

Societatea Română de Televiziune
Consiliul de Administrație

Raport de activitate 2014

Întocmit conform Legii nr. 41/1994 privind organizarea și funcționarea SRR și SRTv,
republicată, cu modificările și completările ulterioare

SUMAR

CAPITOLUL 1: SINTEZA ACTIVITĂȚII	6
1.1. Demersuri instituționale	8
CAPITOLUL 2: REALIZAREA MISIUNII PUBLICE PRIN PROGRAME	11
2.1.TVR 1	11
Activitate editorială. Promovare	
2.2.TVR 2	16
Activitate editorială. Promovare	
2.3.TVR 3	21
Activitate editorială. Promovare	
2.4.TVR Internațional	26
Activitate editorială	
2.5. TVR Moldova	27
Activitate editorială	
Telejurnal TVR Moldova	
2.6. Studiouri teritoriale	29
2.6.1.TVR Cluj	29
2.6.2.TVR Craiova	34
2.6.3.TVR Iași	40
2.6.4.TVR Timișoara	46
2.6.5.TVR Târgu-Mureș	51
2.7.Casa de producție	55
Activitate. Producția de teatru și film documentar.	
Promovare	
2.8.Emisiuni pentru minorități naționale	65
2.9. Achiziții de filme artistice și documentare	85
2.10.Valorificarea arhivei TVR	90

2.11. Programe de știri și sport	91
2.11.1. Programe de știri	91
Activitate editorială. TVR News.	
Monitorizarea prezenței politice în programele de știri și dezbateri	
2.11.2. Emisiuni electorale	99
2.11.3. Programe sportive	102
CAPITOLUL 3: DEZVOLTAREA ONLINE ȘI A PRODUCȚIEI DE ÎNALTĂ DEFINIȚIE	106
3.1. Site-urile TVR	106
3.2. TVR HD	110
CAPITOLUL 4: AUDIENȚE. PUBLICITATE. MARKETING	115
CAPITOLUL 5: COMUNICAREA CU PUBLICUL	130
5.1. Relații internaționale	133
CAPITOLUL 6: RESURSE UTILIZATE	139
6.1. Resurse Umane	139
6.2. Resurse Tehnice	141
6.3. Producție artistică	145
CAPITOLUL 7: EVOLUȚIA FINANCIARĂ	148
7.1. Bugetul de venituri și cheltuieli	
7.2. Dinamica numărului plătitorilor de taxă TV	157
7.3. Achitarea datoriilor	159
7.4. Exercițiul financiar	162
Anexa 1	175
Anexa 2	176

TVR – TELEVIZIUNE PUBLICĂ

Televiziunea Română are statut de instituție publică și emite pe canalele TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Internațional, TVR Moldova, TVR News și TVR HD. Televiziunea publică difuzează producție de înaltă definiție și acoperă cele mai importante știri la nivel național, prin cele cinci studiouri teritoriale: Cluj, Craiova, Iași, Timișoara, Tîrgu Mureș.

Cum funcționăm

TVR își desfășoară activitatea sub controlul Parlamentului, în conformitate cu Legea nr. 41/1994. Președintele Consiliului de Administrație este numit de către Parlament, pe o perioadă de patru ani. Consiliul de Administrație al TVR cuprinde 13 persoane, desemnate prin votul majorității deputaților și senatorilor.

Cum suntem finanțați

Principala sursă de finanțare a televiziunii publice o reprezintă taxa TV, care este cea mai scăzută din Europa, 11 euro pe an.

TVR susține, în calitate de coproducător, evenimente culturale de anvergură, care promovează valorile românești și internaționale (de ex. Festivalul Internațional „G. Enescu”), deși acestea nu aduc rating și nici încasări din publicitate.

Prin lege, televiziunea publică are **restricții la difuzarea publicității**, restricții care nu se regăsesc în cazul televiziunilor private:

- Canalele TVR pot difuza **maximum 8 minute** de publicitate într-un interval de o oră, în timp ce posturile private au dreptul la **12 minute** de publicitate **pe oră**.
- TVR **nu poate întrerupe programele** – filme, talk-show-uri, știri etc. – pentru a difuza publicitate, în timp ce posturile comerciale pot insera spoturi în cadrul programelor.

Fondurile pe care TVR le primește de la bugetul de stat merg în proporție de aproximativ 90% direct către Societatea Națională de Radiocomunicații (SNR), pentru transmisia terestră.

TVR nu primește bani - precum televiziunile private - din distribuția canalelor sale, de la operatorii de televiziune prin cablu și nu are posibilitatea de a deduce TVA, spre deosebire de ceilalți competitori din piață.

Afilieri

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

Misiunea TVR

- Să furnizăm informație onestă, echidistantă și actuală, care stimulează formarea unei opinii proprii, neinfluențate, asupra realităților românești și internaționale.
- Să promovăm educația, în toate dimensiunile ei.
- Să încurajăm gândirea critică și implicarea responsabilă a cetățeanului.
- Să oferim divertisment de calitate, sprijinind producțiile și producătorii autohtoni.
- Să fim aproape de publicul nostru, atât prin conținutul editorial, cât și prin comunicarea directă.

Viziunea TVR

TVR își dorește să devină televiziunea de referință a românilor, un spațiu viu de dezbatere publică, deschis și accesibil tuturor opiniilor și orientărilor din societate.

