

RAPORT DE ACTIVITATE 2010 TELEVIZIUNEA ROMÂNĂ

SUMAR

TVR - TELEVIZIUNE PUBLICĂ PAG.2

CAP.01
SINTEZA PROBLEMELOR ȘI DATELOR MANAGERIALE (PREAMBUL) PAG.7

CAP.02
TELEVIZIUNEA ROMÂNĂ PE PIAȚA MEDIA PAG.31

CAP.03
EXERCITAREA MISIUNII PUBLICE PRIN CANALELE TVR PAG.39

CAP. 04
MARKETING ȘI PUBLICITATE PAG.71

CAP.05
COMUNICARE, RELAȚII CU PUBLICUL ȘI PROTOCOL PAG.81

CAP.06
RESURSELE UTILIZATE ÎN 2010 ..... PAG.89

TVR - DIRECȚII DE DEZVOLTARE PAG.104









Cine suntem

Televiziunea Română are statut de instituție publică și emite pe șase canale: TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural, TVR Info și TVR Internațional. Deținem și un canal experimental, care emite în sistem High Definition: TVR HD.

TVR acoperă cele mai importante știri la nivel național, prin cele cinci studiouri teritoriale: Cluj, Iași, Timișoara, Craiova, Tîrgu Mureș.

Afilieri

Suntem afiliați la cele mai importante organizații internaționale din domeniul audio-vizualului, ceea ce ne oferă un avantaj competitiv în materie de calitate a producțiilor pe care le difuzăm: EBU (European Broadcasting Union), EGTA (European Group of Television Advertising), CIRCOM Regional (Asociația Televiziunilor Publice Regionale din Europa), Arte France, IFTA (Federația Internațională a Arhivelor de Televiziune).

Cum suntem finanțați

Principala sursă de finanțare a televiziunii publice române o reprezintă taxa TV care în acest moment este cea mai scăzută din Uniunea Europeană, adică 4 lei/familie lunar.

Fondurile pe care Televiziunea Română le primește de la bugetul de stat merg în proporție de 98% direct către Societatea Națională de Radiocomunicații pentru închirierea stațiilor și circuitelor (preluarea, transportul și difuzarea de către S.N.Radiocomunicații S.A. a programelor televiziunii publice).

Veniturile din publicitate ale televiziunii dețin o pondere mică din cauza restricțiilor în difuzarea publicității, care de altfel nu se regăsesc în cazul televiziunilor private.

Programele televiziunii publice nu pot fi întrerupte pentru a se difuza reclame, a căror durată nu poate depăși 8 minute pe oră, față de 12 minute cât pot difuza televiziunile private.



Cum funcționăm

TVR 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.

Misiune

TVR are misiunea de a prezenta în mod obiectiv realitățile vieții social-politice și economice interne și internaționale, să asigure informarea corectă a cetățenilor asupra treburilor publice și să promoveze valorile limbii române, ale creației autentice culturale, științifice, naționale și universale, ale minorităților naționale, precum și valorile democratice, civice, morale și sportive.

Suntem singura televiziune din România care sprijină producția cinematografică românească, un procent de 15% din încasările din publicitate fiind alocat în această direcție. Acest procent este cel mai mare din Uniunea Europeană.

Avem cea mai mare diversitate a producțiilor din domeniul audio-vizualului românesc: știri, evenimente sportive majore, producții proprii de filme și seriale, documentare, cultură, programe pentru minorități.

TVR a început un proces de redefinire a rolului de serviciu public de televiziune. Noua abordare pune accent pe dezbateri, traininguri, parteneriate strategice și schimburi de idei cu societatea civilă, profesioniștii de media, organizațiile de profil. Astfel, TVR își propune să crească, pe termen lung, calitatea producțiilor și a dialogului cu publicul și să devină un reper în materie de jurnalism responsabil.

15 APRILIE 2011

Stimați Parlamentari,

Îmi revine misiunea, deloc ușoară, de a prefața Raportul de activitate a Televiziunii publice în anul financiar 2010. Spun că nu este ușoară pentru că - așa cum se preconiza încă din luna iulie, când am preluat managementul TVR - instituția a traversat un an dificil, din multe puncte de vedere. A funcționat, timp de trei luni, fără Consiliu de Administrație (CA). Seria de schimbări produse ulterior, la nivel de management și organizatoric, a făcut ca măsurile necesare pentru redresarea financiară a instituției să fie operate din mers, iar efectele să nu se producă imediat.

Dar, mesajul pe care vreau să vi-l transmit nu este legat de dificultățile de care ne-am lovit în 2010. Și, de care, de altfel, s-a lovit întreaga industrie media. Esențial este, acum, planul de reconstrucție a Televiziunii publice, pe termen lung. România, ca țară membră a Uniunii Europene, și-a asumat, prin Tratatul de la Amsterdam, obligația de a susține un sistem de televiziune dual: public și privat. TVR, la rândul său, are misiunea de a se diferenția pe piața de televiziune, ca alternativă la alunecarea în derizoriu întâlnită - din păcate tot mai des - pe micile ecrane. De asemenea, TVR are misiunea de a investi în producții cât mai variate, care să servească nevoilor de informare, educare și de divertisment ale unui spectru larg de public.

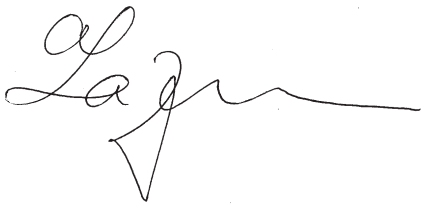
În acest sens, temelia deja există: la ora actuală TVR difuzează cele mai bune talk-show-uri culturale, filme și seriale din piața de televiziune. Transmitem cele mai importante competiții sportive din lume. Suntem singura televiziune din România care produce emisiuni dedicate minorităților naționale. În plus, suntem în plin proces de redefinire a identității canalelor și a strategiei de programe.

Am regândit inclusiv rolul pe care TVR ar trebui să-l joace în societate, noua abordare punând accent pe dezbateri, programe de instruire, campanii sociale, parteneriate strategice și schimbul de idei cu societatea civilă, profesioniștii de media și zona academică. Trebuie să revenim pe piața producției de documentare, a ecranizărilor și a serialelor de televiziune.

Obiectivul final al acestor demersuri este să creștem calitatea producțiilor și a dialogului cu publicul, în acord cu misiunea TVR de serviciu public. Un alt deziderat important este acela de a conserva și digitaliza arhiva TVR, pentru a pune în valoare acest patrimoniu de interes național.

Personal, îmi doresc ca TVR să devină un reper în materie de jurnalism responsabil și un spațiu public de dezbatere, pe teme relevante pentru România.

Cu deosebită considerație,
Alexandru Lăzescu,
Președinte al CA, Televiziunea Română



Alexandru Lăzescu este Președinte-Director General al TVR de la 1 iulie 2010

01

SINTEZA PROBLEMELOR ȘI DATELOR MANAGERIALE (PREAMBUL)



CAPITOLUL
01

În conformitate cu misiunea sa de serviciu public de interes național, TVR este cel mai mare producător și difuzor de programe de televiziune din România: peste 200 de emisiuni se regăsesc în grilele canalelor noastre (circa un sfert sunt produse de cele cinci studiouri teritoriale). Emisiunile informative reflectă evenimentele majore interne și internaționale - social-politice, economice și culturale. De asemenea, producțiile, filmele și transmisiunile TVR sunt concepute astfel încât să acopere cât mai bine nevoile variate de divertisment și educare ale publicului telespectator.

Pentru ca un astfel de „colos media" să reziste pe o piață concurențială afectată din plin de criza financiară internă și internațională, Consiliul de Administrație (CA) al TVR a decis, în septembrie 2010, că este necesar ca sistemul de management și structura organizatorică să fie moderne. Indicatorul de performanță al TVR este reprezentat de un mix „calitate-cantitate" în a cărui ecuație au roluri la fel de importante atât numărul de telespectatori per unitate de timp și cota de piață, cât și gradul de satisfacere a celor mai exigente cerințe calitative.

1. 2010, TELEVIZIUNEA ROMÂNĂ SUB DOUĂ MANDATE

În anul 2010, Televiziunea Română a parcurs o perioadă de schimbări ale managementului de vârf, ca rezultat al deciziei Parlamentului României privind schimbarea Consiliului de Administrație (CA).

După parcurgerea etapelor procedurale, Televiziunea Română a avut un nou CA, la sfârșitul lunii iunie 2010.

În acest context, activitatea TVR în prima jumătate a anului 2010 a fost specifică unei perioade de tranziție.

În mod concret, în 2010, Televiziunea Română nu a avut, timp de aproximativ 3 luni, un Consiliu de Administrație, ceea ce a făcut dificilă funcționarea instituției, mai ales pe fondul crizei economice.

La data de 30 iunie 2010, TVR avea o pierdere cumulată de 77.140 mii lei, conform Execuției Bugetului de Venituri și Cheltuieli.

Explicarea acestei situații financiare trebuie făcută ținând seama de mai multe aspecte:

1 Veniturile proprii ale Televiziunii Române reprezintă strict veniturile realizate din surse proprii. Sumele destinate plății serviciilor Societății Naționale de Radiocomunicații (SNR), pentru transmisia terestră, doar tranzitează conturile SRTv, având destinația exclusivă SNR;

2 TVR nu are ca sursă de venituri plăți ale distribuitorilor de programe TV pe cablu sau satelit, așa cum au televiziunile comerciale;

3 Veniturile din care se susțin cheltuielile Televiziunii Române - taxa TV, de 4 lei/familie lunar - au scăzut constant. Prețurile la utilități, dar și taxele și impozitele au crescut succesiv, dar valoarea taxei a rămas aceeași din 2003 până în prezent (nu a fost niciodată indexată), taxa reprezentând circa cca 80% din veniturile proprii.

Un alt aspect important: în cea de-a doua parte a anului 2010, noua conducere a Televiziunii Române a putut acționa doar pentru ajustarea cheltuielilor curente, fără a modifica constrângerile impuse de contractele semnate anterior. Angajamentele financiare cele mai costisitoare din acest punct de vedere, ale Televiziunii Române sunt contractele privind licențele de sport, urmate de licențele pentru filme (NBC Universal) și obligațiile către organismele de gestiune ale drepturilor de autor.

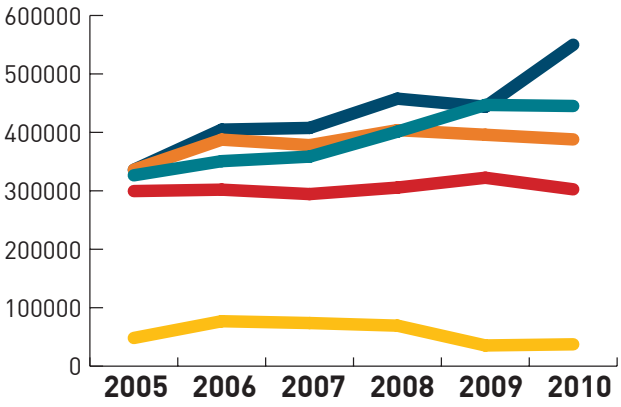
În pofida condițiilor economice dificile, actuala echipă managerială a TVR a renegociat plata obligațiilor către organismele de gestiune ale drepturilor de autor, în următoarele condiții:

- Reeșalonarea datoriei scadente la momentul acesta, pentru o perioadă de patru ani;
- Datoriile se vor achita fără penalizări;
- Sumele se vor recalcula ca procent din veniturile TVR, fără ca suma la care se face raportarea să conțină alocațiile bugetare destinate exclusiv plății serviciilor furnizate de Societatea Națională de Radiocomunicații.

Evoluția nivelului veniturilor comparativ cu nivelul cheltuielilor - grafic 1 - pentru TVR, din 2005 până în 2010, relevă o creștere constantă a pierderilor. Această evoluție a fundamentat realizarea de către actualul CA, imediat după instalare, a unor analize prin care să fie determinate pârghiile de acțiune managerială, care să ducă la diminuarea pierderilor. Comparația dintre nivelul actual al taxei cu nivelul ipotetic al taxei TV în cazul în care ar fi fost indexată anual cu rata de inflație, începând din anul 2005, conduce la concluzia că această acțiune corectivă, dacă ar fi fost aplicată, ar fi putut echilibra bugetul SRTv.

[grafic 1]

EVOLUȚIE VENITURI:
taxa TV, taxa TV indexată, publicitate, total venituri proprii și cheltuieli din surse proprii (lei)



Sursă: Departamentul Management Financiar și Bugete Operaționale

Publicitate

Abonamente/Taxa TV

Cheltuieli din surse proprii

Actualizare venituri taxa TV cu indice inflație

Total venituri proprii

Cauze ale situației economice actuale a TVR

Impact asupra veniturilor

În urma analizelor efectuate, au fost identificate o serie de cauze care au influențat în timp și în mod decisiv declinul economic al Televiziunii Române, enumerate mai jos în ordinea impactului asupra situației TVR:

1 neindexarea taxei TV, rămasă la nivelul de 4 lei din anul 2003;

2 anularea scutirii de TVA aferentă activităților de televiziune constând în cumpărări de licențe și creșterea cotei de TVA de la 19% la 24%;

3 criza economică mondială ale cărei efecte au avut un impact direct asupra nivelului veniturilor din publicitate ale TVR, acestea scăzând la un nivel de 54% față de anul 2008;

4 introducerea din 2005 a contribuției de 15% din totalul veniturilor generate de publicitate, la Consiliul Național al Cinematografiei;

5 creșterea ca urmare a indexărilor de preț, precum și a TVA, a costurilor fixe ale Televiziunii Române.

Efectele fiecărei cauze enumerate mai sus puteau fi atenuate de măsuri manageriale, care, luate la timp, puteau încetini impactul financiar negativ al acestora asupra veniturilor proprii ale Televiziunii Române.

În cazul indexării anuale a taxei TV cu rata inflației, nivelul atins de aceasta în 2010 ar fi fost de peste 7,5 lei, suficient ca TVR să nu fie în deficit în acest moment.

În condițiile date, fără schimbarea cadrului legislativ care o guvernează, Televiziunea Română nu poate depăși situația critică în care se află, fără a fi iremediabil afectată organizațional și din punctul de vedere al credibilității în rândul mijloacelor de comunicare în masă din România.

Impactul asupra cheltuielilor

Tot în urma analizelor efectuate, au fost identificate o serie de decizii manageriale care au influențat major nivelul angajamentelor de plată ale Televiziunii Române, anterior preluării de către actualul CA a administrării TVR.

Aceste acțiuni și non-acțiuni sunt enumerate mai jos, în ordinea impactului asupra bugetului TVR:

1 gestionarea deficitară a relației contractuale, în condiții de criză economică, cu regia care a intermediat vânzarea de publicitate pentru TVR, S.C. Splendid Media și necompensarea pierderilor generate astfel printr-o politică de programe care să susțină activitatea de publicitate;

2 lipsa de măsuri de management editorial pentru reducerea/stoparea scăderilor de audiență;

3 achiziția de licențe în condițiile inexistenței unei strategii de programe pe termen lung, fundamentată economic (contractele cu UEFA – fotbal și cu NBC - filme). Spre exemplu, în cazul contractului cu UEFA, rata de recuperare prin venituri din publicitate a cheltuielilor a fost de doar aproximativ 4%;

4 acumularea de penalități aferente sumelor datorate de către Televiziunea Română, în principal către bugetul de stat;

5 acumularea de remunerații restante datorate organismelor de gestiune colectivă a drepturilor de autor, izvorâte din aplicarea unor hotărâri judecătorești definitive;

6 lipsa fondurilor pentru investiții.

O influență aparte, prin gravitatea impactului financiar asupra SRTv, a generat-o încheierea unui Contract Colectiv de Muncă (CCM) în condițiile în care CA era demis de Parlamentul României, în martie 2010. CCM la nivelul TVR este încheiat pe o perioadă de 2 ani, spre deosebire de cele anterioare încheiate doar pe câte un an.

În condițiile CCM în vigoare, orice reducere semnificativă a personalului TVR, ar avea drept consecință financiară plata unui număr între 10 și 20 de salarii compensatorii persoanelor disponibilizate, plată pe care actualul buget al SRTv nu o poate suporta fără a intra în colaps.

Analiza făcută în interiorul TVR pentru a determina dimensiunea restructurării necesare a relevat că pierderea curentă a Televiziunii Române nu poate fi acoperită nici măcar cu reducerea cu 25% a fondului de salarii.

Pe de altă parte, procesul de anulare a CCM în vigoare ar fi însemnat crearea unei probleme suplimentare de gestionat la nivelul TVR cu impact social major, care ar fi

fost oricum ineficientă în condițiile schimbării legislației specifice.

Măsurile urmărind în principal reducerea impactului financiar al cheltuielilor cu personalul sunt în curs de implementare la nivelul compartimentelor TVR. Acest lucru este evidențiat foarte clar în Bugetul de Venituri și Cheltuieli pentru anul 2011, buget aprobat de CA al SRTv, care, prin reducerea fondului salarial și diminuarea cu 50% a orelor suplimentare și sporurilor de weekend în sectoarele cu foc continuu, a redus acest capitol cu aproape 16,3 milioane de lei.

Sursele deficitului Televiziunii Române

Deficitul la sfârșitul anului 2010 al Televiziunii Române este de 161.956.133 lei. Din această sumă, la preluarea mandatului de către actualul Consiliu de Administrație exista un deficit de 77.140 mii lei.

Amplificarea deficitului în 2010 a fost generată, în proporție covârșitoare, de cauze asupra cărora actualul CA nu a avut pârghii de influență, fiind vorba despre angajamente de plată anterioare și penalități la sumele neplătite la termenele scadente aferente acestor angajamente.

Chiar și în aceste condiții, am consemnat la sfârșitul anului o scădere a cheltuielilor angajate în semestrul 2/2010 în raport cu semestrul 1/2010.

Ca atare, principalele surse ale amplificării pierderilor TVR în anul 2010, sunt:

1 licențele pentru sport – de la 33 milioane lei în 2009 la peste 101 milioane lei în 2010 (în conformitate cu angajamentele contractelor încheiate anterior);

2 diferențe de curs valutar nefavorabile – de la 3,5 milioane lei în 2009 la 16,3 milioane lei în 2010;

3 penalități bugetare – 5 milioane lei în 2009 la 31 milioane lei în 2010

Măsuri manageriale implementate de urgență

Odată cu concluziile analizelor făcute de actuala conducere a Televiziunii Române, a fost elaborat un plan de măsuri pentru redresare.

Aceste măsuri au urmărit în această ordine de prioritate:

a) politici de programe care să ridice cota de piață;

b) măsuri de management:

1 diminuarea pierderilor – ex: negocieri susținute pentru reeșalonări ale plăților, renunțarea la plata penalităților sau diminuarea acestora, renegocierea plăților obligațiilor către organismele de gestiune ale drepturilor de autor;

2 reducerea angajamentelor financiare noi la strictul necesar – ex.: reducerea stocului de rezervă a filmelor;

3 regândirea activităților și structurilor organizatorice ale TVR – ex.: eficientizarea managementului resurselor, reducerea costurilor și bugetarea reală a producțiilor;

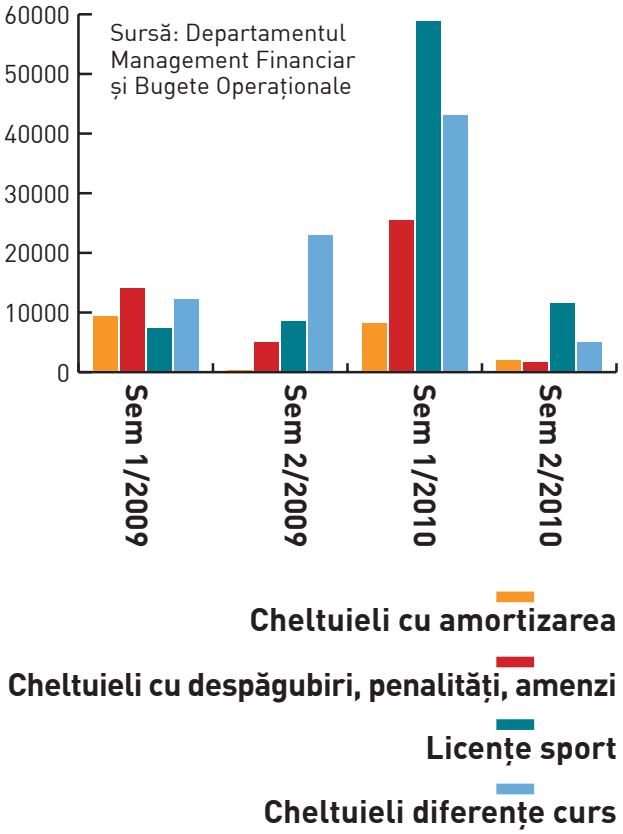
4 auditarea TVR pentru eficientizarea managerială și implementarea unui control strict al gestionării resurselor (umane, financiare, materiale).

ÎN CAZUL **INDEXĂRII ANUALE A TAXEI TV CU RATA INFLAȚIEI,** NIVELUL ATINS DE ACEASTA AR FI FOST SUFICIENT PENTRU CA TELEVIZIUNEA ROMÂNĂ SĂ NU FIE ÎN DEFICIT ÎN ACEST MOMENT.

Renegocierea plăților obligațiilor către organismele de gestiune ale drepturilor de autor este unul dintre succesele manageriale cele mai importante ale actualei echipe de conducere a Televiziunii Române.

[grafic 2]

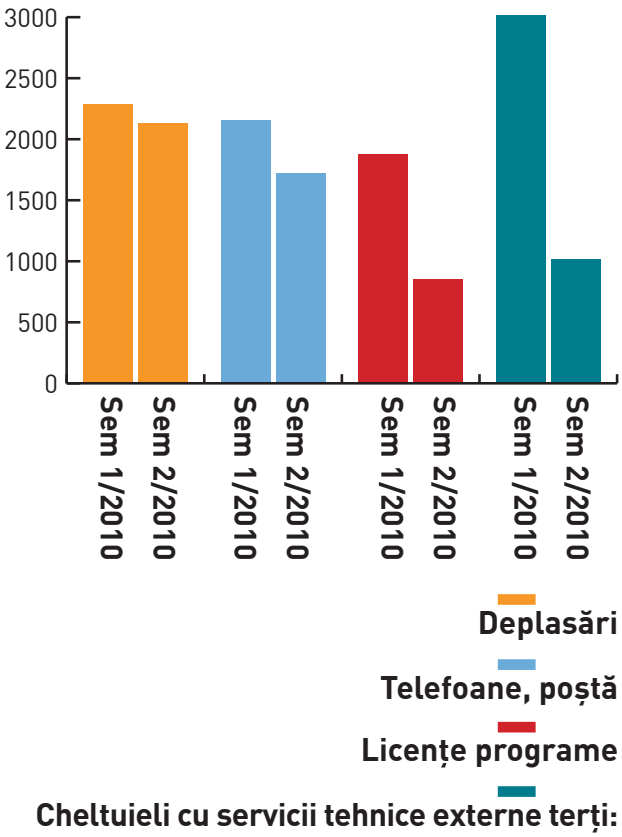
Analiză comparativă semestrul I al anului 2009 – semestrul I al anului 2010



AMPLIFICAREA DEFICITULUI ÎN 2010 A FOST GENERATĂ, ÎN MARE MĂSURĂ, DE: **ANGAJAMENTE DE PLATĂ ANTERIOARE ȘI PENALITĂȚI** LA SUMELE NEPLĂTITE LA TERMENELE SCADENTE AFERENTE.

[grafic 3]

Analiză comparativă semestrul I al anului 2010 – semestrul II al anului 2010



Sursă: Departamentul Management Financiar și Bugete Operaționale

În privința achizițiilor de licențe de film a fost efectuată o evaluare generală, care a dus la reducerea cheltuielilor la acest capitol, reducând stocul de rezervă, în condițiile în care anual trebuie acoperite pe canalele TVR cca 6.500 de ore.

Referitor la cheltuielile cu licențe pentru sport, ne aflăm în faza de finalizare cu o serie de contracte de sublicențiere, care vor aduce, de asemenea, sume considerabile la bugetul TVR.

Regândirea activităților și structurilor organizatorice ale TVR

În urma analizelor inițiate de actuala conducere a TVR, CA a decis, în a doua jumătate a anului 2010, o reașezare organi-

zatorică a structurilor din instituție, care a vizat, în principal:

• Optimizarea fluxurilor de producție;
• Eficientizarea managementului resurselor, reducerea costurilor și bugetarea reală a producțiilor;
• Externalizarea de activități în vederea eficentizării acestora și generarea de venituri suplimentare.
• În urma acestor modificări, a fost constatată o influență pozitivă asupra audiențelor și cotelor de piață pe de o parte, iar pe de altă parte, a definirii cu mai multă coerență a elementelor care fac parte din misiunea publică a TVR.

Auditarea TVR pentru eficientizarea managerială și implementarea unui control strict al gestionării resurselor (umane, financiare, materiale) este un proces cu o durată estimată pentru doi ani. Procesul se afla în derulare, fiind finanțat cu un grant obținut de la Media and Society Foundation din Geneva și are ca finalitate în prima etapă certificarea TVR în conformitate cu standardul internațional al organismelor audio-vizuale publice, ISAS BCP 9001:2010. Acest standard este agreat de European Broadcasting Union (EBU), iar implementarea sa este o decizie managerială pregătitoare îndeplinirii prevederilor Ordinului Ministrului Finanțelor Publice nr. 946/2005, pentru aprobarea Codului controlului intern, cuprinzând standardele de management/control intern la entitățile publice și pentru dezvoltarea sistemelor de control managerial.

Măsuri manageriale în curs cu implementare

1 Negocierea de subcontractări pentru licențele de sport, în special, în vederea generării de venituri pentru compensarea unei părți a deficitului TVR;

2 Optimizarea relației cu C.N.C. prin crearea unui cadru organizatoric propice („TVR Cinema" pentru producție proprie de ecranizări, documentare, seriale etc);

3 Atragerea de fonduri europene pentru realizarea unor proiecte strategice din punctul de vedere al eficientizării instituției (digitalizarea arhivei, pregătire profesională continuă, implementare de sisteme manageriale de control și gestiune);

4 Consolidarea prezenței TVR în spațiul academic și creșterea notorietății și percepției pozitive a Televiziunii Române, prin crearea unui cadrul flexibil de parteneriate cu școli de jurnalism, teatru, film, academii tehnice;

5 Optimizarea grilelor de programe din perspectiva creșterii audienței și a îndeplinirii misiunii publice;

6 Regândirea procesului de vânzări prin atragerea directă de sponsori în realizarea unor coproducții. În acest mod, pot fi atrase direct în TVR sume substanțiale, fără ca acestea să fie gestionate prin Splendid Media (avantajele sunt evidente: finanțarea este sub control direct al TVR și riscurile legate de programe sunt substanțial diminuate);

7 Îmbunătățirea programării, în special în privința filmelor, unde se urmărește utilizarea eficientă și coerentă a licențelor achiziționate. În acest sens, o atenție deosebită va fi acordată politicii de reluări;

8 Crearea unei identități clare a canalelor TVR, cu prioritate pentru TVR 2, canal destinat în special publicului activ;

9 Poziționarea strategică a TVR în contextul impactului evoluțiilor de natură tehnologică și sociologică va avea în vedere două direcții: TVR – HD și Televiziunea interactivă cu o puternică dezvoltare pe Internet. În acest fel pot fi valorificate: avantajul strategic al TVR privind valoroasa arhivă avută la dispoziție, preluarea direct din servere a programelor, fără transfer de pe caseta-suport;

10 Introducerea de programe de gestiune a achizițiilor și drepturilor de difuzare.

Activitatea celor două Consilii de Administrație ale TVR în anul 2010

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

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

Ședințele celor două Consilii de Administrație

În conformitate cu prevederile Legii nr. 41/1994, CA al TVR își desfășoară activitatea în baza propriului regulament de organizare și funcționare. Acesta se întrunește 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.

CA al TVR îndeplinește următoarele atribuții:

• aprobă concepția de dezvoltare a organizației și normele privitoare la strategia și structura programelor;

• supraveghează respectarea modului în care TVR își îndeplinește obligațiile asumate în schema de programe și în licența

TVR, sub două Consilii de Administrație

TVR a fost condusă în 2010 de două administrații, cu următoarea componență:

I. Iunie 2007 - Martie 2010*:

Alexandru Sassu
(Președinte-Director General),

- Anne-Marie Rose Jugănaru,
- Dida Drăgan,
- Radu Toma,
- Stanik Ștefan Ioan,
- Răzvan Barbato,
- Raico Cornea,
- Vlad Alexandru Velcu,
- Sorin Burtea,
- Marian Voicu.

*Pe lângă membrii titulari, CA a avut următorii membri supleanți: Vasile Arhire, Dumitru Pelican, Brândușa Nicoleta Miron, Nicolae Cristian, Victor Teodorescu, Salamon Marton Laszlo, Mariana Mirela Luca, Mihai Rădulescu, Ioana Cătalina Băntoiu.

II. 1 iulie 2010 - prezent*

Alexandru Mihai Lăzescu
(Președinte - Director General),

- Cătălin Ovidiu Baba,
- Traian Bărbulescu,
- Paul Călin Botez,
- Claudiu Brânzan,
- Sorin Burtea,
- Raico Cornea,
- Anne Marie Jugănaru,
- Adriana Silvia Meseșian,
- Nicoleta Nicolicea,
- Cristian Nițulescu,
- Karen Attila Sebesi,
- Lucia Hossu-Longin.

*Pe lângă membrii titulari, CA are următorii membri supleanți: Dani Constantin, Cornel Mihalache, Andreea Iulia Pascaru, Monica Alina Forfotă, Ion Lucian Catrina, Mihaela Moldoveanu, Cosmin Irimieș, Radu Podgoreanu, Alin Ciocârlie, Vasile Arhire, Brândușa Miron, Rostas Istvan Peter, Andreea Julika Ghiță.

de emisie eliberată de Consiliul Național al Audiovizualului (CNA);

• aprobă structura organizatorică, precum și restructurările economice și de personal necesare pentru funcționarea eficientă a instituției;

• aprobă condițiile de organizare a concursurilor pentru numirea membrilor Comitetului Director;

• aprobă proiectul bugetului, urmărește execuția acestuia și repartizează bugetele unităților funcționale autonome, după aprobare;

• avizează investițiile ce urmează a fi realizate de către Televiziunea Română;

• analizează rapoartele curente privind activitatea TVR;

• aprobă măsuri pentru desfășurarea activității viitoare etc.

În cursul anului 2010 s-au desfășurat 9 ședințe ale CA și s-au emis 130 de hotărâri. În cadrul acestora au fost adoptate hotărâri importante pentru buna desfășurare a activității TVR, care, analizate din perspectiva domeniilor de activitate, au vizat următoarele sectoare: politica editorială, personalul, situația financiară a TVR și investițiile.

CA a analizat, de asemenea, contestații și memorii ale unor angajați TVR.

Activitatea Comitetelor Directoare

Comitetul Director (CD) al TVR își desfășoară activitatea în conformitate cu legea 41/1994. Principalele sale atribuțiuni sunt:

• executarea deciziilor CA;
• pregătirea strategiei de programe;
• administrarea TVR.

CD este condus de Directorul General și, împreună cu acesta, asigură conducerea executivă a TVR. Fiind sub administrații diferite, TVR a fost condusă în 2010 de două Comitete Directoare. Astfel, sub Președintele-Director General Alexandru Sassu, componența CD a fost formată din:

ÎN ANUL 2010, TVR A PARCURS O PERIOADĂ DE **SCHIMBĂRI ALE MANAGEMENTULUI**, CA REZULTAT AL **DECIZIEI PARLAMENTULUI ROMÂNIEI.**

• 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 de Producție;
• Horia Cazan – Director Direcția Tehnico-Administrativă.

Începând cu data de 1 iulie 2010, Alexandru Lăzescu a fost numit în funcția de Președinte-Director General al TVR.

În cursul anului 2010 s-au desfășurat 52 ședințe ale CD și s-au adoptat 1.030 de hotărâri.

