 3 și jurnalele de știri electorale), reprezentând 29.9% din emisiunile preluate.

Probleme:

- bugetul insuficient nu a permis achiziția de programe educativ-utilitare.

Obiective:

- în 2010 se va dezvolta proiectul *Parlamentul României în direct*, prin realizarea unui studio în clădirea Parlamentului și introducerea în grila de programe a dezbatelor politice;

- va continua proiectul „Vrem aer proaspăt!” și se vor realiza alte campanii: „Stop medicamentelor contrafăcute”, „Fără meditații!”.

- se vor reduce treptat, pe măsura creșterii capacitatei de a realiza sau achiziționa programe utilitare, imaginile din trafic.

8. Activitatea Departamentului New Media

Considerații generale: TVR New Media a fost afectat în 2009 de măsurile de austeritate generale din TVR: lipsa unui buget de dezvoltare și reducerea personalului prin neangajarea altor persoane pe posturile devenite vacante. Site-ul www.tvr.ro a reușit totuși să înregistreze o creștere a numărului de utilizatori, dar există potențial pentru a obține un share mai mare din piața de online – aflată în expansiune.

Performanțe:

- realizarea de mini-siteuri, care s-au bucurat de un mare succes de vizitatori – *Olimpiada Beijing 2008, Liga Campionilor, Restaurare, Alegeri 2009*;
- împreună cu Serviciul Juridic, TVR New Media a obținut verdicte favorabile și compensații financiare din partea unor site-uri care au postat ilegal materiale video preluate de la TVR;
- aducerea de venituri directe pentru TVR din contracte de prestări servicii prin Teletextul TVR;
- proiecte speciale: www.tvr.ro/jamieoliver/ TVR2 – site suport pentru un concurs cu premii; www.tvr.ro/eurovision TVR1 - eveniment tradițional al TVR; www.tvr.ro/alegeri2009 - premieră în online-ul românesc prin hărțile interactive, în timp real, cu datele de la biroul electoral central, ceea ce a făcut posibilă analiza voturilor în teritoriu și comparația cu rezultatele din trecut; www.tvr.ro/premiiletvri - un proiect aflat în al treilea an de desfășurare.

Probleme de rezolvat:

- interfața de lucru pentru site este nefinalizată din lipsa unui programator;
- alocarea unui buget de dezvoltare care să permită realizarea de producții și proiecte proprii;
- optimizarea fluxurilor interne între toate departamentele care oferă conținut către TVR New Media;
- completarea echipei editoriale.
- investiții tehnice pentru finalizarea interfeței de lucru, extinderea pe platforme mobile, actualizarea software-ului pentru Teletext;
- **drepturi de difuzare online pentru Arhiva SRTv.**

Obiective:

- lansarea unei versiuni îmbunătățite a www.tvr.ro prin integrarea feed-back-ului din ultimii 3 ani, versiune care să reflecte extinderea SRTv prin lansarea de noi canale și studiouri teritoriale;
- realizarea unui număr mai mare de materiale proprii (podcast-uri de exemplu) de catre redactorii New Media;
- realizarea a cel puțin 3 proiecte speciale: *Olimpiada 2010, Campionatul mondial de fotbal, România după 20 de ani*;
- publicarea și actualizarea programului TV într-o manieră integrată la nivelul instituției.

9. Activitatea Departamentului Film

Considerații generale. În 2009 activitatea Departamentului Film a urmărit îndeplinirea optimă a sarcinilor ce-i revin:

- achiziția de programe TV, pentru a asigura consumul de programe, la nivelul grilelor aprobată;
- vânzarea de producții proprii, pe baza strategiei de vânzări;
- traducerea, subtitrarea și pregătirea filmelor și serialelor pentru emisie;
- preluarea și gestionarea casetelor în regim de import temporar.

Performanțe: Activitatea Departamentului Film permite în prezent acoperirea cu necesarul de filme artistice, miniserii, seriale, documentare, desene animate, programe muzicale, de circ și de divertisment pentru canalele SRTv. Față de 2008, necesarul a fost mai bine asigurat și la prețuri avantajoase.

S-a urmărit economisirea bugetului prin:

- extinderi de licență, mai ieftine decât achizițiile integrale de drepturi;
- contracte cu programe în pachet, pe principiul volum mai mare - preț per unitate mai mic;
- depistarea unor noi companii de distribuție, cu oferte valoroase, dar la prețuri modice;
- operativitate sporită în derularea contractelor.

Departamentul Film a elaborat o strategie de vânzări care a asigurat:

- dezvoltarea portofoliului de programe, cu ajutorul departamentelor TVR ale căror producții pot face obiectul unei vânzări de drepturi;
- elaborarea unui catalog de profil, modular, organizat tematic pe genuri și categorii de programe, inclusiv în format electronic;
- îmbunătățirea prezenței TVR la Târgurile Internaționale de programe de la Cannes (MIP și MIPCOM) prin realizarea, în colaborare cu TVR MEDIA, a unui stand, la un nivel de expunere superior.

Punerea în practică a acestei strategii a dus la realizarea, în condiții de concurență puternică pe piață, a unui volum de vânzări consistent din producțiile TVR.

Se impune continuarea prezenței TVR în peisajul media internațional, deoarece adeseori imaginile TVR sunt sinonime cu România însăși, dar și ca o replică la producțiile de calitate îndoieșnică promovate intens, cu investiții mari, în cadrul acestor târguri, de către posturile concurente.

Pentru modernizarea procedurilor de vânzare este utilă demararea, în colaborare cu Arhiva TVR, a unui proiect pentru realizarea unei Bănci de Secvențe, organizată pe teme și pe subiecte de interes, stabilite în funcție de solicitările de până acum.

Deși în 2009 s-a trecut la introducerea sistemului automat de difuzare, prin ingestarea programelor cu 48 de ore înainte de emisie, redactorii din cadrul Departamentului Film care asigură subtitrarea și pregătirea filmelor și serialelor pentru emisie au reușit, cu excepția unor situații accidentale, să-și îndeplinească obligațiile, atât cele legate de calitatea și eleganța adaptărilor literare, cât și cele implicate de volumul mare de programe. Deși norma de minute atribuite fiecărui redactor este mare, nu s-a facut rabat de la operativitate, nici de la calitate.

10. Activitatea Serviciului Coordonare Difuzare Programe

În 2009 s-a continuat procesul de trecere la difuzarea automatizată a programelor pe canalele TVR 1, TVR Cultural și TVR INFO, alături de celelalte trei canale: TVR 2, TVR INTERNAȚIONAL și TVR 3, proces început în anul 2008. Activitatea din Secretariatul de Emisie s-a restructurat în funcție de noua modalitate de difuzare prin conceperea unui display list pentru fiecare canal și s-a prelungit programul de predare a casetelor pentru Ingest până la 22.00. Grație automatizării, un secretar de emisie poate coordona câte două canale în Regia Multicanal.

11. Performanțe DP. Cele mai importante realizări ale Direcției Programe, în condițiile existente, au fost:

- reflectarea pe larg a principalelor evenimente politice, sportive și culturale, naționale și internaționale;
- conform OG 39/2005, SRTv a cofinanțat direct, prin DP producția a 42 de filme documentare și de ficțiune, majoritatea fiind în competiții oficiale ale festivalurilor importante de film – Cannes, Berlin, Leipzig;
- DP a co-produs în 2009 filmul documentar *7 Zile la București*, regia Marcela Feraru (despre misiunea pompierilor francezi în România în decembrie 1989), filmul documentar de lung-metraj *Autobiografia lui Nicolae Ceaușescu*, regia Andrei Ujică și a semnat contractul de co-producție a seriei de șase filme documentare inițiate de ARTE Franța, despre comunismul din spatele Cortinei de fier.

- realizarea unor emisiuni de calitate, cu care se identifică imaginea canalului respectiv și a SRTv în ansamblu.

12. Probleme întâmpinate. Principalele dificultăți în 2009, au fost legate de:

- reducerea bugetului alocat Direcției Programe;
- din aceleasi motive, promovarea insuficientă a programelor premium pe alte media decât propriile canale;
- dezvoltarea insuficientă a zonei new media, prezența TVR pe Internet fiind mult mai modestă decât a altor televiziuni (forumuri, bloguri, podcast-uri etc.)

13. Obiective 2010: Întreaga strategie a Direcției Programe pentru 2010 este nevoie să se adapteze la bugetul de austерitate. Soluțiile de păstrare a publicului actual și de creștere a audienței sunt:

- mutarea accentului în măsura posibilităților de pe cantitate pe calitate: dacă nu putem avea multe emisiuni noi, cu bugete generoase, măcar să ne asigurăm că am făcut tot ceea ce ne stă în puțină pentru a asigura calitatea celor existente;
- definirea cât mai clară a specificului fiecărui dintre canale;
- sprijinirea prin orice mijloace a emisiunilor-brand, cele cu care se identifică imaginea postului respectiv;
- încurajarea în orice fel (inclusiv recompense morale, atunci când cele materiale nu sunt posibile) a programelor, realizatorilor și echipelor care performează;
- descurajarea și eliminarea emisiunilor “de umplutură”, făcute în inertie;
- acordarea unui rol mult mai serios interactivității, feed-back-ului, relației directe cu telespectatorii, ideilor venite de la ei;
- acordarea unor roluri majore zonei de new media, promovării și marketingului;
- cât mai bună coordonare între grilele posturilor SRTv.

Criza finanțier-economică generală ar putea avantaja canalele SRTv, afectându-le mai puțin decât pe cele private, dacă vor exista decizii manageriale care să sprijine atuurile competitive ale stațiilor TVR. Conurenții au aplicat o strategie de extindere pe orizontală și cumul de audiențe, ceea ce poate realiza și postul public prin sprijinirea tuturor posturilor sale, în complementaritatea lor.

B. Direcția Editorială

Considerații generale

Direcția a fost înființată în urma reorganizării Direcției Programe prin hotărârea Consiliului de Administrație nr. 102 din data de 04.06.2008.

Această măsură organizatorică a fost luată pentru optimizarea fluxurilor de producție și îmbunătățirea calității programelor TVR din punct de vedere al conținutului editorial.

Direcția Editorială are următoarea structură organizatorică: Departamentul Muzică Divertisment, Departamentul Cultură, Departamentul Social Politic Economic, Departamentul Educație Mediu Timp Liber, Departamentul Minorități, Departamentul Documentare Patrimoniu Arhivă și Serviciul Drepturi de Autor.

I. Departamentul Muzică - Divertisment

Departamentul Muzică Divertisment este format din 79 persoane, care au realizat în anul 2009, pentru toate canalele SRTv, 25-28 de emisiuni curente pe săptămână și un număr de aproximativ 60 de evenimente speciale (gale, festivaluri, concerte, ediții speciale de Paște, Crăciun, Revelion, Cerbul de Aur, Eurovision, Eurovision Junior etc) comandate de departamentele difuzoare.

Prin emisiunile realizate, Departamentul Muzică-Divertisment a căutat permanent să contribuie la atingerea unuia dintre obiectivele majore ale postului public de televiziune, oferind telespectatorilor un program de calitate cu umor și bun gust, deși, dată fiind situația economică cu care s-a confruntat SRTv, bugetele alocate acestor emisiuni au fost reduse față de anul 2008 în medie cu 20%.

Performanțe

În medie, în anul 2009, au fost difuzate, în premieră, aproximativ 160.000 minute de producție, respectiv peste 3.100 minute săptămânal.

În general, emisiunile produse de acest departament se difuzează în transmisiune directă, pe spații cuprinse între 50 și 120 de minute, fie în studiourile TVR, fie în locații externe. Există și emisiuni înregistrate (curente sau ocazionale), realizate, de asemenea, în locații externe și în TVR.

Emisiunile pilon, cum ar fi „O dată-n viață”, „Ne vedem la TVR” sau „Dănuț SRL”, au înregistrat rating-uri medii de 3-8 %

O situație asemănătoare a înregistrat și emisiunea „Miezul zilei”, care, în ciuda modificărilor de durată sau oră de difuzare, a avut o audiență în continuă creștere, fapt datorat îmbunătățirii permanente a concepției editoriale, dar și invitaților de marcă prezenți zilnic.

Nu au fost uitate nici programele de divertisment pentru copii. „Hora prichindeilor” (TVR 2) și „Preminații” (TVR 3) contribuie permanent la educarea copiilor în spiritul valorilor tradiționale ale poporului român, îmbinându-le cu un divertisment adecvat vîrstei și preocupărilor acestora.

În anul 2009, TVR a fost coproducătorul celei de a IX-a ediții a Festivalului „Mamaia Copiilor”, transmis în direct de TVR în 4 seri și al festivalului „Cerbul Copiilor Junior”, care a fost difuzat pentru prima data în transmisiune directă pe TVR 3. Referindu-ne la festivalul „Cerbul de Aur Junior”, ne dorim ca acesta să devină, cât mai curând, un alt brand al Televiziunii Române.

Indicatorii de audiență arată că folclorul este un gen muzical îndrăgit de publicul telespectator. „Tezaur folcloric”, „Festivalul Mamaia de muzică populară”, sau seara de folclor din cadrul Festivalului Internațional „Cerbul de Aur”, ca și alte producții de gen au înregistrat la difuzare cote foarte bune de audiență.

În afara emisiunilor curente ale Departamentului Muzică Divertisment, realizatorii din cadrul acestei structuri a SRTv au contribuit la producerea a numeroase evenimente/emisiuni speciale (aproximativ 60 de producții), difuzate pe toate canalele postului public de televiziune.

Festivalul Internațional „Cerbul de Aur”, considerat nu numai unul din brandurile importante ale TVR, dar și un brand de țară, a adus un beneficiu de imagine Televiziunii Naționale.

După ce în 2008 se reușea revitalizarea acestui brand important, în 2009 Festivalul Cerbul de Aur și-a consolidat în mod cert poziția între programele îndrăgite de publicul telespectator. Considerat ca fiind un real succes, Cerbul de Aur din 2009 a avut 27 de concurenți (24 dintre acestia din străinătate), și recitaluri de excepție precum Hot Chocolate, Steve Vai și Tiziano Ferro, Holograf, Direcția 5, Loredana Groza, Sistem. De asemenea spectacolul de deschidere, la care au participat voci de aur ale muzicii ușoare românești, a dat viață celei de a XVII-a ediții a Cerbului de Aur.

Rating-ul mediu înregistrat anul acesta pe toată durata festivalului a dovedit că postul public poate atrage telespectatori printr-un program de calitate. De asemenea, s-au reușit performanțe notabile în condițiile unor costuri diminuate cu mai mult de 35%, față de bugetul cheltuit în anul 2008.

Totodată, în premieră, Festivalul „Cerbul de Aur” a fost transmis în direct de BALKANIKA TV, un post de televiziune care emite în 20 de țări din sudul Europei, nordul Africii și din Orientul Apropiat.

Tot la capitolul emisiuni de succes se poate număra și programul special din noaptea de Revelion 2009-2010, când, de asemenea, postul public de televiziune a înregistrat cote bune de audiență (11,4% rating la miezul nopții), oferind telespectatorilor 5 ore de spectacol de calitate cu un cost, de asemenea, diminuat față de bugetul alocat unei emisiuni similare difuzate în anul precedent.

Probleme întâmpinate

Audiența medie a emisiunii „Tonomatul DP2”, nu a depășit 0,2-0,3% rating. În urma organizării licitației de proiecte pentru spațiul respectiv a fost desemnat câștigător un alt format („Întâlnire pe 2”) propus de o nouă echipă.

De asemenea s-a acordat o atenție sporită și programului matinal difuzat pe TVR 1 „Trezirea la apel”, departamentul solicitând echipei de realizatori îmbunătățirea permanentă a formatului.

Pe tot parcursul anului 2009, conducerea Departamentului Muzică Divertisment a făcut eforturi sporite privind reducerea costurilor operaționale pe emisiune prin:

- diminuarea constantă a cheltuielilor privind plata orelor suplimentare și a celor lucrate sămbăta și duminică.
- micșorarea sumelor datorate colaboratorilor prin contracte de drepturi de autor și/sau conexe.
- folosirii judicioase a orelor de filmare, spațiilor de înregistrare și turelor de montaj alocate pentru producerea emisiunilor, contribuind astfel la diminuarea cheltuielilor cu resursele de producție.

Obiective 2010

Departamentul Muzică Divertisment își propune îmbunătățirea calității programelor ce urmează a fi realizate, producerea și difuzarea pe TVR 1, a unei emisiuni de gen în plus pe lună și reducerea costurilor pe emisiune cu cel puțin 20%.

De asemenea, în plan intern, se dorește o colaborare mai strânsă cu canalele difuzoare ale programelor de divertisment și cu structurile care asigură producția efectivă a acestora și o monitorizare cât mai corectă, la nivelul Departamentului, a solicitărilor de filmare (exterioare/platou și montaj).

Pentru eficientizarea activității Departamentului, se va îmbunătăți procesul de consultare în conceperea proiectelor de grilă ale canalelor difuzoare și în conceperea cererilor de ofertă pentru viitoarele emisiuni.

Departamentul Muzică Divertisment își propune pentru anul 2010:

- atragerea publicului telespectator Tânăr;
- diversificarea ofertei programelor de divertisment;
- îmbunătățirea, din punct de vedere editorial, a programelor de divertisment difuzate la sfârșit de săptămână - „O dată-n viață”, „Dănuț SRL”, „Ne vedem la TVR”
- relansarea unor emisiuni de divertisment, recunoscute în timp drept branduri ale Televiziunii Române: „Steaua fără nume”, „Floarea din grădină”, „Cu mască, fără mască”, „Videomagazin”.
- Organizarea în condiții deosebite de calitate, a celei de-a XVIII-a ediții a Festivalului Internațional “Cerbul de Aur”, a concursului internațional

Eurovision, având ca țintă, atingerea unor cote maxime de audiență, precum și atragerea de sponsori.

II. Departamentul Cultură

Departamentul Cultură a realizat, în anul 2009, 165 de producții proprii, difuzate pe toate canalele SRTv. Emisiunile, campaniile sociale și de strângere de fonduri, concertele și spectacolele de teatru și de dans, produse în cadrul Departamentului Cultură, s-au aflat într-un trend ascendent, din punct de vedere al audiențelor, pe tot parcursul anului trecut. Acestea au fost, totodată, reprezentative pentru misiunea de educare și informare culturală a Televiziunii Publice din România. În ciuda bugetelor prohibitive, grație creativității și profesionalismului realizatorilor departamentului, programele difuzate s-au bucurat de un real succes.

Performanțe

Programul „Restaurare”/”Restoration”

Televiziunea Română, împreună cu Ministerul Culturii, Cultelor și Patrimoniului Național, cu sprijinul Comisiei Naționale a Monumentelor Istorice și al Institutului Național al Monumentelor Istorice și „Fundaria Art Production”, precum și cu sprijinul autorităților locale din fiecare zonă, a realizat un amplu program, la nivel național, dedicat cercetării, reabilitării, restaurării, conservării și funcționalizării obiectivelor de patrimoniu din România.

Programul „Restaurare” s-a realizat după un format Endemol-Holland, și a constat în producția a 10 filme documentare, care au ca subiect monumente din 10 zone din România și din București. Fiecare episod a avut o durată de 50 de minute și a prezentat trei monumente importante, care merită să primească fonduri pentru restaurare.

Publicul a votat prin SMS (nr. 1388). În urma celor 10 săptămâni s-au strâns 50 de mii de euro, care au fost donați Vilei Elisabeta din Herculane, monumentul declarat câștigător în urma votului publicului. Gala finală a avut loc în data de 1 decembrie 2009.

În ciuda bugetului restrâns, programul s-a bucurat de o bună audiență, iar filmele documentare realizate au avut o bună critică a specialiștilor și au fost distinse cu numeroase premii.

În anul 2010, au fost aduse în fața publicului telespectator noi spectacole de teatru. A continuat preluarea de spectacole din București și din țară, în baza acordurilor pe care SRTv le are cu principalele instituții de teatru din România.

Grație unei bune colaborări cu TVR Cultural, a fost realizat un program săptămânal pentru copii. Un program de televiziune interactiv, în care copii află cum

este creat un spectacol de teatru și care este povestea fiecărui personaj celebru din basme.

Tot în anul 2009, Televiziunea Română a fost coproducător, alături de ARTEXIM, al Festivalului și Concursului Internațional „George Enescu”. Nume sonore ale muzicii de profil au fost prezente, cu această ocazie, la București, iar publicul telespectator a beneficiat de transmisiuni în direct și înregistrări ale celor mai faimoase interpretări actuale (orchestre, dirijori, soliști celebri).

Departamentul Cultură a realizat în parteneriat cu Asociația Culturală Accendo o campanie de strângere de fonduri, dedicată Asociației Nevăzătorilor din România". "TVR te îndeamnă să vezi pentru ei" a însemnat o campanie desfășurată pe o perioadă de trei luni, conținând formate diverse, de la reportaj și testimoniale, până la o gală teledon, în urma căreia s-au strâns peste 120.000 euro.

Acești bani au fost donați ANR în vederea construirii unui centru de zi pentru nevăzători. „Oamenii Deltei” este o altă campanie socială produsă de Departamentul Cultură în anul 2009 și a constat în organizarea unui teledon, în urma căruia s-au adunat fondurile necesare reabilitării unei școli din Letea și a unui dispensar medical din Maliuc. Suma obținută în urma programului tv a fost de 35.000 de euro.

Și în 2009 s-a continuat producerea singurului jurnal cultural din România. Ora de difuzare a fost schimbată de la 22:30, la ora 19:00, fapt care a contribuit la o mai bună vizibilitate a Jurnalului Cultural, concretizată într-o audiență în creștere.

Televiziunea Română, prin Departamentul Cultură, a continuat să deruleze de-a lungul anului trecut parteneriate cu prestigioase instituții culturale din țară (Festivalul Internațional de Teatru de la Sibiu, UNITER, Festivalul Sonoro, Festivalul Național de Teatru). De asemenea, am produs, în continuare, emisiuni cu tematică religioasă, încercând să acoperim toate comunitățile spirituale de pe întreg teritoriul României.

Pentru prima dată, după 10 ani de absență, s-a reușit producția unei piese în platourile televiziunii, în parteneriat cu Teatrul „Ion Creangă” din București. Astfel, „Albă ca Zăpada și cei șapte pitici” a fost primul spectacol de teatru în studio, filmat după 10 ani. Tot în anul 2009, în parteneriat cu Teatrul „Masca”, s-a reușit montarea pentru televiziune a piesei „Ferma de struți” de Olga Delia Mateescu, în regia actorului și regizorului Mihai Mălaimare.

Probleme întâmpinate

Lipsa de fonduri a împiedicat, în 2009, realizarea mai multor producții de teatru în studio, TVR fiind nevoie să își propună o intensificare a acestor activități pentru 2010.

Obiective 2010

Pentru anul 2010, ne propunem realizarea unei noi serii de documentare sub genericul RESTAURARE și demararea unui program de teatru tv coherent, cu producții

proprietăți în studiourile televiziunii, dar și preluări reunite sub titlul „Teatrul pentru toți”.

Acest proiect are încă de la bun început mai multe direcții de dezvoltare:

- producția proprie în studio;
- preluări de spectacole de la diferite teatre din capitală și din țară, cu public;
- emisiuni informative și de comentariu care vor pregăti publicul pentru teatru ;
- spectacole din arhiva TVR, care vor permite publicului telespectator reîntâlnirea cu mari glorii ale teatrului românesc;
- teatrul pentru copii;
- debut.

III. Departamentul Social Politic Economic

Considerații generale

Obiectivul central al activității Departamentului Social, Politic, Economic (DSPE) în anul 2009 a fost creșterea calității programelor realizate pentru TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Internațional, TVR Cultural, TVR INFO, în paralel cu eficientizarea proceselor de producție prin încadrarea în bugetele reduse alocate de departamentele beneficiare și prin promovarea unor proiecte noi. În acest scop, măsurile luate la nivelul DSPE au urmărit:

- îmbunătățirea permanentă a emisiunilor existente: 14 titluri curente în grila TVR 1, 10 la TVR 2, 9 la TVR 3, 1 la TVR Cultural, 7 la TVR Internațional, și 10 la TVR INFO, numeroase producții ocazionale (ex. edițiile speciale);
- conceperea unei oferte de programe permanente actualizate;
- reacția rapidă la evenimente, prin crearea unor emisiuni informative complementarea edițiilor de știri: debbateri, talk-show, interviuri cu factori de decizie ai statului și liderii politici marcanți sub forma unor ediții speciale;
- diversificarea gamei de producții, cu accent pe reportaj și documentar, iar pentru TVR INFO crearea de noi producții cu caracter informativ realizate de angajați ai Departamentului cu costuri inferioare producțiilor externe și superioare calitativ;
- promovarea ideilor și proiectelor valoroase;
- pregătirea și participarea la toate selecțiile de proiecte care au vizat implicarea DSPE, conform solicitărilor departamentelelor beneficiare;
- o mai bună alocare a resurselor umane din cadrul DSPE prin selectarea competențelor și promovarea angajaților cu potențial;
- completarea resurselor deficitare, atât financiare, cât și umane, pentru o căt mai bună acoperire a tematicii de actualitate;
- consolidarea și cultivarea spiritului de echipă, încurajarea creativității.

Prin decizii manageriale s-au întreprins o serie de modificări în cadrul echipelor, menite să eliminate blocaje, factori perturbatori, sau elemente neperformante, iar în unele cazuri s-au operat schimbări în privința moderatorilor/prezentatorilor, precum și ajustări ale formatului.

În același timp, au fost promovate figuri noi în zona de dezbatere - talk show, în scopul dinamizării și îmbunătățirii performanțelor editoriale.

Pentru a fundamenta astfel de decizii, am realizat un casting intern, menit să scoată la iveală calitățile și potențialul unor angajați, care doresc să-și diversifice activitatea. În urma evaluărilor prestațiilor, am format un grup de 10 tineri pe care i-am promovat în cadrul unor producții noi sau existente.

DSPE a realizat, în 2009, 51 de producții (titluri), angajate în grilele curente, pe cele 6 canale, la care se adaugă și emisiunile din cele două campanii electorale, realizate conform deciziilor coordonatorului de campanie, cu personalul pus la dispoziție de DSPE.

Creșterea audienței și fidelizarea publicului au fost principalele noastre preocupări în 2009. Este motivul pentru care am solicitat diversificarea ofertei de programe pentru TVR1, prin crearea unei emisiuni economice de tip infotainment ("Bancomatul de pe 1") și a unei dezbateri dedicate sistemului românesc de învățământ ("Teză la educație").

Performanțe

Performanța programelor DSPE este reflectată, în principal, de poziționarea în topul audienței canalului TVR 1 și TVR 2.

Marea majoritate a celor 14 producții, realizate în 2009 de DSPE pentru TVR 1 (8-10 titluri săptămânal), s-au situat în jumătatea superioară a clasamentului audienței.

Menționăm emisiunile „Viața satului”, Edițiile speciale, „Agenda Politică” și „Ochiul Magic”, care s-au situat cu predilecție în zona superioară a clasamentului, imediat după știri și sport.

Pe TVR 2 cele 2-3 producții realizate zilnic de DSPE (dintr-un total de 10 titluri săptămânale) au ocupat, de regulă, locuri între primele 5 poziții și în mod frecvent locul I în topul zilnic (emisiunile „Bugetul meu” „D-ale lui Mitică”, „Dincolo de hartă”, „Ferma”).

Fluxurile de producție nu au cunoscut impasuri, deși volumul de producție s-a multiplicat considerabil pe durata anului 2009 din cauza celor două campanii electorale.

DSPE a realizat și campania de informare pentru Referendumul din 22 noiembrie 2009, privind reforma Parlamentului. Cele două dezbateri ample sub genericul "DA sau NU la referendum", în cadrul cărora au fost expuse și analizate opiniile pro și contra.

Probleme întâmpinate

Menționăm câteva aspecte care în continuare trebuie îmbunătățite:

- Bugetul de austерitate a făcut imposibilă asigurarea resurselor financiare necesare realizării documentarelor și producțiilor de portofoliu;
- Este necesară o concentrare mai eficientă a comenziilor din partea Canalelor (și implicit a resurselor și eforturilor de producție) pe principiul calitativ;
- diferențierea insuficientă a competențelor asupra celor două categorii de ediții speciale care modifică grila curentă: "breaking news" și emisiunile-dezbateră (talk show) realizate de DSPE;

Campaniile electorale

În 2009 cele două campanii electorale de la TVR (pentru europarlamentare și prezidențiale) au fost coordonate de doamna Mura Frînculescu și realizate cu personalul editorial al Departamentului Social-Politic-Economic (cu câteva excepții).

Campania electorală pentru Parlamentul European s-a desfășurat în perioada 8 mai-7 iunie 2009, conform prevederilor legale. Programul a fost intitulat generic "Alergi europene. Tu decizi" și a cuprins dezbateri live și știri electorale (de luni până vineri) pe TVR 1 și TVR 3, reluate pe TVR Internațional și TVR INFO.

DSPE a alocat un volum semnificativ de resurse curente de producție și în perioada pre-electorală, când a desfășurat o campanie de informare cu adaptarea conținutului principalelor emisiuni realizate de DSPE la temele europene: dezbateri cu specialiști în afaceri europene în cadrul emisiunilor din grila curentă "Ediție Specială" și "De la Est la Vest", respectiv cu liderii partidelor parlamentare la "În spatele ușilor deschise".

Campania pentru alegerile prezidențiale din 22 noiembrie și 6 decembrie 2009 a cuprins dezbateri electorale intitulate "Tu decizi 5 ani pentru România" (pe TVR 1 și TVR 3, reluate pe TVR Internațional și TVR INFO) la care au participat candidați și reprezentanți ai competitorilor electorali, precum și buletine electorale realizate exclusiv cu materialele competitorilor, cu durată prestabilită.

Audiențe și cote de piață:

Vârfuri și vectori de audiență - programe relansate cu un raport bun cost-audiențe, care au continuat să performeze: „Ochiul magic” (TVR 1), „Agenda politică” (TVR 1), „Bugetul meu” (TVR 2), „D-ale lui Mitică” (TVR 2), „Dincolo de hartă” (TVR 2), „De la Est la Vest” (TVR 1), „Lumea de aproape” (TVR 2)

Emisiuni noi - programe lansate în 2009: „Teză la educație” (TVR 1), „Bancomatul de pe 1” (TVR 1), „În spatele ușilor deschise” (TVR 1), „Șansă și neșansă” (TVR 2), „Interviurile TVR INFO”, „Info Agricol”, „Info Politică”, „Info Juridic”, „Info Bursier”, „Info Bancar”, „Fonduri Europene”, „Revista presei”, „Parlamentul în direct” (TVR INFO),

„Retrospectiva politică a anului 2009” (TVR 1), documentarul “Aspen Institute: 20 de ani în urmă, 20 de ani în viitor” (TVR 1).

În 2009, DSPE a realizat un număr de 31 de „Ediții speciale” cu participarea principalelor personalități ale societății (Președintele României, Primul Ministru, Președinții celor două Camere al Parlamentului, liderii partidelor parlamentare, principali candidați la Președinția României, etc.), în cadrul cărora au fost surprinse principalele evenimente din anul 2009 de pe plan intern și extern. În plus, o serie de ediții ale emisiunilor curente au abordat subiecte de maximă actualitate.

Obiective 2010

Pentru îndeplinirea cu maximă responsabilitate a sarcinii de a informa și educa publicul larg în cele trei mari domenii, Departamentul Social-Politic-Economic și-a propus pentru 2010 o serie de obiective specifice, care decurg din misiunea de post public: informarea corectă a cetățenilor, asigurarea unui cadru larg de dialog și dezbatere, care să asigure pluralismul opiniilor, prezentarea promptă și obiectivă a realităților vieții social-politice-economice, interne și internaționale.

În același timp, avem în vedere, în continuare, promovarea valorilor naționale, a valorilor democratice, civice și morale. Prioritatea absolută pentru DSPE rămâne creșterea calității programelor oferite publicului.

Ne propunem pentru 2010:

- continuarea proiectelor lansate, care au confirmat prin calitate și performanțe de audiență,
- menținerea tronsonului de emisiuni social, politice, economice de luni până vineri
- alocarea de spații de difuzare în conformitate cu gradul de interes al publicului pentru problematica serioasă
- creșterea numărului de producții de factură economică și economico-socială, în pas cu evoluțiile din societatea românească
- reluarea colaborării cu CNN World Report (emisiune cu un public de 1,3 miliarde de telespectatori în întreaga lume), care ar consta în producția și transmiterea de reportaje din România, precum și realizarea unei emisiuni de actualitate internațională.

IV. Departamentul Educație, Mediu, Timp Liber

În anul 2009, Departamentul Educație, Mediu și Timp Liber (DEMTL) a realizat 75 de emisiuni pentru toate posturile, 61 de emisiuni curente, din care 43 cu 740 de difuzări pe posturile TVR 1, TVR 2 și TVR Cultural. Din cele 43 de emisiuni realizate pentru posturile TVR 1, TVR 2 și TVR Cultural, 12 emisiuni au fost ocazionale, de tip

eveniment. Pentru posturile TVR Internațional, TVR 3 și TVR INFO s-au realizat 32 de emisiuni.

Emisiunile au fost difuzate pe posturi după cum urmează:

- TVR 1 – 25 emisiuni – 15 curente și 10 ocazionale
- TVR 2 – 13 emisiuni - 12 curente și 1 ocazională
- TVR Cultural – 5 emisiuni - curente
- TVR Internațional – 13 emisiuni – 10 curente și 3 ocazionale
- TVR INFO – 9 emisiuni – curente
- TVR 3 – 10 emisiuni – 7 curente și 3 ocazionale

Din analiza de conținut a emisiunilor reiese că s-au realizat 41 de emisiuni de educație, 24 de emisiuni de timp liber și 10 emisiuni de mediu. Astfel, cele trei domenii: educație, mediu și timp liber au fost acoperite după cum urmează: 55% din totalul emisiunilor realizate au fost emisiuni de educație, 32% au fost emisiuni dedicate timpului liber, 13% au fost emisiuni dedicate protecției mediului.

Performanțe

În medie emisiunile realizate de DEMTL pe TVR 1 nu au scăzut sub media postului, iar pe TVR 2 au depășit audiența medie a postului cu 0,2 rtg%.

Între emisiunile curente, difuzate de canalul TVR 1, liderul de audiență este "Teleencyclopedia", emisiune de tradiție, care a înregistrat un vârf de audiență de 2,6 rtg % și 11,7 shr % urban, iar între emisiunile eveniment (TVR 1) liderul de audiență a fost emisiunea „Din dragoste de Țară”, documentar despre familia regală, cu o audiență de 4,6 rtg % și 9,9 shr %.

Între emisiunile difuzate de TVR 2, liderul de audiență a fost emisiunea „Pescar Hoinar”, cu o audiență de 2,2 rtg % și 9,6 shr % urban.

Probleme întâmpinate

Din punctul de vedere al audienței este necesară o diferențiere între emisiunile curente și cele eveniment. Se observă că evenimentele atrag o mai mare audiență, dar și că există o disproportie în oferta către public, raportat la cele trei domenii de interes analizate.

Cele trei domenii de interes: educație, mediu și timp liber, nu au beneficiat de promo-uri specifice, iar promovarea individuală este cu mult sub necesar, fapt care nu ajută la creșterea audienței. Numărul de angajați este insuficient raportat la numărul de emisiuni

Obiective 2010

Pentru 2010, DEMTL își propune realizarea strategiilor editoriale pentru domeniile educație și timp liber, precum și o mai eficientă implementare a strategiei de mediu.

În 2010 DEMTL își propune creșterea performanțelor și audiențelor emisiunilor prin:

- o mai bună coordonare a procesului editorial,
- printr-un management eficient al personalului,
- prin identificarea și susținerea subiectelor de interes,
- prin promovarea susținută a emisiunilor nou intrate în grilă
- prin comunicarea pertinentă a schimbărilor de dată/oră în program.
- De asemenea DEMTL își propune acordarea unei atenții mărite promovării pe internet a emisiunilor.

V. Departamentul Minorități

V.1 Secția Germană

Considerații generale

Legea 41/1994 privind funcționarea SRR și SRTV prevede obligativitatea difuzării programelor despre și pentru minoritățile etnice din România. Prin urmare, principala activitate a redacției germane este realizarea de programe adresate minorității germane. Menționăm că, datorită subtitrării în limba română, impusă de legea audiovizualului, emisiunile sunt vizionate în mare măsură și de populația majoritară, conform audiențelor înregistrate și scrisorilor primite la redacție. Noi nu suntem doar cei care transmit niște informații, ci promovăm identitatea culturală a diferitelor comunități de limbă germană din țara noastră. Cu ajutorul emisiunilor noastre, ele pot fi cunoscute și înțelese mai bine, suntem astfel un liant între diferitele grupuri etnice germane din România. Iar datorită subtitrării în limba română, programele noastre sunt foarte apreciate și de publicul din rândul populație majoritară, interesat de limba și cultura germană.

Emisiunile în limba germană produse de secția germană a TVR își propun să fie o oglindă a germanilor din România și o punte de legătură cu țările germanofone. Secția germană urmărește și se implică în viața socială și culturală a minorității germane în scopul păstrării identității etnice a persoanelor aparținând acestei minorități.

Emisiunea este tip magazin și acoperă o bună parte din genurile clasificării EBU: buletin informativ, publicistică/infotainment, reportaj până la documentar. Toate emisiunile sunt producție proprie.

Tabel cu emisiunile în limba germană produse de Secția Germană

| Canal | Titlu | Ziua difuzării | Interval orar | Durata/efectiv | Observații |
|-------------------|----------------------------|----------------|---------------|---------------------------|--|
| TVR 1 | Akzente | Joi | 15:30-17:00 | 90min./75 min. | |
| TVR 2 | Emisiunea în limba germană | Marți | 15:00-16:00 | 60min./52 min. | Titlu generic: "Împreună în Europa" |
| TVR 3 | Emisiune în limba germană | Luni | 10:35-11:15 | 40min./34 min. | Titlu generic: "Toți Împreună" |
| TVR Cultural | Emisiune în limba germană | Vineri | 16.30-17.00 | 30min./28 min. | Selectie din arhivă |
| TVR Internațional | Magazin în limba germană | Vineri | 16.00-17.00 | 60min./55 min. Bilunar | Selectie din emisiuni de pe TVR 1, TVR 2 |

Secția germană a TVR a realizat în producție proprie în anul 2009: 6438 minute.

Performanțe

Emisiunea *Akzente* de pe TVR 1, a prezentat în 2009 subiecte despre:

- momente istorice marcante : Comemorarea procesului scriitorilor germani din 1959, 20 de ani de la Căderea Zidului Berlinului, 60 de ani ai Asociației Sașilor din Germania, 60 de ani de învățământ în limba germană la Vișeu de Sus
- momente culturale de mare interes: 40 de ani Pipatsch (ziarul în dialect șvabesc din Timișoara), Zilele culturale din Satu Mare, Reșița Sântana și Sibiu, Inaugurarea monumentului Holocaustului din București realizat de sculptorul Peter Jacobi, Premiul Nobel – Herta Mueller
- întâlnirile anuale organizate de germanii din România: la Biertan, Mălâncrav, Apoldu de Sus, Bucovina, Sântana, Brădeni, Timișoara, Sibiu, Vișeu de Sus
- Interviuri cu personalități marcante în rubrica Subiecte: Klaus Johannis, primarul Sibiului, Lucian Vârșindan, directorul Teatrului German de Stat din Timișoara, Peter Jacobi – sculptor, Helmut Stuermer- scenograf.

S-au realizat documentare de protofoliu, cum ar fi: „Ziarul german ADZ/Neuer Weg la 60 de ani” (un film despre istoria și evoluția publicației); „Trăind pentru a scrie” - un film portret despre scriitorul Joachim Wittstock la 70 de ani care trăiește și scrie în Sibiu său natal și care a primit în 2008 premiul Opera Omnia a Uniunii Scriitorilor Români din România; „Schwoabisch” – un film despre istoria și prezentul șvabilor sătmăreni; „Die Urzeln/Lolele” - un film despre sărbătoarea lolelor - vechi obicei de pe

Valea Hirtibaciului de îndepartare a duhurilor rele și a iernii; „Kurtfritz Handel” - un film portret despre sculptorul originar din Rimnicu Vîlcea care a primit premiul pentru întreaga activitate a Fundației Sașilor germani

Patru dintre documentarele realizate de emisiunea noastră au fost solicitate pentru a fi prezentate în cadrul unor manifestări culturale

Am continuat seriile noastre deja consacrate care se bucură de o audiență constantă. Pe TVR 1 am menținut „Povestiri bucureștene” - lunar - în care aducem în atenția telespectatorilor diferite locuri istorice și de tradiție din București la care și-au adus contribuția germani; „Rețeta lunii” - lunar - în care bucătăreșele noastre din Banat prezintă câte o rețetă a bucătăriei tradiționale șvăbești; „Subiecte” - bilunar - serie de interviuri cu personalități germane din România, Germania, Austria și Elveția; „Unde mergem?” - serie săptămânală de vacanță - în care se prezintă diferite sate săsești și șvăbești mai puțin cunoscute ca locuri de petrecere a timpului liber; „Cetăți ale credinței” - în care prezintăm bisericile - cetăți ale sașilor transilvăneni.

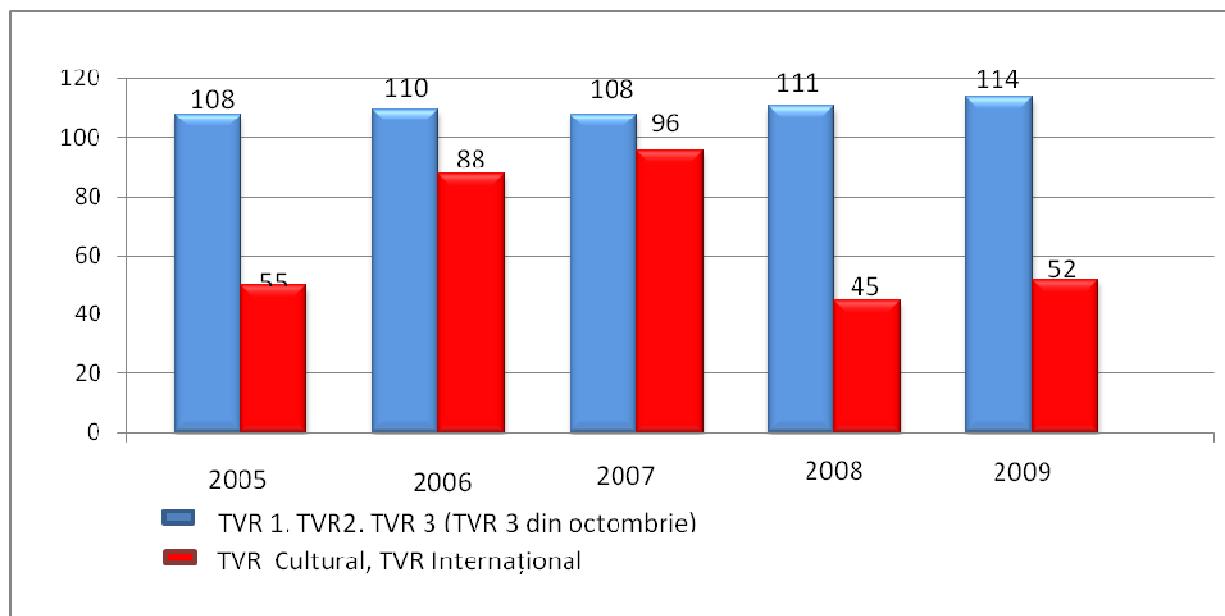
Pe TVR 2 avem în contiunare rubricile „Pas cu pas” - bilunar - în care prezintăm întreprinzători germani care crează locuri de muncă în orașele sau satele în care investesc și „Destine” - lunar - prezintăm sași și șvabi cu destine deosebite.

Am păstrat rubricile de actualitate ale emisiunilor de pe TVR 1 cu difuzare săptămânală: *Știri, și Revista presei*, precum și *Concursul emisiunii* (bilunar). Am introdus o nouă rubrică într-un an de criză sub titlul „Făcând afaceri ...cu cap”

Am deschis o serie nouă dedicată prezenterii eforturilor de restaurare și conservare a orgilor istorice atât în București cât și în cetățile săsești din Transilvania de către specialiști din România, Elveția și Germania. (Conservatorul din București, Ateneul Român, Viscri, Ghimbav, Cîlnic sau Sebeș).

Am prezentat tradițiile sașilor și șvabilor legate de diferitele evenimente ale anului (exemplu: Funka în Ardud, Sărbătoarea Lolelor la Agnita, Hramurile bisericilor din Anina și Palota, carnavaluri sărbători și altele).

În anul 2009 Christel Ungar - Țopescu a obținut Premiul APTR 2009 pentru Interviu pentru interviul cu violonista de renume mondial Anne Sophie Mutter.



Grafic conform orelor difuzate.

Problemele întâmpinate

Organigrama extrem de redusă a redacției determină situația în care toți membrii redacției sunt nevoiți să realizeze programe complexe în paralel cu programe la zi, ceea ce duce la o suprasolicitare a capacitateilor individuale.

Având în vedere răspândirea germanilor pe întreg teritoriul țării, membrii redacției noastre efectuează un număr mare de deplasări, în special la evenimente care au loc la sfârșit de săptămână. Deplasările frecvente necesare în toate colțurile țării și gradul de încărcare cu minute emisie/persoană au fost uneori greu de suportat.

Obiective 2010

- Realizarea în condiții optime și cu profesionalism a emisiunilor în limba germană în limita bugetului alocat.
- Trecerea la sistemul digital
- Continuarea seriilor și a rubricilor consacrate.
- Realizarea unor documentare de portofoliu
- Sărbătorirea a 40 de ani de la înființarea emisiunii în limba germană
- Realizarea unor emisiuni speciale pentru atragerea publicului tânăr.
- Înregistrări muzicale deosebite.

V.2 Secția Maghiară

Considerații generale:

Secția Maghiară realizează emisiuni de informare, educație și divertisment pentru cei cca. 1,5 milioane de maghiari din România cu scopul păstrării identității etnice, iar prin traducerea și titrarea în limba română se asigură cunoașterea acestei minorități de către populația majoritară. Se prezintă aspecte ale vieții sociale, culturale și politice cu accente pe modelele pozitive dar și analize ale unor disfuncționalități în viața comunității maghiare.

Performanțe:

În anul 2009 Secția Emisiuni în Limba Maghiară a produs un total de 191 ore în premieră pentru emisiunile: „Krónika pe TVR1”; „Szieszta/Cafeneaua Imaginară pe TVR2”; „Toți Împreună” pe TVR3 și 45 ore selecții pentru emisiunile: „Kultúra” pe TVR Cultural și „Magazin în Limba Maghiară” pe TVR Internațional.

Au fost menținute Rubricile și tematicile consacrate ale emisiunilor în limba maghiară:

- Informativ-politice: „Sub Preș”, „Cronica Săptămânală”, „Viața de elev”, „Forum Economic”, „Revista presei”, „Cafeneaua imaginară”, „Noi apariții editoriale”;
- Divertisment: „Cutia Muzicală”, „Iar ne-a apucat” – parodie și umor, spectacole de dans folcloric;
- Știință și educație: „Portrete de artiști”, „Corect gramatical”, „Biserici Ardelene”, etc.

În anul 2009 au apărut și rubrici și serii noi: „Stațiuni Balneare Ardelene” – reportaje documentare, 5 episoade; „Petőfi în Ardeal” – în urma marelui poet - 4 episoade; „Cafeneaua de Tușványos” – serie de discuții pe teme cotidiene cu participanții Universității de Vară de la Bálványos; „Centenar Milenar” – prezentarea Episcopiei Romano-Catolice de Alba-Iulia cu prilejul împlinirii unui mileniu de existență; 20 de ani de la schimbarea de regim: „Repartiții forțate”, „Dosare prin gaura cheii”, serialul „A fost odată... - amintiri personale din epoca Ceaușistă”.

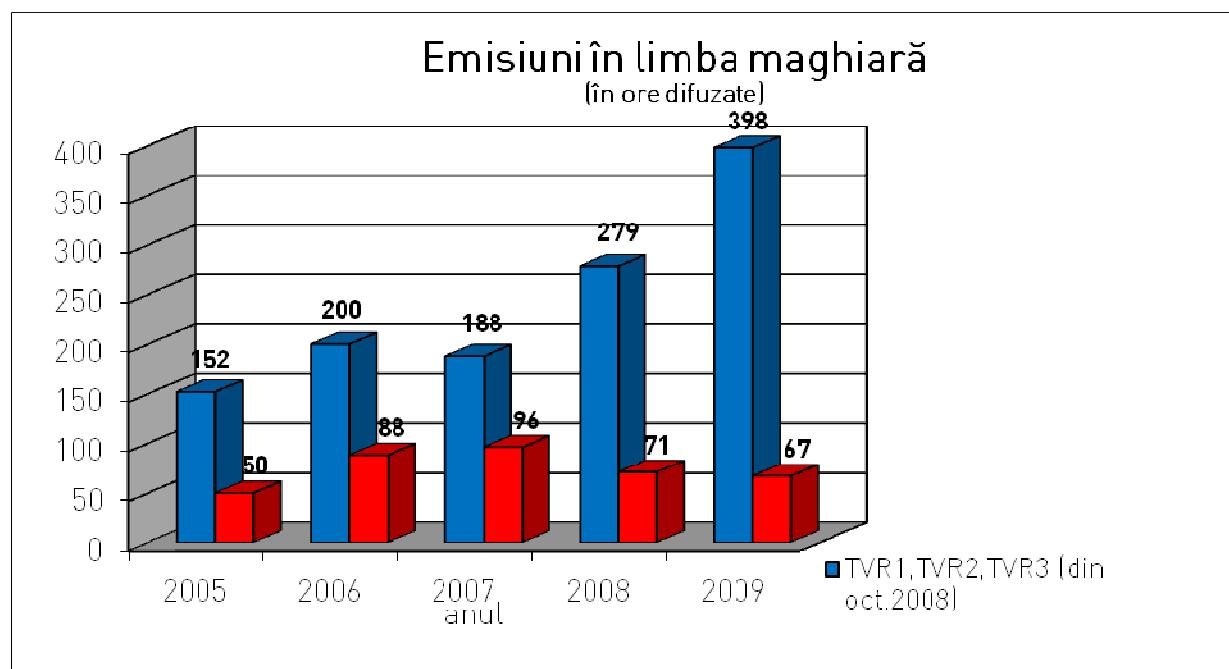
Ca în fiecare an, în cadrul emisiunilor în limba maghiară au fost prezentate și evenimente culturale și sociale importante precum festivaluri de filme (Alter-Native Tg.-Mureș; Muuvi – Gheorgheni); festivaluri de teatru (Arad, Cluj, Gheorgheni, București); Festivalul de muzică veche din Miercurea Ciuc; Festivalul Ansamblurilor Artistice de la Odorheiul Secuiesc; tabere de vară („Balványos”; Tabăra de vară EU; Peninsula); alegeri prezidențiale; comemorări (15 Martie 1848, 23 Octombrie 1956, Episcopia de Alba-Iulia – 1000 ani). De asemenea, de Paște și de Crăciun au fost

realizate ediții speciale (în colaborare cu Secția Germană) care au fost difuzate sămbătă.

La începutul lunii decembrie s-au împlinit 40 de ani de existență a emisiunilor în limba maghiară, eveniment sărbătorit printr-un spectacol organizat cu ajutorul unor sponsori la Miercurea Ciuc și redactat în materialele: *Bucle de film - Spectacolul înregistrat și difuzat în 3 părți; 40 la a 9-a - Serie de portrete ale realizatorilor emisiunilor de altădată*.

În anul 2009 am reușit să realizăm câteva coproducții cu structurile producătoare de emisiuni în limba maghiară ale studiourilor teritoriale (Cluj, Târgu-Mureș), ajutându-ne reciproc prin suport tehnic (înregistrări cu mai multe camere), furnizare de arhivă și corespondențe.

Pe lângă dotarea corespunzătoare cu tehnică de calcul și montaj non-linear al secției, s-a alocat și spațiul de server necesar încărcării/descărcării corespondențelor (montate) colegilor de pe teren și colaboratorilor externi.



Probleme întâmpinate:

Și în anul 2009 ne-am încadrat cu greu în bugetele alocate de către Canale, mai ales datorită creșterii costurilor deplasărilor.

