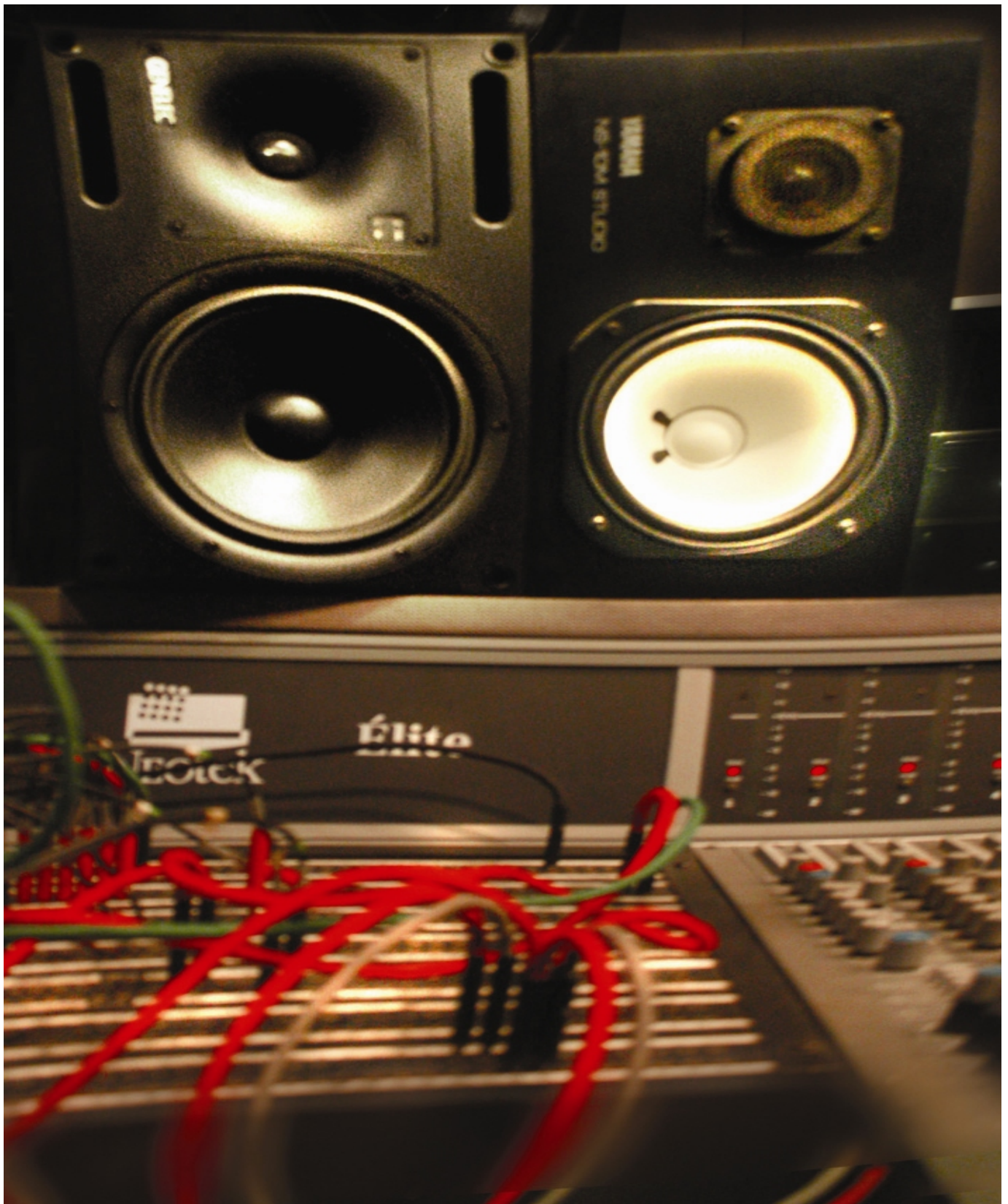


# Raportul anual de activitate al TVR – 2007

<i>Preambul.....</i>	<i>3</i>
<i>Capitolul I - Activitatea TVR în anul 2007.....</i>	<i>9</i>
1. Programele TVR.....	9
2. Știri și sport.....	25
3. Programe regionale.....	33
4. Audiențe și cote de piață.....	41
5. Publicitatea.....	47
6. Situația producției artistice.....	53
7. Situația tehnică.....	59
8. Resurse umane.....	65
9. Marketing și comunicare de produs.....	71
10. Comunicare internă și externă. Relații internaționale.....	79
11. New Media.....	87
12. TVR 1 în Republica Moldova.....	91
13. CFI și Audit Intern.....	97
<i>Capitolul II - Situația financiară.....</i>	<i>101</i>
<i>Capitolul III - Proiect 2008.....</i>	<i>109</i>
1. Televiziunea publică – viziune și strategie.....	113
2. Strategia de programe pe 2008.....	121
 Anexa 1: Ponderea producțiilor proprii, a co-producțiilor, a achizițiilor în număr de ore și procente în grila de programe a TVR, număr de ore de programe difuzate pe canalele TVR.....	125
 Anexa 2: Situație difuzări programe minorități etnice – 2007.....	127
 Anexa 3: Acțiuni în instanță în care a fost implicată televiziunea publică în anul 2007.....	128



## PREAMBUL





## Misiunea TVR

Societatea Română de Televiziune este serviciul public de interes național care, prin natura și misiunea sa legală, se adresează tuturor cetățenilor României, diasporei și tuturor celor care sunt interesați de România și de valorile ei.

Televiziunea publică, prin programele sale, trebuie să dea posibilitatea tuturor cetățenilor României să se informeze și să se educe. TVR trebuie să fie o sursă credibilă, imparțială și independentă de informații, comentarii, conținuturi variate și inovatoare, păstrând un nivel ridicat al calității, cu respectarea normelor etice.

Programele TVR trebuie să țină cont, în mod nediscriminatoriu, de nevoia de informare, de educare, și de divertisment a tuturor cetățenilor. TVR trebuie să ofere actualități, informații, programe cu conținut educativ, cultural, sportiv, de divertisment, destinate tuturor categoriilor sociale.

TVR trebuie să se constituie, de asemenea, ca un forum de dezbatere publică pluralistă, un mijloc de promovare a participării cetățenilor la viața publică.

Caracterul național al TVR este dat de misiunea și valorile asumate. Televiziunea publică are obligația de a fi un factor de coeziune socială și de integrare pentru toți indivizii, grupurile sau comunitățile din România și din diasporă. TVR trebuie să promoveze dezvoltarea spiritului civic.

## Strategia TVR în 2007

La jumătatea anului 2007, ca urmare a deciziei Parlamentului României de schimbare a Consiliului de Administrație și implicit a Directorului General, au existat două perioade distincte, caracterizate de opțiuni strategice diferite.

La începutul anului 2007, CA era format din: Tudor Giurgiu, Sorin Burtea, Tudor Barbu, Ioana Cătălina Popescu Băntoiu, Nicu Alifantis, Despina Neagoe (Mirela Tănăsescu din 1 martie 2007), Anne Juțănar, Galfalvi Zsolt, Selda Ismail, George Pruteanu.

Prima perioadă a anului a fost caracterizată de încercările membrilor CA de a stabili financiar instituția, instituind un control riguros. Astfel, CA a hotărât ca orice cost mai mare de 100.000 de euro să poată fi realizată numai cu aprobarea sa și să fie informat despre orice investiție mai mare de 50.000 de euro. În același sens, au fost oprite producții a căror bugete erau foarte mari.

În anul 2007, televiziunea publică se afla într-o situație financiară critică. Din acel moment, demersurile și hotărârile CA au avut în vedere reducerea costurilor.

Una dintre primele decizii, așa cum am arătat mai sus, a vizat modificarea Regulamentului Consiliului de Administrație al TVR astfel încât CA să aibă sub un control mai riguros bugetul.

De asemenea, prin modificările aduse strategiei de programe pe 2007, CA a analizat și uneori a scos din grile o serie de programe care nu erau rentabile. CA a hotărât să-i fie prezentat fiecare mare proiect de programe ce urma a fi realizat și difuzat de TVR, să fie informat, trimestrial, referitor la indicatorii privind raportul cost-performanță pentru emisiunile de la televiziunea publică.

Consiliul de Administrație a aprobat ca toate contractele încheiate cu producătorii din afara TVR să conțină clauze precise, un pact comisoriu de grad 4 care să permită rezilierea unilaterală a contractelor atunci când partenerii nu își îndeplinesc obligațiile contractuale. CA a solicitat găsirea modalităților concrete de suspendare a contractelor încheiate pentru diferite producții de televiziune care se dovedeau a fi neperformante din punct de vedere al audiențelor prevăzute.

Urmărind reducerea cheltuielilor și recalibrarea bugetului, Consiliul de Administrație a analizat raportul de activitate al Departamentului Strategie și Dezvoltare și a votat desființarea acestuia, precum și a tuturor posturilor din structură, cu respectarea prevederilor legale în vigoare.

Continuând procesul de reorganizare a TVR pe principii de eficiență, din punct de vedere economico-financiar, organizatoric și al personalului, CA a efectuat o analiză a activității Direcției IT&C și a decis

desființarea acesteia, împreună cu toate posturile de conducere componente, ocupate și/sau vacante și înființarea Serviciului IT&C în subordinea Direcției Tehnico-Administrativă.

În ședința din 11 aprilie 2007, membrii CA au aprobat retragerea votului de încredere față de președintele-director general, Tudor Giurgiu.

După aproape o lună, în ședința din 7 mai 2007, consiliul a luat act de demisia lui Tudor Giurgiu din funcția de PDG al TVR, începând cu data de 2 iunie 2007.

Principalul deziderat al noului Consiliu de Administrație, în cea de-a doua parte a anului, a fost stoparea declinului financiar și recâștigarea unei poziții cât mai bune pe piața de televiziune din România.

Pentru a stopa declinul financiar actuala conducere a acționat pe câteva direcții:

1. Controlul tuturor cheltuielilor efectuate în instituție prin:
  - a. Retragerea delegării de semnătură acordată de fostul director general directorilor de direcții;
  - b. Impunerea prezentării, în momentul în care se cere aprobarea unui program, a unui deviz care să cuprindă toate cheltuielile pe care realizarea acestuia le implică;
  - c. Avizarea de către CA a grilelor de programe însoțite de un deviz care să cuprindă toate cheltuielile necesare realizării emisiunilor din grilă;
  - d. Reorganizarea evidenței filmelor și a contractelor cu companiile de distribuție de film și crearea unei proceduri aplicabile la comenzile de filme noi;
  - e. Continuarea controlului asupra angajării cheltuielilor mai mari de 50.000 de euro de către CA;
2. Oprirea din producția, atât internă cât și externă, a proiectelor care implicau costuri foarte mari în raport cu audiența.
3. Înființarea unei comisii de analiză a cauzelor pierderilor financiare.
4. Reorganizarea activităților și a fluxurilor interne în vederea reducerii numărului de ore suplimentare. În acest sens, CA a decis înființarea unei comisii de analiză asupra modului în care au fost gestionate orele suplimentare de către direcțiile din TVR.
5. Regândirea, în acord cu sindicatul reprezentativ, a modului de premiere a angajaților din televiziunea publică.

În ceea ce privește revenirea TVR în primele poziții de pe piața de televiziune din România, actualul management a luat, în principal, următoarele măsuri:

1. Impunerea unei constanțe a grilelor, fără a neglija sezonabilitatea acestora;
2. Investiții în câteva programe considerate piloni de audiență;
3. Readucerea meciurilor din Liga 1 de fotbal pe TVR 1;
4. Demararea discuțiilor, încă din 2007, cu autoritățile locale și județene din Brașov în vederea realizării festivalului Cerbul de Aur 2008;
5. Acordarea unei atenții deosebite programelor din perioada Crăciun – Revelion, inclusiv prin cumpărarea unor pachete de programe și filme speciale.

Cu toate acestea trebuie subliniat faptul că modul în care se efectuau măsurătorile de audiență, completarea panelului - în luna septembrie 2007, prin înlocuirea a 70 de gospodării pe care se realiza cercetarea audienței în trimestrul IV al anului 2007, plecând de la realitatea din teren după explozia instalării platformelor DTH (Direct To Home) -, precum și situația financiară grea au făcut ca rezultatele să nu fie de fiecare dată la nivelul dorit.

În aceeași ordine de idei, trebuie spus faptul că, în perioada campaniilor electorale, vizând alegerile pentru Parlamentul European și pentru referendumul pentru alegerile uninominale, campanii în care TVR s-a implicat foarte puternic, prin acordarea întregului prime time acestor evenimente, acțiuni ce țin de misiunea publică a televiziunii publice, audiența a avut de suferit în raport cu televiziunile private.

Un loc aparte în analiza audiențelor îl reprezintă festivalul național George Enescu. TVR a înțeles să ia parte la acest eveniment cultural extrem de important, atât prin acordarea unor spații extrem de generoase nu numai pe TVR Cultural dar și pe TVR 1, cât și din punct de vedere tehnic. Cu toate că audiențele nu au fost foarte bune, iar pierderile de publicitate au fost semnificative, conducerea Televiziunii Române consideră că implicarea televiziunii publice în astfel de evenimente este, nu numai onorantă, dar și obligatorie pentru o televiziune ce se dorește a fi un reper în viața socială românească.

Fără să facă rabat de la calitate în favoarea audienței și fără să cedeze niciun pas de la misiunea sa publică, TVR a urmărit permanent creșterea audienței programelor sale.

## Situația financiară în 2007

Televiziunea publică și-a încheiat activitatea, în anul 2007, cu principalul obiectiv îndeplinit. Acesta a fost fixat de actuala conducere, la jumătatea anului, și a vizat în primul rând stoparea declinului financiar, concomitent cu îmbunătățirea calității programelor.

De remarcat faptul că în semestrul doi, pentru prima dată după foarte multă vreme, TVR a avut un profit de 411.702 lei, diminuând, astfel, pierderea înregistrată la jumătatea anului.

Astfel, televiziunea publică a înregistrat în 2007 următorii indicatori economico-financiar: venituri totale de 522.175.264 lei (venituri din exploatare 519.690.927 lei, venituri financiare 2.484.337 lei), cheltuieli totale de 551.626.831 lei (cheltuieli de exploatare 549.538.753 lei, cheltuieli financiare 2.088.078 lei), cifră de afaceri netă de 514.504.166 lei.

Rezultatul contabil brut al activității economice în 2007 a fost de minus 29.451.567 lei. Veniturile TVR din taxa pentru serviciul public de televiziune au fost, în 2007, în valoare de 294.423.472 lei (56,65% din total venituri din exploatare), publicitatea a adus încasări de 73.774.562 lei (14,20% din total venituri din exploatare), subvențiile de exploatare au fost în valoare de 144.043.812 lei (27,72% din total venituri din exploatare), iar alte venituri din exploatare au avut o valoare de 7.449.081 lei (1,43% din total venituri din exploatare).

La sfârșitul anului 2007, creanțele TVR au fost de 41.842.090 lei, iar datoriile curente, de 84.755.894 lei. În anul 2007, TVR a efectuat investiții, atât din surse proprii, cât și din alocații bugetare, în sumă de 42.603.307 lei.

În urma aplicării programului de măsuri aprobat și aplicat cu perseverență de conducerea Televiziunii Române, de reducere a costurilor, s-au obținut rezultate deosebite. În semestrul II din 2007, televiziunea publică a reușit să obțină un profit contabil brut de 411.702 lei, reducând pierderea înregistrată la 30 iunie 2007.

S-au obținut economii față de anul precedent la mai multe capitole de cheltuieli: materii prime și materiale consumabile - o economie de 2.726.723 lei; alte cheltuieli materiale - o economie de 1.781.526 lei; cheltuieli cu energia electrică și apa - o economie de 90.251 lei; cheltuieli privind prestațiile externe - o economie de 11.070.154 lei.

Comparativ cu anul anterior, au fost reduse cheltuielile salariale privind sporurile acordate conform literei h din C.C.M. cu 1.642.478 lei și cheltuieli cu primele acordate cu 3.810.230 lei. Numărul orelor suplimentare s-a redus față de anul precedent cu 18.626 ore. Numărul mediu de salariați a scăzut față de anul precedent cu 88 de persoane.





## CAPITOLUL I – ACTIVITATEA TVR ÎN ANUL 2007

### 1. Programele TVR





## a) Detalierea strategiei de programe

Prin strategia de programe a TVR pe anul 2007 au fost asumate o serie de obiective principale și de obiective specifice. Elaborarea strategiei de programe a Televiziunii Române revine Direcției Programe, compartiment de producție subordonat direct Președintelui-Director General. Direcția Programe are printre atribuții și elaborarea grilelor de programe, respectând principiul complementarității acestora.

De asemenea, intră în atribuțiile Direcției Programe conceperea și realizarea programelor prin intermediul personalului editorial. Departamentul Producție Editorială este structura cea mai complexă a Direcției Programe și cuprinde aproximativ 420 de oameni, dintre care 320 de jurnaliști. Această echipă produce 115 titluri pentru cele patru canale ale TVR. Volumul de muncă presupus de ansamblul activităților de producție, de personal și al celor birocratice care se desfășoară în cadrul Departamentului Producție Editorială este foarte extins.

## b) Obiective principale realizate

Principalele obiective asumate prin strategia de programe a TVR pe anul 2007 au fost: îndeplinirea cerințelor ce revin unei televiziuni publice - credibilitate, obiectivitate, independență, echilibru și acuratețe – precum și orientarea, în ansamblu, a grilelor de programe și, în particular, a emisiunilor, către cerințele și exigențele pieței consumatorilor de media din România, și către publicul din diaspora.

Un alt obiectiv asumat a fost introducerea, la nivelul canalelor TVR, a unei evaluări lunare a costurilor vs. audiență, cu consecințe imediate în privința programelor neperformante. Astfel, a fost aprobată Procedura de evaluare a programelor din grila canalelor TVR ca suport pentru menținerea în grila de programe a producțiilor performante și pentru eliminarea celorlalte.

În acest sens, trebuie remarcat faptul că TVR a respectat permanent, în propria sa grilă de programe, recomandările EBU în ceea ce privește ponderile diferitelor tipuri de programe.

**Ponderea programelor difuzate în 2007, în număr de ore în totalul emisiei TVR, repartizate pe genuri conform clasificării EBU**

cod Gen EBU	Gen EBU	Ore realizate			
		TVR 1	TVR 2	TVR C	TOTAL
1	News	1.091	757	481	2.329
2	Factual/Information	1.751	1.502	2.428	5.681
3	Fiction	2.084	2.661	1.564	6.309
4	Entertainment	574	709	25	1.308
5	Sport	513	493	-	1.006
6	Education	102	413	188	703
7	Art & Culture	463	86	2.217	2.766
8	Music	370	235	883	1.488
9	Science	110	65	152	327
10	Religion	197	50	101	348
11	Other	99	349	53	501
12	Advertising	838	908	187	1.933
13	Promotional	416	419	481	1.316
14	TV Shopping	152	113	-	265
	<b>Total</b>	<b>8.760</b>	<b>8.760</b>	<b>8.760</b>	<b>26.280</b>
	Children	238	230	3	471
	Animation	259	77	3	339
	Documentary	502	520	2.354	3.376

**Ponderea programelor difuzate în 2007, în procente, în totalul emisie TVR,  
repartizate pe genuri conform clasificării EBU**

cod Gen EBU	Gen EBU	%				
		TVR 1		TVR 2		TVR C
		realizat	propus strategie	realizat	propus strategie	
1	News	12,46	12,00	8,65	6,50	5,49
2	Factual/Information	19,99	15,50	17,15	16,50	27,72
3	Fiction	23,79	26,00	30,37	33,50	17,85
4	Entertainment	6,55	10,00	8,09	6,50	0,28
5	Sport	5,86	5,50	5,63	6,00	-
6	Education	1,16	2,50	4,72	3,00	2,15
7	Art & Culture	5,28	4,50	0,98	2,00	25,31
8	Music	4,22	4,50	2,69	4,00	10,08
9	Science	1,26	1,00	0,74	1,00	1,73
10	Religion	2,25	1,00	0,57	1,50	1,16
11	Other	1,13	0,50	3,98	3,00	0,60
12	Advertising	9,56	8,00	10,36	9,00	2,13
13	Promotional	4,75	6,00	4,78	6,00	5,50
14	TV Shopping	1,74	3,00	1,29	1,50	-
	<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
	Children		2,72		2,62	0,04
	Animation		2,95		0,87	0,04
	Documentary		5,73		5,93	26,87

Unul dintre cele mai importante obiective ale TVR, rezultat ca urmare a aplicării normelor europene, așa cum se regăsesc ele în legea de organizare și funcționare a Societății Române de Televiziune, a fost păstrarea producției europene la un nivel mai mare de 50% în raport cu celelalte producții.

Astfel:

- pe TVR 1, din totalul de 8.760 de ore difuzate în 2007, 4.403,25 de ore au fost ocupate de programe europene, ceea ce reprezintă un procent de 50,27%;
- pe TVR 2, din totalul de 8.760 de ore difuzate, 4.286,80 de ore au fost filme europene, respectiv 48,94%;
- pe TVR Cultural, în 2007, 7.039,95 de ore reprezintă producție europeană, respectiv 80,36% din total difuzări.

Canal	Total producții europene ianuarie – decembrie 2007	Total ore emisie – ianuarie - decembrie 2007	Procent
TVR 1	4.403,25	8.760	50,27%
TVR 2	4.286,80	8.760	48,94%
TVR Cultural	7.039,95	8.760	80,36%

CANAL	EXPLICAȚII	ORE
TVR 1	Achiziții film Europa fără România (inclusiv Formula 1, fotbal, raliuri)	1.060,25
	Formula 1, fotbal, raliuri	79,00
	<b>Total achiziții film Europa fără România și fără sport</b>	<b>981,25</b>
TVR 2	Achiziții film Europa fără România (inclusiv Formula 1, fotbal, raliuri)	1.350,5

	Formula 1, fotbal, raliuri	169,7
	<b>Total achiziții film Europa fără România și fără sport</b>	<b>1.360,8</b>
TVR Cultural	Total achiziții Europa	3.228,43
	<b>Total achiziții film Europa fără România și fără sport</b>	<b>3.228,43</b>
TVR 1	<b>România</b>	
	Producție proprie, coproducție, producție independenți - (inclusiv știri și sport)	4.644,75
	Știri și sport	1.222,75
	<b>Total România fără știri și sport</b>	<b>3.422,00</b>
TVR 2	<b>România</b>	
	Producție proprie, coproducție, producție independenți (inclusiv știri și sport)	3.842,7
	Știri și sport	916,7
	<b>Total România fără știri și sport</b>	<b>2.926</b>
TVR Cultural	<b>România</b>	
	Producție proprie, coproducție, producție independenți (inclusiv știri)	4.276,94
	Jurnal Cultural	465,42
	<b>Total România fără știri</b>	<b>3.811,52</b>

### c) Obiective specifice realizate

- *sprijinirea pieței autohtone a producătorilor independenți de programe*, așa cum se prevede în recomandările Directivei Televiziunii fără Frontiere, prin includerea în grile a unor programe ale producătorilor independenți (vezi **anexa 1**). Având în vedere ponderea producțiilor independente în totalul producției comandate, TVR a menținut colaborarea cu producătorii independenți în limitele normelor europene în domeniu și în condițiile unui buget de austeritate;

- *continuarea preluării unor spectacole valoroase din repertoriul teatrelor românești* prin transmiterea pieselor *Nepotul* și *Marlene* de la Teatrul de Comedie. De asemenea, au fost preluate 12 spectacole puse în scenă în cadrul Festivalului de Teatru de la Sibiu;

- *promovarea platformelor alternative de tip internet în cadrul selecției de programe*. În prezent, la selecția de programe se ține cont și de potențialul formatelor propuse de a fi exploatate pe platforme alternative de tip „new media”;

- *realizarea de programe care pun accent pe interactivitatea cu telespectatorii prin implicarea acestora în realizarea conținutului video*. În acest sens, feedback-ul primit de la public este foarte folosit. Transmiterea pe internet a emisiunilor câștigă teren prin atragerea publicului tânăr.

- *TVR s-a implicat în proiecte de mare anvergură, sociale și culturale*. Dintre proiectele incluse în strategia de programe au fost realizate următoarele:

➤ *Festivalul și Concursul Internațional George Enescu*

Trei canale ale Televiziunii Române - TVR 1, TVR 2 și TVR Cultural - au transmis live și înregistrat ediția a XVIII-a a Festivalului și Concursului Internațional *George Enescu*, una dintre cele mai importante manifestări culturale din România. Festivalul s-a desfășurat în perioada 1-23 septembrie 2007. Televiziunea Română a mobilizat patru care de reportaj și a amplasat camere în toate locațiile în care s-a desfășurat festivalul. Pe lângă transmisiunile directe și înregistrările din festival, TVR a dedicat manifestărilor *George Enescu* și alte programe: timp de 23 de zile a fost difuzată, zilnic, *Agenda festivalului*, la TVR Cultural și TVR 1; au fost realizate interviuri în exclusivitate cu cele mai importante

personalități prezente la festival și a fost difuzată o ediție *Garantat 100%* cu un invitat special la eveniment, precum și *Filmul Festivalului George Enescu*, la TVR 1.

➤ *Sibiu – Capitală Culturală Europeană*

În cadrul parteneriatului de promovare a programului *Sibiu – Capitală culturală europeană*, TVR a reflectat câteva dintre evenimentele culturale cheie ale anului 2007: *Gala Premiilor UNITER*, *Sibiu Jazz Festival*, *Festivalul Internațional de Film Transilvania*, *Festivalul de Film Astra*, *Festivalul Național al Artelor Tradiționale*, *Festivalul Internațional de Folclor Cântecul Munților*, *A Treia Conferință Ecumenică*.

În calitate de partener media al programului *Sibiu – Capitală culturală europeană 2007*, conform protocolului semnat între TVR, Ministerul Culturii și Cultelor și Asociația Sibiu 2007 CCE, Televiziunea Română a promovat programul pe toate cele patru posturi ale sale – TVR 1, TVR 2, TVR Cultural și TVR Internațional. În acest sens, TVR a alocat spații speciale evenimentelor cheie din cadrul programului, a avut transmisii directe de la evenimente importante, respectiv înregistrări de concerte, spectacole de teatru, documentare și reportaje.

TVR a instalat un studio permanent la Sibiu, de unde s-au transmis știri, reportaje, interviuri, talk-show-uri etc. *Agenda Sibiu 2007* din cadrul *Jurnalului* de weekend a oferit telespectatorilor TVR 1 informații despre evenimentele de la Sibiu.

TVR a preluat, de asemenea, integrale de teatru și recitaluri susținute pe scenele de la Sibiu, a transmis în direct, pe cele patru posturi ale sale, evenimentele cheie ale proiectului în funcție de specificul fiecăruia.

➤ *Autostrada TVR*

Din luna martie 2007 a început difuzarea, pe TVR 2, a programului *Autostrada TVR*, un proiect care a fost dezvoltat în concordanță cu directivele Uniunii Europene de promovare și dezvoltare a televiziunilor regionale. Timp de două ore pe zi, prin splitare pe TVR 2, se realizează un program regional unitar, pe baza unei armonizări a grilelor celor patru studiouri teritoriale. Noutatea absolută o constituie apariția celui de-al cincilea program regional, TVR București, care reflectă actualitatea a 13 județe din Muntenia și Dobrogea, inclusiv București.

- *Relansarea site-ului TVR, în martie 2007, într-un nou design, care vine în întâmpinarea nevoilor utilizatorilor.* În ciuda unor dificultăți de operare, site-ul poate fi considerat un pas important în direcția dezvoltării către televiziunea on-line;

- *Aplicarea unei strategii unitare și coerente privind asocierea cu diverși parteneri externi pentru organizarea și difuzarea unor evenimente.* Periodic, au fost alese, pe baza unor criterii făcute publice, proiectele la care TVR a devenit partener – preluate în direct, înregistrat sau sub formă de reportaje – pe unul din canalele televiziunii publice. Au fost selectate proiectele și parteneriatele în baza priorităților strategice din 2007 și în funcție de: segmentele țintă și specificul fiecărui canal, conținutul, calitatea, unicitatea și potențialul de audiență pe care îl poate aduce proiectul respectiv.

- *TVR a respectat cu strictețe spațiile alocate prin lege programelor destinate minorităților etnice din România pe cele patru canale.* În același timp, au existat preocupări pentru conceperea unor formate noi, capabile să atragă și să fidelizeze publicul cărui i se adresează. În **anexa 2** este prezentată situația difuzărilor acestor emisiuni pe fiecare dintre cele patru canale ale TVR.

- În îndeplinirea rolului său de televiziune publică, TVR a continuat să ofere și a îmbunătățit programele destinate sprijinirii, informării și educării tuturor telespectatorilor și prin transmiterea de *emisiuni dedicate persoanelor cu dizabilități*, cum ar fi *Oameni ca noi*, difuzat pe TVR 1, precum și reluarea pe TVR 2 a *Jurnalului* de la ora 14.00 cu subtitrare pe teletext.

- *Revizuirea politicii de achiziții externe de filme.* Această chestiune s-a dovedit a fi una dintre cele mai sensibile. Atât membrii fostului CA, cât și membrii actualului CA au acordat o atenție specială acestui subiect.

- Situația privind *difuzarea de achiziții externe* în 2007 este următoarea:

- TVR 1: seriale – 690 de ore, din care 85 pentru copii; documentare – 340,50 ore; desene animate – 180,25 ore; filme – 1.232,25 ore;
- TVR 2: seriale – 1.473,5, din care 232 pentru tineret și 222 pentru copii; sitcom – 165 de ore; drama – 844,5 ore; documentare – 410,4 ore; desene animate – 73,2 ore, din care 57 de ore pentru copii și 16,2 ore pentru adulți.

#### d) Obiective specifice realizate parțial

Deși TVR a reușit fidelizarea unui public întinerit și cu un grad de instruire superior, în 2007 s-a înregistrat totuși o tendință de scădere a indicilor de audiență, comparativ cu aceeași perioadă a anului anterior. Un factor important, care a influențat în mod deosebit raportul de audiențe, a fost Campionatul Mondial de Fotbal, desfășurat în iunie 2006, precum și meciurile din Liga I. Aportul acestor competiții a favorizat valorile superioare înregistrate în 2006 față de 2007.

Având în vedere situația financiară în care se află TVR, producția de filme, seriale și sitcom-uri a fost sistată, cu precădere în a doua parte a lui 2007. S-a continuat totuși politica de sprijinire a producției de film românesc prin finanțarea unor filme care au avut succes inclusiv pe plan internațional.

#### e) Programe pentru minoritățile naționale

Televiziunea Română joacă un rol important în informarea publicului despre identitatea, istoria, tradițiile etc. minorităților naționale recunoscute în țara noastră. Emisiunile TVR cu și despre minorități au încercat, sub diferite conținuturi și genuri publicistice, conform strategiei de programe a TVR, să redea multitudinea formelor de exprimare. De asemenea, toate aceste emisiuni sunt traduse și subtitrate în limba română, astfel încât ele să poată fi urmărite de toți telespectatorii, indiferent de naționalitate.

##### Emisiuni pentru minoritatea maghiară

Emisiunile curente realizate de Secția Emisiuni în Limba Maghiară încearcă să informeze, să educe și să ofere divertisment comunității maghiare din România (cca. 1,5 milioane de cetățeni). **Emisiunile în limba maghiară în anul 2007** au însemnat cca. 152 de ore de emisie în premieră pe TVR 1 și TVR 2 și cca. 50 de ore de selecții pe TVR Internațional și TVR Cultural:

Canal	Titlu	Ziua difuzării	Interval orar	Durata/efectiv	Observații
TVR 1	<i>Kronika</i>	Luni	15:30-17:00	90min./75 min.	
		Martți	16:00-17:00	60min./50 min.	
TVR 2	<i>Szieszta / Cafeneaua</i>	Joi	15:00-17:00	60min./52 min.	<i>Împreună în Europa</i>
TVR Cultural	<i>Kultura</i>	Joi	19:00-19:30 16:00-16:30	30min./28 min.	Selecție din arhivă
TVR Internațional	<i>Magazin în limba maghiară</i>	Luni	15:00-16:00 12:00-13:00	60min./58 min. Bilunar	Selecție din emisiuni de pe TVR 1 și TVR 2

Emisiunile curente enumerate sunt magazine cu rubrici care acoperă o bună parte din genurile clasificării EBU: buletin informativ – o cronică săptămânală de evenimente (14%); publicistică/infotainment – reportaj, talk-show, discuții (28%); artă și cultură – documentare, interviuri (28%); divertisment – muzică ușoară, umor, scenete, spectacol (10%); știință – documentare, interviuri (9%); muzică – clasică, jazz, populară, dans (6%); educație – școală, interviuri, discuții (3%); religie – (3%). De asemenea, TVR a difuzat ediții speciale (suplimentare) de emisiuni în limba maghiară de Paști, Crăciun, Revelion.

##### Emisiuni pentru minoritatea germană

Emisiunile produse de Secția Emisiuni în Limba Germană își propun să fie o oglindă a germanilor din România și o punte de legătură cu țările germanofone. Emisiunile se adresează în primul rând minorității germane, îndeplinind mai multe funcții: informează, promovează identitatea culturală a diferitelor comunități

de limbă germană din țara noastră și acționează ca un liant între acestea. Datorită subtitrării în limba română, aceste programe sunt accesibile și publicului din rândul populației majoritare interesat de limba și cultura germană.

Emisiunile produse în 2007 sunt:

- *Akzente* - pe TVR 1, joia, de la 15.30 la 17.00;
- *Împreună în Europa* - pe TVR 2, marțea, între 15.00 și 16.00, o dată la două săptămâni;
- emisiune în limba germană pe TVR Internațional, lunea, între 14.00 și 15.00;
- emisiune în limba germană pe TVR Cultural vinerea, între 16.00 și 16.30.

Secția germană a asigurat săptămânal 150 de minute de producție proprie pe canalele TVR 1 și TVR 2 (emisiunile de pe TVR Internațional și TVR Cultural se compun din reluări). La acestea s-au adăugat emisiunile speciale de Paști și de Crăciun. De asemenea, s-au realizat, în cadrul emisiunii de pe TVR 1, în 2007, și câteva documentare de portofoliu, cum ar fi: *Prețul libertății* (un film despre vânzarea germanilor în RFG).

Având în vedere faptul că Sibiul a fost, în 2007, capitală culturală europeană, a fost introdusă o serie lunară de portrete ale unor personalități sibiene (Baronul Samuel von Brukenthal, etnograful Emil Sigerus, Episcopul Bisericii Evanghelice C.A. din România D. Dr. Christoph Klein, pictorița Iuliana Fabritius Dancu etc.), sub titlul *In Hermannstadt geboren... Născut la Sibiu*.

Totodată, secția germană a TVR a produs, la Timișoara, în Piața Domului, un spectacol sub genericul *Un vis de vară*, care a cuprins arii din opere, dansuri populare, balet, scenete, muzică de fanfara și clasică.

#### **Emisiuni pentru alte minorități**

Secția Emisiuni pentru Alte Minorități produce șapte ediții săptămânale, însumând 4 ore și 30 min. în premieră pe canalele TVR 1, TVR 2 și TVR Cultural. Programele, care sunt producție sută la sută internă a TVR, sunt următoarele:

- *Bagaj pentru Europa / Conviețuiri* (TVR 1, durată 50 min., miercurea, de la ora 16.00) - conține elemente reprezentative pentru toate etniile recunoscute oficial în România;
- *Împreună în Europa* (TVR 2, durată 52 min., vinerea, de la ora 15.00) - abordează teme legate de interculturalitate, multiculturalitate, relații interetnice;
- *Primul pas* (TVR 2, durată 52 min., lunea, de la ora 15.00) - emisiune dedicată, în exclusivitate, etniei rome cu toate obiceiurile, tradițiile și problemele ei sociale. Edițiile sunt gândite tematic și se axează pe prezentarea problematicii din toate unghiurile de vedere posibile;
- *Identități* (TVR Cultural, marțea și miercurea, de la ora 19.00 - în prima parte a anului - și de la ora 16.00) - promovează esența și valorile diferitelor etnii din România, cuprinde povești despre oameni reprezentativi pentru cultura românească, despre exponenți de valoare ai țării, dar și despre oameni simpli care fac parte dintr-un grup etnic ce încearcă să-și păstreze tradițiile, meșteșugurile, obiceiurile moștenite din vechime;
- *Etnii danubiene* (TVR 2, emisie pentru zonele Muntenia și Dobrogea, în tronsonul *Autostrada TVR*, durată 26 min., lunea, de la ora 17.00) - constă în trei reportaje filmate și montate, care se difuzează și apoi sunt comentate de un invitat al emisiunii, împreună cu cei doi moderatori ai programului *Autostrada TVR*.

Reportajele reflectă diversele aspecte ale vieții minorităților naționale care trăiesc în zona Munteniei și Dobrogei, tronsonul fiind gândit ca un program cu emisie regională pentru sudul țării.

Și stațiile regionale - TVR Iași, TVR Cluj, TVR Craiova și TVR Timișoara au alocat spații emisiunilor dedicate minorităților naționale.



## CANALE

În anul 2007, programele TVR au fost vizionate prin intermediul canalelor TVR 1, TVR 2, TVR Cultural, TVR Internațional și al canalelor regionale.

### TVR 1

#### a) Poziționare

TVR 1 este cel mai important canal al televiziunii publice, care acoperă cea mai mare parte a teritoriului țării. Este un canal generalist, axat pe cele trei valori fundamentale ale unui post public - informare, educare, divertisment - și vizează toate categoriile de audiență.

În 2007, TVR 1 a acordat o atenție deosebită emisiunilor informative legate de problematica europeană, ca efect al aderării României la Uniunea Europeană. Emisiunile incluse în grilele de primăvară și vară, ale anului 2007, au fost realizate în jurul conceptului „Românul, cetățean al Europei”. Multe programe au avut ediții dedicate, care au răspuns, în funcție de formatul fiecăreia, la întrebarea „Ce înseamnă să fii european?”