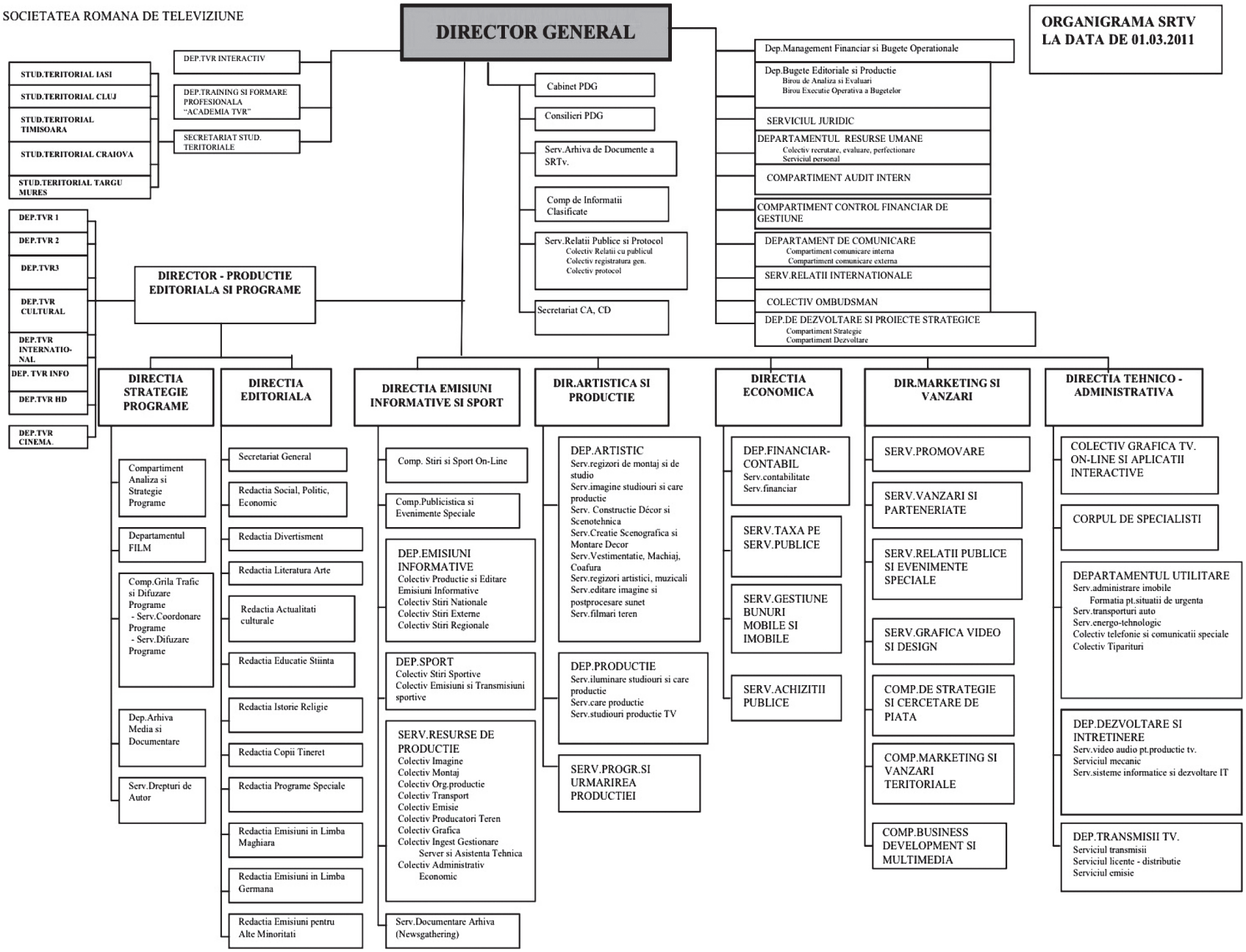
2. SINTEZA ACTIVITĂȚII TVR ÎN 2010

Televiziunea Română are ca principale activități producția și difuzarea de programe de televiziune.

Fluxul de activități specifice, precum și cadrul legislativ specific și general în care Televiziunea Română își desfășoară activitatea determină structura organizatorică internă. Unitățile organizatorice ale Televiziunii Române sunt cele din organigrama prezentată mai jos.

SOCIETATEA ROMANA DE TELEVIZIUNE

ORGANIGRAMA SRTV LA DATA DE 01.03.2011



Producția Televiziunii Române este asigurată, conform legislației în vigoare la nivel european și național, din surse interne și din surse externe:

PONDEREA PRODUCȚIILOR EUROPENE - inclusiv românești - în grilele canalelor TVR

Canal	Opere europene	Opere europene ale producătorilor independenți	Opere europene realizate în ultimii 5 ani
TVR1	43%	62,05%	35,38%
TVR2	76,4%	12,75%	9,15%
TVR3	99,79%	2,34%	0,43%
TVR Cultural	72,97%	50,43%	55,69%
TVR International	79,79%		

Sursă: Direcția Strategie Programe TVR

Strategia editorială a avut ca princial obiectiv îmbunătățirea calității emisiunilor, introducerea de noi formate atractive și mărirea cotelor de audiență.

Sinteza ponderilor producțiilor pentru anul 2010 reflectă strategia și obiectivele propuse la începutul lui 2010 de către Direcția Programe

LA CAPITOLUL **FILME ARTISTICE**, OFERTA TVR A CUPRINS PRODUCȚII MULTIPREMIATE ȘI CU DISTRIBUȚII CE CUPRIND **MARI NUME DE ACTORI.**









RUBRICILE ZILNICE SAU SPECIALE ALE **ȘTIRILOR SPORTIVE** AU ÎNSUMAT APROXIMATIV **200 DE ORE**, ÎN AFARĂ DE CELE DE PE TVR INFO

PONDERI PRODUCȚII 2010 - ore

CANAL	PRODUCȚII PROPRII		COPRODUCȚII		Producători		Achiziții* independenți		Programe preluate de la alte canale		Alte programe	TOTAL
	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare		
TVR 1	1,246.50	733.00	334.75	267.00	93.50	86.75	1,169.50	1,171.50	18.50	7.25	3,631.75	8,760.00
TVR 2	1,879.10	579.10	23.65	23.65	63.94	60.10	1,904.42	985.50	17.52	-	3,223.02	8,760.00
TVR 3	3,176.50	3,661.50	81.50	22.00	4.50	3.50	291.00	7.00	15.00	-	1,497.50	8,760.00
TVR C	980.14	2,995.84	115.85	128.47	-	-	1,477.00	1,280.69	210.92	460.26	1,110.83	8,760.00
TVR I	734.00	1,920.00	-	-	-	-	271.00	537.00	2,146.00	1,382.00	1,770.00	8,760.00
TVR INFO	1,710.00	3,274.00	-	-	-	-	-	-	30.00	55.00	3,691.00	8,760.00
TOTAL	9,726.24	13,163.44	555.75	441.12	161.94	150.35	5,112.92	3,981.69	2,437.94	1,904.51	14,924.10	52,560.00

*filme artistice, seriale, documentare, alte programe Sursă: Direcția Strategie Programe TVR

PONDERI PRODUCȚII 2010 - în procente

CANAL	PRODUCȚII PROPRII		COPRODUCȚII		Producători		Achiziții* independenți		Programe preluate de la alte canale		Alte programe	TOTAL
	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare		
TVR 1	14.23%	8.37%	3.82%	3.05%	1.07%	0.99%	13.35%	13.37%	0.21%	0.08%	41.46%	100.00%
TVR 2	21.45%	6.61%	0.27%	0.27%	0.73%	0.68%	21.74%	11.25%	0.20%	0.00%	36.80%	100.00%
TVR 3	36.26%	41.80%	0.93%	0.25%	0.05%	0.04%	3.32%	0.08%	0.17%	0.00%	17.09%	100.00%
TVR C	11.19%	34.20%	1.32%	1.47%	0.00%	0.00%	16.86%	14.62%	2.41%	5.25%	12.68%	100.00%
TVR I	8.38%	21.92%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	3.10%	6.13%	24.50%	15.76%	20.21%	100.00%
TVR INFO	19.52%	37.37%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.34%	0.62%	42.15%	100.00%
TOTAL	**18.51%**	**25.04%**	**1.06%**	**0.84%**	**0.31%**	**0.29%**	**9.73%**	**7.58%**	**4.64%**	**3.62%**	**28.39%**	**100.00%**

Sursă: Direcția Strategie Programe TVR

- Valorile reprezintă totalul în ore pe 12 luni, respectiv procentul din totalul emisiei pe 12 luni
- Emisiuni producție proprie: emisiuni, evenimente, producție exclusiv TVR
- Emisiuni coproducție: emisiuni, evenimente, realizate în parteneriat, etc
- Prod. independenți: emisiuni realizate exclusiv în afara TVR, pe baza de contract

* Achiziții: filme artistice, seriale, documentare, spectacole de operetă, programe muzicale, circ etc. * Programe preluate de pe alte canale TVR; Alte programe: Programe realizate de Direcția Emisiuni Informative și Sport (alte emisiuni care nu sunt realizate din bugetul canalului): știri, știri sport, transmisiuni sportive, teleshopping, promo, publicitate, revizie tehnică .

Ponderea programelor difuzate de canalele Televiziunii Române – TVR 1, TVR 2, TVR 3 (monitorizat doar din aprilie 2010), TVR Cultural, TVR Internațional, TVR INFO

repartizate pe genuri, conform clasificării European Broadcasting Unuion (EBU)

Genuri program (%)	**TVR 1**	**TVR 2**	**TVR 3**	**TVR C**	**TVRi**	**TVR INFO**	**MEDIE**
ȘTIRI	10.57	10.47	8.4	8.7	11.5	45.6	15.87
FACTUAL, INFORMAȚII	7.83	9.65	27.8	4.2	31.2	15.5	16.03
EDUCAȚIE	2.49	4.43	1.9	0.004	7.7	18.1	5.77
SPORT	11.59	7.73	5.7	0	2.7	0	4.61
DIVERTISMENT	8.79	12.57	6.3	1.8	24.1	0	8.92
COPII	0.81	2.75	0.6	0.5	1	0	0.94
FICȚIUNE	21.63	24.99	3.1	16	11.4	0	12.85
DESENE ANIMATE	1.71	0	0	0	0	0	0.28
DOCUMENTARE	3.72	2.70	0.3	13	1.9	0	3.6
MUZICĂ	3.3	0.75	9.8	13.5	0	0	4.55
ȘTIINȚĂ	0.92	0.05	0	1.8	0	4.4	1.19
ARTĂ, CULTURĂ	3.1	0.11	6.2	20.7	3.3	8.3	6.95
RELIGIE	2.27	0.70	1.8	4.4	1.1	0.5	2.84
MINORITĂȚI	2.53	2.42	8	1.6	0.4	0	2.49
PROMO	6.22	6.77	4.7	6.9	2.3	6.3	5.53
PUBLICITATE	7.84	8.59	0.1	3.5	0.2	0	3.37
TELESHOPPING	3.34	4.03	6.2	0.8	0	0	2.39
DIVERSE* ALTELE**	1.33	1.3	9	2.6	1.2	1.3	2.78
TOTAL	**99,9**	**99,9**	**99,9**	**100**	**100%**	**100**	**99.9**

*Emisiuni ce nu pot fi încadrate alftel **Timpi morți (defecțiuni tehnice, Idpost etc.)

Sursă: Compartimentul de strategie și cercetare de piață TVR, Departamentul TVR Internațional, Departamentul TVR INFO

Genuri program (ore)	**TVR 1**	**TVR 2**	**TVR 3***	**TVR C**	**TVR i**	**TVR INFO**	**TOTAL**	**MEDIE**
ȘTIRI	926	917	555	761	1.005	3.995	8.159	1.360
FACTUALI, INFORMAȚII	686	845	1.837	367	2.736	1.360	7.831	1.305
EDUCAȚIE	218	388	125	25’	675	1.587	2.993	499
SPORT	1.016	677	376	0	239	0	2.308	385
DIVERTISMENT	770	1.101	412	159	2.109	0	4.551	759
COPII	71	241	40	47	88	0	487	81
FICȚIUNE	1.895	2.189	204	1.404	999	0	6.691	1.115
DESENE ANIMATE	150	0	0	0	0	0	150	25
DOCUMENTARE	326	237	21	1.142	163	0	1.889	315
MUZICĂ	289	66	646	1.180	0	0	2.181	364
ȘTIINȚĂ	81	4	0	152	0	383	620	103
ARTĂ. CULTURĂ	272	10	412	1.809	288	726	3.517	586
RELIGIE	199	61	121	390	98	41	910	152
MINORITĂȚI	221	212	528	143	32	0	1.136	189
PROMO	545	593	313	607	0	553	2.611	435
PUBLICITATE	686	753	7	309	18	0	1.773	296
TELESHOPPING	293	353	409	66	203	0	1.324	221
DIVERSE*, ALTELE**	116	113	594	224	0	115	1.162	193
TOTAL	**8.760**	**8.760**	**6.600**	**8.760**	**8.760**	**8.760**	**50.400**	

*Emisiuni ce nu pot fi încadrate alftel; **Timpi morți (defecțiuni tehnice, Idpost etc.) Sursă: Compartimentul de strategie și cercetare de piață TVR, Departamentul TVR Internațional, Departamentul TVR INFO

Soluțiile implementate pentru păstrarea publicului și creșterea audienței au fost:

• mutarea accentului de pe cantitate pe calitate: dacă nu putem realiza multe emisiuni noi, cu bugete generoase, ne-am asigurat că am făcut tot ceea ce ne stă în putință pentru a asigura calitatea celor existente;
• definirea cât mai clară a specificului fiecăruia dintre canale;
• sprijinirea prin mijloace manageriale a emisiunilor-brand;
• încurajarea printr-o politică coerentă de motivare a personalului, a programelor, realizatorilor și echipelor care performează;
• acordarea unui rol mult mai serios interactivității, feedback-ului, relației directe cu telespectatorii;
• acordarea unor roluri majore zonei de new media, promovării și marketingului;
• o cât mai bună coordonare între grilele posturilor TVR.

Realizarea acestor obiective a fost susținută constant în a doua jumătate a anului 2010, odată cu schimbarea conducerii TVR, procesul aflându-se în plină desfășurare.

În afara producțiilor proprii, Televiziunea Română difuzează într-o măsură însemnată producții externe, dintre acestea o bună parte fiind filme.

În 2010, TVR a difuzat filme artistice în premieră, cu distribuții marcante, noi sezoane, tot în premieră, a celor mai importante seriale iubite de telespectatori, cât și noi producții celebre deja în lume, care au ajuns și în România prin intermediul televiziunii publice, cum e 30 Rock – serial recompensat cu trei Globuri de Aur, la categoria „Cel mai bun serial de televiziune de comedie", șapte distincții Emmy, două Premii ale Asociației Producătorilor, un premiu BAFTA etc.

• O altă producție mult așteptată în România de cinefili a fost Nebunii de pe Madison Avenue (Mad Men), un serial deținător a trei Globuri de Aur la categoria „Cel mai bun serial de televiziune" și a altor 31 de premii și 57 de nominalizări;
• TVR 1 a difuzat în premieră pentru România un alt serial în mare vogă: Dr. House. Din palmaresul său fac parte două Globuri de Aur (pentru cel mai bun actor într-un serial de tip dramă), alături de alte 27 de trofee și 65 de nominalizări.
• Anatomia lui Grey (două Globuri de Aur, un Premiu al Asociației Producătorilor, trei Emmy), CSI-Crime și investigații (șase Premii Emmy, patru nominalizări la Globurile de Aur), Agenția Psych sau Familia Simpson sunt alte seriale din grila TVR 1 de-a lungul anului 2010.

La capitolul filme artistice, oferta TVR a cuprins producții multipremiate și cu distribuții ce cuprind mari nume de actori. Selecția a inclus filme de toate genurile, de la ecranizări, aventuri, thrillere, până la westernuri, comedii, filme istorice sau de arhivă. Câteva dintre primele titluri difuzate:

• Agonie și extaz (The Agony and the Ecstasy – producție SUA), film cu cinci nominalizări la Oscar;
• Sub aceeași lună (LA MISMA LUNA – SUA, Mexic, 2007), distins cu Premiul Young Artist 2008 pentru cel mai bun film străin,
• Viva Zapata (VIVA ZAPATA- SUA, 1952), cu Marlon Brando, Anthony Quinn (premiat cu Oscar);
• Trafic (TRAFFIC) - trei Premii Osca; două Premii BAFTA; un Premiu Ursul de Argint;
• Moonstruck, cu: Cher, Nicolas Cage, Danny Aiello - trei premii Oscar; 2 premii Globul de Aur;
• Good By Lenin!

TVR a difuzat numeroase filme, cu premii importante în palmares, în premieră tv în România:

• Amiralul (ADMIRAL-Rusia, 2007), cu: Konstantin Kabenski, Elizaveta Boyarskaya, Serghei Bezrukov;
• Mongol (MONGOL) - Rusia, Kazakstan,

Germania 2007), film nominalizat la Premiul Oscar 2008; șase Premii NIKA;

• Război și pace (War and Peace) miniserie;

• O crimă perfectă (An American Crime - SUA 2007), cu Ellen Page – nominalizat la Emmy și Globurile de Aur;

• Closing the Ring, nominalizat la IFTA Award;

• Iubire cu gust de afine (My Blueberry Nights, SUA, 2007), cu Jude Low, Natalie Portman;

• Atracție fatală (I'm Not There – SUA, 2007), cu Julianne Moore, Cate Blanchett;

• Sub aceeași lună (La Misma luna – Mexic, 2007), cu Adrian Alonso;

• Trupa de elită (Elite squard– Brazilia, 2007) – numeroase premii, printre care și Ursul de Aur;

• Tortapasc (Italia, 2009) – Globul de aur; Michael Clayton (SUA, 2007), cu George Clooney – un Oscar și alte numeroase premii, printre care și BAFTA;

• Disco (France, 2008), cu Gérard Depardieu;

• Secretul (Si j'etais toi - Franța 2007), cu Lilli Taylor;

• Noaptea e a noastră (We Own the Night – SUA 2007), cu Joaquin Phoenix – nominalizat în cadrul Festivalului de la Cannes;

• Amintiri din Epoca de Aur (2009).

TVR a continuat să difuzeze seriale coreene. Seria a început cu Giuvaerul palatului (din iulie 2009), urmat de Furtună la palat (din octombrie 2009) și de Secretele de la palat (din februarie 2010); pe durata verii 2010, TVR 1 a transmis, în reluare, serialul Giuvaerul palatului. Din august 2010 a început Legendele palatului: doctorul Hur Jun, urmat de Legendele palatului: prințul Jumong, al cărui ultim episod a fost pe 15 martie 2011.

Decizia managerială pentru difuzarea acestor producții este una fundamentată pe criterii foarte precise, direct legate de performanțele în materie de audiență și notorietate atrasă.

Legendele palatului: prințul Jumong a fost și cel care a înregistrat cea mai mare audiență - o medie de peste 850 de mii de telespectatori (rating mediu de 4,2% și o cotă medie de piață de 10,2%, la nivel național).

El a fost urmat de Secretele de la palat (care a înregistrat un rating mediu urban de 3,9% și o cotă medie de piață de 10,9%) și de

Furtună la palat (3,4% rating mediu, respectiv 9,6% cotă medie de piață, la nivel urban).

3. ȘTIRI ȘI DEZBATERI ÎN 2010

În prima parte a anului 2010, Departamentul Emisiuni Informative a fost condus de Mădălina Rădulescu, iar din a doua parte de către Anca Lăzărescu.

Componenta de informare, care face parte din însăși misiunea unei televiziuni publice, a fost o preocupare constantă pe întreg parcursul anului 2010. În consecință, managementul Departamentului Emisiunilor Informative și Sport (DEIS) are în vedere următoarele obiective:

a asigurarea unui flux regulat de informații pe parcursul întregii zile, pentru a ține pasul cu exigențele unui public obișnuit deja cu informațiile oferite de televiziunile de știri.

b realizarea unor emisiuni de publicistică pe teme de actualitate;

c integrarea online a producției de știri pentru a face față creșterii consumului de știri și informații pe Internet.

Din această perspectivă, în a doua jumătate a anului pot fi consemnate următoarele schimbări:

noi programe informative la TVR 1 și TVR 2:

• un telejurnal matinal de două ore (7.00-9-00) la TVR 1;

• la TVR 1 - un telejurnal de 20/30 minute la ora 18.00;

• la TVR 2 - Telejurnal de 20-30 minute la ora 17.00, luni-duminică;

programe publicistice separate, asociate Telejurnalului:

• Jurnalul Economic
• Interviuri neconvenționale
• Reportajele Jurnalului

noi emisiuni:

• emisiunea de dezbateri pe teme politice Prim Plan (într-un nou format), luni la ora 21.00, care a obținut un rating mediu de 1,5% și o cotă de piață de 3,5% (target național);

• emisiunea interactivă de dezbateri pe teme de actualitate economică, politică și socială Judecă tu!, joi la ora 21.00, care a obținut un rating mediu de 1,2% și o cotă de piață de 2,8% (target național);

• emisiunea de analiză a problemelor de actualitate Ultima ediție, difuzată duminică la ora 13.00, timp de 50 de minute, care a obținut un rating mediu de 1,5% și o cotă de piață de 6,5% (target național).

Totodată, spațiul Telejurnalului de la ora 20.00 a fost împărțit astfel încât să cuprindă un tronson de știri de 35-40 de minute, rubrica de interviuri și dezbateri Tema zilei de 12-15 minute și rubrica meteo

• Telejurnalul a realizat un rating mediu de 3,2% și o cotă de piață de 8,6% (target național).

• Tema zilei a realizat un rating mediu de 2,7% și o cotă de piață de 6,1% (target național). Precizăm că orice comparație cu anul anterior este relativă, deoarece în 2009 Tema zilei era inclusă în Jurnal, ceea ce înseamnă că audiența ei nu era măsurată separat.

În noua sa formulă, din semestrul 2/2010 Jurnalul a redevenit interactiv, prin reintroducerea rubricii „Întrebarea zilei" (la care telespectatorii răspund pe site-ul TVR), și a inclus serii de reportaje tematice.

Ora de știri și Jurnalul de ora 14.00 de pe TVR 1 au continuat să aibă o audiență semnificativă.

Numărul edițiilor speciale a fost mai mare în 2010 decât în 2009 (43 față de 34) din dorința de a acoperi toate evenimentele importante ale actualității, iar numărul corespondenților din străinătate aproape s-a dublat (1.357 față de 731) în condițiile în care numărul corespondenților a rămas același, ceea ce reflectă o utilizare mult mai eficientă a resurselor de care dispune TVR. Totalul de ore de emisie – jurnale, emisiuni și ediții speciale – a fost superior în 2010 (2.495 față de 2.260), în condițiile în care în semestrul 2 al anului 2010 costurile au fost reduse.

DEIS a continuat în semestrul 2 al anului 2010 să realizeze toate jurnalele TVR INFO și ale TVR 3.





STATISTICA TIMPILOR DE EMISIE PE TIPURI DE EMISIUNI ȘI RATING MEDIU SEMESTRIAL SAU ANUAL

JURNALE TVR 1

	Perioada de difuzare	Număr ediții	Durata
Telejurnal ora 7.00 (luni-vineri)	01.01.2010-01.10.2010 04.10.2010-31.12.2010	186 ediții de 15 min. 65 ediții de 50 min.	6.040 min.
Telejurnal ora 8.00 (luni-vineri)	04.10.2010-31.12.2010	65 ediții de 50 min	3.250 min.
Telejurnal ora 14.00 (luni-duminică)	01.01.2010-31.12.2010	254 ediții de 28 min 105 ediții de 10 min	8.162 min.

Targets		Național		Urban	
Telejurnal ora 14.00	Număr ediții	Rtg%	Shr%	Rtg%	Shr%
Perioada 01.01.2010 – 31.12.2010	359	1.8	10.5	1.7	9.4

	Perioada de difuzare	Număr ediții	Durata
Telejurnal ora 18.00 (luni-vineri)	04.10.2010-31.12.2010	64 ediții de 20 min	1.280 min

Targets		Național		Urban	
Telejurnal ora 18.00	Număr ediții	Rtg%	Shr%	Rtg%	Shr%
04.10.2010-31.12.2010	64	1	3.5	0.9	3

	Perioada de difuzare	Număr ediții	Durata
Telejurnal ora 20.00 (luni –duminică)	01.01.2010-31.12.2010	365 ediții de 50 min	18.250 minute

Targets		Național		Urban	
Telejurnal ora 20.00	Nr.ediții	Rtg%	Shr%	Rtg%	Shr%
01.01.2010 – 31.12.2010	365	3.2	8.6	3.2	8.1

Perioada 04.10.2010 - 31.12.2010

Știri Telejurnal	89	3.7	8.4	3.3	7.6
Tema zilei (luni-joi)	51	2.7	6.1	2.5	5.5
Jurnalul economic (vineri)	11	2.5	5.7	2.2	5.1
Interviuri neconvenționale (sâmbătă)	12	2.2	5	2.1	4.7
Reportajele jurnalului (duminică)	12	2.8	5.9	2.6	5.5

	Perioada de difuzare	Număr ediții	Durata
Telejurnal ora 24.15 (luni-vineri)	01.01.2010-30.09.2010	143 de 5 min	715 minute

STATISTICA TIMPILOR DE EMISIE PE TIPURI DE EMISIUNI ȘI RATING MEDIU SEMESTRIAL SAU ANUAL

JURNALE TVR 2

	Perioada de difuzare	Număr ediții	Durata
Telejurnal ora 10.00 (luni-vineri)	01.03.2010-01.10.2010	152 ediții de 10 min	1.520 min
Telejurnal ora 11.30 (luni-vineri) (s-a mutat la ora 10.00)	01.01.2010-28.02.2010	40 ediții de 10 min	400 min
Telejurnal ora 12.00 (luni-vineri)	01.03.2010-01.10.2010	217 ediții de 30 min	6.510 min
Telejurnal ora 12.30 (luni-vineri) (s-a mutat la ora 12.00)	01.01.2010-28.02.2010	38 ediții de 10 min	380 min
Telejurnal ora 17.00	04.10.2010-31.12.2010	75 ediții de 20 min	1.500 min

Targets		Național		Urban	
Telejurnal ora 17.00	Număr ediții	Rtg%	Shr%	Rtg%	Shr%
04.10.2010 – 31.12.2010	75	0.4	1.8	0.5	1.7

	Perioada de difuzare	Număr ediții	Durata
Jurnal Euronews ora 18.00 (luni-vineri) (se difuzează și pe TVR INFO)	01.01.2010-01.10.2010	259 ediții de 10 min	2.590 min

	Perioada de difuzare	Număr ediții	Durata
Telejurnal ora 22.00 (când nu s-a difuzat Ora de Știri)	01.01.2010-31.12.2010	15 ediții de 4, 5,6 și 20 min	170 min

JURNALE TVR 3

	Perioada de difuzare	Număr ediții	Durata
Telejurnal regional ora 15.00 (luni-duminică) - din care 5 min. pt TVR București	01.01.2010-31.12.2010	341 ediții de 5 min	1.705 min
Telejurnal regional ora 21.00 (luni-duminică) - din care 10 minute pentru studioul central	01.01.2010-23.10.2010	295 ediții de 10 min	2.950 min
Telejurnal regional ora 21.30 (luni-duminică) - din care 10 minute pentru studioul central	24.10.2010-31.12.2010	67 ediții de 5 min	335 min

Sursă: Direcția Emisiuni Informative și Sport

JURNALE TVR INFO

	Perioada de difuzare	Număr ediții	Durata
Jurnale (luni-duminică) Între orele 7.00-24.00 18 ediții/zi (190 minute/zi)	01.01.2010-31.12.2010	6.570	69.350 min

TOTAL

Jurnale TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR INFO	01.01.2010-31.12.2010	30	125.107min sau 2.085 ore

Sursă: Direcția Emisiuni Informative și Sport

Emisiuni

	Perioada de difuzare	Număr ediții	Durata
Ora de Știri (luni-duminică)	01.01.2010-31.12.2010	349 ediții de 50 min	17.450 minute

Targets		Național		Urban	
Ora de Știri	Ediții	Rtg%	Shr%	Rtg%	Shr%
01.01.2010 – 31.12.2010	349	1	2.7	0.9	2.3

Prim Plan (TVR1 luni ora 21.00)	04.10.2010-31.12.2010	13 ediții de 50 min	650 min

Targets		Național		Urban	
Prim Plan	Ediții	Rtg%	Shr%	Rtg%	Shr%
04.10.2010-31.12.2010	13	1.5	3.5	1.4	3.1

Judecă tu! (TVR1 joi ora 21.00)	04.10.2010- 31.12.2010	11 ediții de 50 min	550min

Targets		Național		Urban	
Judecă tu !	Ediții	Rtg%	Shr%	Rtg%	Shr%
04.10.2010-31.12.2010	11	1.2	2.8	1.1	2.3

Ultima Ediție (TVR1) (duminica ora 13.00)	01.09.2010-31.12.2010	15 ediții de 50 min	750 min

Targets		Național		Urban	
Ultima Ediție	Ediții	Rtg%	Shr%	Rtg%	Shr%
01.09.2010-31.12.2010	15	1.5	6.5	1.1	4.6

Operatiuni speciale (TVR 2) (miercuri ora 21.00)	01.11.2010-31.12.2010	9 ediții de 30 min	270 min

Targets		Național		Urban	
Operațiuni speciale	Ediții	Rtg%	Shr%	Rtg%	Shr%
01.11.2010-31.12.2010	9	0.5	1.1	0.5	1.2

Sursă: Direcția Emisiuni Informative și Sport

Total Emisiuni	**An 2010**	**6 emisiuni**	**21.770 minute**	**aprox 363 de ore**

Campanii și serii tematice:

1. Campania donare sânge – 6 reportaje, în luna martie;
2. Transporturi aeriene – serie de 7 reportaje, în luna aprilie;
3. Cele mai folosite medicamente în România – serie de 5 reportaje, în luna mai;
4. Oamenii Deltei – serie de 5 reportaje în cadrul campaniei TVR Oamenii Deltei (lunile mai – iunie);
5. Cum iese România din criză – serie de 6 reportaje, în luna iulie;
6. Campania Anticorupția la români – 7 reportaje, în august;
7. Pro și contra Boc – serie de 7 reportaje, în august;
8. Alegeri CSM – serie de 6 reportaje, în luna octombrie;
9. Legea educației – serie de 5 reportaje, în luna octombrie;
10. Campanie pe teme medicale – 62 reportaje, în noiembrie și decembrie;
11. Campanie Drepturile și Protecția Consumatorilor – 54 de reportaje în lunile noiembrie și decembrie;
12. Copii Revoluției – serie de 5 reportaje, în luna decembrie;
13. Întrebarea zilei – 197 ediții în perioada 12.07-30.12.2010.

AUDIENȚE 2010

Jurnale: 30 Durata: 2.085 ore emisie

Jurnal ora 14.00 (rating mediu)

Semestrul 1				Semestrul 2			
Rtg% Nat.	Rtg% Urban	Shr% Nat	Shr% Urban	Rtg% Nat.	Rtg% Urban	Shr% Nat	Shr% Urban
2.1	1.8	11.1	9.7	1.6	1.5	9.8	9.1
Jurnal ora 20.00 (rating mediu)							
3.4	3.3	8.5	8	3	2.9	8.9	8.2
Emisiuni: 6 Durata: 363 ore emisie							
Ora de Știri (rating mediu)							
1.1	1	2.7	2.41	0.9	2.6	2.3	

Ediții speciale: 43 Durata: aprox 46 ore emisie de emisie

Corespondențe din țară: 2009 **– 3.438;** 2010 **- 3.159**

Corespondențe din străinătate: 2009 **– 731;** 2010 **- 1.357**

Total jurnale, emisiuni, ediții speciale 2.495 ore emisie

Sursă: Direcția Emisiuni Informative și Sport

4. MONITORIZAREA PREZENȚEI POLITICE ÎN PROGRAMELE DE ȘTIRI ȘI DEZBATERI

În anul 2010, ca și în anii precedenți, Televiziunea Română a asigurat monitorizarea exprimării politice în programele sale - 24h din 24h - pe 5 canale: TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Internațional, TVR INFO. Obiectivele acestei activități sunt informarea corectă a opiniei publice, pe o parte și respectarea principiului pluralismului - în virtutea statutului său de serviciu public de media - , pe de altă parte.