Obiective pentru anul 2010:

Pe lângă continuarea producerii emisiunilor curente existente în grile la calitatea cea mai bună permisă de condițiile economice, ne propunem următoarele:

- realizarea unui site bilingv al emisiunilor în limba maghiară, al cărui conținut (text și video) va fi împrospătat de personalul secției, care asigură pe lângă vizibilitatea pe Internet și trecerea spre conținutul New Media;
- coproducții între structurile producătoare de emisiuni în limba maghiară ale studiourilor teritoriale;
- întâlniri cu telespectatorii în localități cu populație preponderent maghiară (eventual cu ocazia unor evenimente culturale la care suntem coproducători);
- contracte de asociere cu organizatorii unor evenimente posibile de înregistrat (festivaluri, concursuri, concerte, etc.) prin care se pot realiza emisiuni speciale în condiții economice avantajoase;
- contracte de coproducție cu producători externi și folosirea mai intensă a posibilităților date de Acordurile cu televiziunile publice din Ungaria (Magyar Televizio și Duna TV) – schimb de programe, coproducții;
- oferirea seriilor de documentare, spectacolelor înregistrate sau chiar a emisiunilor complete spre (re)difuzare în emisiunile tematice ale canalelor TVR;
- promovarea emisiunilor produse prin: avanpremiere/sumare ale emisiunilor viitoare; promo și articole în presa de limbă maghiară și Internet (bartere, acorduri bilaterale, concursuri comune, parteneriate media).

V.3. Alte minorități

Consideratii generale

Principala activitate a Secției Alte Minorități este realizarea de programe adresate minorităților naționale cu reprezentare în Parlamentul României. În acest sens Secția Alte Minorități realizează pe patru canale ale TVR (TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural) mai multe cicluri de emisiuni, prin care se încearcă promovarea esenței, valorii și culturii ce aparțin diferitelor etnii - parte integrantă a patrimoniului nostru național.

Emisiunile redau ceea ce este semnificativ pentru o etnie (istorie, artă, tradiții, oameni de cultură). Prin intermediul acestor emisiuni se promovează imaginea fiecărei minorități, cu problemele și aspectele ale vieții lor (sociale și culturale). Emisiunile se realizează, atât în limba română, cât și în limbile etniilor conlocuitoare (pe TVR 3).

Emisiunile sunt vizionate, în mare măsură, de către minoritățile prezentate, precum și de populația majoritară.

Emisiunile acoperă o bună parte din genurile clasificării EBU: buletin informativ - cronici săptămânale de evenimente (10%); publicistică/infotainment -reportaje (35%);

artă și cultură - documentare, interviuri (20%); divertisment - muzică și dansuri tradiționale (10%); educație - școală, interviuri (10%); religie - (10%).

Performanțe

Sectia Alte Minorități realizează emisiuni, care prezintă, în general, teme legate de interculturalitate, multiculturalitate, relațiile interetnice. Emisiunile conțin materiale despre oameni, care înseamnă ceva pentru cultura românească, despre exponenti de valoare ai țării, dar și despre oameni simpli, care fac parte dintr-un grup etnic ce încearcă să își păstreze tradițiile, meșteșugurile, obiceiurile moștenite din vechime.

Emisiunea "Conviețuiri" este difuzată săptămânal pe TVR 1, între orele 16.00-17.00. În anul 2009, a avut un rol important în relatarea principalelor aspectelor viața comunităților, realizând materiale despre serbări religioase, evenimente artisitice și muzicale (Seria de concerte "Teach Me Tonight cu Harry Tavitian", organizată de Institutul Cultural Român, A.G. Weinberger în concert, portrete cu diferiți artiști plastici), spectacole de teatru sau festivaluri și târguri organizate de minorități (Ziua Minorităților, Festivalul minorităților din România, Festival Internațional de cântec și dans sărbesc la Timișoara).

Emisiunea „Împreună în Europa” se difuzează săptămânal pe TVR 2 și prezintă telespectatorilor aspecte interesante din tradițiile și obiceiurile minorităților. Rubrica permanentă „Rețeta Emisiunii” – prezintă felurile de mâncare specifice fiecărei minorități în parte, iar rubricile „Turnul Babel” și „Cartea Săptămânii” reflectă evoluția și influențele pe care le au limbile minorităților și respectiv, apariția unor publicații ale autorilor ce aparțin comunităților de etnici.

„Toți împreună” este o emisiune care conține reportaje realizate în limbile materne ale minorităților și se difuzează, săptămânal, miercuri 11.30 -12.15 și bilunar luni 11.30-12.15 pe TVR 3.

În anul 2009, au fost realizate materiale despre momentele istorice marcante (Ziua Minorității Tătare din România, Ziua Dezrobirii Romilor Ziua Tuturor Minorităților), momente culturale de mare interes (festivaluri, sărbători religioase) și interviuri cu personalități marcante din lume (Oliver Lustig- supraviețuitor al Holocaustului, Aise Sinir Lioglu - Ambasadorul Turciei, Nina Incari- artist plastic rus).

S-au realizat și documentare de portofoliu despre: „Dervișii rotitori din Konya”, „Maria Filotti – Artist al poporului de etnie greacă”, „Muzeul de la Cobadin – Zulfie Gervail, muzeograf, o colecție unică de obiecte tradiționale tătare”.

Emisiunea „Identități” se difuzează pe TVR Cultural, luni, marți și miercuri - săptămânal de la 16.00-16.30. În anul 2009 s-au realizat interviuri cu personalități marcante (actorul Vlad Ivanov, regizorul Alexander Hausvater, regizorul Vlad Massaci, scenograful Dragoș Buhagiar, Anamaria Smighelschi, Ion Stendl, sculptorul Pasima, Medi Wechsler Dinu, sculptorul Mihai Tugearu, pictorul și eseistul Apcar Baltazar,

regizorul Copel Moscu, directorul de imagine Otto Urbanschi Harry Tavitian , Mircea Tiberian, Nicolas Simion, dirijorul Iosif Prunner și documentare de prototip precum: „Orgile din Țara Bârsei” - o călătorie muzicală în două episoade în mai multe biserici alături de Steffen Markus Schlandt, organist la Biserica Neagră; „Mangalia – trecut și prezent” – documentar în două episoade despre orașul cu nume turcesc de pe malul Mării Negre; Documentar despre pastorul luteran Richard Wurmbrand la 100 de ani de la naștere, cel care a petrecut 14 ani de închisoare în România comunistă.

„Primul pas” este un program destinat exclusiv minorității romă, cu o existență în grilă de aproximativ 17 ani. Producția se difuzează pe TVR 2 luna de la ora 15.00, deschizând seria de pe tronsonul săptămânal de emisiuni pentru minorități.

În 2009 emisiunea s-a difuzat conform grilei de program. Audiențele arată că emisiunea are rezultate de audiență semnificative pe parcursul unei săptămâni. Dintre producțiile anului 2009, s-au detașat ca originalitate și au fost foarte bine receptate:

- Emisiunea despre sănătate și mediatorii sanitari –portret „Rubina” - 9 februarie 2009.
- Rubricile „La margine de București”, despre comunitățile aflate la o mică distanță de capitală, cu problemele de viață specifice.
- Emisiunea despre Târgul meșteșugurilor de la Muzeul Satului.
- Ediții – portret ale unor membri marcanți din lumea romilor: Lavinia Răducanu, Luminița Cioabă, Nelu Ploieșteanu, Gelu Dumitrică, Mariana Buceanu octombrie - decembrie 2009.

Anul de producție editorială 2009 a venit cu un plus de originalitate, dat de abordarea într-o manieră modernă, prin prezentări proaspete, prin centrarea în jurul unei idei tematice pe fiecare ediție.

În 2009, emisiunea „Utopia” și-a schimbat aria de difuzare, devenind o producție a TVR2 cu acoperire națională. Inițial, aceasta a făcut parte din programul “Autostrada TVR”, difuzată regional, doar în Muntenia.

Emisiunii i-a fost alocat un spațiu de emisie de 30 de minute, ceea ce a determinat îmbunătățirea formatului existent (durata inițială a fost de 15'). Odată cu modificarea parametrilor de difuzare și durata, s-a considerat necesară schimbarea calitativă a întregului pachet grafic, precum și a elementelor din decorul emisiunii. S-au păstrat, în același timp, caracteristicile sale din format.

În 2009, emisiunea a atras un număr mare de telespectatori, așa cum s-a văzut din indicatorii de audiență cât și din mesajele publicului primite pe adresa de mail sau prin poștă.

Tot în acest an, emisiunea a câștigat premiul la categoria PAMFLET pentru ediția din 17 octombrie 2008, în cadrul Festivalului de Film Aninoasa, județul Dâmbovița.

Probleme întâmpinate :

Echipa care lucrează la realizarea acestor producții este redusă, fapt care determină uneori situații dificile, mai ales că pentru a putea acoperi toate cele 18 minorități de care se ocupă Secția necesită un număr mare de deplasări.

Obiective 2010

- realizarea în condiții optime și cu profesionalism a emisiunilor;
- realizarea spoturilor de promovare și difuzarea pe canalele TVR;
- crearea unui website (propriu sau în cadrul unui site dedicat Departamentului Minorități);
- postarea emisiunilor pe internet;
- începerea unei colaborări cu TVR Internațional pentru preluarea emisiunii pe acest canal.

VI. Departamentul Documentare, Patrimoniu, Arhivă

Departamentul Documentare Patrimoniu Arhivă are ca activitate principală valorificarea propriu-zisă a fondului arhivistice de imagini al TVR atât prin utilizarea arhivei în producția internă cât și prin vânzarea de imagini.

De asemenea, Centrul de Documentare este adaptat specificului televiziunii, servind nevoii de informare rapidă, astfel încât, toate publicațiile să fie permanent accesibile.

Acest lucru este posibil datorită activității Centrului de Documentare, respectiv: întocmirea mapelor documentare pentru emisiuni (extrase din baza documentară a Centrului, pregătirea volumelor, albumelor pentru filmări), redactarea calendarului evenimentelor interne și internaționale, redactarea Cronicilor de televiziune.

Emisiuni

În ceea ce privește utilizarea imaginilor de arhiva în anul 2009 Departamentul Documentare Patrimoniu Arhivă a asigurat aproximativ 20% din producția TVR, atât prin producții proprii realizate în cadrul departamentului și în colaborare cu alte departamente ale TVR sau prin emisiuni curente bazate exclusiv pe utilizarea imaginilor de arhivă, cât și prin producțiile curente și emisiuni eveniment în care sau folosit imagini de arhivă în scopul exemplificării (în această categorie pot intra și reportajele eveniment realizate în cadrul Direcției Știri).

Departamentul Documentare Patrimoniu Arhivă a realizat în anul 2009 pentru Canalul TVR1 două producții proprii: „Filmoteca Veselă” - 45 de ediții; „Înainte și după” - 9 ediții; și o producție în colaborare cu Departamentul Cultură pentru Canalul TVR2:

„Videoterapia” - emisiune curentă aflată la al 2-lea sezon; „Videoterapia” - ediție specială în noaptea de Anul Nou.

De asemenea, în această categorie intra și redifuzarea integrală a colecției de Teatru TV și Filme seriale produse de TVR.

Performanțe

Pentru valorificarea eficientă și în cele mai bune condiții a fondului arhivistic este necesară depozitarea și conservarea în parametrii standard de temperatură și umiditate, întreținerea, refacerea și transpunerea peliculei de 16/35 mm, a benzilor de VPR și MGS și a casetelor U-matic, suporti ieșiti din circulație și cu peste 50 de ani vechime, aflați în depozitele Filmotecii TVR și ABMF Jilava.

În 2009 au fost refăcute și transpusse : 3673 de titluri – peliculă de 16mm; 305 benzi magnetice MGS; 81 benzi magnetice VPR și s-au aerat 687 de role de film de 35 mm. În ceea ce privește catalogarea s-au arhivat : 3664 de titluri – peliculă de 16mm; 305 benzi magnetice MGS; 81 benzi magnetice VPR; 1685 casete Beta.

În prezent catalogul electronic al TVR cuprinde 126.100 de titluri.

Prin intermediul Videotecii au fost rulate 120.450 de videocasete. Colecția de suporti depozitată în Videoteca TVR s-a îmbogățit în anul 2009 astfel : 15383 – videocasete noi intrate în circuit (Dvcam, Beta); 15600 – de videocasete return emisie, aceste casete însotite și de fișă de Emisie și Arhivare intră automat în sistemul de catalogare și arhivare, urmând a fi introduse în Catalogul electronic ulterior; 1084 – videocasete intrate în gestiunea videotecii TVR datorită caracterului de import definitiv sau producții externe.

În Centrul de Documentare au fost rulate (împrumutate), în perioada ianuarie-noiembrie 2009, aproximativ 2000 de cărți și s-au înregistrat 1900 de cereri de materiale documentare (extrase din presă, encyclopedii, internet, bazele noastre de date).

În ceea ce privește vânzarea de imagini de arhiva în anul 2009 s-au înregistrat 436 de solicitari de imagini de arhiva.

Conform procedurii există două etape ale vânzării acestea desfășurându-se prin intermediul Departamentului Documentare Patrimoniu Arhivă și a Departamentului Film:

- Prestarea de servicii arhivistice către terți, aceasta fiind remunerată de către terți prin Costuri Tehnice. În intervalul 3 dec. 2008 - 16 dec. 2009 s-au încasat aproximativ 12.500 euro prin plata costurilor tehnice.
- Licențierea. Veniturile obținute din licențierea imaginilor de arhivă sunt substanțial mai mari decât cele provenite din plata Costurilor Tehnice.

La 1 octombrie 2009 a avut loc deschiderea oficială Proiectului European « EUscreen », proiect în cadrul căruia Departamentul Documentare Patrimoniu Arhivă a primit o finanțare din fonduri europene de aproximativ 60.000 de euro.

Probleme întâmpinate

Dotarea tehnică este cea mai acută nevoie a arhivei TVR. Cele peste 125.660 de ore existente în fondul arhivistic de imagini al TVR până la 1.01.2004, stocate pe peliculă de 16/35 mm – 230.000 de titluri aproximativ 65.660 de ore – și pe bandă magnetică (1 și 2 țoli, U-matic, Beta SP) – 20.000 de titluri aproximativ 60.000 de ore – sunt în întregime în pericol de dispariție.

Pelicula de 16/35 mm, deși oferă o foarte bună conservare a imaginii, nu va mai fi disponibilă o dată cu dispariția aparaturii de transpunere, veche de peste 15 ani.

În același timp, conservarea imaginii de pe peliculă în cele mai bune condiții impune depozitarea filmelor de 16/35mm în anumiți parametri de temperatură și umiditate. Acest fapt nu se poate obține, însă, fără amenajarea unui sistem de climatizare, de dezumidificare și de încălzire performant pentru Depozitul ABMF Jilava.

De asemenea, Centrul de Documentare nu beneficiază de un spațiu adecvat păstrării colecțiilor de ziare, acestea fiind cerute în continuare la filmare, mai ales ziarele dinainte de 1989.

La toate aceste probleme enunțate, se adaugă criza de personal.

Obiective

- Retehnologizarea arhivei TVR și a Centrului de Documentare;
- Îndeplinirea obligațiilor asumate în cadrul proiectului european EUscreen
- Finalizarea și definitivarea sistemului de arhivare și catalogare ;
- Generarea de arhivă provocată ;
- Pregătirea unei noi generații de moteuri/ reconditioneri film care să preia ștafeta de la personalul existent.
- Dezvoltarea bazei de date full text prin digitizarea bibliotecii;
- Menținerea achiziției de carte pentru îmbogățirea permanetă a fondului de publicații al TVR.

VII. Serviciul Drepturi de Autor

Principala activitate a Serviciului Drepturi de Autor constă în elaborarea documentațiilor privind aplicarea prevederilor Legii Nr.8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, modificată și completată și a celorlalte acte normative din domeniu, în Societatea Română de Televiziune.

Performanțe

Pe parcursul anului 2009 Serviciul Drepturi de Autor a desfășurat următoarele activități:

- Culegerea și centralizarea datelor referitoare la: opere muzicale, interpretări și prestații artistice muzicale; opere literare și prestații artistice în domeniul audiovizual; opere cinematografice românești și străine; producții ale unor colecții muzicale utilizate în programele/emisiunile radiodifuzate și/sau utilizate în alte modalități de către Departamentele TVR 1, TVR 2, TVR Cultural, TVR Internațional, TVR 3, TVR INFO;
- Prelucrarea datelor transmise de Studiourile Teritoriale ale SRTv: Cluj, Craiova, Iași, Târgu-Mureș, Timișoara;
- Întocmirea rapoartelor (play-list-uri) lunare și/sau trimestriale în format scris și electronic și transmiterea acestora către organisme de gestiune colectivă a dreptului de autor și a drepturilor conexe;
- Realizarea bazei de date referitoare la condițiile de cesiune a drepturilor patrimoniale de autor și drepturilor patrimoniale conexe către SRTv, stipulate în contractele încheiate cu persoanele fizice și juridice;
- Realizarea bazei de date referitoare la mărcile SRTv înregistrate la OSIM în 2009 și actualizarea acestia;

În anul 2009 s-a îmbunătățit colaborarea Serviciului Drepturi de Autor cu structurile organizatorice din SRTv implicate în desfășurarea activității de întocmire a rapoartelor destinate organismelor de gestiune colectivă.

Serviciul Drepturi de Autor a menținut contactul permanent cu Oficiul Român pentru Drepturile de Autor și cu organisme de gestiune colectivă a drepturilor de autor și a drepturilor conexe pentru rezolvarea eficientă a problematicii din domeniu.

Astfel, departamentele SRTv (TVR 1, TVR 2, TVR Cultural, TVR Internațional, TVR 3, TVR INFO) și Studiourile Teritoriale prin intermediul SDA au ținut legătura cu organisme de gestiune colectivă a dreptului de autor și a drepturilor conexe, conform metodologiilor din domeniu și/sau conform negocierilor cu acestea:

- Uniunea Compozitorilor și Muzicologilor din România – Asociația pentru Drepturi de Autor (UCMR-ADA) – organism de gestiune colectivă a drepturilor de autor din domeniul muzical (în medie 21.000 poziții lunare);
- Copy-Ro – organism de gestiune colectivă a drepturilor de autor din domeniul operelor scrise (în medie 600 poziții trimestriale);
- DACIN SARA – organism de gestiune colectivă a drepturilor de autor al operelor cinematografice și alte producții audiovizuale (în medie 190 poziții trimestriale) ;

- CREDIDAM – organism de gestiune colectivă a drepturilor artiștilor interpreți și/sau executații (fonograme publicate în scop comercial – în medie 27.000 poziții trimestrial, iar prestații artistice în audiovizual – în medie 20.950 poziții trimestrial);
- UPFR – organism de gestiune colectivă a drepturilor producătorilor de fonograme - în medie 27.000 poziții trimestrial;

C. Evenimente majore mediatizate de TVR

În cursul anului 2009 Televiziunea Română a adus în fața telespectatorilor evenimente de anvergură care s-au bucurat de un real succes.

TVR 1

În 2009 TVR 1 a continuat difuzarea evenimentelor importante și de tradiție, acoperind cerințele unui public cât mai larg, îndeplinind, în același timp, datoria de principal canal al postului public de televiziune.

Au fost realizate emisiuni electorale dedicate alegerilor europarlamentare (16,5 ore, SHR mediu 2,5%), alegerilor prezidențiale (52,25 ore, SHR mediu 5,3%) și referendumului (1,75 ore, SHR mediu 6,2%).

Au fost difuzate 349,5 ore de competiții sportive, din care tenis (40,75 ore, SHR mediu 6,1%), fotbal (201,5 ore, SHR mediu 10,6%), Formula 1 (66,5 ore, SHR mediu 7,4%). TVR1 a reluat difuzarea UEFA Champions League (122,75 ore, SHR mediu 16,6%).

Cele mai importante programe de divertisment au fost: Eurovision (30 ore, SHR mediu 20,8%), Eurovision Junior (4 ore, SHR mediu 6,3%), Cerbul de Aur (28,75 ore, SHR mediu 11,5%), Festivalul Mamaia Copiilor (11,5 ore, SHR mediu 5,1%), Festivalul Național de Muzică Ușoară Mamaia (15,75 ore, SHR mediu 7,8%), Festivalul Cântecului și Dansului Popular Mamaia (8,25 ore, SHR mediu 10,3%).

TVR 1 a continuat parteneriatele tradiționale materializate prin Gale: Gala UNITER (5,5 ore, SHR mediu 5%), UNICEF (3,25 ore, SHR mediu 5,9%) și Crucea Roșie (3,5 ore, SHR mediu 6,6%). De asemenea, TVR 1 inițiat campanii proprii: Oamenii Deltei (7,5 ore, SHR mediu 2,8%), Restaurare (32,5 ore, SHR mediu 1,9%).

În 2009 TVR 1 a acordat spațiu generos Festivalului Internațional George Enescu (22,25 ore, SHR mediu 1%) și au fost difuzate și marile spectacole de teatru aflate în arhiva TVR în 2009 (15 ore, SHR mediu 3,8%).

TVR 2

Politica preluării și generării de evenimente în cazul TVR 2 în anul 2009 a fost火esc influențată de bugetele reduse față de anul anterior. Bugetele au afectat mai ales programele și evenimentele estivale, perioadă în care acestea contribuiau semnificativ la creșterea audienței canalului.

S-a reușit recuperarea Festivalului de la Callatis, acesta aducând vârfurile de rating ale sezonului estival, cu variații între 1% și 4.2% rating urban și o medie generală de 1.5% rating urban, chiar și în condițiile unor ore târzii de difuzare, în jurul orei 24.00. TB Indexul a depășit 200%, ajungând la o medie de 213% (audiență dublă față de audiența medie a postului). Festivalul a redevenit evenimentul anului pentru TVR 2, fiind bine centrat pe targetul 18-49 de ani.

Un alt festival a adus un rating urban de 0.7% și un TB Index de 108%. Este vorba de Festivalul Internațional de Muzică Ușoară "George Grigoriu" de la Brăila, care a fost difuzat al doilea an consecutiv de către TVR 2. Festivalul are avantajul unei participări internaționale bune, datorată premiilor mari (autoturisme VW), adresându-se însă și unui segment de public ce depășește 49 de ani.

Unele festivaluri și evenimente din anii anteriori au pierdut din continuitate din cauza crizei economice și a problemelor financiare ale organizatorilor. TVR 2 a reușit însă să preia evenimente punctuale legate de prezența în România a unor artiști de marcă. Menționăm concertele Vitas (0.6% medie rating urban), Smokie (0.6% idem), Jon Lord (0.3%), Compay Secundo (0.3%) și evenimentul Dance Masters Romania cu un rating urban mediu de 1.2% și un TB index de 143%.

Implicitarea în evenimente a rămas și în 2009 o prioritate pentru TVR 2, la cele menționate mai sus adăugându-se concerte de muzica populară sau tradițională (Ovidiu Lipan Tăndărică și invitații) cât și sprijinirea evenimentelor artiștilor români prin programele "Tonomatul dp2", "Timpul chitarelor", "Muzică și muzichie" sau "Atenție se cântă".

TVR Cultural

În ultimii doi ani de emisie TVR Cultural și-a creat și a afirmat ca pe o misiune proprie reflectarea tuturor evenimentelor culturale majore, atât românești, cât și internaționale din actualitatea globală imediată. Conform acestui principiu, au fost realizate și difuzate consemnări, reportaje, documentare și dezbatere despre aproape 90% dintre cele mai importante manifestări artistice ale anului. De o amploare deosebită s-au bucurat următoarele evenimente românești și europene:

Festivalul Internațional de Muzică „George Enescu” – difuzări în exclusivitate pentru România, un total de 14.000 de minute, cu audiență medie de 0,8 (rating compatibil cu acela unor difuzări similare de la canale tematice omoloage ca Mezzo și Arte);

Festivalul Național de Teatru „I.L. Caragiale” – preluări de spectacole difuzate integral în spațiul Serii de Teatru de la TVR Cultural, cu o audiență care a atins în majoritatea cazurilor 1,2; Festivalul Internațional de Teatru „Radu Stanca”, Sibiu 2009 – preluări de spectacole, agenda festivalului, reportaje, serie de interviuri cu personalitățile prezente; Târgurile Internaționale de Carte: Bookfest și Gaudeamus – buletine de știri în timp real, reportaje, agenda târgurilor, interviuri în exclusivitate cu Salman Rushdie.

TVR Internațional

TVR Internațional a continuat seria și campania Premiilor TVR Internațional cu o componentă participativă din partea telespectatorilor noștri, români din străinătate. În anul 2009 Gala Premiilor TVR ediția a VIII-a, cu o durată de 100 minute, a avut loc în luna decembrie.

TVR 3

TVR 3 a promovat în anul 2009 evenimente diferite precum campanii ecologice, festivaluri naționale și internaționale, concerte și competiții sportive. TVR 3 a jucat un rol extrem de important în reflectarea Campaniei pentru alegerile Parlamentare, Europene (24 ore difuzate) și Prezidențiale (23 ore difuzate), realizând dezbateri electorale și jurnale, transmise de cele 6 studiouri regionale.

Au fost realizate materiale despre campanii precum: Campania Națională Marea mișcare de reciclare, acțiune de reciclare a deșeurilor, organizată împreună cu Ministerul Mediului care s-a desfășurat în toată țara (12 ore difuzate), Campania de ecologizare „Se poartă verdele și Campania Săptămâna mediului tău, acțiune de strângere a deșeurilor (3 ore difuzate).

Au fost difuzate imagini de la: Festivalul Cerbul de aur junior, concurs de muzică ușoară pentru copii, s-a realizat în parteneriat cu Primăria Piatra Neamț (9 ore difuzate), Zilele Bucureștilor (15 ore difuzate), Festivalul Internațional de Teatru de strada, BFIT, realizate în parteneriat cu Primăria Capitalei și ARCUB (50 de minute), Gala Superlativelor VIP (70 de minute difuzate), Festivalul National Maria Lătărețu (4 ore difuzate), Festivalul Maria Tănase (6 ore difuzate), Festivalul de Muzică Lăutărească Veche Zavaidoc (4 ore și ½), Parcul artelor (5 ore difuzate), Festivalul Internațional al românilor de pretutindeni, Ileana Rus (4 ore și ½), Festivalul internațional de chitară și Festivalul de film Transilvania (1 oră).

S-au transmis numeroase evenimente sportive precum: Turneul de Tenis Openul României (8 ore difuzate), Campionatul Național de Raliuri (7 ore de emisie), Superliga Națională de Polo (30 ore difuzate), Liga Națională de Baschet (46 ore difuzate), Preliminariile Campionatului Mondial de Volei (8 ore difuzate) sau Cupa Europei Centrale la baschet (9 ore difuzate).



ŞTIRI ŞI SPORT



CAPITOLUL 3: ȘTIRI ȘI SPORT

În 2009, programele SRTv au fost marcate de cele două campanii electorale – campania electorală pentru alegerile europarlamentare și campania electorală pentru alegerile prezidențiale. De asemenea, un moment important pentru structura programelor TVR l-a reprezentat începerea difuzării meciurilor și a rezumatelor din Champions League.

I. Departamentul Știri

Departamentul Știri al SRTv a cumulat în anul 2009 un total de 1.943 ore de emisie în direct, reprezentând 9.623 ediții de telejurnale pe canalele TVR 1, TVR 2 și TVR 3. La acestea se adaugă edițiile din oră în oră, zilnic, între 7.00 și 24.00, pe canalul TVR INFO.

Orele de emisie au conținut și ediții speciale, breaking news, pe canalul TVR 1, pe teme sau evenimente cu impact național sau internațional.

În anul 2009, activitatea Departamentului Știri s-a axat în principal pe realizarea emisiunilor informative, dispuse pe trei canale ale postului public, după cum urmează: pe TVR 1 – telejurnale la orele 7.00, 9.00, 14.00, 19.00/20.00, 24.00, pe TVR 2 – la 11.30, 12.30, 22.00 și pe TVR 3 – la 15.00, 21.00.

Noutatea anului 2009 pentru Departamentul Știri o reprezintă proiectul **Telejurnal**, care a debutat pe 29 martie 2009, într-un format editorial nou, cu un pachet grafic nou și un decor schimbat complet.

Acest produs al TVR și-a propus să respecte valorile tradiționale ale televiziunii publice (imparțialitate, profesionalism, seriozitate, responsabilitate), în contrapondere la știrile cu caracter senațional care au proliferat în spațiul media autohton. Noua oră de difuzare, 20.00, le-a dat posibilitatea telespectatorilor să compare, să judece, să comenteze și să aleagă. Responsabilitate, competență, seriozitate, credibilitate, informație corectă – acestea sunt cuvintele-cheie care definesc programul de știri.

Telejurnalul TVR este un produs serios, credibil și modern, care pune în prim-plan informația de interes public. Dinamica discursului editorial păstrează tonul moderat, fără excese, însă nu lipsit de acuitatea simțului de observație.

Și componenta audiovizuală a noului proiect Telejurnal accentuează mesajul de bază al știrilor televiziunii publice, orientat spre informație de interes și impact pentru un public generalist.

Studioul 11 al TVR a suferit o transformare esențială pentru a pune în valoare elementele vizuale specifice decorului Telejurnalului: spațiu, lumină, claritate. Decorul

elaborat (proiectat și realizat de specialiștii din televiziune), care conține videowall-uri (perete digitali), unde pot fi proiectate imagini în mișcare, still-uri și grafice, permite folosirea unei varietăți de unghiuri de filmare și încadraturi, fără a pierde din calitatea imaginii. Plasmele de background (videowall-ul din spatele prezentatorului, cu imagini relevante pentru subiectul enunțat) și de transmisie în direct (imaginile reporterului care transmite în direct de la locul evenimentului) îi dau libertate producătorului de a alege încadraturi diferite, care dau dinamică și ritm jurnalului.

Chiar dacă aduce elemente noi (titlul și subtitlul) în conținutul știrii, grafica nu încarcă imaginea, ci furnizează telespectatorului informația de bază. El poate înțelege mesajul esențial doar din elementele vizuale.

Astfel, prin noul proiect, importanța imaginii este accentuată, demers prin care Televiziunea Română se adaptează dinamicii unui public divers, care consumă informația pe mai multe paliere (numai imagine, numai sunet sau combinația sunet-imagine).

În cazul materialelor înregistrate, montajul este dinamic și creativ, iar imaginea și conținutul editorial sunt complementare. Dacă înainte de proiectul Telejurnal editarea audio-video era realizată aproape integral în sistem cut-cut, acum montajul se face în proporție de 90% în sistem computerizat.

Adăugarea grupurilor de editare în sistem Final Cut Pro marchează o etapă esențială în trecerea de la sistemul analog la cel digital. Folosirea grupurilor de montaj în sistem off-line aduce un plus calitativ în fluxul de producție, atât prin editarea în sistem digital, care păstrează calitatea imaginii și a sunetului, cât și prin capacitatea de a lucra suplimentar asupra imaginii filmate și a sunetului, pentru a pune în evidență anumite fragmente. De asemenea, montajul computerizat are avantajul că permite adăugarea elementelor grafice. Fără a încărca inutil imaginea, grafica păstrează culorile și formatul standard ale Telejurnalului și este folosită atunci când materialul montat are nevoie de informații vizuale suplimentare (grafice, sondaje, hărți, citate), indispensabile pentru ca telespectatorul să înțeleagă mesajul unei știri cu durata medie de un minut și 30 de secunde.

Modalitatea de editare a textelor și producția în sine au făcut ca în cadrul unui jurnal standard (aproximativ 52 de minute), numărul de știri difuzate să crească. Elementele grafice noi din Telejurnal au îmbunătățit capacitatea, diversitatea și calitatea informării (titluri și subtitluri sau crawl-ul).

Una dintre noutăți, rubrica „Tema Zilei”, din cadrul Telejurnalului, dezbatе subiectele cu cel mai mare impact social, economic sau politic apărute în cursul zilei. Astfel, telespectatorii pot afla detalii legate de cel mai important eveniment al zilei, amănunte care îi privesc direct, care le vor influența viațile.

Cultura adevărată nu se vinde, nu face rating... Rubrica „Telecultura” luptă de aproape un an cu această prejudecată. România are încă oameni de cultură, artiști și

muzicieni de valoare. Dinamica audiențelor arată că „Telecultura”, rubrica de trei minute din Telejurnal, aduce patru puncte de rating în prime-time.

Potrivit profilului său, Telejurnalul TVR a abordat, în 2009, 13 campanii de interes public, realizate de reporterii Departamentului Știri în colaborare cu colegii de la studiourile regionale ale TVR.

Începând din luna septembrie, Telejurnalul de la ora 20.00 a înregistrat o creștere a rating-ului cu 1%. Aceasta, în condițiile în care în România se face rating din subiecte legate de scandaluri, catastrofe, accidente, cancanuri și bârfe legate de pseudovedete, iar subiectele de interes social major sunt amintite la rubrica „pe scurt”. De aici se poate vedea încă o dată rolul și necesitatea existenței televiziunii publice, a Telejurnalelor acesteia, prin care publicului să-i fie oferite informații care să-l ajute în luarea decizilor sale.

„Ora de știri”, emisiunea de sinteză a știrilor de pe TVR 2, a fost nominalizată în 2009 la categoria cel mai bun jurnal de către o prestigioasă publicație specializată în programe tv.

În 2009, Departamentul Știri a continuat să realizeze, în exclusivitate pe piața media, un jurnal tradus în limbaj mimico-gestual, pe TVR 1, la ora 24.00, de luni până vineri.

Departamentul Știri a realizat, în 2009, 34 de ediții speciale și 7 ediții de breaking news.

Statistica timpilor de emisie pe tipuri de emisiuni și rating mediu anual 2009

| Jurnale TVR 1 | Perioada de difuzare | Număr | Durata |
|--|---|--|------------------------------|
| Telejurnal ora 7 (luni-vineri) | 05 ian. – 31 dec. | 259 ediții 185 ed*10' 74 ed*15' | 2960 Minute |
| Telejurnal ora 8 (luni-vineri) | 05 ian.– 14 sept. | 166 ediții *8' | 1328 Minute |
| Telejurnal ora 9 (luni-vineri) | 05 ian. – 03 iul. și 14 sept. - 30 dec. | 203 ediții 78 ed*7' 125 ed*10' | 1796 Minute |
| Jurnalul de prânz (luni-duminică) | 01 ian. – 29 mart. | 85 ediții 24 ed*10' (S-D) 61 ed*25' (L-V) | 1165 Minute |
| Telejurnal ora 14 (luni- | | 271 ediții : | 6295 |

| duminică) | | 30 mart. – 31 dec. | | | 72 ed*10' (S-D) 199 ed*25' (L-V) | | Minute |
|---|--|----------------------|----------|--------------------|-------------------------------------|-----------------|----------|
| Targets | | Național | | | Urban | | |
| Perioada 01.01.2009 - 31.12.2009 | 356 ediții | Rtg (000) | Rtg % | Shr % | Rtg (000) | Rtg % | Shr % |
| Jurnalul de prânz | 85 | 513 | 2,6 | 12,4 | 258 | 2,3 | 11,1 |
| Telejurnal ora 14 | 271 | 400 | 2 | 12,1 | 212 | 1,8 | 10,7 |
| Jurnal ora 19 (luni – duminică) | 01 ian. – 28 mart. | | | 87 ediții *45' | | 3915 minute | |
| Telejurnal ora 20 (luni – duminică) | 29 mart. – 31 dec. | | | 275 ediții *50' | | 13750 minute | |
| Targets | | Național | | | Urban | | |
| Perioada 01.01.2009 - 31.12.2009 | 362 ediții | Rtg (000) | Rt g% | Shr % | Rtg (000) | Rtg % | Shr% |
| Jurnal ora 19 | 87 | 586 | 2,9 | 6,8 | 309 | 2,7 | 6,3 |
| Telejurnal ora 20 | 275 | 542 | 2,7 | 7,7 | 298 | 2,6 | 6,9 |
| Telejurnal ora 24.15 (luni-vineri) | 5 ian. – 20 aug. și 09 sept. – 24 dec. | | | 225 ediții *10' | | 2250 minute | |
| Jurnale alegeri europene (orele 10 și 17) | 7 iunie | | | 2 ediții | | 25 minute | |
| Jurnale alegeri prezidențiale turul 1 (orele 8, 10, 12, 17) | 22 nov. | | | 4 ediții | | 60 minute | |
| Jurnale alegeri prezidențiale turul 2 (orele 8, 10, 12, 17) | 6 dec. | | | 4 ediții | | 57 minute | |
| Jurnale TVR 2 | | Perioada de difuzare | | | Număr | Durata | |
| Telejurnal ora 11.30 (luni-vineri) | | 05 ian. - 23 mart. | | | 122 ediții *15' | 1830 minute | |

| | | | |
|---|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------------|
| | 05 oct. – 20 dec. | | |
| Telejurnal ora 10.30 (luni-vineri) | 20 mart. – 02 oct. | 125 ediții *15' | 1875 minute |
| Telejurnal ora 12.30 (luni-vineri) | 05 ian. – 30 dec. | 246 ediții *10' | 2460 minute |
| Jurnal Euronews (luni-vineri) (se difuzează și pe TVR INFO) | 01 ian. – 31 dec. | 252 ediții *8' | 2016 minute |
| Jurnale TVR 3 | Perioada de difuzare | Număr | Durata |
| Telejurnal regional ora 15 (luni-duminică) - din care 5 minute pentru TVR București | 01 ian. – 31 dec. | 365 ediții *5' | 1825 minute |
| Telejurnal regional ora 21 (luni-duminică) - din care 10 minute pentru TVR București | 01 ian. – 31 dec. | 362 ediții *10' | 3620 minute |
| Jurnale TVR INFO | Perioada de difuzare | Număr | Durata |
| Jurnale (luni-duminică) între orele 7.00-24.00 - 18 ediții/zi (190 minute/zi) | 01 ian. – 31 dec. | 6570 ediții | 69350 minute |
| TOTAL Jurnale | 01 ian. – 31 dec. 2009 | 9623 ediții | 116577 minute sau 1943 ore |
| Breaking News (pe TVR1) | Ziua | 7 ediții | |
| Proteste în Republica Moldova | 07 aprilie | 2 ediții | |
| Situată din Republica Moldova | 08 aprilie | 1 ediție | |
| Telefon în direct- jurnalistă din Chișinău despre reținerea coresp. TVR, Doru Dendiu | 10 aprilie | 1 ediție | |
| Comunicat TVR legat de | 10 aprilie | 1 ediție | |

| reținerea corespondentului TVR la Chișinău, Doru Dendiu | | | | | | | |
|---|------------------------|--|--------------|----------|--------------|----------|------|
| Telefon în direct cu Doru Dendiu după eliberare | 10 aprilie | 1 ediție | | | | | |
| Rezultate vot moțiune de cenzură | 13 octombrie | 1 ediție | | | | | |
| Emisiuni (pe TVR 2) | Perioada de difuzare | Număr | Durata | | | | |
| Ora de Știri (luni-duminică) (la ora 21.30, în perioada 01.01-28.03 și la ora 22.00, în perioada 29.03-31.12) | 01 ian. - 31 dec. | 359 ediții 320 ed *50' 39 ed*10' | 16390 minute | | | | |
| Targets | Național | | Urban | | | | |
| Perioada 01.01.2009 - 31.12.2009 | Ediții | Rtg (000) | Rtg % | Shr % | Rtg (000) | Rtg % | Shr% |
| Ora de Știri | 320 | 232 | 1,1 | 2,8 | 118 | 1 | 2,4 |
| Ediții Speciale (difuzate pe TVR 1) | | Data | Durata | | | | |
| Invitat Emil Boc – economie, legislație, cumul pensie și salariu (realizator Luca Niculescu) | | 7 ian. | 45 minute | | | | |
| Transmisiune în direct SUA - Washington ceremonii instalare președinte Barak Obama (realizator Mihai Constantin) | | 20 ian. | 135 minute | | | | |
| Invitată președinta Camerei Deputaților, Roberta Anastase – proiecte reformă Parlament (realizator Mihai Rădulescu) | | 21 ian. | 45 minute | | | | |
| Invitat președinte Traian Băsescu (realizator Luca Niculescu) | | 26 ian. | 60 minute | | | | |
| Transmisiune în direct Haga - Curtea Internațională de Justiție - delimitare platou continental Marea Neagră - discurs președinte | 3 febr. 11.00-11.15 | | 15 minute | | | | |
| Transmisiune în direct Haga- verdict delimitare platou continental și interviu | 3 febr. 12.45-14.00 | | 75 minute | | | | |

| | | |
|---|------------------------|------------|
| Bogdan Aurescu (realizator Loara Ştefănescu) | | |
| Invitat președinte PNL, Călin Popescu Tăriceanu despre obiective politice PNL și congresul din martie (realizator Mihai Rădulescu) | 16 feb. | 65 minute |
| Transmisiune în direct Parlament - discursul președintelui Traian Băsescu despre împrumutul de la FMI | 9 mart. 16.00-17.00 | 60 minute |
| Invitat președinte Traian Băsescu despre discurs în Parlament - împrumut FMI (realizator Mihai Rădulescu) | 9 mart. | 60 minute |
| Invitat ministrul Administrației și Internelor Dan Nica (realizator Mihai Rădulescu) | 10 mart. | 45 minute |
| Invitat Dinu Patriciu (realizator Mihai Rădulescu) | 23 mart. | 45 minute |
| Invitat președinte PD-L, Emil Boc (realizator Mihai Rădulescu) | 31 mart. | 45 minute |
| Transmisiune în direct Praga - conferința de presă a președintelui Traian Băsescu la Summitul UE - SUA | 5 apr. 15.45-16.45 | 60 minute |
| Invitat președintele PSD, Mircea Geoană (realizator Mihai Rădulescu) | 6 apr. | 45 minute |
| Situația din Republica Moldova, după alegerile parlamentare | 9 apr. 16.00-16.45 | 50 minute |
| Invitat Principele Radu al României (realizator Luca Niculescu) | 13 apr. | 50 minute |
| Invitat președintele Traian Băsescu (realizator Luca Niculescu) | 14 apr. | 60 minute |
| Alegeri europarlamentare (realizator Luca Niculescu) | 4 mai | 60 minute |
| Invitat președintele Traian Băsescu (realizator Monica Ghiurco) | 5 mai | 50 minute |
| Invitat președintele Traian Băsescu (realizator Luca Niculescu) | 3 iun. | 50 minute |
| Alegeri europarlamentare (realizator Luca Niculescu) | 7 iun. 21.00-24.30 | 210 minute |
| Alegeri europarlamentare | 8 iun. | 60 minute |

| | | |
|---|--------------------------|-----------------|
| (realizator Luca Niculescu) | | |
| Invitat președintele PSD, Mircea Geoană (realizator Monica Ghiurco) | 6 iul. | 60 minute |
| Invitat președinte PNL, Crin Antonescu, despre lansare platforma de candidat la alegerile prezidențiale | 13 iul. | 60 minute |
| Invitat premierul Emil Boc – economie și vizita delegație FMI în România (realizator Luca Niculescu) | 10 aug. | 50 minute |
| Transmisiune în direct Parlament - asumare răspundere Guvern pe legile educației, salarizării și reorganizării agențiilor guvernamentale | 15 sept. 16.30-19.00 | 150 minute |
| Transmisiune în direct Parlament - bilanț activitate președinte Traian Băsescu | 15 sept. 19.00-21.00 | 120 minute |
| Invitat președinte Senat și președinte PSD Mircea Geoană (realizator Luca Niculescu) | 24 sept. | 50 minute |
| Criza în Coaliția PD-L și PSD după remaniere ministru de Interne Dan Nica, invitați Roberta Anastase, Bogdan Niculescu Duvăz și Cristian Pârvulescu (realizator Luca Niculescu) | 28 sept. | 60 minute |
| Inaugurarea Monumentului Holocaustului | 10 oct. 10.30-11.30 | 60 minute |
| Transmisiune în direct Parlament- moțiune de cenzură împotriva Guvernului Emil Boc | 13 oct. 10.30-15.30 | 300 minute |
| Teoria Conspirăției decembrie 1989 (realizator Cristian Răuțu) | 21 dec. | 60 minute |
| Transmisiune în direct Parlament - 20 de ani de la Revoluție 1989 | 21 dec. 17.30-18.30 | 60 minute |
| Transmisiune în direct Parlament - depunere jurământ președintele Traian Băsescu și ceremonie instalare la Palatul Cotroceni | 21 dec. 15.00-17.00 | 120 minute |
| Total Ediții Speciale | 34 ediții | 43 ore |
| TOTAL GENERAL Jurnale, Emisiuni și Ediții Speciale | 01 ian. - 31 dec. | 2260 ore |

Campanii sau serii tematice

1. „Sănătatea bolnavă” – serie de reportaje realizate în țară și difuzate în februarie 2009
2. „Un muzeu pentru tine” – 10 reportaje realizate de Ruxandra Gheorghe și difuzate în perioada 14 februarie – 08 martie
3. „Excluși fără vină” – trei reportaje de Rodica Bîrsan, difuzate între martie și aprilie 2009, în continuarea campaniei începute în anul 2008
4. „Irak – între război și pace” – cinci reportaje realizate de Alina Grigore despre misiunile militarilor români din Irak, difuzate între 9 și 13 martie
5. „Destinații de vacanță” – patru reportaje de Maria Buruiană, difuzate între 23 și 29 martie
6. „Adaptarea la criză” – patru reportaje realizate de Dana Berinde și difuzate în perioada 30 martie – 2 aprilie
7. „Istoria TVR” – două reportaje de Ruxandra Gheorghe, difuzate în 29 și 30 martie
8. „Alegeri europarlamentare și europarlamentari” – șase reportaje de Ruxandra Gheorghe, difuzate între 1 și 5 iunie
9. „Femei în penitenciare” – patru reportaje de Dana Vlad, difuzate între 28 septembrie și 2 octombrie
10. „Condamnăți la moarte în comunism” – două reportaje de Alina Grigore, în 19 și 22 octombrie
11. Campania „Tu cum vrei Romania?” – șapte reportaje realizate de Cătălin Sava și Iulian Cazacu, împreună cu colegii de la studiourile teritoriale, difuzate în perioada 26 noiembrie – 4 decembrie
12. „După 20 de ani” – 11 reportaje, difuzate în perioada 4-16 decembrie
13. „Extemporal la memorare” - 5 reportaje realizate de Rodica Bîrsan, difuzate între 25 și 30 decembrie.

Corespondenții TVR

Rețeaua de corespondenți ai TVR în străinătate a asigurat, în 2009, 731 de corespondențe: de la Bruxelles (Magdalena Moreh) – 167, de la Chișinău (Doru Dendiu) – 90, de la Ierusalim (Ion Știubea, Dragoș Ciocîrlan) – 40, de la Moscova (Liviu Iurea) – 213, de la Paris (Vasile Damian) – 100 și de la Washington (Tudor Naparu) – 221.

Emisiunile de știri și celelalte producții au beneficiat de suportul corespondenților locali. Televiziunea publică a încercat să acopere evenimentele din țară prin rețeaua de corespondenți formată din 15 oameni, care au avut anul trecut 3.438 de intervenții.

Obiective 2010

Anul 2010 va fi unul de referință pentru Departament, care își propune implementarea procesului de producere și editare digitală a știrilor. Așadar, materialele filmate sau recepționate prin metode electronice vor fi ingestate în sistemul de producție și difuzate în sistem digital. Odată cu acest nou sistem, se va trece și la constituirea unei arhive digitale de știri.

II. Departamentul Sport

Pentru că anul 2009 a fost unul în care competițiile sportive majore, precum Jocurile Olimpice sau Campionatele Mondiale sau Europene de Fotbal, au lipsit, a fost necesară o strategie specială pentru menținerea statutului TVR de cel mai important difuzor de sport de calitate.

Pentru a răspunde interesului publicului față de fotbalul de clasă, TVR a început să difuzeze, din vara anului 2009, Liga Campionilor, dar aşa cum și-a obișnuit telespectatorii în ultimii ani, din transmisiunile postului public nu au lipsit nici meciurile echipei naționale de fotbal - în direct cele din deplasare din cadrul preliminariilor pentru Campionatul Mondial de Fotbal 2010 și înregistrate de pe teren propriu. De asemenea, TVR a difuzat partidele naționale feminine de handbal (Campionatul Mondial a avut loc în luna decembrie în China), pe cele ale naționalei masculine de handbal la un turneul final al Campionatului European, după o absență de 18 ani (s-a disputat în ianuarie 2009), meciurile de calificare ale reprezentativei de rugby, pe cele ale naționalei de polo etc.

În vederea îndeplinirii obligațiilor ce rezultă din statutul de post public de televiziune a fost nevoie de o strategie care să îmbine politica de programe cu planificarea resurselor umane și de producție, pentru a asigura realizarea, în bune condiții, a transmisiunilor și emisiunilor tradiționale ale postului. Astfel, TVR a difuzat meciurile de calificare ale reprezentativelor și ale echipelor de club, din tururile preliminare, angajate în competiții sportive internaționale, Liga Campionilor. TVR a realizat transmisiuni din diferite ramuri sportive: fotbal, tenis, gimnastică, box, natație, handbal, baschet, rugby, polo, Formula 1. De asemenea, a avut o gamă variată de emisiuni dedicate sportului: „Studio Fotbal”, „Super Fotbal”, „Replay” – emisiune ce utilizează, în mod unic în peisajul media din România, arhiva de imagini a SRTv, „Time Out” – singura emisiune din peisajul media românesc dedicată în exclusivitate extra-fotbalului. Au fost realizate emisiuni de știri sportive difuzate zilnic pe TVR 1, TVR 2, TVR 3, dar și 18 jurnale sportive zilnice la TVR INFO etc.

După o primă evaluare a programului competițional pe întregul an, a fost întocmită o primă propunere de transmisiuni directe. În urma consultării conducerilor TVR 1, TVR 2 și TVR 3, a Direcțiilor de Marketing și de Programe, propunerile au fost

aprobată în Consiliul de Programe. Din acel moment, s-au putut demara negocierile pentru achiziția drepturilor de difuzare, efectuarea de comenzi pentru mijloacele tehnice și logistice, precum și repartizarea sarcinilor pe colective.

În cele peste 400 de transmisiuni directe, difuzate pe TVR 1, TVR 2 și TVR 3, au fost prezentate confruntările sportive, reușitele și neîmplinirile sportivilor români participanți la meciurile din preliminariile Campionatului Mondial de Fotbal, bucuria reușitelor incredibile ale Unirii Urziceni în Liga Campionilor, speranțele puse în naționala de handbal feminin sau victoria lui Lucian Bute în fața lui Librado Andrade.

S-au bucurat de un mare succes meciurile naționale de fotbal din preliminariile Campionatului Mondial din Africa de Sud 2010: Franța – România (shr mediu 40,1%, rtg 13,4%), Lituania – România (shr mediu 33,5%, rtg 12,8%) și Serbia – România (shr mediu 27%, rtg 10,6%), dar și meciurile de handbal disputate de naționala României la turneul final al Campionatului Mondial din China: România – Spania (shr mediu 11,4%, rtg 4,2%), România – Norvegia (shr mediu 13,6%, rtg 2,6%) sau România – Ungaria (shr mediu 9,5%, rtg 2,3%).

Partidele echipelor românești din Champions League, chiar și cele din turul preliminar, s-au bucurat de un larg interes din partea telespectatorilor: FC Timișoara – VFB Stuttgart (shr mediu 23,1%, rtg 8%), VFB Stuttgart – FC Timișoara (shr mediu 18,4%, rtg 6,5%), FC Sevilla – Unirea Urziceni (shr mediu 24,3%, rtg 8,8%), Unirea Urziceni – VFB Stuttgart (shr mediu 21,8%, rtg 7,5%), Glasgow Rangers – Unirea Urziceni (shr mediu 20,3%, rtg 7,8%), Unirea Urziceni – Glasgow Rangers (shr mediu 24%, rtg 9%), Unirea Urziceni – FC Sevilla (shr mediu 22,1%, rtg 8,1%), VFB Stuttgart – Unirea Urziceni (shr mediu 19,1%, rtg 7,6%).

Astfel, 2009 a fost pentru Departamentul Sport anul în care numărul de transmisiuni sportive a fost la fel de mare ca într-un an cu evenimente sportive majore. Pentru a crea o cultură sportivă în rândul telespectatorilor, SRTv a demarat o serie de transmisiuni pentru a sprijini revenirea în atenția publicului și a altor sporturi.

Astfel, transmisiunile din întrecerile de handbal, baschet, box, rugby, polo, volei, gimnastică, tenis sau schi au fost bine primite de telespectatori.

În paralel cu eforturile privind îmbunătățirea calității comentariilor și a intervențiilor reporterilor prezenti la stadioane, s-a pus un accent deosebit pe îmbunătățirea calității artistice (amplasament de camere, calitatea graficii) și tehnice (număr de reluări, calitatea semnalului etc.) a transmisiunilor realizate uneori în condiții nefavorabile, ale unor stadioane și săli necorespunzatoare.

Trebuie menționat că în topul celor mai vizionate 100 de emisiuni produse de toate stațiile de televiziune din România, în 2009, sunt prezente transmisiuni și emisiuni sportive ale Departamentului Sport, cele mai apreciate fiind meciurile echipei naționale de fotbal, prezențele românești din Liga Campionilor sau partida de box dintre Lucian Bute și Librado Andrade.