În condițiile în care CA a constatat, în prima perioadă a anului 2007, că situația economică a TVR era îngrijorătoare și că se impuneau măsuri rapide, grila de vară a TVR1 a fost una de austeritate, dedicată în primul rând reluărilor și consumului de programe care nu au necesitat cheltuieli mari.

Odată cu lansarea grilei de toamnă, preocuparea canalului TVR 1 de a răspunde nevoilor și problemelor pe care le au cetățenii s-a concretizat în propunerea unui nou concept: „Nouă ne pasă... și vom fi cu ochii pe ei”.

Grila de toamnă a fost construită pornind de la acest mesaj, element cheie al conceptului editorial, care a atins problemele sociale, edilitare, economice și financiare, adică ale vieții cotidiene – probleme care au fost aduse în prim-planul autorităților.

Pentru a oferi publicului emisiuni de calitate, au fost intensificate eforturile pentru sporirea atractivității programelor difuzate în 2007. În acest sens, a fost stimulată creativitatea, profesionalismul și rigoarea personalului de specialitate din cadrul echipelor editoriale și tehnice care lucrează la producția de programe.

#### b) Obiective realizate:

- *creșterea credibilității și consolidarea profilului de canal media total independent în fața influențelor politice.* O dovadă a atingerii acestui obiectiv este și creșterea numărului emisiunilor de publicistică-anchete (19,99% realizat, față de 15,5% propus);

- *eforturi pentru atragerea publicului tânăr.* În acest scop, au fost introduse, în grilele de programe, emisiuni dedicate copiilor și preadolescenților, inclusiv o linie zilnică de seriale și desene animate. Prin alegerea unor formate moderne, creative, dinamice și adaptate la tehnologiile secolului XXI (grafică 3D etc.), a fost acordată o atenție mai mare programelor pentru copii, sporindu-se atractivitatea lor.

- *întărirea segmentului de programe difuzate vineri seara, sâmbăta după-amiaza și duminica.* În acest scop, au fost introduse emisiunile *O dată-n viață*, *Cafeneaua Astrelor*, *Danutz SRL*. Recâștigarea supremației în weekend a fost considerată importantă pentru creșterea, per ansamblu, a audienței postului. Realizarea emisiunii *O dată-n viață* s-a dovedit a fi un real succes, programul fiind, de multe ori, lider de piață pe tronsonul orar pe care se difuzează, la concurență cu ceea ce difuzează Antena 1 și Pro TV.

#### c) Obiective realizate parțial

Deși ne-am propus consolidarea tronsoanelor de difuzare a producțiilor autohtone de seriale și sitcomuri, prin includerea în grile a unor noi seriale, TVR 1 a avut în grila de programe numai un serial autohton, realizat în interiorul TVR, *Komando TVR*.

#### d) Reflectarea evenimentelor majore

Pentru a-și îndeplini misiunea de televiziune publică, TVR are datoria de a reflecta evenimentele culturale majore ale țării. În 2007, TVR 1 a pus accent pe sprijinirea pieței autohtone a producătorilor independenți,

implicându-se în proiecte importante: *Festivalul Internațional George Enescu*, *Festivalul de Teatru – Sibiu*, *Festivalul Internațional de Film Transilvania*, de la Cluj, *Gala UNITER*, *Premiile Clubului Român de Presă*, *Festivalul Mamaia*, *Gala APTR*, *Gala Premiilor GOPO*, *Gala Premiilor Muzicale Radio România*, *Festivalul de Film Anonimul*, *Noaptea Devoratorilor de Publicitate*, festivaluri de folclor.

Televiziunea publică a susținut și a reflectat campanii umanitare, sociale și culturale (*Galele UNICEF* și *Crucea Roșie*, *Sibiu – Capitală culturală europeană 2007*). TVR 1 a difuzat și spoturile mai multor campanii sociale, inițiate de diferite fundații, asociații, ministere, guvern.

## TVR 2

### a) Poziționare

Prioritatea anului 2007 a fost, pentru TVR 2, limitarea pierderilor de audiență în urma re poziționării din 2006. Ca urmare a deciziei fostei conduceri a televiziunii publice, TVR 2 a acordat, în 2007, un spațiu zilnic programelor regionale, în tronsonul 16.30–18.30, contribuind astfel la aducerea în fața publicului a temelor și problemelor locale.

Ținând cont de fragmentarea pieței și de apariția unor jucători importanți, TVR 2 a reușit să își mențină, după re poziționarea din 2006, o cotă de piață echilibrată și să stabilizeze scăderile.

### b) Obiective îndeplinite:

- Realizarea unor emisiuni destinate adolescenților și tinerilor sub 25 de ani:
  - lansarea programului *Liber pe Contrasens*, dezbatere difuzată săptămânal, pe parcursul a 50 de minute, singura emisiune a tinerilor despre problemele, grijile și temerile lor;
  - reintroducerea programului *Zoom pe 2*, emisiune-magazin, difuzată săptămânal, cu știri de larg interes din cele mai diverse domenii, pentru tinerii cu vârste cuprinse între 8 și 14 ani;
  - reluarea programului *Atenție, se cântă!*, pentru promovarea tinerilor artiști;
  - creșterea numărului emisiunilor dedicate copiilor: *ABC... De ce?*, singurul program din piață dedicat vârstelor 0–4 ani, difuzat zilnic; *H-Ora prichindeilor*, concurs de folclor și tradiții pentru copii.
- Sporirea ponderii emisiunilor sportive, în măsură să atragă categoriile tinere de audiență:
  - lansarea programului *Replay*, cu rol remember/educativ, care aduce zilnic în atenția telespectatorilor momentele importante ale fotbalului românesc;
  - introducerea rubricii sportive la *Ora de știri*;
  - atenuarea pierderii meciurilor din Liga I cu transmisii din Liga a II-a;
  - preluarea unor programe de motociclism și revenirea în grilă a programelor auto;
  - negocierea, pentru 2008, a preluării sezonului moto internațional, unde pentru prima dată participă și un pilot român.
- Lansarea programelor regionale pentru zonele Muntenia și Dobrogea și a splitării TVR 2 în teritoriu, precum și a *Jurnalului* regional, în tronsonul orar 16.30–18.00, respectiv 18.00–18.30, în conformitate cu strategia fostului Consiliu de Administrație al TVR.
- Creșterea interactivității emisiunilor: *Tonomatului DP 2* (concurs cu premii etc.); introducerea programului interactiv cu premii în direct *ABC... De ce?*, zilnic; începerea negocierilor cu Ministerul Educației pentru introducerea unui program interactiv de gen „Teleşcoală” (bazat pe softurile Siveco), program în care telespectatorii își aleg lecțiile prin votarea pe site.

### c) Alte realizări

- TVR 2 a reușit să revină pe piața evenimentelor muzicale, preluând în exclusivitate mai multe concerte aniversare, sau ale unor soliști internaționali (TVR 2 a avut exclusivitate pentru *IRIS - 30 de ani* și *Phoenix - 45 de ani*, prin politica de susținere a unor valori din muzica românească).

- Anul 2007 a adus și trecerea la grafica 3D (tridimensional) a pachetului grafic al postului. Grafica 3D corespunde publicului țintă al TVR 2 (activ, 18-49 de ani), definind mai clar targetul. Ambele pachete grafice din anul 2007, atât cel de vară, 2D, cât și cel de toamnă-iarnă, 3D, au fost realizate în interiorul TVR, cu resurse proprii.

- TVR 2 s-a implicat în susținerea campaniei antidrog

- Prin colaborarea cu Asociația pentru Conservarea Ariilor Protejate Bio-Cultural, TVR 2 a devenit coproducător al Festivalului *Stufstock*, susținând inițiativele de protejare a mediului (patru zile de festival în 14 emisiuni transmise în direct, două „making-off”-uri, mai multe reportaje scurte difuzate între transmisiile live de la Vama Veche cu acest mesaj).

#### **d) Obiective îndeplinite parțial**

Deși unul dintre obiectivele pentru anul 2007 a fost ridicarea tronsonului 20.00-21.00 din zilele de luni-miercuri la nivelul de performanță al serilor de joi-duminică, prin achiziția unor formate noi, s-a reușit achiziționarea unui format de succes numai pentru ziua de marți (*Familii în impas*). Acest format a performat (aproape a dublat ratingul pe acest segment) și s-au reorganizat celelalte sloturi de prime-time. În ziua de luni, a fost introdus programul *Dincolo de hartă*, cu performanțe semnificative, urmând ca în 2008 să fie achiziționat un format și pentru segmentul de miercuri, singurul rămas neconsolidat, din lipsa resurselor financiare.

#### **e) Obiective nerealizate**

Promovarea mai activă și imaginativă a programelor de tip „gold” ale canalului - *Ora de știri*, *Arena leilor*, *D'ale lu' Mitică*, *Tonomatul DP 2* - rămâne un obiectiv nerealizat din lipsa bugetului de promovare.

## **TVR Cultural**

### **a) Poziționare**

Păstrându-și caracterul tematic, de post de nișă, în 2007, TVR Cultural a dobândit un profil formativ mai pronunțat și a avansat o nouă abordare, mai dinamică și mai polemică, a actualității culturale românești și internaționale.

Conform orientării strategice, TVR Cultural și-a propus să devină un post de avangardă, un manifest al culturii românești contemporane, un post interactiv, care generează evenimente, conferă autoritate pe piață și reprezintă o rampă de lansare pentru creatorii talentați.

TVR Cultural și-a propus, în 2007, ieșirea din „zona ratingului zero”, prin inițiative editoriale care să depășească cadrul grilelor clasice de programe.

### **b) Evenimente majore**

TVR Cultural are misiunea de a se asocia cu evenimente majore ale vieții culturale românești, urmărind reflectarea acestora și realizarea unor programe dedicate unor evenimente specifice. Astfel, pe parcursul anului trecut, în calitate de coproducător și/sau de partener media, TVR Cultural a intrat în asociere cu evenimente culturale importante:

- *Sibiu – Capitală culturală europeană*, proiect derulat în intervalul ianuarie-decembrie 2007, incluzând întreaga serie de manifestări, printre care *Festivalul de Teatru*, *Festivalul de Jazz*, expoziții, concerte. Aceste manifestări au fost relatate, zilnic, la *Jurnalul Cultural* și, periodic, în reportaje dedicate evenimentelor;

- Cele două importante Târguri de Carte românești: *Bookfest*, desfășurat în luna iunie, și *Gaudeamus*, organizat în luna noiembrie;

- *Festivalul Internațional George Enescu*, derulat în luna septembrie.

### **c) Obiective îndeplinite**

- TVR Cultural a urmărit materializarea celor trei obiective indispensabile unui canal care aparține serviciului public de televiziune: informarea, formarea și familiarizarea publicului cu arta de factură autentică, atât prin producțiile proprii, cât și prin cele achiziționate.

Instruirea culturală, cu finalitate enciclopedică, a constituit o prioritate, însă au fost căutate formate de emisiuni care să se îndepărteze de valențele explicit și excesiv didactice ale discursului informativ-formativ.

Accentul a fost pus pe narațiunea construită inteligent, care să conțină și să constituie adevărate lecții vii, dinamice, nonconformiste de cultură generală. Câteva exemple: *Cinemaniacii*, emisiune inclusă în grila primăvară-vară; *Cinema Dreaming*, din grila de toamnă; *Intrarea actorilor*; *Revolta clasicilor*; *V... de la vizual*.

- Pentru a deveni mai atractiv ca partener de dialog, TVR Cultural a urmărit implicarea telespectatorului în dezbateri și schimburi de opinii de mare interes, provocatoare, precum:

- *Duhovnicul de la miezul nopții*, un talk-show interactiv, transmis în direct, care aduce în discuție tensionatele dileme morale și spirituale ale omului contemporan, implicit ale românului de astăzi;
- *Istoria literaturii române contemporane* vorbită de Alex Ștefănescu, o emisiune care incită la păreri pro și contra datorită atitudinii tranșante, uneori generatoare de scandal, a prezentatorului;
- *Excentricii*, o emisiune care explorează lumea colecționarilor de ciudățenii;
- *Dialoguri despre altădată*, un talk-show care a stârnit interesul prin dezvăluirea unor întâmplări inedite din istoria României interbelice.

- Lansarea unor dezbateri de importanță națională asupra chestiunilor majore care marchează societatea românească de astăzi. Acestea constituie punctul de atracție al unor emisiuni ca: *Înapoi la argument*, talk-show care abordează aspecte ale relației dintre cultura națională și globalizarea galopantă; *Domnul Trandafir*, talk-show despre carențele, uneori extrem de grave, ale sistemului de învățământ autohton; *Arta.ro*, magazin despre tendințe ale civilizației românești contemporane, de urbanistică și managementul spațiului public, până la diferitele forme de arte; *La porțile cerului*, documentar, un adevărat „act de identitate” al spiritualității românești tradiționale și actuale.

- TVR Cultural a reușit, în anul 2007, atragerea unor colaboratori permanenți de notorietate: Grigore Leșe, Alex Ștefănescu, Neagu Djuvara, plus un mare număr de invitați de marcă în diverse emisiuni.

- Achiziționarea și difuzarea unor producții apreciate de public: cicluri de filme (*Cinemateca*, *Mari regizori*, *Cinematografia europeană de astăzi*), precum și a unor documentare de tip „library”.

- TVR Cultural a mizat pe interactivitatea cu publicul și deschiderea către tinerii creatori de artă, prin campania *Povești despre oameni*. Această campanie a avut două direcții: oferta TVR Cultural către public, constând în reportaje, confesiuni, interviuri și întâlnirea cu poveștile publicului, trimise în script sau ca film deja realizat, în vederea descoperirii unor destine semnificative. Acestei campanii de descoperire a tinerilor artiști i s-a alăturat și emisiunea *Clasa de film*.

- Preocuparea constantă a TVR Cultural a fost și inițierea de evenimente editoriale proprii, susținute de o intensă campanie de promovare. Un exemplu, în acest sens, este seria de documentare *Dali, necunoscutul*, realizată de echipa TVR Cultural la Barcelona. Această serie a reunit confesiuni inedite ale ultimilor prieteni rămași în viață ai lui Salvador Dali. Un alt exemplu este seria de documentare *Noica*, în care este inclus singurul interviu acordat vreodată de monahul Rafail, fiul filozofului.

#### **d) Măsuri**

TVR Cultural a recurs, în luna aprilie, la o reducere substanțială a numărului producțiilor mai puțin semnificative, eliminând din grila de programe 26 de formate (38% din producția proprie) și concentrându-se exclusiv pe câteva programe de tip „gold”.

### **TVR Internațional**

#### **a) Poziționare**

TVR Internațional este postul pentru străinătate al Televiziunii Române, al cărui target principal sunt românii care s-au stabilit sau lucrează în străinătate. TVR Internațional emite 24 de ore din 24 pe cinci continente și pe 23 de fusuri orare și are o grilă alcătuită din producții integral românești.

## **b) Obiective realizate**

Din 2007, TVR Internațional și-a propus să devină o platformă de interacțiune între românii din țară și rudele acestora plecate în străinătate. În același timp însă, obiectivul său principal a rămas promovarea cunoașterii României în lume. În acest sens, au crescut în mod considerabil emisiunile informative, a fost realizat info crawl, difuzat 24 de ore din 24, au fost introduse emisiuni noi (utilitare). Totodată, emisiunile consacrate au primit noi linii editoriale: *Info România balnear* – reportaj, 12 ediții; *Info România imobiliar* – reportaj, 12 ediții; *Info România mărci înregistrate* – reportaj, 12 ediții; *Destinația România* – reportaj turistic, 32 ediții; *Discover România* – producție scurtă, 50 de ediții; *Euroeconomia* - talk-show cu reportaje - 22 de ediții; *Afaceri de succes* - talk-show cu reportaje - 23 de ediții.

Orientarea către piață, focalizarea, atât către diaspora, cât și către migrația voluntară au fost alte obiective ale strategiei pe 2007. TVR Internațional a fost regândit, în contextul migrației masive din ultimii ani a românilor, în special către piețele de muncă din UE. Accentul a fost mutat de la problematica vechii diaspore către migrația voluntară. În ultimii ani, milioane de români au plecat în străinătate, legăturile acestora cu țara fiind încă foarte puternice, iar nevoile lor putând provoca atitudini proactive în materie de televiziune, inclusiv față de TVR Internațional.

Strategia de fidelizare a publicului, cu accent pe grupa 19-49 de ani, s-a concretizat prin programe informative și utilitare și interactive, precum: *Românii de lângă noi* – reportaj, 50 de ediții; *Lumea și noi* – reportaj, 50 de ediții; *Avocatul dumneavoastră*, *Job Internațional* – 30 de ediții; *Articolul 7* - 45 de ediții; *Un doctor pentru dumneavoastră* - 60 de ediții; *Scriveți-ne, noi vă răspundem, acum!* - 50 de ediții; *Dedicații muzicale* - 14 ediții. Pe site-ul emisiunii *Dedicații muzicale*, telespectatorii sunt așteptați să intre și să consulte un playlist cu melodii din diverse genuri de muzică - ușoară, rock, pop sau populară - multe dintre ele din arhiva Televiziunii Române, exclusivități care nu pot fi găsite în oferta altor televiziuni. În această emisiune telespectatorii pot suna pentru a face dedicații în direct. *VINERi STAR TVRi* - 14 ediții este o emisiune care își propune să invite personalități importante din lumea mondenă, artiști, creatori de modă, oameni de cultură; *TVR Internațional...* - 52 de ediții; *Ediție Specială - talk-show* (Italia) - 8 ediții.

Au fost realizate o serie de campanii în diaspora:

- *Privește cu inima*, campanie dedicată educației în străinătate și destinată comunității românești din Torino (Italia);

- *Românii au un cuvânt de spus*, despre integrarea românilor în societatea italiană - cursuri în limba română pentru copiii românilor aflați la muncă în străinătate, implicarea românilor în campanii sociale de anvergură;

- *Românii pe piața muncii din Italia* - românii își găsesc ușor un loc de muncă, iar unii și-au deschis deja afaceri de succes;

- *Mândru de România, demn în Europa*, campanie dedicată Zilei de 1 Decembrie.

De asemenea, profesioniștii TVR Internațional au realizat o serie de ediții speciale, 14 programe tip talk-show, concentrate pe problemele emigrației economice temporare, dedicate românilor din Italia.

Ponderea genurilor de programe în grila TVR Internațional a fost următoarea: emisiuni informative - 37%, de divertisment - 14%, utilitare - 34%, alte genuri - 15%.

În 2007, a avut loc ediția a șasea a *Galei Premiilor TVRi*, în cadrul căreia au fost celebrate valorile cu putere de exemplu, oameni care au avut realizări spectaculoase.

În premieră, ediția din 2007 a avut un premiu acordat de publicul TVR Internațional, care a votat pe internet emisiunea preferată. Astfel, premiul a fost câștigat de emisiunea *VINERi STAR TVRi*, care a obținut peste 100.000 de voturi de la telespectatorii români din străinătate.

TVR Internațional și-a propus dezvoltarea procedurilor interactive și prin mijloace de tip new media, capabile să unească diverse publicuri de vorbitori de limbă română răspândite în UE. Astfel, în colaborare cu

Departamentul TVR New Media, au fost făcute eforturi pentru a se introduce, în funcție de evenimente, diferite sondaje interactive și pentru realizarea de mini-site-uri. O atenție deosebită a fost acordată campaniei pentru alegerile europarlamentare, prin realizarea de portrete ale candidaților și talk-show-uri concentrate pe problemele emigrației economice temporare.

Tot în anul 2007, au fost făcute demersuri în vederea includerii canalului TVR Internațional în pachetul de bază al distribuitorilor de programe, prin platforme digitale precum Digi TV, Boom TV, Dolce TV. În acest sens, TVR Internațional a participat la lucrările Grupului de la Bruges, care reunește canalele internaționale ale televiziunilor publice din Europa, la întâlnirea anuală a radiourilor și televiziunilor internaționale, de la Stockholm (aprilie 2007) și la Convenția anuală a distribuitorilor prin cablu din România. De asemenea, au fost realizate contacte permanente cu distribuitori de programe de televiziune din lume, fiind încheiate o serie de contracte.

### Premii primite de TVR și de angajații săi în 2007

Angajați ai Televiziunii Române au fost premiați, în anul 2007, în cadrul diferitelor competiții naționale și internaționale, organizate de instituții profesionale.

Emisiunile *Interes General* (TVR 1), producător Sorin Burtea, *Investiți în România* și *Afaceri de succes* (TVR Internațional), producător Sorin Burtea; *Euroeconomia*, producător Cristina Leorent, au primit următoarele premii:

- Premiul presei ROCS 2007 pentru cel mai longeviv parteneriat, acordat de IDG România la a XIII-a ediție Rocs;
- Diplomă de excelență în activitatea de cooperare euroatlantică – acordată de Camera de Comerț și Industrie a Municipiului București;
- Mențiune specială pentru mediatizarea pieței Futures sibieni timp de 10 ani la Televiziunea Română - acordată de Bursa Monetar Financiară și de Mărfuri Sibiu;
- Premiul Reporter 2007.

Uniunea Ziariștilor Profesioniști din România a acordat o diplomă de excelență notelor de călătorie *Tunes Habibti – pe urmele lui George Sebastian*, scenariul și imaginea Adriana Rogovschi, comentariul Adriana Rogovschi, editori imagine Eduard Ologeanu și Gabriela Mocanu.

Proiectul *Zestrea Românilor* a fost invitat să adere la Asociația de Științe Etnologice (ASER – membră a asociației de profil din Europa), care a înființat din noiembrie 2007 o secție care poartă numele „Zestrea Românilor”. De altfel, acest proiect, prin filmul *Scalda mirilor*, a primit o mențiune la Festivalul Internațional de Film documentar „Cronograf”, de la Chișinău.

Emisiunea *Atunci și acum*, care i-a avut ca realizatori pe Cristina Țilică, Tatiana Țarfulea și Marian Voicu, pentru TVR 1, a fost distinsă cu Premiul Jean Loius Calderon al Asociației Profesioniștilor din Televiziune.

În cadrul Festivalului Etno-Folk-Pop de la Slătioara, documentarul *Dumnezeu i-a uitat o zi*, proiect al Cristinei Țilică și al Cameliei Moisă, a primit o mențiune. Cristina Țilică a primit o mențiune și la Festivalul de Film pentru Integrare de la Valencia (Spania) pentru documentarul *Crescuți prin corespondență*.

Emisiunea muzicală *Baritonul George Petean la Covent Garden din Londra* a obținut un premiu APTR.

În urma voturilor primite de telespectatori, emisiunea *VINEri star la TVRi* a primit premiul pentru cel mai apreciat program din grila TVR Internațional.

*Jurnalul Cultural* a reușit să obțină și în 2007 două premii: Trofeul Presei la secțiunea „TV” prin votul publicului, pentru modul în care a reflectat Târgul Internațional Gaudeamus, precum și Premiul de Excelență în cadrul Festivalului Internațional Duiliu Zamfirescu.

Pentru remarcabilul spirit profesional manifestat în promovarea activităților culturale ale Muzeului Cotroceni, Diana Dumitru, producător al *Jurnalului Cultural*, a fost distinsă cu diplomă de onoare de către Muzeul Național Cotroceni.

Profesioniștii de la studioul teritorial **TVR Timișoara** au obținut premii și în 2007:

- Premiul „Condiția umană” și premiul pentru imagine ex-aequo la Gala APTR pentru *Izolați în România*, producător Dite Dinesz; același program a primit și premiul pentru Cel mai bun reportaj TV la secțiunea „Televiziune regională” în cadrul Festivalul Televiziunilor Locale și Producătorilor Independenți SIMFEST Târgu Mureș.

- Premiul secțiunii Film Documentar la Festivalul Concurs Național al Filmului de Artă „7 ARTE” pentru *Spectacol nesfârșit. Aca de Barbu*, autor Vasile Bogdan.

- La Festivalul Internațional al Programelor de Televiziune și Radio pentru Minorități „Plaiul meu natal” (Ujgorod, Ucraina), programul *Lindenfeld - câmpul cu tei* (autor Veronica Mihoc) s-a clasat pe locul al III-lea, iar cameramanul Marius Danci a primit premiul pentru imagine; la același festival, reportajul *Robinson monden* (autor Bartha Csaba) a obținut mențiune.

- *Împletitorii de răchită* (autor Constantin Mărăscu) – premiul III la Festivalul Național „Toamna la Voroneț”, Gura Humorului

- *Marila* (autor Sorin Mărăscu) – premiul II la Festivalul Național „Toamna la Voroneț”, Gura Humorului

- *În prelungiri* – premiul „Jeana Gheorghiu” pentru cel mai bun talk-show, la Festivalul SIMFEST.

Echipa **TVR Iași** și-a trecut în palmares următoarele premii:

- Premiul pentru cel mai bun reportaj de știri la Festivalul televiziunilor locale SIMFEST de la Târgu Mureș pentru *Școala cu rândul*, realizat de Carmen Scutariu.

- Premiul pentru cea mai bună anchetă tv la festivalul televiziunilor locale SIMFEST de la Târgu Mureș pentru *Vai, ce de îngeri aici*, realizat de Carmen Olaru. Această producție a obținut și Premiul anului 2007 acordat de Uniunea Ziariștilor Profesioniști pentru emisiuni de televiziune.

- Trofeul Festivalului Golden Begar (Kosice, Slovacia), pentru reportajul *O mamă din împărăția umbrelor* realizat, de Violeta Gorgos.

- Premiul pentru eseu cinematografic, la Festivalul „7 ARTE”, pentru *RACORD: Ticu*, un film realizat de Violeta Gorgos.

**TVR Craiova** a obținut următoarele premii:

- În iunie 2007, Marele Premiu acordat la Festivalul Internațional de Tradiții de la Urovița (Serbia), pentru emisiunile realizate și recepționate în spațiul geografic al comunității românești din Serbia.

- Pe 11 decembrie 2007, Traian Bărbulescu, realizator emisiuni la TVR Craiova, a primit, din partea Ministerului Culturii și Cultelor din România și a revistei culturale „LAMURA”, Premiul „Iosif Sava” pentru serialul săptămânal *Călător în limba română*, realizat în spiritul apărării, valorificării și perpetuării identității culturale și de neam a comunităților românești din Bulgaria și Serbia.

Profesioniștii **TVR Cluj** au obținut, în 2007, următoarele premii:

- Mihaiela Ilea a obținut, cu *Videopoezie*, Premiul pentru eseu, la Festivalul Național de film „7 ARTE”, de la Călărași. Adriana Vitan și Corina Ionuț au obținut, pentru talk-show-ul săptămânal *Tableta de sănătate*, Premiul CRP la secțiunea „Jurnalism de știință”, în cadrul Galei Premiilor Clubului Român de Presă.

- Alin Gelmărean și Vig Emese au fost recompensați cu Premiul special al juriului APTR, cu seria de documentare *1956 – Revoluții eșuate, 1956 – Afacerea Imre Nagy* și Premiul FIPA pentru debut la Biarritz, Franța, cu aceeași serie de documentare.

- Dan Curean și Ligia Smarandache au obținut Premiul pentru documentar, cu producția *Damenii din România*, la SIMFEST 2007, Targu Mureș.





## 2. Știri și sport





Produsele Direcției Știri au avut, în 2007, o evoluție inconstantă. Activitatea direcției a fost afectată de consecințele unor decizii manageriale discutabile. Trei dintre acestea - reducerea drastică a numărului de corespondenți teritoriali; renunțarea la serviciile corespondenților tv din principalele capitale europene în favoarea unor corespondenți ocazionali; precum și refuzul aproape permanent de a conlucra cu studiourile teritoriale ale TVR - au afectat grav, atât cantitatea, cât și calitatea informațiilor pe care jurnalele de știri le-au pus la dispoziția telespectatorilor. În aceste condiții, Direcția se afla în situația de a nu-și mai realiza obiectivele.

Având în vedere nu numai aceste decizii, dar și faptul că a existat un permanent dezechilibru între modul în care erau tratate cele două componente importante ale Direcției, cea de știri și cea de sport, Consiliul de Administrație a hotărât reorganizarea Direcției și mutarea accentului atribuțiilor conducerii acestei direcții către problemele manageriale. Prin decizia nr. 35 din 15 octombrie 2007 a CA, Direcția Știri a devenit Direcția Emisiuni Informative și Sport, formată din Departamentul Știri și Departamentul Sport.

În urma acestei reorganizări, s-a putut constata ameliorarea calitativă și de audiență a jurnalelor de știri, prin impunerea unui stil mai alert, creșterea simțitoare a numărului de informații și a calității acestora, dar mai ales prin renunțarea la comentariile lipsite de imparțialitate, specifice perioadei anterioare.

Din acest punct de vedere, se poate spune că această decizie a fost primul pas în relansarea emisiunilor informative ale TVR.

În 2007, jurnaliștii de la Redacția Știri, ulterior de la Departamentul Știri, au produs zilnic șase ediții de *Jurnal* (la orele 07.00, 09.00, 14.00, 17.00, 19.00 și 22.45) pentru TVR 1, dar și *Jurnalul de pe TVR 2, Ora de știri*, un *Jurnal EuroNews* și șase emisiuni de actualități și talk-show-uri - *Fără frontiere* (din aprilie până în iunie, apoi din octombrie până în decembrie), *Foc încrucișat* (martie - iunie), *Lumea azi* (ianuarie - iunie, septembrie - decembrie), *Săptămâna politică* (ianuarie - iulie, septembrie - decembrie), *Top7.ro* (septembrie - decembrie), *Europa altfel* (ianuarie - decembrie). În total, această structură a asigurat 1.211 ore și 45 de minute de emisie.

Un moment disputat, în 2007, a fost cel din 10 octombrie, când, în cadrul *Jurnalului TVR*, a fost difuzat un material filmat primit pe surse externe cu ministrul Decebal Traian Remeș și fostul ministru Ioan Avram Mureșan. Atât în interiorul TVR, cât și în afara televiziunii publice, modul în care a fost difuzată caseta a generat poziționări divergente și neclarități, care în final au dăunat imaginii și credibilității *Jurnalului TVR*.

## a) Emisiuni informative

*Jurnalul TVR* a însumat 1.674 de ediții pe TVR 1, 363 de ediții ale *Orei de știri* pe TVR 2 și 275 de ediții ale *Jurnalului regional* pe TVR 2. La acestea se adaugă 238 de ediții ale *Jurnalului EuroNews*.

Știrile de la TVR 1 au totalizat 686 ore și 35 de minute, *Jurnalul Regional* (TVR 2) - 91 de ore și 40 de minute, *Ora de știri* (TVR 2) - 302 ore și 30 de minute, *Jurnalul EuroNews* (TVR 2) - 39 de ore și 40 de minute.

*Jurnalul TVR* de la ora 19.00 a avut, anul trecut, o audiență medie de 5,1% și un o cotă de piață de 16,7% la nivel național, respectiv un rating de 3,4% și un share de 11,3% la nivel urban.

Așa cum s-a constatat la nivelul majorității posturilor generaliste, audiențele au continuat să scadă în 2007. De această tendință nu a scăpat nici principalul jurnal de la TVR 1: în 2006, ratingul la nivel național a fost de 6,8% și share-ul de 20%, respectiv rating - 4,2% și share - 12,4% la nivel urban.

La TVR 2, *Jurnalul Regional* a înregistrat un rating mediu de 0,9% și un share de 3,9% la nivel național. *Ora de știri* a înregistrat un rating mediu de 2,2% și un share de 5,4% la nivel național.

## b) Emisiuni de dezbatere și actualitate

Numărul talk-show-urilor produse de colectivul Redacției Știri și, în urma reorganizării, al Departamentului Știri, a fost mai mare în 2007 față de 2006. *Săptămâna politică*, una dintre cele mai longevive emisiuni, moderată de Monica Ghiurco, a avut 34 de ediții, reprezentând 33 de ore și 20 de minute.

Un format care a reușit să se impună în numai un an și să reprezinte un reper nu numai în programul TVR 1, ci și pentru piața media din România, *Fără frontiere*, prezentat de Luca Niculescu, a avut 25 de ediții, totalizând 17 ore și 30 de minute.

La TVR 1, telespectatorii au mai putut urmări, din martie până în iunie, talk-show-ul moderat de Sever Voinescu, *Foc încrucișat*, emisiune ce a contabilizat 16 ediții.

*Top7.ro* și *Lumea azi*, două producții cu vechime la TVR 2, au avut în 2007, 14, respectiv 34 de ediții.

În 2007, România a aderat la UE, astfel încât *Europa altfel*, programul Adrianei Muraru care îi prezintă pe europeni „la ei acasă”, a fost unul constant în grilele TVR 2, adunând 51 de ediții (8 ore și 50 de minute).

### c) Ediții speciale

În cursul anului 2007, TVR a difuzat 21 de ediții speciale de știri și de breaking news pe teme de actualitate, totalizând 18 ore și 20 de minute.

Printre transmisiunile TVR în direct din 2007: mesajele președintelui Traian Băsescu – declarație de la Palatul Cotroceni în scandalul „biletul” primit de la premierul Călin Popescu Tăriceanu (17 ianuarie), discursul din Parlamentul European (9 februarie) – sau diferite momente importante din Parlamentul României – suspendarea președintelui Traian Băsescu (19 aprilie), moțiunea de cenzură votată în Parlament (3 octombrie) -, precum și tradiționala transmisiune de 1 decembrie.

În 2007, anul în care românii au mers la urne pentru a-și exprima părerea despre suspendarea președintelui Traian Băsescu, dar și pentru a-și alege, pentru prima dată, reprezentanții în Parlamentul European și pentru a decide forma de vot pentru următoarele alegeri, TVR a realizat mai multe ediții speciale despre: suspendarea președintelui Băsescu, moderator Monica Ghiurco (19 aprilie, 90 min.), Călin Popescu Tăriceanu – invitat la TVR în legătură cu suspendarea președintelui (16 mai, 40 min.), Traian Băsescu, invitat la TVR în legătură cu suspendarea președintelui (17 mai, 40 min.), România post referendum (19 mai – 40 min, 20 mai – 50 min), Raport de țară – invitat Călin Popescu Tăriceanu, moderator Mihai Constantin (28 iunie, 50 min.), Moțiunea de cenzură – invitat Mircea Geoană, moderator Mihai Constantin (13 sept., 45 min), Euroalegeri și referendum, moderator Mihai Constantin (25 nov., 70 min) etc.

### d) Reflectarea referendumului pentru demiterea președintelui României

Redacția Știri și, în urma reorganizării, Departamentul Știri, și Direcția Programe și-au adaptat producțiile, astfel încât, Televiziunea Română să-i informeze pe cetățenii români pe toată perioada campaniei pentru referendum, oferind, atât informații despre modul în care se votează (Ex. colaborarea dintre *TeleMatinalul* TVR 1 și Autoritatea Electorală Permanentă), cât și invitând reprezentanții politici în emisiuni de dezbateri.

Emisiunile care au avut ca subiect principal referendumul au fost *Foc încrucișat*, *Între bine și rău* și emisiunea specială dedicată campaniei referendumului pentru demiterea președintelui României, *DA sau NU*. Fiecare dintre aceste dezbateri a totalizat un număr de trei ediții dedicate referendumului, acestora adăugându-li-se două ediții speciale cu premierul Călin Popescu Tăriceanu (16 mai), respectiv președintele suspendat Traian Băsescu (17 mai).

Până în data de 18 mai 2007, TVR 1 și TVR 2 au difuzat nu mai puțin de 1.148 de minute de dezbateri pe tema referendumului, în cadrul *Tribunei partidelor parlamentare*, *Foc încrucișat*, *Între bine și rău*, *Da sau nu*, ca și în cele două ediții speciale.

Pe 19 mai 2007, ediția *Fără frontiere* a fost urmărită în medie de 432.000 de telespectatori la nivel național, înregistrând un rating de 2,2% și o cotă de piață de 12,4. Minutul de aur s-a înregistrat la ora 15.50, când 525.000 de telespectatori urmăreau TVR 1 la nivel național. La nivel urban, TVR 1 a fost lider, cu 197.000 de telespectatori (rating 1,8%, share 9,2%), urmat de Antena 1, cu 178.000 de telespectatori și Realitatea TV, cu 177.000 de telespectatori.

*România după referendum* (20.36 – 22.15), găzduită de Mihai Rădulescu, a adus, de asemenea, canalului TVR 1 poziția de lider: 1.763.000 de telespectatori la nivel național, în medie (9% rating și 23,8% cotă de piață), Pro TV clasându-se pe locul 2, cu 752.000 de telespectatori, iar Antena 1 pe 3, cu 564.000 de telespectatori. Minutul de aur, la nivel național, a fost înregistrat la ora 22.05, când 2.185.000 de români urmăreau TVR 1. Emisiunea a plasat TVR 1 pe prima poziție și la nivel urban, înregistrând 812.000 de telespectatori (7,6% rating și 19,6% share). Principalul canal al televiziunii publice a fost urmat în clasamentul audiențelor la nivel urban de Pro TV, cu 425.000 de telespectatori, și de Antena 1, cu 358.000 de telespectatori.

## e) Campaniile pentru europarlamentare și referendum la TVR

Producțiile realizate de Știri și Programe au reflectat campaniile electorale dedicate alegerilor pentru Parlamentul European și referendumului pentru votul uninominal, evenimente care au beneficiat de un spațiu de emisie de peste 2.200 de minute.

În total, partidele parlamentare și cele neparlamentare, precum și candidații independenți înscrși în cursa pentru Parlamentul European au beneficiat, în perioada 26 octombrie - 23 noiembrie, de 1.483 de minute la TVR 1 și TVR 2, dintre care 950 minute în emisiuni de dezbateri. Și românii din afara granițelor au fost informați, TVR Internațional difuzând, o dată pe săptămână, 30 de minute de emisiuni dedicate dezbaterilor cu privire la alegerile pentru Parlamentul European.