RAPORTUL PUTERE/OPOZIȚIE LA TVR în emisiunile de știri în anul 2010 (%)

Timp	Ian	Feb	Mart	Apr	Mai	Iun	Iul	Aug	Sept	Oct	Nov	Dec
Putere*	62.2	60.8	66.2	73.1	67.3	63	77.5	71.5	67.5	63.9	75.4	63
Ponderea puterii cf. reglem.CNA	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Opoziție**	37.8	39.2	33.8	26.9	32.6	37.1	22.5	28.5	32.5	36.1	24.5	37
Ponderea opoziției cf. reglem.CNA	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Nr. apariții												
Putere	59.7	50.1	61.6	68.3	60.2	53.7	67.3	64	61.6	59.2	68.9	59
Opoziție	40.3	49.9	38.4	31.8	39.7	46.3	32.6	36	38.4	40.7	31.2	41

* Autoritate publică centrală+majoritate parlamentară ** Opoziție parlamentară+Independenți+Partide neparlamentare
Sursă: Compartimentul de strategie și cercetare de piață al TVR

RAPORTUL PUTERE/OPOZIȚIE LA TVR în emisiunile de dezbateri în anul 2010 (%)

Nr. apariții	Ian	Feb	Mart	Apr	Mai	Iun	Iul	Aug	Sept	Oct	Nov	Dec
Putere	43.3	45.5	47.4	48.7	47.8	45.4	65.2	54.2	50	47.3	51.3	52.4
Opoziție	56.7	54.5	52.6	51.3	52.2	54.6	34.8	45.8	50	52.6	48.7	47.6

Sursă: Compartimentul de strategie și cercetare de piață al TVR

NUMĂRUL **EDIȚIILOR SPECIALE** A FOST MAI MARE ÎN 2010 DECÂT ÎN 2009 (43 FAȚĂ DE 34).

Conform Deciziei CNA nr.187/2006, cu modificările ulterioare, au fost monitorizate cantitativ atât emisiunile de știri (timp de exprimare politică, număr de apariții politicieni), cât și emisiunile de dezbateri și alte emisiuni informative (număr de apariții politicieni).

Anul 2010 a avut o agendă politică bogată (dezbaterea și adoptarea unor noi legi - a educației, a salarizării unice, a pensiilor-, negocierile cu FMI, greve, mitinguri, moțiuni de cenzură etc), care a avut impact asupra dinamicii raportului putere - opoziție reflectat în plan mediatic.

Articolul 74 din decizia nr.187/2006 a CNA, cu modificările ulterioare stabilește că:

- în programele de știri, inclusiv știrile sportive, din timpul total destinat exprimării oamenilor politici radiodifuzorii vor aloca un procent de 60% reprezentanților puterii (senatori, deputați, reprezentanți ai administrației publice centrale și locale) și, respectiv, un procent de 40% opoziției parlamentare, parlamentarilor independenți și partidelor politice neparlamentare, precum și reprezentanților locali ai acestora;
- numărul reprezentanților puterii și ai opoziției, participanți la emisiunile de dezbatere, va fi egal.

Una dintre prioritățile Consiliul de Administrație este ca programele TVR să respecte în mai mare măsură principiul pluralismului și echilibrul în emisiunile de știri și dezbateri, atât în privința timpului, cât și a invitaților.



5. PROGRAME SPORTIVE

2010 a fost un an bogat în evenimente sportive majore: Campionate Europene de gimnastică, handbal, atletism, natație, patinaj artistic, meciuri ale echipelor reprezentative de fotbal, polo și rugby, Formula 1, meciuri de Cupa Davis, Campionatul Mondial de Fotbal, Jocurile Olimpice de iarna de la Vancouver, reflectate pe larg în programele canalelor TVR 1, TVR 2, TVR 3 și TVR INFO.

După o primă evaluare a programului competițional pe întregul an, a fost întocmită o primă propunere de transmisiuni directe. Pe TVR 1, TVR 2 și TVR 3, telespectatorii au putut urmări 400 de transmisiuni directe.

Meciurile de la Campionatul Mondial de Fotbal din Africa de Sud au înregistrat audiențe foarte bune, aducând TVR 1 în poziția de lider de audiență: partida Spania – Olanda (target urban: shr mediu 44,3%, rtg 17,8%, o medie de 3,3 milioane de telespectatori) a avut cea mai mare audiență a unui program TVR în 2010; au urmat Germania – Spania (shr mediu 35,5%, rtg 14,6%) și Olanda – Uruguay (shr mediu 29,6%, rtg 11,8%).

Audiențe bune au înregistrat și meciurile echipei naționale de fotbal din preliminariile Campionatului European 2012: de exemplu, România - Albania (la nivel urban, shr mediu 26,9%, rtg 11%), dar și partidele amicale România – Israel și Turcia – România.

Publicul a apreciat și meciurile de handbal disputate de naționala feminină a României la turneul final al Campionatului European din Danemarca și Norvegia, transmise în direct de TVR 2: România – Suedia (shr mediu 22%, rtg 6%), România – Danemarca (shr mediu 15,3%, rtg 4,8%, în mediul urban) sau România – Croația (target urban, shr mediu 10,3%, rtg 4,4%). Acestea, alături de celelalte meciuri ale României la CE de Handbal feminin au făcut din TVR 2 lider de piață pe tronsoanele respective.

O altă producție care s-a bucurat de un mare succes a fost emisiunea de retrospectivă Replay care valorifică, într-un mod unic în mass-media românească, arhiva excepțională a TVR. Emisiunea Replay a primit patru distincții în 2010, între acestea numărându-se Premiul „Emisiunea TV a anului", adjudecat la cea de-a VI-a ediție a Galei Premiilor Ioan Chirilă, Premiul special al juriului la Gala premiilor TVmania și Premiul special pentru mass-media, primit la Gala Fotbalului Românesc - distincție oferită de Federația Română de Fotbal.

Partidele echipelor românești din Champions League s-au bucurat și ele de un larg interes din partea telespectatorilor: AS Roma – CFR Cluj (urban: shr mediu 23,5%, rtg 8,7%), Bayern Munchen – CFR Cluj (urban: shr me-



MECIURILE DE LA CAMPIONATUL MONDIAL DE FOTBAL DIN AFRICA DE SUD AU ADUS TVR 1 ÎN POZIȚIA DE LIDER DE AUDIENȚĂ

diu 21,2%, rtg 8,3%) sau CFR Cluj – FC Basel (urban: shr mediu 21,2%, rtg 8%).

2010 a fost anul cu un număr foarte ridicat de transmisiuni sportive, având în vedere transmisiunile și emisiunile de la CM de Fotbal și de la JO de la Vancouver. De asemenea, TVR a promovat și alte sporturi cu tradiție în România: handbal, baschet, rugby, polo, volei, gimnastică etc.

În paralel cu eforturile privind îmbunătățirea calității comentariilor (colaborarea cu Aurel Țicleanu, dar și reorganizarea echipelor de comentatori) și a intervențiilor reporterilor prezenți la stadioane, s-a pus accent pe îmbunătățirea calității artistice (amplasament de camere, calitatea graficii) și tehnice (număr de reluări, calitatea semnalului etc.) a transmisiunilor, realizate uneori în condiții nefavorabile pe stadioane și în săli necorespunzătoare.

De multe ori calitatea transmisiunilor noastre și a reportajelor de la fața locului au generat subiecte de dezbatere în mass-media din România.

În topul celor mai vizionate 100 de emisiuni din anul 2010, produse de toate stațiile de televiziune din România, sunt prezente transmisiuni și emisiuni sportive ale Departamentului Sport, cele mai apreciate fiind meciurile echipei naționale de fotbal, partidele de la CM de Fotbal din Africa de Sud, meciurile naționalei de handbal feminin la CE sau prezențele românești din Liga Campionilor.

Rubricile zilnice sau speciale ale știrilor sportive au însumat aproximativ 200 de ore, în afară de cele de pe TVR INFO.

TVR deține drepturile TV pentru meciurile de fotbal ale echipei naționale - contract pe doi ani (2010 și 2011), Campionatul European de Fotbal 2012, Campionatele Mondiale de Natație, Campionatele Europene de Atletism, Campionatele Naționale de Polo și Baschet etc.

Pentru creșterea rentabilității financiare a unor contracte de achiziții și adaptării la reglementările UE, care are o legislație foarte complexă în domeniul liberei concurențe, la propunerea departamentului, s-a creat la nivelul instituției un cadru organizatoric funcțional pentru negocierea unor contracte de sublicențiere. Acest demers a adus în TVR sume mari din cedarea parțială a unor drepturi. În plus, TVR și-a păstrat și cele mai importante tronsoane din competițiile care au făcut istorie la TVR (ex: Jocurile Olimpice sau Campionatul European de fotbal).

02

TELEVIZIUNEA ROMÂNĂ PE PIAȚA MEDIA



CAPITOLUL
02

1. PEISAJUL MEDIA, SUB SEMNUL CRIZEI

**Ultimii doi ani au reprezentat, pentru mass-media din România, probabil cea mai dificilă perioadă de la căderea regimului comunist.
În perioada 2009-2010, vânzările ziarelor și revistelor au scăzut cu circa 50%, iar investițiile de publicitate pe acest segment – cel mai afectat de criză – au scăzut cu circa 70% față de perioada sa de vârf, din 2007-2008.
Și investițiile în televiziune au scăzut cu circa 30-40%.**

INVESTIȚII ÎN MEDIA DIN ROMÂNIA (mil. Euro)

Anul	Total	TV	Print	Radio	OOH	Internet&Cinema
2008	540	337	82	35	70	16
2009	339	222	37	25	42	13
2010	308	209	27	23	35	14

Sursa: Media Fact Book 2010. Valorile reprezintă estimări nete ale investițiilor în publicitate pe canalele menționate, făcute de agenția de servicii media Initiative Media, în 2010.

Unele trusturi cu o poziție solidă odinioară și-au văzut afacerile zdruncinate (ex. Ringier, unul dintre cei mai mari publisheri din regiune), altele pur și simplu s-au destrămat (ex. Cațavencu SA). Multe titluri au dispărut, investitorii străini au făcut un pas înapoi. Companiile de media care au rămas pe piață au stopat dezvoltarea și au tăiat masiv din costuri, inclusiv din forța de muncă: e vorba de câteva mii de oameni, la nivel de industrie, în doar doi ani. Alte companii media s-au restructurat și și-au schimbat modelul de business (ex. Mediafax Group, care a înglobat afacerea de print și pe cea de Internet a Media Pro).

INVESTIȚIILE ÎN MEDIA aproape s-au înjumătățit în 2010, față de 2008.

Anul 2010 a fost dificil pentru economia românească per ansamblu, valoarea Produsului Intern Brut (PIB) pe cap de locuitor fiind de 7.390 de dolari, potrivit FMI, în scădere cu aproximativ 22% față de 2008. Spre comparație, media valorii PIB/cap de locuitor în UE a fost de 16.100 în 2010 – de peste două ori mai mare decât în România.

Valoarea PIB/locuitor (USD), în România

2008	2009	2010	2011	2012
9.500	7.500	7.390	7.700	8.700

ValoareaPIB/locuitor (USD), situație comparativă

Țara	2008	2010	Evoluție
Cehia	20.700	18.700	-9,66%
Polonia	13.800	11.500	-16,6%
ROMÂNIA	**9.500**	**7.390**	**-22,2%**

Sursa: Fondul Monetar Internațional, la data de 21 martie 2011.
Valorile pentru 2011 și 2012 reprezintă estimări.

2. PIAȚA DE TELEVIZIUNE

Peisajul audiovizual din România a rămas unul aglomerat și în 2010: sunt peste 50 de canale distribuite la nivel național, incluse în Studiul Național de Audiență TV. Dacă în industria print-ului regruparea de forțe, restrângerea activității și retragerea unor investitori străini au fost consecințe evidente ale recesiunii, nu același lucru s-a întâmplat în audiovizual. Scăderea consumului de bugete pe acest segment a fost una record în ultimul deceniu, e adevărat, dar nu a fost atât de dramatică precum în alte segmente ale industriei media.

Interesul a rămas crescut pentru acest segment, dat fiind consumul mare de televiziune din România, respectiv ponderea ridicată a TV-ului în totalul investițiilor în media (aprox. 65%, în 2010, vs. 40-50%, cât este procentul în alte țări din regiune). Potrivit unui studiu GfK din 2010, consumul de televiziune din România este unul dintre cele mai ridicate din Europa: zilnic, românii stau în fața televizorului, în medie, 257 minute, adică peste 4 ore.

PARLAMENTUL EUROPEAN: SERVICIILE MEDIA PUBLICE AU NEVOIE DE FONDURI PROPORȚIONALE ȘI STABILE

Penetrarea TV, în 2010 (%)

	APRILIE 10			OCTOMBRIE10		
	Rural	Urban	Total	Rural	Urban	Total
Cablu analog	50.9	79.6	67.5	49.4	78.2	66
Direct to Home (DTH)	42.4	13.6	25.8	42.3	15.1	26.6
Terestu	9.4	3.6	6	9.3	3	5.6
Cablu Digital cu Receiver	0.5	6.1	3.8	0.2	7.5	4.4

Sursa: GfK, TAM

Potrivit CNA, la ora actuală există peste 5.400 de licențe de radio și televiziune acordate pe spațiul României (terestru, cablu și satelit) și peste 1.100 de companii care dețin astfel de licențe. Pro TV SA (CME) are cel mai mare număr de licențe (43), urmată de Realitatea Media SA (42), Antena TV Group SA (41) și Societatea Română de Televiziune (18).

Un fenomen tot mai vizibil în ultimii doi ani – și care erodează din cotele de piață ale tuturor canalelor generaliste – este intrarea agresivă pe piața de TV a marilor distribuitori de televiziune și servicii IT: RCS&RDS, DTH Television Grup (Boom), Romtelecom (Dolce). Cu obiectivul de a crește cota de piață și fără a avea o presiune financiară imediată – deci cu un model de business diferit de al posturilor de televiziune tradiționale – marii jucători ai pieței de infrastructură IT au intrat în competiția media, achiziționând programe sportive, filme și alte producții de divertisment, asaltând astfel piața și determinând schimbarea consumului de televiziune.

Tehnologia TV, în cifre

52.8% – gospodării cu mai mult de un TV

1.69 - numărul mediu de televizoare pe gospodărie

66% - penetrarea tipului de recepție prin cablu în gospodării

26.6% - penetrarea tipului de recepție DTH

5.6% - recepție terestră

Sursa: GfK, TAM; DTH = Direct to Home, 2010

3. STRATEGIA DE CONȚINUT A TVR 2010

În esență, în acord cu misiunea sa, SRTv trebuie să informeze corect, imparțial, să educe și să ofere divertisment de calitate, așa cum se statuează de altfel și în art. 4 din Legea 41/1994 privind serviciile publice de radio și televiziune.

Ca instituție de presă și cultură, TVR trebuie să se constituie într-un centru de dezbatere a tendințelor, ideilor și opiniilor legate de viața socială, culturală, politică și economică din societatea românească, respectând principiile independenței, obiectivității și echilibrului editorial.

În ceea ce privește obiectivele sale majore, TVR, prin programele difuzate pe canalele de televiziune pe care le deține și prin conținutul distribuit pe platforme de tip newmedia, trebuie să promoveze valorile democratice, să contribuie la consolidarea societății civile, să respecte dreptul la opinie al fiecărui cetățean, să respecte și să promoveze diversitatea etnică și culturală, valorile minorităților naționale, să răspundă intereselor diferitelor comunități locale și categorii de public, să promoveze valorile limbii române, ale creației culturale, științifice naționale și universale.

În îndeplinirea misiunii sale, TVR trebuie să găsească formule de conținut creative care să capteze interesul unei audiențe semnificative fără derapajele care caracterizează adesea comportamentul televiziunilor comerciale.

Pentru îndeplinirea misiunii sale, TVR utilizează canalele sale de televiziune cu emisie terestră și prin cablu (TVR 1, TVR 2 și cele 5 canale regionale TVR Cluj, TVR Craiova, TVR Iași, TVR Timișoara, TVR Târgu-Mureș), precum și cele cu distribuție exclusiv prin cablu sau satelit (TVR 3, TVR Cultural, TVR INFO, TVR Internațional plus TVR HD – canal experimental). La acestea se adaugă platformele digitale (Internet și mobil) pentru distribuția de conținut (știri, sport, divertisment). Evoluțiile tehnologice majore care au marcat ultima decadă au făcut ca televiziunile să se conecteze cu audiențele lor prin trei ecrane (micul ecran

tradițional, monitorul PC și ecranele telefoanelor inteligente - „smartphones"). Televiziunea „tradițională" s-a schimbat deja, trăim într-o lume nouă, interactivă, mobilă și cu o multitudine de nișe. Digitalizarea, telefonia mobilă și Internetul au schimbat total modul de lucru în televiziune atât în ceea ce privește generarea conținutului, cât și în ceea ce privește distribuția acestuia.

Strategia de Conținut și-a propus:

• să formuleze principiile fundamentale care trebuie să guverneze producția și distribuția de conținut în acord cu misiunea publică a TVR;

• să expliciteze direcțiile majore de acțiune ale managementului prin care aceste principii să fie transpuse în realitate: 1. definirea identitară clară a canalelor TVR, ca audiență și obiective, luând permanent în calcul toate cele „3 ecrane"; 2. definirea unor principii de alocare a resurselor de producție de conținut și a politicii de achiziții (formate de divertisment, filme, seriale, sport), precum și a mecanismelor și soluțiilor prin care acestea să fie transpuse în practică.

În privința procentului de producții proprii, este de remarcat faptul că TVR 1 se situează la nivelul de 70-71% din totalul emisiunilor difuzate, la fel ca majoritatea televiziunilor europene mari. Pe de altă parte, serviciile publice cu venituri mici, ca și TVR – din Serbia, Polonia sau Portugalia – au ponderi de 60-65% pentru canalele principale și de 30-40% pentru cel de-al doilea canal.

TVR se confruntă cu dificultăți financiare persistente începând din 2006, într-o bună măsură și din cauza faptului că taxa TV a rămas la nivelul anului 2001, cea mai mică din EU 27. Portugalia, penultima din clasamentul EBU, are 21 de euro pe an, față de mai puțin de 11 euro/an în România. De exemplu, în Germania se plătește o sumă de 5 euro/lună doar pentru aparatul de radio din automobil.

În ciuda acestor probleme, TVR are o serie de atuuri care îi permit să redevină performantă, cu condiția redefinirii obiectivelor, a criteriilor de performanță, a strategiei de programe/conținut și a celei de marketing și vânzări.

Servicii TV publice europene

În materie de programe se pot constata următoarele tendințe generale:

• Producția de **Știri** rămâne una dintre funcțiile cheie ale serviciilor publice de media (PSM). Multe dintre ele preferă chiar să-și profileze unul dintre canale pe știri și emisiuni informative;

• **Ficțiunea** este un al doilea gen important pentru PSM-uri, reprezentând mai mult de o treime din timpul total de emisie. Se constată de asemenea o sporire a procentului de producții europene, chiar dacă producția americană domină încă piața, în ansamblul ei;

• **Producția proprie** reprezintă, în medie, 61% din ansamblul programelor (chiar dacă există extreme: 99% în cazul BBC One și 15% pentru canalul de limbă italiană al televiziunii publice din Elveția). Pentru majoritatea canalelor principale ale PSM-urilor, mai ales din statele importante din EU27, ponderea producțiilor proprii este de circa 70% din totalul programelor difuzate.

O analiză a ofertei de programe la televiziunile publice europene în 2008 a dus la următoarele concluzii:

• **ficțiunea**, în particular filmul, ocupa un rol important în grilele tuturor posturile TV, indiferent de contextul economico-social și de mărimea acestuia;

• de regulă, **emisiunilor informative** li se conferă un rol mult mai important la posturile din țările est-europene;

• **formatul QUIZ/concursuri** este utilizat din plin ca vehicul pentru dimensiunea educativ-formativă care face parte din misiunea TV publice.

Pentru o analiză separată, în funcție de importanța canalelor posturilor publice de

televiziune, s-au inclus în **grupa A**: TVR 1, ARD 1, France 2, BBC 1, TVE La Primera, RAI Uno, TVP 1, CT 1, ORF1, RTS 1 și SLO 1, iar în **grupa B**: TVR 2, France 3, BBC 2, TVE La 2, RAI 2, RAI 3, TVP 2, M 2, CT 2, SLO 2, ZDF și RTS. Concluziile suplimentare sunt:

• primul loc în structura de programe a țărilor din grupa A revine filmului, cu ponderi medii de 22-25% și un maxim de 67% la ORF1 (principalul canal al televiziunii publice austriece);

• pe locurile secunde, aceste posturi tv plasează de regulă emisiuni de divertisment; excepție fac Marea Britanie și Germania, cu o pondere mai mare pentru emisiunile informative;

• publicitatea înregistrează cea mai mare pondere din structura de programe la postul principal spaniol, TVE La Primera - 14.8%, urmat de Italia cu cca 5-6%; cele mai mici ponderi se înregistrează în Germania și Austria, cca 2%.

• canalele din grupa B s-au axat în principal pe film, divertisment, sport și abia în plan secund pe emisiuni informative; și asta în special în Germania și Austria;

• publicitatea ocupă de regulă 2-3% din totalul programelor difuzate pe aceste canale.

4. PIAȚA ROMÂNEASCĂ: TELEVIZIUNI GENERALISTE

Numărul de titluri[4] de emisiuni difuzate în perioada 12-18.03.2010 (grila de primăvară, perioadă pe care o considerăm reprezentativă) pentru următoarele televiziuni generaliste: TVR 1, PRO TV, Antena 1, Kanal D, Prima TV:

Canal	Titluri/săptămână	Titluri/zi
TVR 1	123	17-18
Pro TV	63	9
Antena1	73	10
Kanal D	76	10 -11
Prima TV	112	16

PRODUCȚII PROPRII VS ACHIZIȚII la televiziunile generaliste în săptămâna 12 -18.03.2010, intervalul orar 07.00-01.00

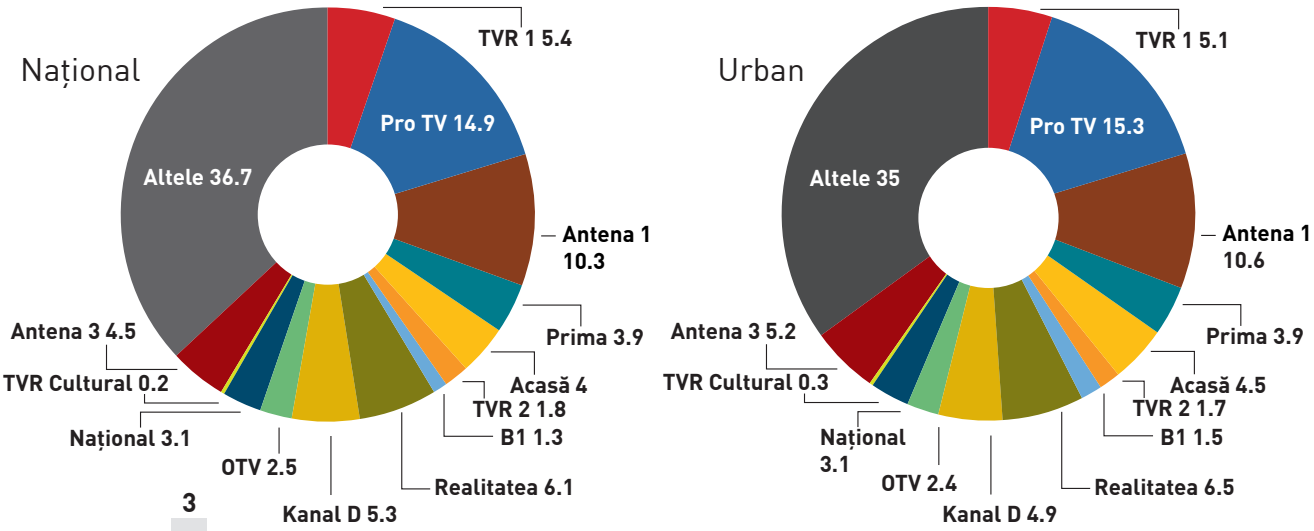
Televiziune	Producții proprii		Achiziții		Programe știri
	Pe zi	Pe săpt.	Pe zi	Pe săpt.	
TVR 1	10	68	4	28	5/zi, - WE
PRO TV	4	25	4-5	33	medie 5/zi, - WE
Antena 1	5	37	4	27	5/zi, -WE
Kanal D	4	28	5	37	2/zi, -WE
Prima TV	7	46	6-7	46	1/zi

[4] Prin titluri am înțeles denumirile emisiunilor difuzate în premieră sau cu o singură reluare în intervalul orar 7.00-01.00. De asemenea, am numărat în cazul jurnalelor de știri o singură ediție pe zi.

5. LOCUL TVR ÎN INDUSTRIE

Extinderea acoperirii cu platforme digitale de cablu sau DTH (Direct to Home) atât în mediul urban cât, mai ales, în mediul rural, a dus în anul 2010, ca și în anii precedenți, la o diversificare a ofertei TV, telespectatorul având astfel posibilitatea de a alege dintr-o paletă mai largă de canale TV. Chiar și în aceste condiții de fragmentare a audienței, TVR 1 a ocupat a treia poziție în rândul posturilor generaliste (vezi grafice), cu un rating de 1% pe target urban, după Pro TV și Antena 1 (3% și, respectiv, 2%). Aceeași ierarhie se păstrează și în intervalul 19.00-23.00 (prime-time) cu rating 2,6% versus 6,9% (Pro TV) și 4,3% (Antena 1).

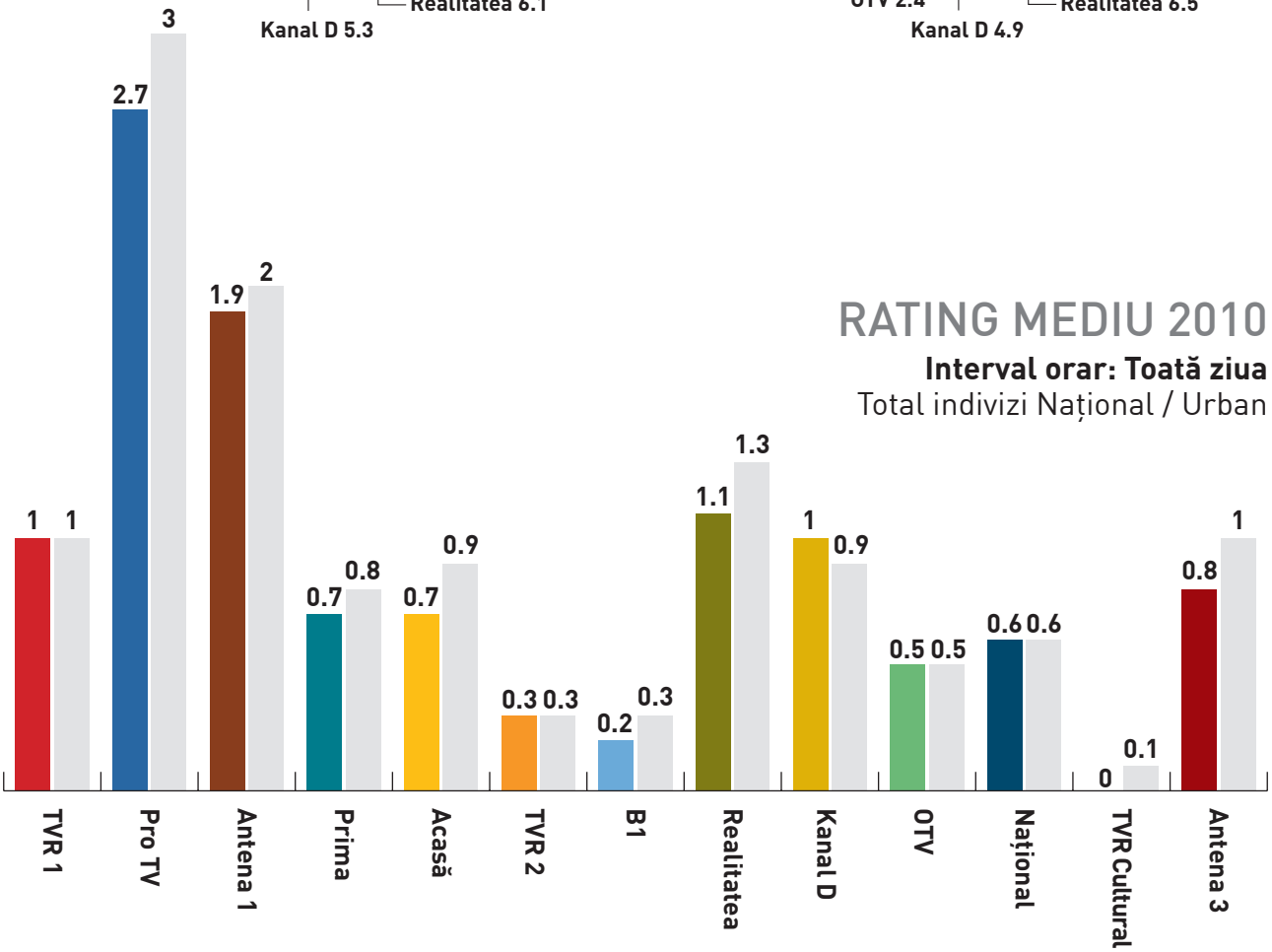
Cotă de piață medie – 2010



RATING MEDIU 2010

Interval orar: Toată ziua

Total indivizi Național / Urban



La poziționarea TVR 1 pe această treaptă au contribuit, în mare măsură, evenimentele majore ale anului 2010 transmise în exclusivitate de TVR (Campionatul Mondial de Fotbal, Eurovision etc.), precum și deja consacratele genuri de producții TV:

• **Seriale:** Mad Men, Anatomia lui Grey, Dr. House, 30 Rock, CSI, Furtună la palat, Secretele de la palat, Legendele palatului: Dr Hur Jun, Legendele palatului: Printul Jumong;

• **Divertisment:** O dată'n viață, Dănutz SRL, ÎnTrecerea anilor, Ne vedem la TVR etc);

• **Filme artistice premiate la Oscar Awards și alte competiții internaționale de top:** Culoarul morții; Cândva, pe aici, trecea un râu; Viva Zapata; Traffic.

Talk-show-urile culturale – Profesioniștii, Garantat 100% etc. – și-au păstrat publicul deja fidelizat contribuind din plin la menținerea notorietății postului.

Structura de public a celor trei canale monitorizate – TVR 1, TVR 2 și TVR Cultural, TVR 3 fiind monitorizat doar din luna aprilie – s-a schimbat, toate cele trei reușind sporuri pe unele categorii socio-demografice: studii superioare și grupele de vârstă cuprinse între 25-34 și 35-44 ani.

6. SERVICIILE PUBLICE – CONTEXT EUROPEAN

Serviciile publice de media au nevoie de sprijinul statului în noul context economic. În 2009, o Recomandare din partea Adunării Parlamentare a Consiliului Europei a cerut legislatorilor naționali să se asigure că organismele publice de radio și televiziune au posibilități de finanțare adecvate pe termen lung pentru îndeplinirea misiunii lor. Iar la finele lui 2010, Parlamentul European a adoptat așa-numitul „Raport Belet", care amintea Statelor Membre de angajamentul acestora față de standardele europene și de nevoia ca serviciile media publice să aibă fonduri proporționale și stabile.

Nevoia de susținere a serviciilor media publice devine din ce în ce mai stringentă, în contextul intrării unor noi jucători cu forță financiară pe piața media.

CONSUMUL DE TELEVIZIUNE DIN ROMÂNIA ESTE UNUL DINTRE **CELE MAI RIDICATE DIN EUROPA**



03

EXERCITAREA MISIUNII PUBLICE PRIN CANALELE TVR



CAPITOLUL
03

Televiziunea Română emite pe șase canale naționale: TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural, TVR INFO și TVR Internațional. La acestea se adaugă un canal experimental, care emite în sistem High Definition: TVR HD.

TVR acoperă cele mai importante știri la nivel național, prin cinci studiouri teritoriale. Această infrastructură ne-a permis să acoperim și în 2010:

- principalele evenimente politice interne și internaționale;
- evenimentele culturale majore;
- cele mai importante competiții sportive:
    - Campionatul Mondial de Fotbal din Africa de Sud,
    - UEFA Champions League,
    - Jocurile Olimpice de Iarnă 2010,
    - Formula 1,
    - meciuri de fotbal ale echipei naționale,
    - competiții de handbal, polo etc.

1. POSTURILE NAȚIONALE: ACOPERIRE, MISIUNE

TVR 1 și TVR 2, principalele canale ale postului public, acoperă aproape integral teritoriul României.

TVR1 este un post generalist cu o grilă complexă de programe, îndeplinindu-și astfel rolul său de bază - de a informa, educa și distra publicul telespectator. Ficțiunea, sportul și știrile au ocupat un loc semnificativ în grila principalului canal al TVR, anul trecut.