Rubricile zilnice sau speciale ale știrilor sportive au însumat, în afara de cele de pe TVR INFO, 174 de ore (1.608 emisiuni) și s-au axat pe mai multe direcții de prezentare a actualității: relatări despre pregătirea și participarea la competițiile internaționale a sportivilor români, subiecte legate de echipa națională de fotbal a României, prezentarea meciurilor și evenimentelor din campionatul de fotbal, reportaje de la competițiile și evenimentele cu performanțe românești, tratarea unor cazuri conflictuale, de actualitate, din mai multe discipline, realizarea de anchete, promovarea unor emisiuni și transmisiuni ale TVR.

De o apreciere deosebită s-au bucurat edițiile speciale prilejuite de evenimentele de excepție, cum au fost meciurile de fotbal din preliminariile Campionatului Mondial și din Liga Campionilor, meciurile de Cupa Davis, performanța handbalului feminin sau comentariile legate de situația gimnasticii românești.

Redacția de Știri Sportive a încercat să-și întărească poziția pe piața rubricilor de profil prin prezentarea cât mai atractivă a subiectelor importante, evitând însă tabloidizarea, atât de prezentă în presa sportivă. S-a încercat profilarea tematică a unor rubrici, cum ar fi cea de seara de pe TVR 2, care să înfățișeze evenimentele interne și internaționale într-un mod propriu.

Plasarea principalei rubrici sportive înaintea Telejurnalului, a cărui oră de difuzare s-a modificat, a generat necesitatea unui efort mai mare din partea Departamentului pentru a menține cotele de audiență din trecut. După câteva luni de eforturi deosebite pentru a obișnui publicul cu noua poziționare în grilă, dar și în urma unei analize la nivelul Departamentului, situația s-a îmbunătățit, ratingul actual fiind în creștere și, ca atare, din ce în ce mai aproape de cel de dinaintea schimbării tronsonului orar.

Trebuie precizat că principala rubrică sportivă a TVR a crescut, ca spațiu, de la 13 la 19 minute pe zi și că ea se confruntă pe tronsonul său orar cu rubricile de știri de la ora 19.00 ale principalelor posturi comerciale.

În încercarea de a menține TVR în poziția de lider al transmisiunilor sportive, în urma unor negocieri directe sau prin intermediul Euroviziunii, s-a reușit obținerea drepturilor pentru unele competiții de interes major, ce vor avea loc în viitor: drepturile pentru echipa națională de fotbal - contract pe doi ani, 2010 și 2011 - Campionatul European de Fotbal 2012, Campionatele Mondiale de Natație, Campionatele Naționale de Rugby, Polo, Baschet etc.

Din această perspectivă, 2009 a reprezentat un an cheie pentru pregătirea editorială, logistică și tehnică a transmisiunilor de la cele două mari evenimente ale anului 2010, la care au fost prezenti sau la care vor participa și sportivii români: Jocurile Olimpice de Iarnă Vancouver și Campionatul Mondial de Fotbal din Africa de Sud.

Totodată, nucleul format din specialiști din compartimentele editoriale, juridic și marketing, ale cărui baze au fost puse în urmă cu doi ani, și-a dovedit experiența și valoarea în privința achizițiilor de drepturi de transmisiuni sportive, în condițiile unei evoluții rapide a noilor tehnologii și a cerințelor obligatorii ale UE.

Pentru creșterea rentabilității financiare a unor contracte de achiziții și adaptarea la reglementările UE, spațiu care are o legislație foarte complexă în domeniul liberei concurențe, la propunerea Departamentului Sport, s-a creat un cadru organizatoric funcțional pentru negocierea unor contracte de sublicențiere.

Pe parcursul lunii decembrie 2009 a fost mărit numărul știrilor produse pentru TVR INFO. Acestea sunt realizate în concordanță cu strategia postului TVR INFO și anume: texte scurte, montaj alert, grafică completă, informații din cât mai multe domenii. Tot din decembrie 2009 se realizează o retrospectivă de știri din sport, la ora 24.00, cu o durată de 10 minute.

Probleme întâmpinate

În anul 2009, grupajele de știri din sport au constituit o problemă pentru postul TVR INFO, deoarece Departamentul Sport nu dispunea de personal suficient pentru a acoperi producțiile tuturor canalelor SRTv.

În perioada ianuarie – noiembrie 2009 au fost difuzate, în principal, știrile din sport realizate pentru celelalte canale. Astfel, au fost preluate 30.060 de minute.

Pentru TVR INFO, în luna decembrie 2009 a fost constituită o echipă formată din cinci oameni (doi producători audio-video și trei editori de imagine). Aceștia au realizat, în regim de producție proprie, 95 de minute de știri pe zi, în total în luna decembrie fiind produse 2.945 de minute.

Obiective 2010

Principalul obiectiv pentru 2010 rămâne creșterea calității trasmisiunilor sportive, cu accent pe factorii mari de audiență: meciurile echipei naționale, partidele din Liga Campionilor, Campionatul Mondial de Fotbal și Olimpiada de Iarnă de la Vancouver. De asemenea, Televiziunea Română va acorda o atenție sporită celorlalte sporturi aflate în portofoliul de trasmisiuni al SRTv – baschet, rugby, polo – pentru a le crește popularitate și implicit pentru a beneficia de creșterea cotelor de audiență.

O altă direcție a eforturilor TVR se va canaliza către prelungirea sau achiziționarea unor competiții sportive de prestigiu, care vor contribui la menținerea statutului televiziunii publice de cel mai important difuzor de sport de calitate din țară.

În luna februarie 2010, Departamentul Sport a realizat pentru TVR INFO, atât grupajele de știri din oră în oră, cât și o emisiune dedicată Olimpiadei de Iarnă Vancouver 2010. Programul a avut cinci premiere pe zi, cu o durată de 8-10 minute fiecare.

Vor continua știrile de promovare, ce completează sistemul de promo al instituției. Astfel, în știrile sportive de la TVR INFO se regăsesc știri care anunță evenimentele sportive transmise pe celelalte cinci canale: TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural și TVR Internațional.

În 2010 Departamentul Sport își propune mărirea numărului știrilor sportive, diversificarea și îmbunătățirea graficii și instalarea cât mai rapidă a serverului.

TVR CLUJ

TVR CRAIOVA

TVR IASI

TVR TÂRGU MUREŞ

TVR TIMIȘOARA

PROGRAME REGIONALE

CAPITOLUL 4: PROGRAME REGIONALE

În anul 2009, Televiziunea Română a continuat procesul de dezvoltare a posturilor regionale pentru a asigura o reflectare cât mai exactă a vieții comunităților locale.

În prezent există 5 programe regionale: TVR Cluj, TVR Craiova, TVR Iași, TVR Timișoara și TVR Târgu-Mureș. În anul 2009, acestea au realizat producții proprii și au dat curs cererilor posturilor naționale TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Internațional și TVR Cultural. Marea provocare a acestui an, pentru fiecare dintre canalele regionale, a fost creșterea numărului de ore de emisie pentru postul propriu și pentru canalul TVR 3.

I. TVR CLUJ

Activitatea TVR Cluj în 2009 a fost marcată de adaptarea la noile condiții de emisie pe două canale : TVR Cluj și TVR 3. Creșterea volumului de emisie de la două ore pe zi transmise pe TVR 2, la 12 ore pe zi pe TVR Cluj și 3 ore/zi pe canalul TVR 3, a necesitat o adaptare și reorganizare a resurselor de personal și a mijloacelor de producție.

Performanțe

S-a realizat grila canalului TVR Cluj, concepută pentru 12 ore, cu 2 tronsoane active: intervalul 7-9 dimineață și 18-21 seara. În restul intervalului au fost difuzate materiale de arhivă și portofoliu adaptate la solicitările nouului canal TVR 3.

Redacția de știri a avut o contribuție semnificativă pentru jurnalele de pe celelalte canale (TVR Cultural, TVR 2 și TVR 1).

Deși cu personal insuficient și buget restrâns, s-a reușit implementarea canalului TVR Cluj și operaționalizarea canalului TVR 3.

Creșterea veniturilor proprii și evidențierea strictă a cheltuielilor efectuate au avut ca rezultat încadrarea în bugetul alocat. De asemenea, din resurse proprii și în regie proprie s-a amenajat un ministudio care a dus la creșterea capacitații de producție tv a TVR Cluj.

Prin diversificarea strategiilor de marketing s-a reușit creșterea încasărilor din publicitate cu 48 % față de 2008. TVR Cluj s-a aflat mai aproape de comunitatea a cărei activitate o reflectă, prin realizarea de parteneriate media și campanii de presă. Acestea au fost realizate în conformitate cu obiectivele și strategia SRTv ca post public de televiziune.

Comparativ cu anii 2007 și 2008, anul 2009 a însemnat o evoluție spectaculoasă pentru TVR Cluj: dotarea cu aparatură de teren și de studio, creșterea numărului de

personal cu 14 posturi pentru a se putea asigura două ture de emisie, transformarea TVR Cluj într-un canal de televiziune și înființarea TVR 3, canalul regiunilor.

Probleme întâmpinate

Cele mai mari dificultăți pe care le-a întâmpinat TVR Cluj au fost legate de lipsa de personal în toate compartimentele și de bugetul insuficient. Lipsa unui spațiu adekvat pentru noile condiții riscă să aibă efecte asupra calității programelor produse. Singurul platou disponibil, impropriu pentru emisiuni complexe, este insuficient. Obținerea unui sediu adekvat și amenajarea acestuia rămân marile probleme cu care se confruntă TVR Cluj.

Lipsa unui portal web TVR Cluj este o problemă care trebuie rezolvată.

Obiective 2010

Printre proiectele importante pentru 2010 rămâne amenajarea unui nou sediu. Creșterea numărului de ore de emisie și a orelor de producție tv rămân, de asemenea, prioritare.

Având în vedere suplimentările de personal în zona IT o prioritate este realizarea unei rețele și a unui management de rețea conform noilor tehnologii și dotări tehnice.

Pentru 2010 urmează și îmbunătățirea grilei TVR Cluj cu noi proiecte, creșterea veniturilor proprii realizate din publicitate, dezvoltarea marketingului proactiv și implicarea TVR Cluj în proiecte comunitare. Pentru canalul TVR 3 ne propunem să promovăm proiecte care să definească acest canal ca o televiziune a comunităților locale.

II. TVR Craiova

Studioul TVR Craiova are o arie de acoperire regională ce se întinde în șapte județe din sudul României (Mehedinți, Gorj, Dolj, Olt, Vâlcea, Argeș și Teleorman) precum și în Bulgaria (Valea Timocului bulgăresc) și Serbia (Valea Timocului sârbesc), unde trăiește o comunitate importantă de români (peste 600.000). Emisia studioului TVR Craiova este recepționată în țară de peste 3 milioane de telespectatori.

Performanțe

Producția regională s-a ridicat la un număr de 2570 ore de emisie, aproape dublu față de anul precedent. Producția regională a crescut din martie 2009 de la 4 la 8 ore zilnic, între orele 07.30-10.30 și 17.00-22.00.

Emisia națională în cadrul TVR 3 a constat într-o serie de emisiuni produse în cadrul grilei acestui post generalist (jurnale, talk-show-uri social-politice, emisiuni culturale, de divertisment, pentru copii etc). Însumat au fost 665 de ore de emisie.

Campaniile electorale din 2009 au fost reflectate în emisiuni specifice, difuzate pe TVR Craiova și TVR 3, într-un total de 31 de ore. Producția editorială s-a încadrat în grilele în vigoare, dar a reflectat și evenimente cărora li s-au dedicat emisiuni speciale.

TVR Craiova a fost producătorul unor manifestări de anvergură națională (Festivalul național de folclor "Maria Tănase", Festivalul de folclor "Maria Lataretu", Festivalul de muzică lăutărească veche "Zavaidoc", Marea reciclare cu concerte: Directia 5 și Bere gratis), dar și colaborator și partener media în numeroase evenimente ale comunităților locale din Oltenia (Zilele Marin Sorescu, Festivalul Eco-Etno-Folk-Film de la Slătioara, Tabăra de Folk de la Calafat, Zilele Craiovei etc). De asemenea, TVR Craiova a realizat numeroase transmisii sportive sau de altă natură (slujbe religioase, spectacole de teatru, festival de muzică popular etc.) pentru canalele TVR.

Anul 2009 a fost un an de consolidare a poziției pe piața media atât a canalului TVR3 bazat pe producția editorială a studiourilor teritoriale, cât și a programului TVR Craiova, care, prin numărul mărit de ore de emisie zilnică și prin implicarea în tot ceea ce înseamnă viața oamenilor din aceasta comunitate a reușit să fie percepțut ca un canal de sine stătător.

Activitatea Studioului TVR Craiova, din punct de vedere tehnic și artistic, s-a desfășurat în cele mai bune condiții. Personalul serviciului tehnic a realizat o serie de modificări calitative a celor două regii de emisie, trecându-se la semnale digitale pentru mixere. Astfel, în regia 1 s-au trecut toate casetoscoapele în digital, iar în regia 2 s-au trecut, atât casetoscoapele, cât și camerele din analog în SDI, îmbunătățind astfel calitatea emisiei.

S-au montat în două racuri echipamente performante care ajută mult, atât la creșterea calității emisiei, dar și a "cantității", urmând ca după realizarea tuturor conexiunilor dintre echipamente, să mărim numărul orelor de emisie de la 8 la 12 ore.

S-au montat de asemenea, un vectorbox pentru emisie și un calculator pentru înregistrarea emisiei. Aceste echipamente fac posibilă reluarea emisiei din ziua precedentă cu minim de personal la emisie.

A fost implementat și un sistem Edit Share, care dă posibilitatea descărcării materialelor lucrate pe stațiile nelineare prin intermediul rețelei create deja apoi importul și play-ul cu vectorboxul, ușurând mult procesul de transfer și emisie.

În regia 1 s-au montat două matrici video-audio 8X8 una analogică, alta digitală, matrici ce îmbunătățesc și ușurează mult procesul de producție și emisie.

În cadrul Serviciului economic – administrativ s-a realizat un flux optim de circulație al documentelor primare și contabile, care constituie documente justificative pentru înregistrarea în contabilitate în conformitate cu prevederile legale, astfel încât să se asigure evitarea unor blocaje sau ale unor greșeli ce ar putea avea implicații pecuniare.

Totodată, implementarea programului Transfer Navision, a făcut posibilă evidențierea rezultatelor în timpul desfășurării activității, nu numai la încheierea exercițiului.

Concretizarea rezultatelor acestui serviciu se reflectă cel mai bine în îndeplinirea rezultatelor financiare globale în fiecare an la nivelul bugetului studioului.

În 2009 nu au fost generate cheltuieli suplimentare. Datorită cuprinderii în strategia SRTv a dezvoltării studiourilor teritoriale, am beneficiat de dotări de aparatură de ultimă generație.

Ca urmare a completării schemei de personal, dar și a dotărilor primite, a programelor implementate, serviciul economico-administrativ poate să susțină toate proiectele postului.

Analiza comparativă 2007 -2008-2009

În perioada 2007-2009, strategia de management a vizat o reflectare cât mai bună a realităților din toate domeniile de activitate din zona de acoperire a studioului TVR Craiova, cât și creșterea calității redacționale și artistice a programelor.

Redacția Programe și Redacția Știri a realizat producții destinate difuzării pe canalele naționale ale TVR, producții pentru emisia regională, producția și TVR 3, noul canal național al Televiziunii Române. Se poate considera că vizibilitatea, calitatea editorială și rolul studioului TVR Craiova în viața comunității au fost într-o creștere continuă. De la 4 ore de program regional zilnic (plus participări cu emisiuni pe canalele naționale ale TVR) în 2008, pe parcursul anului 2009 s-a ajuns la 8 ore de program regional și local, plus participarea masivă în grila canalului TVR 3.

Echipa Redacției Programe și a Redacției Știri, deși a rămas aproape neschimbăț numeric, a reușit să facă față acestor creșteri cantitative de program și a înregistrat o creștere a profesionalizării sale, reflectată în calitatea programelor realizate și a eficientizării producției editoriale.

2007

- producție pentru canalele SRTv: 77 de ore de emisie
- producție regională: 730 de ore

2008

- total emisie regională: 732 de ore
- emisie locală: 672 de ore
- emisie națională TVR 3: 140 de ore și 30 de minute

2009

- Emisie pe canalul TVR Craiova: 2570 ore de emisie
- Emisie națională pe TVR 3: 665 ore
- Emisie națională pe alte canale ale TVR (TVR 1, TVR 2, TVR International, TVR Cultural): 25 ore

Obiective 2010

Anul 2010 aduce noi provocări. TVR 3 trebuie să se impună ca un canal al regiunilor, cu programe în care oamenii se regăsesc.

Emisia pe un canal propriu înseamnă obligatoriu mărirea numărului de ore de emisie la 12 ore, pe parcursul acestui an. Ca obiectiv principal rămâne creșterea calitativă a producțiilor realizate de Redacția Programe, o mai bună implicare în problemele sociale, economice, culturale etc ale regiunii, având în vedere contextul economic actual.

III. TVR Iași

Principalele obiective ale TVR Iași în anul 2009 au fost:

- Creșterea calității programelor și a numărului de ore difuzate pe canalul regional.
- Creșterea atractivității programelor destinate canalului TVR 3.
- Reflectarea mai pregnantă a realităților din regiunea Moldovei (județele Bacău, Botoșani, Galați, Iași, Neamț, Suceava, Vaslui și Vrancea) prin intermediul canalelor TVR1 (știri), TVR Cultural (dialoguri culturale), TVR Info.
- Reflectarea vieții românilor din Republica Moldova și din regiunea Cernăuți-Ucraina prin intermediul canalului TVR Internațional.

Activitatea TVR Iași s-a desfășurat și în acest an în condiții speciale determinate de spațiul insuficient de producție, de reducerea bugetelor și de insuficiența personalului de specialitate raportat la numărul de ore de emisie. Printr-un efort real al echipei manageriale și al salariaților, activitatea s-a derulat în parametrii optimi de calitate.

În ciuda acestor situații defavorabile, TVR Iași a dezvoltat în cursul anului 2009 programul regional, ajungând la o medie de 15 ore de emisie zilnic (luni-vineri: 6.30-22.00, sămbătă-duminică: 8-22). Pe emițătorul regional, dar și pe cel local am difuzat săptămânal 105 ore și 30 de minute.

La acestea se adaugă producția în premieră pentru canalul TVR 3 însumând o medie de 14 ore și 40 de minute pe săptămână.

Performanțe

În intervalul ianuarie - decembrie 2009, Redacția Știri a realizat știri pentru jurnalele de pe toate canalele SRTv, a conceput emisiuni social economice și sportive pentru canalul regional și pentru TVR 3.

Pentru canalele naționale s-au efectuat 540 duplexuri, 362 știri montate și 210 știri pentru jurnalele sportive. Însumate înseamnă în jur de 1112 de producții informative, adică o medie superioară celei de anul trecut.

Redacția Programe a susținut trei grile de program regional și trei pentru canalul TVR 3. Printr-o bună gestionare a resurselor umane și materiale, TVR Iași a realizat o serie de evenimente de anvergură națională și internațională, materializate în producții artistice de ținută, unice în peisajul studiourilor regionale precum: Festivalul-concurs de muzică populară pentru tineri interpreți „Barbu Lautaru”; Gala de film documentar „Iași și descoperă”; Campania „În așteptarea lui Moș Crăciun” (12-23 decembrie 2009); „Povesti la Hanu Ancuței”; Caravana TVR 3 în Moldova (Vatra Dornei - Târgu Neamț - Slănic Moldova).

Am realizat cu mijloace audio-video proprii clipul Colind de Anul Nou, (muzica și versurile piesei sunt semnate de 2 colegi de la TVR Iași).

TVR Iași a inițiat un contract de parteneriat cu Federația Română de Handbal privind transmisia partidelor de handbal de Liga I din regiuni pe canalul TVR 3 și a realizat, prin parteneriat cu Cluburile din Bacău și Suceava, transmisii în direct ale meciurilor acestor formații în Cupele Europene pe TVR 3, toate fără costuri de drepturi.

Echipa TVR Iași, a obținut în anul 2009 cinci distincții: Premiul secțiunii “Making of”: Violeta Gorgos - Festivalul “7 ARTE” Călărași; Premiul secțiunii documentar: Andreea Știliuc - Festivalul “7 ARTE” Călărași; Premiul secțiunii reportaj: Laura Lucescu - Festivalul “Simfest” Târgu-Mureș; Premiul secțiunii reportaj dedicat minorităților: Andreea Știliuc- Festivalul “Simfest” Târgu-Mureș; Premiul publicului: Vasile Arhire – Caraimanfest, Bușteni; Mențiune specială – Adriana Ciobanu- Festivalul internațional de film documentar , Kosice, Slovacia

În anul 2009 au fost încheiate 22 de acorduri de parteneriat și 14 contracte de colaborare cu instituții de cultură din regiunea Moldovei, cu organizatori de evenimente.

La nivelul atragerii de fonduri din surse externe TVR Iași a încheiat:

- 24 contracte de prestări servicii publicitare în valoare de 95.262,73 lei,
- 8 contracte de coproducție și prestări servicii în valoare de 35.228,40 lei,
- 18 contracte de sponsorizare în valoare totală de 33.093,32 lei,
- 6 contracte cu furnizori de produse sau prestări servicii pentru serviciul de Marketing.

TVR Iași a promovat emisiunile difuzate pe canalul național TVR 3 și pe cel regional prin realizarea de promo-uri la emisiunile și evenimentele organizate, prin comunicate de presă și conferințe de presă, prin promovarea directă, față de telespectatorii potențiali, la evenimente sportive și culturale.

Reprezentanții TVR Iași au luat parte la perfecționări internaționale: “Training the trainers” - Monica Luchian, Anglia, CIRCOM Regional; “Workshop jurnalism de televiziune”- Oana Anton, Olanda; Carla Tompea a făcut parte din juriul PRIX CIRCOM, Cehia.

Datorită profesionalismului personalului TVR Iași, dar și a bunei colaborări cu Direcția Tehnică a SRTV s-a realizat digitalizarea în proporție de 80% a regiilor de emisie și a Controlului General Emisie (video SDI, sunet analogic pe două canale).

Au fost înlocuite camerele de teren cu camere HDV (plus accesorii) și a fost introdus un sistem pentru automatizarea emisiei (captură, back-up emisie, arhivare, reluări), sistem utilizat curent pentru emisia regională și locală TVR Iași. De asemenea, a fost implementat un sistem centralizat de arhivare știri (audio-video) și a fost realizat un server general de fișiere (produția de știri) cu autentificare.

În anul 2009 s-au realizat 119 transmisii în direct și înregistrări cu CAR TV. Totodată, a sporit calitatea imaginii și s-a generalizat montajul digital (Avid Liquid și Final CUT), în acest moment producția realizându-se în proporție de peste 90% în sistem NLE (Avid Liquid și Final Cut) cu definirea fluxurilor de producție (ingest, vizionare, montaj, emisie, arhivare).

Probleme întâmpinate

Trebuie menționat că multe din activitățile propuse au rămas în stadiu de proiect datorită limitărilor de buget.

Am înregistrat probleme datorită uzurii fizice și morale a CAR-lui TV și a lipsei unei unități DSNG.

Creșterea volumului de muncă datorat lansării canalului TVR3 a determinat o supraaglomerare a spațiilor tehnice și producție, condițiile de muncă fiind extrem de dificile.

Analiză comparativă 2007-2008-2009

| Anul | Total ore emisie | Personal | Buget alocat de SRTv | Execuția bugetară (lei) | Fonduri externe atrase (publicitate și sponsorizări, lei) |
|------|------------------|----------|---|---|---|
| 2007 | 886 | 110 | 7.285.000 Din care: -salarii: 6445000 -producție: 840000 | 6.944.024 Din care: -salarii: 5939060 -producție: 1004964 | 165.761 |
| 2008 | 1365 | 112 | 8.647.832 Din care: -salarii: 7397832 -producție: 1250000 | 7.198.584 Din care: -salarii: 5948110 -producție 1250474 | 269.838 |
| 2009 | 4856 | 128 | 8.998.564 Din care: -salarii: 7660000 -producție: 1338564 | 7.904.307 Din care: -salarii: 6768116 -producție: 1136191 | 191.807 |

Obiective pentru 2010

- Creșterea calității producțiilor TV și reflectarea mai accentuată a vieții comunităților din regiune pe canalele Regional și TVR 3;
- Începerea lucrărilor la noul sediu al studioului;
- Creșterea notorietății postului printr-o promovare mai amplă;
- Modernizarea tehnologiilor de producție TV.

IV. TVR TIMIȘOARA

Anul 2009 a fost un an productiv pentru TVR Timișoara care a adus mărirea spațiului de emisie dar și o imagine mult mai bună a postului, susținută de programe de calitate și evenimente de interes regional.

Performanțe

În primul rând trebuie menționată creșterea numărului orelor de emisie, la un program de 8 ore pe zi, (dimineața între 07.30-10.30, după-masa între 16.00-21.00), începând cu luna mai 2009.

În anul 2009 au fost realizate emisiuni de dezbatere și știri electorale, transmise pe canalul TVR 3 și în programul regional în perioada campaniei pentru alegerile europarlamentare (mai 2009) și cea pentru alegerile prezidențiale (octombrie-noiembrie 2009).

TVR Timișoara a desfășurat o campanie amplă de promovare a programelor sale intitulată „TVR Timișoara 15 ani”.

În anul 2009 s-au comemorat 20 de ani de la Revoluție. TVR Timișoara a organizat sau a fost partener la mai multe evenimente ocasionate de această aniversare care s-au desfășurat pe parcursul anului.

Astfel, TVR Timișoara a inițiat în parteneriat cu Primăria Timișoara, Consiliul Județean Timiș, Filarmonica Banatul Timișoara, Teatrul Național Timișoara proiectul „Revoluția în imagini” dedicat comemorării a 20 de ani de la Revoluție.

În perioada 15-17 decembrie 2009 a fost organizată a doua ediție a Festivalului Internațional de Film Documentar DocumFest, cu tema „Revoluții în Europa”, ca parte a proiectului „Revoluția în imagini”, la care s-au înscris peste 70 de producții, din 15 țări, cu sprijinul Primăriei Timișoara, al Consiliului Județean Timiș și al Institutului Cultural Român (coorganizator). Gala de decernare a premiilor Documfest precum și spectacolul „Limitele așteptării” cu maestrul Ion Caramitru au fost transmise în direct de la Teatrul Național Timișoara, pe canalele TVR 3 și TVR Timișoara.

TVR Timișoara a transmis în direct, din Piața Operei din Timișoara, pe canalul propriu și pe TVR 3, concertul extraordinar MESSA DA REQUIEM, dedicat comemorării Revoluției din decembrie, proiect conceput și coordonat de maestrul Ioan Hollender, director al Operei de Stat din Viena. Tot la împlinirea a 20 de ani de la Revoluția Română a fost realizat serialul „Candelă împotriva timpului” (8 episoade) difuzate pe canalul TVR 3 și în programul regional al TVR Timișoara.

Ca și în anii precedenți, TVR Timișoara a fost partener media la importante evenimente muzicale din regiune: Festivalul PLAI, Gărâna Jazz Festival, Rock la Mureș, Timișoara Jazz Festival, Festivalul internațional de artă romani „Mișto”.

Tot în anul 2009 s-a inițiat și s-a derulat campania ecologică „Se poartă verdele”, organizată în colaborare cu elevi și profesori voluntari de la școlile din zona de vest, ce are ca scop atât îndepărțarea gunoaielor aruncate în zonele cu potențial turistic din regiune (Cheile Nerei, Baziaș, Moneasa), cât și educarea copiilor spre a fi mai atenți cu mediul înconjurător.

TVR Timișoara a realizat următoarele transmisii în direct, pentru Caravana TVR 3, din toate cele 4 județe (Arad, Caraș-Severin, Hunedoara și Timiș): concertul

Filarmonicii Banatul la Peștera Românești, Festivalul Clătitelor de la Moneasa, Floriile la Putna, în jud. Caraș-Severin, Ținutul Pădurenilor, jud. Hunedoara, Castelele din Valea Mureșului și numeroase evenimente sportive (peste 30 de meciuri de baschet în direct).

De asemenea la capitolul performanțe se impun a fi menționate și:

- mărirea spațiului de emisie acordat minorităților;
- implementarea sistemului integrat de producție și play-out digital pentru știri, promo și publicitate;
- realizarea regiei 2 de emisie și înregistrări;
- modernizarea carului de reportaj prin înlocuirea mixerului video și a echipamentelor de monitorizare;
- implementarea unei linii de traducere digitală pentru programele minorităților, ce asigură renunțarea la suportul analogic betasp.

Probleme întâmpinate:

Sigurele probleme importante din anul 2009 au fost legate de preluarea programului TVR Timișoara de către firmele de cablu, datorită trecerii pe frecvență proprie.

Analiza comparativă 2007-2008-2009:

În octombrie 2008, TVR Timișoara a început să producă și pentru canalul TVR 3, crescând astfel numărul orelor de emisie la 1.438, 63 h (86. 318 minute). Preocuparea managementului financiar pentru performanță a dus la scăderea costurilor medii de producție pe unitatea de produs și timp. Activitatea economică în perioada 2007-2009 în cifre este oglindită astfel:

| An raportare | Cheltuieli totale | Programe difuzate (minute) | Cost mediu minut |
|--------------|-------------------|----------------------------|------------------|
| 2007 | 6.595.960 | 63.750 | 103,46 |
| 2008 | 7.521.990 | 80.245 | 93,73 |
| 2009 | 8.755.309 | 140.760 | 62,19 |

Obiective 2010:

- mărirea programului la 12 ore de emisie, zilnic;
- un accent deosebit pe interactivitatea programelor TVR Timisoara, atât cele sociale, culturale dar și de divertisment;
- păstrarea parteneriatelor existente, TVR Timișoara fiind partenerul celor mai importante evenimente din regiune;

- o colaborare mai bună cu televiziunile partener din Serbia și Ungaria, prin realizarea unor emisiuni comune, nu doar schimb de emisiuni ,pentru dezvoltarea ideei de euroregiune;
- realizarea unor emisiuni speciale în regiune - „Weekend în....” unul dintre cele 4 județe (Arad, Caraș, Hunedoara, Timiș); Nuntă în dar, Caravana TVR3, Campanii de promovare a sportului și a ideei de ecologie, Se poarta verdele, Pentru regiunea ta, etc.;
- creșterea numărului de transmisiuni sportive, precum meciuri de baschet, polo, etc.;
- promovarea imaginii TVR Timișoara și prin publicitate outdoor – instalarea de plăcuțe cu sigla TVR Timișoara pe drumurile județene, bannere și mash-uri în locuri vizibile;
- urmărirea preluării programului TVR Timișoara de către operatorii de cablu din zonă;
- amenajarea unui nou platou pentru regie tv și dotarea regiei 2 cu camere tv;
- creșterea veniturilor proprii din publicitate, sponsorizare și servicii, coproducții și parteneriate;
- urmarirea distribuirii resurselor, în aşa fel încât, să scadă costurile, dar nu și calitatea programelor.

V. TVR Târgu-Mureș

Considerații generale

Anul 2009 poate fi considerat, pentru Studioul Teritorial TVR Târgu-Mureș, un an productiv. În această perioadă Tânăra echipă, care își desfășoară activitatea aici și-a îmbunătățit performanțele din punctul de vedere al bunei gestionări a resurselor materiale și financiare, al realizării de programe competitive și diverse pentru satisfacerea așteptărilor publicului telespectator, precum și prin dezvoltarea și cristalizarea relațiilor de muncă la nivelul structurilor studioului, dar și a celor interpersonale.

Performanțe

Pe parcursul anului 2009, TVR Târgu-Mureș a realizat un număr total de 721 ore de emisie, din care 595 ore (82,6 %) producție proprie, 110 ore (15,2 %) materiale de arhivă și 16 ore (2,2 %) preluări transmisiunii sportive. Contribuția studioului la programele difuzate de celelalte canale ale SRTv a fost de peste 72 de ore.

În aceeași perioadă, au fost acoperite două campanii electorale, una europarlamentară – mai 2009, iar cealaltă prezidențială – noiembrie/decembrie 2009, cu emisiuni specifice, apreciate ca fiind echilibrate și echidistante, neînregistrându-se nicio reclamație din partea participanților.

Din punct de vedere redațional, una din realizările importante a fost conceperea și realizarea unei grile de program echilibrată și adaptată cerințelor publicului, cu emisiunii diverse care acoperă o gamă largă de stiluri publicistice (știri, talk-show, reportaj, anchetă, serial tv, etc.).

De remarcat faptul că, în grila locală de program a studioului, sunt cuprinse, săptămânal, două spații, sâmbăta și duminica, destinate serialelor de televiziune (Cireșarii, Mușatini, Lumini și Umbre, etc.), produse de Televiziunea Română.

Putem considera ca performanță, având în vedere criza financiară la nivel național, realizarea în cadrul Serviciului Producție, cu sprijinul Direcției Tehnico-Administrativă, a trei grupuri specializate pentru înregistrare voce, de copiere și de titraj pentru emisiunile realizate de Redacția emisiuni în limba maghiară.

Participarea cu producții proprii la emisia canalului național TVR3 a început cu o emisiune, „Toți împreună”, produsă de Redacția emisiuni în limba maghiară, fiind continuată, în trimestrul IV al anului 2009, de alte trei emisiuni, „Necunoscuții de lângă noi”, „Spirit și credință” și „Din lumea satului”, realizate de Redacția emisiuni în limba română.

Probleme întâmpinate

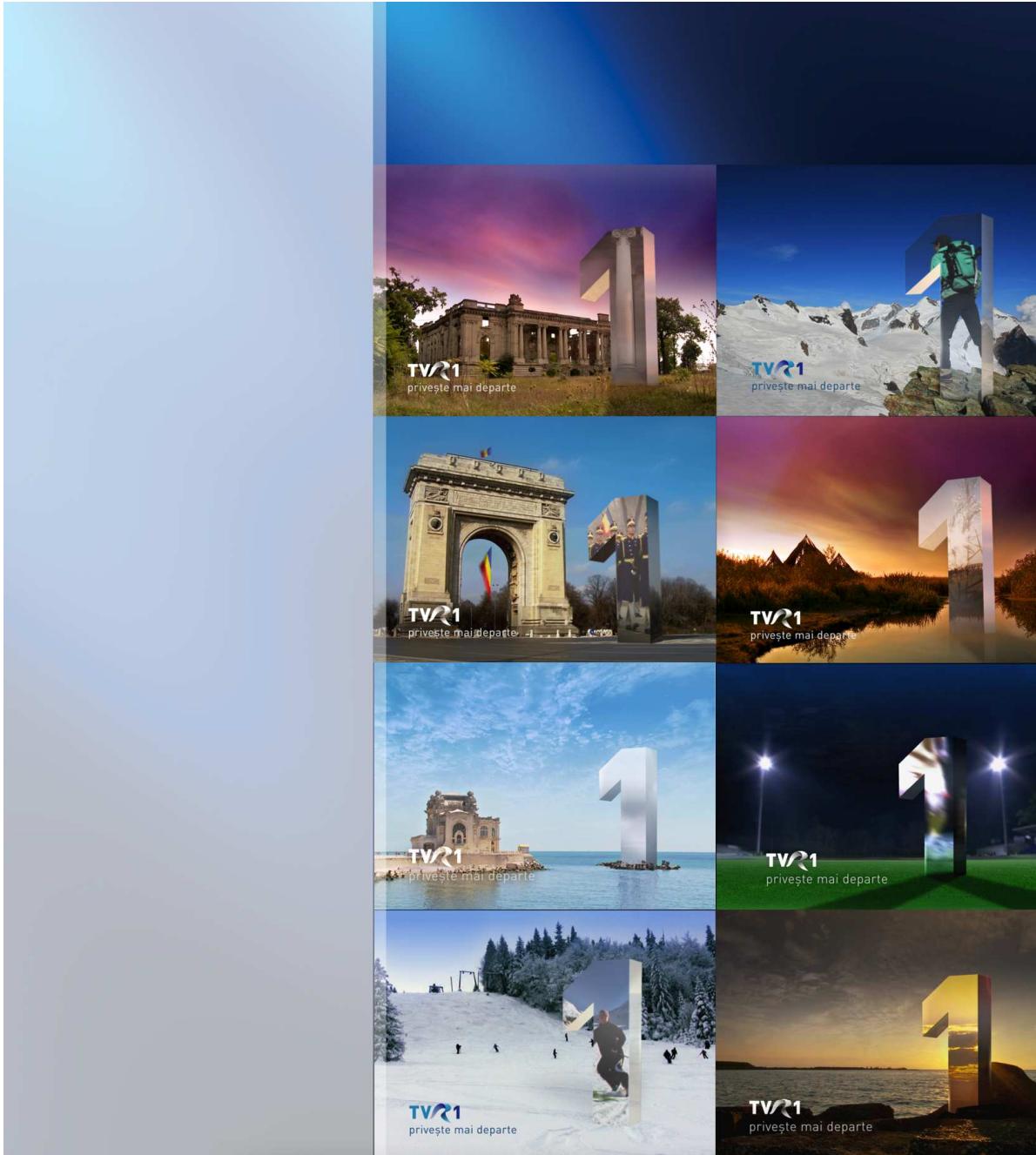
- lipsa unui număr suficient de angajați în cadrul structurilor editorială, tehnică și artistică, care să conducă la creșterea numărului de ore de emisie regională, cât și la prezența pe TVR3 cu mai multe producții proprii;
- dotarea tehnică pentru post-producție aflată la minimul necesar a condus la limitarea capacitatei de realizare a programelor;
- lipsa echipamentelor mobile de emisie, care să permită acoperirea, în regim de transmisie directă, a evenimentelor importante desfășurate în aria de acoperire a studioului;

Obiective 2010

Principalele obiective ale TVR Târgu-Mureș pentru anul 2010 sunt:

- emisia programului local și regional pe satelit;
- acoperirea cu programe specifice a tuturor județelor aflate în aria de acoperire a studioului (Alba, Brașov, Mureș, Harghita și Covasna);
- echiparea cel puțin a unui studiu de producție din cele două aflate în sediul din Parcul Sportiv nr. 2;
- reconfigurarea structurii organizatorice a studioului prin înființarea Redacției Știri;
- participarea cu cât mai multe programe la emisia canalului național TVR 3;

- creșterea numărului de angajați, care să conducă la extinderea programului de emisie la minim 6 ore zilnic, inclusiv emisiunile în reluare;
- atragerea de fonduri și resurse externe pentru susținerea bugetului de producție, cât și pentru dotarea și dezvoltarea studioului;
- continuarea activităților de perfecționare a personalului editorial, tehnic și de producție.



PUBLICITATEA

CAPITOLUL 5: PUBLICITATEA

Splendid Media S.A. este o companie independentă, aflată la al doilea contract în derulare cu SRTv pentru administrarea spațiului publicitar pentru toate vehiculele media SRTv. Contractul cu această companie a fost obținut în urma unei licitații publice organizate de televiziunea publică în luna decembrie 2009.

Piața de publicitate în anul 2009

Pe parcursul anului 2009 au avut loc o serie de schimbări majore ale pieței de publicitate din România, cu implicații semnificative asupra derulării contractului semnat între SRTv și Splendid Media. Aceste schimbări au apărut pe toate planurile luate în calcul la configurarea veniturilor de publicitate pentru canalele SRTv în anul 2009. Mai jos se regăsesc câteva considerente în legătură cu factorii obiectivi și externi care au influențat veniturile de publicitate atrase de SRTv în anul 2009.

Criza economică

În luna decembrie 2008, toate previziunile privind impactul crizei economice asupra economiei românești în general și pieței de publicitate în particular erau relativ optimiste. Mai exact, nici Guvernul României, nici experții Băncii Naționale sau ai altor entități nu prevedea contractarea economiei ci, în cel mai rău caz, o diminuare a creșterii acesteia până la plus 3%. În realitate, asistăm în prezent la o contractare a economiei românești cu 6,4%, ceea ce a influențat direct bugetele de marketing alocate de companiile multinaționale și locale românești.

Piața de publicitate în scădere majoră

Tot în decembrie 2008, părerile specialiștilor din media românească (directorii de agenții, directorii de marketing ai principalilor clienți etc) estimau în 2009 o menținere a pieței de publicitate din România la nivelul anului 2008. În prezent, analizând anul 2009, asistăm la o scădere majoră a pieței de publicitate din România, și anume:

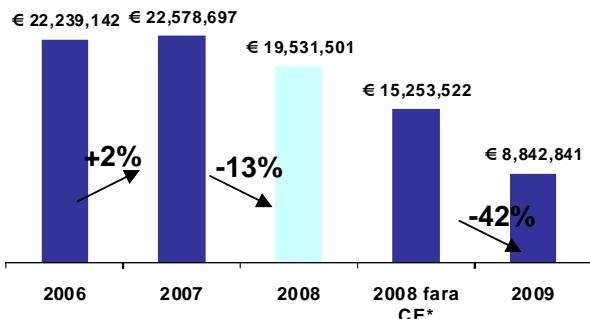
- minus 41% piața de publicitate TV, ce reprezintă 65% din totalul pieței de publicitate;
- minus 60% piața de publicitate print, ce reprezintă 14% din totalul pieței de publicitate;
- minus 40% piața de publicitate radio, ce reprezintă 6% din totalul pieței de publicitate;
- descreșteri mai mici sau mai mari ale piețelor de publicitate indoor, outdoor, cinema și internet, ce reprezintă 15% din totalul pieței de publicitate.

Piața de publicitate tv a scăzut în 2009 față de 2008 cu peste 40%, cu același procent scăzând și veniturile de publicitate ale SRTv. În acest context și primii doi jucători pe

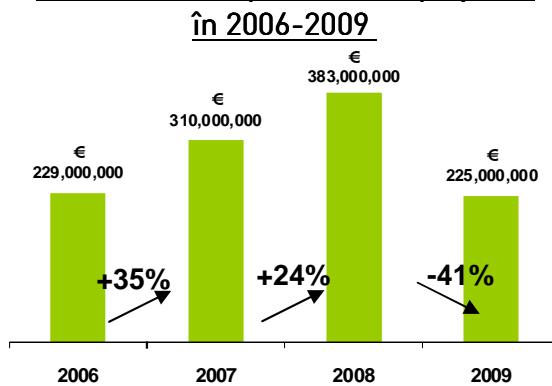
piața de televiziune au înregistrat scăderi importante ale veniturilor din publicitate, cu 39%, respectiv cu peste 30%.

Venituri din publicitate gestionate de Splendid Media în perioada 2006-2009

Veniturile nete realizate pentru SRTv 2006-2009



Veniturile nete pentru total piața TV



Sursa: Splendid Media S.A.

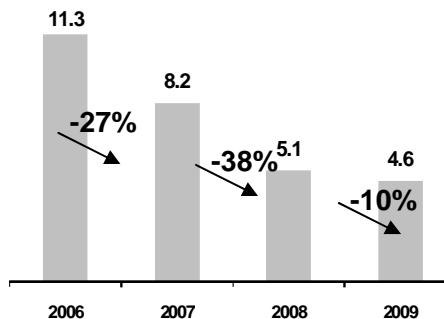
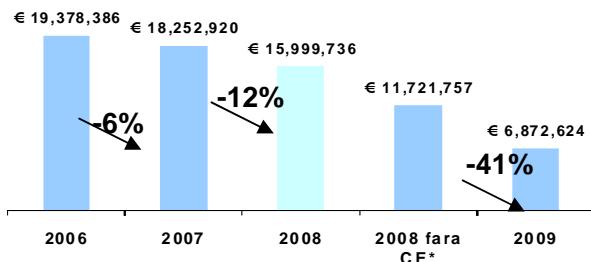
Sursa: Media Fact Book Romania/ Initiative Media

*Nu conține veniturile din Campionatul European de Fotbal 2008
în sumă de 4.277.979 Euro.

Notă: veniturile din publicitate ale anului 2008 includ și veniturile atrase de Campionatul European de Fotbal; acest tip de eveniment major atrage venituri din publicitate speciale, care nu se mai regăsesc în anii fără competiții similare.

În 2009, primul an de criză economică, totalul veniturilor din publicitate a scăzut cu 41% pe piața românească. În acest context, veniturile din publicitate pentru SRTv (fără a lua în considerare în 2008 sumele atrase de Campionatul European de Fotbal) au scăzut cu aproximativ același procent (42%) înregistrat de întreaga piață.

Veniturile nete realizate pentru TVR1 2006-2009 Cota de audiență anuală la TVR1 (Shr%)



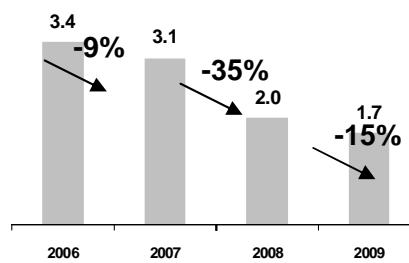
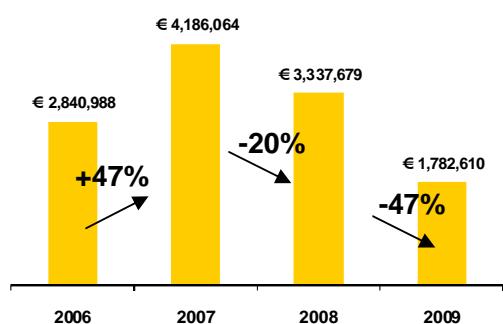
Sursa: TNS AGB 2006-2007 & GFK România 2008-2009 / Target: All Urban (g)/06:00-26:00

*Nu conține veniturile din Campionatul European de Fotbal 2008 în sumă de 4.277.979 Euro.

Notă: veniturile din publicitate ale anului 2008 includ și veniturile atrase de Campionatul European de Fotbal; acest tip de eveniment major atrage venituri din publicitate speciale, care nu se mai regăsesc în anii fără competiții similare.

Pierderea constantă în fiecare an a unui procent mare din cota de piață a determinat căderea TVR1 de pe locul III (în 2006) pe locul V (în 2009) în top total stației TV. Această pierdere de cotă de audiență a dus la pierderea statutului de lider la masa negocierilor bugetelor de publicitate.

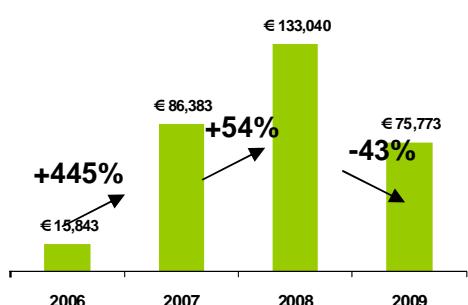
Veniturile nete realizate pentru TVR2 2006-2009 Cota de audiență anuală la TVR2 (Shr%)



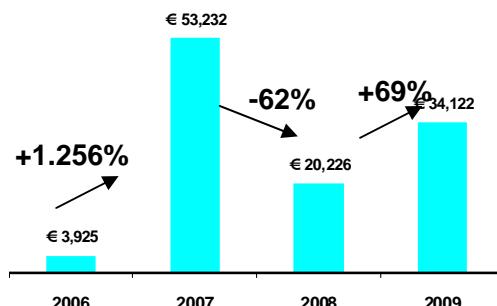
Sursa: TNS AGB 2006-2007 & GFK România 2008-2009 / Target: AllUrban(g)/06:00-26:00

Scăderea constantă a cotei de audiență a TVR2 din 2007 s-a reflectat în scăderea veniturilor din publicitate începând cu 2008.

Veniturile nete realizate pentru TVR Cultural 2006-2009



Veniturile nete realizate pentru TVR Internațional 2006-2009

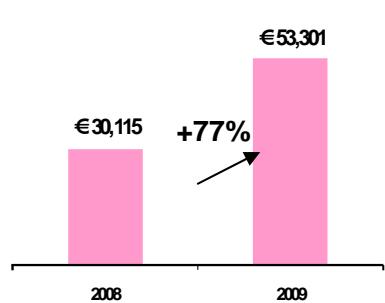


*Sursa: GFK România 2008-2009 / Target: 18+Urban (g)

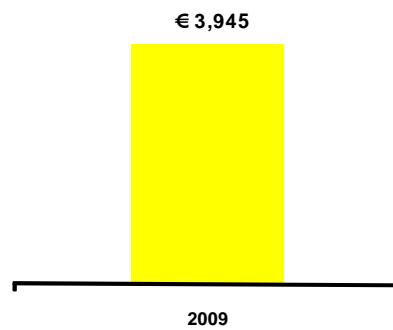
Comparativ cu 2008, în 2009 veniturile realizate pentru TVR Cultural au scăzut cu 43%. Cauza principală o constituie creșterea numărului de spoturi care au înregistrat audiență "0" și care nu au fost plătite de către clienți (*70.5% adică 25.824 spoturi au avut audiența 0).

TVR Internațional a avut o evoluție fluctuantă, veniturile sale nefiind corelate cu situația pieței de publicitate în general, acest canal adresându-se comunității românești cu domiciliul în străinătate.

Veniturile nete realizate pentru TVR 3 în 2008-2009

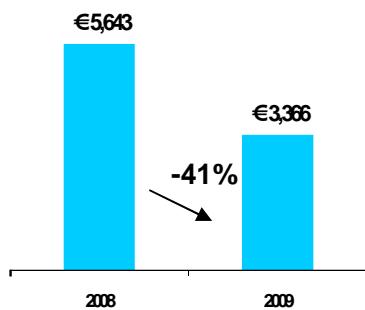


Veniturile nete pentru TVR Info în 2009

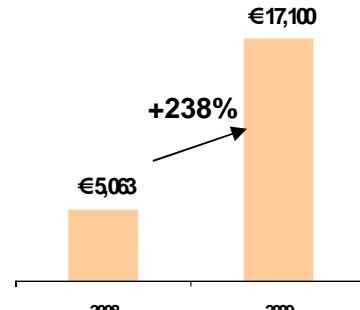


SRTv a decis să nu măsoare audiența canalelor TVR 3 și TVR Info din rațiuni financiare și prin urmare publicitatea atrasă de aceste canale este sporadică.

Veniturile nete realizate pentru
web site-ul TVR în 2008-2009



Veniturile nete realizate pentru
teletext-ul TVR în 2008-2009



În concluzie, reținem faptul că în anul 2009 stațiile din portofoliul SRTv au performat în piața de publicitate în linie cu celelalte stații importante de pe piață.



SITUАȚIA PROducțIEI ARTISTICЕ



CAPITOLUL 6: SITUAȚIA PRODUCȚIEI ARTISTICE

Atribuțiile Direcției Artistică și Producție vizează în principal realizarea de producții pentru toate emisiunile difuzate de cele șase canale ale SRTv (TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural, TVR Internațional, TVR INFO), căutând să ofere o viziune unitară asupra activității desfășurate.

- în cursul anului 2009, la nivelul Direcției Artistică și Producție au fost duse la înndeplinire și urmările permanent principalele sale activități: elaborarea și supunerea aprobării bugetului direcției și a structurii acestuia, în vederea bunei desfășurări a activității;
- realizarea, împreună cu compartimentele editoriale, tehnice și economice a demersurilor necesare privind planul de măsuri pentru buna desfășurare a producției curente, în interiorul și în exteriorul SRTv;
- furnizarea de servicii de producție în studiouri și în spațiile exterioare SRTv, tuturor compartimentelor redacționale;
- asigurarea concepției și execuției artistice unitare pentru scenografie, imagine, montaj emisiuni, editare imagine, machiaj, în colaborare cu redactorii și producătorii;
- asigurarea regiei artistice și a comentariului muzical/coloanei sonore/înregistrării și transmisiei producțiilor muzicale pentru programele TVR;
- asigurarea regiei de montaj și a tuturor activităților specifice regiei de studio, pentru programele TVR, atât în cazul înregistrărilor, cât și al transmisiunilor în direct;
- efectuarea activităților specifice de ordin artistic și operațional, pentru transmisiuni directe și înregistrări din studiouri și care de reportaj;
- realizarea montajelor producțiilor de televiziune, prin activități specifice;
- asigurarea activităților de ordin artistic și operațional pentru echipele care utilizează camere mobile (camcordere) de înregistrare sau transmisie, echipamente mobile de sunet și echipamente mobile de iluminat tehnologic;
- realizarea activităților de creație scenografică, a lucrărilor de grafică comandate, a activităților de execuție a decorului și costumelor, a montării decorului, recuzitei, machiajului și coafurii, realizarea de înregistrări și de emisiuni în direct din studiouri, care de reportaj și realizarea de filmări ale echipelor mobile în teren;
- asigurarea iluminării pentru programele TVR;

- operarea echipamentelor video și audio aflate pe care de reportaj, care de procesare sunet, echipamentelor mobile de sonorizare și teleficare, echipamentelor mobile de jurnalistică electronică etc;
- operarea echipamentelor video și audio în studiourile de producție și de știri;
- propunerea achizițiilor de materiale pentru producția de decoruri și echipamente necesare, în conformitate cu bugetul aprobat;
- asigurarea programării întregului proces de producție al emisiunilor tv;
- asigurarea urmăririi desfășurării întregului proces de producție al emisiunilor tv;
- elaborarea planului de măsuri privind perfecționarea și reconversia profesională a personalului din cadrul direcției;
- asigurarea cadrului instituțional în vederea desfășurării activităților de expertiză a fluxurilor de creație și coordonarea proiectelor de îmbunătățire și creștere a capacitaților de producție;
- identificarea și propunerea de soluții alternative, în scopul optimizării activităților specifice Direcției;
- urmărirea permanentă a evoluțiilor și tendințelor artistice și tehnice pe plan mondial, în scopul găsirii unor noi soluții de realizare a emisiunilor.