Emisiunile de dezbateri privind referendumul pentru votul uninominal au însumat 676 de minute la principalele canale ale televiziunii publice, 583 minute la TVR 1 și 93 de minute la TVR 2. Referendumul a fost și tema unor emisiuni de dezbateri difuzate, o dată pe săptămână, timp de jumătate de oră, de către studiourile teritoriale TVR Cluj, TVR Craiova, TVR Iași și TVR Timișoara.

Din totalul minutelor alocate pentru referendum, 112 i-au revenit președintelui României, care a putut explica electoratului proiectul său pentru votul uninominal, în *Edițiile speciale* moderate de Monica Ghiurco (în 5 noiembrie, timp de 60 de minute, și în 20 noiembrie, timp de 30 de minute), dar și în mesajul transmis în seara de 23 noiembrie, de la Palatul Cotroceni sau prin clipurile cu mesaj primite de la Administrația Prezidențială și de la Partidul Democrat. Și consilierul prezidențial Cristian Preda a fost prezent la postul public timp de 48 de minute.

În campania pentru Parlamentul European, TVR a alocat timpi de antenă partidelor parlamentare și neparlamentare după algoritmul prevăzut în Legea 373/2004 (regula celor patru cincimi plus o cincime) și în conformitate cu negocierile care au avut loc cu reprezentanții acestora în cadrul comisiei parlamentare de resort și la sediul televiziunii publice.

Timpii de antenă au fost distribuiți în cadrul emisiunilor *Europarlamentar 2007* (TVR 1), *Față în față* (TVR 1), *Între bine și rău* (TVR 1), *Fără frontiere* (TVR 1), *Alegeri europene 2007* (TVR 2), *Parlamentul României* (TVR 1).

Pe lângă spațiile dedicate special referendumului și campaniei pentru alegerea reprezentanților în Parlamentul European, postul public a informat alegătorii și în jurnalele de pe TVR 1 și TVR 2. Dacă ar fi să contorizăm doar principalele jurnale, știrile având ca temă votul uninominal au totalizat 66 de minute – *Jurnalul de ora 19.00*, de la TVR 1, *Ora de știri*, de la TVR 2, iar alegerile pentru Parlamentul European au ocupat 52 de minute – 25 de minute în *Jurnalul de la ora 19.00*, de la TVR 1, și 27 de minute la *Ora de știri*, de la TVR 2.

## f) Campanii inițiate de Jurnalul TVR

Jurnalele TVR au inițiat și reflectat o serie de campanii sociale. În aprilie 2007, pe fondul unor violențe fără precedent înregistrate pe stadioanele din România - chiar și un cameraman TVR a fost agresat de un suporter - știriștii televiziunii publice au declanșat campania „Stop violenței în sport”, realizând 10 reportaje și primind numeroase mesaje de la telespectatori pe adresa stopviolenta@tvr.ro.

Din august până în septembrie, telespectatorii TVR au fost provocați să răspundă zilnic la câte o întrebare postată pe site-ul [www.tvr.ro](http://www.tvr.ro), răspunsurile lor fiind citite în cadrul *Jurnalului*. Această campanie a durat 70 de episoade.

În octombrie, Carmen Vasile a realizat nouă reportaje despre programa școlară, reportaje care au stat la baza campaniei *Materii sufocante*. Luna următoare, în noiembrie, înaintea alegerilor europarlamentare, Ruxandra Gheorghe a filmat cinci episoade pentru campania *Europortret*.

Decembrie a stat, ca în ultimii 18 ani, sub semnul Revoluției, *Jurnalul TVR* având două campanii: *45 de ani de comunism* – în opt episoade realizate de Camelia Csiki, *Revoluția la majorat, majoratul democrației*, în 32 reportaje și duplexuri.

## g) Corespondențe interne și din străinătate

Evenimentele din străinătate au fost reflectate de rețeaua de corespondenți, formată din cinci angajați ai TVR și patru colaboratori.

În 2007, telespectatorii TVR au putut urmări reportajele și transmisiunile realizate de corespondenții: Magdalena Anghel, care l-a înlocuit, în ultimul trimestru al anului, pe Dragoș Tăbăran, la Bruxelles, Mihai Constantin, înlocuit de Tudor Naparu, la Washington, Liviu Iurea, la Moscova, Ruxandra Gheorghe, pentru o scurtă perioadă, la Strasbourg, și colaboratorii: Petre Iancu, la Berlin, Ion Știubea, la Ierusalim, Vasile Damian (Paris), Doru Dendiu (Chișinău). Ei au asigurat, în 2007, 838 corespondențe, cele mai multe – 237 - de la Moscova, urmate de cele de la Washington – 198 și Bruxelles – 168.

Emisiunile de știri și celelalte producții au beneficiat de suportul corespondenților locali. Televiziunea publică a încercat să acopere evenimentele din țară prin rețeaua de corespondenți formată din doar 14 oameni, care au avut anul trecut 2.744 de intervenții.

## h) Activitatea Departamentului Sport

În anul 2007 nu au avut loc competiții sportive majore, fapt care a impus o strategie specială pentru menținerea statutului TVR de cel mai important difuzor de sport din țară, în condițiile în care s-au pierdut și drepturile pentru opțiunile 1 și 4 din Liga I profesionistă la fotbal.

Pentru a răspunde, totuși, interesului publicului față de fotbalul intern, au fost achiziționate drepturile pentru opțiunea a șasea a Ligii I și pentru cele mai interesante meciuri din Liga a II-a. Acest demers s-a dovedit a fi unul eficient, întrucât audiențele pentru difuzarea opțiunii a șasea au fost peste așteptări.

De asemenea, a fost elaborată o strategie care să îmbine politica de programe cu planificarea resurselor umane și de producție, pentru a asigura realizarea, la un nivel ridicat de profesionalism, a transmisiunilor și emisiunilor tradiționale ale postului: campionatul național de fotbal; meciurile de calificare ale reprezentativelor și ale echipelor de club angajate în competiții sportive internaționale; transmisiunile din diferite ramuri sportive: fotbal, tenis, gimnastică, box, natație, handbal, baschet, rugby, Formula 1, *Minutul 91*, cele șase emisiuni de știri sportive difuzate zilnic pe TVR 1 și pe TVR 2 etc.

Departamentul Sport a realizat 637 de transmisiuni directe, difuzate pe TVR 1 și TVR 2. Acestea au reprezentat meciurile din preliminariile Campionatului European de Fotbal, meciuri ale echipelor de club în Cupele Europene, meciurile de calificare ale echipei naționale la turneul final al Campionatului European 2008, Campionatele Europene și Mondiale de Gimnastică, reflectarea competițiilor de canotaj și caiac-canoe, Campionatele Mondiale de Handbal Feminin și Polo Masculin, Campionatul Mondial de Atletism, competiții la care au participat atleți și boxeri amatori, meciurile echipei de Cupa Davis din Japonia. Astfel, a fost obținută o cotă de piață medie generală remarcabilă: 23,4% (rating de 6,2%).

S-au bucurat de un real succes emisiunea *Minutul 91* (share mediu 13%, rating 5,2%), deși posturile comerciale au încercat în permanență soluții pentru concurarea acesteia, precum și emisiunea de retrospectivă *Replay*, care valorifică tezaurul arhivistic al TVR.

În paralel cu eforturile privind îmbunătățirea calității comentariilor și a intervențiilor reporterilor prezenți la stadioane, a fost îmbunătățită calitatea artistică (amplasament de camere, calitatea graficii) și tehnică (număr de reluări, calitatea semnalului etc.), precum și calitatea transmisiunilor, realizate uneori în condiții nefavorabile, pe stadioane și în săli necorespunzătoare.

Trebuie menționat că, în topul celor mai vizionate 100 de emisiuni produse de toate stațiile de televiziune din România, în 2007, sunt prezente 21 de transmisiuni și emisiuni sportive ale Departamentului Sport. Primele cinci poziții din acest top sunt ocupate de meciuri de fotbal din Cupele Europene și din preliminariile Campionatului European.

Rubricile zilnice sau speciale ale știrilor sportive, care au însumat 174 de ore (1.608 emisiuni) s-au axat pe următoarele direcții de prezentare a actualității:

- relatări despre pregătirea și participarea la competițiile sportive internaționale a sportivilor români;
- subiecte legate de echipa națională de fotbal a României;
- prezentarea meciurilor și evenimentelor din campionatul de fotbal;
- reportaje de la competițiile și evenimentele sportive cu performanțe românești, tratarea unor cazuri conflictuale, de actualitate, din mai multe discipline;
- realizarea de anchete, promovarea unor emisiuni și transmisiuni ale TVR.

### **Ediții speciale**

Prin realizarea duplexurilor din țară și din străinătate și a unor ediții speciale, s-a obținut o mai activă prezență în fenomenul sportiv cotidian. Au fost apreciate în mod deosebit edițiile speciale, prilejuate de meciurile de fotbal din preliminariile Campionatului European și din Cupa UEFA, meciurile de Cupa Davis, performanța de excepție a handbalului feminin sau comentariile legate de situația gimnasticii românești.

Redacția de Știri Sportive a încercat să-și întărească poziția pe piața rubricilor de profil prin prezentarea cât mai atractivă a subiectelor de largă audiență, a celor mai importante reacții în raport cu evenimentele petrecute și prin relatarea de la fața locului. Departamentul sport a urmărit permanent să prezinte cât mai multe subiecte, având suport de imagini din actualitate.

### **Alte aspecte**

Unele aspecte ale rubricilor de știri sportive au stârnit discuții: ponderea prea mare a subiectelor de fapt divers, adiacente fenomenului sportiv, accentul mult prea mare pus pe știrile din fotbal, prezența excesivă a anumitor personaje, promovare scăzută a altor sporturi decât fotbalul, prezentarea discontinuă a evenimentelor legate de competițiile sportive din străinătate.

Toate aceste aspecte au fost analizate la nivelul Departamentului astfel încât, în ultima perioadă a anului, s-au făcut progrese în corectarea acestor probleme, instituindu-se un sistem intern de automonitorizare.

Astfel, au fost atinse cote de audiență peste media altor emisiuni - 16,8% share, 4,4% rating - fiind numeroase cazurile în care rubrica de sport din *Jurnalul* de la ora 19.00 a obținut cele mai ridicate cote de audiență ale zilei, dintre toate emisiunile difuzate de TVR.

Numărul total de transmisiuni directe, emisiuni și jurnale de știri realizate, în anul 2007, de Departament a fost de 2.729, însumând 916 ore (inclusiv reluările).

Departamentului Sport a avut ca scop menținerea TVR în poziția de lider al transmisiunilor sportive. În urma unor negocieri directe, sau prin intermediul Eurovizionii, s-a reușit obținerea drepturilor pentru unele competiții importante, ce vor avea loc în viitor: Jocurile Olimpice de Vară 2012; Turneele finale ale Campionatelor Mondiale de Fotbal 2010 și 2014, Campionatele Mondiale de Gimnastică, Natație și Patinaj, Campionatele Europene de Handbal din 2008 și 2010 etc.

Anul 2007 a reprezentat și un an cheie pentru pregătirea editorială, logistică și tehnică a transmisiunilor de la cele două mari evenimente ale anului 2008, la care vor fi prezenți și sportivii români: Turneul Final al Campionatului European de Fotbal și Jocurile Olimpice de Vară de la Beijing.

La propunerea Departamentului, s-a creat, la nivelul instituției, un cadru organizatoric funcțional pentru negocierea unor contracte de sublicențiere. Această măsură a avut ca scop creșterea rentabilității financiare a unor contracte de achiziții și adaptarea la reglementările UE în materie de liberă concurență.



### 3. Programe regionale





În anul 2007, studiourile teritoriale ale Televiziunii Române au adus în prim-plan știri, informații de ultimă oră, evenimente ale regiunilor aflate în aria lor de acoperire, pentru satisfacerea necesităților de informare ale comunităților locale și regionale. De asemenea, au dat curs cererilor lansate de posturile naționale TVR 1, TVR 2, TVR Internațional și TVR Cultural.

Cu toate acestea, se poate spune că studiourile regionale ale TVR nu au fost utilizate la întregul lor potențial. Contribuția acestora la jurnalele de știri și la programele principalelor canale nu a fost suficientă. De multe ori conducerile direcțiilor și ale canalelor au ignorat capacitățile umane pe care studiourile regionale le au.

### a) TVR Timișoara

În anul 2007, TVR Timișoara a realizat emisiuni curente pentru programul regional, local, dar a avut și contribuții la realizarea programelor din grilele TVR 1, TVR 2, TVR Cultural și TVR Internațional.

#### Ponderea programelor în totalul emisiei TVR Timișoara, repartizare pe genuri, conform clasificării EBU

Programe de informare	53,94%	34.385 minute
Programe educative, culturale, religioase	13,83%	8.817 minute
Programe de divertisment	19,77%	12.604 minute
Filme (ficțiune, animație, documentare)	5,81%	3.704 minute
Promo, publicitate	6,65%	4.240 minute
<b>Total minute emisie</b>		<b>63.750 minute</b>

Programele pentru minorități au însumat 10,46% din totalul orelor de emisie ale studioului.

#### Ponderea producțiilor proprii, a coproducțiilor, a achizițiilor

Producție proprie	99,85%	63.660 minute
Co-producție TVR Timișoara, MTV Szeged, TV Novi Sad	0,04%	30 minute
Achiziții	0,11%	60 minute

Contribuția TVR Timișoara, în 2007, la portofoliul de programe al celor patru canale ale TVR a fost de 5.250 minute. Activitatea ca producător de programe teritoriale însumează 43.800 minute, iar activitatea ca producător de programe locale reprezintă 14.700 minute.

#### Proiecte majore

- Campania *Dăruiește viață!*, susținută de TVR Timișoara și-a propus să sensibilizeze publicul din regiune în privința donării organelor în cazul morții cerebrale. În egală măsură, campania și-a propus să atragă atenția asupra aspectului legislativ. Au fost realizate cu această ocazie și emisiuni speciale: *Punctul pe I*, *Exclusiv*, documentarul *Dăruiește viață!*, difuzat pe programul regional, local și pe național, la TVR 1, la *Ochiul magic*;

- filmări pentru *Provinciali în România*. Difuzarea seriei a început în data de 12 ianuarie 2008, pe TVR 1;

- Prima întâlnire a televiziunilor publice regionale din euro-regiunea DKMT, desfășurată sub genericul „Dialoguri peste frontiere”. La întâlnire au participat reprezentanți ai MTV Szeghed, TV Novi Sad și TVR Timișoara.

În decembrie 2007 a fost difuzat primul magazin euroregional, *TRIO*, realizat de cele trei televiziuni;

- Elaborarea proiectului de proceduri și instrucțiuni de lucru pentru angajații TVR Timișoara;

- De asemenea, TVR Timișoara a realizat o serie de documentare: *Eva și copiii ei*; *Dăruiește viață*; *Lagărul*; *Lindenfeld, câmpul cu tei*; *Arbori, ape, stânci și oameni*, și a fost co-producător la cele mai importante

evenimente desfășurate în zona de vest: festivalurile *PLAI*, *Gărna Jazz Festival*, *Rock la Mureș*, *Timișoara Jazz Festival*, *Gărna Folk Festival*, *Festivalul de muzică de la Sebiș*, dar și concertele de excepție: *Concertul celor 7 tenori ruși la Catedrala Mitropolitană din Timișoara și la Filarmonica Banatul Timișoara*, *Phoenix 45*, *Concert în aer liber al Filarmonicii Banatul Timișoara*, prilejuit de împlinirea a 290 de ani de la eliberarea orașului Timișoara de sub dominația otomană.

#### Realizări tehnice și de producție

- organizarea și începerea emisiei regionale pe satelit și locale pe emițătorul terestru;
- instalarea sistemului de distribuție a semnalului și de comandă de la distanță a comutatorului pentru emisia regională/locală;
- instalarea sistemului de monitorizare al emisiei prin satelit a TVR Regional;
- optimizarea fluxului de producție prin instalarea unei linii de montaj nonliniar cu soft Final Cut, a unui nou grup de montaj Beta calculator și înlocuirea mixerului audio din montajul simplu;
- dotarea și instalarea în regie a unui sistem de afișare grafică tv cu placă Quattrus;
- decoruri și pachete grafice noi pentru programul *Autostrada TVR*, din grilele de vară, toamnă, iarnă;
- cursuri de perfecționare: montaj nonliniar, regie, producție tv, care au dus la îmbunătățirea calității artistice a programelor.

## b) TVR Iași

### Ponderea programelor în număr de ore și procente din totalul emisiei TVR Iași, repartizate pe genuri, conform clasificării EBU

Gen	Ore / lună	Procente / lună
Artă și cultură	5 ore 40 minute	10.12%
Educație	4 ore 50 minute	8.63%
Divertisment	9 ore 30 minute	16.96%
Publicistica	16 ore 50 minute	30.06%
Știri	15 ore	26.79%
Sport	3 ore	5.36%
Religie	20 minute	0.60%
Știință	50 minute	1.49%
Total		

### Ponderea producțiilor proprii, a co-producțiilor, a achizițiilor, a producțiilor europene în număr de ore și procente în grila TVR Iași

Producții / lună	Ore	Procente
Proprii	55	98,2%
Co-producții CIRCUM REGIONAL	1	1,8%

TVR Iași a contribuit la portofoliul de programe al canalelor TVR cu producții proprii pentru grilele TVR 1 și TVR 2 și emisiuni câștigate în urma licitațiilor de programe pentru grilele canalelor TVR 1, TVR 2 și TVR Internațional.

De asemenea, TVR Iași a avut contribuții cotidiene la emisiunile informative ale Direcției Știri, difuzate pe toate canalele TVR, asigurând coordonarea corespondenților din zona Moldovei și acoperind cu forțe proprii județele Iași, Botoșani și Vaslui.

În 2007, numărul total de emisie națională a fost de 122 de ore și 25 minute, dintre care 28 de ore și 30 de minute - emisiuni proprii realizate pentru TVR Internațional: *Meridianul Iași* (6 ore și 30 de minute), *Românii de lângă noi* (9 ore), *Iași Internațional* (13 ore), iar 93 de ore și 55 de minute - contribuții la realizarea unor

programe și emisiuni: știri (18 ore difuzate pe TVR 1, TVR 2, TVR Cultural), Jurnalul de la *Matinal* (30 de ore, pentru TVR 1), *Universul credinței*, *Dis-de-seară*, *Dincolo de hartă* (5 ore pentru TVR 1, TVR 2, TVR Internațional), participarea carului TVR Iași la transmisii și înregistrări inițiate de structurile TVR.

TVR Iași a inițiat și susținut evenimente speciale cu caracter regional, național și internațional: Festivalul concurs Barbu Lăutaru, organizat în colaborare cu ansamblurile folclorice din cele opt județe ale Moldovei, „cART film”, festival de film documentar, realizat în colaborare cu Asociația Vector, a IX-a ediție a Festivalului Internațional de Jazz Richard Oschanitzky, organizat de TVR Iași, campania „În așteptarea lui Moș Crăciun”, ajunsă la a treia ediție, două spectacole din seria „Țara lui Piticot” („Autori copiii” și „Scrisoare către Moș Crăciun”).

În 2007, a crescut valoarea contractelor de prestări servicii publicitare și a celor de sponsorizare, precum și numărul colaborărilor cu organizațiile non-profit. Numărul și calitatea colaborărilor au crescut față de anul precedent, punând accent pe susținerea evenimentelor culturale importante, a campaniilor studențești, precum și a acțiunilor de interes public. Pe parcursul anului 2007, TVR Iași a participat la două târguri – Librex 2007 și Târgul de Turism Bucovina.

În ciuda faptului că recepția neuniformă a emisiei regionale nu permite o măsurare a audienței, scrisorile și telefoanele primite pe adresa emisiunilor interactive, creșterea numărului de sponsori la emisiuni (de la 42 la 56), creșterea numărului de solicitări pentru încheierea de parteneriate la manifestările economice, științifice și sportive desfășurate în Moldova (de la 50 la 69) sunt semnale că TVR Iași ocupă un rol semnificativ în popul preferințelor telespectatorilor din Moldova.

### c) TVR Craiova

**Ponderea programelor, în număr de ore și procente, în totalul emisiei regionale TVR Craiova, repartizare pe genuri, conform clasificării EBU**

Gen	Ore/lună	Procente/lună
Artă și cultură	60 ore	8,14%
Educație	16 ore și 30 min	2,2%
Divertisment	110 ore	15%
Publicistică	261 ore	35,71%
Muzică	90 ore	12,31%
Știri	130 ore	17,8%
Sport	20 ore	2,74%
Religie	3 ore și 30 min	0,6%
Publicitate	40 ore	5,5%
<b>Total emisie regională</b>	<b>731 ore</b>	<b>100%</b>

**Ponderea producțiilor proprii, a co-producțiilor, a achizițiilor, a producțiilor europene în număr de ore și procente în grila TVR Craiova**

Producții	Ore	Procente
producții proprii	714 ore 16 min	97,71%
producții preluate	16 ore	2,19%
co-producții	0	0
producții europene	44 min	0,1%

Contribuția producțiilor studioului teritorial TVR Craiova în portofoliul de programe al celor patru canale ale TVR, în număr de ore, s-a ridicat la 75 de ore și 50 minute, dintre care: TVR 1 - 28 ore și 5 minute, TVR Cultural - 1 oră, TVR Internațional - 46 ore și 45 minute. Producția locală a studioului teritorial TVR Craiova a reprezentat 287 de ore.

**Obiective realizate**

- Procurarea unui car tv performant de la France 3, pentru asigurarea unor transmisii de calitate superioară;
- Emisie regională pe satelit și difuzarea de programe regionale; producția locală a debutat în data de 19 martie și s-a concretizat în 287 ore de emisie;
- partener media al concertului extraordinar de muzică populară „Lacrimi de cântec”, transmis în Săptămâna Patimilor, al concertului aniversar al Filarmonicii Oltenia, partener media al circuitului internațional de tenis Trofeul Ilie Năstase și al circuitului internațional de tenis al României Recon Craiova și al taberei naționale de folk de la Calafat; asociat și partener media al proiectului Phare Profesionalizarea mediei Rroma; organizator și partener media al Festivalului Eco-Etno-Folk-Film de la Slătioara; partener media al spectacolului de sărbători Stele de Crăciun, realizat de Teatrul Liric din Craiova, al concertului de Crăciun cu ansamblul Johann Strauss Ensamble din Viena, Filarmonica Oltenia. De asemenea, TVR Craiova a fost organizator și partener media al Simpozionului Internațional Romanitate și latinătate în Uniunea Europeană și al Festivalul Maria Tănase.

**d) TVR Cluj**

**Ponderea programelor în număr de ore și procente în totalul efectiv al emisieii  
naționale + regionale + locale pe anul 2007**

Gen	Ore	Procente
Cultural-muzical	59 ore 13 min	6 %
Divertisment	224 ore 16 min	22%
Publicistică	324 ore 15 min	31%
Știri	137 ore 36min	14 %
Sport	20 ore 30 min	2%
Minorități	185 ore 56 min	18 %
Publicitate, generice, promo	67 ore 14 min	7%
<b>Total emisie regională + locală + națională</b>	<b>1.019 ore</b>	<b>100%</b>

Producții	Ore	Procente
Producții proprii	968 ore 32 min	95%
Producții preluate ( <i>Tribuna Partidelor Parlamentare</i> )	7 ore 36 min	1%
Program retransmis ( <i>Garantat 100%</i> )	10 ore 05 min	1%
Producții audiovizuale ale altor producători (publicitate Splendid Media)	32 ore 47 min	3%

În 2007, s-a reușit atingerea unui obiectiv important din proiectul managerial, respectiv realizarea unui schimb de clădiri pentru obținerea unui spațiu adecvat amenajării unui studio de televiziune. Este vorba de realizarea schimbului de clădiri între TVR și Consiliul Local Cluj.

În plan editorial, pentru Redacția Știri, anul 2007 a fost marcat de un moment important pentru jurnalele stațiilor regionale și anume debutul conceptului de știri regionale, într-o formă unitară ca paginație, grafică, identitate - *Jurnal Regional*. Jurnalul este poziționat în grilă între orele 18.00 și 18.30. Durata a variat pe parcursul anului din diverse motive. Odată cu debutul programului matinal local, TVR Cluj a realizat și o emisiune informativă locală dimineața, de la ora 07.00, cu durata de maximum 10 minute, în general alimentată cu informații din ziua precedentă.

Spre finalul anului 2007, TVR Cluj a mărit semnificativ participarea la jurnalele TVR, mai ales printr-o prezență masivă la *Jurnalul* de la ora 19.00, secțiunea sport.

În condițiile date, Redacția Știri nu a beneficiat de posturi suplimentare, reușind să acopere necesarul redacțional, de cele mai multe ori la limită, prin posturile de înlocuire pe normă și prin contracte de cesiune drepturi conexe (moderare și voice-over) și contracte civile de furnizare de știri.

În privința activității Redacției Programe, 2007 a fost anul în care TVR Cluj și-a crescut emisia cu încă o oră, cu aceleași resurse umane, artistice și financiare, pentru transmiterea emisiunii *Bună dimineața, Cluj*, zilnic între 07.00 și 08.00. După modelul TVR Cluj au fost implementate la celelalte studiouri emisiuni similare.

TVR Cluj s-a implicat în campanii media și sociale, multe dintre acestea având deja tradiție în istoria postului. De asemenea, au fost continuate transmisiile sportive din cadrul Campionatului Național de baschet, respectiv, meciurile de acasă ale echipei U Mobitelco Cluj-Napoca.

TVR Cluj este singurul studio teritorial care are emisii difuzate pe canalele naționale în urma licitațiilor de proiecte: *Natură și aventură, Artdelenisme*.

TVR Cluj a susținut campania „Clujul are suflet”, o inițiativă care a abordat o problemă exclusiv socială/umanitară, a integrării în comunitate a copiilor defavorizați, care provin din familii cu probleme sau fără posibilități materiale, dar și a copiilor instituționalizați – orfani sau abandonați.

În plan tehnic, a fost amenajată regia de emisie știri, au fost montate aparatele achiziționate și s-au efectuat probele de funcționare. După preluarea, în acest an, a unei instalații de intercomunicație de la Studioul București, regia va putea fi folosită la capacitatea prevăzută.

De asemenea, a fost pusă în funcțiune noua stație grafică în studioul de emisie, s-a amenajat spațiul pentru cabina de montaj neliniar unde a fost mutat VT-4. Totodată, a fost pusă în funcțiune cabina de montaj neliniar FC, s-a preluat carul DSNG și a fost instruit personalul care exploatează această aparatură.

Împreună cu Direcția de Radiocomunicații Cluj, s-a modificat și completat legătura de radiorelee între studio și Stația Feleac, pentru a putea începe transmisia programului TVR Cluj pe satelit, precum și a programului local.





## 4. Audiențe și cote de piață în 2007





Pe o piață suprasaturată și, totuși, în permanentă dezvoltare (anual apărând nu doar canale regionale și de nișă, ci chiar canale generaliste cu puternică susținere financiară – de exemplu Kanal D, Romantica, Antena 3), era firească o scădere a principalilor indicatori ai canalelor tv consacrate, din cauza fenomenului de redistribuire a publicului.

Acest fapt s-a petrecut în anul 2007 pe fondul unei scăderi generale a consumului tv comparativ cu 2006 – după cum o demonstrează audiențele medii pe „total canale”: la nivel național (urban + rural), cota de piață medie a fost de 15,8% (față de 16,4% în 2006), iar în mediul urban (orașe mari, medii și mici) a fost de 16,2% (față de 16,9%).

TVR 1 continuă să fie bine poziționat la nivel național, atingând, în 2007, un rating mediu de 1,9%, ceea ce îl plasează pe locul 2, în topul mediilor anuale ale tuturor stațiilor tv măsurate și raportate de TNS-AGB International. TVR 2 ocupă la nivel național o poziție similară cu Prima TV și Realitatea TV, atingând un rating mediu anual de 0,7%. TVR Cultural înregistrează, în 2007, comparativ cu 2006, o creștere a audienței, atât pe target național (de la 0,03% - 6.500 telespectatori, la 0,04% - 8.400 de telespectatori), cât și pe target urban (de 0,04% - 4.900 telespectatori, la 0,06% - 5.900 telespectatori). Cele trei canale publice tv cu recepție națională au acoperit împreună, în 2007, o cotă de piață de cca 17% pe target național și 11,7% pe target urban – ambele cote fiind mai mici față de 2006 (respectiv 22% pe național și 15% în urban, în 2006).

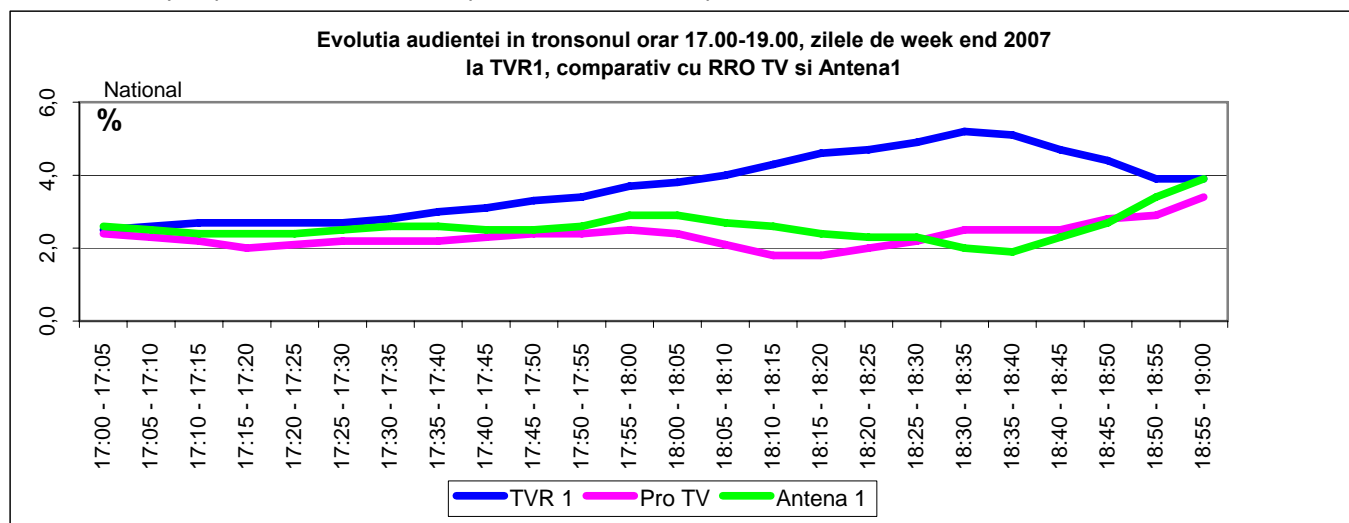
Scăderea generală de audiență pe total canale, comparativ cu 2006, a fost maximă [-2.6% pe național și -3% pe urban] pe tronsonul orar 19.00-23.00 și a afectat principalele canale tv românești, inclusiv pe cele publice. TVR 1 a pierdut pe național 2,6 puncte procentuale de audiență și 2,1 pe urban - în mare parte, din cauza reducerii ponderii transmisiunilor meciurilor de fotbal. Reamintim că, în 2006, TVR a transmis meciuri din Liga I de fotbal, din Cupa UEFA, de la Campionatul Mondial de Fotbal, din tururile preliminare ale Ligii Campionilor – care au adus postului TVR 1 audiențe record, cu maxime ce au atins 33% (pe target urban).

## TVR 1

### Poziționarea pe piață

Scăderea, în 2007, a consumului tv, în general, se resimte și în evoluția audienței principalului canal al postului public, în condițiile în care publicul de televiziune tinde să migreze spre canale specializate, dedicate.

Pe target național, în tronsonul orar 17.00-19.00, în care își conservă o poziție bună în raport cu concurența, TVR 1 rămâne lider de audiență, deși în scădere față de anul 2006, în principal în zilele de weekend. Transmisiunile sportive din acest interval orar (fotbal), divertismentul de weekend (*Dănutz SRL*), emisiunile cu tradiție, precum *Teleenciclopedia*, au fidelizat publicul.



În tronsonul orar 14.00-14.30 (corespunzător difuzării *Jurnalului* de prânz), în intervalul luni-duminică, TVR 1 rămâne lider de audiență la nivel național, cu 3,4% rating, respectiv 20,7% cotă de piață, în timp ce stația plasată pe locul 2, în același interval orar, a înregistrat un rating mediu de 1,4% și 8,8% cotă de piață.

De asemenea, în zilele de weekend, pe segmentul orar 14.00-16.30, TVR 1 este lider de audiență; programele de sport (fotbal în primul rând) sau divertisment (*Tezaur folcloric*, *Parteneri de weekend*, *Cafeneaua astrelor*) atrag categorii largi de public.

### **Sezonalitatea audienței și schimbările de politică editorială**

În anul 2007, cele trei grile sezoniere tipice - martie-mai, iunie-septembrie și octombrie-februarie (octombrie-decembrie în analiză) - au fost supuse și influențelor unor factori structurali atipici: diminuarea ponderii difuzării unor genuri de emisiuni cu audiență mare (transmisiunile sportive care s-au redus la mai puțin de jumătate în 2007); creșterea ponderii talk-show-urilor, inclusiv a celor politice, și a emisiunilor de campanie electorală; scoaterea din grilă a unor emisiuni cu succes de public (de exemplu *Iartă-mă*).

Variațiile sezoniere înregistrate în 2007, cu impact mai puternic decât în anul precedent, când efectul factorilor sezonieri a fost atenuat de ponderea mare a transmisiunilor sportive din luna iunie (*Campionatul Mondial de Fotbal*), se înscriu în trendul general descendent al audienței tv:

	<u>Anul 2007</u>			comparativ cu			<u>Anul 2006</u>		
	<u>Martie-Mai</u>	<u>Iunie-Sept.</u>	<u>Oct.-Dec.</u>	<u>Martie-Mai</u>	<u>Iunie-Sept.</u>	<u>Oct.-Dec.</u>	<u>Martie-Mai</u>	<u>Iunie-Sept.</u>	<u>Oct.-Dec.</u>
Național	2,0%	1,3%	1,9%	2,9%	2,4%	2,7%			
Urban	1,5%	1,0%	1,3%	2,1%	1,95%	1,7%			

În urban, cele mai semnificative descreșteri de audiență din perioada iunie-septembrie provin din tronsoanele orare ale după-amiezii: 14.00-17.00 și 17.00-19.00 (TVR 1 deține în aceste segmente orare locul patru în ierarhia posturilor tv). Lunile aprilie-mai și octombrie-noiembrie 2007 au găzduit, pe lângă modificările specifice de sezon, și alte modificări legate de difuzarea unor evenimente politice: campania pentru referendumul din luna mai, privind demiterea președintelui, campania pentru alegerile europarlamentare.

### **Emisiunile anului 2007 la TVR 1**

În 2007, la TVR 1, programele de divertisment cu cea mai mare audiență medie pe target național au fost *Surprize*, surprize (10,8%) și *O dată-n viață* (9,3%). Emisiunile consacrate, *Stele de cinci stele* (6,2%) și *Dănutz SRL* (5,9%), s-au înscris în aceleași cifre ridicate de audiență, în timp ce emisiuni nou-apărute în grila de toamnă, precum *Cafeneaua astrelor*, au înregistrat creșteri constante de la o lună la alta.

Dintre emisiunile de anchetă și reportaj se remarcă *Ochiul magic* (5,1%) și *Cu ochii'n 4* (2,7%), care au înregistrat audiențe importante în 2007.

Dintre programele muzicale, se disting transmisiunile legate de *Eurovision: Selecția națională*, care a avut un rating mediu pe target național de 9,4%, iar *Eurovision-finala* - 7,1%. De asemenea, sunt de menționat programele producție proprie *Tezaur folcloric* (4,8%) și *O vedetă populară* (2,8%).

Talk-show-urile canalului TVR 1 cu cea mai bună audiență pe target național au fost *Între bine și rău* (5,6%), *Față în față* (4%) și *Săptămâna politică* (3,8%).

În categoria seriale, cele mai apreciate au fost *Lost: Naufragații* (rating mediu pe target național de 5,8%), *Anatomia lui Grey* (4%) și *Neveste disperate* (3%).

### **Publicul TVR 1 din anul 2007**

Pe fondul tendinței generale de scădere a consumului tv și de fragmentare mai accentuată a pieței media, TVR 1 și-a conservat, în anul 2007, atât pe urban, cât și pe național, o structură de public în care predomină persoanele cu vârste de peste 55 ani, cu nivel scăzut de educație.

Pe anumite segmente orare, o serie de emisiuni noi introduse în grila de toamnă (emisiuni de divertisment, talk-show-uri), au dus îmbunătățit structura de public, deși nu au adus câștiguri imediate, substanțiale, de audiență. Acestea au atras, în mai mare măsură, telespectatori din segmentul de public activ

(45-54 ani), cu educație medie și superioară. Este cazul emisiunilor: *Cafeneaua astrelor*, *O dată-n viață*, *Față în față*. Același lucru îl realizează și emisiuni de marcă ale TVR 1, cum ar fi: *Profesioniștii*, *Între bine și rău*.

## TVR 2

### Audiența și cota de piață

Trendul descrescător de audiență, care a caracterizat majoritatea posturilor tv în 2007, a afectat și TVR 2, dar în mai mică măsură. Astfel, audiența medie zilnică pe anul 2007 a fost de 0,7% pe național (față de 0,9% în 2006) și de 0,5% pe urban (față de 0,6% în 2006).

Cu o cotă de piață de 4,5% la nivelul întregii țări și de 3,1% pe urban, TVR 2 se plasează în ierarhia canalelor tv românești pe poziția 6 la nivel național, respectiv 7 la nivel urban.