TVR 1 rămâne principalul post al televiziunii publice, capabil să susțină competiția cu celelalte canale importante de pe piață. TVR 1 acoperă și evenimente de anvergură, precum festivaluri, mari concerte, mari competiții sportive și susține campanii naționale de interes public. Grila TVR 1 acoperă problemele și cerințele tuturor categoriilor de audiență, de toate vârstele, din toate mediile sociale, din toate zonele geografice ale României.

PROGRAMELE TVR 1 pe genuri și număr de ore de emisie

Tabelul descrie ponderea programelor difuzate la TVR 1 în 2010, pe număr de ore și procente din totalul emisiei, repartizate pe genuri, conform clasificării European Broadcasting Union (EBU), cea mai mare asociație a serviciilor publice de radio și televiziune din Europa, la care TVR este afiliată.

TVR 1	%	ore
Știri	10.57	926
Factual, informații	7.83	686
Educație	2.49	218
Sport	11.59	1.016
Divertisment	8.79	770
Copii	0.81	71
Ficțiune	21.63	1 8 9 5
Desene animate	1.71	150
Documentare	3.72	326
Muzică	3.3	289
Știință	0.92	81
Artă, cultură	3.1	272
Religie	2.27	199
Minorități	2.53	221
Promo	6.22	545
Publicitate	7.84	686
Teleshoping	3.34	293
Diverse*, altele**	1.3	116
TOTAL	**99,9**	**8760**

Sursă: Compartimentul de strategie și cercetare de piață
*Emisiuni ce nu pot fi încadrate alftel.
**Timpi morți (defecțiuni tehnice, Idpost etc.)

TVR 1 s-a implicat și în 2010 în organizarea/reflectarea unor campanii cu impact social și cu relevanță pentru misiunea sa:

Campanii și evenimente sociale:

- Oamenii Deltei,
- Vezi România,
- Tunning România,
- Crucea Roșie,
- Învinge Apele,
- Gala Europa Liberă, aici!,
- Gala - teledon Haiti.

Evenimente culturale: cele mai importante festivaluri de muzică, modă, film și folclor au fost prezente la TVR:

- Gala UNITER,
- Gala Operetei,
- Gala Premiilor Gopo,
- Gala APTR.

Schimbări:

Un reper important a fost revenirea, pe TVR 1, a divertismentului de sâmbătă seara. Emisiunea ÎnTrecerea anilor a ridicat audiența, comparativ cu perioada similară a anului 2009 (de la rating 1,5% la 4,5% pe tronsonul de 120 de minute). Anul 2010 a adus și consolidarea intervalului de acces prime-time. Introducerea serialelor asiatice de epocă - foarte bine primite de public, având cea mai mare audiență de pe piață - a avut efecte și asupra audiențelor Telejurnalului. De asemenea, emisiunea O dată-n viață a fost de mai multe ori lider de piață pe tronsonul de vineri.

TVR 2

TVR 2 dorește să devină un post proactiv, de atitudine, bună dispoziție, dinamism, prospețime, viziune și instructivă. Canalul difuzează programe informative prezentate mai relaxat, informații din zona Științei și Tehnologiei, Show Business-ului, informație și comentarii pe segmentul economie și afaceri, inclusiv prin intermediul unui conținut complementar TV-Internet. Canalul se adresează unui public dornic de noutate și experiment. (target: 15-55 ani, urban, studii medii și superioare).

Anul 2010 a reprezentat un an de tranziție pentru TVR 2, spre un nou concept, având ca obiective creșterea audienței canalului, pe de o parte și îndeplinirea obligațiilor de post public, pe de altă parte. Au fost păstrate în grilă marile competiții de nivel internațional, fructificând astfel acoperirea națională a canalului.

Politica de evenimente a fost regândită, renunțându-se la evenimentele locale (care aduceau modificări de grilă și se pierdea publicul fidelizat), pentru difuzarea acestora pe canalul TVR 3, cu tematică regională.

Toate acestea au fost completate de o grilă de toamnă care a adus câteva tronsoane noi, mai aproape de targetul canalului (18-49 de ani, studii medii și superioare, venituri medii și mari). Putem menționa aici programul Ora de business, realizat și prezentat de Moise Guran, program ce a avut succes încă de la primele ediții, aducând și un brand important pentru TVR 2.

TVR 1 A REINTRAT PE PIAȚA DIVERTISMENTULUI DE SÂMBĂTĂ SEARA PRIN EMISIUNEA **ÎNTRECEREA ANILOR**, PE TRONSONUL DE 120 DE MINUTE. ACEASTĂ EMISIUNEA A AVUT UN **RATING MEDIU DE 4,5%**

PROGRAMELE TVR 2 pe genuri și număr de ore de emisie

Tabelul descrie ponderea programelor difuzate la TVR 2 în 2010, pe număr de ore și procente din totalul emisiei, repartizate pe genuri, conform clasificării EBU.

TVR 2	%	Ore
Știri	10.47	917
Factuali, informații	9.65	845
Educație	4.43	388
Sport	7.73	677
Divertisment	12.57	1101
Copii	2.75	241
Ficțiune	24.99	2189
Desene animate	0	0
Documentare	2.70	237
Muzică	0.75	66
Știință	0.05	4
Artă, cultură	0.11	10
Religie	0.70	61
Minorități	2.42	212
Promo	6.77	593
Publicitate	8.59	753
Teleshopping	4.03	353
Diverse*, altele **	1.3	113
TOTAL	**99,9**	**8,760**

Sursă: Compartimentul de strategie și cercetare de piață
*Emisiuni ce nu pot fi încadrate alftel
**Timpi morți (defecțiuni tehnice, Idpost etc.)

În anul 2010, participarea postului TVR 2 la campaniile sociale și educative a crescut, în timp ce orele dedicate minorităților naționale au fost completate cu un serial document, care a prezentat comunitatea aromânilor din țară și din alte cinci țări.

Toate aceste schimbări aduse în 2010 au creat premisele unei relansări a TVR 2 în anul 2011, cu o abordare proaspătă și o grilă de programe variată.

Lansat în octombrie 2008, TVR 3 este primul post național dedicat vieții comunităților locale. TVR 3 are o grilă de programe dinamică și diversă, care aduce în prim-plan informația regională, pentru un public activ din toate categoriile de vârstă.

TVR 3 își propune să dea vizibilitate națională personalităților și evenimentelor relevante din țară.

Grila canalului este formată din producții ale studiourilor teritoriale TVR Iași, TVR Craiova, TVR Cluj, TVR Timișoara, TVR Tîrgu-Mureș, în timp ce partea de sud a țării este acoperită de programe realizate de studioul central, din București.

Evenimente:

În 2010, grila TVR 3 a fost bogată și în transmisiuni sportive, printre care:

- Cupa Europei Centrale Baschet;
- Campionatul Național Baschet;
- Cupa Challenge Handbal;
- Superliga Naționala Polo;
- Cupa României Box;
- Campionat Național Volei;
- Circuitul BCR Futures Tenis;
- Liga Europeană de Volei;
- IRB National Cup Rugby;
- Campionatul Mondial de Polo;
- Brașov Challenger Tenis;
- Campionatul Național de Raliuri.

Diferite gale și festivaluri cu valoare de eveniment au fost de asemenea prezente la TVR 3:

- Teledon pentru Haiti;
- Romanian Music Awards;
- Cerbul de Aur junior;
- Festivalul Amara;
- Ediție specială- Angela Merkel la Cluj;
- Festivalul Național de umor studențesc;
- Premiile Muzicale Balcanice;
- Festivalul Flori de mai;
- Festivalul de Muzică Veche Lăutărească Zavaidoc;
- Ziua României.

Un eveniment important al canalului în 2010 - marcă proprie - a fost organizarea concursului național de interpretare, Vocea Populară.

PROGRAMELE TVR 3 pe genuri și număr de ore de emisie

Tabelul descrie ponderea programelor difuzate la TVR 3 în 2010, pe număr de ore și procente din totalul emisiei, repartizate pe genuri, conform clasificării EBU. Monitorizarea s-a făcut începând cu aprilie 2010.

TVR 3	%	Ore
Știri	8.4	555
Factual, informații	27.8	1.837
Educație	1.9	125
Sport	5.7	376
Divertisment	6.3	412
Copii	0.6	40
Ficțiune	3.1	204
Desene animate	0	0
Documentare	0.3	21
Muzică	9.8	646
Știință	0	0
Artă, cultură	6.2	412
Religie	1.8	121
Minorități	8	528
Promo	4.7	313
Publicitate	0.1	7
Teleshoping	6.2	409
Diverse*, altele**	9	594
TOTAL	**99.9**	**6.600**

Sursă: Compartimentul de strategie și cercetare de piață
*Emisiuni ce nu pot fi încadrate alftel
**Timpi morți (defecțiuni tehnice, Idpost etc.)

TVR CULTURAL

TVR Cultural este un canal de nișă având drept câmp de activitate cultura și educația. Acest canal rămâne un manifest al culturii românești contemporane, un post interactiv, care generează evenimente de tipul „cultura în stradă", cu bugete reduse și cu implicarea publicului.

Constantele strategice ale grilelor de programe concepute și difuzate în anul 2010 s-au grupat în jurul a trei obiective:

• compensarea „zonelor slabe" din proiectul editorial al anului 2009:

» prin continuarea difuzării de piese românești, în cadrul 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 brand-urile editoriale ale postului, deja create și poziționate pe piața media;

• crearea și promovarea de evenimente cu mare impact, marca TVR Cultural, care să intensifice caracterul specific al postului.

Performanțe:

În 2010, TVR Cultural a înregistrat mai multe performanțe editoriale, recompensate cu premii APTR (Asociația Profesioniștilor de Televiziune din România):

• Premiul pentru reportaj cultural – Faust la Edinburgh, realizator Sanda Vișan;

• Premiul pentru documentar istoric - ex aequo proiectul Restaurare, producători Ruxandra Țuchel și Georges Boisnard;

• filmul Mircea Vulcănescu – jertfă și iertare, realizator Vasile Alecu;

• Premiul pentru carte de televiziune – Daniela Zeca Buzura.

Echipa Jurnalului Cultural, prezentă ca principal partener de televiziune în cadrul Târgului Internațional de Carte Gaudeamus (18 – 22 noiembrie 2010) a obținut distincția pentru „Cea mai bună televiziune", prin votul publicului – distincție acordată în urma:

• celor 640 de minute de transmisiune directă de la Târg;

• agendei zilnice, de 5 minute, a evenimentului;

• și a celor 9 ediții speciale realizate în direct.

Obiective realizate:

Începând din martie 2009, TVR Cultural a reușit să materializeze proiectul propriei stagiuni teatrale în direct. Astfel, la Televiziunea Română, prin TVR Cultural, în fiecare marți seară, telespectatorii au scenă deschisă cu teatrul românesc, preluat din stagiunea curentă a tuturor instituțiilor importante de profil, din România. Astfel, TVR Cultural a difuzat:

• **Istoria comică a doctorului Faust**, regizor Victor Ioan Frunză, Teatrul Municipal Baia Mare;

• **Frida**, regia Mc. Ranin, Teatrul Tony Bulandra, Târgoviște;

• **Cum doriți** sau **Noaptea de la spartul târgului**, regia Silviu Purcărete, Teatrul Național Marin Sorescu, Craiova etc.

Până la sfârșitul anului 2010, TVR Cultural a reușit să impună alte patru brand-uri puternice în peisajul editorial dedicat culturii:

• **Istoria aproape:** emisiune de istorie românească, care abordează perioadele din istoria națională;

• **Profil, poveste, personaj:** interviu-portret cu personalități de marcă ale momentului în această serie. TVR Cultural a difuzat în exclusivitate un dialog cu Salman Rushdie, laureat al Premiului Nobel pentru literatură;

• **Arta.ro:** format magazin, de 60 de minute, săptămânal, cu rubrici dedicate tuturor artelor;

• **Ziduri și umbre:** serie de documentare despre istoria și civilizația românească a ultimilor 50 de ani.

PROGRAMELE TVR CULTURAL pe genuri și număr de ore de emisie

Tabelul descrie ponderea programelor difuzate la TVR Cultural în 2010, pe număr de ore și procente din totalul emisiei, repartizate pe genuri, conform clasificării EBU.

TVR Cultural	%	Ore
Știri	8.7	761
Factual, informații	4.2	367
Educație	0.004	25'
Sport	0	0
Divertisment	1.8	159
Copii	0.5	47
Ficțiune	16	1.404
Desene animate	0	0
Documentare	13	1.142
Muzică	13.5	1.180
Știință	1.8	152
Artă, cultură	20.7	1.809
Religie	4.4	390
Minorități	1.6	143
Promo	6.9	607
Publicitate	3.5	309
Teleshopping	0.8	66
Diverse*, altele**	2.6	224
TOTAL	**100**	**8.760**

Sursă: Compartimentul de strategie și cercetare de piață
*Emisiuni ce nu pot fi încadrate alftel
**Timpi morți (defecțiuni tehnice, Idpost etc.)

Obiective pentru anul 2011

În mod excepțional, ținând cont de faptul că TVR Cultural se apropie de aniversarea a zece ani de emisie, vom marca această vârstă a maturității editoriale prin inițierea și derularea unei campanii proprii, cu largă deschidere socială și culturală: 100 de Români deștepți, proiect care se va derula pe parcursul unui an calendaristic. Totodată, TVR Cultural va deschide seria galelor Premiile TVR Cultural, manifestare care va urmări principalele evenimente culturale românești și va oferi distincții în cadrul unei competiții transparente și echitabile.

TVR Cultural își propune să mențină trend-ul ascendent. Astfel, postul va acorda o atenție deosebită strategiei de poziționare și calității editoriale.

TVR Cultural continuă realizarea, în regim de portofoliu, a seriilor sale de documentare – producție proprie, care au devenit un brand al ultimilor doi ani.

Un alt obiectiv este susținerea unei stagiuni teatrale în direct, concepută și difuzată din 2008, ca și seria celor mai bune audiții, difuzate sub genericul Concertele TVR Cultural. Aceste două inițiative - alături de menținerea unei grile de programe diverse, echilibrate și coerente, care să acopere toate zonele de interes ale artei românești, dar și toate zonele geografice ale României - vor asigura unicitatea acestui post de televiziune tematic, parte componentă a misiunii TVR de serviciu public.

TVR i

Canal destinat vorbitorilor de limba română din străinătate, TVR Internațional trebuie să acopere trei perioade de „prime time" pentru românii din diferite zone (Europa, America, Asia/Australia).

Pe parcursul anului 2010, TVR Internațional a urmărit să ofere publicului său:

- poziționarea emisiunilor producție proprie ca emisiuni interactive în prime-time-ul european;
- o selecție atentă a emisiunilor de valoare din grilele celorlalte canale publice;
- un crawl informativ bilingv, introdus în 2010;

• emisiuni interactive dedicate copiilor - despre limba română, geografia și istoria României;

• subtitrarea în limba română a filmelor românești;

• emisiuni care prezintă viața românilor din afara granițelor.

Pe tot parcursul anului, TVR Internațional a reflectat viața românilor de pretutindeni într-un număr de 154 ediții de reportaje, portrete și anchete.

Postul a continuat seria și campania Premiilor TVR Internațional. În noiembrie 2010, ediția a-IX-a a Galei Premiilor TVRi s-a transmis în duplex București – Chișinău.

Unul dintre obiectivele constante ale TVR Internațional este realizarea de programe de educare a copiilor românilor plecați în străinătate. În același timp, prin emisiunile difuzate de TVR Internațional, televiziunea publică urmărește ca românii din afara granițelor să rămână conectați la realitățile din țară.

PROGRAMELE TVR INTERNAȚIONAL pe genuri și număr de ore de emisie

Tabelul descrie ponderea programelor difuzate la TVR Internațional în 2010, pe număr de ore și procente din totalul emisiei, repartizate pe genuri, conform clasificării EBU.

TVR Internațional	%	Ore
Știri	11.5	1.005
Factuali, informații	31.2	2.736
Educație	7.7	675
Sport	2.7	239
Divertisment	24.1	2.109
Copii	1	88
Ficțiune	11.4	999
Desene animate	0	0
Documentare	1.9	163
Muzică	0	0
Știință	0	0
Artă. cultură	3.3	288
Religie	1.1	98
Minorități	0.4	32
Teleshopping	0	0
Publicitate	0.2	18
Promo	2.3	203
Altele**	1.2	107
TOTAL	**100%**	**8.760**

Sursă: Compartimentul de strategie și cercetare de piață
*Emisiuni ce nu pot fi încadrate alftel
**Timpi morți (defecțiuni tehnice, Idpost etc.)

JURNALUL CULTURAL, PRINCIPALUL PARTENER DE TELEVIZIUNE AL TÂRGULUI INTERNAȚIONAL DE CARTE GAUDEAMUS A OBȚINUT DISTINCȚIA PENTRU **„CEA MAI BUNĂ TELEVIZIUNE”**, PRIN VOTUL PUBLICULUI

TVR INFO

TVR INFO, lansat în decembrie 2008, este al doilea canal de nișă al Televiziunii Române, după TVR Cultural și are acoperire națională.

TVR INFO trebuie să treacă dincolo de faza de experiment și să devină un canal de informație despre actualitatea internă (inclusiv parlamentară), externă, economie, afaceri și sport.

TVR INFO se adresează unui public activ, din toate categoriile de vârstă. Postul a difuzat în 2010:

- știri de interes național;
- transmisiuni sportive;
- informații meteo din oră în oră;
- interviuri și rubrici permanente precum: INFO bursier, INFO bancar, INFO cultural, Revista presei și Auto moto INFO.

Grila TVR INFO cuprinde emisiunea Interviuri, un program realizat de jurnaliști cu specializări diferite, unde sunt abordate teme de larg interes din aproape toate domeniile de activitate: IT, ecologie, social, politic, economic, cultural, obiceiuri și tradiții, religie, educație pentru sănătate și prevenirea îmbolnăvirilor.

Un segment important în grila TVR INFO a fost preluarea unor emisiuni de la Euronews.

În 2010, TVR INFO a transmis, în direct, dezbaterile din Senatul României. De asemenea, au continuat demersurile pentru a transmite și din Camera Deputaților și au început discuțiile pentru dezvoltarea proiectului „Parlamentul României în direct" - realizarea unui studio în clădirea Parlamentului și introducerea în grila de programe a dezbaterilor politice. În 2010, TVR INFO a transmis 486 de ore din Senatul României.

Principala realizare a postului în 2010 a fost aceea că TVR INFO a început să emită live pe internet.

Informații în sistem crawl

La TVR INFO au existat două crawl-uri (benzi în partea de jos a ecranului):

- unul pentru știri interne, externe și sportive;
- unul pentru informații utilitare–trafic, meteo, adrese ale instituțiilor statului român, dar și din Europa, în paralel cu afișarea cotațiilor de la Bursa de Valori București și Bursa Monetar Financiară și de Mărfuri Sibiu.

Informațiile de ultima oră, urgente, au fost difuzate în sistem Info Flash.

Producțiile proprii ale TVR INFO au însumat 1.710 ore, ceea ce reprezintă 19.52% din total emisie.

PROGRAMELE TVR INFO pe genuri și număr de ore de emisie

Tabelul descrie ponderea programelor difuzate la TVR INFO în 2010, pe număr de ore și procente din totalul emisiei, repartizate pe genuri, conform clasificării EBU.

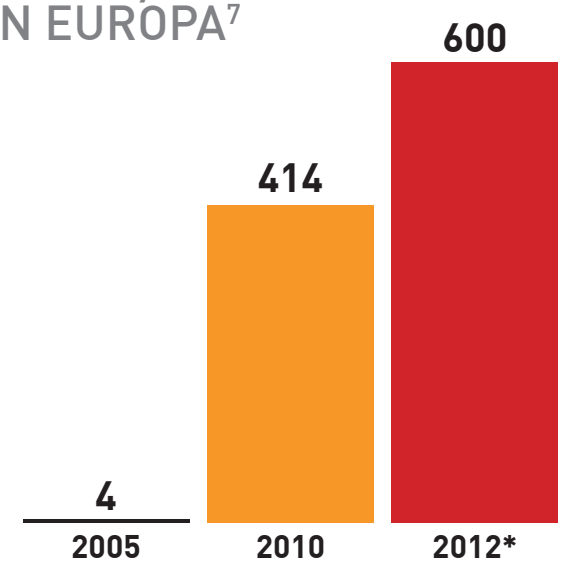
TVR INFO	%	Ore
Știri	45.6	3.995
Factual, informații	15.5	1.360
Educație	18.1	1.587
Sport	0	0
Divertisment	0	0
Copii	0	0
Ficțiune	0	0
Desene animate	0	0
Documentare	0	0
Muzică	0	0
Știință	4.4	383
Artă, cultură	8.3	726
Religie	0.5	41
Minorități	0	0
Promo	6.3	553
Publicitate	0	0
Teleshopping	0	0
Diverse* altele**	1.3	115
TOTAL	**100**	**8.760**

Sursă: Compartimentul de strategie și cercetare de piață
*Emisiuni ce nu pot fi încadrate alftel.
**Timpi morți (defecțiuni tehnice, Idpost etc.)

Formatul HD (High Definition) reprezintă viitorul industriei de televiziune. În mod unanim, se apreciază că, în următorii ani, televiziunea standard (SD) va fi înlocuită inevitabil de HD, tot așa cum, cu câteva decenii în urmă, televiziunea alb-negru a lăsat locul televiziunii în culori.

Ca urmare, în plan global, în ultimii ani, numărul canalelor HDTV a înregistrat o creștere spectaculoasă (vezi Grafic). În Europa, canalele HD s-au înmulțit de la 4 în 2005, la peste 414 la sfârșitul lui 2010[5], pentru sfârșitul lui 2012 fiind prognozat un număr de 600 de canale HD[6].

EVOLUȚIA CANALELOR HD ÎN EUROPA[7]



TVR a intrat deja cu un pas în viitor, prin canalul TVR HD, care a început să emită în iunie 2008, cu ocazia Campionatului European de Fotbal Euro 2008. S-a constituit ca structură de sine stătătoare în decembrie 2009.

Aflat încă în faza de canal experimental, TVR HD a transmis din iunie 2008 până în prezent o serie de programe produse în format HD: documentare, reportaje, emisiuni-magazin, concerte, filme.

Cel mai important însă este faptul că TVR HD a transmis în premieră - și a redifuzat, ori de câte ori au permis condițiile contractuale - zeci, uneori sute de ore de la toate competițiile la care Televiziunea Română a deținut drepturile de difuzare:

- JO de Vară (Beijing) și de Iarnă (Vancouver);
- UEFA Champions League;
- Campionatul Mondial de Fotbal din Africa de Sud;
- Formula 1;
- Eurovision Song Contest și Eurovision Young Musicians;
- meciuri ale naționalei de fotbal a României,
- campionate europene de gimnastică, patinaj artistic, polo, handbal feminin etc.

În total, este vorba de aproximativ 990 de ore de program în premieră, adică 4.58% din spațiul de emisie, cu cel puțin o reluare (în general un Quick Repeat), care mai adaugă aproximativ 4.6% la timpul de emisie.

În contextul în care criza economică prelungită poate frâna investițiile trusturilor comerciale în dezvoltarea HD, Televiziunea Română ar trebui să-și asume dezvoltarea capacității de producție în HD, ca obiectiv al strategiei sale pe termen mediu și lung.

Asumarea unui asemenea obiectiv strategic de către TVR mai este susținută de două argumente:

- TVR, în calitate de membru EBU, be-

[5] Conform MAVISE Database: http://mavise.obs.coe.int/
[6] Previziune EBU/Strategic Information Service – „HDTV in Europe. General Trends. HDTV on the Terrestrial Platforms. The display Market", January 2009, p.2, http://www.ebu.ch/CMSimages/en/HDTV%20report%202009_Final_tcm 6-67358.pdf
[7] Idem

neficiază de numeroase transmisiuni în HD de la mari evenimente sportive (formatul HD a devenit, practic, formatul exclusiv de transmisiune de la evenimente europene și internaționale de anvergură);

• HDTV este încă un teren virgin din punctul de vedere al competiției, în vreme ce piața SD este foarte aglomerată. În consecință, TVR s-ar putea dezvolta pe acest segment, unde ocupă deja un rol important.

TVR HD SE BUCURĂ DEJA, CA BRAND, DE NOTORIETATE. ACESTA POATE FI UN ATU PRINCIPAL ÎN PROCESUL DE REVITALIZARE A BRANDULUI DE CORPORAȚIE, PE TERMEN LUNG.

TVR HD este un brand care se bucură deja de notorietate:

» cel puțin 299.000 de telespectatori* - adică 4.2% din numărul total de telespectatori - au vizionat TVR HD cel puțin o dată (comparativ cu 385.000 care au vizionat Pro TV HD).

» notorietatea brandului este pozitivă și se manifestă în categoriile socio-demografice cu valoare comercială ridicată: cu venituri medii și mari, cu studii medii și superioare, din mediul urban.

» acest indicator s-ar putea constitui într-un atu principal în procesul de revitalizare a brandului de corporație, pe termen lung.

» printre factorii care favorizează notorietatea pozitivă a TVR HD se numără: distribuția gratuită a canalului de către toate platformele, transmiterea unor evenimente și competiții de anvergură internațională, calitatea premium a conținutului difuzat.

*Sursa: GFK România, "Studiul de calibrare 2010, valul 2", Decembrie 2010







În ultimii 2-3 ani, pe măsura sporirii ofertei HD pe palierul „distribuție", a crescut și numărul canalelor HD disponibile. Astfel, la începutul lui 2011, în România erau disponibile 19 canale HD (6 românești și 13 străine,) care pot fi recepționate fie terestru, fie prin satelit, cablu, sau IPTV disponibile în media la începutul anului 2010, potrivit informațiilor.

CANALELE HDTV DISPONIBILE ÎN ROMÂNIA, LA ÎNCEPUTUL ANULUI 2011

Denumire	Limba		DVB - T	DVB-S	DVB-C IPTV
1. TVR HD	Ro	București Sibiu	SESAT 1	UPC	Dolce Interactiv
			16 °E,	Digi TV HD	DigiPlay
			Dolce HD	Dolce HD	InesTV
2. Pro TV HD	Ro	București	Dolce HD	UPC	Dolce Interactiv
				Digi TV HD	DigiPlay
				Dolce HD	InesTV
3. Acasă HD	Ro		Dolce HD	UPC	DigiPlay
				Digi TV HD	
4. Sport.ro HD	Ro	București	Dolce HD	UPC	Dolce Interactiv
				Digi TV HD	DigiPlay
					InesTV
5. DigiSport HD	Ro			Digi TV HD	DigiPlay
6. U Music TV HD	Ro			UPC	DigiPlay
				Digi TV HD	InesTV
7. Eurosport HD	En			UPC	DigiPlay
				Digi TV HD	InesTV
8. HBO HD	Ro/En		Dolce HD	UPC	Dolce Interactiv
				Digi TV HD	DigiPlay
					InesTV
9. DigiFilm HD	Ro/En			Digi TV HD	DigiPlay
10. Discovery	En			Digi TV HD	Dolce Interactiv
HD Showcase				UPC	DigiPlay
				Dolce HD	InesTV
11. National	En		Dolce HD	UPC	Dolce Interactiv
Geographic HD				Digi TV HD	DigiPlay
					InesTV
12. NG Wild HD	En		Dolce HD	Digi TV HD	Dolce Interactiv
					DigiPlay
					InesTV
13. The History	En			UPC	DigiPlay
Channel HD				Digi TV HD	InesTV
14. Fasion TV HD	En			UPC	
15. MyZen HD	En				DigiPlay
					InesTV
16. M2 HD	Magh				DigiPlay
17. MTV HD	En				Ines TV
18. Super One HD	En			Digi TV HD	DigiPlay
19. Luxe TV HD	En				InesTV

Sursa: Departamentul TVR HD, pe baza informațiilor disponibile în media

2. POSTURI REGIONALE

Cele cinci studiouri teritoriale, din Cluj, Craiova, Iași, Timișoara și Tîrgu-Mureș realizează emisiuni atât pentru transmisiunile proprii, la nivel local, cât și pentru TVR 3 (cu tematică regională). Ele contribuie însă și la programele principalelor canale ale TVR.

A. TVR Cluj

Aria de acoperire regională a TVR Cluj include șapte județe: Cluj, Maramureș, Satu Mare, Bihor, Sălaj, Sibiu, Bistrița-Năsăud. În 2010, potrivit TVR Cluj, echipa studioului din Cluj a transmis 1-3 materiale zilnic pentru emisiunile informative ale TVR. A avut deseori intervenții în direct (sistem duplex) și a realizat știri și transmisiuni sportive pentru Departamentul Sport.

Studioul s-a implicat și în derularea unor campanii și evenimente, precum:

• Ajută-ți prietenul – campanie de sensibilizare a tinerilor cu privire la consumul de droguri;

• Green week – campanie de susținere a unor evenimente ecologice, proiect derulat în toată Transilvania;

• Oferă-i o șansă în plus copilului tău – campanie privind acordarea unor burse de studii pentru 30 de copii școlari și preșcolari cu situație materială precară, din județul Cluj;

• Festivalul Miraje – campanie de promovare și susținere a unor evenimente culturale dedicate persoanelor cu dizabilități;

• Fii bun și de Crăciun – campanie de colectare de jucării pentru copiii din comuna Jucu, județul Cluj;

• Turneul Internațional de baschet în fotoliu rulant;

• Festivalul Internațional de Chitară Transilvania;

• Festivalul Național Studențesc de Operă Viva Vox;

• Festivalul Galactoria a studenților de la Facultatea de Teatru și Televiziune Babeș-Bolyai Cluj Napoca;

În 2010, capacitatea de producție a TVR Cluj s-a mărit, după ce un studio de producție a fost complet echipat - cu patru camere, grilă de lumini și regie de emisie. Spre finalul anului, au fost instalate două grupuri de montaj Final Cut pe platformă Macintosh (grupurile de montaj 5 și 6). Această achiziție a permis trecerea completă la montajul nelinear și implementarea unui flux digital bazat pe lucrul cu fișiere (fără casete cu bandă).

Pentru realizarea rețelelor de mare viteză care asigură interconectarea unităților de producție (grupuri de montaj, serverul de emisie montaj, play out) s-au instalat switch-uri Giga bit. De asemenea, s-a instalat un tronson de fibră optică între clădirea principală și clădirea garajelor. În acest fel s-au putut conecta în rețea cele două grupuri de montaj, 5 și 6. În luna noiembrie 2010, ca urmare a achiziționării a două unități de monitorizare video (multiviewer), s-au reamenajat regiile studiourilor A și B, prin eliminarea monitoarelor CRT, care erau vechi și uzate.

În 2010, personalul serviciului tehnic a asigurat emisia de 14 ore zilnic pentru TVR Cluj. Carul de reportaj a efectuat peste 80 de înregistrări și transmisii în direct. Unitatea de transmisii prin satelit a efectuat peste 210 transmisii pentru redacțiile de știri ale canalelor TVR (în perioada ianuarie-iulie).

Principalele evenimente și schimbări în 2010 au fost:

• integrarea capacităților de producție (cabine de montaj, regii de emisie, ingest, transferul de fișiere spre TVR București) într-un flux digital de producție, ceea ce a permis renunțarea la casetele cu bandă și la tehnicile de producție ce implică acest tip de suport (montaj linear, emisie de pe bandă);

• transferul fișierelor la București direct pe rețeaua de fibră optică, renunțându-se

la trimiterea casetelor prin curierat;

• creșterea semnificativă a calității tehnice și a siguranței în exploatare, concomitent cu reducerea costurilor de producție;

• trecerea la fluxul digital prin renunțarea la montajul analogic.

În cea mai mare parte, obiectivele propuse pentru 2010 au fost atinse. Printre acestea se numără:

• inaugurarea platoului de înregistrare din sediul nou, str. Meziad nr. 6;

• fidelizarea clienților pentru contracte de difuzare a publicității;

• continuarea realizării din resurse atrase (sau prin contracte barter) a decorurilor pentru emisiunile programului TVR Cluj;

• conectarea studioului din str. Meziad nr. 6 cu actualul sediu al TVR Cluj prin fibra optică;

• elaborarea unei strategii de vânzare de publicitate diferențiată;

• mărirea programului la 14 ore/zilnic, din care 4 ore și jumătate în direct;

• urmărirea preluării programului TVR Cluj de către operatorii de cablu din zonă.