I. Departamentul Artistic

Raportat la modul specific în care fiecare serviciu public de televiziune este organizat, misiunea ce îi revine rămâne aceeași: televiziunea publică are rolul de a oferi telespectatorilor programe de calitate în sfera informației, educației și divertismentului.

În acest moment, TVR înseamnă șapte posturi tv (incluzând canalul experimental TVR HD), cinci studiouri teritoriale, portalul www.tvr.ro.

Repere 2009

- ianuarie/februarie – „Preselecția Eurovision”;
- martie – schimbări/variații la emisiunile informative ale SRTv, un concept grafic și un decor nou, realizat în atelierele TVR;
- mai - „Gala UNITER”, organizată pentru prima dată într-un studio din SRTv (televiziunea publică fiind producător), într-un decor inteligent, combinat cu videoproiecții;
- iunie – „Gala UNICEF”, teledon maraton;
- iulie/august – Festivaluri: Cerbul de Aur Junior, Festivalul Național Mamaia copiilor, Festivalul Callatis, Festivalul de muzică ușoară Mamaia etc.;
- septembrie – Festivalul Cerbul de Aur, brand de țară, o manifestare care a adus Televiziunii Române audiență și prestigiu. De remarcat, aprecierile reprezentanților unor organisme de televiziune din Europa asupra imaginii și a

calității prestației cameramanilor din Serviciul Imagine Studiouri și Care Producție; Festivalul și Concursul Internațional George Enescu, un maraton al TVR, care a antrenat un număr mare de angajați ai Departamentului Artistic, transmisii de calitate, unele preluate de canale de specialitate din Europa. Transmisiile sportive din „UEFA Champions League”, realizate HD cu un car închiriat din Germania, au demonstrat, încă o dată, profesionalismul cameramanilor din SRTv, care au avut prestații la nivel european.

- octombrie/noiembrie – s-au asigurat grilele de programe curente, în general grile stabile, fără prea multe noutăți din punct de vedere plastic, artistic („Odată-n viață”, „Dănutz SRL”, „Garantat 100%”, „Nocturne” etc.), emisiunile aferente spațiului electoral, ediții speciale, informative, proiectul „Restaurare” – o campanie menită să vină în sprijinul clădirilor și monumentelor istorice;
- decembrie – emisiuni specifice de Crăciun și Revelion, producții complexe studio-car de reportaj: „Ne vedem la TVR”, din 1 Decembrie 2009, Gala Premiilor de Excelență TVR Internațional.

Obiective

Departamentul Artistic este o structură de specialitate din cadrul Direcției Artistică și Producție având ca obiectiv general coordonarea sarcinilor pentru activități cu caracter artistic – concepție și execuție unitară, prin mijloace specifice, care face posibilă transpunerea proiectelor editoriale. Departamentul Artistic asigură servicii cu caracter artistic derulate în baza fluxului de producție: concepție → preproducție → producție propriu-zisă → post-producție → produs finit pentru cele șapte canale SRTv plus Direcția Știri și Departamentul Sport, care au calitatea de beneficiar.

S-a stimulat creativitatea, ceea ce a condus la îmbunătățirea actului decizional. S-a urmărit creșterea calității artistice a producțiilor prin personal de specialitate performant, căutându-se cele mai bune soluții privind grafica, amplasarea camerelor, montajul, decorul – chiar dacă de cele mai multe ori a fost refolosit cel existent.

Direcții de activitate pentru 2010

- promovarea susținută a muncii în echipă;
- îmbunătățirea colaborării instituționale (a Serviciul Programarea și Urmărire Producției, Direcția Tehnico-Administrativă, Direcția Editorială) în privința alocării resurselor și menenanțelor;
- reposiționarea unor servicii (precum Regizori Artistici, Muzicali) în contextul evident în care televiziunile au tendința de a diminua producțiile proprii, de a se angaja în co-producții sau de a contracta producții externe;

- Îmbunătățirea imaginii postului, de la îmbunătățirea calității machiajului prezentatorilor și al invitaților până la actualizarea vestimentației și a unora din decoruri.

Mijloace și resurse

Resursele artistice, umane și tehnice reprezintă principalele instrumente de realizare a obiectivului general al Departamentului. TVR deține echipamente performante, însă acestea sunt în permanentă schimbare din punct de vedere tehnologic. Fluxul de producție trebuie adus la nivelul echipamentelor existente, care trebuie folosite la nivelul la care au fost concepute.

A fost derulată, în etape, achiziția de echipamente tv (camcordere și echipamente de studio) și s-a reușit retehnologizarea, în cea mai mare parte, a studiourilor de producție, carelor de reportaj și spațiilor de montaj.

La finalul anului 2009, s-au achiziționat echipamente (camcordere) de televiziune second-hand de tip Betacam SX. Prin achiziția unor camcordere HD s-a asigurat producția pentru unele proiecte ca: „Restaurare”, „Zestrea românilor”, „Zona IT”.

Deplasarea unor activități editoriale ale SRTv (spectacole, transmisii sportive etc.) către studiourile teritoriale a avut consecințe pozitive în privința solicitărilor de mijloace tehnice și umane și cu avantaje financiare.

Priorități de instruire 2010:

- Curs de light designer (total inexistent în SRTv);
- Curs de estetică machiaj și coafură;
- Curs de comunicare profesională, instituțională.

Sistem informațional

Sistemul informațional permite transmiterea, comunicarea și securizarea informației stocate, procesate și transmise în format electronic, absolut obligatoriu în și între structurile SRTv și/sau exteriorul instituției.

Se dorește o mai bună colaborare cu laboratoarele de întreținere a mijloacelor tehnice pentru remedierea defecțiunilor la camcordere și echipamente de montaj, se impune mai multă flexibilitate și sensibilitate în raport cu mediul instituțional.

Organizare

Din punct de vedere organizațional, Departamentul Artistic cuprinde un număr de șase compartimente, structuri cu profil specific de televiziune, unde își desfășoară activitatea un număr de 570 de angajați, aproximativ 66% din totalul de angajați ai Direcției Artistice și Producție.

Serviciile Editare Imagine și Postprocesare Sunet (145 de angajați), Filmări Teren (116 angajați, plus un contract de prestări servicii), Imagine Studiouri și Care Producție

(83 de angajați), Regizori Artistici, Muzicali (33 de angajați, plus un contract de prestări servicii), Regizori de Montaj și de Studio (35 de angajați) realizează/asigură activități și acțiuni specifice, cu caracter operațional pentru toate producțiile SRTv. La toate aceste structuri, managementul de linie este asigurat de expertiză profesională. Serviciul Scenografie, Decor, Machiaj (156 de angajați, plus 16 contracte de prestări servicii) realizează activități de concepere și creație scenografică, activități de execuție a decorurilor și costumelor, montarea decorului, recuzită, machiaj și coafură la toate producțiile SRTv.

La nivelul Serviciului Editare Imagine și Postprocesare Sunet cererile de spații de montaj sunt mai numeroase decât posibilitățile actuale. În 2009 s-a încercat diminuarea numărului mare de ore de încărcare pe hard-ul mobil și reducerea materialelor filmate cu anumite „defecte” ce se pot corecta, dar se pierde timp din spațiul alocat de montaj.

La nivelul Serviciului Filmări Teren, din punct de vedere organizatoric și economic, programarea unei echipe complete (cameraman-electrician-sunetist) a condus la un număr mai mare de filmări, ușurând comunicarea. S-a încercat îmbunătățirea colaborării cu Direcția Tehnico-Administrativă în privința achiziționării echipamentelor, cât și în privința întreținerii și reparării camcorderelor.

La nivelul Serviciului Imagine Studiouri și Care Producție, trebuie menționate prestațiile cameramanilor la transmisiile HD din „UEFA Champions League” și de la Festivalul Cerbul de Aur 2009, remarcate și de partenerii străini, ceea ce demonstrează că pot lucra pe toate tipurile de echipamente utilizate în Europa. Punct slab: necorelarea dintre spațiile de producție/solicitări beneficiar și numărul redus de cameramani performanți, mereu aceeași la toate tipurile de emisiuni.

La nivelul Serviciului Regizori Artistici, Muzicali se constată un deficit de regizori muzicali raportat la solicitări.

Se impune identificarea unor zone unde există excedent de personal și redistribuirea către zonele deficitare cu respectarea prevederilor legale. De asemenea, este necesară o planificare riguroasă a angajaților pentru ca timpul de lucru să fie utilizat la maximum și conform atribuțiilor din fișa de post, semnalând cu aceste ocazii angajați repartizați să lucreze strict la: printer, video-wall, MHH, coordonare (numărul de coordonatori este de aproximativ 12 angajați, ceea ce reprezintă aproximativ 8% din totalul de angajați). Investițiile în utilaje și echipamente, la nivelul Serviciului Scenografie, Decor, Machiaj s-au făcut dintr-o necesitate obiectivă de progres tehnologic, concomitent cu existența unor fonduri alocate și uzura firească a celor vechi.

În 2010, se impune ca pentru exploatarea printer-ului să se ia în calcul angajarea unei persoane de specialitate (DTP-ist). La momentul respectiv, inițiatorul investiției nu a luat în calcul și personalul necesar pentru procesul de creare și editare a unui

document cu ajutorul computerului (printare profesională), având ca obiectiv final tipărirea lui și tăiere la cutter plotter.

Reguli și proceduri

Procedurile care se derulează la nivelul fiecărei structuri au drept scop crearea fluxului de proces (diagrama). Realizarea acestui deziderat conduce la buna practică în cultura managerială, având ca rezultat corecta gestionare și eficiența activităților administrative de către managerii de linie 3. Pentru ca structurile ce alcătuiesc Departamentul Artistic să fie eficiente în prestarea serviciilor complexe, este necesar să fie elaborate, cunoscute și, obligatoriu implementate proceduri operaționale ce au ca scop îmbunătățirea calității prestației, creșterea răspunderii și responsabilității pentru fiecare angajat antrenat în procesul producției artistice și pentru managementul de linie 1 (gestionar al bugetului Direcției). Nerespectarea unor fluxuri interne sau proceduri de lucru generează de multe ori exagerări în solicitarea mijloacelor tehnice și umane, programări neconforme cu realitatea, anularea multor filmări și montaje, depășiri nejustificate de spațiu alocat.

Este bun de urmat exemplul de colaborare cu organizatorii „UEFA Champions League”, care au pus la dispoziția beneficiarului și a personalului antrenat în producție un manual „HOST BROADCASTER PRINCIPLES AND SET-UP”, numit procedură operațională.

Astfel de proceduri operaționale considerăm că ar trebui să devină obligatorii în derularea emisiunilor de televiziune, mai ales în cazul unor evenimente ce implică multe departamente, cu termene exacte, chei de control și responsabilități („BROADCAST [PARTENER] HAND BOOK”).

Producții realizate în TVR cu folosirea capacitaților interne în anul 2009

În anul 2009, Serviciul de Programare și Urmărire Producției (SPUP) a continuat să se preocupe de eficientizarea și optimizarea fluxului de producție.

La fel ca în anii precedenți, au fost intensificate legăturile de producție cu toate compartimentele care participă la executarea planului de producție. De asemenea, a existat un dialog permanent și s-au găsit soluții adecvate de producție, împreună cu șefii canalelor tv precum și cu Directorul de Programe. Astfel, au fost discutate, chiar în faza de proiect, noile emisiuni care urmau să fie introduse în grilele de programe pentru a găsi de comun acord o acoperire cu mijloace de producție necesare realizării emisiunilor în cauză.

Pentru cunoașterea tendinței de evoluție a sistemului au fost întocmite periodic materiale de sinteză și analiză a factorilor de producție, prezentați pe diverse perioade de timp.

Au existat și disfuncționalități în procesul de producție legate de colaborarea defectuoasă cu unele dispecerate, care nu au preluat corect informațiile scrise, telefonice și în format electronic, mai ales cu ocazia schimburilor de ture.

Pentru remedierea acestei situații s-au purtat discuții cu fiecare șef de compartiment despre obligativitatea șefilor de tură de a ține legătura permanentă pe cele două ture (de luni până duminică) cu SPUP, în scopul rezolvării tuturor problemelor de producție aflate în derulare, să se respecte Regulamentul de Producție care obligă, printre altele, la consultarea programelor publicate pe Intranet și consemnarea corectă și cu responsabilitate a tuturor modificărilor de program și luarea măsurilor pentru acoperirea activităților cu personal de specialitate.

În analiza pentru perioada 2007-2009 se observă că evoluția numărului de ediții în premieră realizate în studiouri a fost mai dinamică decât aceea a numărului de ediții în premieră realizate pe carele de reportaj (unde se observă că producția a avut un nivel relativ constant pe perioada analizată, cu excepția anului 2009, când au fost realizate mai multe ediții în premieră pe carele de reportaj față de anii anteriori).

Primul loc în ponderea de producție îl ocupă TVR 1, ca principal canal al SRTv, TVR 2 a avut o evoluție descendentală pe perioada analizată, ajungând în anul 2009 chiar mai jos decât producția din 2007. În cazul acestui post se constată o creștere ușoară a producției pe carele de reportaj pe anul 2009, mai ales datorită evenimentelor speciale preluate (spectacole și transmisiuni sportive).

Se observă că, în anul 2009, TVR 3 a crescut în producție, atât pe studiouri, cât și pe carele de reportaj, devansând producția pe TVR Internațional și situându-se relativ aproape de producția TVR Cultural, cu excepția premierelor care au crescut pe TVR Cultural, datorită Festivalului George Enescu.

În anul 2008, Canalul TVR Internațional a avut o evoluție ascendentă față de anul 2007, iar în anul 2009 se constată o ușoară scădere a producțiilor postului.

În perioada analizată, TVR Cultural a înregistrat o creștere spectaculoasă a numărului de ediții în premieră (258 în 2007, 465 în 2008, respectiv 858 în 2009) pe studiouri. La capitolul care de reportaj se constată un vârf de producție în anul 2007, o revenire la normal în anul 2008 și o creștere a producției în anul 2009, datorită Festivalului George Enescu.

Structura de producție în anul 2007

| Resursa Canal | Studiouri | | Care | |
|------------------|---------------------------------|-----|---------------------------------|-----|
| | Nr. de ediții în premieră | % | Nr. de ediții în premieră | % |
| TVR 1 | 1974 | 50% | 360 | 46% |
| TVR 2 | 1401 | 35% | 234 | 30% |
| TVR C | 258 | 7% | 163 | 21% |
| TVRi | 334 | 8% | 18 | 3% |
| Total general | 3967 | X | 775 | X |

Structura de producție în anul 2008

| Resursă Canal | Studiouri | | Care | |
|------------------|---------------------------------|-------|---------------------------------|-------|
| | Nr. de ediții în premieră | % | Nr. de ediții în premieră | % |
| TVR 1 | 3215 | 46% | 259 | 35% |
| TVR 2 | 2528 | 36% | 302 | 41% |
| TVR 3 | 210 | 3% | 12 | 2% |
| TVRi | 490 | 7% | 51 | 7% |
| TVR C | 465 | 7% | 109 | 15% |
| TVR Info | 12 | 0.10% | 1 | 0.70% |
| Total general | 6920 | X | 734 | X |

Structura de producție în anul 2009

| Resursă Canal | Studiouri | | Care | |
|------------------|---------------------------|-------|---------------------------|-----|
| | Nr. de ediții în premieră | % | Nr. de ediții în premieră | % |
| TVR 1 | 2219 | 37% | 300 | 33% |
| TVR 2 | 1345 | 23% | 269 | 30% |
| TVR 3 | 979 | 17% | 127 | 14% |
| TVRi | 433 | 7% | 65 | 7% |
| TVR C | 858 | 14% | 148 | 16% |
| TVR Info | 99 | 2.00% | X | X |
| Total general | 5933 | X | 909 | X |

II. Departamentul Producție

Departamentului Producție a contribuit la efortul de realizare a obiectivelor instituției de informare, educație și divertisment, prin oferirea de programe adecvate, în conformitate cu standardele profesionale în materie, într-un an deosebit de dificil. Ca parte componentă a Direcției Artistică și Producție, a îndeplinit un rol vital în munca de transpunere în format finit a concepției editoriale.

Deschiderea recentă a celor două noi canale, TVR 3 și TVR INFO, și transmisiile experimentale ale canalului TVR HD au constituit factorul principal în tendința de creștere a numărului de producții tv, atât în studiourile centrale, cât și în exterior.

Confruntându-se cu probleme legate de creșterea vârstei medii a echipamentelor și îmbătrânirii personalului, pe fondul lipsei investițiilor și a fondurilor pentru formare profesională, colectivul Departamentului nu a putut să-și continue în ritmul dorit eforturile impuse de exigențele tranzitiei la digitalizarea completă și cerințele Uniunii Europene privind televiziunea de înaltă definiție (HD). În același timp, Departamentul a trebuit să facă față continuu provocărilor ineditului și gradului de urgență al multor emisiuni printr-un efort complex în toate etapele, începând cu programarea resurselor și terminând cu transmisiunea directă sau înregistrarea, după caz. Din a doua parte a anului, s-a lucrat în condiții îngreunate din cauza numărului

mare de posturi vacante, începând cu cel de director, număr care reprezenta la sfârșitul perioadei 7% din total. În cursul anului 2009, schema de personal a Departamentului cuprindea un număr de 302 posturi dintre care cel puțin 15 au fost vacante, situația cea mai dificilă fiind înregistrată în iunie și iulie, când acest număr a crescut la 22 (7,28%).

Începând cu luna august a devenit vacant postul de director, ceea ce a generat dificultăți sporite în coordonarea unitară a departamentului.

1. Serviciul Iluminare Studiouri și Care Producție a încheiat anul cu 104 salariați (din 111 posturi) repartizați după cum urmează:

a) În zona *Studiouri* lucrează 37 de oameni, dar pentru că 2 ingineri și 1 tehnician sunt repartizați la laboratorul de electronică, rămân 34, care trebuie să asigure exploatarea instalației tehnologice în toate studiourile de producție 1, 2, 3, 4, 10, 11, 12, 13 și Pangratti, precum și în cele de emisie (5, 6 și 8). Montarea luminilor pentru emisiunile realizate în studiourile 1, 2 și 3, asigurarea regiei de lumini și a platoului sunt sarcini care le revin tot acestora.

b) În zona *Transmisii* activează 66 de salariați, dintre care 10 electricieni sunt la dispoziția echipelor de filmare de la Departamentul Știri. Aceste date arată situația dificilă în care se află serviciul, nevoit să răspundă unui număr de producții tv în continuă creștere.

2. Serviciul Care Producție a avut la sfârșitul anului 97 de salariați, la care se adaugă cele 8 posturi vacante. Ei sunt repartizați în următoarele compartimente, care conlucreză strâns pentru realizarea sarcinilor fluxului de producție în alte locuri decât în studiourile complet echipate ale SRTv:

a) *Compartimentul care de reportaj* cuprinde 63 de angajați (în medie 9 în echipajul unui car). Fiecare dintre cele 7 echipaje este condus de un șef de car, coordonatorul organizatoric și tehnic al transmisiei. El răspunde și de întreținerea și reviziile echipamentelor din dotare.

b) *Compartimentul de sonorizare* are 19 salariați. Se compune din trei echipe de lucru care se deplasează la locul transmisiei, inclusiv în studiourile 1, 2, 3, Muzical și Pangratti. O mențiune specială trebuie făcută pentru carul de procesare a sunetului dedicat emisiunilor muzicale și asigurat cu trei specialiști.

c) *Compartimentul de teleficare* cuprinde 9 operatori de producție RTV împărțiți în 3 echipe, care asigură monitoare LCD și monitoare CRT de control pentru un număr din ce în ce mai mare de transmisii, prezența monitoarelor LCD în platou ca elemente de vizionare și decor devenind o practică curentă.

d) Trebuie menționate și carul de grafică, steady și dispeceratul.

Salariații serviciului au luat parte la realizarea a 1.298 de emisiuni, carele de reportaj participând la 930 dintre acestea, restul fiind aportul celorlalte compartimente.

3. Serviciul Studiouri Producție TV a avut la dispoziție 84 de posturi în decembrie 2009, dintre care 5 au fost vacante.

Dacă ținem seama că 4 specialiști (1 inginer, 1 subinginer și 2 operatori) se ocupă de asigurarea radiocomunicațiilor, iar echipa tehnică standard, într-un studio, numără cel puțin 8 oameni, înseamnă că 75 de oameni trebuie să asigure producția în 9 studiouri. Înseamnă că în mod frecvent o echipă e nevoie să treacă de la un studio la altul, ceea ce a obligat la un efort de programare flexibilă ținând seama atât de aptitudinile oamenilor, cât și de specificul fiecărei emisiuni în parte. Cu toate acestea, pentru a face față volumului de muncă în condițiile respectării prevederilor Contractului Colectiv de Muncă (CCM) a fost nevoie de 10 specialiști angajați cu contracte de prestări servicii care să acopere în principal necesitățile de exploatare a studioului 13-Moliere.

Formarea profesională a salariaților departamentului a fost deficitară într-un an cu un buget deusteritate.

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|---------------------------------|-------|-------|------|
| Numărul de cursuri și seminarii | 10 | 5 | 2 |
| Număr de participanți | 63 | 100 | 2 |
| Cost total (lei) | 23640 | 12988 | 800 |
| Durata totală (ore) | 340 | 130 | 52 |

Analiza potențialului material

1. Serviciul Iluminare Studiouri și Care Producție ridică probleme de gestiune și depozitare, dar și probleme de întreținere și reparații. De asemenea, acest serviciu nu a beneficiat în anii trecuți de un program de retehnologizare, în condițiile în care se constată o evoluție spectaculoasă a domeniului.

2. Serviciul Care Producție are în dotare următoarele unități principale:

- Carul 1, realizat în tehnologia anilor '95, este dedicat transmisiilor și producțiilor tv de dimensiuni mici, cu maximum 5 camere și cu cerințe de sunet reduse;
- Carul 2 este retehnologizat pe partea de videofrecvență, fiind dedicat transmisiilor și producțiilor tv de dimensiuni medii, cu maximum 5 camere;
- Carul 3 este retehnologizat în anul 2004, cu 7 camere de cea mai bună calitate și dotat cu mixer audio digital la începutul anului 2007;
- Carul 5 este un car digital, cu 5 camere de calitate profesională, și analogic, dar performant pe partea audio;

- Carul 6, realizat în tehnologie digitală, este dotat cu 10 camere, permitând realizarea producțiilor de dimensiuni mari;
- Carul 7 este realizat în tehnologie digitală și dotat cu 5 camere;
- Carul 8 este modernizat, dotat cu 5 camere moderne de calitate profesională, dar cu infrastructură veche, însă dotat cu un mixer audio analogic mai performant;
- Carul de grafică electronică;
- compartimentul Sonorizări are în dotare un car pentru captarea și procesarea sunetului în cazul manifestărilor muzicale complexe și înregistrarea digitală multitrack pentru post-procesarea ulterioară; de asemenea, compartimentul dispune de echipamente diverse pentru sonorizări de mici dimensiuni în cadrul emisiunilor de televiziune (talk-show, concursuri, divertisment etc.);
- compartimentul Teleficare are în exploatare diverse tipuri de monitoare.

3. Serviciul Studiouri Producție TV are în administrare și exploatare următoarele:

- studioul 1, în care se lucrează mai mult producții de divertisment;
- studioul 2 e dedicat producțiilor tip „talk-show”;
- studioul 3 este destinat emisiunilor de divertisment de mai mare amploare, celor prilejuite de evenimente speciale precum și teatrului tv;
- studioul 4 funcționează în special pentru TVR Cultural;
- studioul 10, pentru TVR International și TVR 3;
- studioul 11 este studioul principal de știri;
- studioul 12 e dedicat producțiilor tip „talk- show, actualități și sport”;
- studioul 13 - Moliere, pentru emisiunile canalelor TVR 3 și TVR INFO;
- studioul muzical.

Pe parcursul ultimilor ani, aceste studiouri au fost supuse parțial unui proces de retehnologizare, ajungându-se la un grad de digitalizare important, dar insuficient.

În ceea ce privește infrastructura departamentului, nici în resursele tehnice nu s-a putut investi în cursul anului 2009 ceea ce duce la dificultăți sporite în satisfacerea cererilor direcțiilor beneficiare, în condițiile unor termeni contractuali severi pentru realizarea unor transmisii (ex. Contractul de cesiune a drepturilor de difuzare a meciurilor reprezentativelor naționale de fotbal).

Programe de dezvoltare

Pornind de la analiza expusă în sinteza de mai sus, noua echipă managerială a Departamentului Producție își propune diminuarea și chiar eliminarea disfuncțiilor semnalate și trecerea la o planificare riguroasă a activităților în colaborare cu celelalte departamente și direcții ale SRTv, implicate în realizarea emisiunilor. Scopul principal este o activitate coerentă și eficientă care să dea salariaților departamentului un sentiment de siguranță și împlinire.

1. Programe pe termen scurt

- conceperea unei strategii pentru perfecționarea profesională;
- organizarea de cursuri în domeniul video HD și audio Surround 5.1;
- elaborarea unui program de recrutare și formare a tinerilor specialiști;
- valorificarea sistemului de dimeri achiziționat în trecut;
- achiziționarea unor grupuri electrogene pentru a limita cheltuielile cu închirierea acestor utilaje;
- retehnologizarea carului de grafică și dotarea cel puțin a carelor mari cu propriul sistem de grafică electronică;
- cumpărarea microfoanelor necesare pe carele de reportaj, la nivelul cerințelor actuale de calitate a sunetului;
- achiziționarea a două Steadycam-uri de bună calitate;
- înlocuirea tuturor monitoarelor tip CRT din dotarea compartimentului Teleficare cu monitoare tip LCD;
- amenajarea unui dispecerat pentru radiocomunicații și asigurarea cu microfoane a studiourilor;
- definitivarea soluției organizatorice privind sonorizarea studiourilor mari;
- înființarea postului de inginer șef de studio și reglementarea reviziilor studiourilor;
- proiectarea unui sistem informațional la nivelul departamentului pentru fundamentarea temeinică a deciziilor;
- elaborarea unor propunerile de proiecte pentru un sistem informatic pe platformă web privind programarea din timp a resurselor de producție.

2. Programe pe termen mediu și lung

- modernizarea grilelor de lumină din studiouri;
- dotarea cu proiectoare noi și cu surse de lumină inteligentă;
- schimbarea treptată a sistemelor de distribuție a energiei electrice cu sisteme moderne tip Powerlock;
- schimbarea mixerelor audio de pe carele 2 și 6;
- achiziționarea unui mixer digital pentru echipele de sonorizare la nivelul cerințelor de producție actuale și a unui sistem de amplificare de mare putere;
- dotarea tuturor carelor de reportaj cu unități de înregistrare video în format digital unic pentru a eficientiza fluxul de producție;
- achiziționarea unor care de reportaj dotate cu echipament HD, capabile să asigure producții de mare anvergură, din ce în ce mai frecvente;
- modernizarea studiourilor 2 și 3 pentru a se putea trece ulterior la refacerea completă a studiourilor de producție, prin aceasta înlocuirea întregului sistem

video-audio și de iluminat tehnologic cu sisteme moderne care să permită producție în HD;

- fundamentarea unor decizii privind utilizarea eficientă a studioului Pangratti și a studioului muzical.

Concluzii

Departamentul Producție reprezintă un sector vital pentru realizarea unor emisiuni la standarde profesionale de vârf. Funcționarea impecabilă a iluminatului tehnologic, a carelor de reportaj și a studiourilor reprezintă nu numai garanția imaginii și sunetului de înalt nivel, ce poate fi verificat în mod obiectiv cu ajutorul aparatelor de măsură și control, dar și premsa unui cadru de lucru care să ofere siguranță necesară colegilor de la Direcția Editorială pentru a se putea concentra asupra aspectelor legate de concepție, iar celor din Departamentul Artistic certitudinea unei complementarități benefice.

Eforturile personalului din subordine vor fi îndreptate în două direcții esențiale:

1. funcționarea impecabilă a echipamentelor și folosirea eficientă a întregii baze tehnico-materiale prin revizii, reparații și măsurători făcute la timp și la un nivel calitativ superior, pe de o parte, și coordonare rațională a resurselor tehnice și umane cu ajutorul unor programe informatiche adecvate;
2. înlocuirea treptată a echipamentelor uzate moral sau/și fizic, în vederea digitalizării complete a studiourilor și carelor de reportaj și introducerii pe scară largă a televiziunii de înaltă definiție, în paralel cu menținerea profesionalismului echipei prin formarea noilor angajați și regândirea statului de funcționi, inclusiv prin proiectarea unor ocupații noi.

Stilul managerial adoptat (management participativ), care a continuat și în anul 2009, a condus la menținerea și chiar îmbunătățirea rezultatelor pozitive obținute în anii anteriori, precum: creșterea sentimentului valorii proprii și al apartenenței la grup, în același timp cu creșterea aportului în vederea îndeplinirii sarcinilor de către fiecare salariat; stimularea inițiativei creative a personalului cu rezultate superioare asupra produsului finit; îmbunătățirea actului decizional prin multitudinea soluțiilor propuse de un număr de specialiști cu experiență diferită și calități creative diferite; construirea și consolidarea unei echipe de specialiști solidară și analitică în același timp, capabilă de performanțe tot mai bune și de implicare directă în progresul profesional.

Creștere volumului de emisiuni în parametri de folosire a unor resurse umane diminuate s-a datorat în primul rând tehnologiei moderne, unei continue perfecționări și regândiri a procesului de muncă din punct de vedere cantitativ, iar în al doilea rând, îmbunătățirii permanente a calității programelor realizate prin încurajarea muncii în echipă și păstrarea acestora până la finalizarea producției.

Au fost utilizate șase care de producție, precum și echipe de teleficare și de iluminat tehnologic. În numeroase situații a fost remarcat modul în care personalul a acționat în condiții de lucru dificile și deosebit de restrictive, implicarea și spiritul organizatoric al șefilor de servicii și de echipe, disciplina și modul de colaborare cu organizatorii evenimentului.

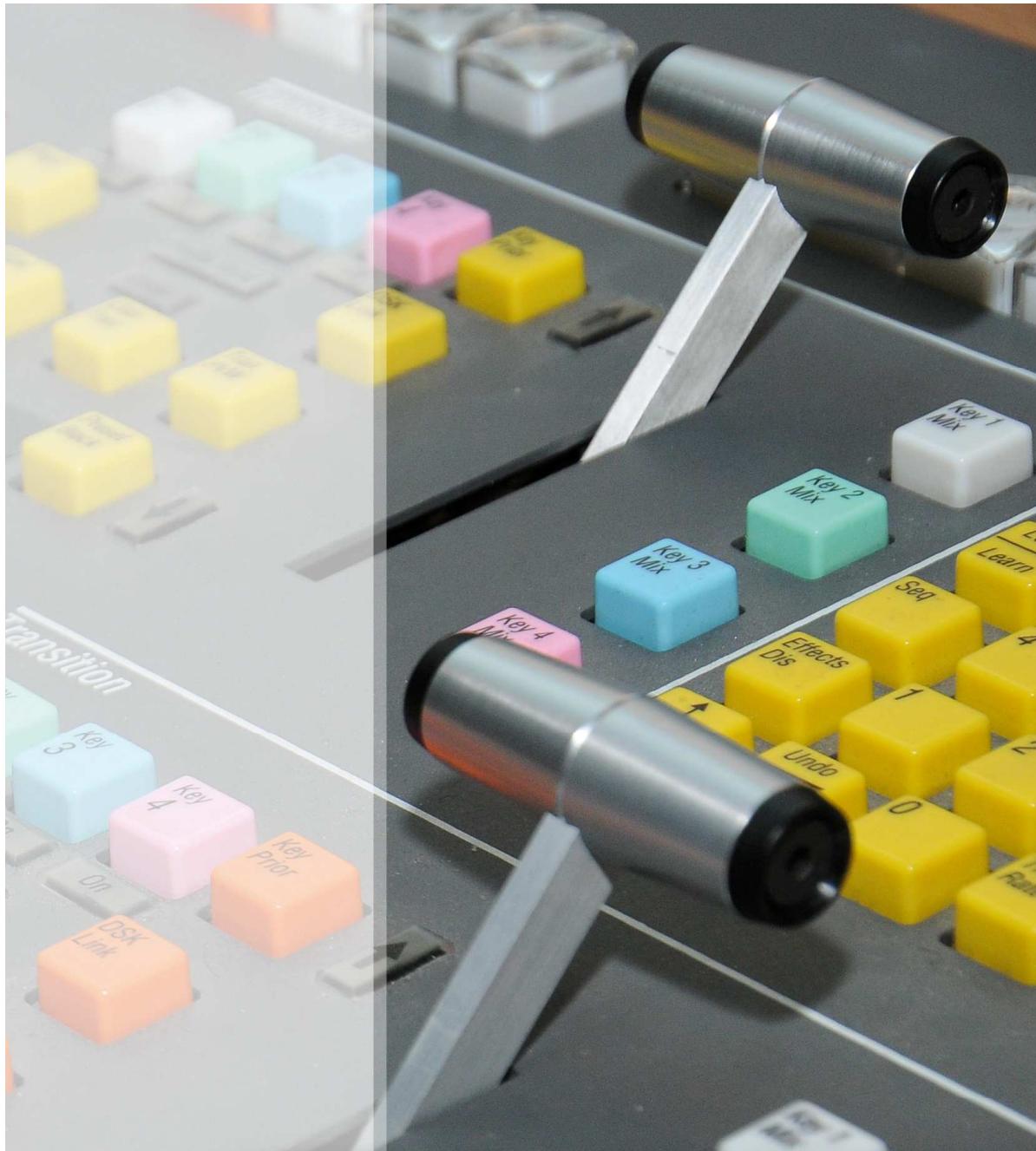
Un alt spectaculos complex de activități de producție s-a realizat prin continuarea Festivalului Internațional Cerbul de Aur, transmisiile din Piața Sfatului și ale celorlalte evenimente conexe fiind efectuate cu trei care de reportaj.

La nivelul Direcției Artistică și Producție, în afara volumului ridicat de producții dedicate grilelor celor șase canale de emisie, se remarcă eforturile deosebite depuse în perioada campaniei electorale, concretizate într-un număr mare de emisiuni specifice, ediții speciale, totul culminând cu emisiunile de informare și analiză post-electorală. De asemenea, este de remarcat modul în care s-a desfășurat Selecția Națională Eurovision 2009, ca exemplu de producție complexă studio - car de reportaj.

Un alt gen de activități desfășurate la nivelul Direcției Artistică și Producție vizează organizarea internă și, ca preocupare permanentă, creșterea nivelului de pregătire profesională a angajaților.

Din punctul de vedere al activităților de producție se evidențiază tendința de creștere a volumului de activități, generată de ponderea tot mai ridicată a producțiilor proprii în grilele de programe. În planul resurselor umane a fost posibilă îndeplinirea întregului volum de solicitări printr-o foarte bună organizare funcțională la nivelul structurilor, prin flexibilizarea la maximum a alocării personalului, precum și prin identificarea unor soluții punctuale de suplimentare a acestora.

Diferența față de anii trecuți constă în creșterea producțiilor tv, atât în studiourile centrale, cât și în exterior, datorită, în primul rând, deschiderii celor două noi canale: TVR 3 și TVR INFO, dar și a TVR HD. Chiar dacă volumul de muncă a crescut, numărul angajaților Direcției Artistică și Producție a rămas același, cu excepții punctuale, ceea ce uneori face dificilă asigurarea tuturor cerințelor realizatorilor. În această perioadă, nivelul de pregătire profesională al angajaților a crescut, cei nou veniți având șansa de a fi inițiați de profesioniști cu vechime din cadrul Direcției Artistică și Producție.



SITUAȚIA TEHNICĂ

CAPITOLUL 7: SITUAȚIA TEHNICĂ

Considerații generale

În anul 2009, Direcția Tehnico-Administrativă a desfășurat activități respectând prevederile caietului de sarcini, după cum urmează:

- a asigurat emisia, preluarea și distribuția semnalelor produse în SRTv sau recepționate de SRTv;
- a asigurat administrarea și întreținerea din punct de vedere tehnic a diferite sisteme și echipamente de televiziune;
- a elaborat un plan de dezvoltare a sistemului tehnic care susține producția și difuzarea programelor SRTv;
- a elaborat un plan de dezvoltare pe termen lung a facilităților de producție din SRTv (clădiri, instalații, mobilier și mijloace de transport auto);
- a acordat asistență tehnică-administrativă studiourilor teritoriale ale SRTv;
- a asigurat buna funcționare a instalației de acces persoane și autoturisme în incinta televiziunii;
- a asigurat exploatarea și întreținerea parcului auto din dotarea SRTv;
- a gestionat grila de programe a TVR HD asigurând în plus și activitatea de secretariat de emisie pentru acest canal;
- a asigurat producția și difuzarea graficii interactive live pentru competițiile sportive, transmisiile de alegeri, precum și pentru autopromovare.

I. Structurile Direcției Tehnico-Administrativă și activitatea acestora

Direcția Tehnico-Administrativă are în componență trei departamente: Transmisii TV, Dezvoltare-Întreținere și Utilitară, precum și Colectivul Grafică On-Line și Aplicații Interactive și Corpul de Specialiști.

A. Departamentul Transmisii

Această structură a asigurat emisia, preluarea și distribuția semnalelor, desfășurându-și activitatea în regim permanent, cu excepția perioadelor de revizie tehnică (aproximativ 4 ore în fiecare lună). În plus, a asigurat transportul și preluarea semnalelor de televiziune din locațiile de transmisie, distribuția semnalelor în cadrul telecentrului, obținerea licențelor necesare desfășurării activității (Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații, Consiliul Național al

Audiovizualului etc.) și acordarea de avize și verificarea condițiilor de redistribuție a programelor emise la operatorii de cablu, precum și verificarea îndeplinirii condițiilor contractuale cu Societatea Națională de Radiocomunicații.

Departamentul Transmisiilor TV are următoarea structură: Serviciul Emisie, Serviciul Transmisiilor și Serviciul Licențe-Distribuție.

Canalul Experimental TVR HD

Proiectul canalului de televiziune în format high-definition TVR HD a continuat pe parcursul anului 2009. Telespectatorii au putut urmări transmisiile în format high-definition, atât prin intermediul instalațiilor individuale de recepție prin satelit, cât și terestru, în zona Bucureștiului și a Sibiului prin emițătoarele digitale DVB-T operate de Societatea Națională de Radiocomunicații.

Printre programele ce au putut fi urmărite în format high-definition și a căror coordonare tehnică a fost asigurată prin compartimentele specializate ale Serviciului Emisie și Serviciului Transmisiilor se numără: **transmisiuni sportive** (Campionatul Mondial Ski – Italia, Campionatul Mondial de Patinaj Artistic – Helsinki, Campionatul Mondial de Handbal – Croația, Campionatul European de Atletism – Torino, Campionatul Mondial de Patinaj – Los Angeles, Formula 1, Formula BMW, Turneul celor 6 națiuni Rugby, Cupa Confederatiilor – Africa de Sud, Campionatul Mondial de Handbal – China, UEFA Champions League etc.), **transmisiuni culturale și divertisment** (Concursul Eurovision, Concursul Eurovision Junior, Urbi & Orbi), **transmisiuni în direct și producții din portofoliul Televiziunii Române** (Cerbul de Aur 2009, Restaurare, Zestrea Românilor, Zona IT).

În cadrul proiectului TVR HD a continuat colaborarea cu realizatorii emisiunii "Zestrea Românilor", documentar ce își propune, într-un ciclu de emisiuni, să surprindă cele mai importante momente din viața și tradițiile din zonele rurale. Documentarele realizate au fost difuzate pe TVR HD simultan cu emisia standard definition pe canalul TVR 2.

Ciclul de emisiuni "Restaurare" au fost produse integral în format high-definition. Pe baza experienței acumulate, pe parcursul producției "Zestrea Românilor", în cadrul acestui parteneriat au putut fi evitate sincopile fluxului de filmare – producție bazat pe formate digitale de stocare și redare a materialelor. Emisia celor 10 episoade, cât și finală, au putut fi urmărite, atât pe canalul TVR 1, cât și în format high-definition pe canalul TVR HD.

Emisia programată, cu desfășurător de programe dat la web, teletext și reviste de profil, activitatea de secretariat de canal și managementul materialelor HD au început în luna iunie 2009, cu personal din cadrul Direcției Tehnico-Administrative, aceste activități urmând a fi preluate de noul canal TVR HD, recent înființat.

Alte proiecte

- din luna mai a fost finalizat transferul programelor emise de Societatea Română de Televiziune în cadrul regiei de emisie multicanal. Această facilitate permite folosirea resurselor tehnice în comun de către mai multe programe și o reducere a personalului implicat în activitatea de emisie propriu-zisă, în condițiile creșterii numărului de canale din portofoliul Societății Române de Televiziune. În acest moment regia multicanal deservește programele TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural, TVR Internațional și TVR HD.
- în cursul anului 2009 a fost definitivat și dat în exploatare sistemul de emisie digital tapeless, bazat pe videoserver, controlat de un sistem de automatizare. În acest moment toate canalele din portofoliul Televiziunii Române folosesc exclusiv sistemul digital tapeless de emisie, ce permite difuzarea în regim automat, intervenția tehnicienilor făcându-se doar pentru transmisiile în direct.
- uniformizarea din punct de vedere tehnic a transmisiilor realizate cu autospecialele DSNG, prin prisma adoptării standardului DVB-S2. Transmisiile prin satelit, în standard DVB-S2, permit un management mai eficient al spectrului, fiind astfel posibile transmisiuni complexe într-o bandă îngustă. Acest lucru permite realizarea mai multor transmisiuni simultan, la o calitate egală, sau chiar mai ridicată decât în cazul clasic.
- realizarea unei rețele bazată pe IP (Internet Protocol) ce permite transferul în timp real de conținut video-audio de la studiourile teritoriale (Video Over IP). Transmisiile video-audio prin IP (Internet Protocol) vor permite, pe de o parte, o creștere a capacitatei de preluare din teritoriu a materialelor, iar pe de altă parte, o reducere a cheltuielilor legate de transmisiile regulate. În plus, se asigură redundanță necesară în cazul emisiilor importante sau de lungă durată, backup-ul fiind realizat prin sistemele clasice de radioreleu.
- specializarea și calificarea personalului din subordine. În cadrul Serviciului Transmisiuni au fost organizate cursuri interne, pe parcursul lunilor august-noiembrie, acestea având ca finalitate policalificarea personalului ce lucrează cu echipamente de radio-frecvență. În cadrul Serviciului Emisie s-a urmărit specializarea personalului tehnic și conversia profesională, asigurându-se astfel transferul în cadrul regiei de emisie multicanal sau în cadrul compartimentului ingest. Prin policalificare s-a obținut reducerea numărului de persoane implicate în procesul de emisie, acestea operând, atât echipamentele de televiziune, cât și echipamentele IT de emisie, în condițiile măririi numărului de programe.
- în privința activităților de întreținere și dezvoltare au fost desfășurate măsurători de radiofrecvență a emițătoarelor digitale pentru delimitarea zonelor de serviciu și pentru a evalua impactul asupra acoperirii terestre în cazul modificării parametrilor de modulație. În cadrul Telecentrului Dorobanți, pe parcursul anului 2009, a fost

extinsă rețeaua de televiziune cu circuit închis (teleficare) în zona Corpului știri, iar în privința relației cu societățile de cablu și DTH (Direct To Home) a fost dezvoltat un sistem de distribuție, atât pentru semnalele audio-video digitale necompresate, cât și pentru semnalele digitale multiplexate.

Evenimente

În cursul anului 2009, s-a desfășurat la București **Campionatul European de Haltere**. În cadrul acestui eveniment sportiv important, Serviciul Transmisiilor a asigurat conectarea circuitelor audio-video de la locul de desfășurare al evenimentului (Sala Polivalentă) la circuitele de transmisie ale rețelei Euroviziunii. Această sarcină, deosebit de complexă, a presupus crearea unui centru digital de comunicații radio audio-video ce a permis recepția simultană a feed-urilor din rețeaua Euroviziunii și emisia semnalelor de televiziune printr-un multiplex digital complet rezervat (emisie prin satelit cu rezervare radio prin radioreleu și prin fibră optică). Centrul de comunicații tv de la Sala Polivalentă a asigurat circuitele de televiziune, atât pentru Televiziunea Română, cât și pentru parteneri. Sistemul tehnic de transmisie a presupus deplasarea autospecialelor DSNG ce au asigurat transmisiile și receptiile prin satelit și a autospecialelor de radioreleu ce au asigurat legăturile rezervate cu Telecentrul Dorobanți.

Festivalul Cerbul de Aur a beneficiat de o atenție deosebită din partea Departamentului Transmisiilor TV. La locurile de desfășurare ale evenimentelor au fost deplasate unități mobile de transmisie digitale ce au fost interconectate pentru asigurarea unei legături sigure, bidirectionale cu Telecentrul Dorobanți, în vederea emisiei în format 16:9 a festivalului simultan pe TVR 1 și TVR HD.

Probleme întâmpinate

Necesitatea asigurării continuității serviciilor publice de televiziune în condițiile în care majoritatea circuitelor erau afectate de lucrări de modernizare. Cu toate acestea s-a reușit parcurgerea etapelor de instalare și punere în funcțiune fără a avea incidente majore.

Obținerea autorizațiilor de utilizare a echipamentelor digitale de radiofreqvență a fost uneori îngreunată de faptul că împărțirea spectrului radio nu este încă armonizată la nivel european.

Lipsa personalului specializat, mai ales în condițiile în care, din cadrul colectivelor ce asigură servicii de continuitate (emisie), se pensionează mai mult de doi salariați simultan; în cursul anului 2009, în intervalul mai-septembrie s-au pensionat 4 salariați. În cadrul Serviciului Emisie există posturi, precum cele din Controlul General, în care perioada de învățare a echipamentelor este de minimum 6 luni, iar perioada

după care un salariat poate desfășura activități de dificultate medie este de aproximativ 24 de luni.

Realizări

Analizând comparativ evoluția dotărilor tehnice și a capacitaților de trafic 2007 – 2009, pot fi făcute următoarele observații:

- la nivelul Serviciului Emisie în 2006 se putea asigura emisia a 4 canale (TVR 1, TVR 2, TVR Cultural, TVR Internațional), folosind doar pentru materialele publicitare și autopromo un videoserver de mică capacitate cu operare exclusiv manuală. Emisia era asigurată din regii mixte de emisie-producție, ceea ce, de multe ori, cauza probleme de ordin tehnic și organizatoric. Această formă de organizare tehnică nu permitea extinderea, fiind extrem de rigidă. În plus, personalul implicat în procesul de emisie-producție era numeros și specializat pe anumite operații tehnice.
- prin schimbările aduse (regie de emisie comună – multicanal, videoserver controlat de un sistem automatizat) s-a reușit separarea proceselor de producție de cele de emisie. Personalul implicat în desfășurarea emisiei a fost calificat să execute operații strict legate de difuzare, reușindu-se scăderea numărului de oameni și policalificarea lor, astfel încât o singură persoană poate supraveghea și interveni asupra emisiei unui singur canal, sau a mai multora simultan. Organizarea tehnică cu regie multicanal a permis o împărțire judicioasă a resurselor prin punerea lor în comun – sistemul de difuzare (videoserver), de monitorizare și distribuție fiind comun tuturor canalelor. Procesul de emisie este acum automatizat necesitând doar supraveghere și intervenție în caz de forță majoră.
- în cursul anilor 2008-2009, dotarea cu echipamente de transmisie în radiofreqvență a Serviciului Transmisiile TV s-a îmbunătățit. Astfel, o parte dintre radioreleele analogice cu lățime de bandă de 20 MHz au fost înlocuite cu echipamente radio digitale (COFDM), având lățimi de bandă de 7 MHz. Acest lucru a permis mărirea numărului de transmisiile simultane, creșterea calității semnalului recepționat și scăderea timpilor de reacție. Noile echipamente permit o mobilitate mai mare a echipelor din teren și asigură transmisia semnalelor de televiziune din locuri cu vizibilitate radio scăzută.
- prin înființarea, în anul 2007, a Serviciului Licențe-Distribuție s-a reușit un dialog instituțional și unitar între Societatea Română de Televiziune și agențiile naționale de reglementare în comunicații și audiovizual. Acest serviciu are ca atribuții menținerea unui dialog continuu cu operatorii de cablu și verificarea parametrilor de difuzare a programelor publice de televiziune în rețelele radiodifuzorilor care operează rețele de cablu analogice, digitale și DTH.

Obiective

Pentru anul 2010, Departamentul Transmisiї își propune finalizarea proiectelor demarate în cursul anilor trecuți, acestea fiind absolut necesare pentru încheierea etapelor intermediare actuale:

- îmbunătățirea sistemelor audio de prelucrare și emisie prin instalarea de echipamente automate de control și corecție a parametrilor semnalelor audio analogice și digitale;
- creșterea capacitaților de stocare pe videoserver și îmbunătățirea actualului sistem prin adăugarea de noi facilități: short/long time archive, control prin accesarea bazei de date în format low resolution. Un alt obiectiv în vederea eliminării actualelor sisteme de stocare pe bandă a materialelor este și acela de a interconecta videoserverul cu sistemele de producție-montaj nonlineare;
- finalizarea implementării tehnologiei de transmisie video over-IP pentru preluarea în vederea difuzării a materialelor video în regim on-line sau off-line;
- modernizarea punctului de recepție radiorelee din Blocul Turn prin achiziția și instalarea de sisteme digitale de control, transfer și distribuție. În acest moment punctul de recepție radiorelee din cadrul Telecentrului Dorobanți utilizează echipamente hibride (analogice – digitale) multe dintre ele fiind în funcțiune de cel puțin 15 ani;
- elaborarea unui plan de construcție și asigurare a emisiei, construcția și echiparea unui centru național de emisie în situații critice de tip disaster recovery.

B. Departamentul Dezvoltare și Întreținere

Prin intermediul acestei structuri este asigurată menenanța echipamentelor și a sistemelor folosite în producția și difuzarea semnalelor de televiziune, dar și conceperea, planificarea și realizarea proiectelor de dezvoltare.

Dezvoltarea tehnică trebuie aliniată la standarde de producție și difuzare digitală. Termenul limită al tranziției complete la digital este fixat, prin acquisul comunitar și legislația armonizată autohtonă, la anul 2012.

Realizări

În ciuda crizei de personal, Departamentul Dezvoltare și Întreținere a contribuit la derularea și finalizarea unor proiecte majore în 2009, după cum urmează, detaliat pentru fiecare structură în parte.

1. Serviciul Sisteme Informatice și Dezvoltare IT

1.1. Colectivul Dezvoltare Proiecte

- a realizat proiectarea, instalarea, configurarea, administrarea, monitorizarea și a asigurat menenanța serverelor WebCast. Proiect în curs de dezvoltare: mai sunt de instalat un nou server de Flash și șase encodere;
- a realizat administrarea, monitorizarea și a asigurat menenanța serverelor (Windows WSUS, RIS, DNS externe, LDAP, SMS, mașini virtuale XEN, teletext și TDG-uri, FTP, aplicații Multimedia și WEB);
- a proiectat și demarat instalarea serverului exchange;
- proiect roaming profile și folder redirection: proiectare, implementare și administrare, creare 500 useri noi, modificare 100 useri, integrare cu Active Directory;
- a implementat politici de Active Directory complementare soluției de Roaming Profile.

1.2. Colectivul Multimedia și Aplicații WEB

- a realizat aplicația CRAWL pentru interfață de introducere știri prin browser web în baza de date (mySql), pentru preluarea pe crawl, TVR Info și TVRi;
- a realizat întreținerea și a efectuat modificări în Site-ul intern;
- a realizat modificări la afișare în site-ul TVR;
- a realizat Promo-uri pe site pentru diverse evenimente;
- a realizat proiecte noi (site TVR INFO, aplicație Multimedia pentru Departamentul Sport, Cerbul de aur 2009, Eurovision 2009, site-uri dedicate alegerilor Europarlamentare, site dedicat alegerilor Prezidențiale etc);
- a realizat actualizări la proiectele din anii trecuți (Liber pe contrasens , Atenție copii, Anatomia lui Grey (+concurs), O dată-n viață).