Analiza cotelor medii de piață ale grilelor TVR 2 din 2007 relevă faptul că performanțele cele mai importante au fost înregistrate de grila de primăvară (lunile martie-mai), care a menținut canalul la același nivel cu anul anterior. Tronsoanele orare cel mai bine cotate au fost: 07.00-14.00 (când s-au transmis de regulă: *Ferma*, documentare, *Tonomatul DP2*) și 19.00-23.00 (cu *Ora de știri*, filmele artistice de la ora 22.00 și emisiunea *D'ale lu' Mitică*). Astfel, primul tronson orar a plasat canalul 2 al postului public (în lunile de primăvară), în medie, peste Prima TV, B1 TV, Antena 3 și Kanal D, atât pe național, cât și pe urban, și chiar peste Realitatea TV și Acasă TV pe target național.

Cea mai importantă scădere față de 2006 s-a înregistrat în intervalul 14.00-17.00, când postul a coborât un loc în ierarhia canalelor românești, atât în urban, cât și pe național. Aceasta este, de regulă, zona emisiunilor pentru minorități (sub genericul *Împreună în Europa*) și a emisiunii *Tribuna partidelor parlamentare*.

	Anul 2007			comparativ cu			Anul 2006		
	Martie-Mai	Iunie-Sept.	Oct.-Dec.	Martie-Mai	Iunie-Sept.	Oct.-Dec.	Martie-Mai	Iunie-Sept.	Oct.-Dec.
Național	0,7%	0,6%	0,7%	0,8%	0,8%	0,9%			
Urban	0,5%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%			

Conținutul grilelor de programe ale TVR 2 a suportat, în 2007, modificări substanțiale față de anul anterior în ceea ce privește ponderea diferitelor genuri de emisiuni: s-a redus (cu cca 25%) durata alocată transmisiunilor sportive, filmului și documentarelor; în schimb, a crescut ponderea știrilor și talk-show-urilor (lucru explicabil într-un an cu evenimente electorale majore – referendumul privind demiterea președintelui României și cel privind votul uninominal, precum și alegerile europarlamentare), a magazinelor, emisiunilor pentru copii și religioase.

În 2007, unul dintre cele mai urmărite programe la TVR 2 a fost *D'ale lu' Mitică*, cu o audiență medie de 2,9% la nivel național. La genul „documentare”, cele mai apreciate au fost: *Pescar hoinar* (rating mediu de 1,8% la nivel național) și *Poftă bună!* (1,6%).

Dintre emisiunile tip magazin, cele mai vizionate au fost *Dincolo de hartă* (audiență medie pe național 1,7%), *Ferma* (1,6%), *Bucătăria lui Jamie* (1,9%) și *Lumea de aproape* (1,7%).

Serialele cele mai apreciate au fost: *Bodies - între viață și moarte* (1,9%), *Elisa* (1,8%), *Martorul tăcut* (1,5%), ultimele înregistrând un trend crescător de audiență de la o lună la alta.

Audiențele medii cele mai mari la TVR 2 din zona sportului au fost furnizate de Preliminariile CE de fotbal (3,8% audiență medie pe național), Campionatul Mondial de Handbal Feminin (3,5%), Tenis Cupa Davis (3,2%), Campionatul European de Patinaj Artistic (2,8%) și preliminariile Campionatului European de fotbal – tineret (2,4%).

Dintre programele informative se remarcă *Ora de știri* (2,2%) care, de regulă, produce audiența de vârf a zilei la acest canal, și emisiunea *Top 7* (1,5%). La capitolul reality-show-uri, *Familii în impas* a înregistrat o audiență medie de 2,4% la nivel național și are un trend crescător, iar *Arena leilor*, 1,5%.

Vârful de audiență al canalului TVR 2 a fost înregistrat, în medie pe 2007, pe tronsonul orar 21.40-21.50 și a atins 2,3% rating; acesta s-a datorat *Orei de știri* și, în special, rubricii *Sport* care, de regulă, a surclasat emisiunile transmise de B1 TV, Realitatea TV, Antena 3, Romantica și Kanal D.

Cele mai mari audiențe punctuale ale canalului au fost obținute, însă, tot de transmisiunile sportive: Campionatul European de fotbal (rating maxim de 5,2%) și Campionatul Mondial de Handbal Feminin (4,6%); filmele cel mai bine cotate au fost cele transmise în jurul orei 22.00, cu un maximum de rating de 4,7%, atins de producția *Șase zile, șapte nopți*.

### Publicul TVR 2

În 2007, categoriile de public cu disponibilitate maximă de vizionare tv au fost, atât în urban, cât și la nivel național, persoanele cu vârste peste 45 ani și cu educație medie (conform audienței medii zilnice pe total canale).

Raportând publicul TVR 2 la cel de referință (pe total canale), se constată că în 2007 acest post s-a încadrat în tendințe la criteriu „vârstă”, iar la „nivel de educație” a avut variații notabile. Astfel, în urban, structura de public a TVR 2 a fost mai bună, deoarece segmentul de telespectatori cu studii medii a fost completat de un segment de persoane cu educație superioară. În schimb, la nivel național, TVR 2 a atras, în 2007, preponderent telespectatori cu pregătire inferioară.

Comparativ cu 2006, TVR 2 a reușit să-și îmbunătățească structura de public în urban (prin atragerea telespectatorilor cu pregătire medie alături de cei cu pregătire superioară), în timp ce la nivel național structura a rămas neschimbată.

Grila de primăvară a TVR 2 a fost cea care a atras în cea mai mare măsură publicul cu studii superioare și a reușit menținerea interesului publicului de 35-44 ani (categorie câștigată încă din 2006). Emisiunile cu impact mare la aceste segmente de telespectatori au fost: știrile de la 21.00, filmul artistic al orei 22.00, business reality show-ul *Arena leilor*, patinajul artistic, *D'ale lu' Mitică*, seriale și documentare.

## 5. Publicitatea

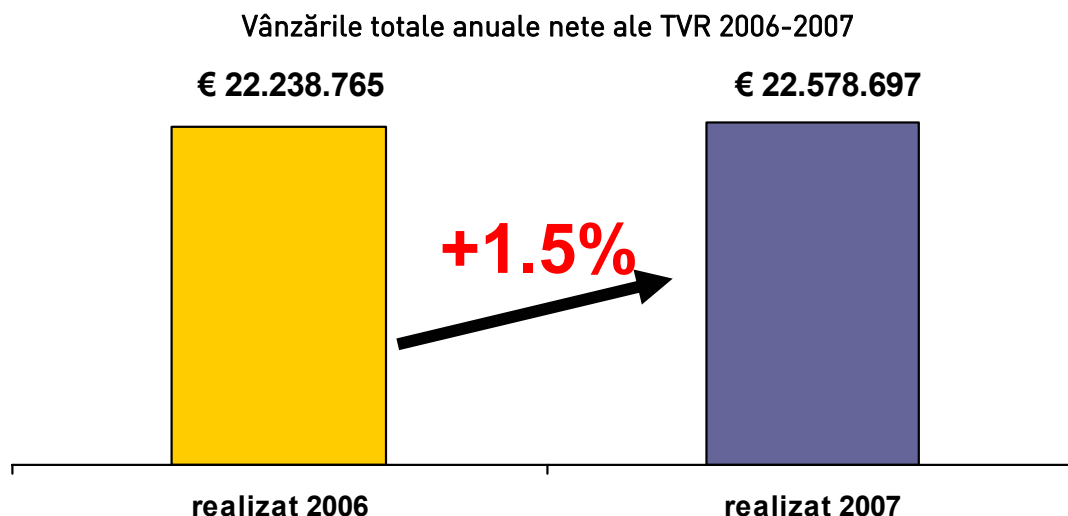




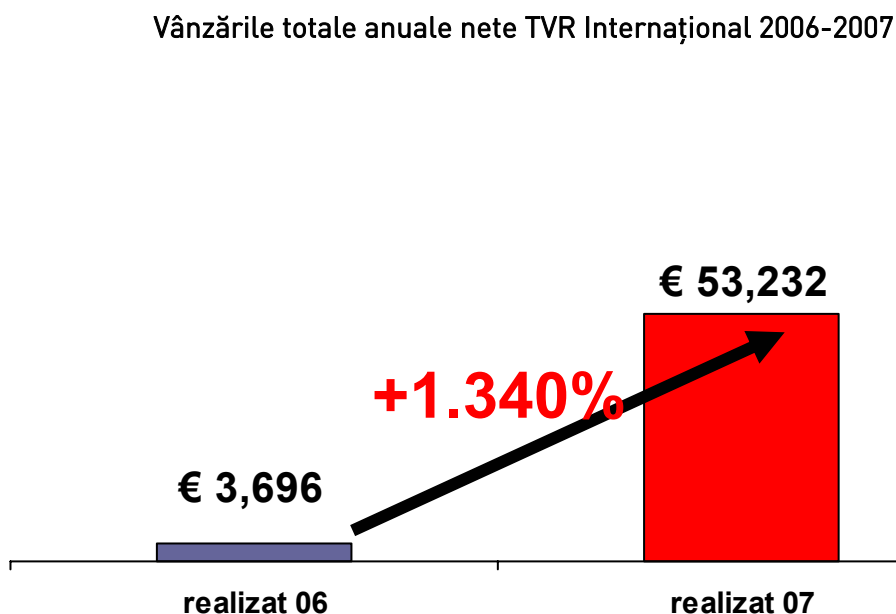


Conform estimărilor Splendid Media, compania care se ocupă de vânzarea spațiului de publicitate al TVR, piața de publicitate tv din România a crescut cu 36% în 2007 față de 2006 (estimarea se bazează pe audiența spoturilor clienților companiei, monitorizate de TNS-AGB International pe target all urban).

Comparativ cu 2006, în anul 2007 vânzările totale nete de publicitate pe cele patru canale ale Televiziunii Române - TVR 1, TVR 2, TVR Cultural, TVR Internațional - au crescut cu 1,5%, în condițiile în care, în 2006, TVR a transmis Campionatul Mondial de Fotbal, care a adus o audiență mai mare și a generat vânzări de publicitate mai mari decât programele obișnuite ale televiziunii publice. Creșterea mică a vânzărilor de publicitate a fost influențată și de scăderea audienței spoturilor.

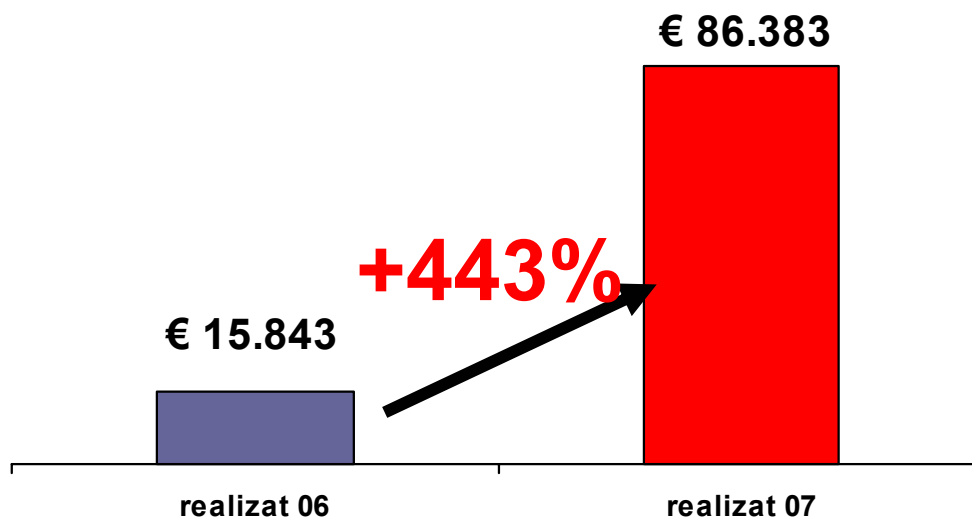


Cea mai spectaculoasă creștere a vânzărilor de publicitate, în 2007, s-a înregistrat pentru TVR Internațional, cu 1.340% mai mare decât în 2006. Dacă în anul 2006 vânzările nete anuale au fost de 3.696 euro, în 2007, acestea au fost de 53.232 de euro.



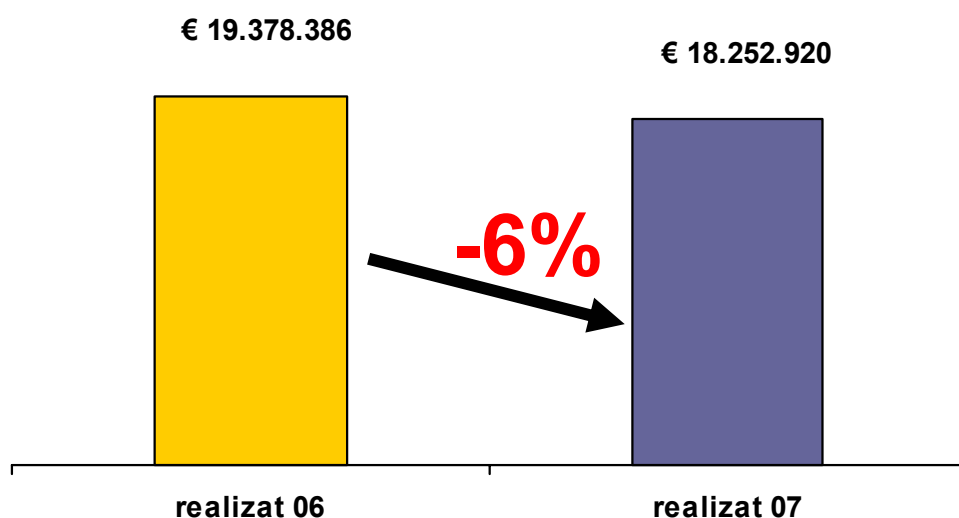
La nivelul anului 2007, pentru TVR Cultural, vânzările de publicitate realizate de Splendid Media au fost cu 443 de procente mai mari. Pe o creștere de 20% a audienței pe spot, vânzările nete anuale au fost, în 2007, de 83.383 de euro, față de 15.843 de euro, în 2006.

#### Vânzările totale anuale nete TVR Cultural 2006-2007

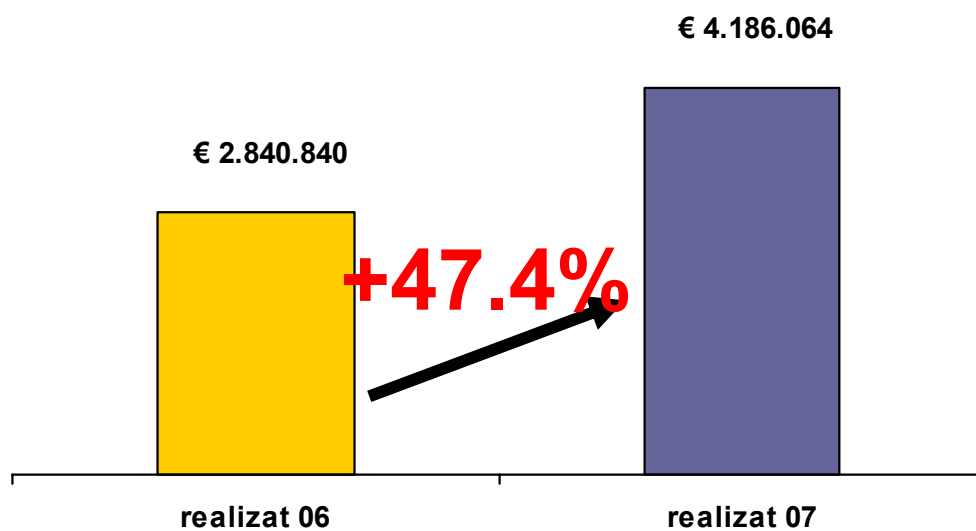


La principalele două canale ale TVR, vânzările de publicitate nu au crescut la fel de spectaculos sau chiar au fost mai mici, cum este cazul TVR 1, pentru care în 2007 încasările au fost cu 6% mai mici. Această scădere a fost determinată și de audiențele pe spot, mai mici cu 39% în 2007, dar trebuie ținut cont și de faptul că, în 2006, TVR 1 a difuzat Campionatul Mondial de Fotbal, competiție care a adus aproximativ 2 milioane de euro net în plus față de programele obișnuite ale televiziunii publice. TVR 2 a adus cu 47,4% mai multe vânzări în 2007 față de 2006, chiar dacă audiența pe spot a scăzut cu 18%.

#### Vânzările totale anuale nete TVR 1, 2006-2007



Vânzările totale anuale nete TVR 2, 2006-2007





## 6. Situația producției artistice





Direcția Artistică și Producție este organizată ca un compartiment de producție subordonat direct Președintelui-Director General. Atribuțiile acestei direcții vizează în principal realizarea de producții pentru toate emisiunile difuzate de cele patru canale TVR.

În 2007, componenta de producție a Televiziunii Române s-a consolidat semnificativ, atât din punct de vedere organizatoric, cât și funcțional. Astfel, au fost duse la îndeplinire și urmărite permanent principalele activități, care includ:

- Fundamentarea urmăririi din punct de vedere operativ economic a activității artistice și de producție în ansamblu;
- Elaborarea tarifelor de execuție sau creație, configurate pe fluxurile de producție;
- Furnizarea de servicii de producție în studiouri și în spațiile exterioare televiziunii publice, tuturor compartimentelor redacționale ale TVR;
- Asigurarea concepției și execuției artistice unitare pentru scenografie, costume, machiaj, coafură, imagine, montaj emisiuni, editare imagine, machiaj, în colaborare cu redactorii și producătorii;
- Asigurarea regiei artistice, a comentariului muzical / coloanei sonore / înregistrării și transmisiei producțiilor muzicale pentru programele televiziunii publice;
- Asigurarea regiei de montaj și a tuturor activităților specifice regiei de studio;
- Asigurarea activităților specifice de ordin artistic și operațional pentru echipele care utilizează camere mobile (camcordere) de înregistrare sau transmisie, echipamente mobile de sunet și echipamente mobile de iluminat tehnologic;
- Operarea echipamentelor video și audio aflate pe care de reportaj, care de procesare sunet, a echipamentelor mobile de sonorizare și teleficare, a echipamentelor mobile de jurnalistică electronică etc., a echipamentelor din studiouri;
- Propunerea achizițiilor de materiale pentru producția de decoruri și echipamente necesare, în conformitate cu bugetul aprobat; asigurarea programării și a urmăririi desfășurării întregului proces de producție a emisiunilor tv.

În 2007, printre obiectivele strategice ale Direcției Artistică și Producție s-au numărat: sporirea eficienței și ridicarea standardelor profesionale și tehnologice ale structurii; planificarea și repartizarea eficientă a capacităților de producție; trecerea la un sistem unitar digitalizat.

## Departamentul Artistic

Această structură asigură concepția și execuția artistică unitară prin mijloace specifice ce fac posibilă transpunerea proiectelor editoriale în produsul finit: emisiunea de televiziune. Rezultatul etapelor procesului de creație și artă - documentarea, clarificarea, viziunea și execuția - se concretizează în imaginile artistice care alcătuiesc opera.

Departamentul Artistic s-a preocupat, în 2007, de dotarea studiourilor, achiziția de care de reportaj, stații grafice, aparatură specifică de televiziune - investiții realizate de specialiștii TVR. Acestea sunt încă insuficiente manifestării profesionalismului concurențial, în comparație cu investițiile realizate de alte televiziuni din România, mai ales pe tronsonul Știri.

De asemenea, există alte investiții pentru care au fost declanșate procedurile și se află în derulare: achiziții de camcordere și casetoscoape DVCAM, achiziționarea a 100 elemente modulare tip BUTEC pentru decor, achiziționare a 10 bucăți electropalane pentru montare decor în studiouri, achizițiile curente pentru stocurile minime de materiale pentru construcția decorurilor, materiale consumabile în procesul de execuție a decorurilor, scule și mașini electrice necesare atelierelor de producție.

Printre prioritățile Departamentului Artistic se numără și îmbunătățirea colaborării cu Direcția Tehnico-Administrativă pentru întreținerea mijloacelor tehnice utilizate.

Pe termen lung, este necesară regândirea unor servicii, în contextul în care unele televiziuni au tendința de a diminua producțiile proprii, angajându-se în coproducții sau contractând producători externi.

În ultimii ani s-au făcut progrese importante privind calitatea imaginii de televiziune, producții importante realizate în 2007, precum festivalurile de muzică Mamaia și George Enescu, *Surprize, surprize, Între bine și rău, O dată-n viață, Arena leilor, COOLmea distracției, Ne vedem la TVR* - sunt cele mai bune exemple în acest sens. Există încă o serie de factori care împiedică atingerea parametrilor doriți în ceea ce privește calitatea imaginii de televiziune. Cauza principală este situația studiourilor care nu corespund din punct de vedere al numărului și al mărimii.

Serviciul Imagine Studiouri și Care Producție TV s-a confruntat și anul trecut cu o lipsă a echipamentelor moderne, iar cele existente au probleme tehnice și sunt în mare parte depășite.

Deoarece printre prioritățile Direcției Artistică și Producție se numără profesionalizarea angajaților, în 2007, au fost organizate trei serii de cursuri de montaj pentru editorii de imagine, trei serii de cursuri pentru maeștrii de sunet, cursuri pentru angajații Serviciului Regizori Artistici, Muzicali de prelucrare digitală a sunetului, de captare și prelucrare a sunetului pentru studiourile tv, de management al conflictelor și dezvoltării echipei.

De asemenea, a fost stimulată competiția internă prin organizarea de concursuri de schițe - la nivelul colectivului de scenografi din cadrul Serviciului Scenografie, Decor, Machiaj - pentru decorurile unor programe (de exemplu: *Plaja lui Măruță, Matinal, Minutul 91, Eurovision Junior, Universul credinței, Mari Români, Elefantul cu buline, Joaca de-a poveștile, Profesioniștii, Atunci și acum, Bastonul de mareșal, O dată-n viață*).

Printre investițiile făcute în anul 2007 se numără: transformarea unui grup de montaj defect în grup de copieri cu trei perechi de casetoscoape, la care s-a adăugat un transcoder ce transformă imaginea din 6/9 în 3/4; renovarea încăperilor din două grupuri de montaj; renovarea încăperii TR-ului; înlocuirea a două grupuri de montaj non-liniare cu grupuri noi; cinci noi grupuri de montaj non-liniar; înlocuirea echipamentelor depășite din trei cabine de sunet cu echipamente noi.

De asemenea, planul de investiții pentru 2007 a inclus puncte necesare Serviciului Scenografie, Decor, Machiaj - mașini, unelte și utilaje tehnologice absolut necesare realizării producțiilor, întrucât gradul de echipare a atelierelor este unul neperformant.

Au fost găsite soluții pentru realizarea, contra cost, a unor lucrări pentru beneficiari din afara televiziunii publice (pentru terți) în vederea consolidării bugetului Direcției.

Pe parcursul anului 2007, s-a reușit stocarea decorurilor și a elementelor de decor și în format electronic (pe CD), ca bază de date pentru recunoașterea și alegerea rapidă a acestora.

În perioada 10 ianuarie 2007–10 decembrie 2007, Serviciul Scenografie, Decor, Machiaj a onorat, în termen și la calitatea solicitată, 120 de comenzi pentru decoruri. Pentru că anul 2007 a fost unul cu resurse financiare mult diminuate, s-a decis economisirea resurselor bănești prin re folosirea cât mai multor elemente existente în magaziile serviciului.

Astfel, în perioada ianuarie-iulie 2007, valoarea elementelor noi folosite la execuția decorurilor pentru 34 de producții a fost de 72.590 de euro. Valoarea economiilor făcute prin utilizarea decorurilor existente a fost de 26.355 de euro, iar valoarea decorurilor executate în afara atelierelor televiziunii publice a fost de 71.400 de euro.

Anularea excepției acordate în anii anteriori de Ministerul Finanțelor, privind posibilitatea efectuării de achiziții de materiale necesare producțiilor tv (ținând cont de specificitatea activităților – pe criterii calitative și de rapiditate în aprovizionare), în aprilie 2007, a necesitat o activitate laborioasă la nivel statistic privind sorto-tipurile de materiale necesare anual (atât cantitativ cât și valoric) pentru a determina tipurile de achiziții și a solicita demararea de proceduri.

Sistemul de solicitare de ofertă, în format electronic, pe site specializat, a îngreunat semnarea contractelor și a defavorizat financiar serviciul prin neparticiparea majorității producătorilor și distribuitorilor



importanți, cei ce aveau capacitatea de a acorda reduceri substanțiale, aveau produsele solicitate pe stoc și ofereau livrare rapidă.

Au existat situații în care nu s-au finalizat contracte din lipsă de ofertanți. Modificarea plafonului privind achizițiile directe de la 5.000 € la 10.000 € (fără TVA) a oferit posibilitatea unor achiziții mai rapide, dar a necesitat o reanalizare a tipurilor de materiale ce s-au pretat a fi achiziționate astfel.

Rezultatele obținute de regizorii artistici au adus, în 2007, o ușoară îmbunătățire a imaginii acestora în interiorul și în exteriorul Televiziunii Române. Efortul și profesionalismul regizorilor a fost răsplătit cu nouă distincții și premii naționale și internaționale (Cornel Mihalache, Mara Svetlana Manolescu, Iulian Foișor, Sabina Pop).

## Departamentul Producție

Activitatea Departamentului Producție a fost simplificată, în 2007, în urma transferului echipelor de transmisiuni pentru știri în cadrul Direcției Tehnico-Administrative.

Din punctul de vedere al resurselor umane, este în desfășurare un curs destinat producției audio, început în 2007, care va fi finalizat în 2008.

Tot în 2007 au fost finalizate trei investiții importante derulate în 2006: instalarea a două mixere audio digitale (pe Carul 3 și pe Carul de Procesare Sunet), precum și intrarea în exploatare a sistemului de cameră wireless. Toate aceste investiții au avut un impact imediat, spectaculos, asupra activităților de producție video-audio.

Printre proiectele de dezvoltare ale acestei structuri se numără: accelerarea modernizării studiourilor de producție; modernizarea parcului de care de producție prin achiziționarea, în prima etapă, a două care HD de mare capacitate; ameliorarea calității sistemelor de iluminare prin achiziționarea unor seturi de lumini de efect și, în perspectivă, modernizarea instalațiilor din studiourile 1, 2 și 3.

În perioada analizată au fost înregistrate următoarele elemente pozitive: eficiența unor investiții punctuale efectuate în anii anteriori (în special în carele de producție); randamentul bun al personalului, devotamentul și răspunsul pozitiv la solicitări. Uzura echipamentelor, însă, generează rutina și uzura personalului de exploatare. În schimb, modernizările tehnice generează o creștere (automată sau provocată prin programe de training) a personalului.

Analizând strict anul 2007, există două semnale de alarmă: vârsta angajaților (personal din ce în ce mai îmbătrânit, cu anumite probleme de sănătate) și vârsta medie a echipamentelor.

Din cauza volumului mare de aparatură și a ritmului scăzut de modernizare, riscul scoaterii din funcțiune a unor capacități de producție importante este considerabil.

Tendința internațională de trecere la televiziunea de înaltă definiție trebuie urmată și de Televiziunea Română. Investițiile pentru această schimbare trebuie să țină cont de prima verigă a lanțului de producție, carul de reportaj.

În momentul de față, baza de care de reportaj a televiziunii publice cuprinde următoarele utilaje:

- Carul 1, realizat în tehnologia anilor 1995 - dedicat transmisiilor și producțiilor tv de dimensiuni mici, cu maximum cinci camere și cu cerințe de sunet reduse; este un car analogic cu performanțe medii;
- Carul 2, re tehnologizat complet în partea video - dedicat transmisiilor și producțiilor tv de dimensiuni medii, cu maximum cinci camere și cu cerințe de sunet reduse; poate primi surse externe și oferă condiții bune de exploatare;
- Carul 3, re tehnologizat în 2004 - dedicat transmisiilor și producțiilor tv de dimensiuni medii spre mari, cu șapte camere și surse externe; deține șapte camere de calitate broadcast (cele mai performante din TVR) și poate primi surse externe; oferă condiții foarte bune de exploatare; a fost

dotat cu mixer audio digital la începutul anului 2007; sunet foarte performant; din punctul de vedere al performanțelor, este al doilea car din Televiziunea Română;

- Carul 5, un car digital - dedicat transmisiilor și producțiilor tv de dimensiuni medii, cu maximum cinci camere și cu sunet performant;
- Carul 6, realizat în tehnologie digitală, dotat cu 10 camere, este cel mai important utilaj de producție din TVR; oferă condiții foarte bune de exploatare și performanțe deosebite - dedicat transmisiilor și producțiilor tv de dimensiuni mari, cu până la zece camere;
- Carul 7, realizat în tehnologie digitală și dotat cu cinci camere - destinat inițial transmisiilor de tip „știri”, acum poate face față cu succes și la producții de dimensiuni mici; prezintă sunet cu performanțe reduse;
- Carul 8, modernizat, dotat cu cinci camere moderne de calitate profesională, dar cu infrastructură veche și performanțe limitate; sunetul este bun; la începutul anului 2007 a fost dotat cu mixer audio analogic mai performant.

Printre obiectivele acestei structuri se află: trecerea la un format digital de înregistrare pe toate carele de reportaj; dotarea cu unități de înregistrare digitală pe carele 2 și 8; modernizarea bazei actuale; achiziționarea de embeatoare pentru toate carele de reportaj; achiziționarea a cel puțin două care de reportaj noi în format HD.

Serviciul Studiouri Producție TV este format din totalitatea resurselor care deservește studiourile de producție tv și de știri: studioul 1 (producții de divertisment); studioul 2 (talk-show-uri); studioul 3 (producții de divertisment de mai mare amploare și producții de teatru tv); studioul 4 (producțiile TVR Cultural); studioul 10 (producții regionale, care se transmit splitat pe TVR 2, zilnic, în intervalul orar 16.30-18.30, și TVR Internațional); studioul 11 (producții de știri); studioul 12 (talk-show-uri/ actualități); studioul muzical.

Dotarea tehnică a Serviciului Studiouri, în 2007, a urmat tendința generală de digitalizare a întregii structuri de producție tv și s-a îmbunătățit într-o oarecare măsură, dar mult mai puțin decât obiectivele propuse, din cauza situației financiare a instituției.

Astfel, în luna martie 2007, s-a dat în folosință studioul 10, un nou studio în Corpul Știri, dedicat inițial producțiilor regionale și, începând din octombrie 2007, producțiilor TVR Internațional (este utilat cu echipamente audio-video digitale și are în dotare trei camere de luat vederi); a fost înlocuită o parte din echipamentele vechi, depășite tehnologic, cu unele noi, mult mai performante; s-a achiziționat, în decembrie 2007, un sistem complet de prompter cu două sisteme de afișare text pe două camere simultan, și în acest fel, fiecare studio va avea propriul sistem prompter; în august 2007 s-a inițiat implementarea noului sistem de intercomunicație, digital, foarte performant, care permite o comunicare mult mai ușoară și mai rapidă între resursele umane implicate în procesul de producție. La capitolul audio, trebuie menționate și aici unele îmbunătățiri: s-a trecut la transmisia stereo; achiziții de diverse echipamente etc.

## 7. Situația tehnică





Direcția Tehnico-Administrativă are ca scop principal asigurarea suportului tehnic pentru buna desfășurare a activității Televiziunii Române. În anul 2007, acest scop s-a materializat prin asigurarea realizării de emisiuni în transmisiune directă sau înregistrate, cu postproducție (prelucrare ulterioară), folosind mijloacele tehnice din dotare.

În același timp, direcția este principalul pilon al televiziunii publice în implementarea proiectului european de digitalizare a televiziunilor până în anul 2012.

Din totalul de 8.760 ore ale anului, emisia celor patru canale centrale (TVR 1, TVR 2, TVR Internațional și TVR Cultural) a reprezentat 8.712 ore pentru fiecare program, restul de 48 de ore reprezentând reviziile tehnice lunare (perioada ianuarie-decembrie).

Cele patru studiouri teritoriale (TVR Timișoara, TVR Cluj, TVR Iași și TVR Craiova) și-au început transmisiile prin satelit la 1 ianuarie 2007, fiind splitate cu programul TVR 2, în perioada în care nu au emisie proprie.

Direcția Tehnico-Administrativă a asigurat distribuția canalelor TVR 1 și TVR 2 prin RADIOCOM (SNR) pentru transmisiile terestre pe teritoriul țării, iar pentru programele regionale prin emițătorii locali și, nemijlocit, difuzarea prin satelit a celor 8 programe, acoperind Europa, nordul Africii și Orientul Apropiat.

Prin intermediul firmei GlobeCast, care asigură Televiziunii Române serviciile de transmisie prin satelit, programul TVR Internațional se poate viziona, necriptat, și pe teritoriul Statelor Unite ale Americii și Canadei, Australiei și Noii Zeelande.

Pe lângă asigurarea resurselor tehnice pentru emisiunile de televiziune, una dintre principalele direcții de activitate ale Direcției Tehnico-Administrative a constituit-o și îmbunătățirea permanentă a calității, operativității și fiabilității, prin dezvoltarea capacităților de producție existente și prin aplicarea de noi tehnologii.

Direcția Tehnico-Administrativă a efectuat 810 transmisiile și recepții de pe teren cu ajutorul autospeciilor de tip DSNG, din care 73 de transmisiile au necesitat un grad ridicat de dificultate. În stația de la etajul 13 din Corpul Redacțional s-au recepționat 280 de transmisiile cu mașini de radioreleu și 385 de transmisiile cu jurnalistică electronică, din București, iar din provincie au fost recepționate 135 transmisiile prin rețeaua SNR.

Cu ajutorul Centrului Național de Coordonare Tehnică (CNCT) au fost preluate următoarele evenimente prin rețeaua Eurovision:

- transmisiile multilaterale recepționate din rețeaua EBU – 227: CE Patinaj Artistic (Varșovia) și CM Patinaj Artistic (Tokyo); CE și CM Natație de la Melbourne; CE Gimnastică Amsterdam și CM Gimnastică Stuttgart; CM Handbal Feminin din Franța; CM Canotaj de la Munchen și CM Caiac-Canoe Duisburg; Turneul celor 6 națiuni la Rugby și CM Rugby; CE Atletism și CM Atletism Osaka; transmisiile de tenis Cupa Davis ale echipei României; Turneul de tenis Roland Garros; transmisiile de Formula 1; Premiile Oscar, Concursul Eurovision etc.;
- transmisiile unilaterale recepționate (pentru știri și sport) – 574;
- transmisiile unilaterale date pentru corespondenții străini – 172;
- transmisiile multilaterale date în rețeaua EBU (transmisiile sportive) – 19;
- subiecte transmise la schimburile de actualități – 235;
- comenzi de segment spațial (și preluate în rețeaua EBU) – 34.

## Proiecte majore

Principalul obiectiv în domeniul tehnic al Televiziunii Române a fost proiectarea și punerea în aplicație a proiectului de digitalizare a TVR în conformitate cu directiva europeană. În aceste condiții cea mai mare parte a activităților tehnice s-a subsumat acestui scop.

Printre cele mai importante proiecte derulate în cadrul activității tehnice, se numără:

- echiparea și punerea în funcțiune a celui de-al treilea studiou din noul Corp Știri, dotat cu echipamente de captare, procesare și producție digitale;

- realizarea noului CDC, complet digital, dotat cu echipamente de comutare, conversie, distribuție și monitorizare performante, capabil să ruteze 256 de semnale video SDI/audio embedded spre regiile finale de emisie sau între diverși utilizatori (studiouri, cabine de montaj sau înregistrare, redacțiile știri și sport etc.);

- extinderea legăturilor între studiouri, CDC, stația de emisie prin satelit, stația de recepție radiorelee, Corpul Știri și Corpul Pangrati, prin fibră optică;

- dezvoltarea centrului de monitorizare și control a emisiei prin satelit a programelor TVR, în Corpul Pangrati, în vederea transmisiei celor patru canale regionale și a extinderii criptării Viaccess;

- extinderea închirierii spațiului pe satelitul Eutelsat W2, începând cu data de 1 ianuarie 2007, în vederea emisiei celor patru canale regionale, în cadrul contractului cu GlobeCast

- începerea procesului de automatizare a difuzării programelor (la sfârșitul anului 2007 au fost instalate echipamentele, sistemul urmând a intra în funcțiune în prima parte a anului 2008);

- continuarea re tehnologizării sunetului în televiziune, modernizarea și uniformizarea grupurilor și a carului de postprocesare, implementarea transmisiei stereo pentru toate programele.

Toate acestea s-au făcut de la proiectare până la realizare și punere în funcțiune, prin forțe proprii și cu investiții minime. Marea majoritate a investițiilor necesare au fost făcute din fonduri proprii, deoarece, până la rectificarea din trimestrul IV al anului 2007, Televiziunea Română nu a primit bani prin transfer de la bugetul de stat. Abia în trimestrul IV, prin susținerea Comisiilor de specialitate ale celor două Camere și cu înțelegerea Guvernului, televiziunea publică a beneficiat de un transfer de la bugetul de stat destinat re tehnologizării.