Analiză comparativă 2009 – 2010

Numărul personalului angajat:

2009: 136 **2010: 139**

Numărul colaboratorilor:

2009: 38 **2010: 38**

În primul semestru din 2009, Studioul TVR Cluj avea două ore de program, prin splitarea programului TVR 2. De asemenea, studioul făcea producții pentru canalele centrale din București. Începând din octombrie 2009, s-a trecut la un program de 14 ore realizate pe canalul propriu, iar prin lansarea canalului TVR 3 volumul de muncă a crescut considerabil (vezi tabel 8 a și 8 b).

În 2009, Știrile au lucrat în principal cu montaj linear și doar parțial digital; la finele anului 2010, în relația cu emisiile TVR 3 a început procesul de renunțare la suportul bandă magnetică pentru producțiile montate, procedurile fiind în prezent în curs de optimizare. În semestrul al II-lea al anului 2010, TVR Cluj a generalizat editarea neliniară, grupurile de montaj analogic fiind păstrate ca backup tehnic și pentru procesarea unor materiale de arhivă pe suport bandă magnetică.

PONDEREA PROGRAMELOR REGIONALE TVR CLUJ

TVR Cluj REGIONAL	Știri	Sport	Publicistică	Campanie electorală	Divertisment	Cultural	Minorități	Altele	TOTAL
Semestrul 1 2009	240h 15'	6h 10'	700h 07'	6h 59'	244h 10'	238h 01'	172h 40'	29h 45'	1.638h 07'
Semestrul 1 2010	147h 57'	111h 04'	1,023h 06'	-	362h 25'	517h 19'	211h 51'	54h 58'	2.428h 40'
Semestrul 2 2009	172h 07'	63h 26'	884h 41'	11h 51'	358h 44'	555h 17'	228h 54'	45h 15'	2,320h 15'
Semestrul 2 2010	134h 57'	79h 35'	1060 h	-	449h 35'	457h 42'	253h 29'	50h 14'	2,485h 32'
TOTAL ORE EMISIE REGIONAL 2009:							**3.958 H 22'**		
TOTAL ORE EMISIE REGIONAL 2010:							**4.914 H 12''**		

PONDEREA PROGRAMELOR NAȚIONALE PRODUSE DE TVR CLUJ

TVR Cluj NAȚIONAL	Știri	Sport	Publicistică	Campanie electorală	Divertisment	Cultural	Minorități	TVR 1	TVR 2	TVR 3	TVR Internațional	TVR Cultural	TOTAL
Semestrul 1 2009	67h 28'	17h 25'	111h 16'	2h 30'	87h 16'	74h 19'	88h 25'	9h 31'	34h 39'	388h 33'	34h 01'	12h 55'	897h 18'
Semestrul 1 2010	71h 59'	66h 09'	153h 01'	0	96h 59'	82h 39'	82h 31'	3h 34'	50h 20'	491h 41'	4h 35'	3h 08'	1,106h 36'
Semestrul 2 2009	70h 09'	45h 15'	120h 56'	0	112h 51'	64h 09'	89h 36'	3h 10'	40h 01'	451h 58'	4h 35'	2h 32'	1,005h 52'
Semestrul 2 2010	60h 44'	50h 05'	157h 39'	0	110h 59'	93h 05'	87h 54'	10h 01'	38h 51'	505h 06'	6h 21'	7 min	1,120h 52'
TOTAL ORE EMISIE REGIONAL 2009:										**1,903H 10'**			
TOTAL ORE EMISIE REGIONAL 2010:										**2,227H 28'**			

Pentru 2011, TVR Cluj și-a propus următoarele obiective:

• Implementarea fluxului digital de producție;

• Crearea unei arhive digitale ușor accesibile;

• Realizarea unui site pentru TVR Cluj;

• Creșterea gradului de recepționare a programelor TVR Cluj;

• Interconectarea prin rețele de transmisii audio-video a studiourilor din cele două clădiri (Donath-Meziad), pentru transmisii în direct și din studioul 3;

• Creșterea siguranței emisiei prin rezervarea (dublarea) serverului central;

• Achiziționarea de echipamente pentru studioul 3 (grup de montaj, grafică, prompter);

• Înlocuirea carului de reportaj.

B. TVR Craiova

Studioul TVR Craiova include în aria sa de acoperire șapte județe din sudul României: Mehedinți, Gorj, Dolj, Olt, Vâlcea, Argeș și Teleorman. Transmisiunile Studioului din Craiova pot fi recepționate și în Bulgaria (Valea Timocului bulgăresc) și Serbia (Valea Timocului sârbesc), unde trăiește o comunitate importantă de români (peste 600.000).

Principalele evenimente în care TVR Craiova s-a implicat - în calitate de producător sau partener media - în 2010 au fost următoarele:

• Festivalul de Muzică Populară Liviu Dafinescu, Novaci 2010;

• Festivalul Internațional de Folclor Floare de pe Bărăgan, Slobozia 2010;

• Simfonia lalelelor - Pitești 2010;

• Festivalul Shakespeare;

• Târgul ceramicii populare Cocoșul de Hurez;

• Duminici de poezie, la Teatrul Național Marin Sorescu din Craiova;

• Festivalul de Muzică Lăutărească Veche Zavaidoc etc.

De asemenea, Studioul din Craiova a realizat transmisiuni sportive ale unor meciuri de baschet și tenis pe canalul TVR 3, respectiv de fotbal, pe TVR 2.

În 2010, emisia TVR Craiova aproape s-a dublat, prin creșterea numărului de ore, de la 56 de ore săptămânal, la 102 ore săptămânal.

Din punct de vedere tehnic, la Studioul din Craiova au avut loc mai multe schimbări importante în 2010, parte a strategiei de investiții în studiourile regionale.

• s-a introdus o nouă fibră optică, cu ajutorul căreia se vor realiza transferuri FTP de la studio către București și invers, viteza de transfer fiind net superioară (50 Mbs în cazul datelor și 20 Mbs pentru internet);

• s-a montat și un sistem Edit Share, care dă posibilitatea descărcării materialelor brute de pe stațiile de ingest, dar și a materialelor editate de pe stațiile nelineare pe Edit-Share, prin intermediul rețelei create, apoi importul și play-ul cu vectorboxul;

• în regia 1, s-a montat în mixerul video Echolab încă o placă cu 4 intrări digitale, deci mixerul este configurat cu 4 intrări analogice și 8 intrări digitale, fapt care va permite schimbarea generatorului de caractere ce va putea fi montat în SDI;

• instalarea, pe lângă VectorBox-ul de emisie, a încă unui calculator de rezervă a emisiei echipat cu placă BLACK MAGIC DECKLINK–SDI, care s-a conectat în matricea audio-video SDI 8x8, făcând posibilă trecerea în emisie în cazul unei defecțiuni a VectorBox-ului;

• s-a implementat în totalitate sistemul de descărcare a casetelor cu ajutorul stațiilor de ingest, amenajându-se o încăpere cu două sisteme ingest care pot descărca în Edit-Share atât casete DV-CAM cât și casete BETA;

• pe carul de reportaj s-au instalat și configurat două Hard-Disk recordere conectate la un remote control Sony PVE-500;

• reorganizarea arhivei multimedia.

Pentru emisiunile grilei de toamnă-iarnă s-au realizat și montat noile decoruri și fiecare emisiune a avut scheme noi de lumini.

Din punct de vedere editorial, TVR Craiova s-a preocupat de situația românilor din afara granițelor țării - Bulgaria, Serbia, Albania, Macedonia, cărora le sunt destinate emisiuni speciale și care, în mare măsură, recepționează aceste programe.

NUMĂRUL ORELOR DE EMISIE TVR CRAIOVA

Ore emisie	S1 2009	S1 2010	S2 2009	S2 2010
TVR Craiova	1,473h	1,966h	1,473h	2,681h
TVR3	344h	365h30'	344h	367h
Alte canale	12h 30'	13h	12h30'	9h36'
TOTAL	1,829h30'	2,344h30'	1,829h30'	3,057h36'



EMISIA TVR CRAIOVA POATE FI RECEPȚIONATĂ ȘI IN BULGARIA ȘI SERBIA, UNDE TRĂIESC APROXIMATIV 600.000 DE ROMÂNI

Analiză comparativă 2009 – 2010

Numărul orelor de emisie a crescut simțitor în 2010, de la 7 ore în 2009 (emisie întreruptă între orele 9.00 – 17.00), la o emisie neîntreruptă de 14,5 ore zilnic, începând cu 01.06.2010 (vezi tabel 9), deși numărul posturilor efectiv ocupate a scăzut din cauza întreruperilor temporare ale contractelor de muncă, din diverse motive (concediu îngrijire copil, concediu maternitate, pensionare, concediu fără plată).

BUGET STUDIOUL TERITORIAL CRAIOVA

Buget de venituri și cheltuieli 2010

Plan	Realizat	Economie
8,707,000 lei	7,028,868 lei	1,678,132 lei

Numărul personalului angajat:
2009: 101 **2010: 100**
Numărul colaboratorilor:
2009: 14 **2010: 20**

Principalele obiective ale TVR Craiova în 2011 sunt:

- realizarea unei rețele de corespondenți angajați;
- crearea unei noi platforme online dedicate;
- schimbarea echipamentelor în regia 2;
- înlocuirea generatorului de caractere și dotarea Serviciului Producție cu 3 camere video de teren profesionale.

Obiectivele tehnologice vizează o creștere a calității editoriale.

C. TVR Iași

Aria de acoperire regională a TVR Iași include opt județe: Iași, Botoșani, Suceava, Neamț, Vaslui, Bacău, Vrancea și Galați. Programul regional al Studioului din Iași s-a extins în 2010, până la 16 ore și 30 minute pe zi.

Principalele evenimente în care TVR Iași s-a implicat - în calitate de producător sau partener media - în 2010 au fost următoarele:

- Organizarea unui Festivalul-concurs de muzică populară pentru tineri, Vocea populară;
- Gala de film documentar Ia'și descoperă - o serie de douăsprezece filme despre Iași, realizate de regizori și producători din România, Republica Moldova și Cernăuți.
- Festivalul Internațional de chitară clasică;
- Festivalul-concurs de interpretare a cântecului popular moldovenesc Din bătrâni, din oameni buni;
- Festivalul Internațional de muzică ușoară pentru copii Ti Amo;
- Festivalul Național de muzică ușoară pentru copii Musik for Kids.
- Organizarea unor premiere și lansări ale unor filme documentare produse de TVR Iași – filmul Măria sa, Birlic (Carmen Olaru), Născut, nu făcut (Violeta Gorgos).







TVR Iași a realizat de asemenea transmisiuni de handbal din Liga I și din Cupele Europene, fără costuri aferente drepturilor de televizare.

În 2010, Studioul Teriorial Iași a reușit realizarea unei grile cu un program continuu de 16 ore zilnic - cel mai mare spațiu de emisie dintre studiourile regionale din țară, potrivit reprezentanților TVR Iași.

Principalele obiective pe care TVR Iași și le-a propus și le-a urmărit pe parcursul anului 2010:

- creșterea calității și atractivității programelor pentru TVR 3 și TVR Iași;
- mărirea numărului de producții difuzate în grila TVR Iași;
- reflectarea vieții românilor din Republica Moldova și din regiunea Cernăuți-Ucraina;
- creșterea calității imaginii în producțiile TV realizate în teren;
- modernizarea unor segmente ale sectorului tehnic.

Analiză comparativă 2009- 2010

Numărul personalului angajat:

2009: 128 **2010: 140**

Numărul colaboratorilor:

2009: 18 **2010: 18**

TVR Iași a dezvoltat în semestrul II al anului 2009 programul regional, ajungând la o medie de 15 ore de emisie zilnic, iar în anul 2010, programul regional a ajuns la 16 ore și 30 de minute.

NUMĂR MINUTE DIFUZATE DE TVR IAȘI PE TOATE CANALELE TVR

An	Semestrul I	Semestrul II
2009	1,617h50'	3,158h50'
2010	3,398h20'	3,412h

• Pe parcursul anului 2010 au fost atrase fonduri prin publicitate, sponsorizare și prestări servicii în valoare de 288.000 lei, față de 217.204 lei în 2009.

• Au fost încheiate 82 de parteneriate și colaborări (evenimente, campanii cu instituții publice, ONG-uri, firme), față de 52, în 2009.

• A fost definitivat sistemul de transmitere prin FTP a materialelor, TVR Iași fiind stație pilot pentru implementarea și verificarea fiabilității sistemului.

• S-au realizat 126 transmisii în direct și înregistrări (prin car TV).

Principalele obiective ale TVR Iași în 2011 sunt:

• Creșterea interesului publicului pentru emisiunile regionale;

• Modernizarea tehnologiei de producție TV;

• Marcarea aniversării a 20 de ani de la înființarea TVR Iași printr-un amplu program de emisiuni și evenimente.

D. TVR Timișoara

TVR Timișoara acoperă patru județe: Timiș, Arad, Caraș-Severin, Hunedoara.

De-a lungul anului 2010, TVR Timișoara a organizat sau a fost partener la o serie de evenimente majore. De asemenea, a reușit creșterea numărului de ore de emisie proprie, la 13 ore zilnic.

O preocupare constantă în 2010 a fost pregătirea Conferinței anuale CIRCOM, la Timișoara, care se desfășoară în perioada aprilie-mai 2011. CIRCOM este o asociație a companiilor audiovizuale regionale din Europa, printre obiectivele căreia se numără dezvoltarea culturilor regionale și a schimbului de experiență, ideilor și producțiilor între membri. Din 1983, de când CIRCOM organizează conferințe anuale, este pentru a doua oară când TVR are statut de organizator. Printre televiziunile care au organizat această conferință în trecut se numără TVE, BBC, RAI, France 3.

Principalele evenimente în care TVR Timișoara s-a implicat - în calitate de producător sau partener media - în 2010 au fost următoarele:

• Festivalul PLAI;

• Gărâna Jazz Festival;

• Festivalul Internațional de Artă Rromani IRAF;

• Festivalul Student Fest;

• Festivalul Castelul, Hunedoara.

Din punct de vedere editorial, echipa TVR Timișoara a realizat, de-a lungul anului 2010:

• transmisii în direct, pentru Caravana TVR 3, din toate cele patru județe (Arad, Caraș-Severin, Hunedoara și Timiș);

• transmisiuni sportive directe complexe cu carul de reportaj, atât din Timișoara, cât și din Arad, Reșița sau Oradea (baschet, gimnastică, tenis, polo, box etc.) pentru TVR 2, TVR 3 și pentru canalul propriu;

• campanii de presă în jurnalele TVR Timișoara (Timișoara, capitală culturală; Pasiune pentru școală; Lecția de viață, Viață de pensionar);

• realizarea unor coproducții cu televiziuni din Serbia și Ungaria.

TVR Timișoara a urmărit creșterea numărului orelor de emisie, la un program de 12 ore și 30 de minute zilnic (între 07.30-14-30 și între 17.00-22.30 de luni-vineri), respectiv 13 ore zilnic (sâmbătă și duminică).

TVR Timișora produce programe pentru minorități naționale, difuzate pe TVR Timișoara și TVR 3, în limbile: maghiară, ger-

mană, sârbă, romani, cehă, croată, slovacă, bulgară și ucraineană.

Realizări în 2010 la TVR Timișoara:

• reorganizarea Redacției Știri, renunțarea la colaborarea cu persoane fizice autorizate;

• digitalizarea sistemului de montaj;

• optimizarea fluxului de producție, prin instalarea unei noi linii de montaj nonlinear cu soft Final Cut Pro;

• implementarea sistemului Vbox pentru înregistrarea emisiunilor;

• implementarea proiectului de conectare IP a TVR Timișoara cu TVR București;

• modernizarea rețelei PC de contabilitate și asigurarea suportului pentru implementarea sistemului Navision;

• optimizarea monitorizării audio în regia de emisie și a sistemului de intercomunicație cu Controlul General București;

• creșterea calității semnalului furnizat de carul de reportaj prin înlocuirea camerelor existente (4 camere de teren de 3 tipuri) cu camere de același tip DNW-7P;

• modernizarea regiei video a carului TV prin înlocuirea sistemului de monitorizare alb-negru existent cu un sistem color;

• reabilitarea instalației de climatizare a carului TV;

• creșterea notorietății TVR Timișoara, prin publicitate outdoor - drumurile județene au fost împânzite cu plăcuțe cu sigla TVR Timișoara sau cu bannere și mash-uri.

Analiză comparativă 2009-2010

Preocuparea managementului financiar pentru performanță a dus la scăderea costurilor medii de producție pe unitatea de produs și timp și la realizarea unei economii în anul 2010 de 20 % față de bugetul de venituri și cheltuieli aprobat pentru studioul TVR Timișoara.

ACTIVITATEA ECONOMICĂ ÎN PERIOADA 2009-2010

PERIOADĂ DE RAPORTARE	Cheltuieli totale (lei)	Programe difuzate (minute)	Cost mediu minut
2009 Sem. I	4.044.926	52.440	77,13
2010 Sem. I	4.161.079	118.950	35
2009 Sem. II	4.350.515	88.320	49,26
2010 Sem. II	4.281.765	145.500	29,32

Numărul personalului angajat:
2009: 113 **2010: 125**
Numărul colaboratorilor:
2009: 19 **2010: 17**







Principalele obiective ale TVR Timișoara în 2011 sunt:

• organizarea conferinței anuale CIRCOM 2011, care va avea în acest an două secțiuni noi, seminarii dedicate filmului documentar și o secțiune pentru președinții de televiziuni;

• atragerea de fonduri prin proiecte de marketing/plublicitate, pentru diverse evenimente;

• schimburi de reportaje și știri cu TV Kosice din Slovacia, Novi Sad din Serbia, Szeged din Ungaria și cu Televiziunea Publică din Cernăuți, având în vedere emisiunile despre aceste minorități din România;

• realizarea de campanii tematice de televiziune în jurnale și emisiuni speciale;

• modernizarea regiei video și audio existente;

• finalizarea regiei 2 și a platoului aferent acesteia;

• implementarea unei soluții pentru arhivare digitală;

• realizarea unui site interactiv cu transmisia programului TV regional.

E. TVR Tîrgu-Mureș

Studioul TVR Tîrgu-Mureș acoperă cinci județe: Alba, Covasna, Brașov, Harghita, Mureș.

Pe parcursul anului 2010, pentru a reflecta mai bine activitățile și viața comunităților din regiune, studioul din Tîrgu-Mureș a încheiat mai multe contracte de parteneriat, coproducție sau acorduri culturale cu instituții și asociații aflate în aria de acoperire a Studioului Teritorial Tîrgu-Mureș, printre care amintim: Centrul Cultural Toplița, Asociația Turistică Sighișoara, Biblioteca Județeană Mureș, Teatrul 74, Asociația Comunității Văii Gurghiului, Asociația Junior Chamber International Tîrgu-Mureș etc.

Începând cu februarie 2010, emisia programelor locale și regionale s-a realizat prin transmisie digitală pe satelit, urmare a obținerii licenței CNA. Astfel, TVR Tîrgu-Mureș a obținut o acoperire mai bună a spațiului regional, dar și o recepție superioară din punct de vedere a calității semnalului audio-video.

În trimestrul IV s-a finalizat echiparea cu aparatură nouă și performantă a două studiouri de producție și a regiei CDC, aflate în sediul din strada Parcul Sportivilor nr. 2, urmând ca exploatarea efectivă să înceapă după asigurarea cu personal de specialitate.

O altă schimbare importantă anul trecut a fost înființarea Redacției Știri.

Începând cu trimestrul IV al anului 2010, echipa TVR Tîrgu-Mureș a reușit încheierea de contracte pentru producție publicitară, de difuzare de publicitate și de sponsorizare prin care au fost atrase resurse financiare externe, menite să sprijine bugetul studioului.

Analiză comparativă 2009 - 2010

Analiza comparativă a semestrului I 2010 vs semestrul I 2009 relevă o creștere cu 35% a producțiilor proprii difuzate de TVR Tîrgu-Mureș și o creștere cu 39% a producțiilor realizate pentru alte canale ale TVR.

ORELE DE EMISIE ALE TVR TÎRGU-MUREȘ în semestrul I 2009 și 2010

Ore emisie	2009 sem. 1	2010 sem.1
producție proprie	489:26:39	663:03:01
arhiva SRTv	136:54:21	110:31:54
preluări sport	11:30:00	04:30:00
producție pentru canalele TVR	36:24:57	50:58:27
TOTAL ORE	674:15:57	829:03:22

Analiza comparativă a semestrului II 2010 vs semestrul II 2009 reflectă o creștere mai mică, atât a numărului de producții difuzate de TVR Tîrgu-Mureș (9%), cât și a celor realizate pentru celelalte canale ale TVR (18%). Explicația este lansarea noii grile de programe în trimestrul IV 2009, grilă care a funcționat până în luna octombrie 2010.

ORELE DE EMISIE ALE TVR TÎRGU-MUREȘ în semestrul II 2009 și 2010

Ore emisie	2009 sem. 2	2010 sem. 2
producție proprie	701:17:52	771:01:55
arhiva SRTv	82:57:09	111:26:45
preluări sport	04:45:00	00:00:00
producție pentru canalele SRTv	35:43:08	53:54:48
Total ore	824:43:09	936:23:28

În ansamblu, creșterea producțiilor și a spațiului de emisie este cu 17% mai mare în anul 2010 față de anul 2009. Acestă evoluție s-a realizat printr-o mai bună distribuire a resurselor de producție, cu același număr de angajați în cadrul compartimentelor editoriale.

Urmărirea strictă a cheltuielilor realizate de Studioul TVR Tîrgu-Mureș a avut drept rezultat încadrarea în bugetul aprobat de TVR, dar și realizarea unor economii.

Analiză comparativă 2009-2010

Numărul personalului angajat:

2009: 60 **2010: 68**

Numărul colaboratorilor:

2009: 21 **2010: 28**

Principalele obiective ale TVR Tîrgu-Mureș în 2011 sunt:

- extinderea programului de emisie la minimum 6 ore zilnic;
- demararea procedurilor de recrutare personal de specialitate pentru posturile vacante;
- creșterea veniturilor proprii din contracte de publicitate, sponsorizare și producții publicitare;
- înființarea posturilor specializate, în cadrul Serviciului Tehnic, pentru deservirea echipamentelor din studiourile de producție și regia CDC.

3. EMISIUNI REALIZATE ÎN LIMBILE MINORITĂȚILOR NAȚIONALE

TVR, ca serviciu public, realizează programe și în limbile minorităților naționale, într-un spectru variat: informativ, cultural, educativ și de divertisment.

Emisiunile TVR cu și despre minoritățile naționale au încercat, sub diferite conținuturi și genuri publicistice, conform strategiei de programe a TVR, să redea multitudinea formelor de exprimare.

Emisiunile sunt traduse și subtitrate în limba română, astfel încât ele să poată fi urmărite de toți telespectatorii, indiferent de naționalitate. Înființarea canalului TVR 3 (în octombrie 2008) a permis mărirea spațiului alocat emisiunilor în limbile minorităților.

În grila de programe a TVR 3 sunt realizate emisiuni și în limbile altor minorități decât maghiară și germană, cum ar fi: bulgară, croată, rusă, turcă, tătară, greacă, cehă, slovacă, ucraineană, sârbă și rromani.

TVR a rezervat, pe TVR 3, un spațiu de emisie pentru difuzarea săptămânală a unui film artistic din statele de proveniență a minorităților naționale, cu subtitrare în limba română.

A. Emisiuni în limba maghiară

Redacția Maghiară a TVR (care funcționează la sediul central, din București) realizează emisiuni de informare, educare și divertisment pentru cei circa 1,5 milioane de cetățeni de etnie maghiară din România.

În anul 2010, redacția a produs un total de 135 ore în premieră și 47 ore reluări pentru emisiunile: Krónika pe TVR 1; Szieszta/Cafeneaua Imaginară pe TVR 2; Toți Împreună – Emisiunea în Limba Maghiară - București pe TVR 3; respectiv 34 ore selecții pentru emisiunile: Kultúra pe TVR Cultural; Magazin în Limba Maghiară pe TVR Internațional.

Rubricile și tematicile consacrate ale emisiunilor în limba maghiară:

• Informative și politice: Cronica Săptămânală, În Presă, Viața de elev, Forum Economic, Revista presei, Noi apariții editoriale;

• Divertisment: spectacole de dans folcloric, spectacole de muzică veche, muzică ușoară autohtonă, scenete umoristice;

• Cultură și educație: Cale, viață, adevăr – rubrică religioasă, Portrete de artiști, Corect – gramatică maghiară, Biserici Ardelene, Cine-ma etc.

În 2010, redacția a realizat o serie de rubrici și serii noi: Podium – rubrică lunară de teatru și dans; Databank Café – serie de prelegeri științifice; Jókai în Ardeal – pe urmele marelui romancier maghiar; Cafeneaua de Tușványos – o serie de discuții pe teme cotidiene cu participanții Universității de Vară de la Bálványos; Adaptări piese de teatru – Dracul și Eu și frățiorul în colaborare cu Universitatea de Artă din Tg. Mureș. Echipa redacției a realizat și ediții speciale de Paște și Crăciun (împreună cu Redacția Germană, cu ore de difuzare avantajoase în zile de sărbătoare), emisiuni cu audiențe foarte bune.

TVR a fost producător asociat al Festivalului de Muzică Veche din Miercurea Ciuc – ediția a 30-a, la care echipa Redacției Emisiuni în Limba Maghiară a participat prin proiecții, înregistrând concerte, majoritatea difuzată pe TVR Cultural.

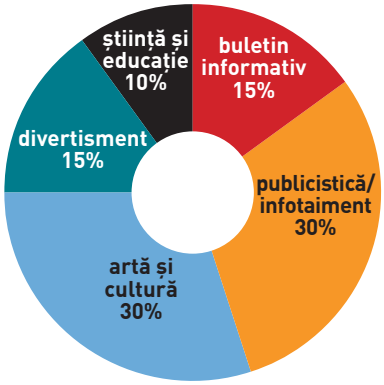
TVR ESTE SINGURA TELEVIZIUNE CARE **PROMOVEAZĂ IMAGINEA FIECĂREI MINORITĂȚI NAȚIONALE** DIN ROMÂNIA, ACOPERIND DIVERSE ASPECTE ALE VIEȚII LOR SOCIALE ȘI CULTURALE.

PROGRAME ÎN LIMBA MAGHIARĂ
produse de Redacția Emisiuni în limba maghiară în 2010

Canal	Titlu	Ziua difuzării	Interval orar	Durata/efectivă	Observații
TVR 1	Kronika	Luni Marți	15:30-17:00 16:00-17:00	90'/75' 60'/50'	
TVR 2	Szieszta / Cafeneaua Imaginară	Joi	15:00-16:00 (14:30-15:30)	60'/50'	Titlu generic: Împreună în Europa
TVR 3	Emisiune în limba maghiară	Vineri	10:30-11:25 (11:30-12:25)	55'/48'	Titlu generic: Toți Împreună
TVR Cultural	Kultura	Joi	19:00-19:30 16:00-16:30	30'/28'	Selecție din arhivă
TVR Internațional	Magazin în limba maghiară	vineri	16:00-17:00 (În perioada ianuarie-iunie)	60'/55' Bilunar	Selecție din emisiuni de pe TVR 1, TVR 2 și TVR 3
TOTAL:	**278'/SĂPTĂMÂNĂ**				

Sursă: Direcția Editorială, Redacția emisiuni în limba maghiară

EMISIUNILE PREMIERĂ (TVR 1,TVR 2,TVR 3) după clasificarea EBU:

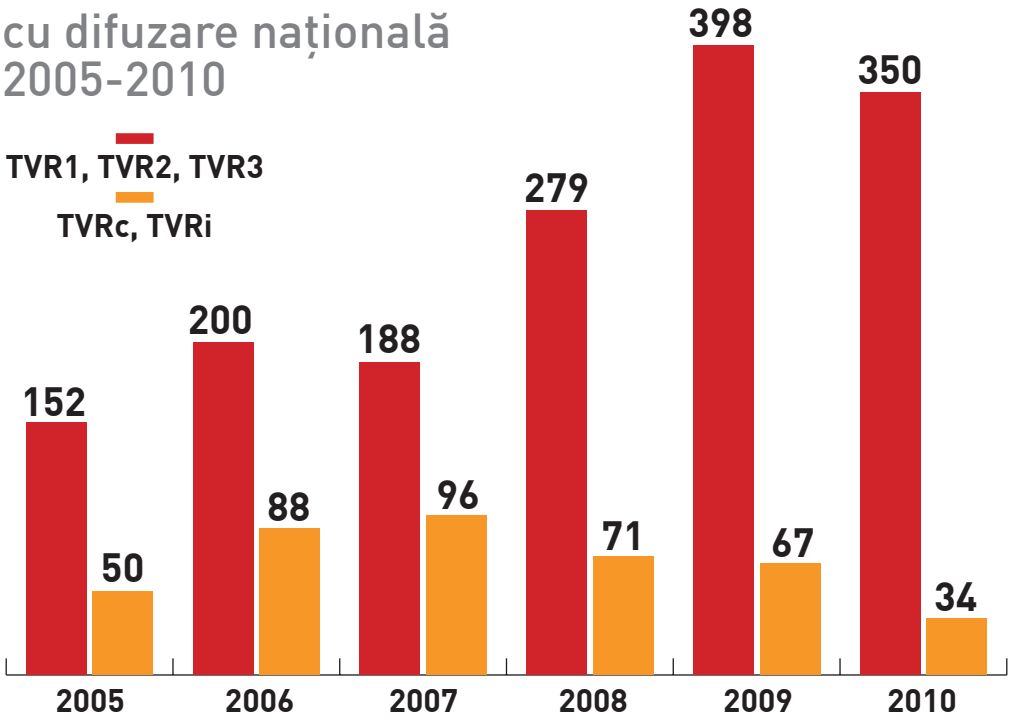








DINAMICA EMISIUNILOR* ÎN LIMBA MAGHIARĂ cu difuzare națională 2005-2010



Observație: În totalul național s-au inclus și emisiunile curente în limba maghiară produse de studiourile teritoriale

Sursă: Direcția Editorială, Redacția emisiuni în limba maghiară

* în numărul de ore difuzate

La producțiile Redacției Emisiunilor în Limba Maghiară se adaugă și cele realizate de studiourile teritoriale.

EMISIUNI ÎN LIMBA MAGHIARĂ REALIZATE DE TVR TÎRGU-MUREȘ

Emisiune	Limba	Durata	Canal de difuzare
1. Jurnal / Hiradó	Maghiară	10', luni-vineri – 5 ediții/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
2. Punctul de astăzi talk show social-politic	Maghiară	20', marți-vineri, 4 ediții/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
3. După fluierul final – talk show sport	Maghiară	35' / luni/ 1 ediție/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
4. S-a întâmplat acum 100 de ani – pastilă	Maghiară	5'/ luni-vineri / ediții/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
5. Origo / reportaj-anchetă	Maghiară	20'/ marti/ 1 ediții/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
6. Portret / interviu	Maghiară	20'/ miercuri / 1 ediție/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
7. Legătura la Bruxelles – pastilă	Maghiară	5'/ joi, 1 ediție/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
8. Din lemn, roata de fier – magazin economic	Maghiară	15' / joi, 2 ediții/lună	TVR Tîrgu-Mureș
9. Stil verde / magazin ecologic	Maghiară	15' / joi, 2 ediții/lună	TVR Tîrgu-Mureș
10. Bufetul de la teatru / reportaj cultural	Maghiară	20'/ vineri, 1 ediție/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
11. 5 zile în 60 de minute – retrospectiva știrilor	Maghiară	60'/ sâmbătă, 1 ediție/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
12. Aproape de pământ - magazin agrar	Maghiară	30'/ sâmbătă, 1 ediție/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
13. Urechi de măgăruș – emisiune pentru copii	Maghiară	20'/ sâmbătă, 1 ediție/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
14. O carte pe săptămână, magazin literar	Maghiară	10'/sâmbăta, 1 ediție/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
15. Capuccino – magazin de duminică	Maghiară	30' / duminica, 1 ediție/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
16. Gânduri de duminică – magazin religios	Maghiară	30'/ duminica, 1 ediție/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
17. Cutia muzicală	Maghiară	60'/ duminica, 1 ediție/săptămână	TVR Tîrgu-Mureș
18. Toți împreună	Maghiară	48'/ luni, 1 ediție/săptămână	TVR 3

Observații: Programul redacției Minorități pe canalul TVR Tîrgu Mureș
- luni-vineri : 17.00 – 18.00 (60 minute/zi x 5 zile = 300 minute)
- sâmbătă - duminică 08.00 -10,00 (120 minute/zi x 2 zile = 240 minute)

TOTAL: 540 MINUTE/ SĂPTĂMÂNĂ

Sursă: TVR Tîrgu-Mureș

Programul Emisiunilor în limba maghiară realizate de TVR Tîrgu Mureș pentru TVR 3
- luni ora 11.30 - 48 minute/săptămână

TVR Timișoara realizează, săptămânal, emisiunea Cronica maghiară (48 de minute), difuzată pe TVR 3.