1.3. Colectivul Suport IT

- a implementat sistemul ORAD;
- a realizat upgradarea sistemului automatizat de producție digitală știri ENPS, servere ENPS, interfatare MOS cu SIENNA și ORAD;
- a instalat și configurat stațiile MAC și mașinile virtuale WINDOWS pentru sistemul automatizat de producție digitală știri;
- a instalat un nou sistem antivirus pe PC-urile noi și pe cele din redistribuire;
- a realizat upgradarea și întreținerea serverelor de Back-up, serverelor de economic (Navision, Salarii, Obelix);
- a instalat un număr de peste 500 calculatoare noi și din redistribuire.

1.4. Colectiv Suport IT pentru Producție

- a instalat un număr de 34 de echipamente DVR și peste 140 de camere de supraveghere pentru sistemul de supraveghere video din instituție;
- a instalat stații FCP pentru Sistemul automatizat de producție digitală, în grupurile de montaj și la Știri. Proiect în derulare: se vor muta toate stațiile FCP existente la Știri în noul Sistem automatizat de producție digitală știri pe MEDIAGRID;
- a instalat și pus în funcțiune noul Sistem automatizat de producție digitală știri, cu arhitectură bazată pe comunicație Ethernet de viteză mare;
- a reorganizat regia tehnică a TVR Info pentru implementarea noului Sistem de automatizare digitală a producției;
- a implementat softul OrigineOne ca bază de date pentru fișierele conținute de OMNEON MediaGrid.
- a realizat întreținerea și depanarea echipamentelor de înregistrare și redare imagine și sunet, de distribuție-conversie a semnalelor video și audio, a controlerelor de editare, mixerelor video, mixerelor audio, generatoarelor de caractere, generatoarelor de efecte video și a aparatelor de măsură de laborator.

1.5. Colectiv Rețele și Infrastructură Informatică

- punerea în funcțiune a FTP-ului pentru upload-ul de materiale video din studiourile teritoriale;
- configurarea conexiunii VPN/Internet în sediile studiourilor teritoriale Târgu-Mureș, Iași, Craiova și Cluj. Urmează în cursul anului 2010 configurarea conexiunii și în studioul teritorial Timișoara;
- a realizat reorganizarea nodurilor de comunicații date din cadrul sistemului informatic aparținând corpului redacțional (Turn) pe cele 12 nivele;
- a realizat backbone-ul de comunicații date prin fibră optică OM3 (10GB) a celor 12 noduri de comunicație din clădirea redacțională, ceea ce asigură conectarea lor directă prin fibră la switch-ul central CISCO 6500 Core;
- a realizat implementarea sistemului de comunicații pentru transmisiile Video Over IP și a Sistemului de Videoconferință în București și în patru studiouri teritoriale. Proiect în derulare: implementarea sistemului în studioul teritorial Timișoara;
- a participat împreună cu celelalte servicii la implementarea noului Sistem automatizat de producție digitală a știrilor;
- a asigurat proiectarea, implementarea și administrarea noii soluții Firewall bazată pe tehnologie Cisco;

- a asigurat suportul tehnic (instalarea rețelei de comunicații date, configurarea rețelei, conectarea la Internet s.a.m.d.) pentru Festivalul Internațional Cerbul de Aur.

2. Serviciul Video-Audio pentru Producție TV

- modernizarea Studiourilor 2 și 3;
- realizarea etapei a doua de extindere a Regiei Multicanal;
- instalarea Regiei TVR Info;
- instalarea echipamentelor pentru noul workflow în corpul Știri;
- refacerea infrastructurii cablajului IT în blocul turn;
- modernizarea structurii tehnice la Studiourile teritoriale Cluj și Târgu-Mureș;
- instalarea sistemului CCTV;
- activități de întreținere.

3. Serviciul Mecanic

Angajații Serviciului Mecanic au contribuit la modernizarea regiei multicanal, amenajare corpului Știri (redacție Newsroom), amenajarea Studiourilor 2, 3 și 11, precum și a Carelor de Reportaj, realizarea mobilierului tehnologic pentru TVR Info, modernizarea regiei de emisie TVR Cluj, modernizarea Studioului Teritorial Timișoara, amenajarea Studiourilor teritoriale Cluj și Târgu-Mureș.

Probleme întâmpinate

Problemele cele mai importante cu care s-a confruntat Departamentul Dezvoltare-Întreținere au fost legate de lipsa acută a personalului, precum și de subdimensionarea structurilor cu atribuții de dezvoltare, datorate structurii moștenite din trecut, în condițiile derulării unor proiecte numeroase și complicate de dezvoltare.

Toate activitățile implicate în procesul de dezvoltare a facilităților tehnice de producție sunt derulate intern, de la proiectare, amenajarea spațiilor, proiectarea și execuția mobilierului tehnologic și până la punerea finală în funcțiune, iar activitățile legate de întreținere sunt, de asemenea, mari consumatoare de timp, pentru că SRTv încă operează un mare număr de echipamente vechi și foarte vechi. În aceste condiții, angajații Departamentului Dezvoltare-Întreținere sunt extrem de încărcați și ca atare dezvoltările s-au făcut aproape, întotdeauna, într-un ritm infernal. Termenele au fost impuse de evenimente exterioare, lansări oficiale sau interdependență cu activitatea altor departamente și ca atare nu au putut fi modificate.

O altă problemă care a îngreunat mult funcționarea Departamentului Dezvoltare-Întreținere a fost legată de lipsa acută a pieselor de schimb.

Nu în ultimul rând, activitatea a fost perturbată grav de lipsa fondurilor alocate dezvoltării, în ritmul în care acestea trebuiau programate la plată. Astfel, deși bugetul a

fost alocat în cantitatea necesară derulării proiectelor de dezvoltare programate, Ministerul de Finanțe a impus o limită de plată lunară extrem de redusă, ceea ce a făcut ca proiectele să nu poată fi finanțate și procedurile de achiziție publică să nu poată fi lansate în timp util.

Toate acestea au dus la anularea acelor proiecte de dezvoltare, în pofida eforturilor uriașe care au fost făcute pentru a încerca absorbția unor fonduri cât mai mari într-un timp cât mai scurt.

C. Departamentul Utilitare

În anul 2009, Departamentul Utilitare a asigurat programarea lucrărilor de investiții în construcții, precum și a lucrărilor de reparații capitale la construcțiile aflate în administrarea SRTv. Au fost amenajate și modernizate diferite clădiri ale SRTv.

Realizări

Activitatea departamentului Utilitare este detaliată pentru fiecare structură componentă în parte (Serviciul Administrare Imobile, Serviciul Transporturi Auto, Serviciul Energo-Tehnologic, Colectiv tipărituri și Colectiv telefonie și comunicații speciale).

1. Serviciul Administrare Imobile

1.1 Colectivul administrativ a realizat administrarea contractelor specifice serviciului: servicii de curătenie, servicii de deratizare, servicii de dezinfecție (împotriva virusului AH1N1), servicii de salubrizare, servicii de deservire publică (bar și cantină) etc., urmărindu-se atât evitarea unor situații litigioase, precum și realizarea unui nivel optim de performanță al rezultatelor.

În paralel s-a realizat managementul resurselor proprii, angrenate în activități de întreținere-reparații, modernizare și reamenajare a spațiilor de lucru precum și programarea lucrărilor și urmărirea referatelor pentru aprovizionarea cu materiale.

1.2. Atelierele de întreținere și reparații au realizat un volum important de lucrări absolut necesare menținerii unui climat de lucru corespunzător unei societăți de televiziune.

Printre lucrările efectuate menționăm: lucrări de amenajare și/sau modernizare spații de producție în corpul Știri, lucrări de igienizare, zugrăvire, amenajare și/sau modificare a spațiilor de producție corp studiouri, lucrări de igienizare, zugrăvire, amenajare și/sau modificare a spațiilor de producție corp Ateliere, corp Redacțional (blocul turn), corp Pangratti și studioul Moliere.

Lucrările au fost planificate în aşa fel încât să fie executate în cel mai scurt timp, iar activitatea de producție să nu fie perturbată.

1.3. Formația de Intervenție, Salvare și Prim Ajutor (F.I.S.P.A.) este constituită și funcționează în baza ordonanței Guvernului nr. 60/1997 privind apărarea împotriva incendiilor, aprobată prin Legea nr. 212/1997 și a prevederilor Ordinului nr. 158 din 22 februarie 2007 – în care sunt stabilite și aprobate criteriile de performanță în vederea constituirii, încadrării și dotării formațiunilor pentru situații de urgență.

Pentru sediile Dorobanți, Moliere, Autobază și Arhivă-Jilava, F.I.S.P.A. are în componență un total de 40 servanți pompieri, organizați pe grupe de intervenție, care asigură în regim permanent:

- respectarea normelor pentru situații de urgență;
- respectarea normelor PSI;
- participarea la activități de deszăpezire, deblocare drumuri de acces (când situația o impune);
- manipularea diverselor corpuri de mobilier, pentru dotarea spațiilor de lucru;
- monitorizarea parcărilor autovehiculelor în incinta societății;
- patrularea pe sectoare și raportarea către corpul de jandarmi (care asigură paza S.R.Tv.) a oricărei situații care ar putea pune în pericol securitatea incintei societății etc.

Cel mai important lucru este faptul că pe tot parcursul anului 2009 nu s-a înregistrat niciun eveniment pe linie de situații de urgență, ca rezultat al activității de prevenire desfășurate de salariații F.I.S.P.A.

1.4. Colectivul de Peisagiști-Floricultori a asigurat arhitectura peisagistică a spațiilor verzi ale S.R.Tv. (întreținerea plantelor ornamentale, florilor, gazonului, tufelor de gard viu și arborilor decorativi etc), care ocupă o suprafață de peste 31.000 mp, oferind un cadru natural deosebit, folosit deseori ca decor natural pentru diferite emisiuni, în toate anotimpurile anului.

În 2009, a fost acoperit întregul volum de lucrări necesar pentru întreținerea spațiului verde. Totodată, colectivul de peisagiști-floricultori asigură, atât curățenia, cât și degajarea de zăpadă și polei în incinta instituției.

1.5. Atelierul de Spălătorie asigură spălatul și călcatul diferitelor categorii de materiale.

1.6. Colectivul magazie mijloace de inventar și arhivă administrează, alocă și ține evidența obiectelor de inventar aflate în gestiune, care numai în anul 2009 au fost de circa 119.501,11 lei (fără TVA), din care aproximativ 86,01% a reprezentat ponderea

obiectelor de inventar, restul fiind ponderea mijloacelor fixe (tâmplărie termopan utilizată pentru lucrări de modernizare).

Manipularea birourilor, dulapurilor, scaunelor, fișetelor, făcută cu ocazia montării sau mutării acestora necesită un volum mare de muncă zilnic.

1.7. Colectivul Tipărituri execută lucrări de legătorie pentru toate documentele arhivate de diverse structuri din cadrul SRTv. De asemenea, tot în cadrul acestui colectiv se execută diverse tipizate (condici de prezență, delegații, fișe de instructaj pentru protecția muncii, broșuri, diverse formulare etc.).

Serviciul Administrare Imobile reprezintă practic un colectiv care își asumă răspunderea rezolvării cu promptitudine a solicitărilor legate de întreținerea în bună stare de utilizare a clădirilor și dotărilor acestora, precum și administrarea contractelor specifice cu rezultate optime pentru societate.

Întreg personalul încadrat la atelierele de întreținere participă la activități diverse, suplimentare, utile SRTv., fiind capabili să execute cele mai diverse lucrări.

Având la dispoziție aceste resurse umane și utilizând mijloacele materiale puse la dispoziție, Serviciul Administrare Imobile a răspuns prompt la orice solicitări, executând la timp lucrări de calitate și la costuri cât mai scăzute.

Analiză comparativă 2007-2008-2009

- În anul 2009 volumul de muncă, față de anii 2007 și 2008, al întregului personal a crescut foarte mult (aproape s-a triplat) având în vedere că nu s-au mai încheiat contracte cu firme de construcții, toate amenajările, modernizările, igienizările spațiilor de lucru fiind executate cu personal intern, care a trebuit totodată să efectueze și lucrări de întreținere-reparații ale diverselor echipamente (uși, geamuri, draperii, jaluzele, mobilier, etc).
- În anul 2009, față de anii 2007 și 2008, s-au obținut importante economii financiare, deoarece toate lucrările au fost executate cu personal intern.
- Față de anul 2007, atât în anul 2008, cât și în anul 2009, nu s-au efectuat negocieri pentru majorări salariale.

Obiective

Pentru anul 2010 **Serviciul Administrare Imobile** își propune continuarea scăderii cheltuielilor cu lucrările de întreținere, reparații, amenajări și modernizări spații de producție prin utilizarea eficientă și productivă a resurselor proprii de personal.

Pentru realizarea acestui obiectiv se impune continuarea cu personal propriu a executării unor importante lucrări de igienizare, zugrăvire, amenajări și/sau modificări

a spațiilor de lucru, în scopul menținerii standardelor de calitate a muncii, a mediului ambiant și a produselor muncii la nivelul standardelor impuse de Uniunea Europeană.

2. Serviciul Transporturi Auto

Asigură exploatarea și întreținerea parcului auto din dotare, incluzând și autoturismele existente la studiourile teritoriale și corespondenții locali.

În cadrul Serviciului Transporturi Auto se desfășoară două activități principale:

- activitatea de exploatare a parcului auto;
- activitatea de reparații și întreținere a parcului auto.

Activitatea de exploatare auto are sarcina să asigure, atât necesarul de mijloace de transport pentru echipele de filmare, cât și pentru toate celelalte necesități de transport ale structurilor organizatorice ce alcătuiesc SRTv.

Serviciul Transporturi Auto avea, la începutul anului 2009, în dotare 280 autovehicule, din care 200 autoturisme de diferite tipuri și mărci, iar pe parcursul anului s-au retras 4 autoturisme.

În București, avem în exploatare un parc activ de 192 autovehicule, din care 128 de autoturisme de diferite tipuri și mărci.

De menționat că, în cursul anului 2009, consumul de combustibil a scăzut față de anul 2007 și 2008 cu 26% și respectiv 16%, în condițiile în care prețul pe litru de combustibil în 2009 a fost mai mare decât în anii precedenți.

Serviciul Transporturi Auto are un atelier de întreținere și reparații auto dotat corespunzător și personal specializat pentru repararea tuturor mărcilor de autovehicule din dotare (reparații capitale pentru motor, cutie de viteză și caroserie).

În anul 2009, la atelierul de întreținere și reparații al Serviciului Transporturi Auto, s-au executat un număr de 690 reparații, din care 42 de revizii tehnice de gradul I, 160 de revizii tehnice de gradul II, 465 de reparații curente, cinci reparații majore motor, trei reparații majore cutie de viteză, 12 reparații caroserie, o reparație accident și câte o reparație majoră a carelor de la Iași și Cluj (Roman - 1984).

Probleme întâmpinate

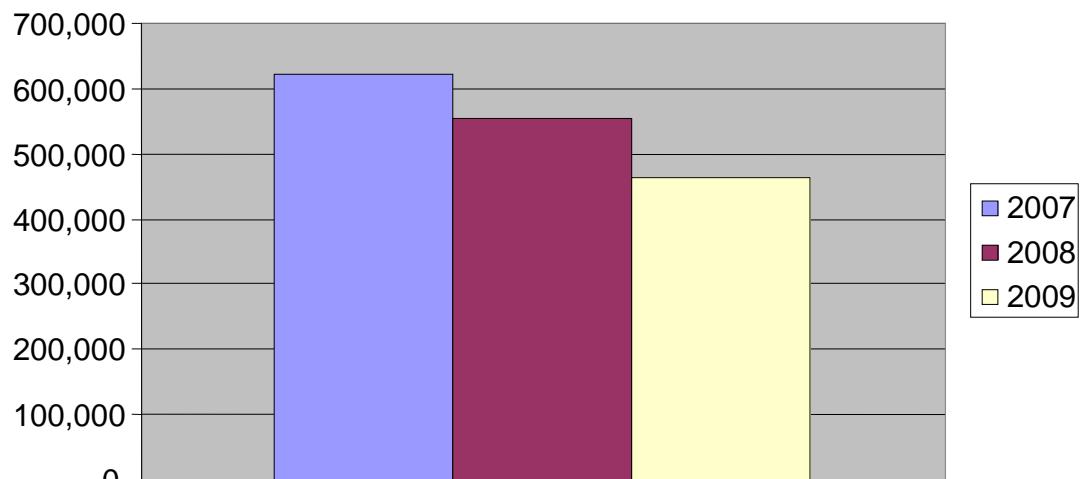
Pentru diagnosticarea operativă a defecțiunilor motorului și a părților electronice ale autovehiculelor marca Opel este necesară achiziționarea de:

- scanner pentru diagnosticare (marca TECH 2);
- elevator de minimum 3t (pentru autovehiculele marca Opel Vivaro).

În momentul de față aceste diagnosticări se efectuează la terțe firme care cer plata anticipată (înainte de eliberarea autovehiculului testat), acest lucru ducând la imobilizarea autovehiculului pentru o durată mai lungă de timp.

**CONSUMUL DE COMBUSTIBIL LA
SERVICIUL TRANSPORTURI
PE ULTIMII 3 ANI**

| LUNA | 2007 | | 2008 | | 2009 | |
|--------------|------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|
| | CONSUM (LEI) | CONSUM (L) | CONSUM (LEI) | CONSUM (L) | CONSUM (LEI) | CONSUM (L) |
| IANUARIE | 182,900 | 58,248.40 | 112,912.50 | 33,289.20 | 106,913.99 | 32,337.79 |
| FEBRUARIE | 158,500 | 51,461.03 | 163,577.40 | 43,863.98 | 113,990.50 | 32,464.42 |
| MARTIE | 193,600 | 62,051.28 | 192,152.98 | 48,314.84 | 120,913.88 | 35,187.93 |
| APRILIE | 173,000 | 54,231.97 | 195,073.74 | 47,541.58 | 118,731.33 | 34,009.29 |
| MAI | 225,900 | 70,815.04 | 207,377.60 | 48,590.07 | 133,767.73 | 38,067.17 |
| IUNIE | 167,350 | 50,255.25 | 203,535.46 | 46,875.40 | 142,317.12 | 37,984.36 |
| IULIE | 140,927 | 42,705.15 | 199,840.96 | 45,233.18 | 138,806.59 | 37,836.21 |
| AUGUST | 164,832 | 49,499.09 | 208,633.55 | 49,800.77 | 188,602.70 | 49,978.53 |
| SEPTEMBRIE | 212,539 | 63,825.52 | 210,001.03 | 51,380.65 | 158,640.30 | 42,698.80 |
| OCTOMBRIE | 156,297.49 | 47,900.39 | 185,021.23 | 46,821.86 | 153,374.83 | 41,533.91 |
| NOIEMBRIE | 173,275.90 | 36,113.16 | 177,201.07 | 47,117.37 | 151,554.83 | 39,829.78 |
| DECEMBRIE | 128,456.03 | 36,361.93 | 147,921.39 | 44,246.37 | 148,861.25 | 40,159.53 |
| TOTAL | 2,077,577 | 623,468 | 2,203,249 | 553,075 | 1,676,475 | 462,088 |



3. Serviciul Energo-Tehnologic

Este format din următoarele colective: atelier de întreținere și reparații instalații energetice, dispecerat energetic, atelier de întreținere și reparații ascensoare, dispecerat climatizare, stație frig, atelier de întreținere și reparații instalații și automatizări, atelier de întreținere instalații apă-canal, dispecerat distribuție alimentare cu apă, dispecerat compresoare, dispecerat distribuție aer, atelier de întreținere și reparații instalații încălzire.

Realizări

Au fost întocmite caietele de sarcini, s-au urmărit și s-a făcut recepția diferitelor lucrări. Dintre acestea:

- achiziționare, montaj și punere în funcțiune UPS 100 KVA, Corp Știri;
- servicii de verificare centura de protecție, priză de pamânt și a continuității la utilaje;
- lucrări de reamenajare instalație de climatizare în regiile și birourile din Corpurile Studiouri, Știri și Corp Redacțional;
- diferite contracte de service pentru aparate de aer condiționat, centrale de climatizare și ascensoare;
- contract de service pentru instalația de iluminat tehnologic cu deplasare spațială studiou Pangratti;
- verificare proiectare, urmărire execuție, receptii partiale și receptie finală a instalațiilor de la studioul teritorial Târgu-Mureș.

Obiective prioritare

Demararea procedurilor pentru:

- achiziție, montaj și punere în funcțiune a unui grup generator 450 KVA în vederea asigurării rezervării energetice a consumatorilor vitali din corp Studiouri: CDC, MULTICANAL, TR, regiile 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, TVR Internațional, TVR Cultural;
- achiziție, montaj și punere în funcțiune a unui echipament UPS 30 KVA necesar pentru rezervarea alimentării cu energie electrică a echipamentelor din REGIE STUDIOU 2;
- lucrare de înlocuire a coloanelor principale de alimentare cu energie electrică a instalațiilor de iluminat tehnologic din studiourile 2 și 3;
- achiziția și montajul unui turbocompresor frigorific și turn răcire pentru climatizarea spațiilor de producție din Corp Studiouri;
- proiectare, achiziție și montaj a unor centrale termice în corp Moliere, Garaj, Jilava și reabilitarea centralei din Dorobanți.

Obiective

Demararea procedurilor pentru:

- proiectare, achiziție și montaj a unui post de transformare 2 X 400 KW în vederea alimentării energetice a Studioului PANGRATTI și a echipamentelor de emisie satelit;
- proiectare, achiziție și montaj a unei instalații de stins incendiu cu gaz pentru arhiva JILAVA;
- proiectare, achiziție și montaj a unei instalații de climatizare pentru arhiva JILAVA;
- înlocuirea circuitului de alimentare cu apă din rețeaua publică în sediul DOROBANȚI.

D. Colectivul Grafică On-line și Aplicații Interactive

Colectivul Grafică On-line și Aplicații Interactive a fost înființat în luna martie 2009 și face parte din cadrul Direcției Tehnico-Administrative, având ca principale atribuții:

- elaborarea proiectelor de grafică integrată 3D pentru canalele SRTv;
- implementarea în cadrul structurilor beneficiare din interiorul instituției a proiectelor de producție integrată de grafică - Serviciul Emisie, Direcția Știri, Departamentul Sport, Direcția Marketing și Comunicare de Produs.

Obiective

- integrarea unei noi tehnologii de lucru bazată pe un sistem de procesare video în timp real a imaginilor grafice pentru autopromovarea canalelor, pentru emisiuni live de sport, știri și evenimente speciale;
- elaborarea pachetelor grafice în sistem integrat digital;
- colaborarea interdepartamentală pentru implementarea pachetelor grafice efectuate în cadrul colectivului;
- implementarea unei grafici unitare în cadrul tuturor transmisiunilor sportive realizate de SRTv.

Structura personalului ce își desfășoară activitatea în cadrul colectivului este formată din 7 angajați care asigură elaborarea efectivă a tuturor elementelor necesare realizării și implementării proiectelor.

Noua tehnologie de lucru, impusă de echipamentele și software-urile pe care își desfășoară activitatea angajații Colectivului de Grafică On-line și Aplicații Interactive, se integrează în sistemul de emisie digital tapeless, bazat de servere video, pe echipamente dedicate producției propriu-zise de grafică și pe aplicații de rulare online/în direct în emisie.

Pentru implementarea în cadrul diferitelor departamente din cadrul instituției, a noilor echipamente și aplicații de grafică integrată 3D, angajații colectivului împreună cu angajații altor departamente din cadrul Direcției Tehnico-Administrative au instruit personalul din departamentele aferente (Serviciul Promo din cadrul Direcției Marketing și Comunicare de Produs, Serviciul Emisie-Regia Multicanal, Direcția Producție Artistică și Direcția Emisiuni Informatice și Sport).

Realizări

- implementarea proiectului de automatizare a pachetului grafic de autopromovare a canalelor SRTv;
- elaborarea pachetelor de grafică interactivă pe specificul fiecărui sport (fotbal, polo, volei, baschet, rugby, handbal și tenis) și prin implementarea graficii oficiale a competiției IRB Nations Cup în cadrul transmisiunilor preluate de SRTv;
- implementarea echipamentelor și aplicațiilor de analiză post meci, pentru faze cheie din cadrul competițiilor UEFA Champions League, în cadrul emisiunilor dedicate acestui eveniment sportiv;
- implementarea sistemului de grafică 3D ce permite captarea, procesarea de date meteorologice de mare complexitate și transpunerea lor, printr-un software de transformare și vizualizare, în interfață cu utilizatorul, în icon-uri și simboluri specifice meteorologiei și realizarea prin intermediul acestui sistem a show-ului Meteo din cadrul emisiunilor "Telejurnal";
- elaboarea graficii exit-poll pentru alegerile europarlamentare (iunie 2009) și alegerile prezidențiale (decembrie 2009).

Pentru anul 2010 ne propunem finalizarea obiectivelor demarate în anul precedent, precum și implementarea pachetelor grafice în sistemul integrat digital de difuzare a știrilor.

II. Rezultatele economice ale Direcției Tehnico-Administrative în 2009

- **achiziții de echipamente (investiții)** – 7.246.500 lei din care: fonduri proprii - 582.500 lei și 6.664.000 lei de la bugetul de stat;
- **achiziții lucrări (investiții)** – 734.400 lei din care: fonduri proprii 281.400 lei și 453.000 lei de la bugetul de stat;
- **licențe IT (investiții)** – 263.700 lei;
- **cheltuieli din fonduri proprii** – 13.900.000 lei care se împart astfel: cheltuieli directe 3.755.000 lei, cheltuieli indirecte 6.085.000 lei și cheltuieli generale 4.060.000 lei; dintre acestea cele mai semnificative sunt:
 - consum energie electrică, apă și gaze – 3.500.000 lei;
 - servicii, întreținere și reparații – 4.150.000 lei;
 - cheltuieli cu materiale și obiecte de inventar (cu combustibil) -3.200.000 lei;
 - asigurări, chirii, taxe și impozite – 2.660.000 lei.

Analiză comparativă 2007-2008-2009, privind rezultatele economice ale Direcției Tehnico-Administrative (mii lei):

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|--|---------------|---------------|----------------|
| Achiziții de echipamente (investiții) | 24.014 | 39.192 | 7.246,5 |
| fonduri proprii | 16.557 | 5.715 | 582,5 |
| buget de stat | 7.457 | 33.477 | 6.664 |
| Achiziții lucrări (investiții) | 1.036 | 15.335 | 734,4 |
| fonduri proprii | 1.036 | 618 | 281,4 |
| buget de stat | 0 | 14.717 | 453 |
| Achiziții auto (investiții) | 193 | 0 | 0 |
| Cheltuieli fonduri proprii: | 10.904 | 16.720 | 13.900 |
| -directe | 2.384 | 4.727 | 3.755 |
| -indirecte | 6.750 | 7.033 | 6.085 |
| -generale | 1.770 | 4.960 | 4.060 |
| • Consum energie electrică, apă, gaze | 3.478,5 | 3.914,6 | 3.500 |
| • Cheltuieli cu materiale și obiecte de inventar | 1.913 | 3.574,8 | 3.200 |
| • Servicii, întreținere și reparații | 3.833 | 4.723,8 | 4.150 |
| • Asigurări, chirii, taxe și impozite | 1.170 | 3.866,4 | 2.660 |

III. Obiectivele Direcției Tehnico-Administrative în 2010

Direcția Tehnico-Administrativă își propune realizarea următoarelor obiective în 2010:

- creșterea capacitaților de stocare pe videoserver și îmbunătățirea actualului sistem prin adăugarea de noi facilități: ingest și monitorizare HD, playout HD, short/long time archive, control prin accesarea bazei de date în format low resolution;
- finalizarea interconectării videoserver-ului cu sistemele de producție-montaj nonlineare pentru eliminarea actualelor sisteme de stocare pe bandă a materialelor;
- finalizarea Studioului Teritorial Târgu-Mureș prin achiziția și instalarea echipamentelor de producție audio-video;
- proiectarea și începerea construcției noului sediu al Studioului Teritorial TVR Cluj;
- reabilitarea termică a Corpului Redațional din București;
- dotarea facilităților de producție-studiouri, care de reportaj, grupuri de montaj cu sisteme digitale de monitorizare și vizionare;
- reutilarea completă a unui studio de producție de divertisment în sistem HD;
- dotarea carelor de reportaj cu unități de înregistrare video optică;
- achiziția și instalarea echipamentelor de interconectare dintre punctul de recepție radiorelee din Blocul Turn și sistemele digitale de control, transfer și distribuție din cadrul Telecentrului Dorobanți;
- rezervarea electroalimentării emisiei prin achiziția și instalarea unui grup electrogen nou, necesar asigurării continuității acesteia în cazuri de forță majoră;
- elaborarea unui plan de construcție și asigurare a emisiei, construcția și echiparea unui centru național de emisie în situații critice de tip disaster recovery;
- finalizarea proiectului de modernizare a sistemului informatic din SRTv;
- îmbunătățirea sistemelor audio de prelucrare și emisie prin instalarea de echipamente automate de control și corecție a parametrilor semnalelor audio analogice și digitale.



RESURSE UMANE

CAPITOLUL 8: RESURSE UMANE

Departamentul Resurse Umane are următoarele atribuții:

- gestionarea personalului din Televiziunea Română – activitate realizată de către Serviciul Personal;
- dezvoltarea resurselor umane existente în TVR și furnizarea de noi resurse umane corespunzătoare cerințelor instituției – activitate realizată de către Colectivul Recrutare, Evaluare, Perfectionare.

Obiectivele Colectivului Recrutare, Evaluare, Perfectionare sunt:

- recrutarea personalului folosind surse interne și externe;
- selecția de personal-interviuri la sediul TVR, teste psihologice, teoretice și practice;
- evaluarea posturilor de execuție din TVR;
- evaluarea performanțelor profesionale ale salariaților (pentru funcțiile de conducere și pentru cele de execuție);
- perfectionarea pregătirii profesionale prin organizarea de cursuri de perfecționare pornind de la necesitățile semnalate de către personalul de conducere;
- dezvoltarea carierei.

Obiectivele Serviciului Personal sunt:

- managementul activității (organizarea muncii);
- stabilirea drepturilor salariale, de stimulare și recompensare a salariaților;
- gestionarea resurselor umane;
- aplicarea normelor și normativelor din domeniul securității și sănătății în muncă;
- asigurarea serviciilor medicale și psihologice pentru salariații TVR prin intermediul Cabinetului Medical și al Cabinetului Psihologic din televiziunea publică și a serviciilor de medicina muncii prin intermediul medicului de medicina muncii, angajat al TVR.

Recrutarea și selecția de personal, conform Procedurii de recrutare și selecție a personalului din SRTv, folosind surse interne și externe (presă, Internet, site-uri specializate).

În 2009, au fost organizate concursuri pentru posturile de execuție vacante sau nou înființate (mai ales în cadrul studiourilor teritoriale ale TVR) sau pentru posturile de conducere. De asemenea, s-au desfășurat examene de promovare sau de schimbare a locului de muncă. Astfel, în perioada 1 ianuarie – 31 decembrie 2009, au fost finalizate 138 de concursuri dintre care:

➤ 9 concursuri pentru ocuparea a 8 posturi de conducere. La aceste concursuri s-au înscris 37 de candidați. Concursul pentru postul de Șef Serviciu Arhiva de documente a SRTv a fost reluat întrucât, în prima fază, niciun candidat nu a fost declarat admis. Din cele opt posturi de conducere, două au rămas neocupate: Șef Serviciu Transmisii Tv și Șef Serviciu Licențe Distribuție;

➤ 129 de concursuri pentru ocuparea a 190 de posturi de execuție, la care s-au înscris 2.067 de candidați.

În urma acestor concursuri au fost înregistrate șapte contestații, soluționate toate, fără urmări asupra rezultatelor concursurilor în cauză.

De asemenea, s-au derulat:

- 36 de examene de schimbare a funcțiilor, conform aprobării Consiliului de Administrație;
- 50 de examene de verificare a aptitudinilor profesionale (CIM pe perioadă determinată);
- derularea procesului de reactualizare a fișelor de post cadru și individuale, activitate care a presupus întâlniri de lucru și actualizarea efectivă a fișelor;
- întocmirea fișelor de post cadru pentru funcții corespunzătoare posturilor scoase la concurs;
- întocmirea fișelor de post individuale pentru persoanele încadrate pe CIM determinat și pentru cele din al căror dosar personal lipseau fișele de post, schimbări de funcții, schimbări ale locului de muncă și completarea unor fișe de post cu sarcini de arhivare;
- modificări și completări ale Procedurii de Recrutare și Selecție, aprobată prin Hotărârea Consiliului de Administrație nr. 1422/10.11.2009;
- înregistrarea în baza de date a persoanelor care și-au depus candidatura online sau pe suport hârtie;
- întocmirea periodică a situațiilor de concursuri.

Formare profesională

Profesionalizarea angajaților prin intermediul cursurilor și training-urilor desfășurate în țară sau în străinătate a fost una dintre preocupările Televiziunii Române în cursul anului 2009. În acest sens, Departamentul Resurse Umane a desfășurat următoarele activități:

- identificare nevoii de training;
- întocmirea Planului de training pe anul 2009 și propunerea unui proiect de buget pentru această activitate;
- identificarea furnizorilor de training din țară și străinătate;
- selecția angajaților care participă la traininguri internaționale;

- organizarea trainingurilor interne, activitate ce a presupus negocierea cu lectorii, stabilirea programului de curs, organizarea cursurilor din punct de vedere administrativ.

În 2009, Departamentul Resurse Umane a organizat 12 cursuri interne, în cadrul cărora au fost instruiți 256 cursanți pe parcursul a 359 de ore. În același interval, 61 de salariați ai Societății Române de Televiziune au participat la 992 de ore de pregătire în cadrul a 20 de cursuri externe, organizate de firme specializate din țară, la sediile lor. La 16 seminarii internaționale desfășurate în străinătate (și totalizând 1.502 ore) au plecat 21 de angajați. SRTv a găzduit două workshopuri internaționale (titluri: *XDCAM și Creative Production for Visual Media Content*), unde și-au completat cunoștințele 32 de persoane, pe parcursul a 55 de ore. Așadar, Departamentul Resurse Umane a reușit să coordoneze realizarea unei serii de programe de instruire consistente, cu tematici din domeniile: știri, editorial, arhivare, producție, tehnologie, IT, finanțe, control, marketing, legislație, resurse umane.

Departamentul Resurse Umane a coordonat practica studențească, timp de 1.870 de ore, pentru 11 studenți de la: Universitatea Hyperion (Facultatea de Jurnalism) - 5, Școala Națională de Studii Politice și Administrative (Facultatea de Comunicare și Relații Publice) - 1, Universitatea București (Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării) - 3, Universitatea Hyperion (Facultatea de Regie Film și Televiziune) - 1, Universitatea Spiru Haret (Facultatea de Psihologie) - 1.

Administrarea de personal

Printre sarcinile importante ale Departamentului Resurse Umane se află gestionarea bazelor de date și organizarea muncii. În acest sens, angajații acestei structuri s-au ocupat de: gestionarea bazelor de date de personal și a Registrului General de Evidență al salariaților, în format electronic (toate datele referitoare la noi angajați și orice modificare a CIM-lui salariaților trebuie înregistrate în Registrul General de Evidență al salariaților și transmise la Inspectoratul Teritorial de Muncă, în format electronic, în termen de cinci zile, operațiune pe care salariații Departamentului Resurse Umane trebuie să o facă pentru toți cei peste 3.200 de salariați ai SRTv); întocmirea Contractelor Individuale de Muncă (CIM) la angajare și a actelor adiționale la CIM (pentru orice modificare intervenită într-un contract de muncă); înscrierea în carnetele de muncă a tuturor modificărilor intervenite în CIM (majorări salariale, indexări, modificarea locului de muncă și de funcție etc), plus acte de studii și stare civilă; întocmirea formalităților de angajare; administrarea dosarelor personale, eliberarea de adeverințe, calculul vechimii în muncă și vizarea bonurilor de concediu de odihnă; întocmirea dosarelor de pensionare, eliberarea de adeverințe pentru recalcularea pensiei.

S-au întocmit și depus la Casele Locale de Pensii 128 de dosare de pensionare, dintre care: 96 pentru limită de vîrstă, 19 pentru pensionare anticipată, 11 dosare de pensionare pentru invaliditate și două pentru pensie de urmaș.

La Resurse Umane s-au eliberat 22 de adeverințe privind recalculări de pensii și s-au înregistrat 154 de încetări ale CIM-ului, dintre care: 91 prin pensionare, 18 prin acordul părților, 10 prin deces, 27 prin expirarea termenului, 5 prin demisie, unul pentru necorespondere profesională, 1 prin concediere și 1 din motive disciplinare.

De asemenea, s-au efectuat 243 de angajări, dintre care 144 în București (98 de persoane cu CIM nedeterminat și 46 de persoane cu CIM determinat) și 99 la studiourile teritoriale (91 de persoane cu CIM nedeterminat și 8 persoane cu CIM determinat). Per total: 189 de angajări cu CIM pe durată nedeterminată și 54 de angajări cu CIM pe durată determinată.

Au fost administrate circa 3.300 de dosare de personal activ (câte 800 de dosare repartizate fiecărui Inspector de resurse umane), plus dosarele foștilor salariați ai SRTv.

În ce privește **organizarea muncii**, au avut loc reorganizări și restructurări și au fost întocmite decizii referitoare la raporturile de muncă. Astfel, au fost întocmite toate deciziile emise de președintele-director general privind numiri sau eliberări din funcție, încetări sau suspendări ale raporturilor de muncă, delegări de competențe etc. În total, au fost întocmite, puse în practică și comunicate salariaților 332 de decizii ale președintelui-director general.

De asemenea, Departamentul Resurse Umane a pus în aplicare hotărârile Consiliului de Administrație privind modificări ale structurii organizatorice a SRTv, inclusiv reorganizări ale unor compartimente, după cum urmează: înființarea Departamentului TVR HD, în cadrul Direcției Programe; înființarea Compartimentului pentru protecția informațiilor clasificate, în cadrul Cancelariei PDG; înființarea Serviciului Economic Administrativ, în cadrul studioului teritorial TVR Târgu Mureș; înființarea Formației pentru situații de urgență a SRTv (Formația de intervenție, salvare și prim ajutor), în cadrul Departamentului Utilitare, Serviciul Administrare Imobile; înființarea a 54 de posturi noi în structura organizatorică a SRTv dintre care 20 la studiourile teritoriale.

Modificările de structură organizatorică, inclusiv reorganizările succesive ale unor compartimente au avut ca obiective propuse: eficientizarea activității, adevararea oamenilor la posturile pe care le ocupă, reproiectarea fluxurilor informaționale și de producție, înființarea unor activități noi, absolut necesare pentru funcționarea instituției. Astfel, s-au înființat posturi noi și s-au operat modificări de funcții de execuție sau de locuri de muncă pentru o parte dintre salariați.

Securitate și sănătate în muncă

În privința securității și sănătății în muncă au fost aplicate normele și normativele în domeniu, s-au efectuat instructaže privind securitatea și sănătatea în muncă a angajaților, au fost asigurate echipamentele de lucru și de protecție a personalului care lucrează în condiții de risc, s-a întocmit, ca în fiecare an, proiectul „Planul de măsuri privind securitatea și sănătatea în muncă a lucrătorilor din SRTv”.

Departamentul Resurse Umane s-a implicat în efectuarea determinărilor privind condițiile de muncă: în 2009 s-au reluat determinările privind zgomotul (la Carul de sunet și la Studioul Muzical), pentru regizorii și ilustratorii muzicali, convenite cu Sindicatul reprezentativ (SPUSTv), urmate de o serie de recomandări și un Plan de măsuri tehnico-organizatorice. De asemenea, angajații de la Resurse Umane s-au implicat în acțiunea de evaluare a locurilor de muncă din punctul de vedere al riscurilor de accidente și îmbolnăvire profesională. Această evaluare, care, conform legii, este obligatorie pentru toate locurile de muncă, a început în anul 2008, când s-a efectuat de către o firmă specializată, pentru 25 de locuri de muncă și s-a finalizat în 2009 prin evaluarea a încă trei locuri de muncă. Recomandările și măsurile tehnico-organizatorice propuse de evaluator și de medicul de medicina muncii au fost înaintate conducătorilor locurilor de muncă. Totodată, au fost cercetate accidentele de muncă, întocmindu-se dosare de cercetare pentru două accidente de muncă petrecute în SRTv în anul 2009.

Evaluări medicale și psihologice, intervenții în situații de urgență, medicina muncii

Personalul specializat a acordat salariaților SRTv asistență medicală, între orele 7.00-23.00, inclusiv sămbăta și duminica, a intervenit în cazul unor accidente de muncă, a efectuat examene medicale la angajare sau la reluarea activității, controale medicale periodice pentru toți salariații, evaluări psihologice periodice și la angajare, a întocmit dosarele medicale ale tuturor angajaților, a oferit consiliere psihologică și servicii de medicina muncii. Cifre:

- 19.453 de consultații medicale;
- 3.490 de tratamente, electrocardiograme, TA;

s-au efectuat 163 de examene medicale la angajare sau la reluarea activității și 1.450 de examene medicale periodice, încheiate cu eliberarea fișei de aptitudine, conform legislației în vigoare;

- s-a întocmit un plan de măsuri pentru SRTv, referitor la pandemia de gripă nouă; 146 de examene psihologice la angajare sau la reluarea activității, față de 90 în 2008;
- 270 de examinări psihologice periodice, față de 138 în 2008;
- 3 cazuri speciale redirecționate pentru investigații suplimentare de specialitate, la solicitarea medicului de medicina muncii;
- 109 evaluări psihologice, în cadrul procesului de recrutare, față de 20 în 2008.

Evaluarea personalului și a posturilor, fișe de post, caiete de sarcini, introducerea noilor ocupații în COR

Departamentul Resurse Umane a gestionat procesele de evaluare periodică (de două ori pe an) a performanțelor profesionale ale personalului de execuție și ale personalului de conducere, a acordat consiliere evaluatorilor și persoanelor evaluate, a reactualizat analiza posturilor de execuție din SRTv, prin evaluarea unor noi ocupații existente în COR și introduse în Anexa 7 a CCM (Nomenclatorul de ocupații din SRTv), a făcut demersuri către Ministerul Muncii în vederea introducerii unor noi ocupații în COR, a întocmit fișele de post pentru noii angajați.

De asemenea, s-a ocupat de actualizarea modelului tipizat de fișă de post-cadru și de declanșarea procesului de reactualizare a fișelor de post din SRTv, conform noului model (actualizarea fișelor de post cadru și actualizarea fișelor de post individuale), de reactualizarea fișelor de post cadru pentru studiourile teritoriale TVR Târgu Mureș și TVR Cluj, pentru Direcția Programe și partajal pentru celelalte structuri ale SRTv, de elaborarea și actualizarea unor caiete de sarcini: modificarea caietului de sarcini al Departamentului Utilitar (ca urmare a înființării Formației de intervenție, salvare și prim ajutor) și a caietului de sarcini al Direcției Programe (ca urmare a înființării Departamentului TVR HD).

În relația cu sindicalele au existat comunicări pe probleme privind protecția și drepturile salariaților. De asemenea, Departamentul Resurse Umane a organizat și a participat la ședințe de negociere a Contractului Colectiv de Muncă și la ședințele Comisiei Paritare. Reprezentanții sindicatului au făcut parte din comisiile de concurs.

Consultanță pe probleme de resurse umane și legislație acordată salariaților

Și în 2009, Departamentul Resurse Umane a acordat consultanță salariaților privind modificările legislative. În cazul oricărei schimbări implementate în TVR (reorganizări, restructurări, acordarea unor drepturi negociate prin CCM etc.) sau inițiată la nivel național (schimbări legislative), Departamentul Resurse Umane a oferit informații sau răspunsuri la problemele salariaților, reprezentând de multe ori interfața dintre conducere și aceștia.

Negocierea și actualizarea Contractului Colectiv de Muncă la nivel de unitate (CCM)

Reprezentanții Departamentului Resurse Umane au participat la negocierea și încheierea Actelor Adiționale nr. 1, nr. 2, nr. 3 și nr. 4 la CCM 2008-2009 (Actul Adițional nr. 2 s-a referit la prelungirea pe o perioadă de un an a CCM 2008-2009) și s-au ocupat de înregistrarea lor la Direcția de Muncă din Ministerul Muncii. De asemenea, au făcut parte din Comisia Paritară pentru interpretarea unor clauze din CCM al SRTV, în vigoare.

Probleme întâmpinate

- Bugetul destinat formării profesionale este foarte redus în comparație cu solicitările primite. De multe ori, nu s-a pus accent pe traininguri de dezvoltare personală/abilități etc. din cauza lipsei resurselor financiare. Principalii factori care au generat tendința de comprimare a volumului de training, evidentiată în perioada 2007–2008–2009, au fost: restricțiile financiare (ale SRTv și ale pieței, în ansamblu), orientarea spre traininguri de vârf și reducerea personalului implicat în organizarea proiectelor de formare (prin pensionare și prin acordarea concediului de îngrijire a copilului).
- Departamentul Resurse Umane a elaborat între timp și are finalizat deja, un proiect de Procedură de Proces și Procedurile de lucru subsecvente cu titlul „Procedura de evaluare a performanțelor profesionale individuale ale personalului de execuție din SRTv”.

Elemente de analiză comparativă 2007 – 2008 – 2009

Departamentul Resurse Umane a avut 32 de salariați în decembrie 2007, tot 32 în decembrie 2008 și 30 în decembrie 2009, repartizați după cum urmează: conducere și secretariat – 2 persoane, recrutare, selecție și evaluare – 4 persoane, Serviciul Personal – 4 persoane, organizare/baze de date – 6 persoane**, Training – 3 persoane*, Cabinet Medical și Psiholog – 9 persoane***, securitate și sănătate în muncă – 2 persoane.

Notă:

* o persoană îndeplinește sarcini și în alt compartiment, o altă persoană se află în concediu de îngrijire copil

** o persoană era detașată la Ministerul Afacerilor Externe

*** o persoană se află în concediu de îngrijire copil

| Număr posturi | Total TVR/studioul central/studiourile teritoriale Decembrie 2007 | Total TVR/studioul central/studiourile teritoriale Decembrie 2008 | Total TVR/studioul central/studiourile teritoriale Decembrie 2009 |
|---|---|---|---|
| - Total TVR/studioul central/studiourile teritoriale | 3333/2903/430 | 3515/2954/561 | 3569/2988/581 |
| - ocupate | 3145/2753/392 | 3115/2679/436 | 3184/2659/524 |
| - vacante | 126/110/16 | 337/235/102 | 306/273/33 |
| - temporar vacante | 62/40/22 | 63/40/23 | 79/56/23 |
| Număr posturi de conducere | 94/69/25 | 101/71/30 | 103/72/31 |
| Număr salariați | 3185/2773/412 | 3158/2708/450 | 3247/2708/539 |
| Număr personal de execuție | 3103/2715/388 | 3082/2656/426 | 3170/2655/515 |
| Număr personal de conducere | 82/58/24 | 76*/52/24 | 77*/53/24 |
| Ponderea personalului de conducere din totalul salariaților | 2,57% | 2,41% | 2,37% |
| Număr angajați/an | 84/67/17 | 127/75/52 | 243/144/99 |
| Număr plecați/an | 163/134/29 | 155/133/22 | 154/142/12 |
| <i>Notă: *fără coordonatori</i> | | | |

Obiective 2010

- Efectuarea unor analize privind efectele reorganizărilor care au avut loc în 2009.
- Îmbunătățirea activității de formare profesională, obiectiv dificil de îndeplinit, în principal din cauza bugetului foarte redus. Anul 2010 trebuie să consemneze: menținerea unui nivel semnificativ (calitativ și cantitativ) al efortului de pregătire profesională, apelul tot mai accentuat la traineri interni și implicarea comportamentelor în selectarea celor mai potriviti angajați care să participe la cursuri și, mai ales, evaluarea activității lor post-școlarizare.
- Schimbarea imaginii TVR sub aspectul activității de recrutare și selecție. TVR trebuie să devină mai atractivă pe piața forței de muncă, respectând însă regulile privind confidențialitatea informațiilor despre candidați și a candidaturilor acestora.

- Continuarea acțiunii de reactualizare a fișelor de post cadru, urmând ca pe baza lor să fie actualizate toate fișele de post individuale.
- Reactualizarea/înlocuirea unor proceduri existente (Procedura de recrutare și selecție; Procedura de evaluare a performanțelor profesionale) și elaborarea și/sau implementarea unor proceduri noi, absolut necesare pentru funcționarea eficientă a departamentului și a instituției (Procedură privind angajarea personalului în SRTv; Procedură privind executarea CIM-lui; Procedură privind organizarea activității de formare profesională; Proceduri de examinări psihologice etc.).
- Transmiterea, spre aprobare, către Comitetul Director, a proiectului noului sistem de evaluare a performanțelor profesionale individuale ale personalului de execuție din SRTv, urmând a-l testa, ulterior, experimental, pe unele colective pentru a fi implementat în mod adecvat, în funcție de fluxurile de producție specifice fiecărui loc de muncă din SRTv.
- Continuarea acțiunii de efectuare de determinări privind condițiile de muncă și de evaluarea a locurilor de muncă, în limita bugetului repartizat Departamentului Resurse Umane, pentru anul 2010.
- Actualizarea unei baze de date care să conțină informații privind salariile practicate pe piață pentru toate meseriile practicate în SRTv (în special pe parte editorială).
- Dezvoltarea unor strategii de creștere a gradului de fidelizare a personalului, în zone de producție în care se impun asemenea măsuri.
- Elaborarea unor proceduri clare și flexibile privind promovarea personalului pe structura de carieră, îndeosebi a celui din zona editorială și în conformitate cu criterii de performanță, în general și editorială, în special.



MARKETING ȘI COMUNICARE DE PRODUS



CAPITOLUL 9: MARKETING ȘI COMUNICARE DE PRODUS

Direcția Marketing și Comunicare de Produs este compusă din mai multe echipe care desfășoară activități de marketing interconectate. Activitățile de coordonare de marketing și PR, dedicate promovării imaginii și programelor canalelor TVR sunt realizate de brand manageri și specialiști PR, în timp ce activitățile de producție de marketing sunt în sarcina echipelor de producție promo, videografică și BTL. Direcția include un colectiv de cercetare și analiză și un Serviciu de Coordonare Vânzări, ce realizează sarcini specifice la nivel de corporație.

În 2009, Televiziunea Română a funcționat pe o piață matură și foarte competitivă. Publicul telespectator a avut la dispoziție din ce în ce mai multe platforme și opțiuni de vizionare a conținutului video, în afara clasicelor programe liniare tv (ex: servicii video on demand, pay-per-view, portaluri Internet etc).

În plus, în timp ce masa totală de telespectatori posibili (total tv) a continuat să scadă, pe piață au intrat canale tv noi, ceea ce a accentuat fragmentarea deja foarte mare a pieței de televiziune.

Mari provocări în realizarea proiectelor specifice de marketing au fost, și în 2009, restricțiile mai mari în cazul unei televiziuni publice (precum proceduri de achiziții cu durată mare). De asemenea, legislația de media din România nu este foarte permisivă în ceea ce privește posibilitățile de autopromovare pentru programele televiziunii publice. Autopromovarea on air, componenta principală în mixul de promovare al oricărei televiziuni, nu poate fi folosită la eficiență maximă, deoarece nu este permisă decât între programe.

Astfel, audiența promo-urilor difuzate în aceste spații este mult mai redusă decât a celor incluse în pauzele din interiorul programelor. Acest lucru se combină cu faptul că televiziunea publică nu este în poziția de a utiliza cross promovarea folosită de trusturile de media private pentru propriile produse. În cazul televiziunii publice, toate mediile externe trebuie bugetate și achiziționate prin licitații publice.

Luând în considerare cele menționate anterior, pe parcursul anului 2009 s-a urmărit, la nivel de marketing de produs, conceperea unei strategii de promovare coerente pentru toate canalele din portofoliu și pentru toate evenimentele majore.

La nivel **corporate**, finalul anului 2008 a însemnat inițierea unei noi campanii de promovare, care a continuat pe tot parcursul lui 2009, sub sloganul „Alege ce vezi. Numai la TVR”. S-a pornit de la beneficiul de alegere oferit de buchetul de canale TVR, devenit și mai bine individualizat odată cu lansarea TVR 3 și TVR INFO. Ideea de bază este că televiziunea publică oferă, prin canalele sale, un conținut media complet, de la general la tematic, de la Standard Definition la High Definition, de la național la internațional. Proiectul este de fapt o platformă de comunicare integrată, care cuprinde

diverse tipuri de activități de marketing subsumate conceptului general (campanii ATL de presă și radio, evenimente BTL, promovare on air în cross pe toate canalele televiziunii publice etc.).