## Investiții în echipamente și infrastructură

În cursul anului 2007, pentru partea tehnică au fost efectuate următoarele lucrări:

- Înlocuirea și modernizarea intercomunicației dintre CDC și studiourile de producție, știri și sport, care de reportaj, DSNG, echipe de jurnalistică, prin instalarea unei matrici de intercomunicație modernă și versatilă;
- Instalarea a 16 noi grupuri de montaj non-linear, dotate cu casetoscoape digitale în formatul DVCAM și monitoare LCD, în cabinele de producție, la știri, sport și la studiourile teritoriale;
- Lărgirea bazei de echipamente de captare cu camcordere digitale pentru emisiunile de actualități, sport, pentru studiourile teritoriale și pentru corespondenții teritoriali;
- Modernizarea și înnoirea unor mijloace tehnice mobile (care de reportaj, radiorelee, DSNG, jurnalistică electronică);
- Realizarea în regie proprie pe mașini Opel Vivaro a două autospeciale DSNG, din care una pentru studioul teritorial TVR Cluj, și a unui minicar pentru studioul teritorial Iași;
- Înnoirea parcului auto cu 3 autospeciale Opel Movano, transformate în mașină de sonorizare, iluminat tehnologic și una pentru studioul teritorial TVR Timișoara;
- Achiziția de echipamente pentru realizarea a 6 grupuri de postprocesare sunet;
- Modernizarea studiourilor mari de producție prin dotarea cu echipamente video și audio performante (mixere digitale, monitoare LCD), precum și cu 2 macarale cu cap cald de 12 m;
- Dotarea studiourilor teritoriale cu echipamente noi, pentru realizarea a 2 studiouri digitale cu câte 3 camere complete și a 3 grupuri de montaj non-linear;
- Extinderea rețelei de voce și date pentru implementarea automatizării;
- Achiziția de echipamente audio pentru sonorizare în studiourile 1, 2 și 3, de radiomicrofoane pentru studiouri, care de reportaj, echipele de teren, știri și sport;

- Construcția și amenajarea spațiului aferent regiei de emisie multicanal;
- Reamenajarea spațiilor în corpul redacțional, corp studiouri și corp Pangrati pentru birouri, grupuri de montaj, camere ingest pentru servere, profile, scenografie, grupuri sanitare, arhiva multimedia, echipe sonorizare, hidroizolație corp studiouri, corp ateliere și corp redacțional;
- Proiectarea amenajării clădirii pentru noul studio teritorial TVR Târgu Mureș.

Colectivele Direcției Tehnico-Administrative au mai contribuit la buna desfășurare a activității și prin:

- Proiectarea sistemelor și instalarea echipamentelor în Telecentru și studiourile teritoriale;
- Reviziile periodice, întreținerea și repararea echipamentelor din dotare;
- Proiectarea, amenajarea, dotarea și extinderea capacității de postproducție video și audio prin instalarea sistemelor de montaj dogotal non-linear și a platformelor PC specializate;
- Realizarea rezervării server-ului de comandă a stației de sol pentru emisia programelor televiziunii prin satelit și actualizarea programelor software și introducerea criptării Viaccess pentru programele TVR 1, TVR 2 și TVR Regionale;
- Lucrări de montaj și reparații în domeniul instalațiilor tehnologice (apă, canalizare, încălzire, gaze, scurgere ape pluviale, stație hidrofoare, centrala termică, stație frig, centrala climatizare și transport pneumatic);
- Asigură activități curente de mentenanță a sistemului informatic al TVR, administrare servere și aplicații; instruirea personalului pentru exploatarea echipamentelor bazate pe noile tehnologii.

## Activitatea de IT&C

În anul 2007, Direcția Tehnico-Administrativă, prin modificarea organigramei TVR, a preluat și colectivele fostei direcții IT&C, continuând proiectele principale de IT și coordonând activitatea acestora.

Printre principalele activități de IT&C enumerăm: instalarea a 16 servere „blade”, configurare Xen și mașini virtuale; instalarea server-ului de backup dhcp; implementarea unei versiuni noi de antivirus (Enterprise Manager 2.6 pe server, Bitdefender 8 Professional pe clienți); implementarea unui sistem informatic ENPS și soluție de autentificare pe domeniu; implementarea unei aplicații-intervenții pentru dispeceratul Direcției Tehnico-Administrative; instalarea și configurarea webmail-ului, dezvoltarea aplicațiilor web-based de management a echipamentelor de rețea inteligente (switch-uri) și pentru supravegherea acces point-urilor din rețea; dezvoltarea sistemului informatic pentru managementul știrilor - News Room Computer System, instalarea a 40 licențe; dezvoltarea sistemului informatic ERP, Microsoft Dynamics – NAV pentru studiourile teritoriale și telecentru; realizarea și implementarea a diverse aplicații și pagini web pentru site-ul web al TVR; upgrade-ul server Economic Microsoft Dynamics NAV (la Windows 2003 SP1 / SQL 2005) și upgrade clienți Microsoft Dynamics NAV (de la versiunea 3.x la 4.x pe toate stațiile).





## 8. Resurse Umane





La data de 31 decembrie 2007, numărul total de angajați ai Televiziunii Române era de 3.185, dintre care 2.773 la studioul central și 412 la studiourile teritoriale, față de un total de 3.262 la data de 31 decembrie 2006.

Repartizarea personalului pe compartimente, la finalul anului 2007: Direcția Emisiuni Informativ și Sport - 261 salariați; Direcția Programe - 728 salariați; Direcția Tehnico-Administrativă - 608 salariați; Compartimente în subordinea PDG - 110 salariați; Direcția Economică - 90 salariați; Direcția Artistică și Producție - 911 salariați; Direcția Marketing și Comunicare de Produs - 64 salariați; Studiouri teritoriale - 412 salariați.

Pe parcursul anului 2007, au fost derulate 50 de concursuri pentru posturi de execuție, șase concursuri pentru posturi de conducere și 44 examene de promovare sau pentru schimbarea locului de muncă.

Au fost administrate 3.200 de dosare de personal (aproximativ 600 repartizate fiecărui inspector de personal) și au fost efectuate recalculări de pensii în număr de 68, fiind întocmite 64 de dosare de pensionare.

## Recrutare și selecție de personal

Principalele activități privind recrutarea și selecția de personal, în 2007, au vizat: recrutarea de personal; organizarea și actualizarea bazei de date a TVR; realizarea demersurilor, din punct de vedere organizatoric, în vederea verificării cunoștințelor și aptitudinilor pentru persoanele angajate în baza unor contracte de muncă pe perioadă determinată; întocmirea și implementarea Procedurii de Recrutare și Selecție – procedură care a înlocuit Regulamentul privind organizarea concursurilor pentru personalul de execuție și Regulamentul privind ocuparea funcțiilor de conducere și evaluare a persoanelor care ocupă astfel de funcții; prezentarea către directorul general a strategiei de angajare în TVR pe termen scurt și mediu, în care se recomandă stoparea organizării concursurilor (și, implicit, încadrarea de angajați cu contract de muncă pe perioadă nedeterminată) și acoperirea deficitului temporar de forță de muncă prin încheierea de contracte de muncă pe perioadă determinată pe posturi temporar vacante; organizarea de examinări (verificări ale cunoștințelor și aptitudinilor profesionale) la schimbarea funcției de încadrare; organizarea din punct de vedere administrativ a concursurilor de angajare, de la apariția nevoii de recrutare și până la finalizarea concursului de angajare și înaintarea dosarului de concurs (candidatul câștigător) Serviciului Personal.

## Training și consultanță

Și în cursul anului 2007, Televiziunea Română a fost preocupată de profesionalizarea și specializarea angajaților săi, prin intermediul cursurilor și training-urilor desfășurate în țară sau în străinătate. Pe această temă, demersurile Departamentului Resurse Umane s-au concentrat asupra:

- identificării nevoilor de training, împreună cu șefii de compartimente;
- întocmirii planului de training pe anul 2007 și pe anul 2008; propunere de proiect de buget pentru această activitate;
- identificării furnizorilor de training în țară și în străinătate;
- selecției angajaților care participă la traininguri internaționale și formulării de puncte de vedere către directorul general al TVR;
- organizării trainingurilor interne – negocieri cu lectori, stabilirea programului de curs, organizarea cursurilor din punct de vedere administrativ.
- 23 cursuri de perfecționare interne (organizate în cadrul TVR);
- 32 cursuri de perfecționare externe (organizate cu furnizori de training externi (români));
- 21 cursuri de perfecționare internaționale la care au participat angajații TVR;
- 55 de studenți aflați în stagii de practică în cadrul TVR.

În privința programelor de training, bugetul alocat a fost mic în comparație cu solicitările primite. Din acest motiv, nu s-a pus accent nici pe traininguri de dezvoltare personală/abilități.

## Administrarea de personal

Gestionarea dosarelor de personal și organizarea muncii sunt alte activități importante ale departamentului. În acest sens, au fost efectuate: gestionarea bazei de date, întocmirea actelor adiționale la CIM, întocmirea actelor adiționale pentru producători, vedete și pentru salariații care beneficiază de statut de moderator/prezentator, administrarea dosarelor personale, eliberarea de adeverințe etc.

În privința organizării muncii, au fost introduse noi fișe de post pentru noii angajați, au fost introduse noi ocupații în Clasificatorul Ocupațiilor din România (COR), au avut loc reorganizări și restructurări, astfel:

- punerea în aplicare, începând cu luna iunie 2007, a hotărârilor Consiliului de Administrație de reorganizare a unor compartimente din cadrul TVR, precum: restructurarea Direcției Tehnico-Administrativă (de trei ori), a Direcției IT&C, a Direcției Marketing și Vânzări, a Direcției Știri, a Direcției Artistică și de Producție și a Departamentului Comunicare și Relații Internaționale;
- întocmirea tuturor deciziilor emise de directorul general privind: numiri/eliberări din funcție, încetarea raporturilor de muncă, suspendarea raporturilor de muncă, delegări de competențe etc.

În conformitate cu Metodologia de evaluare a performanțelor profesionale individuale, de două ori pe an a avut loc evaluarea performanțelor profesionale, atât pentru funcțiile de execuție, cât și pentru cele de conducere.

Departamentul Resurse Umane a gestionat procesele de evaluare periodică (de două ori pe an) și a acordat consiliere de specialitate evaluatorilor și persoanelor evaluate.

## Securitate și sănătate în muncă

În privința securității și sănătății în muncă, a fost constituit Comitetul pentru Securitate și Sănătate în Muncă, conform prevederilor noii legislații în domeniu (Legea 319/2006 a securității și sănătății în muncă). Au fost efectuate determinări privind condițiile de muncă la locurile de muncă din TVR, inclusiv studiul privind starea de sănătate a salariaților, prin:

- măsurarea câmpurilor electromagnetice de la 22 locuri de muncă;
- determinări ale factorilor de mediu și impactul lor asupra stării de sănătate a salariaților - în anul 2007 am derulat etapa a doua, „Determinări privind impactul condițiilor de muncă asupra adaptării și stării de sănătate a lucrătorilor”.

Pe un eșantion de 100 de persoane, în condiții reale de muncă, au fost efectuate evaluări ale solicitărilor vizuale, auditive, a reacțiilor cardio-vasculare și tulburări psihopatologice și psihocomportamentale la locurile de muncă stabilite cu sindicatul reprezentativ (SPUSTV).

Totodată, a fost evaluat nivelul de riscuri de accidente și îmbolnăviri profesionale la 9 locuri de muncă, evaluare obligatorie, conform legii, pentru toate locurile de muncă, a fost efectuată de către o firmă specializată, concluziile fiind cuprinse într-un document intitulat: „Evaluarea nivelului de risc de accidentare și îmbolnăvire profesională din cadrul Societății Române de Televiziune”.

Pe aceeași direcție a securității și sănătății în muncă, au mai fost organizate următoarele acțiuni: controale periodice la punctele de alimentație din TVR, de către Cabinetul Medical și Compartimentul Protecția Muncii, în medie, câte două controale pe lună, sau de câte ori s-au primit sesizări; întocmirea dosarelor de cercetare pentru cele trei accidente de muncă care au avut loc în Televiziunea Română în anul 2007; controale zilnice la locurile de muncă, pentru prevenirea accidentelor de muncă și a îmbolnăvirilor profesionale; controale clinice periodice și investigații solicitate (electrocardiograme, glicemii, audiometrii) pentru cele 100 de persoane incluse în cadrul determinărilor efectuate de Institutul de Igienă și Sănătate Publică, la cele 36 de locuri de muncă convenite cu sindicatele; au existat 17 solicitări care au fost soluționate pentru probleme de sănătate în legătură cu locul de muncă; aproximativ 12.000 solicitări pentru consultații și tratamente medicale; urgențe medicale – 110 cazuri, dintre care în 27 a fost necesar transportul cu ambulanța.

Au fost efectuate, totodată, evaluări medicale și psihologice periodice, inclusiv la angajare, intervenții medicale în situații de urgență, cercetarea accidentelor de muncă, consiliere psihologică.

Având în vedere că în anii 2006 și 2007 a fost modificată în întregime legislația care reglementează activitatea de securitate și sănătate în muncă, au fost reactualizate instrucțiunile proprii de securitate a muncii specifice locurilor de muncă din TVR.

În relația cu sindicatul reprezentativ din Televiziunea Română au existat comunicări pe probleme privind protecția și drepturile salariaților, pe probleme de concedieri colective – în primăvara anului 2007 au fost concediate 44 de femei de serviciu (îngrijitor clădiri).

Cu toate acestea, departamentul Resurse Umane a avut și neîmpliniri. Principalele obiective pe care nu le-a realizat sunt: punerea la punct a fișelor de post, modalitatea de evaluare a personalului și relația cu sindicatele în privința testelor medicale efectuate în instituție.

Principala problemă a fișelor de post este legată de neconcordanța între specificațiile din fișă și activitatea reală pe care angajatul o efectuează. Din această cauză este aproape imposibil să se evalueze în mod real rezultatul activității depuse de angajat, nu se pot trasa anumite sarcini fără o negociere prealabilă între șef și angajat, nu se pot da sancțiuni pentru cei care nu îndeplinesc sarcinile primite și, de foarte multe ori, este nevoie de o plată suplimentară pentru activitatea curentă, având în vedere că ea nu intră în mod explicit în sarcinile de serviciu.

Evaluarea personalului se face după un sistem învechit care nu este stimulat și nici nu asigură rezultate reale care să creeze ierarhii clare în cadrul structurilor TVR.

Din partea sindicatelor au existat solicitări pentru a primi evaluările testelor medicale și de protecția muncii efectuate, cereri nesoluționate în cea mai mare parte de către DRU. Din această cauză, există neîncredere și suspiciune față de măsurile de protecția muncii existente în anumite locuri de muncă. În concluzie, este evident că pe viitor activitatea DRU trebuie să se axeze pe rezolvarea acestor probleme, și anume:

- punerea în acord a fișelor de post cu activitatea reală a angajatului;
- implementarea unui sistem de evaluare modern și stimulat;
- colaborarea cu sindicatele în privința măsurilor de protecție a muncii.



## 9. Marketing și comunicare de produs







Direcția Marketing și Comunicare de Produs este compusă dintr-un grup de servicii care desfășoară mai multe tipuri de activități interconectate. Activitățile de coordonare de marketing și PR dedicate promovării imaginii și programelor canalelor TVR sunt realizate de echipele de brand manageri și specialiști PR, în timp ce activitățile de producție de marketing sunt în sarcina echipelor de producție promo, videografică și BTL. Direcția include, de asemenea, Colectivul Cercetare și analiză și Serviciul Coordonare Vânzări, care realizează sarcini specifice la nivelul întregii instituții.

Schimbarea de management a Direcției, în mai 2007, schimbările la nivelul conducerii TVR din iulie 2007 și reorganizarea structurii prin înglobarea echipei de PR, în octombrie 2007, au necesitat, în primul rând, activități de reorganizare internă și a fluxurilor de lucru.

În acest sens, pe parcursul anului 2007, s-au realizat și au început să se aplice o serie de proceduri de lucru intra și inter departamentale care să reglementeze, atât activitatea în interiorul direcției, cât și în relația cu celelalte departamente. Printre acestea se numără o nouă dinamică a comunicării din interiorul Direcției prin integrarea echipei de PR și a celei de brand manageri, un sistem unificat și complet de raportare a fonogramelor utilizate de echipele de producție de marketing (promo și videografică) către Colectivul Drepturi de Autor, participarea la schimbarea sistemului de selectare și promovare a vedetelor-moderatori, un nou flux de lucru între Direcția Programe și Direcția Marketing și Comunicare de Produs în ceea ce privește strategia de promovare on-air, centralizarea și clarificarea contractelor de barter.

Lipsa unui buget pentru publicitate a necesitat eficientizarea promovării on-air, web și PR, controlul strict al bugetului alocat și identificarea unor mijloace alternative pentru a completa mixul de promovare. Astfel, în 2007, s-a acordat o atenție sporită componentei on-air prin diversificarea tipurilor de promovare on-air folosite (line-up-uri, testimoniale etc).

De asemenea, parteneriatele media au devenit o componentă importantă a strategiei de promovare prin asocierea canalelor TVR cu peste 40 de evenimente muzicale, sportive sau de lifestyle, în funcție de publicul țintă, în calitate de partener sau coproducător (cu menținerea canalului partener pe materialele de prezentare și promovare a evenimentului - bannere, afișe, pliante, invitații, bilete, evenimente BTL la locație etc.).

Echipele de producție de marketing (promo, videografică și BTL) au susținut activitățile curente, realizând in-house conceptul și producția pentru pachete grafice de identitate, evenimente de lansare și campanii on-air și web.

## Canalul TVR 1

În cazul TVR 1, s-a folosit un mix între promovarea on-air, cea de PR și cea realizată prin intermediul site-ului [www.tvr.ro](http://www.tvr.ro). În secundar, au fost folosite activități BTL - petrecerea pentru lansarea grilei de primăvară a canalului a avut loc la ceainăria Cărturești, grila de primăvară mizând pe programele culturale ale TVR 1.

Promovarea on-air a continuat direcția strategică a anului 2006 – promovarea diferențiată a emisiunilor din fiecare grilă în funcție de importanța conferită lor în strategia de programe. Alături de aceste aspecte, s-a acordat o atenție sporită planificării și difuzării spoturilor de autopromovare, luând în calcul proximitatea și afinitatea dintre programul promovat și emisiunile din grilă.

Promovarea prin intermediul site-ului propriu s-a axat pe afișarea de web bannere și realizarea de mini-site-uri pentru emisiunile din categoria premium și a emisiunilor eveniment. Pentru promovarea acestor site-uri s-a luat decizia introducerii adreselor de site în spoturile de autopromovare ale emisiunilor și integrarea acestui element în pachetul grafic al canalului.

TVR 1 a beneficiat, în martie 2007, de un re-design al pachetului grafic de identitate, păstrându-se însă coerența vizuală a identității on-air curente (pachetul „point of view/privește mai departe”). În aceeași linie, pachetul a fost adaptat pentru sezonul de iarnă (prin pachetul „ferestre înghețate”). Toate elementele de adaptare ale pachetului din anul 2007 au fost realizate intern de către echipa Serviciului Videografică. În plus, în

2007, pentru TVR 1 s-au realizat peste 65 de pachete de grafică de program noi, de complexitate medie sau mare.

Promovarea grilei de primăvară s-a axat pe emisiunile culturale (*Garantat 100%, Profesioniștii, Nocturne*), cea de vară a avut în centru filmele, seriarele și emisiunile de divertisment (*Faimoșii, Top Super-Hits, Taverna, Rock'n Roll Club, Forsythe-Saga, Justiție militară*, linia de filme de la ora 23.20 și teatru, joi de la ora 20.30), iar grila de toamnă, cu o puternică componentă socială, a cuprins emisiuni care au adus în atenție problemele cetățeanului român ca membru al UE (*Între bine și rău, Fără frontiere, De ce democrația?, Atunci și acum, Ochiul magic, Reflector*).

## Proiecte cu asociere de imagine pentru TVR 1

În 2007, o componentă a strategiei de promovare a TVR 1 a constituit-o și asocierea canalului cu un set de evenimente culturale, muzicale, sportive de anvergură și interes. TVR 1 a fost partener sau coproducător (prezența siglei TVR 1 pe bannere, afișe, pliante, invitații, bilete, evenimente BTL) la proiecte culturale (Sibiu - Capitală Culturală Europeană 2007), muzicale (Proms of Delight, Concert aniversar Iris), sportive (BCR Open Romania, Învingători pentru România în parteneriat cu Fundația Olimpică Română), de film (Festivalul Anonimul, Festivalul Internațional de Film Transilvania, Astra Film Fest, Centrul Național al Cinematografiei, pentru promovarea filmelor românești), proiecte umanitare de anvergură (Gala Crucea Roșie, Gala UNICEF).

## Canalul TVR 2

Strategia de marketing pentru TVR 2 a vizat promovarea pilonilor de grilă, menținerea publicului premium al canalului TVR 2 și continuarea procesului de atingere a targetului de telespectatori vizat. De asemenea, s-a urmărit permanent comunicarea procesului de diferențiere față de TVR 1 și de menținere a profilului stabilit în martie 2006 prin re poziționare, creșterea acoperirii cu informații despre emisiunile TVR 2 în publicațiile de profil, creșterea notorietății prezentatorilor/moderatorilor emisiunilor TVR 2 și a unicității acestor programe în piață (*Arena leilor, Familii în impas, MotoMagia* etc.), impunerea noului format al programului *Tonomatul DP 2*, după schimbarea moderatorului.

Luând în calcul bugetul alocat, activitățile de marketing aferente canalului TVR 2 din anul 2007 s-au axat preponderent pe două suporturi: televiziune (autopromo-uri) și internet (mini-site-urile găzduite pe site-ul [www.tvr.ro](http://www.tvr.ro)). Acestea au fost completate de proiectul de panotaj outdoor și difuzarea de machete de presă pentru două programe premium: *Ora de știri* și *Arena leilor*, desfășurate pe o perioadă de circa trei luni, în primul trimestru (ianuarie – martie) din 2007. Un alt proiect desfășurat în această perioadă a fost lansarea programului *Homemade.ro* – premiu de 10 milioane lei vechi, oferit de sponsorul emisiunii, realizarea de promo-uri simple, teasere, flyere, machete de presă (difuzate în sistem free).

În acest context, strategia de marketing pentru TVR 2 a continuat și dezvoltat linia începută în 2006 (clasificarea și promovarea programelor în funcție de strategia de programe), strategie ce a vizat în principal menținerea unui număr de promo-uri limitat, dar și creșterea calității textelor și a creației, precum și exploatarea și controlul eficient al spațiilor de promovare on-air.

Activitățile de promovare au fost susținute și prin activitatea de PR, care se desfășoară din octombrie 2007 în cadrul Departamentului Marketing și Comunicare de Produs.

TVR 2 a beneficiat în primăvara anului 2007 de implementarea unui nou pachet de identitate on-air, creat in house, pachet declinat ulterior în 3D pentru sezonul de iarnă. În plus, pentru TVR 2 s-au realizat 18 pachete de grafică curentă de emisiune noi și diverse elemente grafice suplimentare.

O componentă importantă a strategiei de promovare a TVR 2 a constituit-o asocierea canalului cu peste 20 de evenimente muzicale (B'Estival, Stufstock 5, Folk You, Sighișoara Medievală, Festivalul ARTmania, Festivalul Internațional Rock la Mureș, Concert Iris 30 de ani, Concert Deep Purple etc.), sportive (Raliul auto VIP) sau de lifestyle (Seara Devoratorilor de Modă) cu un target similar canalului TVR 2, în calitate de partener

sau coproducător (prezența siglei TVR 2 pe bannere, afișe, pliante, invitații, bilete, evenimente BTL la locație etc.).

La lansarea grilei de vară a TVR 2, promovarea a urmărit o nouă linie de programe și implementare a campaniei de vară: „TVR 2 își ia vara în cap”, care a inclus și personalizarea pachetului de identitate curent (în principal a channel ID-urilor) pentru sezonul estival.

### Canalul TVR Cultural

În ceea ce privește TVR Cultural, în 2007, principalul vector de promovare l-a constituit componenta on-air, Serviciul Promo realizând un număr de 500 de promo-uri de diverse tipuri pentru prezentarea programelor postului.

De asemenea, canalul a beneficiat de implementarea unui nou pachet de identitate on-air și a unui nou slogan, începând cu grila de primăvară. Pentru împachetarea grafică a programelor TVR Cultural, Serviciul Videografică a realizat aproximativ 20 de pachete de grafică de emisiune.

În 2007, TVR Cultural a fost partener în două evenimente culturale majore (Festivalul George Enescu și participarea la Târgul Internațional de Carte Gaudeamus); în acest sens au fost concepute pachete grafice speciale de eveniment, integrate on-off air (promo-uri speciale, afișe, invitații, design și producție stand, obiecte promoționale etc.).

### Canalul TVR Internațional

A acțiunile de marketing pentru canalul TVR Internațional au constat în primul rând în promovarea on-air a emisiunilor proprii și a filmelor, apoi a emisiunilor preluate din portofoliul celorlalte canale TVR. Strategia de promovare on-air a TVR Internațional (producție și scheduling) a ținut cont de cele trei tronsoane de prime-time ale canalului, existente din cauza diferenței de fus orar din aria de acoperire.

În 2007, Serviciul Promo a realizat pentru TVR Internațional peste 500 de promouri, iar Serviciul Videografică, aproximativ 20 de pachete grafice.

În 17 decembrie, la Teatrul Odeon s-a desfășurat a VI-a ediție a *Galei Premiilor TVR Internațional*, eveniment care a marcat și împlinirea a 12 ani de existență a postului. Pentru acest eveniment, Direcția Marketing și Comunicare de Prods a oferit sprijin logistic prin echipa de BTL și a realizat o promovare specială on și off air.

### Programe regionale

În luna martie 2007, cele patru studiouri teritoriale ale TVR – Iași, Cluj, Timișoara, Craiova - au demarat un proiect teleastic comun. Din 19 martie 2007 există emisie regională la nivelul întregii țări, timp de două ore pe zi, prin splitarea semnalului TVR 2. Este vorba despre un program regional unitar realizat pe baza unei armonizări a grilelor celor patru studiouri teritoriale. Noutatea absolută a constituit-o apariția celui de-al cincilea program regional, TVR București, care reflectă actualitatea a 13 județe din Muntenia și Dobrogea, inclusiv București. Astfel, în fiecare zi, între 16.30 și 18.30, TVR difuzează o emisiune magazin intitulată *Autostrada TVR*, urmată de *Jurnal Regional* (30 min., 18.00-18.30).

Direcția Marketing și Vânzări a derulat o amplă campanie de imagine și poziționare pentru promovarea acestui bloc de program. Direcția a creat și realizat implementarea pachetului grafic unitar, atât pentru *Autostrada TVR*, cât și pentru *Jurnalul Regional*, a coordonat realizarea decorurilor, pe ideea de unitate stilistică, a conceput și a derulat campania de lansare și promovare (TV, OOH, New Media). Campanie de marketing a fost splitată pe cele două programe - *Autostrada TVR* și *Jurnal Regional*, fiind comunicate ca programe regionale ale canalului TVR 2. Campanie OOH s-a derulat în perioada 5 martie - 30 aprilie, cu aproximativ 50 de panouri în București și alte orașe importante din țară.

## Activități de marketing pentru corporație

TVR a participat, în calitate de Partener de Aur, în 13-14 noiembrie 2007, la a XII-a Convenție a Asociației de Comunicații prin Cablu din România, cel mai important eveniment al industriei de cablu din România, la care au fost, atât operatorii de servicii de distribuție prin cablu, cât și posturile de televiziune retransmise prin cablu – în total, peste 500 de participanți (operatori de CATV, furnizori de echipamente, furnizori de programe tv, autorități, asociații profesionale).

Direcția Marketing și Comunicare de Produs a coordonat și derulat acest proiect, prin concepția și realizarea standului de prezentare TVR, sub ideea „TVR transmite evenimente sportive majore în 2008: Formula 1, Euro 2008 și JO Beijing 2008”, realizarea unor filme de prezentare, mape/flyere de prezentare, cadouri pentru invitați, coordonarea participării reprezentanților TVR în cadrul conferințelor.

Un alt proiect corporate l-a constituit participarea TVR la Târgul Internațional de Programe de Televiziune, MIPCOM, Cannes, Franța 2007. Direcția Marketing a coordonat realizarea standului și a materialelor promoționale pentru acest eveniment.

De asemenea, Televiziunea Română a fost co-organizator, alături de agenția McCann PR, al primei ediții a Seminarului „Networked Media - Delivering future to the end-user-client Erickson”. În cadrul acestui eveniment au fost reunite industriile de media, telecomunicații și business, cu participarea posturilor mari de televiziune din România, a operatorilor români de telefonie, a companiilor media, a agențiilor de publicitate, a autorităților (MCTI, NRACIT, ARCA), a presei și a altor formatori de opinie (universități, analiști ai industriei media, analiști ai industriei IT&C). Seminarul s-a desfășurat în 29 noiembrie, în incinta TVR, și a fost transmis live pe [www.tvr.ro](http://www.tvr.ro) și pe blogul evenimentului. Subiectele principale din agendă: adaptarea conținutului editorial la diverse medii (mobile TV, video-on-demand); caracteristici principale ale conținutului pentru succesul televiziunii în viitor. Echipa de marketing a coordonat și derulat acest proiect (scenografie, producție tehnică, transmisie webcast, acces participanți, proceduri contractuale – economic, juridic). Beneficiile obținute de TVR prin această asociere au fost: deschidere față de industria media și asocierea cu un produs premium, pentru target cu educație, venituri, expertiză și experiență, posibilitatea unui networking cu vârful acestor industrii.

## Serviciul Comunicare, PR și Evenimente

O parte din structura numită actualmente Serviciul Comunicare, PR și Evenimente, din cadrul Direcției Marketing și Comunicare de Produs, a funcționat până în octombrie 2007 ca serviciu de Comunicare Externă, în cadrul Departamentului Comunicare și Relații Internaționale. Structura actuală desfășoară activități curente de relații cu presa, cu publicul și stabilește strategia de comunicare a TVR cu diferitele categorii de public extern (mass-media, parteneri, telespectatori etc.). Activități detaliate despre partea de relații publice în secțiunea – „Comunicare internă și externă. Relații internaționale”.

Acest serviciu, în urma reorganizării din octombrie 2007, a preluat colectivul și atribuțiile Serviciului BTL și Evenimente Speciale, din cadrul Direcției Marketing și Vânzări.

Producătorii și organizatorii de evenimente din echipa BTL au desfășurat o serie de activități specifice, printre care organizarea reprezentării TVR on-location la câteva evenimente importante (Festivalul Comediei Românești, Gala Premiilor Gopo, Ziua Europei, Sibiu – Capitală culturală europeană, B'Estival, BCR Open Romania, Campionatul național de raliuri, meciurile echipelor naționale de fotbal etc); alegerea locațiilor și lansarea comenzilor pentru campaniile outdoor pentru programele *Dis De Seară*, *Anatomia lui Grey*, *Arena leilor*, *Ora de știri*, programele regionale; lansarea de comenzi și urmărirea producției pentru realizarea materialelor promoționale (printuri, mape de presă, obiecte promoționale etc) necesare reprezentării corespunzătoare a TVR la diverse evenimente (Târgul MIPCOM de la Cannes, *Eurovision 2007*, Festivalul George Enescu, Convenția de Cablu 2006, *Gala Premiilor TVR Internațional*, campania *Plaja lui Măruță* etc); participarea

TVR la acțiunea „Împreună pentru copii”, organizată de UNICEF în 1 iunie 2007, prin oferirea de cadouri copiilor defavorizați din centrele de plasament.

## Serviciul Producție Promo

Producția și logistica difuzării de campanii de autopromovare on-air este realizată în cadrul Serviciului Producție Promo. Echipa deservește producția de promo pentru toate canalele TVR, realizând și diverse proiecte video speciale. Principala sa problemă a rămas și în 2007 subdimensionarea echipei în raport cu necesitățile instituției și cu volumul de lucru.

În 2007, s-au realizat pentru canalele TVR peste 3.000 de spoturi promoționale (diverse tipuri de promo-uri: simple, tip line-up, coming up next, meniu etc.), de suport (avertizări CNA, somații, revizii), iar echipa Beta a realizat peste 140 de filmări. Au fost difuzate peste 24.000 de calupuri de promo-uri pe toate cele patru canale. Astfel, TVR 1 a difuzat o medie de 7.650 calupuri/an, adică aproximativ 18-24 calupuri/zi. Durata cumulată a calupurilor difuzate într-o zi pe TVR 1 a variat între 90 și 110 minute, de luni până vineri și aproximativ 90 de minute, în weekend.

În cazul TVR 2, numărul de calupuri difuzate în 2007 a fost de aproximativ 6.900 (în medie 11-13 calupuri/zi). Durata tuturor calupurilor dintr-o zi a fost în medie de 110 min., de luni până vineri, și între 110 și 120 min., în weekend.

TVR Cultural a difuzat pe tot parcursul anului 2007 în jur de 4.700 calupuri de promo, adică aproximativ 12-13 calupuri/zi, iar durata cumulată a calupurilor difuzate într-o zi a fost de 90 și 110 min. (luni-vineri) și 90 min. (sâmbătă-duminică).

TVR Internațional a difuzat peste 7.800 calupuri de promo/an, adică aproximativ 13 calupuri/zi în medie. Durata cumulată a calupurilor pe zi a variat între 1 oră și 15 min. și 1 oră și 25 min. (luni-duminică).

## Serviciul Coordonare Vânzări

Pe lângă supervizarea derulării din punct de vedere comercial a contractului cu regia de publicitate Splendid Media, Serviciul Coordonare Vânzări are printre sarcini atragerea de surse de finanțare pentru diverse etape din producția programelor posturilor publice și planificarea difuzării campaniilor sociale. În anul 2007, au fost încheiate peste 60 de contracte de sponsorizare, pentru programele celor patru canale ale TVR.

Încasările din contractele de sponsorizare în bani, obiecte și servicii a unor programe difuzate de canalele TVR, intermediare de Serviciul Coordonare Vânzări, au crescut cu aproximativ 45% față de 2006.

De-a lungul anului 2007, TVR a acordat o atenție sporită difuzării de campanii sociale, sarcină pe care și-o asumă în calitate de post public de televiziune. Astfel, în 2007 au fost difuzate peste 90 de campanii sociale, bine mediatizate, ajungând la un număr semnificativ de difuzări (aproximativ 12.000). Ținând cont de conținutul mesajului lor, TVR a difuzat campanii culturale (*Bookfest, Gaudeamus, Centrul Național al Cinematografiei, Cultura creează dependență* etc.), campanii cu caracter umanitar (*Salvați Copiii, UNICEF*), de interes național (*Salvați Delta, Programul de evaluare a stării de sănătate a populației, Efectele caniculei* etc), de informare (Campania A.P.I.A., Campania de informare privind managementul deșeurilor, Campania de informare referitoare la asistența judiciară gratuită, Direcția Poliției Rutiere etc.), campanii de interes general despre prevenție medicală (Campania de prevenire a cancerului de sân, Crucea Roșie, *Alungă fumul definitiv, Viața mea – Un „joc” serios* etc.). Nu în ultimul rând, TVR a reflectat în extenso evenimente europene de interes socio-cultural: *Sibiu - Capitală culturală europeană* și *Festivalul George Enescu*.

## Colectivul Analiză și Cercetare

În anul 2007, ținând cont de faptul că activitatea de cercetare constituie un suport pentru atingerea obiectivelor strategice ale TVR, precum și pentru realizarea strategiei de promovare, Colectivul de Analiză și Cercetare a realizat un set de proiecte importante. Activitățile au fost orientate funcție de nevoile formulate de

structurile de producție și de evenimentele importante ale anului 2007 (evenimente politice - alegeri, referendum etc). În acest sens, menționăm fundamentarea elaborării grilelor de programe, a strategiei de canal (prin cercetări calitative pentru strategia canalului TVR 1 și pentru îmbunătățirea calității talk show-ului politic și a prestației moderatorilor pe canalul TVR 1). Au fost realizate, totodată, analize comparative ale structurii pe genuri ale canalelor TVR, comparativ cu posturi tv europene. A fost inițiat un proiect de analiză a publicului TVR Internațional) sau analiza comparativă pentru fundamentarea strategiei de promovare on-air (septembrie 2007). În plus, un proiect on-going l-a constituit setul de analize pentru creșterea credibilității programelor TVR compus din:

- a) monitorizarea cantitativă curentă a persoanelor politice din programele TVR;
- b) monitorizarea calitativă a programelor de știri și a programelor electorale (lunile aprilie - mai 2007);
- c) monitorizarea cantitativă a programelor electorale din 2007.

Alte proiecte de menționat sunt gestionarea raportului de cercetare pentru realizarea de exit-poll-uri, anul 2007 fiind an electoral (referendum, alegeri europarlamentare).

## 10. Comunicare internă și externă. Relații internaționale







În anul 2007, actualul Consiliu de Administrație (CA) a decis înființarea Cancelariei Președintelui-Director General al TVR, reorganizarea Departamentului Comunicare și Relații Internaționale (DCRI), reorganizarea Direcției Marketing și Vânzări, măsuri care au avut efecte concrete asupra comunicării externe și interne a TVR.

Înființarea Cancelariei Președintelui-Director General a rezultat din necesitatea eficientizării activității în cadrul managementului TVR. Principalul scop al înființării acestei structuri, în subordinea PDG, a fost aceea de a conferi mai multă coerență și promptitudine în aplicarea deciziilor organelor de conducere ale societății și pentru a asigura o mai bună comunicare de corporație, externă și internă. De asemenea, prin această decizie a CA au fost eliminate paralelismele din activitatea structurilor.

Din analizele interne, dar și din studii independente, s-a evidențiat faptul că TVR are deficiențe de comunicare internă și externă și se menține la un nivel al imaginii scăzut. Pe parcursul mai multor mandate manageriale o serie de structuri au acumulat, potrivit caietelor de sarcini, prerogative care au dus la îngreunarea derulării fluxurilor unor activități.

Astfel, s-au constatat deficiențe de corelare a strategiilor și măsurilor luate de Direcția Marketing și Vânzări și Departamentul Comunicare și Relații Internaționale. Totodată, amestecul comunicării de corporație cu cea de produs a vulnerabilizat, de multe ori, imaginea în ansamblu a TVR și a unora dintre produse.

De asemenea, s-au constatat paralelisme în unele atribuții ale celor două structuri. În plus, Departamentul Comunicare și Relații Internaționale a coordonat în mod nejustificat activitatea de secretariat a Consiliului de Administrație, precum și a Comitetului Director.

De asemenea, activitatea specifică Serviciului Relații Internaționale a fost în mod nejustificat subordonată, în realitate, numai formal, Departamentului Comunicare și Relații Internaționale.