La TVR Cluj, telespectorii pot urmări:
• Observator Transilvan (marți, miercuri, joi, vineri, între orele 16.00 și 17.00; în reluare: miercuri, joi, vineri, sâmbătă, 9.00 – 10.00).
• TVR 2: Puls, Clubul criticilor (miercuri, 15.00-15.50) și pe TVR 3: Toți împreună (marți, între 11.30 și 12.18).

Cotele de audiență generale (urban și național) la emisiunile în limba maghiară sunt modeste, însă cele care descriu publicul țintă sunt mult mai bune:
• În rândul maghiarilor, emisiunea Kronika (pe TVR1) are o cotă de piață de până la 21% (cca. 61 de mii de spectatori maghiari/minut), cu media anuală de cca. 4,5%.
• La nivel național, emisiunile redacției au avut un vârf de 295 de mii de telespectatori (de Paști).
• Pe TVR 2 emisiunile în limba maghiară au o medie de 22 de mii de telespectatori/minut.
În general, se observă o creștere semnificativă a audienței în perioadele de sărbători și în cazurile în care orele de difuzare se apropie de prime-time.

B. Emisiuni în limba germană

Principala activitate a Redacției Germane este realizarea de programe adresate minorității germane, dar, datorită subtitrării în limba română, impusă de legea audiovizualului, emisiunile sunt vizionate în mare măsură și de populația majoritară, potrivit audiențelor înregistrate și scrisorilor primite la redacție.

Programele de pe TVR 1 sunt de tip magazin și acoperă o bună parte din genurile clasificării EBU: buletin informativ, publicistică/infotainment, de la știri și reportaj până la documentar. 95% dintre emisiuni sunt producție proprie.
În 2010, Redacția Emisiunilor în Limba Germană a sărbătorit 40 de ani de la înființare. Cu acest prilej, echipa a organizat un spectacol aniversar la Sibiu, ulterior difuzat în patru ediții. Spectacolul aniversar a reunit 120 de artiști, care au prezentat momente corale, dansuri și cântece tradiționale.
Una dintre performanțele înregistrate de Redacția Germană este legată de faptul că mai multe documentare realizate de echipă au fost solicitate pentru a fi prezentate în cadrul unor manifestări culturale.
În 2010, au continuat seriile deja consacrate, care se bucură de o audiență constantă:

TVR 1:
• Povestiri bucureștene - lunar - diferite locuri istorice și de tradiție din București la care și-au adus contribuția germani;
• Rețeta lunii - în care bucătărese 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 sunt prezentate bisericile-cetăți ale sașilor transilvăneni.

TVR 2:
• Pas cu pas - bilunar - despre întreprinzători germani; Destine - lunar – prezintă sași și șvabi cu destine deosebite.

În cadrul emisiunilor în limba germană de pe TVR 1 au fost păstrate rubricile de actualitate: Știri și Revista presei, precum și Concursul emisiunii (bilunar) și a fost in-

trodusă o nouă rubrică: Făcând afaceri ...cu cap. În același timp, au fost prezentate tradițiile sașilor și șvabilor legate de diferitele evenimente ale anului - exemplu: Funka în Ardud, Sărbătoarea Lolelor la Agnita, Hramurile bisericilor din Anina și Palota etc.

TVR a continuat seria dedicată prezentării 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 (Orga din Roșia).

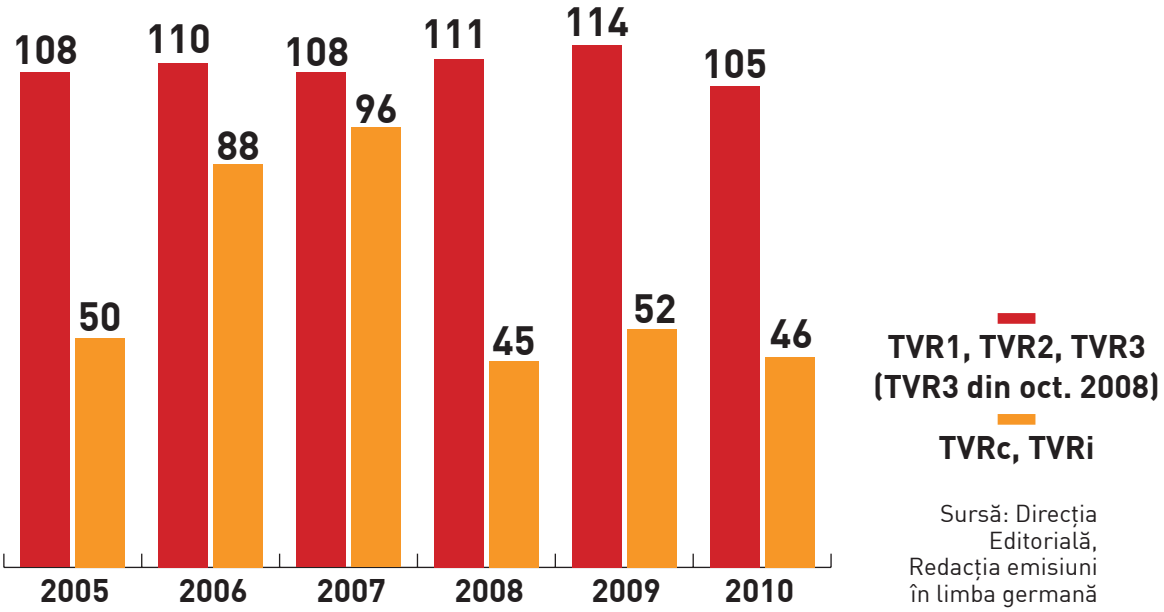
Redacția germană a asigurat săptămânal 140 de minute producție proprie pe canalele TVR 1 și TVR 2. Emisiunile de pe TVR Internațional, TVR Cultural și TVR 3 nu sunt emisiuni în premieră. La acestea s-au adăugat emisiunile speciale de Paști și de Crăciun.

EMISIUNILE PRODUSE DE REDACȚIA EMISIUNILOR ÎN LIMBA GERMANĂ

Canal	Titlu	Ziua difuzării	Interval orar	Durată	Observații
TVR 1	Akzente	Joi	15:30-17:00	90'/75'	
TVR 2	Emisiunea în limba germană	Marți	15:00-16:00 din octombrie 14.30 -15.30	60'/52'	Sub genericul Împreună în Europa
TVR 3	Emisiune în limba germană	Luni	10:35-11:15	40'/34'	Sub genericul Toți Împreună
TVR C	Emisiune in limba germană	Vineri	16.30-17.00	30'/28'	Selecție din arhivă
TVR I	Magazin în limba germană	Marți	10.00–10.30	30'	Selecțiuni

Sursă: Direcția Editorială, Redacția emisiuni în limba germană

TOTAL ORE DIFUZATE 2005-2010



Sursă: Direcția Editorială, Redacția emisiuni în limba germană

TVR Timișoara realizează, pentru TVR 3, emisiunea Cronica germană, o producție bilunară, de 34 de minute.

La TVR Cluj este difuzată emisiunea Transilvania Policromă (30' lunar). Tot la Cluj este realizat, bilunar (32 de minute), programul în limba germană, transmis pe TVR 3, Toți Împreună.

C. Emisiuni pentru alte minorități naționale

Redacția Emisiuni pentru alte minorități realizează programe adresate minorităților naționale cu reprezentare în Parlamentul României. Prin intermediul acestor emisiuni, TVR promovează imaginea fiecărei minorități, cu probleme și aspecte ale vieții lor (sociale și culturale). Emisiunile se realizează atât în limba română, cât și în limbile etniilor conlocuitoare (pe TVR 3), acestea fiind subtitrate. Emisiunile sunt vizionate în mare măsură de către minoritățile naționale prezentate, dar și de populația majoritară.

Programele realizate de Redacția Emisiuni pentru Alte Minorități:

- Conviețuiri -TVR 1, miercuri, 16.00-17.00;
- Aromânii - TVR 2, duminica;
- Primul pas - TVR 2, luni, 15.00-16.00 - un program destinat minorității rrome;
- Împreună în Europa - TVR 2, vineri, 14.30-15.30;
- Toți împreună - TVR 3, miercuri, 12.20/ TVR 3, bilunar – luni, 12.20 - reflectarea momentelor importante ale fiecărei etnii în parte;
- Identități - TVR Cultural, luni – miercuri, 16.30-17.00 - un reportaj, un portret sau un documentar de 27 de minute;

NUMĂRUL DE MINUTE REALIZATE DE REDACȚIA EMISIUNI PENTRU ALTE MINORITĂȚI

ETNIE	TVR 1	TVR 2	TVR 3	TVR Cultural	TVR Info	Total /etnie
Albanezi	47,32	40,00	90,00	-	-	177,32
Armeni	183,00	75,00	94,00	325,00	48,00	725,00
Aromâni		250,00	78,00	82,00	-	410,00
Bulgari	24,32	32,00	62,00	54,00	-	172,32
Cehi și Slovaci	40,35	45,00	49,00	27,00	-	161,35
Croați	22,00	28,00	-	-	-	50,00
Evrei	434,00	237,00	135,00	297,00	72,00	1.175,00
Germani	-	-	-	108,00	36,00	144,00
Greci	126,50	175,00	579,00	135,00	-	1.015,50
Italieni	78,00	172,00	46,00	215,00	-	511,00
Macedoneni	13,10	37,00	138,00	-	-	188,10
Multietnici	490,00	113,00	60,00	351,00	70,00	1.084,00
Polonezi	136,00	70,00	106,00	270,00	72,00	654,00
Rromi*	969,00	1.926,00	702,00	135,00	36,00	3.768,00
Ruși – lipoveni	101,30	33,00	1.030,00	218,00	-	1.382,30
Ruteni		20,00				20,00
Sârbi	32,22	55,00	122,00	108,00	-	317,22
Tătari	33,20	62,00	1.129,00	27,00	-	1.251,20
Turci	125,50	115,00	1.138,00	27,00	36,00	1.441,50
Unguri	-	-	-	164,00	36,00	200,00
Ucraineni	85,25	185,00	94,00	162,00	-	526,25
TOTAL	2.941,06	3.670,00	5.652,00	2.705,00	406,00	15.374,06

* în totalul minutelor calculate pentru Canalul TVR 1, pentru etnia rromă, au fost incluse și minutele realizate în emisiunea Rom European, producție externă.

Sursă: Direcția Editorială, Redacția emisiuni pentru alte minorități

• Interviuri - TVR INFO - din luna martie 2010, ciclu de dialoguri cu personalități reprezentative ale minorităților naționale din România:

- evrei: 72 minute;
- armeni: 48 minute;
- rromi: 36 minute,
- maghiari: 36 minute;
- polonezi: 72 minute;
- germani: 36 minute;
- turci: 36 minute;
- multietnic: 60 minute.

TVR Cluj realizează și emisiuni în limbile altor minorități:

• **Evrei:** 1. programul regional: Transilvania policromă - luni, 17.00 - 18.00 (30 min/lună); 2. programul național (TVR 3): Toți împreună: shalom - joi, 12.40 – 12.54 (14 min/săptămână)

• **Rromi:** 1. programul regional: Transilvania policromă - luni, 17.00 -18.00 (3X30 min/lună); 2. programul național (TVR 3) - Toți împreună: Amarii emisiunea, o dată pe 6 luni: luni, 12.30 – 13.00 (34 min)

• **Ucraineni:** 1. programul regional: Transilvania policromă - luni, 17.00 - 18.00 (30 min/lună); 2. programul național (TVR 3) - Toți împreună: ucraineni – joi, 12.20 – 12.40 (20'/săptămână)

• Centre culturale, multiculturalitate: Transilvania policromă: francezi, italieni, latino-americani, armeni, slovaci, greci, chinezi, japonezi etc. – luni, 17.00-18.00 (60 min/lunar)

PROCENTE EMISIUNI
realizate de Redacția Emisiuni pentru Alte Minorități

Unguri	1.30%	Croati	0.33%	Polonezi	4.25%
Ucraineni	3.42%	Evrei	7.46%	Rromi	24.51%
Albanezi	1.15%	Germani	0.94%	Rusi lipoveni	8.99%
Armeni	4.72%	Greci	6.61%	Ruteni	0.13%
Aromâni	2.67%	Italieni	3.32%	Sârbi	2.06%
Bulgari	1.12%	Macedoneni	1.22%	Tătari	8.14%
Slovaci	1.05%	Multietnic	7.05%	Turci	9.38%

Sursă: Direcția Editorială, Redacția emisiuni pentru alte minorități

PROGRAME PENTRU MINORITĂȚI
realizate de TVR Timișoara

Emisiunea	Etnia	Durata	Frecvența
1. Cronica germană	Germană	34'	bilunar
2. Orizonturi sârbești	Sârbă	20'	săptămânal
3. Traio Romano	Rromă	34'	lunar
4. Ucrainenii în Banat	Ucraineană	14'	lunar
5. Viața bulgarilor	Bulgară	14'	lunar
6. Slovacii din Banat	Slovacă	14'	lunar
7. Cronica maghiară	Maghiară	48'	săptămânal
8. Croații din Banat	Croată	14'	lunar

Sursă: TVR Timișoara

a) Situația difuzărilor programelor pentru minorități etnice la TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural, TVR Internațional – în ore

	Maghiari	Germani	Rromi	Alte naționalități	Total
TVR1	97,00	63,00	11,25	35,25	207,50
TVR2	79,1	40,8	40,8	40	200,7
TVRc	69.3	65.26	0	209.14	343.7
TVRi	16	16	0	0	32

Sursă: Direcția Strategie Programe

b) - Situație difuzărilor programelor pentru minorități etnice la TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural, TVR Internațional – în procente

	Maghiari	Germani	Rromi	Alte naționalități	Total
TVR1	46,75	30,36	5,42	17,47	100.00
TVR2	39,41	20,33	20,33	19,93	100.00
TVRc	20.16	19	0	60.84	100.00
TVRi	50	50	0	0	100.00

Sursă: Direcția Strategie Programe

Situația emisiunilor pentru minorități, la TVR 2, ianuarie- decembrie 2010

a) în minute	Maghiari	Germani	Romi	Sârbi, croați	Bulgari	Ruși lip.	Turci, tătari	Ucraineni	Cehi	Greci	Slovaci	Alte	Total
TVR 2	4746	2448	2171	83	32	33	177	185	23	175	22	984	11079

b) în procente	Maghiari	Germani	Romi	Sârbi, croați	Bulgari	Ruși lip.	Turci, tătari	Ucraineni	Cehi	Greci	Slovaci	Alte	Total
TVR 2	42,83	22,08	19,60	0,75	0,29	0,29	1,60	1,67	0,21	1,59	0,21	8,8	100%

Sursă: Direcția Strategie Programe

Romi: lunea, de la ora 14.30, în cadrul emisiunii Toți împreună.
Germani: marțea, de la ora 14.30, în cadrul emisiunii Toți împreună.
Maghiari: miercurea de la TVR Cluj și joia, de la TVR București de la ora 14.30, în cadrul emisiunii Toți împreună.

Toate celelalte minorități: vinerea, de la ora 14.30, în cadrul emisiunii Toți împreună.

Situația emisiunilor pentru minorități, la TVR 3, ianuarie- decembrie 2010

a) în ore	Maghiari	Germani	Romi	Sârbi, croați	Bulgari	Ruși lip.	Turci, tătari	Ucraineni	Cehi	Greci	Slovaci	Alte	Total
TVR 3	416	73	30	34,66	25	17	16	34,66	8,66	10,62	15,6	29,46	710,66

b) în procente	Maghiari	Germani	Romi	Sârbi, croați	Bulgari	Ruși lip.	Turci, tătari	Ucraineni	Cehi	Greci	Slovaci	Alte	Total
TVR 3	58,54	10,28	4,23	4,88	3,52	2,39	2,26	4,87	1,21	1,49	2,19	4,14	100%

Sursă: Direcția Strategie Programe

Maghiari: de luni până vineri (Tîrgu Mureș, Cluj, Timișoara, București), în cadrul emisiunii Toți împreună, de la ora 10.30.
Germani: vinerea, de 2 ori pe lună, de la Timișoara; lunea, o dată pe lună, de la București, în cadrul emisiunii Toți împreună.
Rromi: lunea, o data la două săptămâni (București, Timișoara, Cluj), în cadrul emisiunii Toți împreună.
Sârbi: marțea, săptămânal, de la Timișoara, în cadrul emisiunii Toți împreună.
Bulgari: marțea, săptămânal, de la Timișoara, în cadrul emisiunii Toți împreună.
Ruși lipoveni: miecurea, săptămânal, de la București, în cadrul emisiunii Toți împreună.
Turci, tătari: miecurea, săptămânal, de la București, în cadrul emisiunii Toți împreună.
Ucraineni: joia, săptămânal, de la Cluj, în cadrul emisiunii Toți împreună.
Cehi: joia, săptămânal, de la Cluj, în cadrul emisiunii Toți împreună.
Greci: miercurea, săptămânal, de la București, în cadrul emisiunii Toți împreună
Slovaci: vinerea, săptămânal (Cluj în alternanță cu Timișoara) în cadrul emisiunii Toți împreună
Alte minorități: lunea, o dată pe lună, de la București (polonezi, italieni, armeni, albanezi, ruteni, evrei) în cadrul emisiunii Toți împreună.

SRTv intenționează să reînnoiască acordurile de colaborare cu televiziunile publice din statele de proveniență a minorităților naționale (precum Albania, Bulgaria, Cehia, Croația, Germania, Grecia, Israel, Macedonia, Rusia, Serbia, Slovacia, Turcia, Ucraina și Ungaria) și urmărește poziționarea în grila TVR 3 a filmelor artistice din aceste state.

4. Responsabilitate publică

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, inițiate de:

- Instituții ale statului (ministere, Guvern, agenții guvernamentale);
- Fundații;
- Asociații non-profit.

Astfel, în 2010, au fost promovate peste 140 de asemenea campanii. Ținând cont de conținutul și importanța mesajului, TVR a difuzat și susținut campanii:

- cu caracter umanitar (Viață pentru viață, Inima copiilor, campanie de strângere de fonduri în scopul modernizării spitalului Marie Curie și a S.M.U.R.D);
- de interes național și de informare a populației (Asigurați-vă locuințele, campanie de prevenire a accidentelor rutiere);
- de interes general despre prevenția medicală (campanie de vaccinare antitetanos);
- pentru protejarea mediului înconjurător (Salvați Dunărea și Delta, Veniți și voi să plantați cu noi, Pentru o Dâmbovița mai curată);
- pentru promovarea brandului de țară (Târgul Internațional Shanghai 2010);
- sociale (Campanie pentru sprijinirea integrării copiilor rromi);
- pentru protecția animalelor (Sterilizează! Stop abandonului);
- campanii culturale (Festivalul de teatru de la Sibiu, Bookfest, Sighișoara Film Festival, Festivalul de chitară clasică etc.)

04

MARKETING ȘI PUBLICITATE



CAPITOLUL
04

1. MARKETING

Direcția Marketing și Vânzări are ca obiectiv promovarea imaginii și emisiunilor TVR, prin activități de PR și de producție de marketing (promo, videografică). Direcția include și un Serviciu de Coordonare Vânzări, cu activități specifice la nivel de corporație.

Principalele activități ale Direcției sunt după cum urmează:

- promovarea imaginii și programelor canalelor TVR (realizate de brand manageri și specialiști PR);
- producție de marketing (promo, videografică și BTL - publicitate neconvențională);
- cercetare și analiză;
- vânzări (Serviciul dedicat acestei activități are atribuții specifice la nivel de corporație și nu se suprapune activității de vânzări de publicitate derulată de regia de vânzări a TVR, per ansamblu).

La nivel de corporație, promovarea s-a realizat și în 2010 sub sloganul „Alege ce vezi. Numai la TVR", un slogan-umbrelă pentru toate canalele TVR, care face parte din campania de promovare lansată la finalul anului 2008.

A. Campanii de Marketing pentru producțiile difuzate la TVR 1:

- JO de iarnă de la Vancouver;
- CM FIFA 2010 Africa de Sud;
- UEFA Champions League (UCL);
- Formula 1;
- Lansarea emisiunii ÎnTrecerea Anilor;
- Revelion cu Eurovision (Selecția Națională pentru desemnarea reprezentantului României la finala europeană Eurovision);
- Campania cu testimonialele vedetelor de sărbători;
- Promovarea serialelor: Anatomia lui Grey, Mad Man, Secretele de la palat etc.
- Campania Învinge Apele

Alte evenimente realizate în coproducție pentru TVR 1:

- Gala Europa Liberă, AICI!
- Gala Crucea Roșie

B. Campanii de Marketing pentru producțiile difuzate la TVR 2:

În 2010, strategia de marketing a TVR 2 a vizat promovarea celor mai importante emisiuni din grilă:

- Ora de business;
- Confesiuni;
- Tonomatul DP 2;
- Ora de Știri.

LA EUROVISION, ROMÂNIA A FOST SINGURA ȚARĂ DINTRE CELE 39 PARTICIPANTE CARE A LANSAT VIDEOCLIPUL PIESEI ÎN COLABORARE CU SITE-UL OFICIAL AL ORGANIZATORULUI (EBU).















precum și continuarea susținerii formatelor unice pe piața audiovizualului:

- Arena Leilor;
- seriile Jamie Oliver;
- Top Cut;
- Imaginea succesului;
- Joc deschis;
- Liber pe contrasens etc.

Numeroasele transmisiuni în direct ale unor evenimente sportive importante ale anului 2010 au beneficiat de promovare on-air susținută, ținând cont că acest gen de evenimente se bucură de o audiență ridicată și reprezintă o tradiție a canalului TVR 2:

- JO de Iarnă Vancouver 2010;
- Campionatele Europene (CE) de Karate Kyokushin;
- Divizia A la Baschet;
- Campionatele interne de Gimnastică ale României;
- Rugby – meciurile din Divizia A precum și meciurile internaționale din cadrul turneului IRB Nations Cup;
- CE de Handbal, Polo, Tenis;
- CE de Atletism de la Barcelona ș.a.m.d.

În perioadele de iarnă și de vară, pentru două dintre evenimentele sportive importante (JO de Iarnă Vancouver și CE de Atletism de la Barcelona), TVR a organizat concursuri on-air pe principalele sale două canale, ce

au avut ca obiective de marketing creșterea notorietății TVR 2 și atragerea unui volum cât mai mare de public.

Activitățile de marketing ale canalului TVR 2 s-au axat pe următoarele suporturi:

• televiziune (autopromo-uri și promovare încrucișată);

• internet (mini-site-uri găzduite pe www.tvr.ro)

• spoturi radio (pentru programele „gold": Ora de business, Ora de Știri, seriile Jamie Oliver).

O componentă importantă a strategiei de promovare a TVR 2 a constituit-o și asocierea canalului - în calitate de coproducător sau partener - cu evenimente al căror target are afinități cu publicul canalului 2. Printre acestea, amintim:

• **Evenimentele muzicale:** concert 10 Years After; concert Duke Ellington Orchestra; concert Trooper; concert Phoenix; concert Riff; Festivalul Folk you 2010; Festivalul Om Bun 2010; concert Balkanic Zeppelin; concert Steve Vai; concert Back to the 80's; concert Mozart Rocks; concert ABBA Generation.

• **Evenimente sportive:** JO de Iarnă de la Vancouver 2010 – eveniment BTL Plaza România din București; Baschet Divizia A – bannere în sala Regimentului de Gardă Mihai Viteazul din București; Rugby – meciurile din Divizia A precum și meciurile internaționale din cadrul turneului IRB Nations Cup – bannere pe stadionul de rugby Arcul de Triumf din București.

• **Evenimente culturale/caritabile:** festivalul Sinaia Forever 2010; spectacolul Viață pentru viață; festivalul Planet Report; meciul caritabil Fotbal pentru viață.

C. Campanii de Marketing pentru producțiile difuzate la TVR 3:

Pentru TVR 3, canal cu tematică regională, TVR a încheiat o serie de parteneriate și evenimente culturale naționale/internaționale:





• **Sport:** Campionatul Național de baschet; Liga Națională de handbal – transmisiuni directe din mai multe orașe ale țării, săptămânale; Cupa Cupelor – handbal feminin; Cupa Challenge – handbal masculin; Campionatul Mondial de Polo-FINA;

• **Muzică:** Cerbul de Aur junior, iulie-august 2010, București (branding locație, spot tv – cross promotion, PR, pagină în programul de sală, prezență pe afișe, flyere, invitații, mini site TVR); Premiile muzicale balcanice – coproducție TVR 3 și Balkanika TV – transmisiune directă din Piața Mare Sofia, Bulgaria (branding locație, spot tv – cross promotion, PR, etc);

• **Eveniment:** Gala Studentul Anului (branding locație, spot tv, PR, prezență pe afișe, flyere, prezență vedete, oferire premiu); Muzici și Tradiții în Cișmigiu (branding locație, spot tv – cross promotion, PR, prezență pe afișe, flyere); Podul de flori - transmisiuni directe pe TVR 3 în duplex cu TV Moldova 1 Chișinău (După 20 de ani, jurnaliștii refac un nou pod de flori între România și Republica Moldova, de data aceasta prin intermediul televiziunii - branding, spot tv – cross promotion, PR);

• **Teledon:** Gala celebrităților - Suflet pentru România (iunie), un teledon premieră la TVR 3, în sprijinul copiilor orfani și al nounăscuților abandonați în maternități. Noutatea absolută a evenimentului constă în transmisiunile în regim multiplex din toate sudiourile teritoriale (testimoniale ale vedetelor, conturi donații, follow up în emisiuni);

Alte evenimente importante pentru marketingul TVR 3 au fost relansarea grilei TVR 3 și campania națională de lansare și promovare a concursului național Vocea Populară. Relansarea grilei TVR 3 s-a făcut în cadrul unei campanii-eveniment, România prinde culoare. Din Timișoara, în toată țara. S-au difuzat fillere, s-au făcut transmisii în direct, sistem multiplex, din toată țara.

D. Campanii de Marketing pentru producțiile difuzate la TVR Cultural:

Pentru TVR Cultural, cele mai importante activități de marketing în 2010 au vizat:

EUROVISION YOUNG MUSICIANS

• Organizarea Selecției Naționale pentru desemnarea reprezentantului României la finala europeană Eurovision Young Musician – Viena;

• Promovarea integrată a evenimentului (spot tv-cross pe toate canalele TVR, un mini-website dedicat, PR, Marketing viral, BTL, publicitate stradală, promovare la radio Guerrilla, Radio România).

TURNEUL STRADIVARIUS

TVR Cultural susține anual Turneul Stradivarius, inițiat de muzicienii Alexandru Tomescu și Horia Mihail. În 2010, turneul a fost dedicat strângerii de fonduri pentru ajutorarea copiilor hipoacuzici. Promovarea s-a făcut printr-un mix de marketing integrat.

MINUTUL LUMIERE

115 ani de imagini în mișcare, 365 de filme în 365 de zile. TVR Cultural urmează exemplul canalului France 2, care a difuzat, timp de un an, în fiecare zi, câte unul dintre









filmele fraților Auguste și Louis Lumiere, „părinții" cinematografiei mondiale.

• TVR Cultural a oferit publicului de 10 ori pe zi Minutul Lumiere, timp de 365 de zile.

• Turneul-Caravana Music ON– Romanian Piano Trio. TVR Cultural susține anual Turneul Music ON, inițiat de muzicienii Alexandru Tomescu, Horia Mihail și Răzvan Suma.

FESTIVALUL INTERNAȚIONAL SONORO 2010, EDIȚIA A V-A

TVR Cultural susține anual Festivalul SoNoRo. 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 mai presus de asta sufletul muzicienilor care reinventează spectacolul în fiecare seară.

TVR Cultural susține anual și:

• Târgul de carte Bookfest;

• Târgul Internațional Gaudeamus – Carte de învățătură.

TVR Cultural a fost prezent cu mini-studio propriu, de unde s-au transmis în direct ediții speciale ale Jurnalului Cultural, s-au realizat interviuri, întâlniri cu scriitori, editori, actori ai evenimentelor din incintă.

Promovarea s-a făcut printr-un mix de marketing: spot tv-cross pe toate canalele TVR, link reciproc website, PR, virale marketing, BTL în locație.

În calitate de co-producător, TVR a susținut următoarele evenimente:

• evenimentele Societății Române de Radiodifuziune: Festivalul Bandoneon, Festivalul Seri cu orgă, Serie Chopin... și nu numai, Zilele Lipatti;

• evenimentele Institutului Cultural Român – seria de Conferințe-concert; Serate-le muzicale ICR la Ateneu;

• evenimentele UNITER: Campania anuală artiști pentru artiști; Gala hop! a tinerilor actori; Festivalul Național de Teatru;

• Cruciada culturii: Recitaluri Sarah Chang, Joshua Bell, Mischa Maisky, Sam Haywood;

• Festivalul Flamenco;

• Festivalul Internațional Explore Dance;

• Festivalul Sighișoara Blues;

• Festivalul Internațional de teatru pentru copii 1001 Povești;

• Festivalul Internațional de Jazz Sibiu;

• Gărâna Jazz Festival;

• Festivalul Internațional Enescu și Muzica Lumii (Sinaia);

• Festivalul Internațional de Chitară Clasică (Sinaia).

PROMOVARE

Și în 2010, Serviciul Producție Promo a fost principalul suport de promovare al Direcției Marketing & Comunicare de produs pentru canalele TVR.

• **Pentru canalul TVR 1** s-au realizat peste 868 spoturi de promovare, 280 modificări, 6,205 calupuri de promovare, 130 contracte difuzate și 44 somații CNA. Principalele campanii au fost pentru promovarea CM Africa de Sud, ÎnTrecerea anilor, UEFA Champions League, Eurovision și programul de Revelion.

• **Pentru canalul TVR 2** s-au realizat peste 471 spoturi de promovare, 123 modificări, 5,475 calupuri de promovare și 116 contracte difuzate. Principalele campanii au fost pentru CM Africa de Sud, Olimpiada de iarnă, Ora de buisness.

• **Pentru canalul TVR 3** s-au realizat peste 356 spoturi de promovare, 112 modificări, 5,790 calupuri de promovare și 113 contracte difuzate. Principalele campanii au fost pentru: Vocea Populară, TVR 3 prinde culoare.

• **Pentru TVR Cultural** s-au realizat peste 510 spoturi de promovare, 98 modificări, 5,110 calupuri de promovare și 122 contracte difuzate.

• **Pentru TVR Internațional** s-au realizat peste 323 spoturi de promovare, 473 modificări, 5,840 calupuri de promovare,

50 cartoane CNA și 113 contracte difuzate. Principalele campanii au fost pentru: Simte românește, Shanghai, Eurovision.

• **Pentru TVR INFO** s-au realizat peste 13 spoturi de promovare, 23 modificări, 4,230 calupuri de promovare și 6 contracte difuzate.

• **Pentru canalul TVR HD** s-au realizat peste 65 spoturi de promovare și 98 cartoane CNA. Principalele campanii au fost pentru: UCL, Eurovision. În anul 2010 s-a implementat procedura de transfer pentru TVR HD.

RELAȚII PUBLICE

Pe parcursul întregului an 2010 au fost trimise 413 comunicate de presă și recomandări de programe și au fost date răspunsuri la nenumăratele solicitări venite din partea telespectatorilor și jurnaliștilor.

Activitatea de PR a inclus și negocierea și realizarea a numeroase materiale ample în presa scrisă sau cea electronică despre vedetele și programele TVR. Activitatea de PR a inclus de asemenea furnizarea informațiilor pentru conturile de Facebook și pentru site-ul www.tvr.ro, dar și pentru mini-siteurile diverselor programe, cu precădere la apariția noilor grile.