Activități de marketing pentru canalul TVR 1

Anul 2009, la **TVR 1**, a fost marcat de evenimente pentru fiecare categorie relevantă de programming: sport, divertisment, știri (rebranding și reposiționare a Telejurnalului), cultură, festivaluri și concursuri muzicale, seriale și filme. În 2009, TVR 1 a transmis competiții sportive de top, acoperind atât campionate mondiale și europene, cât și naționale. UEFA Champions League, Formula 1, calificările pentru 2010 FIFA World Cup Africa de Sud, meciuri-eveniment de box, turnee de tenis și campionate de handbal intern au fost punctele cheie de programming pe segmentul sport și au fost promovate atât la nivel de portofoliu de corporație (Alege ce vezi. Numai la TVR), cât și punctual, pe fiecare competiție în parte. Majoritatea evenimentelor sportive relevante au fost transmise și de TVR HD.

Strategia de promovare a cuprins campanii on air și concursuri de tip watch-and-win, cu implicarea directă a participanților pe site-ul www.tvr.ro pentru creșterea traficului pe site și a îmbunătățirii conținutului, activități de PR (press kit-uri cu premiums pentru jurnaliști, partenerii din presă și clienții majori de publicitate etc.), precum și decorarea sediului TVR din București cu steaguri, postere și un mesh de mari dimensiuni. Campaniile de promovare off air pentru fiecare dintre evenimentele sportive majore au cuprins medii selectate după publicul țintă (printuri, radio, reclamă de tip outdoor pe ecranele stradale din București și din alte șapte orașe din țară, Internet).

UEFA Champions League, una dintre cele mai prestigioase competiții fotbalistice mondiale, a fost urmărită la TVR, televiziunea publică achiziționând, în 2009, drepturile de transmisie a acestei întreceri, începând cu sezonul 2009-2010.

Campania de promovare a vizat familiarizarea publicului cu faptul că marea competiție urma să fie difuzată, timp de trei ani, de către Televiziunea Română, comunicarea beneficiilor (ex. posibilitatea urmăririi meciurilor în format HD pe TVR HD) și atragerea unui public telespectator cât mai divers. În acest sens, au fost derulate: o campanie de comunicare intensivă on air pe canalele TVR, campanii radio săptămânaile pentru fiecare etapă de meciuri, difuzate, în parteneriat, pe canalele Radio România, anunțarea meciurilor pe mega ecrane stradale din peste 20 de locații din țară, personalizarea sediului TVR din București cu un mesh cu vizibilitate mare pentru o zonă centrală cu un trafic intens.

Un alt proiect de marketing pentru susținerea lansării sezonului 2009 - 2010 din UEFA Champions League a fost dezvoltarea unui parteneriat cu sponsorii oficiali ai competiției, care s-a concretizat în prezentarea exclusivă pentru România, la

televiziune, a trofeului oficial al competiției, în cadrul unei emisiuni dedicate. Lansarea sezonului a fost anunțată prin organizarea unei conferințe de presă, iar fiecare meci a fost mediatizat în mod constant de cele mai importante 10 publicații generaliste și de profil din presa scrisă românească. De asemenea, campania de promovare a inclus concursuri cu premii în bilete la meciurile reprezentantei României în competiție. La concursul final, de tip watch-and-win, au participat câteva mii de persoane și au fost peste 40.000 de accesări ale site-ului pe parcursul unei singure zile de concurs. Meciurile au fost anunțate intensiv pe parcursul programelor TVR 1 prin benzi grafice. În acest context, TVR 1 a fost lider de audiență pentru majoritatea meciurilor difuzate. Proiectele de succes nu s-au limitat la zona fotbalului. Au fost promovate, de asemenea, meciuri importante de box, care, în ciuda difuzării în intervale din afară prime-time-ului din cauza decalajului de fus orar, au obținut rezultate de audiență remarcabile.

Festivalul Cerbul de Aur, un alt proiect important al TVR, și-a reafirmat statutul de brand al Televiziunii Române prin comunicarea intensivă și prin poziționarea lui ca un eveniment premium. Campania de comunicare a cuprins o expunere extinsă pe on air (peste 25 de tipuri de spoturi de autopromovare care au anunțat diverse componente ale festivalului), o campanie radio în parteneriat cu Radio România Actualități (rețea cu cea mai mare audiență la nivel național). Promovarea a inclus și o campanie de outdoor realizată în Brașov, implicarea unor rețele de reviste de lifestyle bine definite pentru publicul brașovean și a unuia dintre site-urile din top 10 din punctul de vedere al traficului la momentul evenimentului. Campania a folosit și medii noi (telefonia mobilă) pentru a informa publicul despre eveniment, precum și o rețea națională de ecrane stradale.

În linia evenimentelor muzicale, **Eurovision 2009** a fost din nou un succes de televiziune, programul fiind lider de audiență. Atât selecția națională, cât și prezența reprezentantei României în finala internațională de la Moscova au beneficiat de comunicare pe toate canalele TVR, un PR extins în principalele publicații din presa scrisă și online națională și de evenimente BTL.

„**Restaurare**” a fost proiectul care, în 2009, a reconfirmat îndeplinirea de către televiziunea publică a misiunii de responsabilizare socială și culturală, de implicare în conservarea și salvarea valorilor românești. „Restaurare” a fost realizat în parteneriat cu Ministerul Culturii, pe parcursul a 10 săptămâni. Programul a culminat cu o gală de închidere pe 1 Decembrie. Comunicarea s-a axat pe două direcții: de popularizare a unui astfel de proiect, prin responsabilizarea românilor, dar și de convingere a telespectatorilor să doneze săptămânal o sumă de bani pentru monumentul pe care îl doreau renovat. Campania on air a cuprins peste 35 de execuții de promo, spoturi de radio difuzate de partenerul media al proiectului - Radio România, machete în presa scrisă. Rezultatele au fost spectaculoase: 47.000 de mesaje SMS trimise, sute de

mesaje pe site-ul tvr.ro/restaurare și pe paginile rețelelor de socializare. Rezultatele obținute încurajează derularea unor noi ediții ale proiectului în viitor, pornind de la capitalul de notorietate, imagine și încredere construită și dobândită odată cu prima ediție.

TVR 1 a beneficiat, în 2009, de **repozitionarea și rebranding-ul Jurnalului TVR**. Astfel, principala emisiune de știri a TVR 1 s-a întors la numele care a consacrat-o, **Telejurnal**. Noul format și noua abordare a transmiterii de informații a fost susținută de pachete grafice noi, moderne, în aceeași temă stabilită pentru întregul pachet de știri (Sport, Meteo, Tema zilei etc.), de o promovare on air axată pe noile figuri de jurnaliști care aduc știrile în casele oamenilor, dar și pe beneficiile noului format al Telejurnalului.

TVR 1 a creat o linie de difuzare de noapte pentru **seriale premium**, o colecție de titluri care au devenit asociate direct cu transmiterea lor la TVR 1: „Anatomia lui Grey”, „CSI – Crime și investigații”, „30 Rock”, „Dr. House” sau „Battlestar Gallactica”. În ciuda creșterii, în fiecare an, a fenomenului pirării/descărcării ilegale a acestui tip de programe de pe Internet și uneori a decalajului de difuzare față de premiera americană, aceste filme și-au păstrat o audiență relativ constantă. Strategia de promovare, constantă și punctuală, s-a bazat pe împachetarea lor cu beneficii suplimentare (concursuri, documentare conexe etc.). Fiecare dintre aceste titluri a beneficiat de promovare on air intensivă pe canalele TVR, prin spoturi dedicate fiecărui episod, prin materiale în presă cu informații inedite obținute de la producători (interviuri, exclusivități), prin crearea și întreținerea de mini site-uri dedicate pe www.tvr.ro, campanii de radio, print.

O importanță deosebită a avut-o, în 2009, blocul de **programe Disney**: „Clubul Disney” și serialul pentru tineret „Hannah Montana”. A fost primul an în care compania Disney a sprijinit intens campaniile de marketing locale prin oferirea de premii originale la concursuri (bilete la concertul susținut de Miley Cyrus, interpreta personajului Hannah Montana, sau jucării oficiale Disney), la care s-au înscris câteva mii de adolescenți.

O componentă importantă a strategiei de promovare a TVR 1 a constituit-o asocierea, în calitate de co-producător sau partener, cu numeroase evenimente al căror target s-a suprapus cu publicul canalului TVR 1. Principalul post al televiziunii publice a beneficiat astfel de difuzarea, în premieră sau în exclusivitate, a unor părți sau a întregului eveniment, de preluarea de interviuri în exclusivitate, de prezența siglei TVR 1 pe bannere, afișe, pliante, invitații, bilete, evenimente BTL la locație etc. Menționăm aici conferințele lui Dan Puric, de la Ateneul Român, Festivalul G. Enescu, concerte de Crăciun, turnee sportive (BCR Open România), festivaluri de folclor etc.

Activități de marketing pentru canalul TVR 2

În anul 2009, strategia de marketing a canalului **TVR 2** s-a axat pe promovarea pilonilor de grilă din prime-time („Ora de știri”), a programelor cu format unic în peisajul audiovizual românesc, a liniei de lifestyle de la ora 21.00 (formată din emisiuni cu tematică alternativă la oferta principalelor canale de televiziune comerciale pe tronsonul de prime-time: „Imaginea succesului”, „Bazar”, „Arena Leilor”, seriile Jamie Oliver).

De o promovare on air puternică s-au bucurat **programele sportive** transmise în direct, în fiecare an, pe TVR 2: Turneul celor 6 Națiuni, RFI Cup, Campionatul național de rugby; Baschet Divizia A, Campionatele Europene și Naționale de Baschet; Campionatele Europene de Haltere; Campionatele Europene de Patinaj; Campionatele Europene și Naționale de Handbal; Campionatele Europene de Gimnastică; competiții de schi; turnee de tenis; competiții de polo; curse automobilistice (Formula BMW) etc. Strategia de promovare a vizat întărirea poziționării TVR 2 ca broadcaster și promotor prin excelență al acestor tipuri de competiții, ca element diferențiator pe piața de media, precum și generarea unei asociere de imagine pozitive între TVR 2 și aceste branduri sportive.

Instrumentele de promovare au cuprins campanii on air, bazate pe spoturi tip testimoniale, cu sportivii care au reprezentat România pe plan internațional și național la diverse discipline sportive: baschet (sportivi din Divizia A), rugby (sportivi de la Federația Română de Rugby), auto-moto (campania de susținere a sportivilor români din Transcarpathic RallyRaid) și Formula BMW (campania de susținere a sportivului român prezent în competiție). De asemenea, campaniile au inclus concursuri cu premii în obiecte reprezentative pentru sporturile promovate. Asocierea de imagine s-a realizat inclusiv prin plasarea însemnelor TVR 2 la locațiile de desfășurare a competițiilor interne (polo, rugby, baschet) sau pe echipamentele sportivilor participanți (Formula BMW). Rezultate vizibile și încurajatoare au fost atât audiențele programelor, cât și prezența din ce în ce mai numeroasă a spectatorilor în sălile de sport în care s-au desfășurat competițiile interne, prezență confirmată de organizatori și datorată și mediatizării și difuzării competițiilor pe TVR 2.

Totodată, programul „Tonomatul DP 2” a beneficiat de premii obținute din sponsorizări (în perioada februarie – aprilie 2009) și de o promovare on air și de PR activă, activități continuante și după schimbarea titlului și a formatului emisiunii – „Întâlnire pe 2”.

Concursul on air de tipul watch-and-win „**Ai 20 de motive să câștigi cu Jamie Oliver**” s-a desfășurat în perioada septembrie-noiembrie 2009 și a beneficiat de promovare on air, mini-site pe site-ul TVR, advertoriale în Jurnalul Național (partener și sponsor al TVR pentru acest proiect) și în alte cotidiene. Concursul a fost foarte bine primit de către telespectatorii TVR 2.

În calitate de co-producător sau partener, TVR 2 s-a asociat și/sau a co-produs și în 2009 peste 30 de **evenimente muzicale și culturale importante**, sigla canalului fiind prezentă pe afișe, bannere, bilete, invitații, locații indoor și outdoor. Dintre acestea amintim concertele Compay Segundo, Yann Tiersen, Jon Lord, Direcția 5, Vitas și Gheorghe Zamfir, evenimentul „TVR 2 Fame Lab”, desfășurat în colaborare cu British Council România, Festivalul Sighișoara Medievală, Festivalul de folclor „Om bun”, Festivalul Dans Masters 2009 și concursul auto-moto Transcarpatic RallyRaid 2009.

Activități de marketing pentru canalul TVR Cultural

În privința postului TVR Cultural, singurul canal românesc dedicat în exclusivitate programelor culturale, strategia de promovare a continuat să acorde o atenție deosebită susținerii și mediatizării proiectelor și evenimentelor culturale importante.

Anul a debutat cu realizarea și difuzarea unei campanii „de stare” dedicată TVR Cultural și realizată prin patru spoturi tematice. Acestea au avut și o variantă în limba engleză, cu titraj, ce a rulat ca prezentare a TVR Cultural la festivaluri internaționale precum Hot Bird Awards, Târgul de producții muzicale MIDEM etc. Variantele în limba română au rulat pe ecrane amplasate la evenimente în care TVR Cultural a fost co-producător în 2009: Esplanada Operei Române, Piața Festivalului Enescu, Concerte extraordinare la Ateneul Roman, Lansarea Stagiunii Teatrale 2009 – Calea Victoriei - Esplanada hotel Novotel etc.

Din 30 martie 2009, ora de difuzare a Jurnalului Cultural a fost modificată, emisiunea informativă putând fi urmărită de la ora 19.00, ca parte a strategiei de reposiționare a jurnalelor TVR. Pentru mediatizarea noii poziții în grilă, a fost realizată o campanie de comunicare dedicată: spoturi tv difuzate în cross promotion pe toate canalele TVR; materiale de promovare corporate (ceasuri de perete, agende corporate), mediatizarea în presă la nivel național.

Unul dintre proiectele importante ale TVR Cultural a fost **Experimentul „Stradivarius”**. Televiziunea Română a realizat împreună cu muzicianul Alexandru Tomescu experimentul „Stradivarius”, un recital susținut de interpret timp de 35 de minute în stația de metrou Piața Victoriei din București. El a încântat auzul trecătorilor cu celebra vioară Stradivarius. Alexandru Tomescu a urmat exemplul violonistului american Joshua Bell care, în anul 2007, a interpretat piese clasice pentru cauze nobile într-o stație de metrou din Washington, SUA. Acest experiment a deschis „Turneului Național Stradivarius 2009”, desfășurat în perioada 15 aprilie - 16 mai 2009, eveniment reflectat de TVR Cultural. Turneul a fost însoțit de campania dedicată strângerii de fonduri pentru înființarea Centrului Social și de Reabilitare a Nevăzătorilor. Televiziunea Română a susținut întreaga campanie inițiată de Asociația Culturală Accendo, înființată de muzicienii Alexandru Tomescu și Horia Mihail, protagonisti ai „Turneului Național Stradivarius 2009”. Campania de promovare a avut la bază un mix de canale media –

spoturi tv difuzate în cross pe toate canalele TVR, realizarea unui website dedicat al campaniei, cu imagini și informații din orașele prin care a trecut caravana, campanie de PR, mesaje de marketing viral, activități BTL în locație (ofere de obiecte promoționale TVR Cultural în orașele de turneu), personalizarea locațiilor de concert cu însemnele TVR Cultural, includerea unei pagini dedicate canalului TVR Cultural în broșura de sală a evenimentului, cu recomandări ale emisiunilor în care a fost promovat editorial turneul (Jurnal Cultural și „arta.ro”).

Festivalul Internațional „George Enescu” (30 august - 26 septembrie) și „Zilele TVR Cultural”, celebrate în Piața Festivalului Enescu, au fost două proiecte majore pentru TVR Cultural, susținute printr-o campanie de marketing dedicată, ce a cuprins spoturi tv difuzate în cross pe toate canalele TVR, expunere pe site-urile web ale organizatorilor, PR, evenimente BTL în locații, ce au constat în oferirea de obiecte promoționale TVR Cultural (pliante cu programele pilon ale grilei de toamnă și mere verzi, ca simbol/suport vizual al canalului și al sloganului: „Recunoaște-te în ceea ce vezi, auzi, simți”), branding în locații, pagină TVR Cultural în broșura de sală a evenimentului.

Turneul-caravană Music ON al Romanian Piano Trio (20 octombrie-12 decembrie), dedicat anul acesta lui Joseph Haydn și lui Felix Mendelssohn, a fost susținut și în 2009 de TVR Cultural. Promovarea a accentuat colaborarea tradițională și a mediatizat evenimentul prin spoturi tv difuzate în cross pe toate canalele TVR, PR și prin realizarea unui website al campaniei, cu imagini și informații din orașele prin care a trecut caravana.

Festivalul Internațional SoNoRo 2009, ediția a IV-a (1-10 noiembrie, la București, și 11-12 noiembrie, la Iași și Cluj), este un alt eveniment la care TVR Cultural a fost prezent. Desfășurat în săli spectaculoase, în locuri de mare tradiție muzicală sau în locuri pe care le reinventează pentru muzica de cameră, SoNoRo nu este doar o experiență muzicală, este sufletul muzicienilor care reinventează spectacolul în fiecare seară. În spiritul acestui proiect deosebit, echipa de marketing a promovat evenimentul printr-o campanie de spoturi tv în cross pe toate canalele TVR, prin bannere reciproce pe site-ul tvr.ro și site-ul festivalului, prin activități BTL în locație (ofere de mici pandantine din lemn de forma unei viori, lucrate manual, cu însemnele TVR Cultural, spectatorilor și artiștilor participanți, personalizarea locațiilor prin afișe și bannere, distribuirea de pliante TVR Cultural, realizarea unei pagini dedicate TVR Cultural în broșura evenimentului - cu recomandări ale emisiunilor în care a fost promovat evenimentul).

Numeroase alte evenimente culturale, cu public țintă Tânăr și educat, au fost promovate printr-o abordare interactivă. Astfel, TVR Cultural a continuat în 2009 parteneriatul de tradiție al tuturor expozițiilor de fotografie Simion Buia („Maschere di Venezia”, 13 -28 februarie, Pavilionul Unicredit; „Actorii și fotograful” (I), 1-15 aprilie,

ceainăria Cărturești, „Actorii și fotograful” (II), 25 mai-8 iunie, ICR). Proiectul a fost susținut prin activități BTL, branding în locații, kit-uri TVR Cultural cu materiale tipărite de prezentare a emisiunilor și moderatorilor.

Un alt proiect interactiv în care TVR Cultural s-a implicat a fost „Humanitas – Audiobookurile la tine în companie”. Acesta a presupus lansarea unui program prin care cărțile audio vin la birou, în sediul unor companii de prestigiu care dețin centre operaționale mari în București, dând astfel posibilitatea angajaților acestora de a participa la evenimente inedite chiar în compania în care lucrează. Autori Humanitas, actori care fac lectura textelor, critici literari și alte personalități culturale au sprijinit demersul de a face o surpriză iubitorilor de cultură din companii, alături de TVR Cultural. Proiectul a fost susținut prin PR, branding în locații, activități BTL, logo TVR Cultural pe audiobookurile cu colecții de programe TVR Cultural.

TVR Cultural a fost vizibil în calitate de co-producător al evenimentului „Spune adevărul puterii”, proiect amplu dedicat apărării drepturilor omului. Aceasta a inclus lansarea cărții „Spune adevărul puterii. Apărători ai drepturilor omului care transformă lumea”, de Kerry Kennedy, nepoata președintelui american John F. Kennedy, premiera piesei de teatru al cărei scenariu este semnat de Ariel Dorfman, expoziția de fotografie a câștigătorului Premiului Pulitzer Eddie Adams, un simpozion dedicat drepturilor omului, precum și un curriculum educațional pentru licee. TVR Cultural a fost prezent la toate aceste evenimente prin branding în spațiul de desfășurare, oferirea de kit-uri de presă personalizate, difuzarea de spoturi tv de promovare a proiectului pe toate canalele TVR, canalul cultural fiind vizibil și pe site-ul evenimentului.

La Târgul de carte BookFest (17-21 iunie) și la Târgul Internațional Gaudeamus - Carte de Învățătură (25-29 noiembrie), evenimente culturale de prestigiu, TVR Cultural a fost prezent cu un mini-studio, de unde s-au transmis în direct câte 12 ediții speciale ale Jurnalului Cultural, s-au realizat interviuri, întâlniri cu scriitori, editori, actori ai evenimentelor din incintă. Activitățile de marketing pentru promovarea brandului TVR Cultural la aceste evenimente au inclus realizarea și oferirea de materiale premium personalizate partenerilor și invitaților speciali, difuzarea de spoturi tv pe toate canalele TVR, prezența pe website-ul evenimentului, activități de tip BTL în spațiul de desfășurare.

Alte evenimente culturale în care TVR Cultural a fost implicat în anul 2009 și care au beneficiat de susținere (prin PR, promovare prin spoturi on air, press-kituri), au fost: Festivalul Național de Teatru, Festivalul Internațional de Teatru Pentru Copii 1001 Povești, Gala HOP! a tinerilor actori, Festivalul Internațional de Jazz Sibiu, Gărâna Jazz Festival.

Activități de marketing pentru canalul TVR 3

Obiectivele echipei de marketing din București pentru **TVR 3** au fost: crearea de notorietate la nivel național pentru acest canal, poziționarea produsului pe piața media prin promovarea atributelor și beneficiilor principale și specifice, atragerea unui public cât mai numeros spre vizionare, crearea unei imagini pozitive, favorabile asupra noului brand al TVR.

Pe parcursul anului 2009, poziționarea canalului TVR 3 ca singurul post cu acoperire națională dedicat problemelor comunităților regionale a fost susținută și s-a concretizat prin realizarea și mediatizarea la nivel central a unor parteneriate pentru evenimente culturale, sportive și de mediu, relevante la nivel național, care au implicat acțiuni personalizate în mai multe regiuni ale țării.

Printre **evenimentele sportive** de acest fel se numără Campionatul Național de Baschet și Liga Națională de Handbal, pentru care TVR 3 a realizat transmisiuni directe, săptămânale, din mai multe orașe ale țării. În cadrul acestui proiect, toate spațiile în care s-au desfășurat meciuri au fost personalizate cu bannere cu însemnele TVR 3.

Un eveniment muzical important în care TVR 3 a fost implicat a fost Festivalul Internațional de Muzică pentru Copii **Cerbul de Aur Junior** (6-9 august, Piatra Neamț). TVR 3, în calitate de co-producător al evenimentului, a beneficiat de un mix de promovare divers, care a inclus branding, spoturi tv, mediatizare în programul de sală al evenimentului, prezența pe toate materialele tipărite dedicate proiectului (afișe, flyere, invitații etc.), realizarea unui mini-site dedicat.

Al treilea tip de evenimente, desfășurate la nivel național cu implicații locale, au fost **proiectele eco**, de tipul „Mișcării de reciclare” - campanie națională având ca scop **conștientizarea și informarea publicului cu privire la reciclarea ambalajelor și a deșeurilor electrice, electronice și electrocasnice**. Programul, desfășurat sub patronajul Ministerului Mediului, s-a derulat până în luna septembrie 2009 și a inclus acțiuni (printre care concerte pentru public și evenimente de stradă) desfășurate în 12 localități din țară. În fiecare dintre acestea, TVR 3 a fost prezent pe afișe și flyere, dar și prin personalizarea unor spații. De asemenea, TVR 3 a susținut evenimentele prin difuzarea de spoturi tv, comunicate de presă, precum și prin difuzarea de programe asociate.

Pe lângă proiectele realizate la nivel național de echipa centrală de marketing, au fost susținute punctual și **proiecte de anvergură locală sau regională**, în care TVR 3 a fost implicat în calitate de co-producător sau partener. Printre acestea se numără: Ziua Europei la TVR 3 (9 mai), Festivalul Internațional de Teatru de Stradă „**B-FIT in the Street!**” (ediția a II-a), **Muzici și Tradiții în Cișmigiu** (19-21 iunie), **Parcul artelor** (ediția a II-a, 19-21 iunie, **Parcul Național, la Centrul Cultural Mihai Eminescu-București**), Zilele Bucureștiului (12-20 septembrie), Festivalul Internațional pentru Copii și Tineret „**Steaua Carpaților**” (14-20 decembrie, Brașov), Gala Superlativele VIP-2009, (15

decembrie, Palatul Știrbey, București), proiectul „Cred în Moș Crăciun” (5 - 24 decembrie 2009, Parcul Cișmigiu, București), Târgul „Tradiții de Crăciun” (18- 27 decembrie 2009, Parcul Herăstrău, București), evenimentul „Gala Baschetului Românesc 2009” (17 decembrie, București), proiectul „2112” (21 decembrie, Piața Universității, București), Revelion 2010 (Piața Constituției, București).

Programele TVR 3 de prime-time au fost incluse și promovate săptămânal prin meniuri difuzate în cross pe toate canalele TVR, în cadrul platformei de comunicare „Alege ce vezi. Numai la TVR”.

Activități de marketing pentru canalele TVR INFO și TVR Internațional

TVR INFO a fost lansat simbolic pe 31 decembrie 2008, de ziua Televiziunii Române, printr-o spectaculoasă transmisie în direct, din elicopter, în cadrul principalei emisiuni informative a canalului TVR 1. A fost poziționat și promovat în 2009 ca un post cu un mix unic de informații în media românească. În decembrie 2009, a fost marcat un an de la lansare, prin activități de PR și printr-o extensie a pachetului de identitate.

Aceștiile de marketing pentru canalul **TVR Internațional** au constat în primul rând în promovarea on air a emisiunilor proprii și a filmelor, apoi a emisiunilor preluate din portofoliul celorlalte canale ale TVR. În 2009, Serviciul Producție Promo a realizat pentru TVR Internațional peste 500 de promouri. Principalele campanii susținute au fost: „Omagiu”, „Amintiri din Calidor”, „Lumină din Lumină”, „Bucurie Creștină”, „Sunt Român”, „Autentic românesc”, „E Vremea Bucuriei”, „Premiile TVRi”. TVR Internațional a beneficiat de aproximativ 20 de pachete grafice pentru emisiuni (ediții speciale, programe utilitare, emisiuni informative pentru români din străinătate) și pentru proiecte speciale.

Sponsorizare

Pentru că eficientizarea costurilor a însemnat utilizarea neconvențională a promovării on air (introducerea unor noi modalități grafice de promovare on air), web și PR, în paralel cu activitățile mai sus menționate, echipa de marketing a realizat, în 2009, o serie de proiecte speciale care vizează sponsorizarea și asocierea de imagine a unor branduri cunoscute de pe piață cu programe difuzate de televiziunea publică, fie ele seriale premium („Hannah Montana”, seria „Jamie Oliver”), programe culturale („Garantat 100%”) sau show-uri de divertisment (Festivalul Cerbul de Aur). Deși necesită mai multe resurse decât o campanie tv standard, cu spot de 30 de secunde, rezultatele acestor proiecte din ultimii ani demonstrează clar că ele funcționează și că sunt următorul pas în dezvoltarea publicității contextualizate și personalizate.

Parteneriate media

De asemenea, parteneriatele media au continuat să fie și în 2009 o componentă importantă a strategiei de promovare prin asocierea imaginii canalelor TVR cu peste 50 de evenimente muzicale, sportive sau de lifestyle, în funcție de publicul țintă, în calitate de partener sau co-producător (cu menționarea canalului partener pe materialele de prezentare și promovare a evenimentului - bannere, afișe, pliante, invitații, bilete, evenimente BTL la locație etc.). Echipele de producție de marketing (promo, videografică și BTL) au susținut activitățile curente, realizând in house conceptul și producția pentru pachete grafice ale programelor, evenimente de lansare și campanii on air și web.

Comunicarea și organizarea de evenimente

Echipa de PR de produs desfășoară activități curente de relații cu presa, cu publicul și implementează strategia de comunicare a programelor TVR către diferite categorii de public extern (mass-media, parteneri, telespectatori etc.), în paralel cu activitățile complementare ale Biroului de Presă, ce realizează comunicarea de tip instituțional (corporate) a organizației. Începând cu ultimul trimestru al anului 2008 (în urma includerii echipelor de PR și marketing în aceeași structură) și continuând pe parcursul anului 2009, activitatea de PR a sprijinit activ și constant strategia de marketing a canalelor TVR, cu acțiuni specifice concretizate pe multiple direcții, cele mai importante fiind: programe, evenimente, campanii, grile noi, vedete, momente aniversare.

În anul 2009, activitatea de comunicare de produs prin promovarea către publicul larg și presă a programelor de pe canalele TVR a fost realizată de o echipă de două persoane, cu excepția a patru luni (iulie – octombrie) când comunicarea a fost asigurată de o singură persoană. Activitatea de PR a fost desfășurată susținut în anul trecut, chiar dacă în 2009 colectivul a fost redus la minimum, iar izolarea TVR pe piața media a făcut ca, în lipsa bugetelor de publicitate, promovarea în presa centrală (parte a unor grupuri media cu stații TV și interese proprii) să fie din ce în ce mai dificilă. Acest lucru a fost totuși surmontat prin încheierea unor parteneriate strategice de comunicare.

În aceste condiții, în 2009, au fost trimise 301 comunicate de presă, 36 de newslettere săptămânale și s-a răspuns la nenumărate solicitări de informații venite din partea telespectatorilor și a jurnaliștilor, despre programele, audientele, evenimentele sau vedetele TVR.

Separat, au fost inițiate și realizate numeroase materiale ample în presa scrisă sau online despre vedetele și programele TVR. Toate acestea au necesitat mai multe zile de pregătiri, întâlniri, ședințe foto, participări la interviuri, discuții, corecturi etc. Un capitol aparte îl reprezintă activitatea de furnizare și actualizare a informațiilor pe site-ul TVR în ceea ce privește vedetele, prezentarea emisiunilor, a evenimentelor, a mini-

site-urilor diverselor programe, evenimente, cu precădere în momentul lansării noilor grile de programe.

În 2009, activitățile de PR pentru programe s-au reflectat într-o serie de **evenimente** (conferințe de presă, mese rotunde) la care jurnaliștii au fost invitați la TVR: cele trei spectacole de selecție națională Eurovision 2009, emisiunea de după concurs, întâlnirea cu Sakis Rouvas (artistul care a reprezentat Grecia la Eurovision, invitat la TVR în turneu de promovare), întâlnirea cu echipa Eurovision înainte de plecarea la Moscova, conferința de presă organizată cu ocazia sosirii în România a Miss Universe 2008 pentru participarea la selecția națională Miss Universe România 2009, transmisă de TVR 1, Gala UNICEF, Gala Crucea Roșie, debutul transmisiunilor din UEFA Champions League. De fiecare dată, participarea jurnaliștilor a fost impresionantă, iar materialele generate în presă au fost numeroase.

Activități de ampolare pe partea de PR au fost derulate în 2009 pentru **proiecte speciale** precum: Eurovision, UEFA Champions League, „Restaurare”, concursuri legate de documentarele cu Jamie Oliver, Festivalul George Enescu, reposiționarea emisiunilor informative ale TVR.

Pe lângă sutele de articole generate de comunicatele și recomandările trimise, activitățile de PR s-au concretizat și în materiale ample precum: interviul, în premieră pentru România, acordat de Jamie Oliver și publicat în revista Story, ilustrarea copertelor mai multor publicații cu vedete TVR: Alina Sorescu (Click TV), Alexandra Velniciuc (Timpul Liber), Leonard Miron (Timpul Liber), Iuliana Tudor (Adevărul TV, TV Satelit, PRO TV Magazin, Ce se întâmplă doctore?, Evenimentul TV, Timpul Liber), Elena Gheorghe (Evenimentul Zilei, VIP, Timpul Liber, TV Mania, Click TV, Jurnalul TV), Cătălin Ștefănescu (Timpul Liber), Giulia Nahmany (Evenimentul TV, Oblique Magazin), Ruxandra Gheorghe (Evenimentul TV), Mihai Rădulescu (Stil&Elan), Iuliana Marcicu (Felicia), Marioara Murărescu (VIP), Eugenia Vodă (Timpul Liber), Malvina Cserveschi (Adevărul TV), Monica Ghiurco (Ioana Horoscop), serialul Dr. House (Revista Romtelecom Dolce). De asemenea, activitățile de PR s-au concretizat în materiale ample despre: marile competiții transmise de TVR (Formula 1, Campionatul Mondial de Patinaj Artistic, UEFA Champions League), programele de Paște, campania „Restaurare”, grilele noi de programe, seriale, interviuri cu vedetele TVR.

Producția de Promo

Alături de activitățile de PR, promovarea on air a reprezentat și în anul 2009 unul dintre principalele mijloace de expunere media pentru canalele TVR. Printre rezultatele pozitive ale echipei se poate menționa implementarea a două noi moduri de promovare on-air foarte eficiente: meniurile grafice animate, care anunță pe scurt programele unui tronson orar, și benzile on-screen, afișate periodic pe ecran în timpul programelor,

utilizate pentru autopromovarea programelor importante care vor fi difuzate pe post în perioada imediat următoare.

De asemenea, în 2009 s-a încheiat procesul de automatizare a transferului dintre grupurile de montaj ale Serviciului Promo și serverul de difuzare a spoturilor de promovare. Acest fapt a dus la creșterea calității semnalului video, un control mai mare și o eficientizare a fluxului de lucru în procesul de mediaplanning.

Principalele probleme în implementarea strategiei de on air au rămas subdimensionarea echipei de producție promo, spațiile de promovare on-air insuficiente și variabile în grile, restricțiile legale de plasarea spoturilor doar între programe, ceea ce duce la scăderea eficienței lor, precum și schimbările de programe, ce duc la modificări dese ale strategiei de creație, producție și planificare a autopromovarii on air.

La nivel de canal, în 2009, echipa internă a realizat **aproximativ 450 de campanii de promovare de produs** pentru edițiile/episoadele diverselor programe difuzate de TVR 1. Fiecare campanie a cuprins cel puțin o execuție a unui spot de autopromovare (de diverse tipuri: teaser, revealer, testimonial, concurs, punctual etc.) pentru ediții, programe sau serii de programe (peste 900 de spoturi distincte). Aceste campanii au fost grupate în peste 6.200 de calupuri realizate, programate, urmărite și difuzate pe parcursul anului 2009 de echipa de mediaplanneri.

Campaniile majore on air au fost dedicate următoarelor programe: meciurile UEFA Champions League (peste 35 de execuții), proiectul „Restaurare” (aproximativ 30 de execuții distincte), Festivalului Cerbul de Aur (25 de tipuri de promo), Eurovision (peste 15 execuții individuale), Gala UNICEF (13 tipuri de spoturi de autopromovare), programul „Revelion 2010” (12 spoturi). La acestea se adaugă **materiale on air conexe** (filme corporate), precum și spoturi video pentru promovarea pe ecrane stradale și spoturi de radio.

Pentru TVR 2, **aproximativ 380 de ediții** de emisiune și linii de programe au beneficiat de campanii de promovare on air difuzate atât pe TVR 2, cât și în cross pe celelalte canale ale TVR (prin spoturi punctuale, de tip line-up etc.). Din punctul de vedere al mediaplanningului s-au realizat aproximativ 5.410 calupuri promo.

Totodată, s-au realizat **peste 210 campanii de promovare on air** pentru edițiile sau liniile de programe **TVR 3** (spoturi de autopromovare punctuale, de tip line-up, spoturi cu sponsori etc.), create de echipa centrală sau preluate de la echipele teritoriale, personalizate, incluse în sistem, planificate și difuzate. Din punctul de vedere al mediaplanningului, s-au realizat aproximativ 5.475 de calupuri promo.

TVR Cultural a beneficiat de peste **370 de spoturi** pentru edițiile emisiunilor sau pentru linii de programe. Din punctul de vedere al mediaplanningului, s-au realizat, planificat și difuzat peste 4.480 de calupuri promo.

În cazul **TVR Internațional**, s-au realizat peste 495 de spoturi de autopromovare grupate în peste 5.775 de calupuri promo. Principalele campanii susținute au fost: „Omagiu”, „Amintiri din Calidor”, „Lumină din Lumină”, „Bucurie Creștină”, „Sunt Român”, „Autentic Românesc” și „E Vremea Bucuriei”.

Ținând cont de specificul **TVR INFO**, pentru acest canal s-au realizat aproximativ 25 de campanii on air de autopromovare, difuzate inclusiv în cross pe celelalte posturi ale TVR.

De asemenea, în 2009, a continuat promovarea on air prin spoturi personalizate, realizate în format HD și dedicate programelor difuzate pe **TVR HD**.

La nivelul platformei de comunicare „Alege ce vezi. Numai la TVR” au fost realizate peste 350 de spoturi de tipul „Astă seară la TVR”, prezentând programele de prime-time pentru TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural și TVR INFO. În paralel, echipa de producție on air a realizat spoturi video pentru campaniile de promovare ATL derulate de echipa de marketing pe ecrane outdoor și prin spoturi radio pentru promovarea stațiilor TVR în cadrul unor campanii. Au fost realizate aproximativ 30 de spoturi radio pentru promovarea TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural, prin intermediul programelor de Revelion, UEFA Champions League, „Restaurare”. Campaniile de on air au fost susținute prin 88 de filmări pe teren, realizate de echipa Beta din cadrul Serviciului Producție Promo.

Videografică

Printre proiectele majore ale Serviciului Videografică menționăm **pachetul de identitate on air a canalului TVR 1**. Din 29 martie 2009, odată cu schimbarea strategiei de programming și a structurii grilei TVR 1, principalul canal al televiziunii publice a lansat un nou pachet de identitate, realizat integral in house. Aceasta a pornit de la conceptul potrivit căruia în programele TVR 1 se reflectă cel mai bine și mai precis evenimentele importante pentru români, lucru transpus vizual prin realizarea a 21 de ID-uri de post, fiecare cu câte trei semnături. Execuțiile au fost declinate pe anotimpuri, iar o parte au fost personalizate pentru a susține mai bine programele pilon și evenimentele de marcă ale canalului (UEFA Champions League, „Restaurare”, programul special de 1 Decembrie, Cerbul de Aur, programele de Crăciun și Revelion). Pachetul de identitate a inclus execuții pentru atenționări parentale și atenționări CNA, precum și execuții personalizate pentru diverse tipuri de promo (ex: „Din episodul următor”, „În această seară la TVR 1”, „Acum la TVR 1”, „Urmează la TVR 1”, „Mâine la TVR 1”, „Mâine seară la TVR 1”), meniuri animate, pachete grafice pentru line-up-uri etc. **Un pachet de identitate on air nou a fost realizat pentru TVR Internațional** în toamna anului 2009. Acesta a inclus opt ID-uri de stație cu câte trei semnături, declinate pentru toamnă și iarnă, 57 de clipuri de atenționare, packaging promo, animații grafice specifice grilei TVRi, bucla de fugă pentru emisie.

Un alt proiect important realizat de Serviciul Videografică a fost **pachetul unitar de identitate pentru emisiunile informative** ale canalelor TVR 1 și TVR 2. Pachetul complex a inclus elemente de grafică on air create pentru fiecare dintre programele componente („Telejurnal”, „Ora de Știri”, „Sport”, „Sport Plus”, „Ediție specială”, „Meteo”), elemente grafice de suport pentru cadrul scenografic, jingle-uri speciale pentru subdiviziunile editoriale ale fiecărui program („Breaking News”, „Ediție specială”, „Tema zilei”, „Urmează...” – pentru Telejurnal; „Anchetă”, „Buletin F1”, „Cockpit”, „Interviu ediției”, „Interviu zilei”, „Invitatul ediției”, „Invitatul zilei”, „La zi în F1”, „Sport curat”, „Tricolorii”, „Subiectul zilei”, „Campania Sport Curat”, „Sport Plus”, „Auto Moto” – pentru rubrica Sport). De asemenea, au fost realizate elemente grafice pentru susținerea informațiilor (background pentru text, headlines, over the shoulder, ferestre egale, ferestre inegale, grafica „prin telefon” etc.). Pachetul a inclus și execuții off air (layout pentru microfoanele pentru „Telejurnal”, layout pentru inscripționarea camerelor și a trepiedurilor TVR, layouturi pentru personalizarea parcului auto).

Echipa de designeri a creat integral in house și pachetele grafice ale următoarelor evenimentelor difuzate de canalele TVR în 2009: Eurovision, Gala Unicef, Cerbul de Aur, UEFA Champions League, programul „Restaurare”, emisiuni dedicate alegerilor europarlamentare și prezidențiale. Pachetele de design on air pentru aceste evenimente au inclus elemente video pentru împachetarea trasmisiunilor, elemente grafice pentru promouri, elemente video SD și HD, suport pentru cadrul scenografic etc.

Pachetele **off air** au inclus realizarea in house a designului și a producției de tipărituri de diverse categorii: materiale de promovare și decorare a locațiilor (postere, afișe, bannere stradale, machete de presă etc.), materiale de reprezentare (mape de presă, inserturi, blocnotesuri etc.), materiale promoționale (stegulețe, ceasuri de perete etc.), bilete și invitații (personalizate pe categorii), însemne oficiale pentru participanți (diplome, placete etc.), signalistică (cartoline acces auto, legitimații de acces de diverse tipuri etc.).

Pachete grafice au fost realizate și pentru următoarele proiecte **corporate**: platforma de comunicare „Alege ce vezi. Numai la TVR”, campania „TVR te îndeamnă să vezi”, pachete de design și producție pentru materiale de reprezentare corporate (agende, materiale promoționale etc.), signalistică internă (panouri de prezentare pentru holuri, săli de conferință, steaguri, totemuri luminoase pentru exterior, etc.), filme de prezentare corporate pentru prezentări interne și externe (rapoarte de activitate, prezentări pentru licitații etc.).

Grafică pentru emisiuni curente

În decursul anului 2009, echipa de design a realizat și adaptat peste 140 de pachete grafice on și off air, de diverse complexități, pentru emisiunile difuzate de

canalele televiziunii publice (emisiuni politice, de divertisment, programe pentru copii, folclorice, buletine informative, evenimente muzicale, programe utilitare sau transmisiuni sportive). Dintre acestea, peste 50 au fost implementate pentru **TVR 1**. Pachetele au cuprins, în funcție de complexitate, elemente de împachetare on air, suport pentru cadrul scenografic (video și print), elemente grafice de suport (hărți, diagrame etc.), elemente pentru design website, pachete de print. Totodată, s-au realizat peste 15 pachete grafice de diverse complexități pentru **TVR 2**.

Pentru **TVR 3**, au fost realizate peste 14 proiecte de design, atât pentru pachetul de identitate a postului, cât și pentru programele sale. Astfel, au fost concepute, realizate și implementate marcatoare dreptunghiulare animate pentru toate studiourile regionale, au fost realizate ID-uri de post speciale pentru a marca împlinirea unui an de **TVR 3**, materiale printate și layoutul inscripționării materialelor promovaționale oferite cu ocazia sărbătoririi unui an de **TVR 3**. Pachetul de identitate a beneficiat de ID-uri personalizate pentru Crăciun și Revelion. Un alt proiect important a fost redesenarea pachetului de identitate pentru Jurnalul regional, odată cu alinierea la noua strategie a grilelor canalelor **TVR**. Au fost realizate o serie de completări ale designului on air al unor programe **TVR 3** („Casa și gradina”, „Prichindeliada”, „Spirit și Credință”, „Magazin sportiv”, „Izvoare de sănătate”, „Descriptio Moldavie”, „Țara lui Piticot”, „Televiziunea mea”, „Arca lui Peter”). O serie de programe au beneficiat de pachete de design on air („Necunoscuții de lângă noi”, „Calea Dorobanților 191”, „Club **TVR 3**”, „Matinal”, „Cerbul de Aur Junior”, „Săptămâna artelor”, „Parcul artelor”, „Zilele Bucureștiului”).

Peste 14 programe difuzate de **TVR Cultural** au beneficiat de împachetare grafică nouă sau de suport grafic off-air. De asemenea, a fost completat pachetul de identitate a postului cu noile mesaje de atenționare.

Pe lângă proiectul major de realizare a unui nou pachet de identitate on air și off air (implementat odată cu grila de toamnă 2009), pentru **TVR International** au fost realizate peste 10 pachete grafice de emisiune (ediții speciale, programe utilitare, emisiuni informative pentru românii din străinătate).

Ca și în cazul **TVR 3**, pachetele de identitate on și off fair ale noului canal **TVR INFO** au fost create intern, de echipa de broadcast design, și a inclus concept și design de elemente vizuale de identitate și style guide de implementare, care au fost extinse la un an de la lansare (decembrie 2009). În paralel, au fost realizate pachete grafice pentru diverse tipuri de programe difuzate de post. Pentru **TVR HD** au fost upgradeate elementele de identitate on air.

Activități de organizare și eficientizare a activității

În anul 2009, echipa de design a actualizat, pe baza observațiilor din perioada anterioară, Regulamentul de realizare a pachetelor grafice pentru emisiuni, transformându-l în Regulamentul privitor la proiectele de design grafic realizate în

cadrul Serviciului Videografică, Directia Marketing și Comunicare de Produs. Astfel, a fost actualizat formularul de broadcast design, completat cu brief-ul de broadcast design. De asemenea, s-a realizat actualizarea formularului de Print design și completarea cu brief-ul de Print design, introducerea formularului de Pachet de identitate de canal și a brief-ului de pachet grafic pentru identitate de canal.

Serviciul Coordonare Vânzări

Are ca sarcini principale coordonarea și supervizarea derulării în bune condiții, din punct de vedere comercial, a contractului cu compania care gestionează spațiul publicitar al canalelor SRTv și identificarea și atragerea în mod direct de surse de finanțare suplimentare pentru diverse emisiuni cuprinse în grila de programe, urmate de negocierea și urmărirea realizării contractelor de sponsorizare.

O altă sarcină a serviciul Coordonare Vânzări este primirea, selectarea, planificarea și urmărirea difuzării campaniilor sociale și de interes general, recomandate de CNA. De asemenea, membrii echipei participă activ la negocierile contractelor de coproducție, în sensul punerii la dispoziția partenerilor a unor propuneri de mediatizare a acestora, care permit achiziționarea sau realizarea proiectului fără plăti directe sau cu costuri foarte mici.

De asemenea, echipa Coordonare Vânzări monitorizează, prelucrează, centralizează și raportează lunar fișa F1 privitoare la sursa ilustrației muzicale utilizate în clipurile de autopromovare și în spoturile de interes necomercial și culturale pentru toate canalele SRTv.

Principalele **probleme** în încheierea contractelor de tip sponsorizare au fost cauzate de căderea dramatică a pieței de publicitate, de personalul insuficient, îmbătrânit, de lipsa trainingurilor, a unei scheme de motivare financiară pentru vânzări, de audiența majorității programelor ofertate, de poziționarea și stabilitatea lor în grilă și, în unele cazuri, de lipsa, în timp util, a informațiilor despre emisiuni, pentru a face propuneri și a negocia contracte, în condițiile în care bugetele de media și proiecte speciale ale clientilor serioși de publicitate de pe piață se formează cu un an înainte. Totodată, sunt de menționat restricțiile legislative și (încă) lipsa de familiaritate a pieței media cu avantajele folosirii acestui instrument eficient de promovare. Cu toate acestea, datorită eforturilor deosebite în această direcție, veniturile din contractele de sponsorizare (în bani, produse/obiecte etc.) pe care le-a inițiat și/sau negociații Serviciul Coordonare Vânzări pentru cele șase canale ale TVR pe parcursul lui 2009 au continuat să se situeze pe un trend crescător, început în anii 2007-2008. Astfel, s-a înregistrat o creștere semnificativă, de peste 36%, față de volumul atras în 2008, precum și o creștere de 181% a volumului de sponsorizări in cash atrase în comparație cu anul anterior. De asemenea, numărul de contracte încheiate a crescut cu 60% în 2009, față de 2008.

În calitate de televiziune publică, TVR a acordat, ca și în anii precedenți, o atenție deosebită difuzării de **campanii de interes public** pe toate canalele sale, fie că au venit de la instituțiile statului (ministere, Guvern, agenții guvernamentale), fie de la fundații și asociații non-profit. Astfel, în 2009, au fost promovate peste 95 de astfel de campanii, ajungându-se la un număr de aproximativ 16.200 de difuzări. Înțînd cont de conținutul mesajului, TVR a difuzat campanii cu caracter umanitar („Donează sânge, salvează o viață!”), campanii de interes național, campanii de informare a populației („100% confort termic”, inițiată de Ministerul Dezvoltării Regionale și Locuinței), campanii de interes general despre prevenția medicală („Protejează-te de AN1H1”), campanii pentru protejarea mediului înconjurător („Stop poluării”, „Nu amesteca lucrurile”), pentru încurajarea turismului intern („Sărbători în România” – inițiat de Ministerul Turismului), pentru combaterea pirateriei (Uniunea Producătorilor de Fonograme din România), sociale („Fii mamă socială!”, „Copii dispăruți”, „Prietenul din copilărie”), pentru protecția animalelor („Sterilează! Stop abandonului”), campanii culturale cum ar fi cele pentru festivaluri naționale și internaționale de film, teatru și muzică simfonică (Festivalul Astra, Sighișoara Film Festival etc.).

Nu în ultimul rând, TVR a mediatizat intensiv premierele teatrale și cinematografice românești, prin acorduri încheiate cu instituții teatrale și Consiliul Național al Cinematografiei.

Analiză și cercetare

Activitățile colectivului Analiză și cercetare din cadrul Direcției Marketing și Comunicare de Produs se încadrează în două direcții principale: prima direcție vizează proiecte realizate de echipa de sociologi și monitori privind **asigurarea respectării principiului informării corecte și a pluralismului politic**. Acest obiectiv a fost realizat prin două tipuri de activități: pe de o parte, monitorizarea cantitativă curentă (zilnică) a intervențiilor persoanelor politice în programele TVR (constând în monitorizarea duratălor și în numărul de apariții în emisiunile informative și în alte programe) și raportarea săptămânală și lunară a datelor de monitorizare către principalele structuri din TVR. Pe de altă parte, colectivul Analiză și cercetare a monitorizat expunerea campaniilor electorale la posturile televiziunii publice (durate, număr de apariții).

2009 a fost, ca și anul 2008, unul cu o puternică mediatizare politică datorată alegerilor europarlamentare și prezidențiale, precum și referendumului național din 22 noiembrie, privind structura Parlamentului României.

Ca serviciu public, TVR are obiective precise, de respectare a principiilor informării corecte, a pluralismului și echidistanței, reglementate prin decizii ale CNA: Decizia nr. 187/2006, privind codul de reglementare a conținutului audiovizual, deciziile privind regulile reflectării în audiovizual a campaniilor electorale (Decizia nr. 391/2009, Decizia nr. 911/2009, Decizia nr. 853/2009).

În acest sens, în anul 2009 s-a pus un accent deosebit pe activitatea de monitorizare a aparițiilor persoanelor politice pe toate canalele Televiziunii Române, a întregului program, astfel încât să se respecte ponderile prevăzute legal, atât ca frecvența de apariție, cât și ca durată a intervențiilor.

Televiziunea Română a reușit prin toate canalele sale să asigure un echilibru al prezenței politicului pe ecran fapt confirmat și de analiza OSCE. Monitorizarea cantitativă curentă, ce acoperă întreg programul transmis de televiziunea publică, a permis ajustarea în timp util a eventualelor dezechilibre. Monitorizarea specială a campaniilor electorale, în plus față de monitorizarea curentă, a permis exercitarea unui control asupra respectării timpilor de antenă conveniți cu partidele politice, precum și a repartizării pe canale tv.

Un al doilea scop al activităților realizate de echipa de cercetare și analiză este oferirea suportului pentru îmbunătățirea calității programelor, diversificarea ofertei, fundamentarea elaborării grilelor de programe, a strategiei de canal, obiective strategice ale TVR.

Printre materialele realizate în acest sens se numără: rapoarte zilnice și la cerere privind indicatorii de audiență, analiza comparativă a grilelor principalelor canale ale TVR cu cele ale posturilor publice TV din Europa, analize calitative ale emisiunilor TVR.

În 2010, în măsura în care se va surmonta problematica legată de criza financiară, se vor relua cercetările calitative focusate pe public, privind imaginea socială a televiziunii publice, privind așteptările publicului român din străinătate față de programele postului public. Pe lângă acest lucru, cercetarea internă se va axa pe problema calității programelor și a îmbunătățirii structurii grilelor de programe.