Prin urmare, actualul CA a considerat că se impune o redefinire și redistribuire a activităților derulate prin intermediul DCRI, în vederea poziționării coerente și eficiente a acestora în cadrul structurilor TVR. Astfel, atribuțiile Departamentului Comunicare și Relații Internaționale au fost disjuncte, comunicarea de produs, respectiv PR-ul, fiind transferate în cadrul Direcției Marketing și Vânzări.

Serviciul BTL și Evenimente a preluat de la DCRI toate atribuțiile aferente comunicării de produs și a fost redenumit Serviciul Comunicare de produs PR și Evenimente. De asemenea, Direcția Marketing și Vânzări a preluat titlatura Direcția Marketing și Comunicare de Produs.

Comunicarea de corporație a fost transferată în cadrul Cancelariei Președintelui-Director General, împreună cu activitățile de secretariat pentru Consiliul de Administrație, pentru Comitetul Director și pentru studiourile teritoriale.

De asemenea, Serviciul Relații Internaționale funcționează în cadrul Cancelariei ca un punct de legătură al corporației cu structuri similare din străinătate, organisme de specialitate, alte instituții din afara țării cu care TVR colaborează sau are orice fel de contacte.

Reorganizarea a dat posibilitatea Direcției Marketing și Comunicare de Produs să închidă cercul promovării produselor TVR, inclusiv prin gestiunea comunicării acestora.

Deși s-au făcut pași importanți în acomodarea personalului la noua viziune – splitarea comunicării de produs de cea de corporație – mai există încă pași importanți de făcut în această direcție. Totuși, se remarcă faptul că măsura luată nu a confuzionat în niciun fel reprezentanții mass-media, aceștia percepând absolut corect diferența între cele două tipuri de comunicare, respectiv noul mod de organizare a comunicării.

## Comunicarea internă

Principalele activități ale Serviciului Comunicare Internă din cadrul Departamentului Comunicare și Relații Internaționale, devenit Biroul de Comunicare Internă din cadrul Cancelariei Președintelui-Director General, în urma reorganizării din octombrie 2007, au vizat aplicarea politicilor de comunicare între structurile manageriale de nivel superior și celelalte compartimente din cadrul TVR, precum și în sens invers, între angajați și managementul superior.

Au fost folosite pentru această comunicare în dublu sens diferitele instrumente: afișaj intern, intranet, e-mail, note scrise, întâlniri interne, comunicare interpersonală etc.

Totodată, Serviciul Comunicare Internă a coordonat, până la reorganizare, activitatea de secretariat a Consiliului de Administrație (CA), a Comitetului Director (CD) și a Consiliului de Programe (CP) și a studiourilor teritoriale.

### **Comunicarea cu angajații**

În cursul anului 2007, activitățile de comunicare internă au inclus transmiterea către angajați a numeroase mesaje, prin intermediul rețelei de afișaj intern (aviziere), a site-ului intern și e-mailului, pe diverse teme de interes (hotărâri ale CA, ale CD, avize ale CP; alte decizii ale managementului TVR; noi reglementări ale CNA; informații legate de salarizare, Contractul Colectiv de Muncă, de regulamente și norme interne; lansarea unor cereri de ofertă pentru toate categoriile de programe tv, anunțuri de castinguri, concursuri externe destinate jurnaliștilor; informații privind schimbările de organigramă, modificări ale funcțiilor personalului de conducere, reorganizarea unor structuri interne; proiecte interne; alegeri interne pentru reprezentanții salariaților în Consiliul de Administrație al TVR; sistemul de pensii obligatorii și facultative, administrate privat; evenimente interne pentru angajați sau pentru copiii acestora etc.).

De asemenea, biroul de comunicare internă a răspuns scrisorilor, sesizărilor și memoriilor trimise de către angajați. Biroul de comunicare internă a sprijinit elaborarea unor scrisori de apreciere din partea managementului către anumite structuri sau angajați, în urma unor realizări notabile, a unor premii obținute sau la momentul retragerii din activitate a unor angajați prin pensionare.

De asemenea, au fost organizate evenimente sau întâlniri dedicate angajaților, de sărbători sau cu alte ocazii. Spre exemplu, Campionatul Intern de Fotbal a reușit să adune laolaltă 18 echipe, reprezentând structuri ale TVR, și peste 100 de participanți în competiție. Copiii angajaților au beneficiat și ei de evenimente dedicate – petreceri de 1 iunie și cu ocazia Crăciunului.

Numeroase clase de copii de la școli din București și din provincie au fost găzduite în studiourile TVR, având astfel posibilitatea să cunoască specificul activității de televiziune și să intre în contact cu profesioniștii ai Televiziunii Române.

### **Site-ul intern**

Conținutul site-ului intern al TVR a fost îmbunătățit în 2007, în scopul unei mai mari implicări a angajaților în activitățile și evenimentele realizate în cadrul instituției. A fost îmbunătățit modul de comunicare a sesizărilor sau a problemelor cu care se confruntă angajații (rubricile „Pagina ta”, „Forumul intern”, „Întrebarea săptămânii”, „Informații utile”).

Prin intermediul site-ului intern, salariații au acces la: regulamente și proceduri interne, audiențe ale programelor tv, legislație, programări producție, caiete de sarcini, modificări de organigramă, hotărâri și avize ale organismelor de conducere din instituție, cronici de presă, fluxuri ale agențiilor de presă, mesaje de ultimă oră.

### **Newsletter intern INFO TVR**

Până în aprilie 2007, inclusiv, a fost editată lunar revista internă INFO TVR în variantă tipărită, care informa despre activitățile desfășurate în TVR, hotărârile adoptate de către conducere, modificările legislației audiovizuale, alte televiziuni publice europene etc. Revista era transmisă și principalelor instituții publice, în vederea asigurării transparenței în ceea ce privește activitatea TVR. În aprilie 2007, CA al TVR a decis realizarea revistei interne INFO TVR numai în format electronic. Revista s-a transformat, astfel, într-un newsletter intern, transmis pe adresele de e-mail ale tuturor angajaților și postat pe site-ul intern. Transformarea revistei în newsletter a adus și introducerea unor rubrici noi, dintre care cea mai populară este „Omul lunii”.

## Comunicarea externă

Comunicarea externă include activități de relații cu publicul și cu presa, conform strategiei de comunicare a TVR cu diferitele categorii de public extern - autorități, telespectatori, organizații neguvernamentale, parteneri, mass-media etc..

De asemenea, specialiștii în relații publice formulează răspunsurile la solicitările primite în baza Legii 544/2001 privind accesul la informațiile de interes public și la diferitele reclamații/petiții, actualizează informațiile de pe site și din broșurile de prezentare ale corporației.

Până în octombrie 2007, comunicarea de corporație și cea de produs au fost realizate de specialiștii în relații publice din cadrul Serviciului Comunicare Externă al Departamentului Comunicare și Relații Internaționale.

În ședința din 15 octombrie 2007, Consiliul de Administrație al Televiziunii Române a decis desființarea acestui Departament, astfel că, de la acea dată, partea de comunicare de corporație este asigurată de Biroul de Presă din cadrul Cancelariei Președintelui-Director General, relațiile cu publicul sunt asigurate de Biroul de Relații cu Publicul, din cadrul aceleiași structuri, iar partea de comunicare de produs este asigurată de specialiștii în relații publice de la Serviciul Comunicare, PR și Evenimente, din cadrul Direcției Marketing și Comunicare de Produs.

### Comunicarea cu presa

#### *a. Comunicate și apariții în presă intermediare de TVR*

Pe parcursul anului 2007, TVR a transmis presei peste 700 de comunicate, informații, recomandări de programe și drepturi la replică sau rectificări. Printre subiectele aduse la cunoștința publicului prin intermediul comunicatelor au figurat: contractul privind drepturile de difuzare a meciurilor din Liga I, schimbările în managementul Televiziunii Române sau al unor structuri din TVR, implicarea televiziunii publice în proiectul *Sibiu – Capitală Culturală Europeană 2007*, retransmiterea canalului TVR 1 în Republica Moldova, implicarea TVR în campaniile electorale pentru referendum și pentru alegerile europarlamentare, lansarea grilelor de primăvară, vară și toamnă pentru toate cele patru canale ale TVR, programe speciale de Paști, Crăciun și Revelion, evenimente sportive sau muzicale, selecția națională *Eurovision Song Contest 2007* și *Junior Eurovision Song Contest 2007*, *Festivalul și Concursul Internațional George Enescu*, târgurile de carte *Bookfest* și *Gaudeamus*, *Gala Festivalului de Film Cannes 2007* etc.

În plus, specialiștii de relații publice au intermediat peste 300 de interviuri cu vedetele sau persoanele din conducerea TVR, pentru a informa despre corporație sau despre programe ale televiziunii publice.

#### *b. Conferințe de presă și evenimente*

În anul 2007, TVR a organizat nouă conferințe de presă și evenimente cu diverse ocazii: informare în legătură cu strategia și planurile pentru 2007, precum și încheierea cercetării disciplinare privind pierderea drepturilor de difuzare a opțiunilor 1 și 4 din Liga I; lansări de programe (începerea unui nou sezon al emisiunii *Garantat 100%*, lansarea emisiunii *Efectul MG*); evenimente (*Eurovision Song Contest* - două conferințe, *Gala Premiilor TVR Internațional*, *Zidul indiferenței* - Campanie împotriva violenței domestice, susținută împreună cu Fundația Sensiblu, *Gala Crucea Roșie*, organizată în colaborare cu Crucea Roșie Română, *Gala UNICEF*, organizată în colaborare cu Fundația UNICEF). De asemenea, a fost organizată o întâlnire informală a noii conduceri a TVR cu jurnaliștii.

Atât pentru *Eurovision Song Contest*, cât și pentru *Junior Eurovision Song Contest*, specialiștii în PR ai TVR au asigurat o promovare la nivel european a reprezentanților României și corespondențe de la Centrul de presă al evenimentelor de la Helsinki, respectiv Rotterdam.

### **Comunicarea cu publicul**

Cele 108.928 de scrisori primite la Televiziunea Română în anul 2007 au fost triate și repartizate pe departamente, emisiuni, compartimente, redacții. De asemenea, comunicarea directă cu telespectatorii televiziunii publice a fost asigurată prin intermediul celor aproximativ 14.300 de convorbiri telefonice.

De asemenea, în 2007 a continuat proiectul demarat în anul anterior, referitor la conceperea și transmiterea săptămânală a unui newsletter cu informații despre principalele programe difuzate pe cele patru canale ale televiziunii publice. Acesta este transmis tuturor abonaților de pe site-ul TVR (publicul larg, jurnaliști).

Un alt mijloc de comunicare rapidă și directă cu publicul larg a fost reprezentat de site-ul TVR, care, pe lângă informații, a oferit vizitatorilor și posibilitatea de a comenta.

### **Comunicarea cu autoritățile și cu ONG-urile**

Specialiștii în relații publice au formulat note, memouri și răspunsuri la solicitări provenite sau destinate Consiliului Național al Audiovizualului (CNA), comisiilor de specialitate din Senat și Camera Deputaților, diverselor structuri din cadrul Guvernului României sau al Administrației Prezidențiale, altor posturi de televiziune, diverselor organizații neguvernamentale, partenerilor sau posibililor parteneri, Clubului Român de Presă (CRP), autorităților din Republica Moldova privind recepționarea TVR 1 pe teritoriul țării vecine, birourile de campanie ale formațiunilor politice în timpul campaniei electorale pentru referendum și pentru alegerile europarlamentare.

De asemenea, comunicarea cu ONG-urile a presupus și unele întâlniri propuse și organizate de TVR pentru a dezbate anumite subiecte (de exemplu, necesitatea existenței și forma unui cod de conduită al TVR).

Începând de la sfârșitul lui ianuarie 2007, TVR a comunicat pe tema drepturilor de difuzare a opțiunilor 1 și 4 din Liga I cu CNA, Liga Profesionistă de Fotbal, cluburile sportive, televiziuni, sponsorii echipelor din Liga I, societățile de cablu, comisiile parlamentare de specialitate etc.

### **Solicitări în baza Legii 544/2001**

Pe parcursul anului 2007, specialiștii în relații publice ai Televiziunii Române au soluționat cele 27 de solicitări pe baza legii 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public. Solicitățile au fost transmise de persoane fizice, jurnaliști sau instituții mass-media, reprezentanți ai unor ONG-uri.

## **Relații internaționale**

Serviciul Relații Internaționale, interfața Televiziunii Române pentru comunicarea cu partenerii externi, a coordonat activitatea de cooperare cu televiziunile partenere și cu organismele internaționale de profil.

Această activitate a contribuit și la promovarea imaginii TVR și a României pe plan internațional, prin mijloace specifice televiziunii. Publicul internațional a fost informat asupra schimbărilor survenite în primul an de la aderarea României la Uniunea Europeană.

În anul 2007 a crescut și s-a diversificat numărul de propuneri și solicitări primite de la partenerii din străinătate.

Urmare a proceselor de restructurare și de armonizare a legislației și a structurilor din toate domeniile față de normele UE, s-a înregistrat o lărgire a ariilor de activitate, de la comunicarea permanentă cu partenerii străini din țară și străinătate, cu organismele internaționale la care TVR este afiliată, până la negocierea semnării unor acorduri de colaborare și a unor parteneriate.

Au fost organizate vizite ale delegațiilor străine în România, deplasări externe pentru reprezentanții TVR. Au fost traduse și interpretate diverse materiale și s-a realizat un schimb permanent de informații legat de cadrul legislativ, structura și modul de funcționare a serviciului public de televiziune. Au fost constituite și reactualizate o serie de baze de date.

De asemenea, a fost realizat un newsletter săptămânal despre televiziunea în lume.

### *a) Colaborarea cu televiziunile și organizațiile internaționale*

Serviciul Relații Internaționale a colaborat permanent cu reprezentanții televiziunilor publice europene, cu structurile strategice ale Uniunii Europene de Radio și Televiziune (EBU) și cu organizații internaționale, pentru inițierea de noi parteneriate, dezvoltarea unor proiecte și programe comune, participarea la coproducții tv și la stagii de training.

În calitate de membru cu drepturi depline, TVR a colaborat permanent cu departamentele din cadrul Uniunii Europene de Radio și Televiziune (EBU) pentru diverse activități și proiecte, respectiv pentru participarea reprezentanților TVR la diverse manifestări internaționale, organizate sub egida EBU: Adunarea Generală EBU, Summitul de la Lucerna, lucrările diferitelor grupe de lucru din cadrul EBU - grupa de programe de televiziune și programe documentare, grupa de programe pentru copii și tineret, muzică și dans, divertisment, știință și educație, formate tv, coproducții și evenimente speciale.

Reprezentanți ai TVR au participat la 25 de seminarii internaționale de pregătire profesională, șapte organizate de EBU, trei de CIRCUM Regional și 15 organizate de alți parteneri.

Printre programele și proiectele comune la care TVR a participat pot fi menționate: conservarea arhivelor audiovizuale, schimb de informații despre proiectele în derulare și propunerile de cooperare, oferte de preluare a unor programe tv și/sau a unor transmisii de la evenimente speciale, stagii de training organizate de EBU, participarea în cadrul Grupurilor de experți EBU.

Serviciul Relații Internaționale al TVR a susținut, totodată, colaborarea cu organizația televiziunilor regionale CIRCUM Regional, prin participarea reprezentanților studiourilor teritoriale ale TVR la stabilirea agendei pentru Adunarea Generală (anuală) a CIRCUM Regional și la seminarul anual pe teme de jurnalism. S-a ocupat, totodată, de înscrierea producțiilor TVR la Premiul CIRCUM, concurs anual de programe tv (Bilbao, mai 2007).

TVR a colaborat cu structurile Asociației Europene de Publicitate de Televiziune (EGTA), pentru realizarea unui schimb de informații, a unor rapoarte și analize de specialitate despre difuzarea publicității la televiziunile publice din Europa. Serviciul a asigurat actualizarea informațiilor despre TVR, informații folosite la editarea unor materiale (broșuri, cataloage etc.) pentru experții din domeniul publicității tv.

Totodată, TVR a susținut cooperarea cu organizațiile ARTE France (canal tv franco-german), Conferința Permanentă a Audiovizualului Mediteranean (Co.Pe.A.M.), Universitatea Internațională de Radio și Televiziune (URTI), CMCA și CFI (Canal France International) prin: schimburi de informații legate de programele și proiectele comune, soluționarea propunerilor de cooperare, asigurarea unei permanente actualizări a informațiilor despre TVR, preluarea și difuzarea producțiilor tv franceze (de cele mai multe ori, liberă de drepturi), participarea la cele mai importante festivaluri și competiții europene și includerea producțiilor TVR în cataloagele de specialitate.

În cadrul Conferinței Co.Pe.A.M. din Iordania, în perioada 20-23 aprilie 2007, au fost inițiate negocierile pentru organizarea acestei conferințe la București, în 2008, alături de Radiodifuziunea Română.

Alte colaborări au vizat instituții ale UE pentru participarea TVR la proiecte europene dedicate dialogului intercultural la nivel european și pentru obținerea de fonduri europene (*Eurostyle Media Partnership, e-Contentplus*).

### *b) Comunicarea cu MAE, ambasade și corpul diplomatic de la București*

Serviciul Relații Internaționale a menținut contactul permanent cu structurile Ministerului Afacerilor Externe pentru inițierea, dezvoltarea și întărirea cooperării internaționale în domeniul televiziunii prin: transmiterea observațiilor TVR pe marginea proiectelor-cadru ale Programelor de Cooperare Guvernamentală, documente care fac referire și la cooperarea în domeniul televiziunii; programul de cooperare în domeniile culturii, educației, tineretului și sportului între Guvernul României și guvernele din Statele Unite Mexicane, Kuweit, Republica Arabă Egipt, Republica Islamică Iran, Republica Sudan; proiectul Regulamentului de lucru al Comitetului pentru Cooperare în domeniul culturii, educației, minorităților și informațiilor publice din cadrul

Comisiei Mixte Prezidențiale Româno-Ucrainene și participare la prima sesiune constitutivă a acestui comitet; inițierea unor noi parteneriate cu organisme media sau televiziuni publice din întreaga lume (proponere de cooperare cu Radio-Televiziunea din Voievodina, cu Institutul Național de Radio și Televiziune din Peru).

Un caz aparte este cooperarea cu Republica Moldova, pentru care a fost stabilită o comunicare specială cu Ministerul Afacerilor Externe (Direcția Relații Culturale, Educaționale și Științifice și Direcția Moldova), pentru schimbul de informații legate de demersurile instituțiilor guvernamentale din România pentru soluționarea problemelor legate de retransmisia TVR 1 pe teritoriul Republicii Moldova, identificarea surselor de finanțare și găsirea unor soluții eficiente pentru soluționarea crizei legate de semnarea unor noi documente de cooperare cu instituțiile responsabile din această țară.

#### *c) Acorduri de colaborare și parteneriate*

Printre demersurile TVR de întărire a relațiilor existente cu televiziuni sau organizații externe, respectiv de inițiere a altora noi, se numără: negocierile pentru semnarea unui nou acord de colaborare cu Societatea Tunisiană de Radio și Televiziune; negocierile pentru semnarea unui nou acord de colaborare pentru programele oferite Televiziunii Române în mod gratuit de către ARTE France; finalizarea și transmiterea spre negociere a unui nou proiect de acord de colaborare cu Duna TV; finalizarea și transmiterea spre negociere a unui nou proiect de acord de colaborare cu RTV Voivodina; negocierea și obținerea aprobărilor CD și CA pentru semnarea Convenției de cooperare cu Institutul Național de Radio și Televiziune din Peru (IRTP), la propunerea Ministerului Afacerilor Externe.

În data de 17 octombrie 2007, a fost semnat un protocol de colaborare, valabil pentru un an, cu Asociația „The Children’s High Level Group”, reprezentată de baroana Emma Nicholson, în calitate de asociat fondator. Conform acestui protocol, TVR a devenit partener oficial exclusiv al asociației pentru categoria „servicii de televiziune”.

#### *d) Participarea TVR la festivaluri și expoziții internaționale*

În anul 2007, Televiziunea Română a primit invitații de participare la 54 de competiții internaționale, având un număr de 52 de participări, dintre care 24 de programe realizate de 17 de jurnaliști din TVR, un program realizat în coproducție și o prezentare a canalului TVR Internațional.

Principalele participări ale reprezentanților TVR la manifestările și competițiile internaționale au vizat:

- Piața de documentare FIPATEL din cadrul Festivalului Internațional de Programe Audiovizuale FIPA (Biarritz), la care TVR a participat cu: mini-seria de documentare *1956 (Afacerea Imre Nagy și Revoluții eșuate)*, realizate de Alin Gelmărean și Emese Vig-Gelmărean de la TVR Cluj și cu *Exil în paradis*, documentar realizat de Dan Paul Ionescu, de la Departamentul Producție Editorială;

- Dan Necșulea a participat ca membru în juriu, la categoria *Performing arts*, în cadrul Festivalului Internațional Prix Italia;

- competiția *Hot Bird Awards* (Veneția, Italia), la care TVR a participat pentru a doua oară, cu o prezentare a canalului TVR Internațional;

- la mai multe competiții internaționale, TVR a prezentat un documentar realizat în coproducție cu ARTE, în cadrul proiectului Aristoteles: *Nu te supăra, dar...*, realizat de Adina Pintilie;

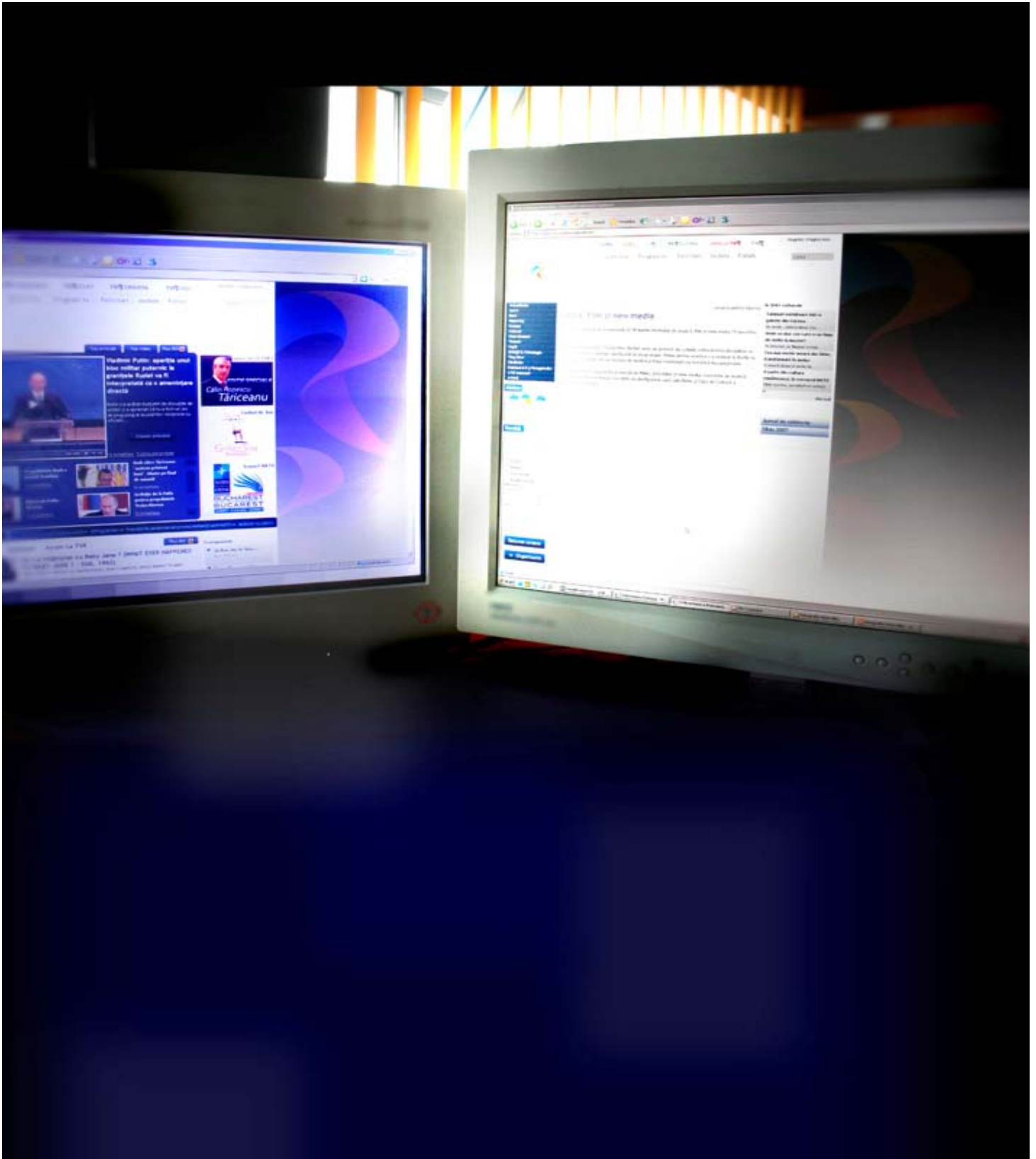
- TVR a participat cu serialul *La Urgență* la Festivalul Internațional RomaFictionFest (Italia);

- participarea la Catalogul Video URTI 2008;

- participarea la Festivalul *Plaiul meu natal*, organizat de Compania de Stat Transcarpatia (Ucraina);

- participarea reprezentanților TVR la Expoziția Internațională de Echipament, Tehnică și Tehnologie Tv - IBC 2007 (Amsterdam).

## 11. New Media







Departamentul TVR New Media a fost înființat pentru a marca și consolida poziția SRTv pe piața noilor tehnologii de comunicare. Această structură ajută SRTv să-și îndeplinească misiunea de televiziune publică, adică să informeze, să educe publicul, să devină un partener social de încredere.

Site-ul [www.tvr.ro](http://www.tvr.ro) a fost relansat în 23 aprilie 2007. Principala schimbare a fost trecerea de la un site de prezentare a instituției la un site de conținut, cu informații despre știrile și emisiunile TVR.

Relansarea a mizat pe atragerea și implicarea publicului prin interactivitate și comentarii. Zilnic se produc 80 de știri, majoritatea cu materiale video, pe care le citesc 12.000 de vizitatori unici; promo-urile pentru site sunt realizate odată cu cele de post; conținutul este organizat în mai multe categorii (Actualitate, Sport, Reportaj, Europa, Bani, Divertisment, Tineret, Copii, Timp liber, Cultură, Știință și tehnologie, Sănătate). Portalul [www.tvr.ro](http://www.tvr.ro) a fost finalist la Premiile Internetics 2007, fiind apreciat pentru design-ul său.

#### Statistici privind accesul, conform [www.trafic.ro](http://www.trafic.ro), la un an de la înființarea TVR New Media

Octombrie 2006	Octombrie 2007
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 400.000 vizitatori/lună, cu 2.000.000 pagini vizitate</li> <li>• Locul 67 în <a href="http://www.trafic.ro">www.trafic.ro</a> (17 la Mass-media)</li> <li>• 50% din vizitatori pleacă în primele 30 de secunde</li> <li>• Trafic maxim în weekend</li> <li>• 70% vizitatori români, restul din SUA, Canada, Germania, Spania, Franța</li> <li>• Cele mai accesate secțiuni:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Video</li> <li>• Programul tv</li> <li>• Muzică</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 480.000 vizitatori/lună, cu 3.000.000 pagini vizitate</li> <li>• Locul 94 în <a href="http://www.trafic.ro">www.trafic.ro</a> (29 la Mass-media)</li> <li>• 41% din vizitatori pleacă în primele 30 de secunde</li> <li>• Trafic maxim pe evenimente speciale</li> <li>• 50% vizitatori români, restul din SUA, Canada, Germania, Spania, Franța</li> <li>• Cele mai accesate secțiuni:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Știrile</li> <li>• Programul tv</li> <li>• Video</li> </ul> </li> </ul>

Site-ul TVR a încercat să atragă un public tânăr, oferindu-i știri și video. Site-ul a fost promovat „pe sticlă”, dar nu s-a reușit promovarea pe Internet, acolo unde este, de fapt, publicul său țintă.

De asemenea, site-ul TVR îndeplinește obiective de marketing: programele TVR sunt promovate (în mai multe secțiuni, când este cazul) cu 24 de ore înainte ca ele să intre pe post, pentru a da publicului răgazul să afle despre ele și să acceseze informațiile suplimentare. Fiecare emisiune difuzată pe canalele TVR beneficiază de un site de prezentare – cu descriere, înregistrări video, prezentarea edițiilor. Emisiunile-pilon, stabilite conform strategiei de programe și de marketing, beneficiază, de cele mai multe ori, de mini-site-uri. Pentru evenimentele speciale și campaniile TVR, site-ul a realizat campanii prin care a solicitat participarea publicului, care au contribuit la crearea unui raport pozitiv și benefic de comunicare cu publicul. De exemplu, secțiunea „Sport live” acoperă evenimentele sportive în direct, oferă videoclipuri cu fazele fierbinți ale meciului editate în timp real; de asemenea, există mini-site-uri dedicate emisiunilor pentru copii, cum ar fi *Ro-kids*, prin care copiii au trimis videoclipuri care au fost publicate și votate pe site.

Trebuie totuși spus că New Media nu a reușit să devină ceea ce s-a preconizat la înființarea sa și anume un canal de televiziune, utilizând mijloace de comunicare alternative. New Media s-a rezumat la a fi un administrator al site-ului SRTv.

De asemenea, echipa editorială este incompletă, iar campaniile de publicitate pe site nu au fost constante, deoarece, din evaluarea companiei Splendid Media, reiese că site-urile de nișă, de știri, sunt mai căutate decât cele generaliste.

În 2008, se are în vedere poziționarea acestui Departament în parametri optimi pentru ca New Media să devină un canal autonom de televiziune publică.

**Teletextul TVR** - Investițiile editoriale în acest domeniu sunt limitate, deoarece teletextul este văzut de industrie drept un mediu care va dispărea în 2012. Acest serviciu este folosit de oamenii din mediul rural și răspunde misiunii de serviciu public pe care o are TVR.



## 12. TVR 1 în Republica Moldova





Televiziunea Română a fost prezentă în Republica Moldova începând din anii '90. În 2006 au început să apară o serie de semnale care indicau probleme privind retransmisia TVR 1 în țara vecină.

Pentru a se evita întreruperea difuzării TVR 1, după data de 13 iunie 2007, când expira acordul încheiat de TVR și Ministerul Dezvoltării Informaționale din Republica Moldova, prin epuizarea surselor de finanțare, televiziunea publică a demarat, imediat după 28 decembrie 2006 (data la care a fost semnat Protocolul de colaborare, pe perioada ianuarie - iunie 2007), demersuri pe lângă Ministerul Afacerilor Externe (MAE) și Ministerul Finanțelor Publice din România, precum și pe lângă autoritățile din Republica Moldova.

În 2007, acțiunile TVR - prin președinții-directori generali, Tudor Giurgiu, respectiv Alexandru Sassu, prin Serviciul Relații Internaționale, Direcția Economică și Serviciul Juridic - s-au intensificat.

TVR a stabilit o comunicare specială cu Ministerul Afacerilor Externe (Direcția Relații Culturale, Educaționale și Științifice și Direcția Moldova), cu scopuri precise: schimbul de informații legate de cunoașterea stadiului demersurilor întreprinse de instituțiile guvernamentale din România, în vederea soluționării problemelor legate de retransmisia programelor canalului TVR 1 pe teritoriul Republicii Moldova; identificarea surselor de finanțare și găsirea unor soluții eficiente pentru semnarea unor noi documente de cooperare cu instituțiile responsabile din Republica Moldova.

### **Colaborarea cu Ministerul Afacerilor Externe**

În 16 martie 2007, Direcția Economică a TVR a transmis Serviciului Relații Internaționale că Doina Leonte, Secretar de Stat în Ministerul Finanțelor Publice, arată, printr-o adresă, că soluționarea problemei nu ține de televiziunea publică, ci de MAE, iar Întreprinderea de Stat Radiocomunicații ar trebui să se adreseze Ministerelor de Externe din Moldova și România pentru soluționarea pe cale guvernamentală.

Cu toate acestea, televiziunea publică a continuat acțiunile pe lângă autoritățile competente în rezolvarea problemei retransmisiei TVR 1.

Întreprinderea de Stat Radiocomunicații a comunicat televiziunii publice, în 26 martie 2007, că demersurile făcute în comun cu Ministerul Dezvoltării Informaționale pe lângă Ministerul de Finanțe și Ministerul de Externe din Republica Moldova au rămas fără rezultat. Se transmitea conducerii TVR că suma destinată finanțării retransmisiei TVR 1 se va consuma integral până la 14 iunie 2007, Consiliul Coordonator al Audiovizualului din Republica Moldova urmând a redistribui canale tv prin concurs.

La 19 aprilie 2007, TVR a primit de la MAE o adresă prin care conducerea televiziunii era înștiințată că Ministerul de Externe a identificat o posibilă soluție după data de 14 iunie 2007, transmisă spre avizare ministerelor competente (soldul nerambursat de cca. 9,4 milioane USD din creditul acordat în 1993).

Se solicită ca TVR să comunice un mesaj intermediar, de interes, pentru continuarea transmisiei TVR 1 după 14 iunie 2007, către Ministerul Dezvoltării Informaționale și Întreprinderii de Stat Radiocomunicații din Republica Moldova.

În urma diligențelor întreprinse de partea română, la cererea autorităților de la Chișinău, partenerul moldovean, Întreprinderea de Stat Radiocomunicații de la Chișinău nu a întrerupt retransmisia Programului TVR 1 după 13 iunie 2007.

Însă situația în cadrul Consiliului Coordonator al Audiovizualului (CCA) din Republica Moldova nu era una stabilă. La 31 iulie 2007 președintele CCA Corneliu Mihalache a fost destituit, în locul lui fiind ales Vladimir Țurcanu. În aceeași ședință, CCA anunța scoaterea la concurs a mai multor frecvențe radio și tv, printre care și rețeaua de stat tv nr. 2 a Întreprinderii de Stat Radiocomunicații, prin care erau retransmise programele TVR 1. Consiliul urma să fixeze data desfășurării concursului, dar nu mai târziu de 20 de zile de la expirarea termenului de depunere a ofertelor.

Președintele televiziunii, Alexandru Sassu, a fost anunțat, pe 2 august, de către Vladimir Țurcanu că CCA scoate la concurs rețeaua de stat tv nr. 2 a Întreprinderii de Stat Radiocomunicații, solicitând informații privind intențiile părții române în vederea difuzării programului TVR 1 în Republica Moldova.

PDG al TVR a comunicat dorința televiziunii publice de a continua redifuzarea programului 1 și intenția încheierii unui nou protocol de colaborare.

TVR a primit de la MAE o adresă prin care conducerea era anunțată că soluțiile financiare propuse și proiectul de addendum la acordul dintre cele două guverne au rămas fără răspuns. În același timp, ministerul solicita TVR să se adreseze CCA ca, până la 9 septembrie 2007 (data încheierii înscrierilor la concurs), frecvența pentru TVR 1 să nu fie scoasă la concurs, având în vedere propunerea oficială a părții române.

În toată această perioadă, au avut loc consultări permanente între conducerea TVR și Guvern, MAE, Ministerul Economiei și Finanțelor, Ambasada României în Republica Moldova pentru a putea reînnoi protocolul prin care programul TVR 1 să poată fi retransmis.

De asemenea, au avut loc mai multe încercări de a contacta (inclusiv telefonic) autoritățile moldovene, dar toate demersurile s-au izbit de refuzul acestora de a discuta cu TVR.

La data de 11 septembrie 2007, Guvernul României a emis hotărârea nr. 1087, prin care acorda televiziunii publice, din Fondul de rezervă bugetară aflat la dispoziția Guvernului pe anul 2007, suma de 360.000 lei pentru finanțarea retransmisiei emisiunilor canalului TVR 1 pe teritoriul Republicii Moldova.

Însă, în 18 septembrie 2007, MAE transmite președintelui TVR că Ministerul de Finanțe din Republica Moldova a respins propunerea făcută de România. Este menționată scrisoarea prim-ministrului României adresată omologului său din Republica Moldova rămasă fără răspuns și se solicită analiza drepturilor și obligațiilor ce decurg din licența de emisie, valabilă până în 2011.

Astfel, discuțiile la nivel diplomatic s-au dovedit zadarnice, iar la 25 septembrie, CCA a emis decizia nr. 101, prin care licența pentru utilizarea rețelei de stat tv nr. 2 a fost eliberată companiei ICS Tele M International SRL din Chișinău.

În aceeași zi, directorul acestei societăți, Teodor Guțu, a trimis o scrisoare președintelui TVR prin care propunea televiziunii publice să continue retransmisia TVR 1 pe baza încheierii unui contract privind acordarea dreptului de retransmisie timp de 24 de ore.

În 27 septembrie 2007, Alexandru Sassu a adresat noului președinte CCA, Gheorghe Gorincioi, un protest privind anularea licenței și scoaterea la concurs a frecvenței. În scrisoarea de răspuns, președintele Consiliului susținea (în 15 octombrie 2007) că licența acordată TVR în data de 14 februarie 2006 nu a fost anulată și că, oricum, retransmisia nu trebuia însoțită de o licență prealabilă, ci doar de acordul de liberă retransmisie.

## Acțiunile în instanță

TVR a formulat și trimis CCA, în temeiul art. 14 din Legea contenciosului administrativ din Republica Moldova, o cerere prealabilă prin care a cerut revocarea/anularea deciziilor CCA nr. 92 din 31 iulie 2007 și nr. 101 din 25 septembrie 2007, în partea scoaterii la concurs și acordării rețelei de stat nr. 2 unei alte instituții, deoarece hotărârile au fost adoptate cu nesocotirea legislației în domeniu, precum și plata unor despăgubiri pentru prejudiciul cauzat prin emiterea acestor decizii, în cuantum de 500.000 de euro.