Un capitol aparte l-a reprezentat promovarea concursului Eurovision 2010, cu cele trei etape ale sale: perioada de înscriere și lansarea noului regulament, etapa de Selecție Națională și, după selecție, etapa de promovare a artiștilor care ne-au reprezentat la Oslo: Paula Seling și Ovi. Au fost organizate mai multe conferințe de presă, ședințe foto, au fost intermediate sute de interviuri și declarații de presă, au fost realizate materiale de promovare. Un ajutor important în etapa Selecției Naționale l-a constituit parteneriatul TVR cu Adevărul Holding, ceea ce a asigurat reflectarea evenimentului în publicațiile trustului.

La etapa internațională, promovarea TVR s-a concentrat pe atragerea de voturi din străinătate, desfășurând activități pe PR dintre cele mai diverse: comunicate de presă, interviuri, declarații, sesiuni de chat online, formarea unor grupuri de susținere pe forumuri, bloguri și rețele sociale, concerte de promovare, direct mailing, cross-promotion cu artiștii altor țări. România a fost singura țară dintre cele 39 participante care a lansat videoclipul piesei în colaborare cu site-ul oficial EBU al concursului Eurovision, care a avut exclusivitate. Videoclipul a beneficiat, astfel, de o cifră record de peste 40.000 de vizionări pe YouTube numai în prima zi. În afară de site-ul oficial EBU, principalele site-uri din Grecia, Spania, Cipru, Turcia, Kazahstan, Marea Britanie, Olanda, Belgia, Danemarca, Germania, Norvegia, Slovenia, Portugalia, Rusia, Ucraina, Armenia etc. dedicate fanilor Eurovision au publicat numeroase interviuri, declarații sau informații despre concurenții și piesa din România. Internetul a fost principalul canal de comunicare cu fanii din întreaga lume, artiștii români fiind în atenția fanilor din țările participante la Eurovision, dar și a celor din Asia, America de Sud, Australia, Canada.

Astfel, România a primit la Oslo trofeul Asociației fanilor Eurovision din țările nonparticipante, iar unul dintre susținătorii artiștilor noștri a fost cunoscutul artist italian Al Bano. În plus, cu sprijinul Ambasadei României la Oslo au fost organizate, înaintea concursului, două evenimente de promovare: întâlnirea artiștilor români cu 500 de elevi ai unei școli din Oslo și o întâlnire cu românii din Norvegia.

În afară de concursul Eurovision, activități de amploare pe partea de PR au fost derulate în 2010 și pentru alte proiecte speciale, precum:

• Eurovision Young Musicians, cel mai important eveniment internațional de muzică clasică televizat dedicat tinerilor muzicieni – participarea României fiind asigurată prin implicarea TVR Cultural;

• Gala Europa Liberă, AICI! (TVR 1);

• Gala Suflet pentru România (TVR 3);

- Proiectul Teatru TV (TVR Cultural);
- Campania Învinge apele! (TVR 1);
- Gala Crucea Roșie (TVR 1 și TVRi);
- UEFA Champions League;
- Campionatul Mondial de Fotbal FIFA 2010;
- Cursele de Formula 1;
- Gala Premiilor TVR Internațional;
- Gala Gopo (TVR C);
- Gala UNITER (TVR C);
- Gala Studentul Anului (TVR 3).

Separat de sutele de materiale generate de comunicatele și recomandările trimise, activitățile de PR s-au concretizat și în:

- Aproximativ 40 de coperte în publicații diverse .
- Multiple interviuri cu peste 30 de vedete ale TVR și sute de articole ample despre evenimentele și programele TVR (gale umanitare, premiere, campanii culturale, schimbări de grile, programe speciale de Paști, 1 Decembrie, Crăciun, Revelion, cele mai importante competiții sportive din lume, din Europa și din România etc.)

2. PUBLICITATE

În 2010, veniturile din publicitate ale TVR (6 stații TV, site și teletext), conform informațiilor oferite de Splendid Media (regia care a gestionat și vândut spațiul de publicitar al TVR în 2010), au fost de 9.655.861,10 euro. Veniturile totale din publicitate înseamnă totalul vânzărilor efectuate, ceea ce include și rebate-ul pentru agenții (comisionul acordat în funcție de volumul investit) și comisionul de regie. Această sumă reprezintă 85% din venitul garantat și ofertat de către Splendid Media SA la licitația din 2008.

În 2010 s-au încasat cu 9.2% mai mulți bani decât în anul 2009. Iată, succint, factorii care au determinat acest procentaj:

- în 2010 TVR 1 a difuzat meciurile UEFA Champions League și Campionatul Mondial de fotbal 2010;
- politica de vânzări Splendid Media, care s-a bazat pe o încărcare cât mai mare cu publicitate;
- creșterea audienței pe spot la TVR 1 cu 8% și a cotei de piață cu 12% comparativ cu







ÎN 2010 S-A ÎNREGISTRAT O CREȘTERE SEMNIFICATIVĂ A VOLUMULUI DE SPONSORIZĂRI, **CU PESTE 42%.**

2009 (target urban 18+).

Potrivit Splendid Media, neîndeplinirea Business plan-ului pe 2010 (-12.5%) a fost cauzată de:

• scăderea drastică a bugetelor de publicitate pe fondul crizei economice mondiale, o scădere de 10% față de 2009;

• lipsei break-urilor și nealocării integrale a 8 minute publicitate/oră;

• scăderii cu 4% a audienței pe spot înregistrată de TVR 2;

• 72.3% din spoturile difuzate pe TVR Cultural au înregistrat audiență zero, deci nu s-a încasat niciun ban;

• TVR Info nu este monitorizat de GfK România, iar TVR 3 a început să fie monitorizat din aprilie 2010;

• înrăutățirii condițiilor economice generale din România.

Venitul Net Minim Garantat (VNMG) aferent anului 2010 este de 9.600.000 euro net. Singurul factor care influențează realizarea VNMG 2010 este nealocarea minutelor de publicitate.

• la TVR 1 procentul de nealocare a minutelor de publicitate pentru anul 2010 este de 4.3%. Prin aplicarea celor 4.3% la totalul veniturilor estimate pentru TVR 1 în 2010 rezultă suma de 397.560,78 euro net, care se va scădea din VNMG pe 2010.

• la TVR 2 procentul minutelor de publicitate nealocate pentru 2010 este de 2%. Prin aplicarea celor 2% la totalul veniturilor estimate pentru TVR 2 în 2010 rezultă suma de 31.858,14 euro net, care se va scădea din palnul de afaceri aferent anului 2010.

ÎN 2010, VENITURILE DIN PUBLICITATE AU FOST DE **8,78 MILIOANE EURO**, DUPĂ ACORDAREA COMISIOANELOR ȘI REBATE-URILOR.

Prin urmare, din cauza nealocării minutelor de publicitate la TVR 1 și TVR 2, VNMG aferent anului 2010 scade cu 429.418,92 euro net. Rezultă că VNMG aferent anului 2010, în valoare de 9.600.000 euro net este diminuat cu 429.418,92 euro net. Suma reprezintă pierderile din nealocarea minutelor de publicitate.

În anul 2010, Splendid Media a realizat venituri totale de 9.655.861,10 euro, din care rebate-ul acordat agențiilor reprezintă 412.413,11 euro. Scăzând rebate-ul, se obține suma de 9.243.447,99 euro. După care, scăzând comisionul de regie al Splendid Media de 5%, rezultă suma de 8.781.275,59 euro, ceea ce reprezintă partea Televiziunii Române din veniturile totale de publicitate.

Suma cuvenită TVR de 8.781.275,59 este cu 389.305,49 mai mică decât VNMG.

Conform contractului, Splendid Media are obligația de a achita către TVR, până la 31 martie 2011, 85% din VNMG pentru anul 2010 corectat cu lipsa pauzelor, respectiv 9.170.581,08 euro net. Prin urmare, obligația de plată a Splendid Media pentru anul 2010 este de 7.794.993,92 euro net.

	Realizat 2009	Estimat 2010	Realizat 2010	Realizat 2010 – Estimat 2010	Variație 2010 vs 2009	Variație 2010 vs BPvs 2009
Sem. I	3.842.941,13	6.140.530,17	4.894.237,76	1.246.292,41	27,4%	-20,3%
Sem. 2	4.999.900,13	4.890.603,17	4.761.623,34	-128.979.83	-4.8%	-2,6%
TOTAL	8.842.841,26	11.031.133,34	9.655.861,10	-1.375.272,24	9,2%	-12,5%

05

COMUNICARE, RELAȚII CU PUBLICUL ȘI PROTOCOL



CAPITOLUL
05

1. COMUNICARE

Dat fiind statutul său de instituție publică, Televiziunea Română (TVR) comunică permanent cu diverse categorii de public: Parlamentul României, Guvern, jurnaliști, organizații neguvernamentale, publicul telespectator, studenți, elevi, organisme internaționale. Activitatea de Comunicare Corporate (de organizație) este gestionată de către Departamentul de Comunicare.

Activitate 2010

Pe parcursul anului 2010, Biroul de Presă al TVR – Compartimentul de Comunicare Externă în prezent - a derulat preponderent activități de relaționare cu presa (Media Relations). Printre acțiunile de comunicare generate pe parcursul anului trecut – peste 80 la număr –, amintim:

- campania „Oamenii Deltei", prin care TVR a încercat să sensibilizeze opinia publică față de locuitorii din zonele izolate ale Deltei Dunării;
- mediatizarea Expoziției Mondiale Shanghai 2010;
- comunicarea Jocurilor Olimpice (JO) de Iarnă Vancouver 2010;
- promovarea diverselor premii obținute de angajații TVR;

Activitatea cea mai consumatoare de resurse a fost comunicarea JO de Iarnă de la Vancouver, care s-a realizat în trepte:

- timp de o lună și jumătate au fost difuzate către presă informații despre implicarea TVR în mediatizarea JO, despre site-ul special realizat de TVR pentru acest eveniment;
- Biroul de presă a intermediat apoi interviuri în presa scrisă și online cu membrii echipei TVR care au acoperit evenimentul din Canada;
- am realizat o mapă de presă cu informații despre toate cele 15 jocuri ale Olimpiadei (ex. patinaj, hochei, biatlon, bob, curling, skeleton).

PRINCIPALUL OBIECTIV:
ÎMBUNĂTĂȚIREA COMUNICĂRII DE CORPORAȚIE CU TOATE SEGMENTELE DE PUBLIC ALE TVR

În ciuda dificultăților legate de interesul destul de scăzut al românilor pentru sporturile de iarnă, lipsa unor performanțe marcante din partea sportivilor români sau dispariția multor publicații tipărite de pe piață, specialiștii în Relații Publice au reușit să genereze aproximativ 230 articole în publicații tipărite și online.

Simultan, Biroul de Presă a răspuns diverselor solicitări punctuale venite din partea presei, pe subiecte divserse:

- Cerbul de Aur;
- propuneri de modificări legislative;
- puncte de vedere vizavi de declarații ale unor oameni politici cu privire la TVR;
- schimbări la nivel de management;

Pe parcursul anului 2010, specialiștii în relații publice au soluționat 8 solicitări pe baza legii 544/2001, privind liberul acces la informațiile de interes public. Solicitările au venit din partea persoanelor fizice, jurnaliștilor, instituțiilor mass-media și a unor oameni politici.

Biroul de Presă a gestionat în 2010 și comunicarea cu societatea civilă și comunitatea politică. Specialiștii de Relații Publice ai actualului Departament de Comunicare au formulat nenumărate scrisori, memorii și răspunsuri la solicitările punctuale provenite sau destinate comisiilor de specialitate din Senat și Camera Deputaților, diverselor structuri din cadrul Guvernului României, altor posturi de televiziune, diverselor organizații neguvernamentale, diferitelor partide politice.

Comunicarea cu aceste segmente a fost intensă cu precădere spre finalul anului, când TVR a fost ținta mai multor campanii de imagine negative. Acestea au fost prilejuite de evenimente precum:

- proiectul de lege al deputatului Silviu Prigoană, care cerea limitarea numărului de canale deținute de TVR și trecerea TVR Internațional sub controlul MAE;
- meciul de box profesionist dintre Lucian Bute și Jesse Brinkley, nedifuzat de nicio televiziune din România. Doar TVR a fost învinovățită de neachiziționarea acestui meci;
- un proiect de lege care cerea eliminarea (doar a) taxei TV, de 4 lei lunar / familie, pe motive de „protecție socială";
- o altă sursă de nemulțumiri, de data aceasta la nivel politic, a fost difuzarea unei emisiuni în ziua înmormântării lui Adrian Păunescu, în cadrul căreia un invitat al TVR aducea și o altă perspectivă, critică, asupra activității poetului. În realitate, Televiziunea Română a dedicat, la momentul respectiv, aproape 9 ore de program în memoria poetului Adrian Păunescu, la care s-au adăugat transmisiunile din cadrul programelor de știri;

În ce privește activitatea de Comunicare Internă, principalele activități ale anului 2010 au fost:

- să informeze angajații cu privire la noutățile din organizație și diverse informații utile;
- să continue tradiția organizării diverselor evenimente interne, dedicate angajaților („1 iunie", Campionatul Intern de Fotbal);
- să gestioneze întâlnirile interne între noul management și angajați;
- să se implice în comunicarea și, după caz, organizarea unor evenimente importante pentru organizație: alegerea membrilor Consiliului de Administrație (25 iunie 2010) și ai membrilor Comisiei de Etică și Arbitraj (noiembrie-decembrie 2010).

UN NOU ÎNCEPUT

La scurt timp după instalarea noii administrații, Biroul de presă a organizat o conferință de presă, în care noul management a anunțat planul de redresare financiară și editorială a televiziunii publice. Evenimentul a generat peste 45 de materiale de presă – print, online, radio, TV –, majoritatea titlurilor evidențiind deficitul TVR pe primele șase luni (lucru pe care îl anticipasem) și pierderile din contractul de achiziție a drepturilor pentru Liga Campionilor.

Departamentul de Comunicare a realizat un plan de acțiune și o strategie de comunicare integrată pe termen lung, care acordă o pondere importantă componentei online și interactivității cu publicul, aproape inexistente până atunci în comunicarea de corporație a TVR.

Îmbunătățirea comunicării de corporație cu toate segmentele de public ale TVR – nu numai cu presa – a fost principalul obiectiv al noului management. În acest sens, odată cu înființarea Departamentului de Comunicare, la sfârșitul lui 2010, TVR a abordat un plan de acțiune, cu următoarele direcții strategice:

Proactivitate

Televiziunea Română, fiind deseori ținta unor atacuri mediatice și politice concertate, a avut de-a lungul anilor o atitudine mai degrabă reactivă în comunicare. Tehnica cea mai utilizată în comunicarea de corporație a fost defensiva. Noua abordare, începând de la finele lui 2010 – și continuând pe termen lung –, este proactivitatea: să generăm mesaje de corporație în acord cu misiunea TVR de serviciu public, să le diseminăm integrat și să le cultivăm printr-o comunicare constantă.

Interactivitate

Potrivit companiei de consultanță și audit Deloitte, românii adoptă în ritm rapid cele mai recente tehnologii, care contribuie la creșterea consumului de informație și divertisment pe Internet. De asemenea, viteza de racordare la rețelele sociale virtuale este uluitoare. Facebook de pildă, despre care există statistici, a crescut în numai șase luni de la 1,6 milioane la aproximativ 3,1 milioane de utilizatori (potrivit SocialBakers, în aprilie 2011). De altfel, aproape un sfert dintre români ar

ACTIVITATEA CEA MAI CONSUMATOARE DE RESURSE A FOST COMUNICAREA **JO DE IARNĂ DE LA VANCOUVER**



putea să-și creeze cont pe Facebook până la sfârșitul lui 2011, arată previziunile de la începutul anului. În consecință, comunicarea de brand în mediul virtual a devenit o necesitate și o prioritate pentru multe companii, pe fondul scăderii consumului de presă scrisă, în special în rândul tinerilor. Internetul este un bun instrument pentru a obține feedback imediat, oferă informații cu valoare adaugată despre relația cu publicul și oferă rapiditate în corectarea diverselor erori. Astfel, noua abordare a comunicării de corporație a TVR urmează tendințele în domeniu și pune accent pe interactivitatea cu publicul său fidel și potențial, prin intermediul Internetului.

Integrare

O a treia direcție strategică a comunicării de corporație este diseminarea mesajelor-cheie într-un mod integrat, pe toate canalele de comunicare existente, externe și interne.

Strategia de comunicare a fost revizuită și pe plan intern, în sensul în care:

• a crescut gradul de interactivitate între conducerea TVR și angajați;

• noul management a comunicat transparent deciziile privind reorganizarea internă (noiembrie 2010) și planul de acțiune pentru perioada următoare;

• au fost mai bine comunicate pe Intranet diversele realizări ale angajaților TVR (distincții la diverse competiții din țară, nominalizări la festivaluri internaționale etc);

• a devenit prioritară promovarea misiunii TVR de serviciu public, pentru o mai bună internalizare a acestui mesaj de către angajați, pe termen lung;

• a fost stabilit un plan de acțiune - împreună cu reprezentanți ai mai multor departamente - pentru cooptarea angajaților, managerilor și vedetelor TVR în interacțiunea cu publicul care vizitează TVR: studenți, elevi, organizații etc. Acest plan de acțiune include proceduri, resurse și nuclee de activitate, ce urmează să fie definitivat și implementat începând cu 2011.

COMUNICAREA **ONLINE ȘI INTERACTIVITATEA** CU PUBLICUL SUNT PRIORITARE ÎN COMUNICAREA DE CORPORAȚIE A TVR



2. RELAȚII CU PUBLICUL ȘI PROTOCOL

Pentru a sublinia importanța comunicării cu publicul plătitor de taxă, noua administrație a creat un nucleu de sine stătător pentru această activitate, odată cu reorganizarea structurilor din TVR.

Astfel, în noiembrie 2010, a fost creat Serviciul Relații Publice și Protocol, care se

subordonează direct Președintelui-Director General. Principalele activități ale acestui Serviciu sunt:

• să pună la dispoziția solicitanților informații de interes public ce privesc activitatea TVR;

• să formuleze răspunsuri petițiilor venite din partea diferitelor instituții sau a telespectatorilor;

• să sintetizeze periodic mesajele primite de la telespectatori și să le transmită structurilor abilitate din TVR;

• să asigure aplicarea Legii 544/2001 privind accesul liber la informațiile de interes public.

Principalele canale de comunicare cu publicul sunt:

• scrisorile, venite pe adresa Televiziunii Române;

• poșta electronică, via adresa de e-mail: relatiicupublicul@tvr.ro, care este monitorizată în fiecare zi a săptămânii de lucru, în intervalul 08.00 – 20.00;

• telefonul telespectatorului – 021.319.91.11, 021.319.91.12, interior 312 – care este promovat pe toate canalele TVR;

• robotul telefonic – 021.208.07.20, disponibil non-stop;

Interacțiunea cu publicul este și una directă, oficiul Relații cu Publicul și Protocol – aflat în punctul acces în TVR din strada Ermil Pangrati nr. 8-10 – fiind deschis zilnic. În medie, sunt opt persoane pe zi care vin și



ÎN 2010, SPECIALIȘTII DIN SERVICIUL RELAȚII PUBLICE ȘI PROTOCOL AU RĂSPUNS, ÎN MEDIE LA **75 DE APELURI PE ZI**

Denumirea solicitării	Procent din mesaje telefonice	Procent din mesaje email	Procent din solicitările venite la TVR	Procent din scrisori
telefoane referitoare la emisiuni, programarea lor, sugestii de emisiuni etc	85.95	55.89	74.99	40
legea 544	0.15	0.03	0.01	0
teletext	5.47	3	0	0.1
taxa tv	1	1	5	30
probleme cu receptia semnalului tv	0.63	0.08	0	0
nu au legatură cu tvr	6.8	40	20	2
altele - corespondență tehnică	0	0	0	27.9

solicită diverse informații.

• În 2010, specialiștii TVR din cadrul Serviciului Relații Publice și Protocol au răspuns, în medie, la 75 apeluri pe zi (circa 19.000 pe an).

• Prin poșta electronică se primesc, în medie, 30 de e-mail-uri pe zi (aproximativ 10.000 de mesaje pe an).

• La oficiul Relații cu Publicul se primesc, de la Registratura Generală, petiții în conformitate cu Legea 233/2002, care aprobă OG 27/2002. Acestea sunt mereu rezolvate în termenele prevăzute de lege.

• Tot la acest serviciu, în anul 2010, am primit 31 de solicitări în baza Legii 544/2001, dintre care 28 online, răspunzându-se tuturor în termenele legale.

• În 2010, la Registratura Generală am primit 2.582 de documente. Aici se primesc și se înregistrează, în medie, 11 colete zilnic. Secția de sortare a corespondenței primește zilnic aproximativ 150 de scrisori și colete mici, care se distribuie în ziua sosirii către structurile vizate.

Cele mai multe întrebări sau sugestii ale telespectatorilor au legătură cu programele TVR și cu Teletextul, dar un procent destul de mare vine către Televiziunea Română cu solicitări fără legătură cu TVR, ceea ce demonstrează că oamenii au încredere în TVR și speră că televiziunea publică le poate rezolva problemele.

În ce privește Serviciul Protocol, acesta a preluat și însoțit, în 2010, în jur de 3.000 de invitați (delegații din străinătate, Teledonuri, diferite Gale organizate în colaborare cu TVR, Eurovision etc.)

Principalul obiectiv al Serviciului Relații Publice pentru anul 2011 este perfecționarea specialiștilor noștri în activitatea principală și în cele conexe pe care ei le desfășoară zilnic – prin participarea la cursuri și traininguri de specialitate –, pentru îmbunătățirea permanentă a comunicării TVR cu cel mai important public al său: telespectatorii.

06

RESURSELE UTILIZATE ÎN 2010



CAPITOLUL
06

1. RESURSE UMANE

Principalele evenimente din 2010 care au influențat activitatea de recrutare și selecție au fost schimbarea conducerii TVR și reorganizarea instituției.

Modificările de structură organizatorică, inclusiv reorganizările succesive ale unor compartimente au avut patru obiective principale:

- eficientizarea activității;
- adecvarea oamenilor la posturile pe care le ocupă;
- regândirea fluxurilor informaționale și de producție;
- înființarea unor activități noi, absolut necesare pentru funcționarea instituției.

Astfel, au fost înființate 96 posturi noi, dintre care 39 la studiourile teritoriale.

PERSONAL, ORGANIZARE
Situații comparative referitoare la posturi și salariați

Număr posturi	Decembrie 2009	Decembrie 2010
Total SRTv / Stud. Central / Stud. Teritoriale	3.569/2.988/581	3.665,5*/3045,5/620
- ocupate	3.184/2.659/524	3.236,5/2.687,5/549
- vacante	306/273/33	340/291/49
- temporar vacante	79/56/23	97/75/22
Număr posturi de conducere	103/72/31	115/83/32
Număr salariați	3.247/2.708/539	3.311/2.738/573
Număr personal de execuție	3.170/2655/515	3.224/2.673/551
Număr personal de conducere	77**/53/24	87**/65/22
Pondere personal de conducere în total salariați	2,37%	2,63%
Număr angajați/an	243/144/99	225/175/50
Număr plecați/an	154/142/12	161/144/17

*Sunt incluse și jumătățile de normă;** fără coordonatori Sursă: Departamentul Resurse Umane

Obiective propuse la începutul lui 2010 și gradul de îndeplinire

Un obiectiv important a fost îmbunătățirea activității de formare profesională a angajaților din TVR. În ciuda dificultăților financiare și a unui buget de formare profesională redus, considerăm că obiectivul a fost atins. Alte obiective au vizat:

• implicarea compartimentelor în selectarea celor mai potriviți angajați care să participe la diverse cursuri interne. Șapte dintre cele 10 cursuri interne au fost susținute de lectori interni (față de trei din 12, în 2009).

• schimbarea imaginii TVR, ca angajator în industria de media;

• continuarea acțiunii de reactualizare a fișelor de post cadru, urmând ca pe baza lor să fie actualizate toate fișele de post individuale. Obiectivul a fost parțial îndeplinit, ca urmare a schimbării conducerii TVR și, implicit, a modificărilor în structura organizatorică a instituției.

A. Activitatea de formare profesională

Comparativ, pe semestre situația se prezintă astfel:

Cursuri interne

Perioadă	Cursuri	Cursanți	Ore
Semestrul I 2009	4	83	264
Semestrul I 2010	7	173	78
Semestrul II 2009	8	173	111
Semestrul II 2010	3	123	153

Cursuri externe

Perioadă	Cursuri	Cursanți	Ore
Semestrul I 2009	15	25	780
Semestrul I 2010	6	28	660
Semestrul II 2009	5	36	216
Semestrul II 2010	4	19	660

Cursurile pentru atestarea persoanelor care se ocupă de arhivarea documentelor TVR au dus la creșterea cu 300% a orelor în semestrul al II-lea al anului 2010 față de 2009.

Practică studențească

Perioadă	Stagii	Studenți	Ore
Semestrul I 2009	3	3	1.560
Semestrul I 2010	5	21	1.014
Semestrul II 2009	2	8	310
Semestrul II 2010	2	10	70

B. Securitate și sănătate în muncă

La acest capitol, TVR a aplicat normele din domeniul securității și sănătății în muncă și a efectuat instructaje privind securitatea și sănătatea în muncă a angajaților. De asemenea, compartimentul de prevenire și protecție s-a implicat în cercetarea a două accidente în afara muncii și a unui accident de circulație.

C. Evaluări medicale și psihologice intervenții medicale în situații de urgență. Medicina muncii

Personalul specializat a acordat asistență medicală salariaților TVR, permanent între orele 7.00-22.00, inclusiv sâmbătă și duminică, 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, servicii de medicina muncii, a întocmit dosarele medicale ale tuturor angajaților, a acordat consiliere psihologică.

STATISTICĂ 2010:

• 15.030 de consultații medicale;

• 3.944 de tratamente, electrocardiograme, tratamente ambulatorii;

• 518 urgențe medico-chirurgicale rezolvate;

• 207 examene medicale efectuate la angajare sau la reluarea activității și 1.113 examene medicale periodice, încheiate cu eliberarea fișei de aptitudine, conform legislației în vigoare. La controalele periodice, 579 de salariați au primit rezoluția „apt", iar 534 de salariați au primit rezoluția „apt cu recomandări specifice".

• 170 de examene psihologice la angajare sau la reluarea activității, față de 146 în 2009;

• 210 examinări psihologice periodice, față de 270 în 2009;

• 1 caz special redirecționat pentru investigații suplimentare de specialitate, la solicitarea medicului de medicina muncii;

• 10 evaluări psihologice, în cadrul procesului de recrutare, față de 109 în 2009;

2. RESURSELE TEHNICE ȘI MODERNIZĂRILE TEHNOLOGICE

În anul 2010, planul de dezvoltare a sistemului tehnic care susține producția și difuzarea programelor TVR, elaborat de Direcția Tehnico-Administrativă, a pus accent pe migrarea la înaltă definiție (HD) și pe consolidarea infrastructurii digitale.

A. Grafică Online și Aplicații Interactive

Printre obiectivele propuse și atinse în 2010 se numără:

• implementarea pachetelor grafice în sistemul integrat digital de difuzare a știrilor (Telejurnal, Ora de Știri, Tema zilei, TVR 3 Jurnal regional - București) și pentru Departamentul Sport;

• concepția și realizarea proiectelor pentru meniurile zilnice de promovare și countdown-uri ale evenimentelor: Jocurile Olimpice de la Vancouver (TVR1, TVR2), FIFA 2010 (TVR1, TVR2 și TVRHD);

• elaborarea, implementarea și operarea aplicațiilor ORAD pentru grafica oficială din competițiile IRB Nations Cup-rugby, Cupa Davis-tenis, Cupa Mondială la Judo, World Cup Polo;

• operarea echipamentelor și aplicațiilor de analiză post meci, pentru faze cheie din cadrul competițiilor UEFA Champions League și FIFA 2010, în cadrul emisiunilor dedicate acestor evenimente sportive;

• elaborarea pachetelor de grafică interactivă pe specificul fiecărui sport (fotbal, polo, volei, baschet, rugby, handbal și tenis) și implementarea acestora pe echipamentele ORAD sau Matrox (pe mașina de grafică de la Care).

Pentru implementarea în cadrul diferitelor departamente a noilor echipamente și aplicații de grafică integrată 3D, au fost efectuate instruiri ale personalului din departamentele beneficiare.

B.Transmisii TV

Având în vedere faptul că, până la finele anului 2014, emisia terestră trebuie să fie digitalizată complet, aceasta însemnând că orice emisie terestră analogică trebuie închisă, TVR împreună cu SNR derulează un program pilot ce cuprinde emițătoarele digitale din București și Sibiu. În cursul anului 2010, au avut loc schimbări importante în ceea ce privește implementarea transferului de materiale audio-video prin protocol FTP. Această modalitate de transmitere a producțiilor de televiziune a fost implementată la toate studiourile teritoriale și este folosită în cadrul Compartimentului Ingest.

Producțiile sunt transmise către un server FTP de unde sunt preluate, verificate din punct de vedere tehnic ca parametrii audio și video să corespundă standardului de calitate impus în TVR și apoi transferate în serverul video de emisie.

Prin utilizarea infrastructurii de transmisie date folosind Internet Protocol, din 2010 fiecare studio teritorial poate transmite în condiții de calitate și siguranță câte trei semnale:

• un semnal pentru emisia prin satelit a programului propriu;

• un semnal folosit pentru emisiile în direct în cadrul canalelor TVR;

• un semnal folosit pentru a transmite semnalele de contribuții din cadrul emisiunilor de știri.

Pentru transmisiile de tip video over IP, sunt utilizate în regim de main și back-up două rețele de date, prin doi operatori diferiți.

Peste 95% din transmisiile TV sunt îndeplinite cu resursele aflate în dotare: autospeciale de radioreleu, unități mobile pentru transmisia prin satelit (DSNG-uri) și echipe de reacție rapidă – Jurnalistică Electronică.

Transmisiile analogice terestre ale programelor TVR 1, TVR 2 și ale studiourilor regionale sunt efectuate folosind liniile de modulație și emițătoarele SNR. Semnalele de televiziune sunt formate în cadrul Telecentrului Dorobanți sau la sediul studiourilor regionale și sunt transmise pentru emisie în rețeaua de emițătoare analogice.

În cazul transmisiilor prin satelit, se folosesc serviciile unui operator extern - GlobeCast. Pachetul de programe TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Internațional, TVR Cultural, TVR HD, TVR Info, TVR Iași, TVR Cluj, TVR Timișoara, TVR Craiova și TVR Tîrgu-Mureș este format în cadrul Centrului de Control și Emisie prin Satelit din cadrul Serviciului Transmisii, aici realizându-se formarea stream-ului de emisie, adăugarea cheilor de criptare și emisia semnalului prin propria stație de sol. Contractul cu operatorul satelitului SESAT 16°E, GlobeCast, prevede preluarea semnalului transmis și redistribuirea pe teritoriul Europei, nordul Africii și Orientul Apropiat. În plus, este asigurată emisia programului TVR Internațional în format FTA (necriptat) pe teritoriul Americii de Nord, Australiei și Noua Zeelandă.

Dintre obiectivele propuse în 2010, o parte au fost finalizate, iar cele pentru care nu a existat finanțare au fost înghețate:

• Îmbunătățirea sistemelor audio de prelucrare și emisie prin instalarea de echipamente automate de control și corecție a parametrilor semnalelor audio analogice și digitale – obiectiv finalizat prin instalarea echipamentelor de măsură și control în toate regiile de producție, emisie și pe carele TV;

• Creșterea capacităților 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 – obiectiv nefinalizat, cauza principală fiind lipsa finanțării;

• Finalizarea implementării tehnologiei de transmisie Video over IP pentru preluarea în vederea difuzării materialelor video în regim on-line sau off-line – obiectiv implementat cu consecințe favorabile în transmiterea materialelor de emisie și pentru transmisiile în direct de la studiourile teritoriale către Telecentrul Dorobanți;

• 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 – obiectiv nefinalizat din cauza lipsei de finanțare;

• Elaborarea unui plan de construcție și asigurare a emisiei, construcția și echiparea unui Centru Național de Emisie în situații critice de tip disaster recovery – obiectiv nefinalizat din cauza lipsei de finanțare.

ANALIZĂ COMPARATIVĂ 2009-2010

Comparativ cu anul 2009, emisia canalelor se desfășoară din 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 momentul actual, regia multicanal deservește programele TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural, TVR Internațional și TVR HD.

În cursul anului 2008 a fost dat în exploatare sistemul de emisie digital tapeless, bazat pe videoserver, controlat de un sistem de automatizare. În acest moment, toate canalele folosesc exclusiv sistemul digital tapeless de emisie, ce permite difuzarea în regim automat, intervenția tehnicienilor făcându-se doar pentru transmisiile în direct.