Obiective 2010

Printre obiectivele pe 2010 se numără și continuarea unei comunicări cât mai strânsă cu regia de publicitate pentru a împacheta, cât mai atractiv, produsele TVR pentru clienții de publicitate, în condițiile noilor reglementări media și a noilor canale intrate în portofoliul TVR. De asemenea, avem în vedere utilizarea cât mai eficientă a resurselor financiare și umane și o atenție deosebită acordată activităților de marketing orientate spre consumator, care presupun interacțiunea cu brandul de televiziune (concursuri, forumuri, campanii pe noile medii, evenimente cu presa și publicul etc.). Se va acorda o atenție deosebită în promovare proiectelor majore (Eurovision, UEFA Champions League, 2010 FIFA World Cup Africa de Sud etc.) și a pilonilor fiecărei grile.



COMUNICARE INTERNALĂ ȘI DE CORPORAȚIE. RELAȚII INTERNAȚIONALE



CAPITOLUL 10: COMUNICAREA DE CORPORAȚIE ȘI COMUNICAREA INTERNĂ

În cadrul Cancelariei Președintelui-Director General sunt incluse mai multe birouri și servicii, printre care Biroul de Presă, Biroul de Comunicare Internă, Biroul de Relații cu Publicul, Registratura Generală și Serviciul Relații Internaționale.

I. Comunicarea de corporație

Comunicarea de corporație include activități de relații publice, conform strategiei de comunicare a TVR cu diferitele categorii de public extern - autorități, telespectatori, organizații neguvernamentale, parteneri, mass-media etc. Aceste acțiuni sunt desfășurate de Biroul de Presă și Biroul de Relații cu Publicul, care fac parte din Cancelaria Președintelui-Director General.

Specialiștii în relații publice ai Biroului de Presă depun eforturi permanente pentru îmbunătățirea imaginii corporației și găsesc soluții de atenuare a eventualelor percepții negative, generate pe piața media, printr-o comunicare constantă, eficientă și onestă cu reprezentanții mass-media, societatea civilă, instituțiile publice și, după caz, chiar cu telespectatorii.

Specialiștii în relații publice ai Biroului de Presă formulează răspunsurile care vizează informațiile de tip corporate pentru solicitările primite în baza Legii 544/2001 privind accesul la informațiile de interes public, la diferitele reclamații/petiții, actualizează informațiile de pe site și din broșurile de prezentare ale corporației, coordonează comunicarea pentru evenimente majore ale Televiziunii Române, intermediază relația dintre managementul instituției și mass-media prin întâlniri și interviuri.

Biroul de Relații cu Publicul se ocupă de solicitările venite din partea telespectatorilor, sub formă de scrisori, e-mail-uri sau telefoane.

Performanțele Biroului de Presă

Pe parcursul anului 2009, Biroul de Presă al TVR a transmis aproximativ 80 de comunicate. Printre subiectele aduse la cunoștința publicului, prin intermediul comunicatelor, au figurat: informații cu privire la strategia TVR pentru a acoperi evenimente precum referendumul, alegerile europarlamentare și prezidențiale, despre întâlnirile conducerii TVR cu românii din Republica Moldova, Italia sau SUA, „bilanțurile” TVR Internațional, TVR INFO și TVR Târgu Mureș în momentul aniversării a 14, respectiv un an de la debutul pe piața media; evenimentele speciale organizate de TVR: Cerbul de Aur, Cerbul de Aur Junior, Callatis, Festivalul DocumFest – realizat de TVR Timișoara, „Experimentul Stradivarius, realizat împreună cu Alexandru Tomescu; performanțele

înregistrate de site-ul televiziunii publice www.tvr.ro; obținerea drepturilor de transmisie în exclusivitate a Campionatului European de Fotbal din 2012 și a drepturilor pentru transmisiunile directe, reluările și rezumatele meciurilor oficiale ale tuturor echipelor naționale de fotbal (seniori, tineret, juniori, senioare și futsal) în perioada 2010-2011; comunicate despre programele TVR 3 și TVR INFO; performanțele angajaților TVR – exemplu obținerea a 11 premii APTR, realegerea lui Ioan Todan în funcția de vicepreședinte al Comitetului Sport EBU; diferite precizări și luări de poziție pe teme precum: situația corespondentului TVR în Republica Moldova, în timpul turbulențelor de stradă de la Chișinău, situația contractelor dintre SRTv și companiile de telefonie mobilă etc.

Evenimentul care a marcat anul 2009 a fost ediția a XVII-a a Festivalului Cerbul de Aur. În timpul acestui eveniment s-au desfășurat zilnic mai multe conferințe de presă. Biroul de Presă a coordonat comunicarea pentru Festivalul Cerbul de Aur și, alături de specialiștii în relații publice de la Biroul de Comunicare Internă, a asigurat activitatea Centrului de Presă a Festivalului, care a funcționat la Brașov, pe toată perioada evenimentului: 2-7 septembrie.

Pentru promovarea Festivalului Cerbul de Aur, Biroul de Presă a organizat conferințe și sesiuni de interviuri cu invitații români și străini, a transmis comunicate, a intermediat articole de presă și a răspuns solicitărilor mass-media. Instrumente și tactici de promovare:

- intermedierea de interviuri, feature-uri etc. în publicații tipărite și online, la radiouri și alte televiziuni, utilizându-se ca vectori de imagine vedetele invitate în festival;
- transmiterea de comunicate de presă și informări cu privire la evenimentele zilnice din perioada festivalului către publicații tipărite și online, radiouri și televiziuni, centrale și locale/regionale, agenții de știri;
- intermedierea de apariții în emisiuni tv pentru unii membri ai echipei proiectului Festivalul Cerbul de Aur 2009 (Mihai Constantin și Aurelian Temișan – la „Tema zilei din cadrul” „Telejurnalului”);
- propunerea de diverse abordări ale subiectului Cerbul de Aur, pentru mai multe categorii de publicații (tipărite și online) și, deci, de public;
- cotidiene generaliste cu tiraje importante (Jurnalul național, Evenimentul zilei, Adevărul) sau online (libertatea.ro, evz.ro) – ex.: interviuri cu Directia 5, Dida Drăgan, Mihai Constantin, Aurelian Temișan, Alexandra Tararache, Raluca Hogyes, Iuliana Marciuc;
- intermedierea, înaintea începerii evenimentului, de interviuri cu Tiziano Ferro la posturile de radio: Kiss FM, Radio România Actualități, precum și la Telejurnalul TVR;

- ghiduri și suplimente tv (Pro TV Magazin, Jurnalul TV, Adevărul TV, Click TV, Zile și nopți);
- intermedierea, în timpul festivalului, de interviuri cu Steve Vai și Tiziano Ferro la Evenimentul Zilei, TVR, Mediafax, Agerpres, B1 TV, Realitatea TV, Radio Timișoara,
- actualizarea site-ului Cerbul de Aur <http://www2.tvr.ro/cerbuldeaur/> cu informații și fotografii;
- punerea la dispoziția televiziunilor și a site-urilor a unor calupuri de imagini din cadrul Festivalului;
- realizarea unui parteneriat cu emisiunea lui Răzvan Dumitrescu de la Radio 21 care a dedicat spații ample evenimentului;
- realizarea de parteneriat cu bloguri de succes - pe parcursul concertului Vama, un grup de bloggeri au transmis live impresii și diferite imagini din backstage.
- monitorizarea și soluționarea mesajelor venite pe adresa de e-mail a Biroului de Presă cu privire la Cerbul de Aur;
- sesiuni foto și de interviuri cu Steve Vai, Tiziano Ferro, concurenții români și străini din cadrul Festivalului.

Au fost organizate numeroase evenimente: o întâlnire informală între organizatori și ziaristi înaintea începerii Cerbului de Aur; conferințe pe parcursul evenimentului: trei conferințe cu concurenții, o conferință cu organizatorii, conferințe cu membrii juriului, conferințe cu Hot Chocolate, Holograf, Direcția 5, Vama, Loredana, Steve Vai, Tiziano Ferro; la câteva minute după anunțarea câștigătorilor premiilor festivalului a fost organizat un moment pentru declarații de presă la cald, în mijlocul arenei, și o scurtă ședință foto; organizarea și gestionarea Centrului de Presă de la Brașov, asigurând jurnaliștilor mediul necesar pentru transmiterea materialelor către instituțiile de presă. Centrul de Presă a fost deschis zilnic între orele 09:00 – 2:30 (a.m.).

Despre Cerbul de Aur au apărut peste 320 de articole în publicații tipărite și online: Adevărul, Cotidianul, Azi, Jurnalul Național, Libertatea, Click, Jurnalul TV, Pro TV Magazin, Click TV, Timpul liber, 7 plus, Evenimentul zilei, Ziua, Ring, Gardianul, Nine O'Clock, Ultima oră, Gândul, Adevărul de seară, Zile și nopți, Mediafax, Agerpres, Libertate, Monitorul expres, Cancan, Monitorul de Suceava, Cronica română, România liberă, Curentul, Șapte Seri, 24 Fun, VIP, Star, Story, Dilmea veche, Viva, wall-street.ro, dailybusiness.ro, comanescu.hotnews.ro, hotnews.ro, craiova-net.ro, 7est.ro, bestmusic.ro, sapteleri.ro, auraurziceanu.wordpress.com, presaonline.com, adevarul.ro, catavencu.ro, protvmagazin.ro, ziare.com, cancan.ro, cotidianul.com, viva.ro, mondonews.ro, clon.ro, bucuresti.24fun.ro, myconfidential.ro, amelie.ro, antena3.ro, dorindamaskin.wordpress.com, libertatea.ro, evz.ro, ziaruldeiasi.ro, apropo.ro, ecommunicate.ro, revista.presei.ro, allpress.ro, gandul.info,

slagartop.wordoress.com, amosnews.ro. La acestea se adaugă articole ample, în publicațiile tipărite, online, agenții de presă: Jurnalul TV (o pagină cu cele două prezentatoare – Alexandra Tararache și Raluca Hogyes), Evenimentul zilei (interviuri cu Dida Drăgan, Direcția 5, Delia Budeanu, Steve Vai), Adevărul TV (interviu cu Mihai Constantin), Pro TV Magazin (o pagină despre Cerbul de Aur), Zile și nopți (interviu Hot Chocolate), libertatea.ro (interviuri cu Mihai Constantin, Aurelian Temișan, Iuliana Marciuc), Mediafax (interviu cu Steve Vai), Agerpres (interviuri cu Steve Vai și Tiziano Ferro).

Biroul de Presă s-a ocupat în anul 2009 de realizarea newsletterului de programe transmis către un număr de 2.300 de abonați externi.

Specialiștii în relații publice de la Biroul de Presă au formulat note, memorii și răspunsuri la solicitări provenite sau destinate comisiilor de specialitate din Senat și Camera Deputaților, diverselor structuri din cadrul Guvernului României sau al Administrației Prezidențiale, altor posturi de televiziune, diverselor organizații neguvernamentale, partenerilor sau posibililor parteneri, diferite partide politice etc.

Pe parcursul anului 2009, specialiștii în relații publice ai Televiziunii Române au soluționat 6 solicitări pe baza legii 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public. Solicitările au fost transmise de persoane fizice, jurnaliști sau instituții mass-media.

Angajații Biroului de Presă au intermediat apariții în presă ale unor persoane din conducerea TVR: Alexandru Sassu, Cristian Tabără, Dida Drăgan.

Performanțele Biroului de Relații cu Publicul

Atribuțiile Biroului de Relații cu Publicul constau în punerea la dispoziția cetățenilor a informațiilor de interes public ce privesc activitatea SRTv, soluționarea la termen a petițiilor venite de la cetăteni sau alte instituții, organizarea și realizarea comunicării cu publicul prin intermediul scrisorilor, telefonului și poștei electronice, elaborarea unor sinteze ale mesajelor venite de la telespectatorii și trimiterea lor către structurile vizate, asigurarea aplicării legii 544 / 2001 privind accesul liber la informațiile de interes public.

În anul 2009, Biroul de Relații cu Publicul a primit opinii de la telespectatorii sau alte instituții prin intermediul telefonului telespectatorului (021.319.91.11 sau 021.319.91.12/54 interior 312), prin poșta electronică (relatiicupublicul@tvr.ro), prin poșta scrisă (Calea Dorobanților, Nr 191, Sector 1, București, Cod 010.565) sau direct, la Oficiul pentru Relații cu Publicul aflat în incinta clădirii de acces din strada Ermil Pangratti numerele 8 - 10.

Cele două angajate au răspuns în medie la 80 de apeluri pe zi (aproximativ 21.100 pe an). La începutul fiecărei săptămâni se realizează o sinteză a mesajelor

telespectatorilor, care se trimite prin intermediul poștei electronice tuturor structurilor vizate.

În medie se primesc 10–15 e-mailuri pe zi (aproximativ 4.000 e-mailuri pe an) iar prin poșta scrisă se primesc de la Registratura Generală o medie de 1 – 3 petiții pe zi în conformitate cu Legea petițiilor nr. 233/2002 care aprobă OG 27/2002 sau cu Legea 544 /2001 privind liberul acces la informațiile de interes public. Acestea li se răspunde în termenele legale.

Oficiul de Relații cu Publicul din strada Ermil Pangratti este deschis de luni până vineri între orele 08:00 – 20:00. În acest interval se prezintă în medie 10 – 15 persoane (aproximativ 4.000 persoane pe an) care solicită informații în conformitate cu legea, acestea primind de regulă răspuns pe loc sau, dacă solicitarea presupune o documentare mai amplă, răspuns în termenele legale.

În anul 2009, pe adresa instituției noastre s-au primit 21 de solicitări în baza legii 544 /2001, dintre care 15 online la adresa relatiicupublicul@tvr.ro, răspunzându-se tuturor în termenele legale.

Registratura Generală

Registratura Generală face parte din Cancelaria PDG și se ocupă de preluarea și înregistrarea corespondenței către TVR, distribuirea și expedierea corespondenței prin Poșta Română.

Activitatea Registraturii Generale se desfășoară în două părți, una la Oficiul de Registratură aflat în strada Ermil Pangratti, iar o altă parte într-o secție care sortează corespondența venită prin Poșta Română, de la Oficiul Giulești - Triaj.

Programul Oficiului de Registratură aflat în strada Ermil Pangratti este de luni până vineri, de la orele 07.00 – 20.00. Zilnic, aici se înregistrează în medie 15 – 20 documente, se primesc și se înregistrează 10 – 15 colete sosite prin poșta rapidă, se distribuie presa către toate structurile TVR. De asemenea, zilnic, de luni până vineri, de regulă la orele 14.00, un angajat se deplasează la Oficiul Poștal 63 în vederea expedierii corespondenței instituției și a ridicării corespondenței sosite pe adresa noastră la acest oficiu poștal.

Programul secției care sortează corespondența este de luni până vineri, de la ora 08.00 la ora 16.00. Aici se primesc scrisorile sosite de la Poșta Română, Oficiul Giulești - Triaj, apoi corespondența se sortează și – după caz – se înregistrează. În medie, sosesc 250 – 300 scrisori, imprimate, colete cu greutate mai mică de 2.000 de grame (aproximativ 79.200 unități). Acestea sunt sortate și distribuite în ziua sosirii, către structurile vizate.

Probleme întâmpinate

- Anul 2009 a fost unul marcat de campanii electorale, un an în care televiziunea publică a devenit obiectul unor atacuri de imagine, inclusiv cu privire la rostul și necesitatea existenței sale. Au existat luări de poziție publice, inclusiv din sfera politică, și nu numai, a unor persoane care și-au făcut un titlu de glorie din a cere fie reducerea finanțării de care beneficiază televiziunea publică, fie eliminarea unora dintre canalele sale, fie chiar desființarea ei. Ca un răspuns la aceste atacuri, Televiziunea Publică a beneficiat de sprijinul a peste 500 de personalități marcante din toate segmentele societății, care au semnat un manifest de protest împotriva acestor practici. Urmare a lansării acestui manifest, Televiziunea Română a realizat campania „TVR te îndeamnă să vezi”.
- Lipsa unor informații necesare în formularea strategiilor de comunicare a constituit una dintre probleme cu care s-a confruntat Biroul de Presă în 2009.
- Biroul de Presă a încercat să eliminate, pe cât posibil, printr-o informare corectă și documentată, prejudecările de la nivelul opiniei publice vizavi de statutul televiziunii publice (învechită, prăfuită, subordonată politic, o cheltuială inutilă pentru cetățeni, nu are audiență etc.). Este evident că toate aceste prejudecări sunt generate în mod interesat și uneori chiar organizat la nivelul opiniei publice. Campaniile negative la adresa TVR se intensifică în anii electorali cum a fost 2009.

Obiective 2010

- La începutul anului 2009 au fost demarate o serie de proceduri pentru realizarea unei promovări susținute a corporației, utilizând o serie de personalități ale postului public ca vectori de imagine și ca simboluri de profesionalism și de conduită. În acest sens, se va realiza un plan de promovare media care va fi pus la punct în baza unei strategii de comunicare, concepută în comun cu Direcția Marketing și Comunicare de Produs;
- Realizarea unei serii de întâlniri informale și seminarii cu reprezentanții mass-media cu privire la situația SRTv ca televiziune publică în raport cu instituțiile similare din Uniunea Europeană, sursele de finanțare, problemele legislative care grevează bugetul SRTv etc, programele și misiunea publică a SRTv;
- Înființarea unui studio foto profesional propriu în cadrul SRTv care să permită realizarea de ședințe foto la un nivel calitativ ridicat pentru promovarea tuturor programelor și vectorilor de imagine ai SRTv;
- Comunicarea mai eficientă pe mediile neconvenționale, blog, facebook, twitter etc.

II. Comunicarea Internă

Principalele activități ale Biroului de Comunicare Internă au vizat aplicarea politicilor de comunicare între structurile manageriale de nivel superior și celelalte comportamente din cadrul TVR, precum și în sens invers, între angajați și managementul superior, prin intermediul diferitelor canale de comunicare: afișaj intern, intranet, e-mail, comunicare interpersonală etc.

Comunicarea cu angajații

În cursul anului 2009, activitățile de comunicare internă au inclus transmiterea către angajați a numeroase mesaje, prin intermediul rețelei de afișaj intern (aviziere), a site-ului intern și a newsletter-ului intern, pe diverse teme de interes: hotărâri ale Consiliului de Administrație și ale Comitetului Director; decizii ale managementului TVR; modificări ale unor regulamente și proceduri interne; lansarea unor cereri de ofertă pentru toate categoriile de programe tv, de pe toate canalele TVR, informații privind schimbările de organigramă, modificări ale personalului de conducere; concursuri externe destinate jurnaliștilor; noi reglementări ale Consiliului Național al Audiovizualului; informații despre diferite proiecte interne; anunțuri de castinguri; evenimente interne pentru angajați sau pentru copiii acestora etc.

Un alt aspect al comunicării interne l-au constituit răspunsurile la sesizările transmise de către angajați prin intermediul secțiunii speciale a site-ului intern, dar și elaborarea unor scrisori de apreciere din partea managementului, către anumite structuri sau angajați, în urma unor premii obținute, sau la momentul retragerii din activitate a unor angajați prin pensionare.

Evenimente interne

Au fost organizate, împreună cu specialiștii în relații publice de la Biroul de Presă, evenimente sau întâlniri dedicate angajaților, de sărbători sau cu alte ocazii. Spre exemplu, Campionatul Intern de Fotbal a reușit să adune laolaltă 14 echipe, reprezentând structuri ale TVR, și peste 100 de participanți în competiție, inclusiv de la un studio teritorial. Evenimentul s-a dovedit a fi un bun prilej de interacțiune între angajații TVR, de cunoaștere reciprocă și în alte condiții decât cele strict profesionale.

Copiii angajaților au beneficiat de evenimente dedicate. De Ziua Internațională a Copilului au mers la circ, unde au urmărit un spectacol susținut de o trupă din SUA, iar Moș Crăciun i-a întâmpinat cu cadouri, la Balonul Copiilor din Herăstrău, alături de spiriduși, clowni, magicieni și alte personaje de poveste.

Numeroase clase de copii de la școli din București și din provincie au fost găzduite în studiourile TVR, având astfel posibilitatea să cunoască specificul activității de televiziune și să intre în contact cu vedete și profesioniști ai Televiziunii Române.

Site-ul intern

Prin intermediul site-ului intern, salariații au acces la: regulamente și proceduri interne, audiențe ale programelor tv, legislație, programări ale producției, caiete de sarcini, modificări de organigramă, hotărâri și avize ale organismelor de conducere din instituție, cronică de presă, fluxuri ale agentiilor de presă, mesaje de ultimă oră.

Newsletter-ul intern INFO TVR

În vederea unei mai bune informări a angajaților noștri cu privire la activitățile desfășurate în televiziunea publică, la principalele realizări sau la problemele întâmpinate, la hotărârile adoptate de către conducerea instituției, se realizează lunar newsletter-ul intern INFO TVR, care se transmite, în format electronic, pe e-mail-urile angajaților și este postat și pe Intranet.

Obiectivele majore în 2010

- Îmbunătățirea comunicării cu angajații printr-o informare consistentă și constantă.
- Diversificarea instrumentelor de dezvoltare a spiritului de echipă și a coeziunii între angajați, prin organizarea unor evenimente și întâlniri dedicate.
- Îmbunătățirea newsletter-ului și a site-ului intern.
- Realizarea Clubului Seniorilor, un loc de întâlnire pentru toate personalitățile pe care le-a dat SRTV de-alungul anilor.

III. Serviciului Relații Internaționale

Serviciul Relații Internaționale (RI) este o interfață a Televiziunii Române, având în mod preponderent misiunea de a promova imaginea României, prin mijloace specifice televiziunii, comunicând cu parteneri externi, respectiv organizații publice de televiziune din întreaga lume, organizații internaționale, media și culturale (EBU, Circom Regional etc.), precum și cu organisme ale administrației publice centrale din România (Președinție, Ministerul Afacerilor Externe, Ministerul Culturii și Cultelor etc).

Performanțe

În anul 2009, Serviciul Relații Internaționale a negociat, finalizat și semnat documente de cooperare precum: *Contract de licență cu NTU* privind difuzarea unor programe pe TVR Cultural, *Acord de colaborare cu Maverick Multimedia* privind realizarea unui telejurnal în limba română pentru români din Italia). De asemenea, trebuie menționată negocierea cu Ministerul Afacerilor Externe a formei finale a Acordurilor semnate la nivel guvernamental între România și Federația Rusă, Ucraina, Serbia, Bulgaria, Uruguay, Statele Unite Mexicane, Republica Arabă Egipt, Republica Socialistă Vietnam, Regatul Hașemit al Iordaniei, Statele Qatar, Kuwait, Emiratele Arabe Unite, Republica Libaneză, Republica Populară Chineză. S-au realizat fișe de sinteză în

vederea organizării vizitelor oficiale la nivel înalt, privind relațiile bilaterale de cooperare cu parteneri din peste 10 țări.

Prin colaborarea cu reprezentanții Corpului Diplomatic la București, TVR a participat în calitate de partener la *Zilele Culturii Germane* care au avut loc la București și a transmis programe pentru ilustrarea Zilei Naționale a României la New Delhi. De asemenea, au fost primite spre difuzare liberă de drepturi, programe din Coreea de Sud, China și Japonia.

Serviciul Relații Internaționale a organizat la sediul TVR vizitele reprezentanților OSCE, a delegației neguvernamentale, mass-media și educaționale din Republica Moldova, a delegației organizațiilor românești și mass-media de limbă română din Statele Unite ale Americii, a delegației Radioteleviziunii Germane Mitteldeutscher Rundfunk (MDR).

În colaborarea cu Departamentul Resurse Umane și cu partenerii externi, Serviciul Relații Internaționale a asigurat participarea reprezentanților TVR la 14 seminarii internaționale dintre care șapte organizate de EBU, trei de CIRCOM Regional și patru de alți parteneri.

Totodată, Serviciul Relații Internaționale a organizat în 2009 vizitele în România (însotire, traducere, aranjamente logistice) ale unor personalități media implicate în manifestări internaționale derulate de TVR – membrii juriului la Cerbul de Aur 2009 (septembrie); Michael Lally, președinte CIRCOM la împlinirea a 18 ani de la înființarea Studioului TVR Iași (noiembrie), Jeroene Depraetere, Director Executiv Academia Flamandă de Televiziune la DocumFest Timișoara (decembrie).

Sprijinul Serviciului Relații Internaționale s-a evidențiat și în participarea TVR la peste 30 de festivaluri internaționale. Ca succese putem reține „Premiul pentru Imagine” obținut de Ion Cristodulo cu producția „Apusenii la viitor” la Festivalul Internațional de Televiziune ECO, Ohrid, Republica Macedonia și nominalizarea programului „La porțile cerului” (Grigore Leșe, Raluca Bibiri) pentru Premiul „Magnolia de Aur”, la categoria *Documentar biografic și istoric* în cadrul Festivalului Internațional de Televiziune din Shanghai, China.

Editarea bilunară a newsletter-ului, ce apare pe site-ul intern al TVR, despre actualitatea media pe plan internațional și realizarea unor sinteze despre „televiziunea publică”, pe diverse teme de interes: indicatori de performanță, forme de finanțare, organigrame, audiențe, programe etc. Sunt, de asemenea, activitățile pe care Serviciul de Relații cu Publicul le desfășoară constant.

Probleme întâmpinate

În contextul actual, de criză economică globală, toate organizațiile publice de televiziune au fost obligate să își reducă bugetele, să își reconfigureze și adapteze strategiile, programele și proiectele pe care le inițiază. În consecință, implicarea TVR în

proiectele dezvoltate de televiziunile publice partenere și organizațiile internaționale a scăzut.

Lipsa unei arhive de programe libere de drepturi, ne-a pus în imposibilitatea de a oferi producții tv pentru schimburi necomerciale, la cererea partenerilor externi, a Ambasadelor României în străinătate și a Corpului Diplomatic acreditat la București. Cu o situație asemănatoare ne confruntăm și în cazul includerii programelor în cataloagele propuse pentru schimburile necomerciale ale organizațiilor internaționale (Cataloage URTI și CIRCOM Regional).

Analiză comparativă 2007-2008-2009

A fost înregistrat, per total, un număr mai mic de deplasări în străinătate, efectuate de salariații TVR. De asemenea, ca urmare a analizării mai stricte a necesarului de pregătire profesională și a bugetului micșorat, s-a participat în anul 2009 la doar 14 seminarii, față de 21 de seminarii în 2008 și 25 seminarii în 2007.

Obiective 2010

Serviciul Relații Internaționale va continua eforturile pentru consolidarea imaginii și a prestigiului Societății Române de Televiziune în Europa și în lume. În contextul actual, este importantă dezvoltarea cooperării cu instituțiile UE ce reglementează activitatea în domeniul audiovizual, armonizarea reglementărilor românești cu cele europene și implicarea TVR în proiecte europene inițiate de organizațiile internaționale de profil, cu un necesar redus de resurse, dar care să ofere oportunități multiple.

Propunem relarea cooperării mai strânsă cu postul public din Republica Moldova și depășirea impasului existent, semnarea Acordurilor bilaterale de colaborare cu Radioteleviziunea Coreeană KBS, cu Societatea Tunisiană de radio și televiziune și cu Televiziunea publică din Salonic, ERT3, care momentan sunt în fază de negocieri.

Provocarea cea mai mare a perioadei imediat următoare, în condițiile financiare cu care se confruntă toate posturile publice, inclusiv TVR, este de a menține poziția TVR pe piața media europeană și în circuitul european. Pentru aceasta ar fi de dorit alocarea unor bugete pentru organizarea de evenimente speciale care ar putea fi reunii ale grupelor de lucru EBU, seminarii internaționale, reuniunea consorțiului Balkan TV Magazine, Conferința anuală CIRCOM. TVR nu se poate izola de Europa și de lume, iar inițierea și dezvoltarea unor proiecte concrete de cooperare cu partenerii externi sunt activități care se planifică și care se dezvoltă pe termen mediu și lung.



ACTIVITATEA COMPARTIMENTELOR CONTROL FINANCIAR INTERN ȘI AUDIT INTERN

CAPITOLUL 11: ACTIVITATEA COMPARTIMENTELOR CONTROL FINANCIAR INTERN ȘI AUDIT INTERN

A. Compartimentul Control Financiar Intern

În anul 2009 Compartimentul Control Financiar Intern și-a desfășurat activitatea în conformitate cu caietul de sarcini, cu Regulamentul de Organizare și Funcționare al SRTv, cu planul de control pe anul 2009 și în baza ordinelor de serviciu emise de Președintele Director General.

Controlul financiar intern este cel care analizează fenomenul în totalitatea lui, descoperă elementele negative, le sesizează și intervine operativ în remedierea acestora prin măsurile pe care le dispune, contribuind astfel la conducerea științifică și eficientă a activității economice.

Pentru a scoate în evidență, atât cauzele care generează fenomenele negative din activitatea economică a instituției, cât și consecințele economice, încălcările de lege și persoanele răspunzătoare, controlul financiar intern trebuie să fie independent, obiectiv și cuprinzător. Numai în acest fel concluziile exprimate pot reflecta situația reală a instituției, iar în funcție de aceasta, conducerea poate lua operativ măsurile cele mai potrivite pentru eficientizarea activității.

Fiind un mijloc de perfecționare a activității executive, inclusiv al procesului de conducere al acesteia, în anul 2009 controlul financiar intern a acționat pe linia întăririi ordinii și disciplinei financiare în desfășurarea activității economice, gospodăririi mai eficiente a mijloacelor materiale și bănești, descoperirii operațiunilor neeconomicoase și nelegale, recuperării prejudiciilor constatare și prevenirii producerii lor pe viitor, precum și evaluării rezultatelor obținute în raport cu cheltuielile efectuate.

Verificările efectuate de Compartimentul Control Financiar Intern s-au concretizat în măsurile propuse prin actele de control încheiate, a căror analiză comparativă în perioada 2007 – 2009 se prezintă astfel:

| Anul | Verificări efectuate | Măsuri propuse | Măsuri aprobată |
|------|----------------------|----------------|-----------------|
| 2007 | 15 | 45 | 45 |
| 2008 | 13 | 37 | 22 |
| 2009 | 9 | 15 | 13 |

Controlul financiar intern și-a propus pentru anul 2010 următoarele obiective, aflate într-o permanentă conexiune și interacțiune:

1. Verificarea administrării și întrebuițării patrimoniului instituției;

2. Verificarea rezultatelor economico-financiare ale activității structurilor;
3. Prevenirea efectuării de cheltuieli fără justificare fundamentată și legală;
4. Analizarea fenomenelor economico-financiare, a interacțiunilor dintre acestea pe de o parte și în relațiile cu salariații, pe de altă parte.

B. Compartimentul Audit Intern

Activitatea de audit intern s-a desfășurat în anul 2009 conform planului anual de audit intern avizat de Președintele Director General și în baza normelor legale aflate în vigoare.

Auditul intern face parte din sistemul de control intern al SRTv, fiind acea componentă care evaluează și monitorizează sistemul de management și control intern, prin procedurile de implementare a recomandărilor, dând o asigurare rezonabilă managerului general referitor la funcționalitatea acestuia. Compartimentul este organizat în directă subordine a Directorului General.

Unul dintre cele mai importante standarde ce compun sistemul de control intern/ managerial elaborat de managementul general al instituției conform OMFP nr. 946/04.07.2005 – este cel referitor la managementul riscului aferent activităților/subactivităților din SRTv.

Având în vedere modificările intervenite în structura organizatorică a SRTv în cursul anului 2009, s-a implementat Decizia nr. J15/15.03.2008, emisă de Președintele Director General, cu privire la modificarea componenței Comisiei de monitorizare, coordonare și îndrumare metodologică a dezvoltării sistemului de control managerial al SRTv.

Astfel, managementul de linie are obligația de a analiza sistematic riscurile legate de desfășurarea activităților sale, să elaboreze planuri corespunzătoare în direcția limitării posibilelor consecințe ale acestor riscuri și să numească responsabili pentru gestionarea acestora.

În sprijinul unei bune gestionări a riscurilor, identificate la nivelul SRTv, echipa managerială a creat baza de resurse umane de specialitate formată din consilieri în management la fiecare nivel de conducere.

Auditul intern se adresează managerilor de la toate nivelele, se efectuează permanent în cadrul SRTv prin acțiuni planificate, în funcție de registrul riscurilor elaborat la nivelul SRTv, sau acțiuni tematice la solicitarea managerului general și realizează o evaluare a sistemului de control intern.

Contribuția auditorilor la îmbunătățirea activității structurilor auditate pentru perioada 2007-2009 s-a materializat în recomandări, sistematizate astfel:

I. Misiuni de audit efectuate conform planurilor de audit anuale, avizate de managerul general al SRTv:

| Anul | Misiuni de audit | Recomandări propuse de audit | Recomandări avizate de PDG | Număr de auditori interni |
|------|------------------|------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| 2007 | 8 | 22 | 22 | 3, dintre care un coordonator |
| 2008 | 7 | 21 | 21 | 3, dintre care un coordonator |
| 2009 | 9 | 15 | 15 | 3, dintre care un coordonator |

II. Misiuni de audit (asigurare și/sau consultanță) desfășurate la solicitarea managerului general al SRTv în perioada 2007- 2009:

| Anul | Misiuni de audit | Recomandări propuse de audit | Recomandări avizate de PDG | Număr de auditori interni |
|------|------------------|------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| 2007 | 4 | 14 | 14 | 3, dintre care un coordonator |
| 2008 | 5 | 18 | 18 | 3, dintre care un coordonator |
| 2009 | - | - | - | |

Acțiuni de ameliorare a slăbiciunilor din sistemul de management și control intern, propuse de către auditorii interni (ce pot fi realizate cu acordul conducătorului instituției):

1. Dezvoltarea unei strategii de control la nivelul instituției, în condițiile în care auditul intern este parte a sistemului de control intern din SRTv și se manifestă pe toate palierele ca structură independentă. De asemenea, trebuie reținut faptul că auditul intern este o activitate destinată asistării managerilor în îndeplinirea obiectivelor pe care aceștia și le-au stabilit.

2. Eliminarea comunicării de rutină dintre managerii structurilor auditate, consilierii în management din cadrul structurilor și echipa de auditori (include transmiterea formală și recepționarea de informații precum și manipularea documentelor cu ocazia derulării misiunilor de audit intern).

3. Atragerea în acțiuni de audit intern a unor specialiști (pe bază de contracte de prestări servicii) atunci când în desfășurarea misiunii de audit se impune utilizarea unor cunoștințe de specialitate (cazul misiunilor de audit în zona juridică, IT, tehnică etc).

Coordonatorul Compartimentului Audit Intern asigură activitatea de consiliere în funcție de timpul de lucru și resursele necesare pentru efectuarea misiunilor astfel încât să fie evitată aducerea de prejudicii independenței și obiectivității auditorilor interni atunci când misiunile de asigurare sunt realizate în urma unei misiuni de consiliere (desemnarea de auditori și suprvizori diferiți pentru efectuarea misiunilor de asigurare, respectiv misiunilor de consiliere).

Recomandările auditorilor interni :

1. Dezvoltarea activității de consiliere având drept scop îmbunătățirea administrării proceselor, gestionarea riscurilor și a sistemului de control intern, fără ca auditorul intern să își asume responsabilități manageriale.
2. Continuarea procesului de identificare a riscurilor generale și specifice activităților desfășurate în cadrul SRTv. Astfel, managementul de linie are obligația de a analiza sistematic risurile legate de desfășurarea activităților sale, să elaboreze planuri corespunzătoare în direcția limitării posibilelor consecințe ale acestor riscuri și să numească responsabili pentru gestionarea acestora.

Capitolul 12: Situația financiară a SRTv

Societatea Română de Televiziune, înființată în baza Legii nr. 41/1994, și-a încheiat activitatea în anul 2009 cu următorii indicatori economico-financiari:

- Venituri totale: 572.391.684 lei, din care venituri din exploatare 570.295.742 lei și venituri financiare 2.095.942 lei;
- Cheltuieli totale: 620.381.974 lei, din care cheltuieli din exploatare 614.068.228 lei și cheltuieli financiare 6.313.746 lei;
- Cifra de afaceri netă: 537.372.568 lei;
- Rezultatul net al exercițiului: deficit în valoare de 48.018.957 lei.

I. Situația contului de profit și pierdere încheiat la 31 decembrie 2009

A. Rezultatul din exploatare

1. **Veniturile din exploatare** realizate de SRTv în anul 2009 au fost de 570.295.742 lei, cu 0,77 % mai mari față de anul 2008 și se prezintă în următoarea structură:

- a. **Venituri din taxa pentru serviciul public de televiziune** în valoare de 322.319.249 lei, cu o pondere de 56,52% din total venituri din exploatare, cu 5,49 % mai mari față de anul 2008;
- b. **Venituri din publicitate** în valoare de 35.429.235 lei, cu o pondere de 6,21% din total venituri din exploatare, cu 48,87% mai mici față de anul 2008;
- c. **Venituri din subvenții din exploatare** în valoare de 176.579.905 lei, cu o pondere de 30,96% din total venituri din exploatare. Din aceste venituri, numai 152.208.437 lei reprezintă alocații de la bugetul statului primite până la 31 decembrie 2009, în conformitate cu Legea nr. 41/1994, republicată, Legea bugetului de stat pe anul 2009 nr.18/2009 și Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 34/2009;
- d. **Alte venituri din exploatare**, în valoare de 35.967.353 lei, cu o pondere de 6,31% din total venituri din exploatare, cu 43,79% mai mari față de anul 2008, din care:
 - prestări externe în valoare de 588.552 lei, reprezentând copiere casete, închirieri circuite transmisii etc;
 - prestări interne în valoare de 2.426.591 lei, reprezentând prestări servicii tehnice, licențe programe, chirii etc.;

- alte venituri în valoare de 32.952.210 lei, reprezentând venituri din penalizări, sponsorizări etc.

2. Cheltuielile din exploatare realizate de SRTv în anul 2009 au fost de 614.068.228 lei, cu 0,08 % mai mici față de anul 2008.

După natura activității desfășurate, aceste cheltuieli se prezintă astfel:

- a. ***Cheltuieli aferente activității de difuzare a programelor de televiziune*** în valoare de 240.257.220 lei cu o pondere de 39,13% din totalul cheltuielilor de exploatare;
- b. ***Cheltuieli aferente activității de realizare a programelor de televiziune*** în valoare de 366.252.443 lei cu o pondere de 59,64% din totalul cheltuielilor de exploatare;
- c. ***Cheltuieli aferente activității de difuzare publicitate*** în valoare de 7.531.725 lei cu o pondere de 1,22 % din totalul cheltuielilor de exploatare;
- d. ***Cheltuieli aferente altor activități comerciale*** în valoare de 26.840 lei, cu o pondere de 0,01% din totalul cheltuielilor de exploatare.

Pe elemente de cheltuieli, cheltuielile din exploatare realizate de SRTv în anul 2009 se prezintă astfel:

- a. Cheltuieli cu personalul, în valoare de 197.757.281 lei, cu o pondere de 32,20% din totalul cheltuielilor din exploatare, din care:
 - salarii și indemnizații: 150.071.207 lei;
 - contravaloare tichete de masă: 5.568.787 lei;
 - cheltuieli cu asigurările și protecția socială: 42.117.287 lei.

Cheltuielile cu personalul sunt aferente persoanelor angajate cu carte de muncă și membrilor Consiliului de Administrație.

Și în anul 2009 SRTv a continuat politica de diminuare a cheltuielilor cu personalul prin utilizarea mai eficientă a resursei umane. Măsurile luate au redus numărul de ore suplimentare cu 9.742 ore, cu o influență în valoare de 134.233 lei. În anul 2009 nu s-au efectuat creșteri salariale conform CCM, salariile rămânând înghețate la nivelul din iulie 2008.

- b. Cheltuieli privind prestațiile externe, în valoare de 267.621.823 lei, cu o pondere de 43,58% din totalul cheltuielilor din exploatare, din care:

- cheltuieli cu stații și circuite datorate Societății Naționale de Radiocomunicații în valoare de 135.942.120 lei;
- cheltuieli licențe interne și externe sport în valoare de 33.224.679 lei;

- cheltuieli privind comisionul cuvenit societăților Electrica pentru colectarea taxei TV, în valoare de 22.789.565 lei;
- cheltuieli canalul satelit în valoare de 12.512.813 lei;
- cheltuielile cu colaboratorii reprezentând drepturi de autor în valoare de 10.764.749 lei;
- cheltuieli cu drepturile de radiodifuzare a operelor, interpretărilor sau execuțiilor artistice cuvenite organismelor de gestiune colectivă, în valoare de 10.434.711 lei;
- cheltuieli cu deplasările în valoare de 6.147.960 lei;
- cheltuieli privind licențele de programe interne și externe, în valoare de 3.161.048 lei;
- cheltuieli servicii bancare în valoare de 3.763.145 lei;
- cheltuieli servicii telefonice în valoare de 2.783.855 lei;
- cheltuieli abonamente agenției știri în valoare de 2.423.915 lei;
- cheltuieli cu chiriile în valoare de 2.301.028 lei;
- cheltuieli închiriere circuite transmisii în valoare de 2.072.841 lei;
- cheltuieli cu colaboratorii-contracte civile de prestări servicii în valoare de 1.747.388 lei;
- cheltuieli salubrizare în valoare de 1.739.788 lei;
- cheltuieli privind comisionul cuvenit pentru încasarea veniturilor din publicitate, în valoare de 1.408.890 lei;
- alte prestații externe reprezentând servicii tehnice, cotizații, întreținere și reparații, prime asigurare etc. în valoare de 14.403.328 lei.

c. Cheltuieli cu impozite și taxe, în valoare de 57.167.456 lei, cu o pondere de 9,31% din totalul cheltuielilor din exploatare, din care:

- cheltuieli reprezentând taxa pe valoarea adăugată fără drept de deducere, aferentă activității de televiziune (conform art. 141, alin. 1, lit. o, din Codul fiscal), în valoare de 48.286.999 lei;
- cheltuieli reprezentând contribuții pentru constituirea fondului cinematografic, către CNC, în conformitate cu OG nr.39/2005, în valoare de 5.314.385 lei;
- impozite pe teren, mijloace de transport, taxe și contribuții la fondul solidaritatea, în valoare de 3.397.156 lei;
- alte taxe, în valoare de 168.916 lei.

d. Cheltuieli cu amortismentele și ajustările la imobilizările corporale și necorporale, în valoare de 68.904.766 lei, cu o pondere de 11,22% din totalul cheltuielilor din exploatare;

e. Cheltuieli cu materialele consumabile, obiectele de inventar, energie, apă etc, în valoare de 11.478.699 lei, cu o pondere de 1,87% din totalul cheltuielilor din exploatare;

f. Alte cheltuieli de exploatare în valoare de 5.759.576 lei, cu o pondere de 0,94% din totalul cheltuielilor din exploatare;

g. Cheltuieli privind ajustările aferente provizioanelor de risc, în valoare de 1.061.508 lei, cu o pondere de 0,17% din totalul cheltuielilor din exploatare;

h. Cheltuieli privind ajustările aferente activelor circulante, în valoare de 4.317.119 lei, cu o pondere de 0,71%.

Rezultatul din exploatare al anului 2009, calculat ca diferență între veniturile din exploatare și cheltuielile din exploatare, reprezintă un deficit de 43.772.486 lei.

Deficitul din exploatare pe anul 2009 s-a redus cu 10% față de deficitul din exploatare înregistrat în anul 2008.

B. Rezultatul financiar

1. Veniturile financiare ale anului 2009 au fost în valoare de 2.095.942 lei și sunt constituite din:

- Venituri din diferențe de curs, în valoare de 1.191.440 lei, cu o pondere de 56,85% din totalul veniturilor financiare;
- Venituri din sconturi obținute, în valoare de 582.452 lei, cu o pondere de 27,79%;
- Venituri din imobilizari financiare, în valoare de 167.818 lei, cu o pondere de 8,00 %;
- Venituri din dobânzi, în valoare de 150.722 lei, cu o pondere de 7,19 % din totalul veniturilor financiare;
- Alte venituri financiare în valoare de 3.510 lei, cu o pondere de 0,17 % din totalul veniturilor financiare.

2. Cheltuielile financiare ale anului 2009 au fost în valoare de 6.313.746 lei și sunt constituite din:

- Cheltuieli din diferențe de curs nefavorabile, în valoare de 3.546.007 lei, cu o pondere de 56,16% din totalul cheltuielilor financiare, ca urmare a creșterii ratei de schimb valutar de la 3,9851 lei/euro la 31.12.2008 la 4,2282 lei/euro la 31.12.2009;
- Cheltuieli privind dobanzile, în valoare de 2.767.739 lei, cu o pondere de 43,84% din totalul cheltuielilor financiare.

Rezultatul finanțier al anului 2009, calculat ca diferență între veniturile financiare și cheltuielile financiare, reprezintă un deficit de 4.217.804 lei, cu 18,97% mai mic decât în anul 2008.

C. Rezultatul exercițiului 2009

În concluzie, activitatea economică în anul 2009 s-a încheiat cu un deficit brut de 47.990.290 lei, cu 10,85% mai mic decât în anul 2008.

La acest deficit s-a adăugat și impozitul minim care a dus la mărirea deficitului net la valoarea de 48.018.957 lei.

În anul 2009, Societatea Română de Televiziune a organizat și difuzat numeroase evenimente, dintre care următoarele au reprezentat 7% din totalul cheltuielilor aferente activității de realizare a programelor de televiziune.

Evenimente culturale:

- | | |
|--|---------------|
| ➤ Festivalul "Cerbul de Aur" ediția a 18-a, cu un buget total de | 5.029.805 lei |
| ➤ Concursul "Eurovision 2009", cu un buget total de | 1.073.948 lei |
| ➤ Concursul "Eurovision Junior 2009" cu un buget total de | 325.598 lei |
| ➤ Campania "Restaurare" cu un buget total de | 125.838 lei |

Evenimente sportive:

- | | |
|---|----------------|
| ➤ Liga Campionilor, cu un buget total de | 14.210.849 lei |
| ➤ Formula 1, cu un buget de | 4.168.490 lei |
| ➤ Campionatul mondial de atletism, cu un buget de | 308.142 lei |
| ➤ Campionatul mondial de natație, cu un buget de | 268.334 lei |
| ➤ Campionatul mondial de patinaj, cu un buget de | 257.411 lei |

II. Situația activelor, datorilor și capitalurilor proprii la 31 decembrie 2009

A. Activele imobilizate sunt în sumă de **978.083.283** lei și sunt compuse din:

- | | |
|---------------------------|-----------------|
| ➤ imobilizări necorporale | 24.166.654 lei |
| ➤ imobilizări corporale | 953.329.931 lei |
| ➤ imobilizări financiare | 586.698 lei |

B. Activele circulante sunt în sumă de **118.544.567** lei și sunt compuse din:

- | | |
|----------------------------|-----------------|
| ➤ stocuri | 4.127.090 lei |
| ➤ creațe | 109.096.803 lei |
| ➤ casa și conturi în bănci | 5.320.674 lei |

| | |
|---|------------------------|
| C. Cheltuieli în avans | 73.535.105 lei |
| D. Datorii totale | 247.547.436 lei |
| E. Provizioane pentru riscuri și cheltuieli | 3.077.882 lei |
| F. Venituri înregistrate în avans | 958 lei |
| G. Subvenții pentru investiții | 42.733.940 lei |
| H. Capitaluri proprii | 876.802.739 lei |

Urmare aprobării Consiliului de Administrație al S.R.Tv. nr.162/2009 și nr.222/2009, au fost reevaluate clădirile și terenurile aflate în patrimoniul public al statului deținute în administrare și cele în proprietatea SRTv, iar rezultatele au fost înregistrate în evidență contabilă la 31 decembrie 2009, având ca efect creșterea capitalurilor proprii cu 865.230.907 lei.

Pentru clădirile și terenurile aflate în patrimoniul public al statului deținute în administrare de către S.R.Tv, au fost inițiate procedurile pentru emiterea unei hotărâri de guvern în vederea înregistrării modificărilor, urmare reevaluării.

III. Creațe și datorii la 31 decembrie 2009

A. Creațele SRTv sunt în sumă de **109.096.803** lei, din care:

| | |
|--------------------------------|-----------------------|
| 1. Clienți – total, din care : | 61.902.196 lei |
| ➤ Clienți interni, din care : | 61.613.566 lei |
| - taxa tv | 46.717.822 lei |
| - Splendid Media | 14.575.925 lei |
| ➤ Clienti externi, din care : | 123.088 lei |
| ➤ Clienți - litigii | 165.542 lei |
| 2. Alte creațe, din care : | 51.042.498 lei |
| ➤ Subvenții | 24.314.496 lei |
| ➤ Creațe penalizări taxa tv | 18.258.552 lei |
| ➤ Poprire UCMR-ADA | 6.425.255 lei |
| ➤ Splendid Media | 1.026.247 lei |

B. Datoriiile curente sunt în sumă de **228.834.221** lei, din care:

| | |
|------------------------------------|-----------------|
| 1. Datorii comerciale, din care : | 124.797.833 lei |
| ➤ EBU | 26.469.222 lei |
| ➤ UEFA | 23.255.100 lei |
| ➤ UNIVERSAL | 7.927.470 lei |
| 2. Alte datorii către personal | 5.146.688 lei |
| 3. Datorii față de bugetul de stat | 32.808.341 lei |

| | |
|--|----------------|
| din care -TVA | 22.218.055 lei |
| 4. Datorii față de bugetul fondurilor speciale | 49.061.350 lei |
| din care - CNC | 24.296.543 lei |
| 5. Alți creditori | 613.486 lei |
| 6. Credit pe termen scurt | 20.686.307 lei |

C. Datoriile care trebuie plătite într-o perioadă mai mare de un an sunt în sumă de **18.713.215 lei**, din care :

- Datorii comerciale 14.433.431 lei
- Alte datorii față de bugetul fondurilor speciale 4.279.784 lei

Datoriile curente au fost achitate în cea mai mare parte, la termenele contractuale. Marea majoritate a sumelor restante sunt înregistrate la plata contribuției pentru susținerea producției naționale de film conform O.G.39/2005 (CNC), în sumă de 24.296.543 lei și la plata TVA, în sumă de 22.218.055 lei.

Obligațiile către bugetul statului, bugetele locale și bugetele asigurărilor sociale, au fost constituite conform reglementărilor legale în vigoare și onorate conform disponibilităților existente în conturile societății, asigurându-se achitarea cu prioritate a drepturilor de natură salarială.

La 31.12.2009 Societatea Română de Televiziune avea următoarele angajamente:

- un acreditiv stand-by în valoare de 6.999.590 USD, pentru achiziționarea de licențe filme în favoarea NBC Universal;
- o Scrisoare de garanție bancară în valoare de 33.000.000 EURO pentru achiziția licenței de difuzare a Campionatului European de Fotbal, în favoarea UEFA;
- credite în valoare de 20.686.307 lei pentru acoperirea deficitului de cash-flow.

Acreditivul stand-by, scrisoarea de garanție bancară și creditele sunt garantate cu surse proprii ale Societății Române de Televiziune, respectiv încasări din taxa pentru serviciul public de televiziune și încasări din publicitate. La data întocmirii prezentelor situații financiare, acreditivul stand-by s-a diminuat cu 100.000 USD, iar scrisoarea de garanție bancară s-a diminuat cu 4.200.000 EURO.

La 31.12.2009 disponibilitățile bănești în conturile societății au fost de 5.306.437 lei.