CCA a respins, în 2 noiembrie, cererea televiziunii publice, decizie care a fost publicată în M.O. al Republicii Moldova, în 9 noiembrie.

În ședința din 27 noiembrie 2007, Consiliul de Administrație a decis ca TVR să formuleze și să introducă o acțiune în contencios administrativ, la Curtea de Apel Chișinău, prin care să solicite anularea deciziilor CCA și acordarea despăgubirilor de 500.000 de euro, inclusiv cu posibilitatea atacării la CEDO a eventualei soluții irevocabile de respingere pronunțate de instanțele din Republica Moldova.

Pentru ca telespectatorii din Republica Moldova să nu fie prejudiciați de neînțelegerile dintre autoritățile celor două țări, Comitetul Director al TVR a hotărât, din 1 septembrie, ca televiziunea publică să încheie un acord cu ICS Tele M International SRL, compania care a câștigat licitația organizată de CCA.

Acordul, valabil pe o lună – decembrie 2007 -, acorda companiei moldovene dreptul neexclusiv de a retransmite programele TVR 1, cu excepția spoturilor publicitare (fapt interzis de art. 22 din Codul Audiovizual al Republicii Moldova) și a programelor pentru care televiziunea publică deține drepturile doar pe teritoriul României. Această societate își asuma toate cheltuielile legate de retransmisie.

În același timp, TVR își rezerva dreptul de a continua procesul de la Curtea de Apel Chișinău, Secția de Contencios Administrativ, cu CCA, acordul fiind valabil cel mult până la data admiterii irevocabile a acțiunii formulate de TVR și neînsemnând recunoaștere, achiesare sau tranzacție făcută de televiziunea publică în acest sens.

Imediat după pierderea licenței de emisie, jurnaliștii din Republica Moldova și din România și-au arătat solidaritatea față de televiziunea publică.

Federația Europeană a Jurnaliștilor (FEJ) din România, Uniunea Sindicală MediaSind și Uniunea Sindicală a Jurnaliștilor (UJM) din Republica Moldova anunță că vor contesta decizia CCA în instanța de judecată.

Pe acest fond au apărut însă și o serie de presiuni asupra televiziunii publice, din partea Uniunii Sindicale MediaSind, care sub umbrela unor presupuse încălcări ale parteneriatului social din instituție, a pus presiune publică asupra TVR să înceteze colaborarea neexclusivă pe care o avea cu Tele M International pentru retransmiterea TVR 1 în Republica Moldova, susținând firma EuroNova Media Grup, al cărui director este Valeriu Săhârneanu, în același timp și președintele UJM, asociație afiliată la MediaSind.

Televiziunea publică continuă să se judece pe fond în Republica Moldova, luând în calcul, în cazul unor soluții nefavorabile, apelul la instanțele internaționale competente până la soluționarea favorabilă a retransmiterii TVR 1 în Republica Moldova.

Informații despre alte acțiuni în instanță semnificative în care a fost implicată televiziunea publică în anul 2007 se află în **Anexa 3**.





### 13. CFI și Audit Intern





Compartimentul Control Financiar Intern se află în subordinea directă a Președintelui-Director General, iar activitatea sa este organizată și se exercită în conformitate cu prevederile înscrise în Regulamentul de Organizare și Funcționare al instituției și în caietul de sarcini al structurii.

Activitatea de control financiar intern are ca obiectiv verificarea respectării dispozițiilor legale privind gestionarea patrimoniului, furnizarea către PDG a tuturor informațiilor necesare atingerii obiectivelor într-un mod economic, eficient și eficace. CFI protejază bunurile și informațiile, previne și depistează greșeli și eventuale fraude. CFI evaluează calitatea documentelor de contabilitate.

Activitatea de control financiar intern se delimitează strict de alte activități de control desfășurate în TVR, precum și de activitatea de audit intern, activități care au obiective reglementate de legi specifice și/sau de proceduri interne.

În perioada 1 ianuarie-31 decembrie 2007, Compartimentul Control Financiar Intern și-a desfășurat activitatea pe baza ordinelor de serviciu emise de Președintele-Director General.

S-au realizat 15 acțiuni de control, din care două verificări începute în anul 2006 și finalizate în anul 2007, nouă verificări din planul de control pe anul 2007, patru verificări dispuse de PDG. Concluziile din actele de control s-au materializat în 45 de măsuri propuse și aprobate de Președintele-Director General al TVR.

### **Activitatea Compartimentului audit intern**

Activitatea de audit intern s-a desfășurat, în anul 2007, conform planului anual de audit intern avizat de Președintele-Director General și în baza Legii nr. 672/2002 privind auditul public intern, cu modificările și completările ulterioare. Planul anual are la bază, de asemenea, OMFP nr. 38/2003, OMFP nr. 252/2004 pentru aprobarea Codului de conduită etică a auditorului intern și Normele privind organizarea și exercitarea activității de audit public intern specifice nr. 420.709/2003. Structura de audit intern funcționează conform legii, în subordinea directă a Președintelui-Director General.

În cadrul structurii de audit intern își desfășoară activitatea trei auditori interni, cu scopul de a ajuta conducerea societății să-și îndeplinească obiectivele propuse, precum și să îmbunătățească eficiența sistemului de conducere bazat pe gestiunea riscului, a controlului și a proceselor de administrare.

Conform planului anual de audit, a fost programat un număr de opt misiuni de audit, din care s-au efectuat șase, două sunt în derulare, precum și patru misiuni de audit efectuate la solicitarea PDG.

Contribuția auditorilor la îmbunătățirea activității structurilor auditate s-a materializat în 36 de recomandări.

Obiectivele acțiunii de audit:

- Evaluarea proceselor de producție derulate pentru producerea programelor din cadrul Direcției Artistice și de Producție;
- Evaluarea activității desfășurate de Departamentul Resurse Umane;
- Evaluarea contului de execuție bugetară pe trimestrul IV 2006 cf. OMFP nr. 95/2006;
- Evaluarea activității Serviciului Achiziții-Licitații;
- Evaluarea contului de execuție bugetară pe trimestrul I 2007, cf. OMFP nr. 95/2006;
- Evaluarea metodologiei de evaluare a personalului de conducere și de execuție;
- Evaluarea activității desfășurate de Departamentul Sport în anul 2006;
- Evaluarea contului de execuție bugetară pe trimestrul II 2007 cf. OMFP nr. 95/2006;
- Evaluarea activității Serviciului Financiar;
- Evaluarea activității Serviciului Contabilitate;
- Evaluarea modului de administrare a contractelor de furnizare de servicii încheiate de TVR cu Radiocomunicații și Globecast în perioada 01.01.2006-31.03.2007;

- Evaluarea din punct de vedere organizațional a activității desfășurate în cadrul Direcției Știri;
- Evaluarea modului de organizare și administrare a fondului arhivistic (documente) la nivelul TVR;
- Evaluarea procedurilor care guvernează activitatea de achiziții și difuzare a programelor tv din cadrul TVR.

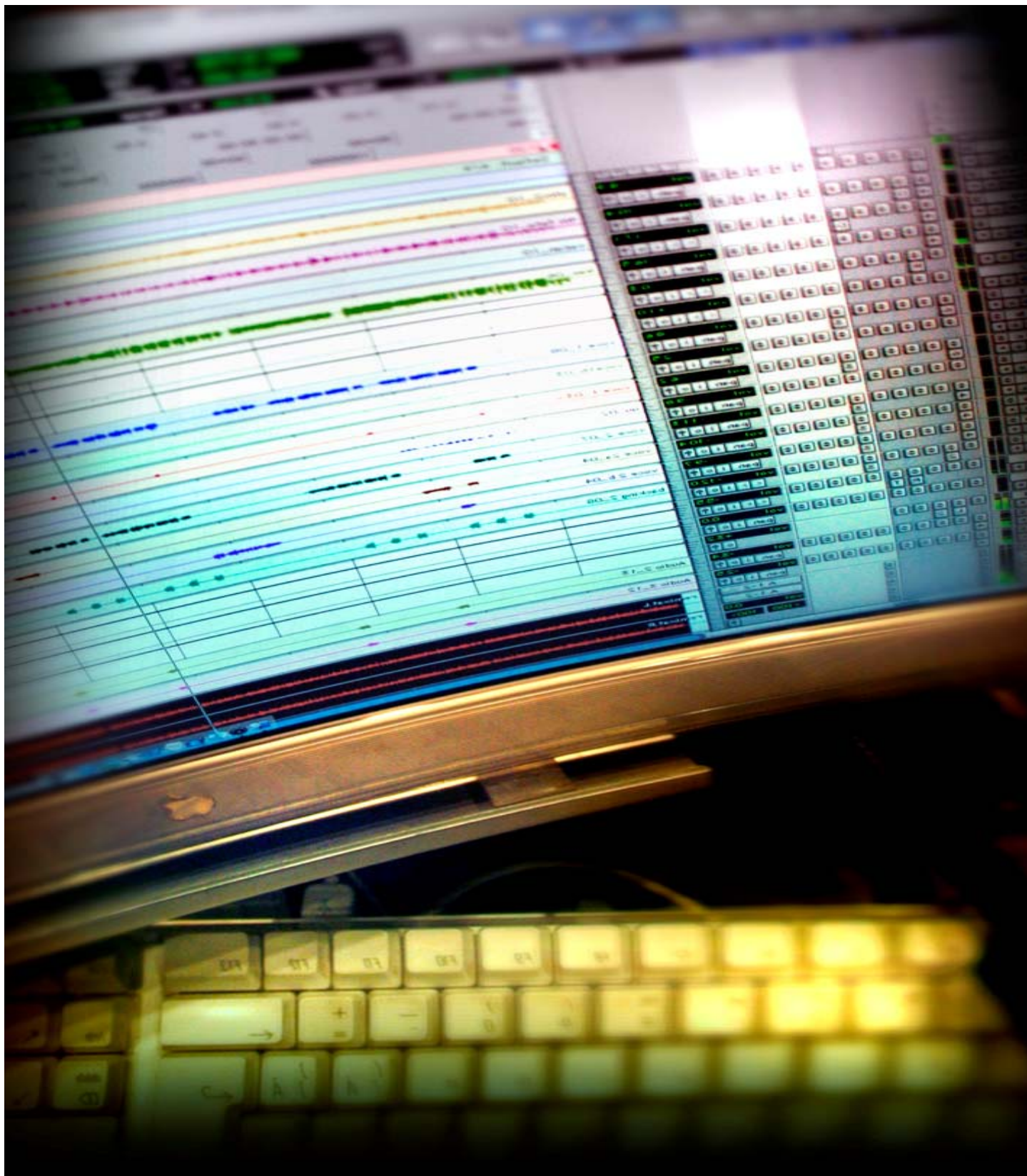
În conformitate cu prevederile OMFP 1702/2005 de aprobare a Normei privind organizarea și exercitarea activității de consiliere desfășurate de către auditorii interni din cadrul entităților publice, sunt în lucru normele specifice de consiliere ale TVR. Acestea urmează a fi avizate de specialiștii din cadrul MFP-UCAAPI.

Obiectivele Compartimentului Audit Intern:

- dezvoltarea unei strategii de control la nivelul instituției, în condițiile în care auditul intern este parte a sistemului de control intern din TVR și se manifestă pe toate palierele ca structură independentă. Auditul intern este o activitate destinată asistării managerilor în îndeplinirea obiectivelor pe care aceștia și le-au stabilit;
- atragerea în acțiuni de audit intern a unor specialiști (pe bază de contracte de prestări servicii) atunci când în desfășurarea misiunii de audit se impune utilizarea unor cunoștințe de specialitate (cazul misiunilor de audit în zona juridică, IT, tehnică etc.);
- eliminarea comunicării de rutină dintre structurile auditate și echipa de auditori - include transmiterea formală și recepționarea de informații precum și manipularea documentelor.

Ambele structuri au fost utilizate în cel de al doilea semestru al anului 2007 de către noul management al TVR ca instrumente de lucru în diagnosticarea exactă a problemelor interne, atât de structură și de fluxuri, cât și financiare. Această diagnoză a fost absolut necesară în luarea unor decizii eficiente pentru redresarea situației financiare a instituției.

## CAPITOLUL II - SITUAȚIA FINANCIARĂ





Societatea Română de Televiziune, înființată în baza Legii nr. 41/1994, și-a încheiat activitatea în anul 2007 cu următorii indicatori economico-financiari:

- *venituri totale: 522.175.264 lei*, din care venituri din exploatare 519.690.927 lei și venituri financiare 2.484.337 lei;

- *cheltuieli totale: 551.626.831 lei*, din care cheltuieli de exploatare 549.538.753 lei și cheltuieli financiare 2.088.078 lei;

- *cifra de afaceri netă: 514.504.166 lei*;

- *rezultatul net al exercițiului: pierdere în valoare de 29.451.567 lei*.

## Situația contului de profit și pierdere încheiat la 31 decembrie 2007

### A. Rezultatul din exploatare

1. **Veniturile din exploatare** realizate de TVR în anul 2007 au fost de 519.690.927 lei și se prezintă în următoarea structură:

a. *Venituri din taxa pentru serviciul public de televiziune*, în valoare de 294.423.472 lei, cu o pondere de 56,65% din total venituri din exploatare;

b. *Venituri din publicitate*, în valoare de 73.774.562 lei, cu o pondere de 14,20% din total venituri din exploatare;

c. *Venituri din subvenții de exploatare*, în valoare de 144.043.812 lei, cu o pondere de 27,72% din total venituri din exploatare. Din aceste venituri, 144.033.812 lei reprezintă alocații de la bugetul statului, în conformitate cu Legea nr. 41/1994, republicată, Legea bugetului de stat pe anul 2007 nr. 486/2006, OUG nr. 78/2007, OUG nr. 88/2007, OUG nr. 134/2007 și HG nr. 1087/2007;

d. *Alte venituri din exploatare*, în valoare de 7.449.081 lei, cu o pondere de 1,43% din total venituri din exploatare, din care:

- prestări externe în valoare de 757.628 lei, reprezentând copiere casete, închirieri circuite transmisii etc;
- prestări interne în valoare de 1.498.024 lei, reprezentând chirii, penalizări etc.;
- alte prestări în valoare de 5.193.429 lei, reprezentând venituri din penalizări, sponsorizări etc.

2. **Cheltuielile din exploatare** realizate de TVR în anul 2007 au fost de 549.538.753 lei, iar după natura activității se prezintă astfel:

a. *Cheltuieli aferente activității de televiziune* în valoare de 512.660.151 lei, cu o pondere de 93,29% în totalul cheltuielilor de exploatare;

b. *Cheltuieli aferente activității comerciale* în valoare de 36.878.602 lei, cu o pondere de 6,71% în totalul cheltuielilor de exploatare, din care:

- aferente publicității difuzate, în valoare de 35.483.964 lei, cu o pondere de 6% în totalul cheltuielilor de exploatare;
- aferente altor activități comerciale, în valoare de 1.394.638 lei, cu o pondere de 0,71% în totalul cheltuielilor de exploatare.

După natura cheltuielilor, cheltuielile din exploatare realizate de TVR în anul 2007 se prezintă astfel:

a. *Cheltuieli cu personalul*, în valoare de 187.137.391 lei, cu o pondere de 34,05% din totalul cheltuielilor de exploatare, din care:

- salarii și indemnizații: 145.737.722 lei;
- cheltuieli cu asigurările și protecția socială: 41.399.669 lei.

Aceste cheltuieli sunt aferente persoanelor angajate cu carte de muncă, corespondenților externi în străinătate și membrilor Consiliului de Administrație.

*b. Cheltuieli privind prestațiile externe*, în valoare de 220.412.805 lei, cu o pondere de 40,11% din totalul cheltuielilor de exploatare, din care:

- cheltuieli cu stații și circuite către Societatea Națională de Radiocomunicații: 112.643.056 lei;
- cheltuieli licențe interne și externe sport: 19.625.385 lei;
- cheltuieli privind comisionul convenit societăților Electrica pentru colectarea taxei tv, în valoare de 20.288.334 lei;
- cheltuieli cu drepturile de radiodifuzare a operelor, interpretărilor sau execuțiilor artistice convenite organismelor de gestiune colectivă, în valoare de 9.180.792 lei;
- cheltuieli poștale și de telecomunicații: 13.209.319 lei;
- cheltuieli privind licențele de programe interne și externe, în valoare de 10.704.303 lei;
- cheltuieli cu deplasările: 5.268.876 lei;
- cheltuielile cu colaboratorii reprezentând drepturi de autor: 8.442.788 lei;
- cheltuieli privind comisionul convenit pentru încasarea veniturilor din publicitate: 3.668.851 lei;
- cheltuieli reclamă, publicitate, protocol: 1.026.821 lei;
- alte prestații externe reprezentând cotizații, abonamente agenții de știri, întreținere și reparații, contracte civile de prestări servicii, chirii, prime asigurare, în valoare de 16.354.280 lei.

*c. Cheltuieli cu impozite și taxe*, în valoare de 65.023.712 lei, cu o pondere de 11,83% din totalul cheltuielilor de exploatare, din care:

- cheltuieli reprezentând taxa pe valoarea adăugată fără drept de deducere, aferentă activității de televiziune (conform art. 141, alin. 1, lit. o, din Codul fiscal), în valoare de 52.651.408 lei;
- cheltuieli reprezentând contribuții pentru constituirea fondului cinematografic, către CNC, în conformitate cu OG nr. 39/2005, în valoare de 11.066.184 lei;
- impozite pe teren, mijloace de transport, taxe și contribuții la fondul solidaritatea, în valoare de 1.018.567 lei;
- cheltuieli privind taxa de autorizație circulație auto, în valoare de 115.420 lei;
- alte taxe, în valoare de 172.133 lei.

*d. Cheltuieli cu amortimentele și ajustările la imobilizările corporale și necorporale*, în valoare de 65.151.097 lei, cu o pondere de 11,86% din totalul cheltuielilor de exploatare;

*e. Cheltuieli materiale* în valoare de 9.619.272 lei, reprezentând cheltuieli cu *materialele consumabile, obiectele de inventar, energie, apă etc.*, cu o pondere de 1,75 % din totalul cheltuielilor de exploatare;

*f. Alte cheltuieli de exploatare* în valoare de 1.514.070 lei, cu o pondere de 0,27% din totalul cheltuielilor de exploatare;

*g. Cheltuieli privind ajustările aferente provizioanelor de risc*, în valoare de 746.661 lei, cu o pondere de 0,14% din totalul cheltuielilor de exploatare, constituite după cum urmează:

- provizioane pentru riscuri și cheltuieli din litigii, în valoare de 2.318.187 lei;
- provizioane pentru impozitul pe profit amânat, în valoare de 1.758.570 lei;
- provizioane pentru indemnizații concediu de odihnă neefectuat în anul 2007, în valoare de 477.620 lei;
- reluarea la venituri a provizioanelor constituite în anul 2006 pentru litigii și pentru impozitul pe profitul amânat, în valoare de (3.807.716) lei.

*h. Cheltuieli privind ajustările aferente activelor circulante*, în valoare de (66.255) lei, cu o pondere de - 0,01%.

Rezultatul din exploatare al anului 2007, calculat ca diferență între veniturile din exploatare și cheltuielile din exploatare, reprezintă o pierdere de 29.847.826 lei.



**B. Rezultatul financiar**

**1. Veniturile financiare** ale anului 2007 au fost în valoare de 2.484.337 lei și sunt constituite din:

- a. Venituri din dobânzi, în valoare de 198.463 lei, cu o pondere de 7,99% din totalul veniturilor financiare;
- b. Venituri din diferențe de curs, în valoare de 1.236.490 lei, cu o pondere de 49,77% din totalul veniturilor financiare;
- c. Alte venituri financiare reprezentând sconturi și diferențe de preț, în valoare de 1.049.384 lei, cu o pondere de 42,24% din totalul veniturilor financiare.

**2. Cheltuielile financiare** ale anului 2007 au fost în valoare de 2.088.078 lei și sunt constituite din:

- a. Cheltuieli din diferențe de curs, în valoare de 1.771.173 lei, cu o pondere de 84,82% din totalul cheltuielilor financiare;
- b. Alte cheltuieli financiare, în valoare de 316.905 lei, cu o pondere de 15,18% din totalul cheltuielilor financiare.

Rezultatul financiar al anului 2007, calculat ca diferență între veniturile financiare și cheltuielile financiare, reprezintă un profit de 396.259 lei.

**C. Rezultatul exercițiului 2007**

În concluzie, activitatea economică în 2007 s-a încheiat cu o pierdere contabilă brută de 29.451.567 lei.

În urma aplicării programului de măsuri aprobat de conducerea SRTV, de reducere a costurilor, s-au obținut rezultate deosebite. În semestrul II din 2007, televiziunea publică a reușit să obțină un profit contabil brut de 411.702 lei, reducând pierderea înregistrată la 30 iunie 2007.

S-au obținut economii față de anul precedent la următoarele capitole de cheltuieli:

- materii prime și materiale consumabile - o economie de 2.726.723 lei;
- alte cheltuieli materiale - o economie de 1.781.526 lei;
- cheltuieli cu energia electrică și apa - o economie de 90.251 lei;
- cheltuieli privind prestațiile externe - o economie de 11.070.154 lei.

Comparativ cu anul precedent, s-au redus cheltuielile salariale privind sporurile acordate conform literei h din C.C.M. cu 1.642.478 lei și cheltuieli cu primele acordate cu 3.810.230 lei. Numărul orelor suplimentare s-a redus față de anul precedent cu 18.626 ore, prin folosirea cât mai eficientă a forței de muncă. Numărul mediu de salariați a scăzut față de anul precedent cu 88 persoane.

**Situația activelor, datoriilor și capitalurilor proprii la 31 decembrie 2007**

*A. Activele imobilizate* sunt în sumă de 118.794.253 lei și sunt compuse din:

1. imobilizări necorporale – 37.793.898 lei;
2. imobilizări corporale – 80.413.657 lei;
3. imobilizări financiare - 586.698 lei.

*B. Activele circulante* sunt în sumă de 53.236.607 lei și sunt compuse din:

1. stocuri – 4.789.606 lei;
2. creanțe – 41.842.090 lei;
3. casa și conturi în bănci – 6.604.911 lei.

*C. Cheltuieli în avans:* 35.256.551 lei.

*D. Datorii curente:* 84.755.894 lei.

*E. Provizioane pentru riscuri și cheltuieli:* 4.554.377 lei.

*F. Venituri înregistrate în avans:* 9.557 lei.

*G. Subvenții pentru investiții:* 9.905.458 lei.

*H. Capitaluri proprii:* 108.062.125 lei.

## Creanțe și datorii la 31 decembrie 2007

**A. Creanțele TVR** sunt în sumă de 41.842.090 lei și au următoarea componență:

1. Clienți – total, din care:	30.852.608 lei;
a. Clienți interni, din care:	30.740.304 lei;
- taxa tv	10.557.370 lei;
- Splendid Media	20.020.029 lei.
b. Clienți externi, din care:	112.304 lei;
- RAI	34.676 lei;
- INSTANT NEWS SERVICES	18.863 lei.
2. Clienți – litigii:	6.931 lei;
3. Alte creanțe, din care:	10.982.551 lei;
a. Impozit pe profit de recuperat	1.988.944 lei;
b. Clienți facturi de întocmit	5.608.101 lei;
- taxa tv	4.370.389 lei.

**B. Datoriile curente** sunt în sumă de 84.755.894 lei și au următoarea componență:

1. Datorii comerciale, din care:	50.689.636 lei;
a. UCMR	10.904.327 lei;
b. UEFA	7.962.520 lei;
c. EBU	3.178.664 lei;
d. BUENA VISTA	3.240.264 lei;
e. ILIRIOS	2.373.930 lei;
f. PROROM	1.319.132 lei;
g. PRIME TIME	1.073.326 lei;
2. Alte datorii către personal:	4.927.721 lei;
3. Datorii față de bugetul de stat:	9.903.334 lei;
4. Alți creditori (CNC etc.):	19.235.203 lei.

Datoriile comerciale au fost achitate în marea lor majoritate conform termenelor contractuale. Totuși, s-au înregistrat unele întârzieri la plată către diverși furnizori de licențe film. Pentru aceștia, s-a obținut decalarea termenelor de plată, fără calcul de penalizări de întârziere.

Restanțe sunt și la plata contribuției pentru susținerea producției naționale de film, conform O.G. 39/2005 (CNC), în sumă de 7.850.000 lei.

Obligațiile către salariați și către bugetul statului, bugetele locale și bugetele asigurărilor sociale au fost onorate la termenele prevăzute conform reglementărilor legale în vigoare.

La 31 decembrie 2007, televiziunea publică avea următoarele angajamente:

- un acreditiv stand-by în valoare de 5.461.342 USD, pentru achiziționarea de licențe filme în favoarea NBC Universal;

- o scrisoare de garanție reală mobiliară în valoare de 5.400.000 euro pentru achiziția licenței de difuzare campionat european de fotbal, în favoarea UEFA;

- o linie de credit în valoare de 7.000.000 lei pentru acoperirea deficitului de cash-flow, neangajată la 31 decembrie 2007.

Linia de credit, acreditivul stand-by și scrisoarea de garanție reală mobiliară sunt garantate cu surse proprii ale Societății Române de Televiziune, respectiv încasări din taxa pentru serviciul public de televiziune și încasări din publicitate. La data întocmirii prezentului raport, scrisoarea de garanție bancară s-a diminuat cu 2.200.000 euro, iar acreditivul stand-by s-a diminuat cu 986.255 USD.

La 31 decembrie 2007, disponibilitățile bănești în conturi au fost de 6.604.911 lei.

## Contul de execuție al cheltuielilor pe anul 2007

Destinația sumelor/cheltuielilor alocate din bugetul de stat (lei)

DENUMIRE INDICATOR	COD	PREVEDERI INIȚIALE 2007	PROGRAM ACTUALIZAT 2007	CHELTUIT 31.12.2007	Sume neutilizate
<b>CHELTUIELI - TOTAL</b>		<b>83.634.000</b>	<b>161.167.000</b>	<b>151.453.830</b>	<b>9.713.170</b>
<b>Cultură, recreere și religie</b>	<b>67.01</b>	<b>83.634.000</b>	<b>161.167.000</b>	<b>151.453.830</b>	<b>9.713.170</b>
Alte servicii în domeniile culturii, recreării și religiei	67.01.50	83.634.000	161.167.000	151.453.830	9.713.170
<b>Cheltuieli curente</b>	<b>67.01.01</b>	<b>83.634.000</b>	<b>153.710.000</b>	<b>144.048.845</b>	<b>9.661.155</b>
<i>Cheltuieli de personal</i>	<i>67.01.10</i>	<i>22.000</i>	<i>22.000</i>	<i>22.000</i>	<i>0</i>
<i>Cheltuieli salariale în bani</i>	<i>10.01</i>	<i>22.000</i>	<i>22.000</i>	<i>22.000</i>	<i>0</i>
Indemnizații de delegare ale TVR Internațional	10.01.13	22.000	22.000	22.000	0
<b>Bunuri și servicii</b>	<b>67.01.20</b>	<b>83.612.000</b>	<b>153.688.000</b>	<b>144.026.845</b>	<b>9.661.155</b>
<i>Bunuri și servicii</i>	<i>20.01</i>	<i>83.572.000</i>	<i>153.648.000</i>	<i>143.986.845</i>	<i>9.661.155</i>
Materiale și prestări de servicii cu caracter funcțional	20.01.09	83.572.000	153.648.000	143.986.845	9.661.155
Plata pentru închirierea stațiilor și circuitelor, datorată agenților economici din sistemul comunicațiilor		75.352.000	144.158.296	134.552.296	9.606.000
Închirierea canalului satelit		8.000.000	8.985.985	8.930.830	55.155
Funcționarea TVR Internațional		220.000	0	0	0
*Retransmiterea TVR 1 pe terit.Republicii Moldova		0	503.719	503.719	0
<i>Deplasări, detașări, transferări</i>	<i>20.06</i>	<i>40.000</i>	<i>40.000</i>	<i>40.000</i>	<i>0</i>
Deplasări în străinătate	20.06.02	40.000	40.000	40.000	0
<b>Cheltuieli de capital</b>	<b>67.01.70</b>	<b>0</b>	<b>7.457.000</b>	<b>7.404.985</b>	<b>52.015</b>
<b>Active nefinanciare</b>	<b>67.01.71</b>	<b>0</b>	<b>7.457.000</b>	<b>7.404.985</b>	<b>52.015</b>
<b>Active fixe</b>	<b>71.01</b>	<b>0</b>	<b>7.457.000</b>	<b>7.404.985</b>	<b>52.015</b>
<i>Mașini, echipamente și mijloace de transport</i>	<i>71.01.02</i>	<i>0</i>	<i>7.417.000</i>	<i>7.366.408</i>	<i>50.592</i>
Alte active fixe	71.01.30	0	40.000	38.577	1.423
licențe de software pt. sisteme de editare digitală		0	40.000	38.577	1.423

Alocațiile bugetare pe anul 2007 au fost repartizate Societății Române de Televiziune în conformitate cu Legea bugetului de stat nr. 486/2006, O.U.G. nr. 78/2007, O.U.G. nr. 88/2007, O.U.G. nr. 134/2007 și H.G. nr. 1087/2007. Față de valoarea totală alocată de 161.167.000 lei, în anul 2007 au fost utilizate fonduri în valoare de 151.453.830 lei reprezentând 93,97% din alocări. Diferența neutilizată s-a restituit conform prevederilor legale în vigoare.

În anul 2007, TVR a efectuat investiții atât din surse proprii, cât și din alocații bugetare, în sumă de 42.603.307 lei. Acestea constau în investiții în imobilizări necorporale în valoare de 22.968.087 lei și investiții în imobilizări corporale în valoare de 19.635.310 lei.

Situațiile financiare anuale încheiate la 31 decembrie 2007 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 Legea contabilității nr. 82/1991 republicată, Ordinul Ministrului Finanțelor nr. 1752/2005, Ordinul Ministrului Finanțelor nr. 2001/2006 și Ordinul Ministrului Economiei și Finanțelor nr. 2374/2007.

## CAPITOLUL III: PROIECT 2008





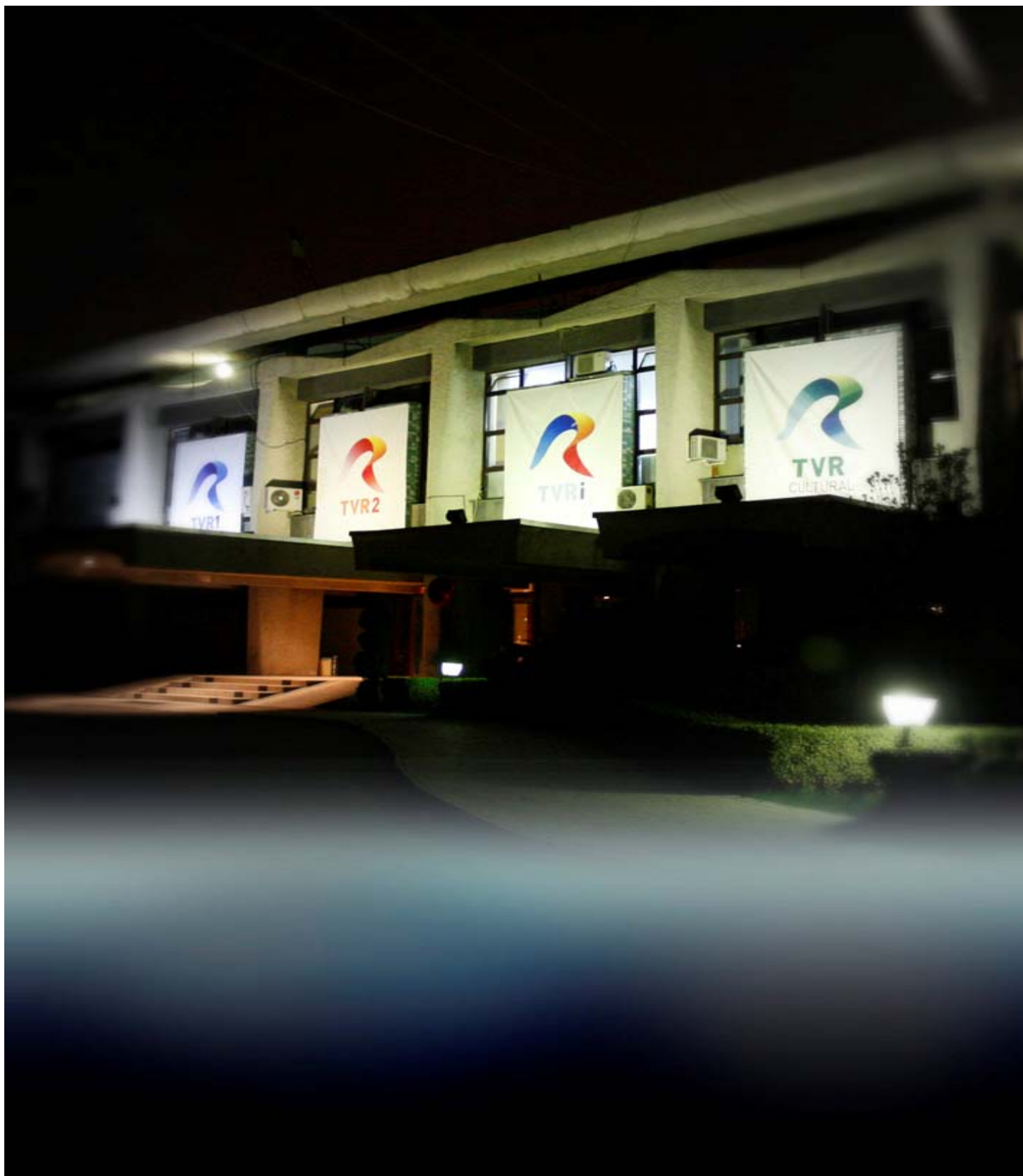
Așa cum am arătat încă de la începutul prezentului raport, anul 2007 a fost unul dificil din punctul de vedere al managementului, din cauza schimbării, după primul semestru, a conducerii TVR și apoi a instalării unui nou consiliu de administrație, care până la 12 septembrie a fost condus interimar de directorul general. Practic conducerea TVR s-a stabilizat abia după 12 septembrie, respectiv după desemnarea de către Parlament a lui Alexandru Sassu drept președinte director general. În mod evident starea de interimat a afectat o serie de procese în interiorul TVR, făcând dificilă definirea instituției pe criterii de performanță. În aceste condiții, principalele probleme pe care televiziune publică trebuie să le rezolve în 2008 sunt redresarea financiară și consolidarea credibilității TVR ca televiziune publică.

În acest sens, dincolo de măsurile organizatorice și financiare care au fost luate în anul 2007, conducerea TVR a redactat viziunea televiziunii publice pe termen mediu și lung, ca bază a strategiei TVR care va fi pusă în aplicare începând cu 2008.





## 1. Televiziunea publică – viziune și strategie





România se află în plin proces de transformare și de definire a rolului său în spațiul european. Procesul de democratizare și modernizare a țării este unul continuu, iar integrarea în Uniunea Europeană generează o nouă paradigmă pentru cetățenii României, o nouă platformă de dezvoltare a lor, atât în plan individual, cât și ca națiune. România, ca parte integrantă a spațiului democratic european, înseamnă un plan pe termen mediu și lung, înseamnă drepturi și obligații, obiective și termene și, nu în ultimul rând, o nouă mentalitate.

Pentru ca toate acestea să fie posibile, este nevoie de un proces continuu de informare și educare. În acest context, televiziunea publică are obligația legală de a se implica activ în procesul de dezvoltare și de emancipare a cetățenilor țării, în procesul de schimbare a mentalității fiecărui cetățean român care, din ianuarie 2007, a căpătat și statutul de cetățean european.

TVR va fi eficientă în îndeplinirea misiunii sale publice numai dacă își va consolida credibilitatea, dacă va deveni o televiziune publică de tip european, iar acest lucru este posibil dacă TVR este devotată îndeplinirii rolului său public în societate și dacă, prin performanța, calitatea și audiența programelor sale servește interesul public.

Pentru ca toate aceste deziderate să devină realitate este însă nevoie de măsuri de reformă consistente care necesită sprijin larg din partea angajaților TVR, din partea principalelor instituții ale statului, din partea societății civile, a partidelor, a tuturor segmentelor societății. Pentru ca TVR să fie cea mai credibilă instituție media în domeniul informării și educării, trebuie să se întoarcă spre oameni, spre toate segmentele societății, pentru că de percepția și voința acestora depinde importanța și eficiența rolului pe care TVR îl va avea în societate.

## Situația actuală

Studiile realizate la nivel național și european au relevat, în ultimi ani, o scădere a interesului pentru televiziune. Se remarcă în acest sens faptul că, în cadrul societății informaționale, mai ales publicul tânăr se orientează spre alte forme de informare și divertisment decât cele furnizate prin intermediul televiziunilor. Acest fapt a afectat la nivel global atât stațiile comerciale, cât mai ales posturile publice. Televiziunea Română nu este, în mod evident, o excepție, astfel încât și audiența sa are de suferit. Acest fapt a afectat la nivel global atât stațiile comerciale, cât mai ales posturile publice. Televiziunea Română nu este în mod evident o excepție, astfel încât și audiența sa are de suferit permanent.

În același timp, posturile de televiziune comerciale românești se află într-o permanentă expansiune, fapt care afectează de asemenea impactul televiziunii publice. Din analiza audiențelor se observă o eroziune a nucleului de telespectatori al TVR 1, TVR 2, TVR Internațional și TVR Cultural.

În ultimii ani TVR a avut de suferit în ceea ce privește obiectivitatea și imparțialitatea informațiilor, eficiența în domeniul educației și transparența achizițiilor. Au fost puse de foarte multe ori la îndoială independența politică și modul în care se fac angajări sau promovări în interior.