Spre deosebire de anul 2009, în 2010, datorită modificărilor aduse autospecialelor DSNG pentru a putea emite prin satelit în standard DVB-S2, se realizează mult mai eficient managementul spectrului radio, fiind astfel posibile transmisii complexe într-o bandă îngustă. Pe de altă parte, este posibilă realizarea mai multor transmisii simultan la o calitate egală sau chiar mai ridicată decât în cazul clasic.

C. Dezvoltare, întreținere și utilitare

Prin această activitate sunt asigurate mentenanța echipamentelor și a sistemelor folosite în producția și difuzarea semnalelor de televiziune, dar și conceperea, planificarea și realizarea proiectelor de dezvoltare.

Printre realizările anului 2010, amintim:

• Grila de lumini de la Studioul Teritorial Cluj;

• Sistemul de arhivare de la redacția Știri-Sport, ce constă din 96 de cabinete, cu un cost de aproximativ 30.000 euro, față de o ofertă de 350.000 euro;

• Sistemul de arhivare din sediul TVR Moliere (aprox. 60.000 de casete);

• Realizarea și finalizarea Studioului Teritorial Tg. Mureș.

Serviciul Video Audio pentru Producție TV - activități de dezvoltare:

• Realizarea studioului 3 al TVR Cluj, la care s-au utilizat în proporție de 90% echipamente second hand achiziționate de la FR-3;

• Realizarea studioului TVR Tîrgu-Mureș, la care s-au utilizat echipamente noi, achiziționate prin licitații publice;

• Dezvoltarea capacității de lucru și recondiționarea carului de reportaj TVR Craiova;

• Dezvoltarea și reconfigurarea rețelei IT din sediul central și participarea la instalarea sistemului de servere de la Știri.

Colectivul Rețele și Infrastructură Informatică – activități 2010:

• Instalarea infrastructurii de rețea aferentă sistemului de producție Știri, implementarea proiectului de conectare la rețea a sistemului informatic prin conexiunile de back-up ale RomTelecom pentru rețelele de Video over IP, internet și videoconferință în sediile studiourilor teritoriale și în București;

• Optimizarea infrastructurii rețelei de date în studiourile teritoriale și realizarea infrastructurii rețelei de date necesară conectării grupurilor de montaj nonlinear FCP în sediul studioului teritorial Tîrgu Mureș;

• Instalarea de circuite de comunicații date și conectarea la rețeaua de date a serverelor de back-up în camera tehnică Satelit și a serverelor noi de ENPS și GAM ORAD, în corpul Știri, instalarea infrastructurii de rețea aferentă nodului de comunicații al rețelei de automatizare video, care urmează a se dezvolta la etajul 2 corpul Studiouri - în regia TVR INFO, instalarea infrastructurii de rețea și a conectării la rețea a echipamentelor care lucrează în cadrul siste-

mul de automatizare digitală a producției audio-video la videoteca Tranzit.

Colectivul Proiecte IT a asigurat în 2010 administrarea, monitorizarea și dezvoltarea sistemelor informatice și a realizat cu resurse proprii soluții software specifice TVR:

- aplicație TAXA TV, privind evidența firmelor care plătesc taxa TV;
- aplicație pentru inventar mijloace fixe MFIX;
- aplicație export date filmotecă în format XML pentru proiectul EUSCREEN;
- aplicație Programere Filmări Teren, ce permite introducerea, vizualizarea și postprocesarea datelor legate de planificarea echipelor de filmare în teren;
- aplicație MONIT TV (monitorizare TV pentru Direcția Marketing);
- aplicație pentru recepția si prelucrarea în timp real a datelor bursiere;
- aplicație înregistrări webcast pentru TVR 2 (dezvoltare, implementare);
- aplicație VIDEOFAT – transfer de fișiere video (dezvoltare, instalare pe server ftp).

Colectivul WEB Design întreține și dezvoltă aplicații pentru Intranet (intern.tvr.ro), implementează site-uri pe platforma iWordPress, site-uri emisiuni, evenimente și promo-uri.

Activitatea Colectivului IT pentru producție a constat în:

- înlocuirea grupurilor de montaj linear din cadrul Serviciului Imagine și Postprocesare și a Departamentului Știri și dotarea cu grupuri de montaj nonlinear de tip Final Cut Pro de ultimă generație;
- instalarea unor grupuri de captură suplimentare la sala WEB;
- instalarea echipamentelor serverului de producție Știri;
- instalarea de stații suplimentare de ingest aferente serverului de emisie;
- instalarea de stații Medialist la Secretariatul de Emisie și Direcția Marketing;
- instalarea unui echipament nou de grafică on-line de tip ORAD în studiourile de știri;
- instalarea unui canal de server suplimentar necesar trecerii programului TVR HD pe serverul de emisie.

D. Transporturi Auto

La sfârșitul anului 2010, serviciul Transporturi Auto deținea un parc format din 278 autovehicule. În cursul anului 2010 s-au efectuat un număr de 3.868.211 km, pe parcursul a 1.431 deplasări în țară și București.

În 2010, consumul de combustibil a scăzut cu 20% față anul 2008, respectiv cu 4% față de 2009. Prețul pe litru de combustibil în 2010 a fost mai mare decât în anii precedenți.

E. Conservarea și reabilitarea patrimoniului imobil

Această activitate este desfășurată de Serviciul Administrare Imobile, care își asumă întreținerea în bună stare de utilizare a clădirilor și dotărilor acestora, precum și administrarea contractelor specifice.

Serviciul Energo-Tehnologic din cadrul Departamentului Utilitare a efectuat lucrări în regie proprie de: refacere a instalației de alimentare electrică și distribuție în regia studiourilor 2 și 3, realizare a instalației de electroalimentare a regiei nr.1, 2 și CDC la studioul teritorial Tîrgu-Mureș, montare și punere în funcțiune a echipamentului de iluminat tehnologic în studiourile 1 și 2 la TVR Tîrgu-Mureș, etc.

3. RESURSE FINANCIARE

Societatea Română de Televiziune, înființată în baza Legii nr. 41/1994, și-a încheiat activitatea în anul 2010 cu următorii indicatori economico-financiari:

Venituri totale: 571.078.663 lei, din care venituri din exploatare: 559.612.060 lei și venituri financiare: 11.466.603 lei;
Cheltuieli totale: 733.002.546 lei, din care cheltuieli de exploatare: 714.788.997 lei și cheltuieli financiare: 18.213.549 lei;
Cifra de afaceri netă: 531.874.300 lei;
Rezultatul net al exercițiului: deficit în valoare de 161.956.133 lei.

3.I. SITUAȚIA CONTULUI DE PROFIT ȘI PIERDERE ÎNCHEIAT LA 31 DECEMBRIE 2010

A. Rezultatul din exploatare

Veniturile din exploatare realizate de SRTv în anul 2010 au fost de 559.612.060 lei, cu 1,87% mai mici, față de anul 2009 și se prezintă în următoarea structură:

a **Venituri din taxa pentru serviciul public de televiziune** în valoare de 302.573.268 lei, cu o pondere de 54,07% din total venituri din exploatare, cu 6,13% mai mici față de anul 2009;

b **Venituri din publicitate** în valoare de 37.376.997 lei, cu o pondere de 6,68% din total venituri din exploatare, cu 5,50% mai mari, față de anul 2009;

c **Venituri din subvenții din exploatare** în valoare de 183.166.455 lei, cu o pondere de 32,73% din total venituri din exploatare. Din aceste venituri, 183.106.979 lei reprezintă alocații de la bugetul statului, primite în conformitate cu Legea nr. 41/1994, republicată, Legea bugetului de stat pe anul 2010 nr.11/2010 și H.G. nr. 1315/2010 cu privire la rectificarea bugetară pe anul 2010;

d **Alte venituri din exploatare** în valoare de 36.495.340 lei, cu o pondere de 6,52% din total venituri din exploatare, cu 1,47% mai mari, față de anul 2009, din care:

- prestări servicii în valoare de 5.864.791 lei, reprezentând vânzări licențe;
- prestări servicii în valoare de 3.008.999 lei, reprezentând servicii tehnice, închirieri circuite transmisii, chirii etc.;
- alte venituri în valoare de 27.621.550 lei, reprezentân venituri din penalizări, sponsorizări etc.

Cheltuielile de exploatare realizate de SRTv în anul 2010 au fost de 714.788.997 lei, cu 16,40 % mai mari față de anul 2009. Mărirea cotei de TVA, de la 19% la 24%, începând cu 1.07.2010, a influențat atât cheltuielile materiale cât și toate cheltuielile cu prestările externe, majorându-le cu 5%.

După natura activității desfășurate, aceste cheltuieli se prezintă astfel:

a **Cheltuieli aferente activității de difuzare a programelor de televiziune** în valoare de 282.204.874 lei, cu o pondere de 39,48% în totalul cheltuielilor de exploatare;

b **Cheltuieli aferente activității de realizare a programelor de televiziune** în valoare de 422.660.772 lei, cu o pondere de 59,13% în totalul cheltuielilor de exploatare;

c **Cheltuieli aferente activității de difuzare publicitate** în valoare de 9.905.096 lei, cu o pondere de 1,38% în totalul cheltuielilor de exploatare;

d **Cheltuieli aferente altor activități comerciale** în valoare de 18.255 lei, cu o pondere de 0,01 % în totalul cheltuielilor de exploatare.

Desfășurate, cheltuielile de exploatare realizate de SRTv în anul 2010 se prezintă astfel:

a Cheltuieli cu personalul, în valoare de 204.070.634 lei, cu o pondere de 28,55% din totalul cheltuielilor de exploatare față de anul 2009 când ponderea a fost de 32,2%, din care:

- salarii și indemnizații: 154.360.290 lei;
- contravaloarea tichetelor de masă: 5.777.735 lei;
- cheltuieli cu asigurările și protecția socială: 43.932.609 lei.

Cheltuielile cu personalul sunt aferente persoanelor angajate cu carte de muncă și membrilor Consiliului de Administrație.

Salariile personalului sunt înghețate la nivelul lunii iulie 2008. Nu s-au acordat prime de Paște și Crăciun, prime în conformitate cu art."h" din CCM și s-a diminuat numărul orelor suplimentare.

b Cheltuieli privind prestațiile externe, în valoare de 330.379.607 lei, cu o pondere de 46,22% din totalul cheltuielilor de exploatare, din care:

- cheltuieli cu stații și circuite datorate Societății Naționale de Radiocomunicații, în valoare de 134.722.142 lei;
- cheltuieli licențe interne și externe sport, în valoare de 101.411.952 lei;
- cheltuieli privind comisionul cuvenit societăților Electrica pentru colectarea taxei TV, în valoare de 22.628.226 lei;
- cheltuieli canalul satelit în valoare de 15.499.537 lei;
- cheltuieli cu drepturile de radiodifuzare a operelor, interpretărilor sau execuțiilor artistice cuvenite organismelor de gestiune colectivă, în valoare de 10.006.120 lei;
- cheltuielile cu colaboratorii reprezentând drepturi de autor, în valoare de 8.833.842 lei;
- cheltuieli cu deplasările, în valoare de 4.726.193 lei;
- cheltuieli servicii telefonice și telecomunicații în valoare de 4.116.439 lei;
- cheltuieli închiriere circuite transmisii, în valoare de 4.082.173 lei;
- cheltuieli privind licențele de programe interne și externe, în valoare de 2.122.236 lei;
- cheltuieli servicii bancare, în valoare de 2.811.789 lei;
- cheltuieli abonamente agenții știri, în valoare de 2.487.538 lei;
- cheltuieli salubrizare, în valoare de 1.706.158 lei;
- cheltuieli cu cotizațiile interne și internaționale, în valoare de 1.516.901 lei;
- cheltuieli privind comisionul cuvenit pentru încasarea veniturilor din publicitate, în valoare de 1.849.897 lei;
- cheltuieli cu colaboratorii-contracte civile de prestări servicii, în valoare de 1.361.814 lei;
- cheltuieli cu chiriile, în valoare de 1.334.149 lei;
- alte prestații externe reprezentând servicii tehnice, cotizații, întreținere și reparații, prime asigurare etc., în valoare de 9.162.501 lei.

c Cheltuieli cu impozite și taxe, în valoare de 58.109.604 lei, cu o pondere de 8,13% din totalul cheltuielilor de exploatare, dintre 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 50.125.085 lei;
- cheltuieli reprezentând contribuții pentru constituirea fondului cinematografic, către CNC, în conformitate cu OG nr. 39/2005, în valoare de 5.606.550 lei;
- impozite pe teren, clădiri și mijloace de transport, în valoare de 1.720.685 lei;
- alte taxe, în valoare de 657.284 lei.

d Cheltuieli cu amortismentele și ajustările la imobilizările corporale și necorporale, în valoare de 66.723.458 lei, cu o pondere de 9,33% din totalul cheltuielilor de exploatare;

e Alte cheltuieli din exploatare, în valoare de 31.868.927 lei, cu o pondere de 4,46% din totalul cheltuielilor de exploatare;

f Cheltuieli cu materialele consumabile, obiectele de inventar, energie, apă etc., în valoare de 11.985.471 lei, cu o pondere de 1,68% din totalul cheltuielilor de exploatare;

g Cheltuieli privind ajustările aferente provizioanelor de risc și cele aferente activelor circulante, în valoare de 11.651.296 lei, cu o pondere de 1,63% din totalul cheltuielilor de exploatare.

Rezultatul de exploatare al anului 2010, calculat ca diferență între veniturile din exploatare și cheltuielile din exploatare, reprezintă un deficit de 155.176.937 lei.

B. Rezultatul financiar

Veniturile financiare ale anului 2010 au fost în valoare de 11.466.603 lei și sunt alcătuite din:

a Venituri din diferențe de curs, în valoare de 11.416.050 lei, cu o pondere de 99,56% din totalul veniturilor financiare;

b Alte venituri financiare, în valoare de 50.553 lei, cu o pondere de 0,44 % din totalul veniturilor financiare.

Cheltuielile financiare ale anului 2010 au fost în valoare de 18.213.549 lei și sunt alcătuite din:

a Cheltuieli din diferențe de curs nefavorabile, în valoare de 16.332.759 lei, cu o pondere de 89,67% din totalul cheltuielilor financiare;

b Cheltuieli privind dobânzile, în valoare de 1.880.790 lei, cu o pondere de 10,33% din totalul cheltuielilor financiare.

Rezultatul financiar al anului 2010, calculat ca diferență între veniturile financiare și cheltuielile financiare, reprezintă un deficit de 6.746.946 lei.

C. Rezultatul exercițiului 2010

În concluzie, activitatea economică în anul 2010 s-a încheiat cu un deficit brut de 161.923.883 lei, cu 237,41% mai mare decât în anul 2009.

La acest deficit s-a adăugat și impozitul minim datorat pe primele trei trimestre, care a dus la mărirea deficitului net la valoarea de 161.956.133 lei.

În anul 2010, TVR a (co)produs și difuzat numeroase emisiuni, dintre care următoarele au reprezentat 24,37% din totalul cheltuielilor aferente activității de realizare a programelor de televiziune:

• Liga Campionilor; • Campionatul Mondial de Fotbal Africa de Sud; • Olimpiada de Iarnă de la Vancouver; • O dată-n viață; • Dănuț SRL; • ÎnTrecerea anilor; • Eurovision 2010; • Ne vedem la TVR;

3.II. SITUAȚIA ACTIVELOR, DATORIILOR ȘI CAPITALURILOR PROPRII LA 31 DECEMBRIE 2010

A. Activele imobilizate sunt în sumă de 975.773.087 lei și sunt compuse din:

imobilizări necorporale	35.595.691 lei
imobilizări corporale	939.590.698 lei
imobilizări financiare	586.698 lei

B. Activele circulante sunt în sumă de 117.104.599 lei și sunt compuse din:

stocuri	3.787.347 lei
creanțe	109.846.783 lei
casa și conturi în bănci	3.470.469 lei
C. Cheltuieli în avans	24.379.628 lei
D. Datorii totale	360.832.247 lei
E. Provizioane pentru riscuri și cheltuieli	2.428.771 lei
F. Venituri înregistrate în avans	13.894 lei
G. Subvenții pentru investiții	39.135.795 lei
H. Capitaluri proprii	714.846.607 lei

3. III. CREANȚE ȘI DATORII LA 31 DECEMBRIE 2010

A. Creanțele SRTv sunt în sumă de 109.846.783 lei, din care:

1. **Clienți – total**	65.674.912 lei
Clienți interni	65.385.460 lei
taxa tv	44.839.789 lei
Splendid Media	19.601.807 lei
Clienti externi	125.508 lei
Clienți - litigii	163.944 lei
2. Alte creanțe	43.867.336 lei
Subvenții	17.292.250 lei
Creanțe penalizări taxa TV	17.419.962 lei
Splendid Media	2.339.622 lei

B. Datoriile pe termen scurt, la 31 dec. 2010, erau în valoare de 332.987.893 lei. Din acestea, TVR a achitat 60.724.345 lei până la data prezentă.

1.Datorii comerciale	142.403.340 lei
2. Alte datorii	
către personal	5.284.081 lei
3. Datorii față de	
bugetul de stat	87.122.604 lei
dintre care – TVA	37.311.775 lei
4. Datorii față de bugetul	
fondurilor speciale	87.055.965 lei
dintre care - CNC	29.115.511 lei
5. Alți creditori	691.485 lei
6. Credit pe termen scurt	24.605.418 lei

C. Datoriile care trebuie plătite într-o perioadă mai mare de un an sunt în sumă de 27.844.354 lei, din care:

1. Datorii comerciale	13.669.354 lei
2. Alte datorii față de bugetul	
fondurilor speciale	14.175.000 lei

Până la data prezentă, din datoriile pe termen scurt s-a achitat valoarea de 60.724.345 lei. Sumele restante sunt înregistrate la plata contribuției pentru susținerea producției naționale de film conform O.G.39/2005 (CNC), în valoare de 29.115.511 lei și la plata TVA, în valoare de 37.311.775 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 31.12.2010, SRTv avea următoarele angajamente:

• Scrisoare de garanție bancară în valoare de 22.050.000 EURO pentru achiziția licenței de difuzare a CE de fotbal, în favoarea UEFA;

• credite în valoare de 24.605.418 lei pentru acoperirea deficitului de cash-flow.

La data întocmirii prezentei situații financiare, scrisoarea de garanție bancară s-a diminuat cu 1.050.000 EURO.

La 31.12.2010 disponibilitățile bănești în conturile societății au fost de 3.460.929 lei.

3.IV.CONTUL DE EXECUȚIE AL CHELTUIELILOR ALOCATE DIN BUGETUL DE STAT, PE ANUL 2010

Alocațiile bugetare primite în conformitate cu Legea bugetului de stat nr. 11/2010 și H.G. nr. 1315/2010 cu privire la rectificarea bugetară pe anul 2010 au fost în sumă totală de 200.070.000 lei, dintre care au fost efectuate plăți în valoare de 200.067.433 lei. Diferența de 2.567 lei neutilizată a fost restituită conform prevederilor legale în vigoare. Creanța, reprezentând subvenția nealocată, aferentă prestațiilor efectuate până la 31 decembrie 2010, în sumă de 17.292.250,44 lei, a fost încasată în luna februarie 2011.

Execuția bugetară a fost raportată și înregistrată la Ministerul Finanțelor Publice sub nr. 394.258/28.02.2011.

Situațiile financiare anuale încheiate la 31.12.2010, 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 SRTv, aprobate prin Hotărârea CA nr. 204/2009, Legea contabilității nr.82/1991 republicată, Ordinul ministrului finanțelor nr.3055/2009 pentru aprobarea Reglementărilor contabile conforme cu directivele europene, cu modificările și completările ulterioare și Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 2870/2010

Destinația sumelor/cheltuielilor alocate din bugetul de stat
- lei-

Denumire Indicator	COD	Prevederi inițiale 2010	Program actualizat 2010	Realizat 31.12.2010	Sume neutilizate
CHELTUIELI - TOTAL		185.070.000	200.070.000	200.067.433	2.567
Cultură, recreere și religie	67.01	185.070.000	200.070.000	200.067.433	2.567
Alte servicii în domeniile culturii, recreerii și religiei	67.01.50	185.070.000	200.070.000	200.067.433	2.567
Cheltuieli curente	67.01.01	175.097.000	190.097.000	190.096.616	384
Cheltuieli de personal	67.01.10	77.000	77.000	77.000	0
Cheltuieli salariale în bani	10.01	77.000	77.000	77.000	0
Îndemnizații de delegare ale Direcției TV România Internaț.	10.01.13	77.000	77.000	77.000	0
Bunuri și servicii	67.01.20	175.020.000	190.020.000	190.019.616	384
Bunuri și servicii	20.01	174.764.000	189.764.000	189.763.616	384
Materiale și prestări de servicii cu caracter funcțional	20.01.09	174.764.000	189.764.000	189.763.616	384
Plata pentru închirierea stațiilor și circuitelor datorată agenților economici din sistemul comunicațiilor		154.594.000	170.679.000	170.679.000	0
Închirierea canalului satelit		19.300.000	18.680.000	18.680.000	0
Închiriere transmisii video over IP		793.000	328.000	327.616	384
Funcționarea Direcției TV România Internațional		77.000	77.000	77.000	0
Deplasări, detașări, transferări	20.06	256.000	256.000	256.000	0
Deplasări în străinătate	20.06.02	256.000	256.000	256.000	0
Cheltuieli de capital	67.01.70	9.973.000	9.973.000	9.970.817	2.183
Active nefinanciare	67.01.71	9.973.000	9.973.000	9.970.817	2.183
Active fixe	71.01	9.973.000	9.973.000	9.970.817	2.183
Mașini, echipamente și mijloace de transport	71.01.02	9.500.000	9.500.000	9.497.818	2.182
Alte active fixe	71.01.30	473.000	473.000	472.999	1
licențe difuzare filme Românești-Funcționarea Direcției TVR Internațional		473.000	473.000	472.999	1

Sursă: Direcția Economică a TVR

privind principalele aspecte legate de întocmirea și depunerea situațiilor financiare anuale și raportărilor anuale la unitățile teritoriale ale Ministerului Finanțelor Publice.

Cauzele și analiza deficitului financiar înregistrat de SRTv pentru anul 2010:

Televiziunea Română și-a desfășurat activitatea în anul 2010 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 SRTv 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 scutiți 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 4 lei, începând din anul 2003 și până în prezent.

Prin OUG 82/2006 cu modificările și completările ulterioare privind recunoașterea meritelor personalului armatei participant la acțiuni militare a apărut o nouă categorie de scutiți.

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, ponderea acestei categorii de scutiți în totalul persoanelor fizice scutite, conform raportărilor mandatarilor noștri (societățile de distribuție a energiei electrice desprinse din Electrica) la 31.12.2010, fiind de 36,3%. Acest procentaj este în vădită contradicție cu situația ce rezultă din monitorizările realizate de CNA, care 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 nu există posibilitatea de control asupra declarațiilor privind nedeținerea receptoarelor TV, deoarece, până în prezent, nu a fost emis niciun act normativ în acest sens. Deși Legea nr. 533/2003 specifica 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 care 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, 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 a 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 al S.C. Electrica S.A. nu a fost inserată și o clauză de colectare a taxei radio și TV, precum și din cauza neactualizării H.G. nr. 978/2003

sub acest aspect, comisioanele de colectare a taxei TV percepute de entitățile rezultate din privatizarea Electrica au crescut, iar în cursul anului 2010 s-au majorat cu 5% prin modificarea cotei de TVA.

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

• 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 2010, în valoare de 50.125.085 lei;

• 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 2010 în valoare de 5.606.550 lei;

• urmare a aplicării prevederilor OUG 34/2009, multe societăți comerciale s-au desființat sau și-au încetat temporar activitatea, lucru ce a dus la dispariția unor plătitori de taxă pe serviciul public de televiziune;

• efectul aplicării OUG 34/2009 privind impozitul minim a influențat deficitul net cu suma de 32.250 lei;

• apariția OUG 58/2010 privind majorarea cotei standard de TVA de la 19% la 24% cu influență directă asupra costurilor materiale și prestări de servicii;

• creșterea nivelului remunerațiilor datorate de SRTv către organismele de gestiune colectivă a drepturilor de autor și conexe, ca urmare:

A) a modificării Legii nr. 8/1996 a drepturilor de autor și conexe prin O.U.G. nr. 123/2005 și ulterior, prin Legea nr. 329/2006;

B) a adoptării noilor metodologii în domeniu, publicate de ORDA prin decizii în Monitorul Oficial

rezultând o influență în valoare de 10.006.120 lei.

Menționăm că în baza de calcul a remunerațiilor intră și valoarea alocațiilor bugetare care reprezintă de fapt cheltuielile SRTv pentru stații și circuite către Societatea Națională de Radiocomunicații.

3 Alte cauze obiective:

• existența unor contracte de achiziții de filme, încheiate anterior, cuprinzând clauze foarte dure pentru TVR - 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 TVR angajarea unor cheltuieli semnificative;

• achiziția unor licențe (UEFA, Olimpiade, Campionate mondiale etc) ale căror costuri nu au putut fi acoperite din veniturile realizate, din cauza căderii pieței de publictate;

• criza economică mondială ale cărei efecte au avut un impact direct asupra nivelului veniturilor din publicitate, veniturile scăzând la un nivel de 53.94% față de anul 2008.

• neregulile constatate de auditorul francez în activitatea ARMA DATA – GfK, companie care măsoară audiența în prezent, care explică, cel puțin parțial, scăderea acestora pentru emisiuni de notorietate ale TVR, cu impact direct asupra veniturilor din publicitate;

• creșterea presiunilor inflaționiste și modificările permanente ale prețurilor materiilor prime, energiei, combustibilului, apei, cu o influență asupra costurilor față de anul precedent, în valoare de 516.190 lei;

• deprecierea monedei naționale a determinat apariția unor cheltuieli din diferențe nefavorabile de curs valutar în valoare de 16.332.759 lei, cu impact direct asupra rezultatului financiar al anului 2010.

3.V. MĂSURI DE REDUCERE A COSTURILOR ȘI DE CREȘTERE A VENITURILOR

TVR a aplicat o serie de măsuri de reducere a costurilor și de creștere a veniturilor, precum:

• negocierea Contractului Colectiv de Muncă – rămânerea salariilor negociate la nivelul contractului încheiat în 2008;

• utilizarea judicioasă a resursei umane, având ca efect reducerea orelor suplimentare cu 7.957 ore față de 2009, reprezentând o valoare de 102.812 lei;

• creșterea altor venituri din exploatare, constând în prestări interne și externe privind servicii tehnice, licențe, chirii, sponsorizări și venituri din penalizări, cu 587.463 lei față de 2009;

Criza economică cu care se confruntă România și normele legislative nefavorabile au accentuat fenomenul de subfinanțare a SRTv.

Măsurile întreprinse de Televiziunea Română s-au concretizat în reduceri de costuri la următoarele capitole:

• cheltuieli privind colaboratorii pe drepturi de autor, cu 1.930.907 lei mai mic decât în anul 2009;

• cheltuielile privind deplasările, cu 1.421.767 lei mai mici decât în anul 2009;

• cheltuielile cu închirieri și chirii, cu 966.879 lei mai mici decât în anul 2009;

• cheltuieli cu colaboratori-contracte civile, cu 385.574 lei mai mici decât în anul 2009;

• cheltuieli cu alte prestări externe, cu 3.214.121 lei mai mici decât în anul 2009.

Parlamentul României, împreună cu Guvernul României ar trebui să sprijine Televiziunea Română pentru a nu mai fi o instituție de interes național subfinanțată, luând o serie de măsuri:

- reglementarea taxei pentru serviciul public de radio și pentru cel de televiziune ca fiind obligatorii, independent de posesia receptorului radio sau TV (măsură legislativă pe care Comisia Europeană a agreat-o), prin modificarea Legii nr. 41/1994 republicată sau a unui mecanism legal eficient de control al scutiților, 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 anterior, corectarea nivelului taxei pentru serviciul public de televiziune cu indicele inflației aferent perioadei 2004-2010.

- reducerea contribuției de 15% din veniturile obținute din publicitate, datorată de TVR către Centrul Național al Cinematografiei, prin modificarea O.G. nr. 39/2005 privind cinematografia până la nivelul practicat în Uniunea Europeană.

DIRECȚII DE DEZVOLTARE STRATEGICĂ TVR 2011-2013

În acord cu misiunea sa, TVR trebuie să informeze corect, imparțial și complet, să educe și să ofere divertisment de calitate, așa cum se statuează în art. 4 din Legea 41/1994 privind serviciile publice de radio și televiziune.

Pentru a-și putea îndeplini cu eficiență rolul de platformă de dezbatere și dialog public a tendintelor, ideilor și opiniilor legate de viața socială, culturală, politică și economică din societatea românească, Televiziunea Română are nevoie de un program integrat de consolidare instituțională.

În acest sens, direcțiile pe care actualul Consiliu de Administrație al TVR le va urmări pe perioada mandatului său, vor duce la îndeplinirea misiunii publice prin eficientizare organizațională, menținerea unei politici coerente de programe și distribuție și adaptarea la tendințele inovative ale pieței media.

Misiunea publică

Îndeplinirea misiunii publice va continua și va căpăta o consistență aparte prin poziționarea Televiziunii Române în societate ca mijloc de comunicare modern, eficient financiar și de calitate premium.

În acest sens, TVR trebuie să fie susținută în demersul de consolidare financiară. De asemenea, televiziunea publică are nevoie de sprijin pentru implementarea de sisteme de management integrat și pentru efectuarea investițiilor necesare în structura IT și a gestiunii digitale a proceselor de producție.

În același timp, Televiziunea Română va continua și amplifica politica de parteneriate și implicare socială, pentru creșterea notorietății în mediile academice, universitare și de cultură. Această abordare va avea ca efect atragerea liderilor (in)formali ai comunităților pentru proiectele majore ale TVR.

Eficientizarea programelor și a distribuției

Câștigarea de noi nișe de public va fi urmată de un proces de fidelizare a acestora și implicit de generare de audiență, un obiectiv măsurabil al conducerii TVR.

Politica de programe se va concentra – urmărind acest obiectiv – pe mai multe direcții strategice:

1 realizarea de programe premium, ofertante pentru diferite categorii de public. Programele vor conferi o identitate clară

canalelor TVR (acestă strategie a început deja să fie implementată prioritar la TVR 2, în cea de a doua etapă, urmând TVR 1 și TVR Cultural, iar apoi a posturilor regionale);

2 elaborarea de grile de emisiuni cu structură liniară simplă, adaptate obiceiurilor de consum TV, pe tronsoane orare, în corelație cu politica de vânzari a TVR;

3 implementarea unei strategii de achiziții de programe (filme, documentare, sport) corelată cu grilele programelor și cu o politica eficientă și coerentă de reluări;

4 extinderea penetrării și implicit a audienței canalelor TVR, exploatând, între altele, oportunitatea oferită de dezvoltarea emisiei digitale terestre;

5 poziționarea strategică a TVR ca lider pe piața românească de profil, prin dezvoltarea TVR HD și TVR Interactiv.

6 Digitalizarea și exploatarea valoroasei arhive a TVR.

Consolidarea organizațională

Eficientizarea organizațională a TVR va pleca de la datele concrete ale analizelor efectuate sau în curs. Domeniile vizate cu prioritate sunt:

1 consolidarea eficientă a sistemului de gestiune a resurselor (umane, financiare, materiale);

a) resurse umane: finalizarea analizei de încărcare a personalului și implementarea unui sistem de management al carierei care să includă toată gama de activități HR (pregătire profesională continuă, evaluare, dezvoltare umană, politici motivaționale etc)

b) resurse financiare: implementarea unui sistem ERP pentru gestionarea eficientă a costurilor (în principal în domeniile drepturilor de proprietate intelectuală și al difuzărilor);

c) materiale: implementarea în cadrul sistemului ERP a modulului de gestiune a resurselor materiale la nivelul TVR.

2 definirea cu precizie a fluxurilor de producție și a celor manageriale, cu accent pe funcția de raportare.

În paralel, actuala conducere a TVR are în vedere atragerea de fonduri europene în vederea susținerii unei politici de investiții în noi tehnologii, care să permită îndeplinirea obiectivelor asumate.



Calea Dorobanților nr. 191
sector 1, București
Telefon: 021.319.91.12; 021.319.91.54
www.tvr.ro
www.facebook.com/televiziunea.romana