IV. Contul de execuție al cheltuielilor pe anul 2009
(Destinația sumelor/cheltuielilor alocate din bugetul de stat) - lei-

| DENUMIRE INDICATOR | COD | PREVEDERI INIȚIALE 2009 | PROGRAM ACTUALIZAT 2009 | REALIZAT 31.12.2009 | Sume neutilizate |
|--|--------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------------------|
| CHELTUIELI - TOTAL | | 183.930.000 | 160.070.000 | 159.689.411 | 380.589 |
| Cultura, recreere si religie Alte servicii în domeniile culturii, recreerii și religiei | 67.01 67.01.50 | 183.930.000 183.930.000 | 160.070.000 160.070.000 | 159.689.411 159.689.411 | 380.589 380.589 |
| Cheltuieli curente | 67.01.01 | 175.610.000 | 152.580.000 | 152.208.437 | 371.563 |
| <i>Cheltuieli de personal</i> | 67.01.10 | 77.000 | 77.000 | 65.894 | 11.106 |
| <i>Cheltuieli salariale în bani</i> | 10.01 | 77.000 | 77.000 | 65.894 | 11.106 |
| ► Îndemnizații de delegare ale Direcției TV România Internațional | 10.01.13 | 77.000 | 77.000 | 65.894 | 11.106 |
| Bunuri si servicii | 67.01.20 | 175.533.000 | 152.503.000 | 152.142.543 | 360.457 |
| <i>Bunuri și servicii</i> | 20.01 | 175.277.000 | 152.170.000 | 151.922.071 | 247.929 |
| ► Materiale și prestări de servicii cu caracter funcțional | 20.01.09 | 175.277.000 | 152.170.000 | 151.922.071 | 247.929 |
| Plata pentru închirierea stațiilor și circuitelor datorată agenților economici din sistemul comunicățiilor | | 152.600.000 | 137.470.000 | 137.470.000 | 0 |
| Închirierea canalului satelit | | 21.450.000 | 14.650.000 | 14.452.071 | 197.929 |
| Inchiriere transmisii video over IP | | 1.150.000 | 50.000 | 0 | 50.000 |
| Funcționarea Direcției TV România Internațional | | 77.000 | 0 | 0 | 0 |
| ► Deplasări, detasări, transferări | 20.06 | 256.000 | 333.000 | 220.472 | 112.528 |
| Deplasări în străinatate | 20.06.02 | 256.000 | 333.000 | 220.472 | 112.528 |
| Cheltuieli de capital | 67.01.70 | 8.320.000 | 7.490.000 | 7.480.974 | 9.026 |
| <i>Active nefinanciare</i> | 67.01.71 | 8.320.000 | 7.490.000 | 7.480.974 | 9.026 |
| <i>Active fixe</i> | 71.01 | 8.320.000 | 7.490.000 | 7.480.974 | 9.026 |
| <i>Construcții</i> | 71.01.01 | 453.000 | 453.000 | 453.000 | 0 |
| <i>Mașini, echipamente și mijloace de transport</i> | 71.01.02 | 7.394.000 | 6.664.000 | 6.663.799 | 201 |
| Alte active fixe | 71.01.30 | 473.000 | 373.000 | 364.175 | 8.825 |
| licențe difuzare filme românești | | 473.000 | 373.000 | 364.175 | 8.825 |

Alocațiile bugetare utilizate în anul 2009 au fost în sumă totală de 159.689.411 lei, în conformitate cu Legea bugetului de stat nr. 18/2009 și O.U.G. nr.34/2009 cu privire la rectificarea bugetară pe anul 2009. Diferența neutilizată a fost restituită conform prevederilor legale în vigoare.

Creația reprezentând subvenția nealocată, aferentă prestațiilor efectuate până la 31 decembrie 2009, în sumă de 24.314.496 lei, a fost încasată în luna februarie 2010.

Situatiile financiare anuale încheiate la 31.12.2009 compuse din bilanț, cont de profit și pierdere, situația modificărilor capitalurilor proprii, situația fluxului de trezorerie, notele explicative la situațiile financiare anuale, au fost întocmite în conformitate cu Politicile contabile aplicabile în Societatea Română de Televiziune, aprobată prin Hotărârea Consiliul de Administrație nr. 204/2009, Legea contabilității nr.82/1991 republicată, Ordinul ministrului finanțelor nr.1752/2005 și Ordinul ministrului finanțelor nr.2001/2006, Ordinul ministrului economiei și finanțelor nr.2374/2007.

V. Cauzele și analiza deficitului financiar înregistrat de SRTv în anul 2009

S.R.Tv. și-a desfășurat activitatea în anul 2009 cu serioase dificultăți provocate de criza economică, cu care se confruntă România.

1. În ceea ce privește colectarea și încasarea **taxei pentru serviciul public de televiziune (taxa tv)** care trebuie să fie și este **principala sursă de finanțare a televiziunii publice**:

- Legea nr.41/1994 republicată privind organizarea și funcționarea Societății Române de Televiziune cu modificările și completările ulterioare a instituit prin art.40 obligativitatea achitării taxei tv de către persoanele fizice și juridice, **cuantumul taxei și modalitatea de încasare a acesteia fiind stabilite prin hotărâre de guvern**.

Prin H.G nr. 978/2003 au fost introduse noi categorii de scutii la plată și au fost stabilite nivelurile lunare pentru categoriile de plătitorii, cuantumul lunar al taxei tv pentru **persoanele fizice** fiind **redus** de la nivelul de 4,5 lei cât era în anul 2001 la **numai 4 lei**, începând din anul 2003 și în prezent.

Această situație a determinat ca, în prezent, nivelul taxei pentru serviciul public de televiziune în România să fie unul dintre cele mai mici din Europa (de cel puțin 10 ori mai mic decât cel din țările membre și fondatoare ale Uniunii Europene), situându-ne astfel pe ultimele locuri în numeroasele statistici europene realizate pe această temă.

- Numărul persoanelor fizice care declară că nu dețin receptoare tv a crescut de la an la an, ponderea acestei categorii de scutii din totalul persoanelor scutite, conform raportărilor mandatarilor noștri (societățile de distribuție a energiei

electrice despinse din Electrica) la 31.12.2009, fiind de **30,2%**, în vădită contradicție cu situația ce rezultă din monitorizările realizate de CNA ce reflectă faptul că peste 90% dintre persoanele fizice urmăresc posturi tv.

Acest fenomen de evaziune de la plata taxei tv este cauzat și de faptul că posibilitatea de control asupra declarațiilor privind nedetinerea receptoarelor tv este, practic, inexistentă pentru că, până în prezent, nu a fost emis niciun act normativ în acest sens, deși Legea nr. 533/2003 specifică faptul că **modalitățile de control și sanctiunile se stabilesc prin hotărâre de guvern, Legea nr. 41/1994 nu a prevăzut un mecanism funcțional de control al celor ce declară ca nu au televizor (intrarea pe proprietatea privată pentru a controla reprezentă infracțiune de violare de domiciliu), iar statul nu are obligația de a aloca vreo sumă pentru acoperirea acestor pierderi, așa cum se întâmplă în alte țări din Uniunea Europeană.**

- H.G. nr. 978/2003 stabilește și în prezent ca mandatar al SRTv pentru colectarea taxei tv pe S.C. ELECTRICA S.A. prin filialele sale.

Deși privatizarea unor filiale ale S.C. ELECTRICA S.A. a început înainte de expirarea termenului de valabilitate al contractului de mandat, acesta s-a derulat cu noile entități.

SRTv a reușit să asigure colectarea taxei tv și după expirarea vechiului contract de mandat, prin încheierea unor noi contracte cu aceste societăți, care sunt continuatoarele în drepturi și obligații ale fostelor filiale ale S.C. ELECTRICA S.A., dar în condițiile impuse de acestea stabilite prin contracte de mandat cu fiecare mandatar în parte.

Întrucât în contractul de privatizare a S.C. Electrica S.A. nu a fost inserată însă și o clauză de colectare a taxei radio și tv, precum și datorită neactualizării H.G. nr. 978/2003 sub acest aspect, **comisiaonele de colectare a taxei tv percepute de entitățile rezultate din privatizarea Electrica au crescut semnificativ.**

2. O serie de modificări legislative apărute în ultimii ani au avut de asemenea un puternic impact negativ asupra rezultatelor financiare ale societății și anume:

- modificarea reglementărilor fiscale privind **taxa pe valoarea adăugată**, aferentă activității de televiziune pentru care nu se aplică dreptul de deducere (conform Codului fiscal art.141, alin.1 lit.o) a dus la o creștere a cheltuielilor cu impozitele și taxele cu o influență pentru anul 2009 în valoare de **48,286,999 lei**, mai mare decât deficitul net al exercițiului de 48,018,957 lei înregistrat de SRTv la 31.12.2009;
- apariția O.G. nr.39/2005 privind cinematografia, în concret, inserarea la art. 17 a obligației SRTv de a contribui cu **15% din veniturile din publicitate** (procent ce se adaugă la cel de 4% reținut la sursă de agenția de publicitate) la constituirea

fondului pentru susținerea producției naționale de film către Centrul Național al Cinematografiei, cu o influență pentru anul 2009 în valoare de 5.314.385 lei;

- urmare aplicării prevederilor OUG 34/2009 un număr mare de societăți comerciale s-a desființat sau și-au încetat temporar activitatea, lucru ce a dus la dispariția unor plătitorii de taxă pe serviciul public de televiziune;
- prin efectul aplicării OUG 34/2009 privind impozitul minim a fost influențat deficitul net cu suma de 28.667 lei;
- creșterea impozitelor și taxelor locale față de anul 2008 cu **12,53%**, cu o influență în valoare de 378.257 lei;
- creșterea nivelului **remunerărilor datorate de S.R.Tv. către organismele de gestiune colectivă a drepturilor de autor și conexe**, ca urmare a modificării în acest sens a Legii nr.8/1996 a drepturilor de autor și conexe prin O.U.G. nr.123/2005 și ulterior, prin Legea nr.329/2006, precum și a adoptării noilor metodologii în domeniul publicate de ORDA prin decizii în Monitorul Oficial, rezultând o influență în valoare de 10.434.711 lei.

3. Au existat și alte cauze obiective ca:

➤ existența unor contracte de achiziții filme care au fost încheiate anterior cuprinzând clauze foarte dure pentru S.R.Tv. (de exemplu, contractul încheiat cu NBC Universal în anul 2004), care dă posibilitatea acestei companii de a decide în mod unilateral prelungirea contractului cu efecte pe termen lung, impunând S.R.Tv. angajarea unor cheltuieli semnificative;

➤ criza economică mondială ale cărei efecte au avut un impact direct asupra nivelului veniturilor din publicitate, ca urmare a diminuării bugetelor de publicitate ale marilor companii, veniturile scăzând la un nivel de 48,87% față de anul 2008;

➤ neregulile constatare de auditorul francez în activitatea ARMA DATA – GfK, societate de măsurare a audiențelor, care explică, cel puțin parțial, scăderea acestora pentru emisiuni de notorietate ale SRTv cu impact direct asupra veniturilor din publicitate;

➤ creșterea presiunilor inflaționiste și modificările permanente ale prețurilor materiilor prime, energiei, combustibilului, apă, cu o influență asupra costurilor față de anul precedent, în valoare de 350.549 lei;

➤ deprecierea monedei naționale, a determinat apariția unor cheltuieli din diferențe nefavorabile de curs valutar în valoare de 3.546.007 lei, cu impact direct asupra rezultatului finanțiar al anului 2009.

4. Măsurile de reducere a costurilor și de creștere a veniturilor, aplicate de SRTv în anul 2009, au constat în:

- negocierea Contractului Colectiv de Muncă, cu solicitarea rămânerii salariilor negociate la nivelul contractului anterior;
- utilizarea judicioasă a resursei umane, având ca efect reducerea orelor suplimentare cu 9.742 ore, reprezentând o valoare de 134.233 lei;
- diminuarea cheltuielilor de licență programe prin renunțarea la unele programe costisitoare și producerea acestora în cadrul societății, cu o influență în valoare de 4.084.315 lei;
- creșterea veniturilor din taxa pentru serviciul public de televiziune, cu 5,49% mai mari decât anul precedent, prin recuperare de restanțe și identificare de plătitori evazionişti;

Ca urmare a derulării unei proceduri de achiziție publică având ca obiect "prestare de servicii de recuperare a creațelor provenind din taxa tv", SRTv prin contract de mandat cu firma S.C. TOP FACTORING S.R.L. – firmă specializată în recuperare debite, a reușit să recupereze suma de 1.470.664 lei din restanțe.

- creșterea altor venituri din exploatare, constând în prestări interne și externe privind servicii tehnice, licențe, chirii, sponsorizări și venituri din penalizări, cu 43,79% mai mari față de anul precedent;

Deși măsurile luate de societate au făcut ca veniturile totale să înregistreze o creștere de 100,85% față de anul 2008 și costurile totale să înregistreze o reducere de 100,17% față de anul 2008, totuși criza economică și măsurile legislative nefavorabile prezentate mai sus au accentuat fenomenul de subfinanțare a SRTv.

5. Parlamentul României poate și este de dorit să dea recomandări SRTv pentru depășirea deficitului bugetar, dar, în același timp, împreună cu Guvernul României, poate lua și măsuri efective pentru ca acest lucru să se întâmple, astfel încât SRTv să nu mai fie o instituție de interes național subfinanțată, prin:

- **reglementarea taxei pentru serviciul public de radio și pentru cel de televiziune ca fiind obligatorii, independent de posesia receptorului radio sau tv** (măsură legislativă cu care Comisia Europeană s-a declarat de acord în repetate rânduri), prin **modificarea Legii nr. 41/1994 republicată sau a unui mecanism legal eficient de control al scutitilor, corelat eventual și cu acoperirea acestor sume de la bugetul de stat** (situație întâlnită în alte țări europene) și/sau **emiterea unor hotărâri de guvern** în acest scop.
- alternativ sau cumulativ cu punctul 1, **majorarea prin hotărâre de guvern a nivelului taxei pentru serviciul public de televiziune, măcar la nivelul inflației aferente perioadei 2004-2009.**

- reducerea contribuției de 15% din veniturile obținute din publicitate, datorată de SRTv către Centrul Național al Cinematografiei, prin **modificarea O.G. nr. 39/2005 privind cinematografia**;
- **modificarea regimului TVA**, în concret, a art. 141 alin. 1 lit. o) din Codul fiscal, în sensul posibilității deducerii acesteia cel puțin în ceea ce privește licențele de achiziții film și competiții sportive.

ANEXE

ANEXA 1: Durata emisiunilor în limbile minorităților naționale

I. Durata emisiunilor în limbile minorităților naționale la TVR 1, TVR 2, TVR Cultural și TVR Internațional

| | emisiunea | ziua de difuzare | frecvența | durată min. | observații |
|--------------|--|-----------------------|------------|-------------|------------|
| TVR 1 | Emisiune în limba germană - AKZENTE | Joi | Săptămânal | 90 | |
| | Emisiune în limba maghiară – KRONIKA | Luni, Marți | Săptămânal | 150 | |
| | Emisiune despre celelalte minorități – CONVIȚUIRI | Miercuri | Săptămânal | 50 | |
| | Emisiune despre minoritatea romă – ROM EUROPEAN | Luni | Săptămânal | 50 | |
| | TOTAL EMISIE săptămânal: 340 lunar: 1360 | | | | |
| TVR 2 | Emisiune în limba germană | Marți | Săptămânal | 60 | |
| | Emisiune în limba maghiară – SZIESZTA | Joi | Săptămânal | 60 | |
| | Emisiune despre minoritatea romă - PRIMUL PAS | Luni | Săptămânal | 50 | |
| | Emisiune despre celelalte minorități – ÎMPREUNĂ ÎN EUROPA | vineri | Săptămânal | 50 | |
| | TOTAL EMISIE săptămânal: 220 lunar: 880 | | | | |
| TVR CULTURAL | Emisiune în limba germană | Vineri | Săptămânal | 30 | |
| | Emisiune în limba maghiară - Kultura | Joi | Săptămânal | 30 | |
| | Emisiune despre celelalte minorități – Identități | Luni, marți, miercuri | Săptămânal | 90 | |
| | TOTAL EMISIE săptămânal: 150 lunar: 600 | | | | |

| | | | | | |
|---------------------------------|---------------------------|--------|---------|----|--|
| TVR Internațional | Magazin în limba germană | Vineri | bilunar | 60 | |
| | Magazin în limba maghiară | Luni | bilunar | 60 | |
| | | | | | |
| TOTAL EMISIE: lunar: 240 | | | | | |

II. Durata emisiunilor în limbile minorităților naționale la TVR 3

A. Maghiari

| Studioul teritorial | Ziua | Frecvența | Durata ore săptămână/an | TOTAL GENERAL ORE |
|-------------------------|--------------|--------------|-------------------------|-------------------|
| Maghiari Târgu-Mureș | Luni | Săptămânal | 1,6 /83,2 ore | |
| Maghiari Cluj | Marți și Joi | 2/ săptămână | 3,2/ 166,4 ore | Săptămână 8 ore |
| Maghiari Timișoara | Miercuri | Săptămânal | 1,6 /83,2 ore | |
| Maghiari București | Vineri | Săptămânal | 1,6 /83,2 ore | An 416 ore |

B. Alte minorități

| | emisiunea | ziua de difuzare | frecvența | durată min./anual | observații |
|-------------------------------------|---------------|------------------|------------|-------------------|----------------------------|
| TVR BUCUREȘTI | Rromi | Luni | Bilunar | 34'/ 1632' | Altern.cu TVR Tm și TVR Cj |
| | Ruși-lipoveni | Miercuri | Săptămânal | 10'/ 1040' | |
| | Turci | Miercuri | Săptămânal | 9'/936' | |
| | Tătari | Miercuri | Săptămânal | 9'/936 | |
| | Greci | Miercuri | Săptămânal | 6'/624' | |
| | Germani | Luni | Lunar | 34'/816' | |
| | altele | Luni | Lunar | 34'/816' | În lb. română |
| TOTAL EMISIE lunar: 272 min. | | | | | |

| | | | | | |
|----------------------|---|--------|------------|-----------|----------------------------|
| TVR TIMIȘOARA | Rromi | Luni | Bilunar | 34'/1632' | Altern.cuTVR Buc și TVR Cj |
| | Sârbi | Martî | Săptămânal | 20'/2080' | |
| | Bulgari | Martî | Săptămânal | 8'/832' | |
| | Croați | Martî | Săptămânal | 6'/624' | |
| | Germani | Vineri | Bilunar | 26'/1248' | |
| | Slovaci | Vineri | Bilunar | 8'/384' | |
| | TOTAL EMISIE lunar: 272 min. | | | | |
| TVR CLUJ | Rromi | Luni | Bilunar | 34'/1632' | Altern.cuTVR Tm și Buc |
| | Ucrainieni | Joi | Săptămânal | 20'/2080' | |
| | Germani | Vineri | Bilunar | 26'/1248' | |
| | Slovaci | Vineri | Bilunar | 8'/384' | |
| | Evrei | Joi | Săptămânal | 9'/936' | În lb.română |
| | Cehi | Joi | Săptămânal | 5'/520' | |
| | TOTAL EMISIE lunar: 272 min. | | | | |
| | TOTAL ORE EMISIE ANUAL (premieră+reluare): 756 ore | | | | |

Anexa 2 - Ponderea producțiilor proprii, a co-producțiilor, a achizițiilor în număr de ore și procente în grila de programe a TVR, număr de ore de programe difuzate pe canalele SRTv

SITUATIA GRILEI DE PROGRAME DUPA SURSA DE PROVENIENTA

| <i>(in ore)</i> | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|-------------------|------------------|---------------|---------------|-------------------|---------------|-----------------|-----------------|-------------------------------------|-----------------|------------------|------------------|
| CANAL | Producții proprii | | Coproducții | | Prod.independenti | | Achiziții | | Programe preluate de la alte canale | | Alte programe | TOTAL Ore |
| | Premiera | Reluare | Premiera | Reluare | Premiera | Reluare | Premiera | Reluare | Premiera | Reluare | | |
| TVR 1 | 1,917.50 | 762.50 | 361.50 | 297.50 | 101.00 | 54.75 | 1,320.75 | 903.00 | 12.00 | 2.75 | 3,026.75 | 8,760.00 |
| TVR 2 | 2,125.40 | 787.30 | 28.00 | 18.50 | 61.80 | 55.90 | 1,944.80 | 1,080.60 | 17.40 | 0.80 | 2,639.50 | 8,760.00 |
| TVR 3 | 2,931.00 | 2,838.00 | 161.00 | 43.00 | 0.00 | 0.00 | 497.00 | 240.00 | 22.00 | 14.00 | 2,014.00 | 8,760.00 |
| TVRC | 1,104.15 | 2,963.56 | 244.82 | 227.79 | 0.00 | 0.00 | 1,207.49 | 1,570.69 | 124.40 | 329.40 | 987.70 | 8,760.00 |
| TVR i | 711.00 | 1,241.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 239.00 | 478.00 | 3,102.00 | 1,258.00 | 1,731.00 | 8,760.00 |
| TVR Info | 1,636.50 | 3,774.50 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 185.00 | 223.00 | 2,941.00 | 8,760.00 |
| TOTAL | 10,425.55 | 12,366.86 | 795.32 | 586.79 | 162.80 | 110.65 | 5,209.04 | 4,272.29 | 3,462.80 | 1,827.95 | 13,339.95 | 52,560.00 |
| Medie/ canal | 1,737.59 | 2,061.14 | 132.55 | 97.80 | 27.13 | 18.44 | 868.17 | 712.05 | 577.13 | 304.66 | 2,223.33 | 8,760.00 |

| <i>(in procente)</i> | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-------------------|---------|-------------|---------|-------------------|---------|-----------|---------|-------------------------------------|---------|---------------|---------|
| CANAL | Producții proprii | | Coproducții | | Prod.independenti | | Achiziții | | Programe preluate de la alte canale | | Alte Programe | TOTAL % |
| | Premiera | Reluare | Premiera | Reluare | Premiera | Reluare | Premiera | Reluare | Premiera | Reluare | | |
| TVR 1 | 21.89 | 8.70 | 4.13 | 3.40 | 1.15 | 0.63 | 15.08 | 10.31 | 0.14 | 0.03 | 34.55 | 100% |
| TVR 2 | 24.26 | 8.99 | 0.32 | 0.21 | 0.71 | 0.64 | 22.20 | 12.34 | 0.20 | 0.01 | 30.13 | 100% |
| TVR3 | 33.46 | 32.40 | 1.84 | 0.49 | 0.00 | 0.00 | 5.67 | 2.74 | 0.25 | 0.16 | 22.99 | 100% |
| TVR C | 12.60 | 33.83 | 2.79 | 2.60 | 0.00 | 0.00 | 13.78 | 17.93 | 1.42 | 3.76 | 11.28 | 100% |
| TVR i | 8.12 | 14.17 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 2.73 | 5.46 | 35.41 | 14.36 | 19.76 | 100% |
| TVR Info | 18.68 | 43.09 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 2.11 | 2.55 | 33.57 | 100% |
| Medie/ canal | 19.84 | 23.53 | 1.51 | 1.12 | 0.31 | 0.21 | 9.91 | 8.13 | 6.59 | 3.48 | 25.38 | 100% |

*Valorile reprezintă totalul în ore pe an, respective procent din total emisie an

*Emisiuni producție proprie: emisiuni din grilă, evenimente, producție exclusiv TVR, etc

*Emisiuni coproducție: emisiuni din grilă, evenimente, realizate în parteneriat, etc

*Producție independenti: emisiuni din grilă realizate exclusive în afara TVR, pe bază de contract

*Achiziții: filme artistice, seriale, documentare, spectacole de operetă, programe musicale, etc

*Programe preluate de pe alte canale TVR

***Alte Programe:** programe realizate de Direcția Emisiuni Informativе și Sport(știri, transmisiuni sportive, alte emisiuni care nu sunt realizate din bugetul canalului): Știri, Sport, Fotbal- Champions League, Formula 1, etc, teleshopping, promo, publicitate, revizie tehnică

Anexa 3: Situația litigiului declanșat de SRTv cu privire la retragerea de către autoritățile moldovene a dreptului SRTv de a retransmite postul TVR 1 pe teritoriul Republicii Moldova și a negocierilor aferente:

În data de 19 ianuarie 2006, Consiliul Coordonator al Audiovizualului (CCA) din Republica Moldova și TVR au semnat un acord privind difuzarea emisiunilor Societății Române de Televiziune pe teritoriul Republicii Moldova în intervalul 2006-2011. Conform acordului, CCA urma să elibereze SRTv, în termen de 30 de zile de la data încheierii acordului licență de emisie, care acorda SRTv dreptul să efectueze difuzarea programelor cu folosirea frecvenței (canalului) indicate în respectiva licență. Punctul 6.1 din acord prevedea că acesta intră în vigoare la data eliberării de către CCA a licenței și este valabil pe un termen de 5 ani.

Pe baza acordului sus menționat, CCA a adoptat Decizia nr. 9 din 14.02.2006, prin care a aprobat acordul pentru termenul 2006-2011 și a eliberat SRTv licență seria A MMII nr. 014 557/2006, prin care i s-a acordat SRTv dreptul de a difuza emisiunile programului 1 al SRTv pe teritoriul Republicii Moldova, în volum de 24 ore/zi, până la data de 14 februarie 2011.

Pe 28 decembrie 2006 a fost semnat protocolul de colaborare dintre TVR și Ministerul Dezvoltării Informaționale (Întreprinderea de Stat „Radiocomunicații”) din Republica Moldova privind retransmisia TVR 1 pe teritoriul Republicii Moldova, valabil până la data de 13 iunie 2007. Imediat după ce a fost semnat acest protocol, TVR a demarat demersurile pentru găsirea de noi surse de finanțare pentru transmisia TVR 1 în Republica Moldova, cu începere din luna iunie 2007.

De asemenea, fostul prim-ministru al României și fostul ministru al finanțelor publice au propus guvernului Republicii Moldova soluționarea problemei legate de finanțarea retransmiterii TVR 1 pe teritoriul Republicii Moldova, inclusiv prin lichidarea unui sold nerambursat de către Republica Moldova, în quantum de cca. 9,4 milioane USD din creditul acordat în 1993, dar toate demersurile au rămas fără răspuns din partea autorităților moldovene.

La data de 28 iunie 2007, în mod surprinzător și nejustificat, Ministerul Dezvoltării Informaționale solicită CCA anunțarea concursului pentru dreptul de a difuza programe de televiziune prin rețeaua publică nr. 2 de televiziune. La data de 31 iulie 2007, la fel de nejustificat, CCA adoptă Decizia numărul 92 prin care anunță

concursul pentru utilizarea rețelei de stat nr. 2 de televiziune. Decizia nu face referință la pretinsul aviz al Ministerului Dezvoltării nr. 01/1579 din 28.06.2007, iar la data de 25 septembrie 2007 CCA adoptă Decizia nr. 101 prin care oferă dreptul de utilizare a Rețelei de stat TV nr. 2 companiei ÎCS Telefe M Internațional SRL din Chișinău.

În toată această perioadă, au avut loc consultări permanente între conducerea SRTv și Guvern, MAE, Ministerul Economiei și Finanțelor, Ambasada României în Republica Moldova pentru a putea reînnoi protocolul prin care programul TVR 1 să poată fi retransmis. În data de 11 septembrie 2007, Guvernul României emite Hotărârea nr. 1087, prin care i se acordă Televiziunii Române, din Fondul de rezervă bugetară aflat la dispoziția Guvernului pe anul 2007, suma de 360.000 lei pentru finanțarea retransmisiiei emisiunilor canalului TVR 1 pe teritoriul Republicii Moldova. Au fost făcute adrese de către TVR către CCA și Ministerul Dezvoltării Informaționale (Întreprinderea de Stat „Radiocomunicații”) din Republica Moldova asigurându-se despre soluționarea problemei finanțării și au avut loc și mai multe încercări de a contacta inclusiv telefonic autoritățile moldovene, dar toate demersurile s-au izbit de refuzul acestora de a discuta.

Ca urmare, SRTv a formulat și trimis CCA, în temeiul art. 14 din Legea contenciosului administrativ din Republica Moldova, o cerere prealabilă prin care a cerut revocarea/anularea deciziilor CCA nr. 92 din 31 iulie 2007 și nr. 101 din 25 septembrie 2007, în partea scoaterii la concurs și acordării rețelei de stat nr. 2 unei alte instituții, deoarece au fost adoptate cu nesocotirea legislației în domeniu, precum și plata unor despăgubiri pentru prejudiciul cauzat prin emiterea acestor decizii, în quantum de 500.000 de euro, iar, la data de 2 noiembrie 2007, CCA a respins cererea prealabilă a SRTv.

În data de 27 noiembrie 2007, Consiliul de Administrație al TVR decide că instituția să formuleze și să introducă o acțiune în contencios administrativ, la Curtea de Apel Chișinău, prin care solicită anularea deciziilor CCA și acordarea despăgubirilor de 500.000 de euro, inclusiv cu posibilitatea atacării la CEDO a eventualei soluții irevocabile de respingere pronunțate de instanțele din Republica Moldova.

La data de 14 februarie 2008, **Curtea de Apel Chișinău a admis cererea SRTv de suspendare a executării celor două decizii ale CCA** (nr. 92/2007, respectiv nr. 101/2007) în partea scoaterii la concurs a frecvenței de stat nr. 2 (atribuită anterior SRTv) și acordării ei către Tele M International SRL până la adoptarea unei hotărâri în procesul de fond. Astfel, SRTv i se dădea posibilitatea să retransmită TVR 1 pe parcursul judecării procesului. Curtea de Apel Chișinău a considerat demersul SRTv ca fiind întemeiat în urma analizării înscrisurilor depuse de SRTv la dosar și în raport de prevederile din legislația Republicii Moldova, aplicabile în materie.

La data de **15 februarie 2008**, CCA a înregistrat la Curtea de Apel Chișinău **recursul împotriva încheierii de mai sus**, recurs motivat extrem de laconic. În

data de 18 februarie 2008 s-a fixat termenul de judecare a recursului de către Curtea Supremă de Justiție, un termen extrem de scurt, având în vedere că procedurile în asemenea cazuri durează de regulă aproximativ două luni și, în mod suprinzător, Curtea Supremă de Justiție admite recursul și casează încheierea Curții de Apel Chișinău, anulând practic dreptul SRTv de a retransmite programele TVR 1 pe frecvența de stat nr. 2 pe perioada procesului de fond, cum hotărâse Curtea de Apel Chișinău prin încheierea din 14.02.2008.

La data de 17 martie 2008, după ce admisese cererea de suspendare provizorie a celor două decizii contestate, Curtea de Apel Chișinău respinge acțiunea SRTv ca neîntemeiată.

Recursul declarat de SRTv a fost respins prin Decizia Curții Supreme de Justiție a Republicii Moldova din data de 10 iulie 2008, însă unul dintre cei trei judecători a formulat opinie separată, în sensul că soluțiile pronunțate de către Curtea de Apel Chișinău (în fond) respectiv de către Curtea Supremă de Justiție a Republicii Moldova (în recurs) sunt contrare, atât legii Republicii Moldova în domeniu, cât și Convenției Europene a Drepturilor Omului, interzicerea dreptului TVR de a retransmite programele TVR 1 în Moldova, în condițiile în care deținea o licență valabilă până în 2011, constituind o ingerință abuzivă în dreptul său de proprietate, iar scopul urmărit pe această cale de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului din Republica Moldova neavând nimic comun cu administrarea bună și eficientă a audiovizualului și a mijloacelor bănești publice.

Ca urmare, prin Hotărârea Consiliului de Administrație al SRTv nr. 144/2008 a fost aprobată continuarea demersurilor judiciare pentru obținerea recunoașterii dreptului de a retransmite programele postului TVR 1 în Republica Moldova prin formularea unei cereri în acest sens la Curtea Europeană a Drepturilor Omului.

La data de 6 noiembrie 2008, Curtea Europeană a Drepturilor Omului a comunicat SRTv că a fost demarată procedura de examinare prealabilă a cererii, sub aspectul admisibilității acesteia. În același timp CEDO a transmis Guvernului României o scrisoare, prin care acesta era invitat să sprijine ca parte terță Televiziunea Publică în acest proces, comunicând Curții și punctul său de vedere în acest sens. Guvernul României a formulat o cerere de intervenție în dosar, susținând poziția SRTv. În prezent, SRTv, ca urmare a schimbării regimului politic din Republica Moldova, a transmis autorităților moldovene invitația de a negocia o posibilă tranzacționare a litigiului, prin reacordarea dreptului SRTv de a retransmite postul TVR 1 în Republica Moldova. Din discuțiile purtate de SRTv cu reprezentanți ai Ministerului Afacerilor Externe, se pare că autoritățile moldovene ar dori să ofere SRTv, ca modalitate amiabilă de stingere a litigiului, dreptul de a retransmite postul TVR 1 pe rețeaua de stat nr. 4, discuțiile în acest sens urmând a avea loc la o dată pe care autoritățile moldovene o vor comunica SRTv și MAE.

Anexa 4: Acțiuni în instanță semnificative în care a fost implicat SRTv în anul 2009

- Best Sport: Tribunalul București a admis cererea SRTv de deschidere a procedurii de insolvență împotriva debitoarei Best Sport. În data de 19.03.2007 și respectiv în data de 23.03.2007, BEST SPORT a achitat SRTv suma de 15.000 USD și cea de 5.581,75 lei. Potrivit tabelului definitiv consolidat rectificat al creanțelor, întocmit de către lichidator la data de 15.12.2008, SRTv figurează cu o creanță admisă de 127.513,55 lei. Procedura de insolvență este în derulare, fiind angajată răspunderea administratorului Horațiu Nicolau, conform art. 138 din Legea nr. 85/2006 (dosar nr. 10388/3/2007 de pe rolul Tribunalului București).
- UCMR-ADA a cerut executarea silită a SRTv pentru suma de 3.102.099, 72 lei, în dosar nr. 60/2008, reprezentând pretinsă remunerație restantă datorată de SRTv pentru trimestrul al III-lea din 2007. SRTv a formulat contestație la executare împotriva acestei popriri, formându-se dosarul nr. 5600/299/2008 pe rolul Judecătoriei Sectorului 1 București și solicitând și întoarcerea executării silite, deci restituirea sumelor poprite SRTv împreună cu rata inflației conform Codului de procedură civilă. Prin sentința civilă nr. 6027 din data de 23.04.2009, Judecătoria Sectorului 1 București a admis contestația la executare formulată de SRTv și întoarcerea executării silite pentru suma executată nelegal. Întrucât, din conținutul sentinței nu rezultă clar dacă s-a admis restituirea sumei împreună cu dobânda legală sau cu rata inflației aferentă, SRTv a formulat sub acest aspect recurs împotriva sentinței judecătoarești susmenționate. De asemenea, UCMR-ADA a declarat recurs împotriva sentinței civile, ambele recursuri fiind în curs de soluționare la Tribunalul București (dosarul nr. 5600/299/2008).

- UCMR-ADA a cerut executarea silită a SRTv pentru suma de 3.323.155,12 lei, în dosarul nr. 70/2008, reprezentând pretinsă remunerație restantă datorată de SRTv pentru trimestrul al IV-lea din 2007. SRTv a formulat contestație la executare împotriva acestei popriri, formându-se dosarul nr. 8029/299/2008 pe rolul Judecătoriei Sectorului 1 București și solicitând și întoarcerea executării silite, deci restituirea sumelor poprite SRTv împreună cu rata inflației conform Codului de procedură civilă. Prin sentința civilă nr. 5631 din data de 08.04.2009, Judecătoria Sectorului 1 București a admis contestația la executare formulată de SRTv și întoarcerea executării silite pentru suma executată nelegal. Întrucât din conținutul sentinței nu rezultă clar dacă s-a admis restituirea sumei împreună cu dobânda legală sau cu rata inflației aferentă, SRTv a formulat, sub

acest aspect, recurs împotriva sentinței judecătoarești susmenționate. De asemenea, UCMR-ADA a declarat recurs și împotriva sentinței civile, ambele recursuri fiind în curs de soluționare la Tribunalul București (dosarul nr. 8029/299/2008).

➤ SRTv a solicitat dizolvarea și declanșarea procedurii de lichidare a SC TV INSTANT BRAȘOV SNC, societate în care detine calitatea de asociată cu o cotă de 68% din capitalul social subscris și vărsat. Tribunalul Brașov a admis cererea de dizolvare a societății și a dispus dechiderea procedurii de lichidare, numind ca lichidator pe Braudit SRL, procedura fiind în curs (dosarul nr. 8333/62/2009).

➤ Postul GSP Tv a difuzat în dimineața zilei de 07.09.2008, înregistrat, meciul de fotbal România – Lituania, meci oficial al echipei naționale de fotbal masculin seniori, deși acest drept aparținea SRTv. Ca urmare, SRTv a formulat acțiune, solicitând obligarea Camina Trust la plata unor despăgubiri de 300.000 de euro, procesul fiind în curs de judecată (dosarul nr. 6290/3/2009 de pe rolul Tribunalului București).

➤ Reclamanții Lazăr George, Pogorilovschi Ieronim, Nasser Hassan etc. și UCMR-ADA au cerut obligarea SRTv la plata unor despăgubiri (neevaluate până în prezent) reprezentând remunerații restante și dobândă legală pentru radiodifuzarea de către SRTv a operelor muzicale din repertoriul acestora, în forma inclusă în spoturi publicitare radiodifuzate pe canalele televiziunii publice. SRTv a chemat la rându-i în garanție pe SC Splendid Media SA (dosarul nr. 24348/3/2009 de pe rolul Tribunalului București).

➤ Reclamantul Lucian Ionică solicită anularea deciziei de concesiere emisă de SRTv, reintegrarea în postul de Director al Studioului Teritorial TVR Timișoara și acordarea de despăgubiri egale cu salariile indexate, majorate și reactualizate și cu celelalte drepturi de care ar fi beneficiat în lipsa concesierii (neevaluate până în prezent), procesul judecându-se în dosarul nr. 4696/30/2009 de pe rolul Tribunalului Timiș.

➤ SC Lereco 2001 SRL a solicitat obligarea SRTv la plata sumei de 700.084,56 lei, reprezentând deblocarea garanțiilor de bună execuție reținute de SRTv, în calitate de beneficiar al unor lucrări executate de SC Lereco 2001 SRL, în temeiul mai multor contracte încheiate în acest sens, procesul fiind în curs de judecată în dosarul nr. 49087/3/2008 de pe rolul Tribunalului București.

➤ COPYRO a solicitat obligarea SRTv la plata sumei de 12.000 Euro cu titlu de pretinsă remunerație pentru radiodifuzarea în luna iulie 2008 și în data de 6 octombrie 2008 a piesei de teatru «Tache, lanche și Cadâr». Prin sentința civilă nr. 459/2009,

Tribunalul București a respins acțiunea COPYRO ca fiind formulată de o persoană fără calitate procesuală activă. COPYRO a declarat recurs la Curtea de Apel București, aflat în curs de judecată (dosarul nr. 45864/3/2008).

➤ Cezar Ion Iulian solicită anularea deciziei de concediere nr. 84/2009, reintegrarea și acordarea de despăgubiri egale cu salariile indexate, majorate și reactualizate și cu celelalte drepturi de care ar fi beneficiat în lipsa concedierii (neevaluate până în prezent), procesul fiind în curs de judecată în dosarul nr. 18.780/3/2009 de pe rolul Tribunalului București.

➤ COPYRO a solicitat obligarea SRTv la plata unei pretinse diferențe de remunerație pentru perioada 01.07.2005-03.11.2005 și, respectiv, pentru perioada 04.11.2005-30.06.2008. Potrivit raportului de expertiză judiciară efectuat în cauză, conform variantei de calcul propuse de COPYRO, SRTv ar datora, pentru perioada 01.07.2005-03.11.2005, suma de 227.472,86 lei, iar pentru perioada 04.11.2005-30.06.2008 suma de 24.577.075,51 lei. Conform variantei de calcul propuse de SRTv, suma maximă de plată pentru perioada 04.11.2005-30.06.2008 ar fi în quantum de 10.650,10 lei, procesul fiind în curs de judecată în dosarul nr. 30732/3/2008 de pe rolul Tribunalului București.

➤ Reclamanții Mois Mariana și Mois Gheorghe Dorel au solicitat de la părâte, între care și SRTv, despăgubiri totale în quantum de 28.000 Euro cu titlu de remunerații pentru spectacolul Romanian Golden Team, al căror coreografi se pretind și ale căror prestații artistice susțin că au fost incluse în acest spectacol, difuzat și de SRTv. Ca urmare, SRTv a chemat în garanție Fundația Olimpică Română, solicitând obligarea acesteia la plata sumei la care SRTv ar putea fi obligată către reclamanți, procesul fiind în curs de judecată în dosarul nr. 22759/3/2008 de pe rolul Tribunalului București.

➤ Reclamantul Hotea Fernezean Vasile a solicitat obligarea SRTv la a-i recunoaște contractele individuale de muncă încheiate între SRTv și acesta (nr. 6595/01.06.2000 respectiv nr. 7472/01.05.2002) ca fiind încheiate cu normă întreagă, la a-i recunoaște vechimea în muncă aferentă perioadei 2000-2008, precum și a fi obligată la plata drepturilor bănesti care i s-ar cuveni pe ultimii 3 ani, corespunzător intervalului august 2005 – august 2008, drepturi constând în diferența de bani între salariul pentru fracțiunea de normă care i s-a plătit și salariul care i se cuvine pentru normă întreagă, reactualizat, indexat, majorat și cu alte drepturi bănești care îi revin - prime de vacanță, prima de Crăciun și Paști, dividende și sporul de vechime de 10%, procesul fiind în curs de judecată în dosarul nr. 3323/117/2008 de pe rolul Tribunalului Cluj.

➤ Reclamanta Cărbune Delia Mihaela a solicitat obligarea SRTv la a-i recunoaște contractele individuale de muncă intervenite între SRTv și aceasta la data de 01.06.2000 sub nr. 6594 respectiv nr. 7466/01.05.2002, ca fiind încheiate cu normă întreagă, la a-i recunoaște vechimea în muncă aferentă perioadei 2000-2008, precum și a fi obligată la plata drepturilor bănesti care i s-ar cuveni pe ultimii 3 ani, corespunzător intervalului august 2005-august 2008, drepturi constând în diferența de bani între salariul pentru fracțiunea de normă care i s-a plătit și salariul care i se cuvine pentru normă întreagă, reactualizat, indexat, majorat și cu alte drepturi bănești care îi revin -prime de vacanță, prima de Crăciun și Paști, dividende și sporul de vechime de 10%. În data de 03.02.2010, Tribunalul Cluj a respins acțiunea reclamantei ca neîntemeiată, sentinta putând fi atacată cu recurs.

➤ UCMR-ADA a solicitat desființarea hotărârii pronunțate în apel de către Curtea de Apel București, prin care remunerația pentru radiodifuzarea operelor muzicale gestionate colectiv de UCMR-ADA a fost redusă de la un procent maxim de 9% pentru o pondere a utilizării de 100% la un procent maxim de 3% pentru o pondere a utilizării de 100%. Admiterea revizuirii ar determina plata de către SRTv, pentru perioada 01.01.2008 – prezent, a unei diferențe de remunerație de 6% din veniturile obținute din activitatea de radiodifuzare (dosarul nr. 2212/2/2008).

➤ Reclamantul Marin Iliescu a solicitat obligarea părăților, între care și SRTv, la plata sumei de 1.761.645 de euro, reprezentând daune materiale și morale pentru radiodifuzarea emisiunii «Cafeneaua Astrelor» al cărei format ar fi un plagiat după formatul emisiunii «Zodiac Astro Show». SRTv a chemat în garantie pe autorii formatului «Cafeneaua Astrelor», Dan Manoliu și Elena Știrbescu, solicitând obligarea acestora la plata către SRTv a sumelor la care SRTv va fi obligată către reclamant, procesul fiind în curs de judecată în dosarul nr. 49.854/3/2008 de pe rolul Tribunalului București.

➤ Reclamantul Căncescu Aristotel Adrian a solicitat obligarea părătelor, între care și SRTv, la plata unor despăgubiri morale în quantum de 100.000 lei, pentru pretinsul prejudiciu suferit de acesta prin difuzarea unui reportaj în cadrul emisiunii "Cu ochii-n patru", difuzată pe postul TVR 1, în data de 10.01.2008, ora 18.45 și pe postul TVR Internațional, la ora 19.44, precum și la plata cheltuielilor de judecată, procesul fiind în curs de judecată în dosarul nr. 17289/299/2009 de pe rolul Judecătoriei Sectorului 1 București.

➤ Reclamanta SC Direct Target SRL a solicitat obligarea SRTv la plata sumei de 779.249,24 lei, actualizată cu indicele de inflație și cu dobânda legală, a sumei de 62.340 lei, a sumei de 42.760 lei și a cheltuielilor de judecată, legate de seria a II-a a serialului «La urgență». SRTv i-a chemat în garanție pe Tudor Giurgiu și pe Horia Romanescu pentru plata către SRTv a sumelor la care televiziunea publică va fi obligată către Direct Target. Curtea de Apel și-a declinat competența în favoarea Judecătoriei Sectorului 1 București, iar SRTv a declarat recurs impotriva hotărârii de declinare, urmând a primi citătie de la Înalta Curte de Casație și Justiție.

➤ Reclamanta SC Lereco 2001 SRL solicită obligarea SRTv la plata sumei de 688.015,4 lei, cu titlu de pretins debit neachitat ce ar fi datorat de SRTv în baza contractelor de execuție de lucrări nr. 7061/27.12.2004 și nr. 6516/10.08.2004, a sumei de 42.550,42 lei cu titlu de dobândă legală aferentă acestei sume și a cheltuielilor de judecată, procesul fiind în curs de judecată în dosarul nr. 10383/3/2008 de pe rolul Tribunalului București.

➤ Reclamantul Mărășescu Gheorghe a solicitat obligarea SRTv, împreună cu părății Pădurean Rodica, Toma Roxana și Condurache Dan la plata sumei de 500.000 lei, cu titlu de daune morale. Prin sentința pronunțată în fond, acțiunea reclamantului a fost respinsă. De asemenea, a fost respins apelul. La data de 26.01.2010, Curtea de Apel Târgu Mureș a admis recursul reclamantului și a dispus rejudicarea dosarului în apel de către Tribunalul Mureș, de la care aşteptăm în prezent citătie.

➤ Revizuenta Sabina Petre solicită revizuirea hotărârilor prin care i s-a respins contestația la decizia de concediere din ianuarie 2006, ceea ce, în cazul admiterii revizuirii, ar conduce și la plata de despăgubiri egale cu salariile indexate, majorate și reactualizate și cu celelalte drepturi de care ar fi beneficiat în lipsa concedierii (neevaluate până în prezent). Curtea de Apel și-a declinat competența în favoarea Tribunalului București.

➤ Reclamantul Sindicatul Pentru Unitatea Salariaților SRTv (SPUS TV) solicită obligarea SRTv la indexarea tuturor salariilor din SRTv, începând cu data de 01.05.2009, cu indicele de inflație de 6,06%, procesul fiind în curs de judecată în dosarul nr. 24301/3/ 2009 de pe rolul Tribunalului București.

➤ Fosta proprietara Moisescu Dana a dat în judecată CGMB pentru a-i restitu suprafața de 577,25 mp situată în curtea TVR din Str. Moliere nr. 2. Cu sentința civilă nr. 13479/1998, Judecătoria Sectorului 1 București a dispus CGMB să restituie această suprafață. Cauza nu s-a judecat în contradictoriu și cu SRTv. Ulterior, Moisescu Dana a

vândut terenul lui Crețeanu Sorin și Gheorghe Elena, care au dat în judecată SRTv pentru eliberarea terenului și pentru demolarea statuilor ridicate pe acest teren. Inițial, Judecătoria Sectorului 1 București a admis această cerere cu sentința civilă nr. 4539/11.05.2005. Recursul SRTv împotriva acestei sentințe a fost admis și în consecință Tribunalul București a dispus rejudicarea cauzei. Rejudicând cauza, Judecătoria Sectorului 1 București a respins cererea celor doi cumpărători prin sentința civilă nr. 3292/2.03.2007, pronunțată în dosarul nr. 14712 /299/2006. Tribunalul București - Secția a III-a Civilă, în dosarul nr. 14712/299/2006 a admis recursul declarat de numiții Crețeanu Sorin, Crețeanu Simona și Gheorghe Elena. În prezent, SRTv se judecă în apel pentru a obține anularea dispozitiei nr. 2345/1998 emisă de Primarul Capitalei, ce constituie titlul de proprietate inițial al reclamanților, precum și a actelor administrative subsecvente, acest proces fiind suspendat în prezent până la judecarea revizuirii formulate de MFP împotriva sentinței civile nr. 13479/1998, pronunțată de către Judecătoria Sectorului 1 București (dosarul nr. 12.752/299/2009).

➤ Reclamanta Marcovici Anastasia a solicitat prin acțiunea introdusă obligarea SRTv să emită decizie motivată, prin care să-i restituie în natură un teren de 305,75 mp, situat în București, Calea Dorobanților nr. 191. Prin sentința civilă nr. 119/2007, Tribunalul București a respins ca neîntemeiată acțiunea formulată de reclamantă. S-a refuzat de către reclamantă oferta SRTv făcută prin decizia nr. 20/22.01.2004 pentru plata de despăgubiri prin titluri emise de Ministerul Finanțelor Publice în valoare de 153.575 USD. Curtea de Apel București a admis apelul declarat de Marcovici prin decizia nr. 831/13.12. 2007 și a dispus trimiterea cauzei la fond spre rejudicare, Înalta Curte de Casație și Justiție menținând soluția din apel, astfel încât, în prezent, cauza se rejudică pe fond de către Tribunalul București, efectuându-se o expertiză judiciară topo și pentru evaluarea terenului (dosarul nr. 35568/3/2006)

➤ Fostul proprietar Marian Nicolae a dat SRTv în judecată pentru restituirea suprafeței de 593 mp situată în str. Moliere nr. 2. Judecătoria Sectorului 1 București a respins această acțiune cu sentința civilă nr. 19.140/1998, pentru motivul lipsei calității procesuale active a reclamatului. Ulterior, numitul Marian Ioan a notificat SRTv în baza Legii nr.10/2001, pentru restituirea aceluiași teren fără a fi clară calitatea sa de moștenitor. Cu dispoziția nr. 163/8.07.2002 SRTv a respins această cerere. Ulterior, în anul 2004, alți 5 preținși moștenitori și-au manifestat interesul pentru aceeași parcelă.

➤ Pe rolul Judecătoriei Sectorului 1 Bucureşti – dosarul nr. 3198/299/2007– s-a aflat o cerere în constatare formulată de numiții Marian Ioan și Marian Mona Cezarina (aceasta din urmă solicită terenul pentru prima dată) care a fost respinsă de instanță.

➤ SRTv a formulat cerere de anulare a Dispoziției PMB nr. 189/1992 care stabilește dreptul de proprietate a lui Marian Nicolae, cererea fiind respinsă la fond ca lipsită de interes prin încheierea din data de 17.09.2007. SRTv a formulat apel, care a fost admis de către Tribunalul Bucureşti, în prezent, dosarul fiind în rejudicare la fond, fiind dispusă efectuarea unei expertize judiciare topo de identificare a terenului (dosarul nr. 10.709/299/ 2009).

➤ Reclamanta Roșca Ioana Ruxandra solicită restituirea în natură a terenului în suprafață de 364,28 mp, situat în Bucureşti, Calea Dorobanților, nr. 191, sector 1. În prezent în cauză se definitează expertiza judiciară topo de identificare a terenului, dispusă de instanță (dosarul nr. 5084/3/2008).

➤ Reclamantele Ștefănescu Florentina, Ghiță Lucica, Zuica Illeana, Tomescu Antoaneta s.a au solicitat restituirea în natură a terenului în suprafață de 162,59 mp, situat în Bucureşti, str. Moliere nr. 2, sectorul 1. Tribunalul Bucureşti a respins acțiunea (contestația) ca tardivă prin sentința civilă nr. 10/09.01.2009. Curtea de Apel Bucureşti a respins și apelul declarat de reclamante, prin decizia civilă nr. 700/A/18.12.2009. Reclamantele mai pot declara recurs.

➤ Reclamantele Atanasiu Maria și Poenaru Illeana Iuliana solicită restituirea în natură a terenului în suprafață de 438,42 mp, situat în Bucureşti, Calea Dorobanților, nr. 191, sectorul 1 sau despăgubiri conform articolului 480 din Codul Civil (neevaluate până în prezent). În cauză, în prezent, se efectuează două expertize judiciare: una topo, de identificare și una de evaluare a terenului (dosarul nr. 35918/3/2009).

➤ Reclamanții Dumitrescu Popovici Sorin și Colan Illeana Iolanda au solicitat restituirea în natură a terenului în suprafață de 621,30 mp, situat în Bucureşti, Calea Dorobanților nr. 191, sectorul 1. În prezent, în cauză, s-a dat termen pentru discutarea excepțiilor invocate de TVR și pentru depunerea de către TVR a actelor ce au stat la baza notificării reclamantilor adresată SRTv (dosarul nr. 47860/3/2009).

➤ Reclamantele Munteanu Paulina, Covaci Iolanda, Dumitrescu Constantin și Rodoteatu Gheorghe solicită restituirea în natură a terenului în suprafață de 170,65 mp, situat în Bucureşti, str. Moliere nr. 2, sectorul 1. În prezent, în cauză, s-a dat termen pentru comunicarea întâmpinării (dosarul nr. 49931/3/2009).

Anexa 5: Raportul statistic al producțiilor realizate în anul 2009

Structura de producție în anul 2009

| Canal | Resursa | | Studiouri | | Care | |
|-------------------|---------|---------------------------|-----------|---------------------------|------|--|
| | | Nr. de ediții în premieră | % | Nr. de ediții în premieră | % | |
| TVR 1 | 2219 | 37% | 300 | 33% | | |
| TVR 2 | 1345 | 23% | 269 | 30% | | |
| TVR 3 | 979 | 17% | 127 | 14% | | |
| TVR Internațional | 433 | 7% | 65 | 7% | | |
| TVR Cultural | 858 | 14% | 148 | 16% | | |
| TVR Info | 99 | 2.00% | X | X | | |
| Total general | 5933 | X | 909 | X | | |