Au fost puse, de foarte multe ori, la îndoială independența politică, precum și modul în care se fac angajări sau promovări în interior. Această percepție dinăuntrul și din afara instituției, corelată cu un management defectuos, reprezintă principalele surse de erodare a imaginii.

În acest context, este necesară și de maximă urgență redefinirea TVR ca serviciu public, realizându-se re poziționarea ei în spațiul audiovizual românesc și european.

Aceasta nu se poate face însă decât în baza unei noi viziuni și a unei noi strategii manageriale, care să-i permită TVR să-și poată juca rolul formator pe care legea i l-a rezervat.

## Obiective generale

- TVR va dezvolta și implementa o nouă strategie managerială în acord cu necesitățile societății românești, cu cele ale instituției și cu normele comunitare în privința audiovizualului.
- TVR va demara o nouă poziționare, în acord cu noua viziune.

- TVR își propune să redevină lider de piață în domeniul emisiunilor informative.
- TVR va oferi cetățenilor un produs informatic și educațional de nivel european.
- TVR își va redefini structurile și responsabilitățile pentru maximizarea eficienței.
- TVR își va completa și dezvolta rețeaua de corespondenți din teritoriu și din țările UE.
- TVR va relua procesul de creare a noi stații teritoriale proprii și își propune să redevină lider în teritoriu din punct de vedere al acoperirii și al audienței.
- TVR va implementa o nouă politică de marketing și comunicare.
- TVR va pune mai mult accent pe configurarea și dezvoltarea de noi mijloace de comunicare multimedia.
- TVR își va adapta permanent formatele și capacitățile tehnice la standardele și cerințele comunitare.
- TVR va investi în producția de conținuturi noi, realizate în formate adaptate la noile servicii de comunicare.
- TVR va pune la punct un sistem intern integrat de comunicare.
- TVR va lua măsuri din timp pentru ca, până la nivelul anului 2012, să poată trece complet la sistemul digital.

### **TVR sprijină proiectul România europeană**

Televiziunea publică are datoria să susțină formarea și dezvoltarea, în România, a mentalităților individuale și colective specifice unei democrații de tip european.

Televiziunea publică are misiunea de a promova valorile fundamentale specifice unei societăți europene democratice și prospere, valori precum munca, educația, solidaritatea, egalitatea de șanse, spiritul comunitar, responsabilitatea, participarea, libera concurență.

În acord cu spiritul european, TVR va promova diversitatea culturală, accesul liber la informație, pluralismul politic, libertatea de exprimare, protecția minorităților, principiile drepturilor omului.

Televiziunea publică trebuie să susțină, de asemenea, în mod echidistant, confesiunile religioase (recunoscute pe teritoriul național), să promoveze patrimoniul cultural național și european, responsabilitatea socială a corporațiilor în raport cu consumatorii, sănătatea, sportul, protecția mediului etc.

TVR se va adapta permanent la standardele instituțiilor publice de media, stabilite de comun acord de statele membre UE.

Televiziunea publică va trebui să utilizeze tehnologii noi, interactive, care să permită unui număr cât mai mare de cetățeni, din țară sau din afara granițelor, să se implice activ în procesul de dezvoltare democratică a României.

TVR trebuie să joace un rol vital în educarea cetățenilor, devenind un forum de dezbatere publică deschis diversității ideilor și convingerilor din societate, o platformă de propagare a valorilor europene democratice.

### **TVR susține elaborarea proiectului pe termen lung pentru România**

Televiziunea publică are datoria de a se implica activ în definirea viziunii publice asupra viitorului României. În acest sens, TVR trebuie să devină un factor de coeziune națională, ferită de orice partizanate politice și imună la orice fel de presiuni. Singurele constrângeri trebuie să fie legea, interesul public, deontologia și regula jurnalistică.

TVR va susține permanent implementarea și întărirea în România a democrației și a statului de drept, precum și a instituțiilor publice specifice acestuia. Respectul față de legea internă și cea comunitară, respectul față de cetățean, sunt valori pe care TVR le va promova cu prioritate. În același timp, TVR va juca un rol important în prezentarea corectă a activității autorităților centrale și locale, contribuind astfel la întărirea transparenței acestora și la respectarea obligațiilor lor față de cetățeni.

## TVR, o televiziune de referință

După cum se precizează și în recomandările Comitetului de Miniștri ai statelor membre UE, adoptate la 31 ianuarie 2007, televiziunea publică trebuie să fie un punct de referință pentru toți cetățenii, oferind acces universal la programele sale. În acest sens, TVR trebuie să reprezinte un spațiu de credibilitate și eficiență, concentrându-și toate eforturile asupra rolului său de sursă imparțială și independentă de informație, opinie și comentariu, oferind, totodată, o amplă paletă de programe și servicii care să respecte standarde înalte de calitate și de etică. Pentru a deveni însă un reper în spațiul mediatic național, TVR trebuie să-și definească un stil și o imagine proprie și să-și consolideze credibilitatea.

## Prioritatea TVR este servirea interesului public

Pentru a putea fi un pilon de referință în spațiul audiovizual, TVR trebuie să pună înaintea constrângerilor comerciale acuratețea, importanța și utilitatea socială a informației pe care o furnizează public.

TVR nu se află în concurență cu posturile private decât în măsura în care formatele sau temele coincid. În acest caz, datoria jurnalistică și deontologia obligă în mod evident TVR să-și concentreze toate eforturile pentru a avea cel mai bun produs media dintre cele existente pe piață. TVR trebuie să difuzeze însă cu prioritate informațiile și dezbaterile care au la bază teme de interes public, urmărindu-se utilitatea și eficiența soluțiilor care se degajă în folosul cetățenilor.

Acest fapt nu înseamnă însă că TVR nu va trebui să aibă ca prioritate performanța, calitatea și audiența. Dimpotrivă, postul public are datoria să găsească soluții diferite de cele ale posturilor comerciale pentru a obține audiență și trebuie să obțină performanțe și în domeniul nepromovate de canalele comerciale.

## Rolul educativ al televiziunii publice

TVR are obligația să joace un rol central în domeniul educării și formării, contribuind activ la constituirea și dezvoltarea societății bazate pe cunoaștere. Acest obiectiv trebuie urmărit permanent și trebuie să includă toate categoriile sociale și toate generațiile.

## TVR are un puternic rol social

Televiziunea publică trebuie să se implice constant în promovarea temelor sociale majore, să promoveze valorile naționale și europene, generând dezbateri și campanii de informare la nivel național. Având obligația de a fi un factor de coeziune socială la nivel local, regional, național și internațional, televiziunea publică trebuie să stimuleze spiritul civic, responsabilitatea cetățenilor și a instituțiilor publice.

TVR va sprijini eforturile de reducere a decalajelor interne și a celor dintre România și țările europene dezvoltate.

TVR va realiza programe dedicate pentru toate categoriile sociale. O prioritate majoră pentru televiziunea publică trebuie să o reprezinte persoanele vârstnice și problematica acestora, respectiv persoanele tinere care au cea mai mare nevoie de educare și formare.

## Televiziunea publică, susținătoare a creației, diversității și identității culturale

TVR trebuie să contribuie la dezvoltarea creației și producției audiovizuale. TVR are datoria de a sprijini arta și creația, acordând o importanță deosebită dezvoltării interesului cetățenilor pentru valorile culturale românești și europene. TVR trebuie să fie permanent conectată la realitățile prezentului, însă în același timp are datoria de a readuce în atenție valorile culturale naționale și europene din trecut.

De asemenea, TVR are datoria de a se implica în prezervarea patrimoniului cultural național, inclusiv cel al diferitelor minorități și comunități naționale, oferindu-le posibilitatea de exprimare și de creație în spațiul public.

TVR va contribui prin programele sale la păstrarea identității naționale, a limbii, a legăturilor culturale și spirituale cu patria-mamă a românilor din jurul României, precum și a românilor emigrați.

Televiziunea publică este preocupată de destinul comunităților românești din jurul României și al românilor din întreaga lume. TVR trebuie să ofere românilor din țară informații despre conașionalii lor din Republica Moldova, Ucraina, Bulgaria și Serbia, să contribuie la păstrarea identității naționale a acestora, la prezervarea patrimoniului național. TVR trebuie să se adapteze noilor realități sociale, fenomenului emigrației românești, implicându-se în cartografierea spirituală a comunităților românești.

## Plan de acțiune

- TVR își propune să genereze o dezbatere amplă despre locul și rolul său, dezbateri ale cărei rezultate vor fi incluse în noua viziune.
- TVR va permanentiza dialogul cu structurile societății civile, cu instituțiile statului și cu structurile politice, sociale și economice din România, pentru a putea fi un partener puternic la definirea și implementarea proiectului național românesc.
- TVR va elabora o nouă strategie managerială de punere în aplicare a misiunii sale, cu obiective și termene concrete.
- TVR își va realiza, în cel mai scurt timp, propriul manual de identitate.
- TVR va finaliza un audit intern al propriilor resurse umane.
- TVR va reanaliza grila de programe pentru a o acorda cu necesitățile strategice ale României și cu recomandările europene. Pe toate palierele instituției se vor stabili noi criterii de calitate și performanță.
- Noua echipă managerială va realiza evaluări periodice ale emisiunilor TVR și va lua măsuri pentru creșterea performanței, calității și audienței acestora.
- TVR își va regândi modul de organizare financiară și va construi pentru anul viitor un buget pe proiecte.
- TVR va consulta permanent opinia publică, inclusiv prin sondaje, pentru a cunoaște și a putea fi în acord cu necesitățile și așteptările acesteia.
- TVR va genera propriile campanii de informare în domenii de interes public și va crea cât mai multe formate interactive, care vor promova comunicarea cu cetățenii.

## Probleme generale și obiective ale TVR

- TVR este astăzi o televiziune cu probleme de imagine și cu o audiență scăzută.
- Nu toți angajații TVR cunosc implicațiile ce rezultă din misiunea de post public a TVR, așa cum a fost ea definită în legea 41/1994 și în alte documente interne și internaționale.
- Încă există un număr semnificativ de angajați ai TVR care nu se implică cu toată capacitatea profesională în activitatea TVR.
- Este evident faptul că în TVR nu mai există mândria de a fi membru al companiei.
- Angajații TVR nu au fost stimulați să creeze pentru companie, inoculându-li-se un sentiment de neîncredere.
- Structura și fluxurile de producție sunt prost definite și greoaie. În aceste condiții, TVR nu este o televiziune flexibilă, capabilă să răspundă eficient și corect la necesitățile pe care misiunea, realitatea și concurența i le pun în față permanent. De asemenea, trebuie remarcat că această situație generează blocaje și cheltuieli inutile.
- Structura cheltuielilor în TVR este prost așezată. Ponderea cea mai mare o au salariile și nu cheltuielile de producție.

Obiectivul strategic al actualei conduceri a TVR este să readucă televiziunea publică la statutul de televiziune națională, să aducă programele Societății Române de Televiziune în prim planul al atenției publice, redevenind astfel televiziunea numărul unu din România.

Atingerea acestui obiectiv strategic presupune:

- Respectarea misiunii de post public.
- Corelarea acțiunii editoriale a TVR cu necesitățile reale de informare, formare și divertisment ale oamenilor, comunităților și societății.
- Implicarea activă în definirea și implementarea proiectului național de transformare a României într-o țară sigură și prosperă de tip european.
- Retehnologizarea și creșterea calității semnalului transmis către abonați.
- Creșterea calitativă a programelor.
- Impunerea unui stil și a unei imagini proprii.

### **Problemele ce trebuie rezolvate:**

- Transformarea televiziunii publice într-un partener real, apropiat și credibil al oamenilor.
- Redactarea unei politici editoriale care să corespundă misiunii publice a TVR.
- Înțelegerea și conștientizarea de către toți angajații a misiunii publice a TVR, așa cum este ea definită prin Legea 41/1994.
- Respectarea cu strictețe a legislației specifice și a deontologiei.
- Implicarea efectivă și afectivă, cu toată capacitatea profesională, a tuturor angajaților, în realizarea programelor TVR.
- Stimularea implicării personalului de creație din TVR în realizarea de emisiuni și programe.
- Redescoperirea sentimentului de mândrie de a aparține unei mărci consacrate, TVR.

### **Ce este de făcut în continuare?**

- Regândirea procedurilor de angajare, evaluare și școlarizare a personalului, astfel încât, nivelul profesional al angajaților TVR să fie cel mai ridicat din spațiul audiovizual românesc și la nivel european.
- Redefinirea fluxurilor economice, artistice și de producție, astfel încât calitatea și eficiența să crească concomitent cu scăderea cheltuielilor.
- Introducerea celor mai noi tehnologii, inclusiv digitalizarea, și trecerea în cel mai scurt timp la emisia High Definition, fără însă a neglija pe cei care nu pot avea televizoare care să asigure o recepție de înaltă calitate.
- Extinderea numărului de studiouri regionale și lansarea unui canal nou - TVR 3 - dedicat problemelor comunităților locale.
- Căutarea unor noi resurse financiare și trecerea ponderii principale a cheltuielilor de pe zona salariilor pe cea a investițiilor în programe și în tehnologie.

### **Acțiuni**

- Realizarea unei strategii de programe care să corespundă misiunii de post public și care, în același timp, să asigure o audiență cât mai mare.
- Reașezarea structurilor TVR, astfel încât acestea să devină funcționale și costurile de regie să se micșoreze.
- Refacerea fluxurilor interne de producție în vederea eficientizării producției și a micșorării cheltuielilor.

- Refacerea unitară a regulamentelor din interiorul TVR, în funcție de noile structuri și de fluxurile de producție.
- Realizarea și implementarea programului de digitalizare în conformitate cu directivele europene.
- Lansarea canalului TVR 3 va apropia televiziunea publică de problemele oamenilor și ale comunităților.
- Construirea unei noi televiziuni, corespunzătoare cerințelor anilor 2000.

### **Alternativă**

- Televiziunea publică, o televiziune oarecare.
- Dacă măsurile de mai sus nu se iau în termenul cel mai scurt posibil, TVR va deveni o televiziune de pluton, cu o audiență de maxim 2%. Acest lucru va duce la o reducere drastică a numărului de angajați, primii plecând cei bine pregătiți.
- Relansarea ulterioară a postului public ar necesita investiții foarte mari atât financiare cât și în oameni.



## 2. Strategia de programe pe 2008





Factorii de conducere din managementul general, precum și la nivel de departamente au fost angrenați de-alungul anilor, după 1990, de multe ori, în jocurile de putere din România. Din această cauză, imaginea în sine a televiziunii publice, precum și credibilitatea programelor TVR a scăzut permanent.

În același timp, trebuie remarcat faptul că în interiorul instituției a fost permanent neglijat „pericolul” pe care îl reprezenta apariția posturilor private și potențialul acestora, iar ulterior, în același mod, a fost neglijată forța de impunere a posturilor de nișă.

Cu toate că situațiile din celelalte țări europene ar fi trebuit să se constituie ca avertismente clare, conducerile și angajații TVR au continuat să se comporte ca și cum nu ar auzi aceste semnale de alarmă.

În aceste condiții, televiziunea publică nu s-a pregătit nici din punct de vedere managerial, editorial și chiar financiar și nici din punctul de vedere al mentalității, pentru un spațiu concurențial atât de dificil cum s-a dovedit a fi cel audiovizual din anii 2000.

Este evident că, pentru a reveni pe o poziție importantă în spațiul audiovizual românesc, este nevoie, în primul rând, de o schimbare fundamentală de strategie în abordarea modului de comportament pe această piață, o schimbare care trebuie să cuprindă și o modificare a comportamentului managerial și editorial.

Este nevoie să se înțeleagă la nivelul întregii corporații că, fără să fie abandonată misiunea publică definită de legislația de specialitate, TVR trebuie să se lupte pe o piață guvernată de o concurență extrem de acerbă, cu o serie de posturi private mult mai bine dotate din punct de vedere al mobilității financiare și editoriale, dar mai ales mult mai bine structurate pentru a ataca piața publicitară.

Un prim pas foarte important este redefinirea TVR ca o corporație publică care se exprimă coerent și complementar prin intermediul canalelor sale.

Coordonarea, complementaritatea, dar mai ales, înțelegerea în profunzime a conceptului de apartenență la aceeași corporație trebuie să fie piloni pe care trebuie să se reconstruiască noul spirit al televiziunii publice.

Fiecare structură și fiecare angajat în parte trebuie să înțeleagă că munca și creația sa trebuie să adauge un plus celorlalte produse ale TVR, că munca fiecăruia nu poate fi privită decât în corelație cu munca tuturor colegilor din corporație.

În aceste condiții, este necesar ca fiecare canal în parte, fie că e vorba de cele naționale, fie de cele regionale, să își joace rolul său în interiorul corporației. Audiența fiecăruia se adaugă la audiențele celorlalți în stabilirea cotei de piață a întregii societăți.

Astfel, trebuie redefinite rolurile fiecărui canal în noua strategie de programe a TVR:

- TVR 1 trebuie să rămână un canal generalist, capabil să se adreseze tuturor cetățenilor, de la cei cu studii superioare, la cei fără studii; de la oamenii activi, la pensionari și persoane casnice; de la copii și adolescenți, la persoane de vârstă a treia; de la minoritari, la majoritari. Fiecare dintre aceste categorii de cetățeni trebuie să se regăsească cu problemele, cu întrebările și cu aspirațiile lor în programele TVR 1. Fiecare dintre aceștia trebuie să își poată regăsi nevoia de formare, informare și divertisment la TVR 1.
- TVR 2 trebuie să revină către un public mai degrabă activ, cu o vârstă cuprinsă între 16 și 49 de ani, a cărui problematică specifică este mult neglijată de televiziunile din România.
- TVR 3 va fi un canal generalist, aplecat cu precădere pe problematica locală și regională. Având în vedere concepțiile europene de organizare și funcționare ce se impun din ce în ce mai puternic în România și ținând cont de descentralizarea care devine pe zi ce trece un instrument din ce în ce mai utilizat în rezolvarea problemelor importante ale societății noastre, problematica regională a devenit deja unul din cei mai puternici catalizatori ai dezvoltării sociale, economice și politice din România. TVR va continua dezvoltarea în teritoriu, prin inaugurarea studioului teritorial Târgu-Mureș și prin realizarea unui studio teritorial la Constanța.

- TVR Cultural trebuie să se dezvolte pe un spațiu extrem de necesar oricărei deveniri a unei societăți normale, un spațiu însă abandonat aproape în totalitate de posturile private. TVR Cultural trebuie să fie instrumentul prin care cultura românească, dar și cea europeană și universală se propagă și se menține în bagajul cu care România merge să se integreze în lume. TVR Cultural trebuie să fie memoria dinamică a culturii românești, trebuie să fie instrumentul prin care cultura românească se definește și se integrează în spațiul cultural universal.
- TVR Internațional este canalul prin care România se adresează lumii, canalul prin care țara se adresează românilor din diasporă, dar și românilor de peste graniță. Este canalul prin care comunitățile românești din afara țării, românii aflați dincolo de granițe, dialoghează cu țara și cu rudele lor rămase acasă. Trebuie să devină cât mai activ în raport cu comunitățile românești în contextul în care integrarea României în UE a adus schimbări fundamentale în relațiile dintre cetățenii români aflați în afara țării și în țară.
- TVR Info va fi un canal de informații, știri, sport, meteo, trafic, cultură. Un canal de nișă care va avea ca rol satisfacerea cu un înalt profesionalism a nevoii de informare a unor categorii din ce în ce mai largi de cetățeni. Va fi un canal care, 24 de ore din 24, va oferi cele mai recente și mai importante informații.
- Canalele regionale trebuie să devină canalele generaliste dedicate regiunilor în care funcționează, canale care vor promova programe în care se vor regăsi oamenii care trăiesc în acele regiuni.

## Programe în 2008

În 2008, TVR va difuza programe din cele mai variate genuri, dedicate celor mai importante evenimente la nivel european și mondial: competiții sportive (Campionatul European de Fotbal, Jocurile Olimpice de la Beijing, Formula 1, Campionatul Mondial de Motociclism – Moto GP 125, Circuitul Internațional de Tenis al României, Turneul celor șase națiuni la Rugby, Campionatul European de Atletism, Campionatul Mondial și Campionatul European de Patinaj Artistic, Campionatul European de Gimnastică, Campionatul European de Handbal etc.), evenimente muzicale și culturale (concurserile Eurovision, Cerbul de Aur, Mamaia, Festivalul Stufstock, Dance Masters – România 2008 etc.). De altfel, TVR va fi și în următorii ani televiziunea cu cea mai importantă ofertă de evenimente sportive: Liga Campionilor, Cupa Confederațiilor 2009, Campionatul Mondial de Fotbal 2010, Campionatul Mondial de Fotbal 2014, Jocurile Olimpice 2012, Jocurile Olimpice de Iarnă 2010, Jocurile Olimpice de Iarnă din 2014 și altele.

Televiziunea publică va avea, de asemenea, în vedere evenimente speciale cu rol deosebit de important la nivel european. Printre acestea menționăm „Anul european al dialogului intercultural”, o inițiativă UE care își propune să promoveze dialogul între culturi, sprijinind cetățenii europeni în abordarea unui mediu cultural din ce în ce mai complex. Lansată pe 8 ianuarie în Liubliana, Slovenia, această inițiativă urmărește promovarea, în special în rândul tinerilor, a importanței dezvoltării unei cetățenii europene active, care să respecte diversitatea culturală și să se bazeze pe valorile comune. Acest eveniment va deschide noi posibilități și în România de consolidare a dialogului intercultural din perspectiva minorităților naționale de pe teritoriul României.

De asemenea, canalele TVR vor promova în continuare diversitatea genurilor, difuzând **talk-show-uri** (*Între bine și rău* – TVR 1, *Față în față* – TVR 1, *Fără frontiere* – TVR 1, *Săptămâna politică* – TVR 1, *Meciul ideilor* – TVR Cultural, *Înapoi la argument* – TVR Cultural, *Articolul 7* – TVR Internațional, *Job Internațional* – TVRi), **documentare** (seria *Docu' Joi* – TVR 1, *Teleenciclopedia* – TVR 1, *Documentar portret de personalitate* – TVR Cultural), **reality show-uri** (*Familii în impas* – TVR 2, business reality show-ul *Arena leilor* – TVR 2), **emisiuni-magazin** (*Viața satului* – TVR 1, *Simetrii* – TVR Cultural), **divertisment** (*O dată-n viață* – TVR 1, *Tonomatul DP 2* – TVR 2, *VINERi STAR la TVRi* – TVR Internațional, *Hai acasă!* – TVRi, *Împreună astă-seară* – TVRi), **teatru** (*Seara de teatru românesc* – TVR Cultural), **emisiuni pentru copii** (*Ploaia steluțelor* – TVR 1, *Întrebările lui Vlăduț* – TVR 1, *ABC... De ce?* – TVR 2, *Geografi@ro* – TVR Internațional, *Istoria@ro* – TVRi, *Povestea vorbelor* – TVRi).

## ANEXE

## Anexa 1

Ponderea producțiilor proprii, a co-producțiilor, a achizițiilor în număr de ore și procente în grila de programe a TVR, număr de ore de programe difuzate pe canalele TVR.

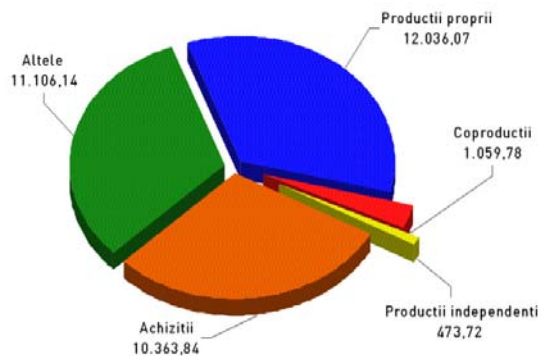
SITUAȚIA GRILEI DE PROGRAME DUPĂ SURSA DE PROVENIENȚĂ

<i>(în ore)</i>											TOTAL ORE EMISIE = 8.760
CANAL	Producții proprii		Coproductii		Prod. independenți		Achiziții		Alte		TOTAL (minus știri sport, publicitate, teleshopping etc.)
	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	
TVR 1	2.649,50	1.110,75	484,50	318,25	52,00	25,75	2.093,50	505,75	1.432,50	87,50	<b>6.017,25</b>
TVR 2	2.273,20	1.145,45	39,50	25,65	180,40	100,60	2.101,00	1.135,00	1.532,90	225,85	<b>5.702,30</b>
TVR C	788,24	2.716,43	140,16	51,72	22,23	92,74	2.135,52	1.838,57	698,43	275,96	<b>7.403,21</b>
TVR i	622,50	730,00	-	-	-	-	182,00	372,50	4.869,00	1.984,00	<b>6.332,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6.333,44</b>	<b>5.702,63</b>	<b>664,16</b>	<b>395,62</b>	<b>254,63</b>	<b>219,09</b>	<b>6.512,02</b>	<b>3.851,82</b>	<b>8.532,83</b>	<b>2.573,31</b>	<b>25.454,76</b>
Medie/ canal	1.583,36	1.425,66	166,04	98,91	63,66	54,77	1.628,01	962,96	2.133,21	643,33	6.363,69

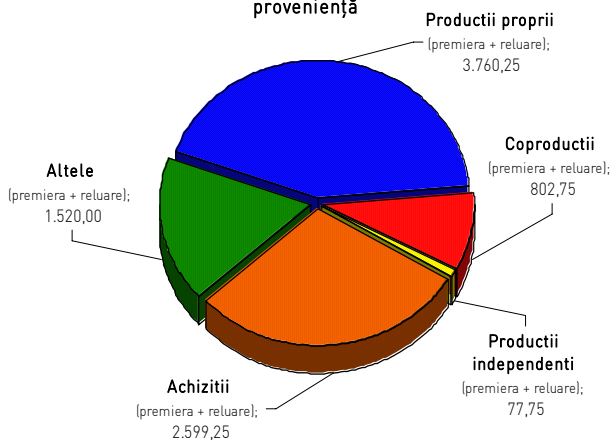
  

<i>(în procente)</i>											Total
CANAL	Producții proprii		Coproductii		Prod. independenți		Achiziții		Alte		Total
	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	Premieră	Reluare	
TVR 1	44,03%	18,46%	8,05%	5,29%	0,86%	0,43%	34,79%	8,41%	23,81%	1,45%	100,00%
TVR 2	39,86%	20,09%	0,69%	0,45%	3,16%	1,76%	36,84%	19,90%	26,88%	3,96%	100,00%
TVR C	10,65%	36,69%	1,89%	0,70%	0,30%	1,25%	28,85%	24,83%	9,43%	3,73%	100,00%
TVR i	9,83%	11,53%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,87%	5,88%	76,90%	31,33%	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>24,88%</b>	<b>22,40%</b>	<b>2,61%</b>	<b>1,55%</b>	<b>1,00%</b>	<b>0,86%</b>	<b>25,58%</b>	<b>15,13%</b>	<b>33,52%</b>	<b>10,11%</b>	<b>100,00%</b>
Medie/ canal	6,22%	5,60%	0,65%	0,39%	0,25%	0,22%	6,40%	3,78%	8,38%	2,53%	25,00%

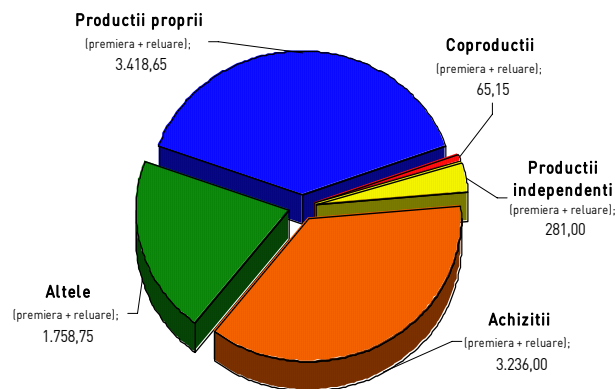
SITUAȚIA GRILEI DE PROGRAME DUPĂ SURSA DE PROVENIENȚĂ -  
TOTAL DIRECȚIA PROGRAME



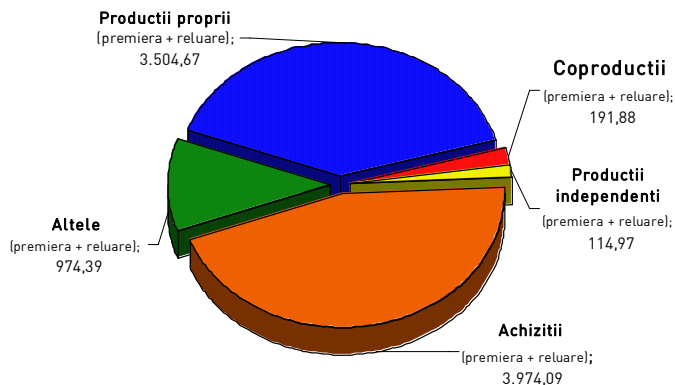
TVR 1 - situația grilei de programe după sursa de proveniență



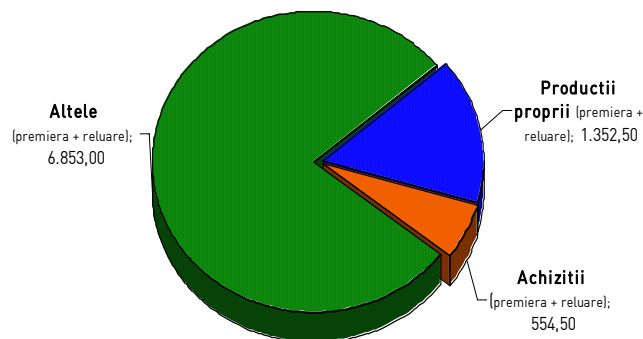
TVR 2 - situația grilei de programe după sursa de proveniență



TVR C - situația grilei de programe după sursa de proveniență



TVR i - situația grilei de programe după sursa de proveniență



## Anexa 2

## Situatie difuzări programe minorități etnice – 2007

<i>(în ore)</i>					
CANAL	Maghiari	Germani	Rromi	Alte naț.	Total
TVR 1	110,50	66,00	8,25	39,25	224,00
TVR 2	77,4	38,7	38	38	192,10
TVR C	71,09	73,92	0,00	209,55	354,56
TVR i	25,00	24,00	0,00	0,00	49,00
<b>TOTAL</b>	<b>283,99</b>	<b>202,62</b>	<b>46,25</b>	<b>286,80</b>	<b>819,66</b>
Medie/ canal	71,00	50,66	11,56	71,70	204,92

<i>(în procente)</i>					
CANAL	Maghiari	Germani	Rromi	Alte naț.	Total
TVR 1	49,33%	29,46%	3,68%	17,52%	100,00%
TVR 2	40,29%	20,15%	19,78%	19,78%	100,00%
TVR C	20,05%	20,85%	0,00%	59,10%	100,00%
TVR i	51,02%	48,98%	0,00%	0,00%	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>34,65%</b>	<b>24,72%</b>	<b>5,64%</b>	<b>34,99%</b>	<b>100,00%</b>
Medie/ canal	0,09	0,06	0,01	0,09	0,25

## Anexa 3

### Acțiuni în instanță în care TVR figurează ca parte

Litigiile semnificative de pe rolul instanțelor judecătorești în care TVR figurează ca parte se pot clasifica în două categorii, în funcție de poziția TVR de creditor, deci având ca obiect creanțe și, respectiv, de debitor, deci având ca obiect pretenții ale unor terți față de TVR.

#### Litigii în care televiziunea publică este creditor:

- TVR - reclamant/creditor, Best Sport - pârât/debitor: TVR a cerut obligarea Best Sport la plata creanței de 40.156,5 lei și a sumei de 5.581,75 lei, reprezentând penalități de întârziere. Best Sport a achitat TVR suma de 15.000 USD și cea de 5.581,75 lei.

- TVR – creditor, D.G.F.P.S. - debitor (impozit revoluționari): Unul dintre cele două dosare este pentru suma de 46.911,6228 lei, iar celălalt pentru suma de 3.070,4629 lei.

- Nicolae George – inculpat, TVR - parte civilă: TVR a primit despăgubiri civile de 1.281 euro, iar inculpatul, care l-a agresat pe cameramanul TVR Robert Cristea, distrugând camera TVR, a fost condamnat la 2 ani de închisoare cu suspendare condiționată sub supraveghere și la interdicția de a pătrunde pe stadioane. TVR a cerut majorarea cuantumului despăgubirilor.

#### Litigii în care TVR figurează ca debitor:

- Oleg Danovschi – reclamant, TVR – pârâtă: Se solicită TVR daune în cuantum de 20.000 euro pentru pretinsa încălcare a unor drepturi de autor. Prin sentința pronunțată în fond, acțiunea împotriva TVR a fost respinsă.

- COPYRO – reclamant, TVR – pârâtă: COPY RO a solicitat TVR suma de 3.111.950 lei, cu titlu de remunerație restantă pentru anul 2004

- UCMR-ADA – reclamant, TVR – pârâtă: UCMR-ADA a cerut obligarea TVR la plata unei diferențe de remunerație reprezentând 2% din încasările brute ale TVR pentru perioada 01.01.2003-zi și a unor penalități de 0,15% pe zi de întârziere. Rezultatul expertizei efectuate în cauza la fond (TMB): după modul de calcul propus de UCMR-ADA, a rezultat o sumă restantă de plătit de către TVR în cuantum de 16.152.754 lei. După modul de calcul propus de TVR, a rezultat că UCMR-ADA ar datora TVR suma de 5.932.044 lei. În 2008, între TVR și UCMR-ADA s-a încheiat un contract de tranzacție judiciară prin care s-a convenit ca TVR să plătească suma de 9.000.000 lei plus TVA, cu titlu de remunerație restantă, în mod eșalonat, lunar, pe 4 ani, fără penalități.

- TVR - apelantă – debitoare, CREDIDAM - intimat-creditor: Tribunalul București a admis acțiunea CREDIDAM și TVR a fost obligată la plata sumei de 2.229.627,0788 lei, cu titlu de remunerație restantă. TVR a inițiat și demersuri pentru încheierea unei tranzacții judiciare.

- Crețeanu Sorin - reclamant/intimat, TVR - pârâtă/apelantă: Judecătoria Sectorului 1 București a dispus ca CGMB să restituie suprafața de 577,25 mp, situată în curtea TVR din Str. Moliere nr. 2, către fosta proprietară, Moiescu Dana. Noii proprietari ai terenului, Crețeanu Sorin și Gheorghe Elena, au dat în judecată TVR pentru eliberarea terenului și pentru demolarea statuilor ridicate pe acest teren. Inițial, Judecătoria Sectorului 1 București a admis această cerere. Însă recursul TVR a fost admis și, în consecință, Tribunalul București a dispus rejudecarea cauzei. Astfel, Judecătoria Sectorului 1 București a respins cererea celor doi cumpărători. Tribunalul București, Secția a III-a Civilă, a admis recursul declarat de Crețeanu Sorin, Crețeanu Simona și Gheorghe Elena. În prezent, TVR se judecă în apel pentru a obține anularea dispoziției emise de Primarul Capitalei ce constituie titlul de proprietate inițial al reclamanților, precum și a actelor administrative subsecvente.

- Societatea Ortodoxă a Femeilor Române - reclamantă/contestatoare, TVR - pârâtă/intimată: Societatea Ortodoxă a Femeilor Române revendică imobilul în care se află sediul Studioului Teritorial TVR Iași. Comisia specială de retrocedare a unor bunuri imobile care au aparținut cultelor religioase a dispus restituirea acestui



imobil. TVR a contestat decizia și a obținut anularea ei de către Curtea de Apel Iași. Înalta Curte de Casație și Justiție a admis recursul Societății Ortodoxe și a revalidat decizia de restituire a imobilului. În prezent, litigiul este în faza contestației la executare, la Tribunalul Iași, după ce Judecătoria Iași a admis contestația la executare a TVR, stabilind că lăsarea imobilului în posesia Societății Ortodoxe de către TVR se va face după ce acesta va fi trecut din domeniul public în domeniul privat prin HG.

- Marcovici Anastasia – apelantă, TVR – intimată: Reclamanta a solicitat obligarea TVR să-i restituie în natură un teren de 305,75 mp, situat în București, Calea Dorobanților, nr. 191. Tribunalul București a respins acțiunea. Reclamanta a refuzat oferta TVR pentru plata de despăgubiri prin titluri emise de Ministerul Finanțelor Publice în valoare de 153.575 USD. Curtea de Apel București a admis apelul declarat de Marcovici și a dispus trimiterea cauzei la fond spre rejudecare. TVR a declarat recurs împotriva deciziei Curții de Apel.

- Joitoiu Maria – apelant, TVR – intimat: Apelantul a solicitat restituirea unui teren de 406 mp în București, Calea Dorobanților, nr. 191. Acțiunea a fost respinsă de Tribunalul București. Fosta proprietară a formulat apel la Curtea de Apel București.

- Marian Mona Cezarina, Marian Ioan ș.a. – intimați, TVR – apelantă: Fostul proprietar Marian Nicolae a dat TVR în judecată pentru restituirea suprafeței de 593 mp din str. Moliere, nr. 2. Judecătoria Sectorului 1 București a respins acțiunea. Ulterior, Marian Ioan a notificat TVR pentru restituirea aceluiași teren, fără a fi clară calitatea sa de moștenitor. TVR a respins această cerere. Ulterior, alți cinci preinși moștenitori și-au manifestat interesul pentru aceeași parcelă. Pe rolul Judecătoriei Sectorului 1 București s-a aflat o cerere în constatare formulată de Marian Ioan și Marian Mona Cezarina, care a fost respinsă de instanță. TVR a formulat cerere de anulare a dispoziției PMB care stabilește dreptul de proprietate al lui Marian Nicolae, cererea fiind respinsă. TVR a formulat apel.

- Chiriță Ion – reclamant, TVR – pârâtă: Reclamantul a solicitat obligarea TVR la restituirea suprafeței de 6.250 mp, situate în Șos. Pipera, nr. 63-65. Tribunalul București a respins acțiunea.