Valorile TVR

- Interesul public și încrederea publicului în noi.
- Pluralismul ideilor și opiniilor, în condiții de imparțialitate și echilibru.
- Jurnalismul responsabil. Promovăm înalte standarde profesionale și etice.
- Inovație și creativitate.
- Diversitate în programe și abordări.

CAPITOLUL 1. SINTEZA ACTIVITĂȚII

Televiziunea Română a început anul 2014 cu o conducere interimară, actualul Consiliu de Administrație fiind validat de Parlamentul României la 1 aprilie 2014. Conducerea a fost asigurată de Stelian Tănase, în calitate de Director General interimar, care a fost votat, de plenul reunit al celor două Camere ale Parlamentului, pentru funcția de președinte al Consiliului de Administrație al Societății Române de Televiziune, pe 16 iunie 2014.

Anul 2014 a fost marcat de ieșirea TVR din Memorandumul elaborat de Ministerul Finanțelor Publice prin care se propunea eșalonarea pe o perioadă de șapte ani a obligațiilor fiscale administrate de ANAF, document aprobat de Guvernul României în 2012. Această eșalonare a fost pierdută în luna decembrie 2013, din cauza unor motive obiective:

- Respingerea Raportului de activitate al SRTv de către Parlamentul României simultan cu demisia Președintelui - Director General Claudiu Săftoiu la data de 10 decembrie 2013 au lăsat SRTv fără principalul ordonator de credite.
- Numirea de către Parlamentul României a unui Director General interimar abia în după-amiaza zilei de 20 decembrie 2013 a prelungit această situație pentru 10 zile.
- Devansarea scadenței obligațiilor fiscale în luna decembrie cu 5 zile față de data obișnuită, adică la 20 decembrie 2013.

Consecința acestor evenimente, independente de conducerea executivă a SRTv, a fost pierderea facilității de eșalonare la plată a obligațiilor fiscale și împovărarea companiei cu accesorii în valoare de 33,7 milioane lei, scadente la data de 7 aprilie 2014.

Chiar dacă eșalonarea a fost menținută, suma de 33,7 milioane lei a fost imposibil de achitat în condițiile unui cash flow limitat. Acest lucru a dus la pierderea definitivă a eșalonării și la impunerea de noi penalități și accesorii.

Cu toate acestea, Televiziunea Română a continuat să își îndeplinească misiunea publică conform Legii 41/1994. TVR a oferit programe de calitate, confirmate prin creșterea de audiență și feed-back-ul primit de la telespectatori. Cele mai vizionate programe au fost competițiile sportive de anvergură (Campionatul Mondial de fotbal din Brazilia), dar și filmele artistice, știrile și divertismentul.

Anul 2014 a însemnat pentru TVR difuzarea celui mai mare număr de programe sportive din ultimii șase ani, care au dus și la creșteri de audiență. Finala Germania-Argentina, din 13 iulie 2014, a reprezentat recordul anului de audiență la TVR. 3,4 milioane de români s-au uitat, în medie, la finala dintre Germania și Argentina, cu aproape o sută de mii mai mulți decât la finala dintre Spania și Olanda, de la

Campionatul anterior. În minutul de aur, erau în fața ecranelor 4 milioane 250 de mii de români. TVR a înregistrat un rating mediu de 18.4 și o cotă de piață de 48%. Aceasta a urcat în minutul de aur la 68%.

Analiza pe categorii de programe a principalelor canale de difuzare, TVR 1 și TVR 2, arată că cele mai mari costuri sunt date de competițiile sportive, în special pentru fotbal și Jocuri Olimpice. Publicitatea suplimentară pe care acestea o aduc SRTv (cca.25-30%) nu poate compensa creșterea cheltuielilor cu drepturile de difuzare, care sunt de câteva ori mai mari (de ex.: în 2014 față de 2013, s-a înregistrat o creștere cu 345%). Anii competiționali creează o mare presiune asupra bugetului de cheltuieli și repun în discuție obligațiile serviciului public de televiziune față de telespectatori.

Un alt eveniment important pentru TVR a fost Eurovision 2014. Pentru o mai bună interacțiune cu publicul TVR, finala națională a concursului Eurovision s-a desfășurat în premieră la Brașov, o dată cu lansarea grilelor de primăvară ale posturilor TVR 1 și TVR 2, în cadrul unui spectacol televizat, care a marcat și redeschiderea Teatrului „Sică Alexandrescu” din Brașov.

TVR a păstrat în 2014 emisiunile-etalon, reprezentative pentru televiziunea publică: „O dată-n viață”, „Viața satului”, „Exclusiv în România”, „Dosar România”, „Garantat 100%”, „Profesioniștii”, „Nocturne”, „Ora Regelui”, „Teleenciclopedia”, „Tezaur folcloric”.

Televiziunea Română și-a respectat misiunea publică și în timpul celor două campanii electorale derulate în anul 2014: în alegerile pentru Parlamentul European și alegerile prezidențiale. Datorită prestației sale echilibrate, TVR nu a primit niciun avertisment și nicio amendă din partea Consiliului Național al Audiovizualului (CNA) pe durata celor două campanii electorale. De altfel, TVR a primit o singură amendă de la CNA pe tot parcursul anului 2014. În plus, exit-poll-ul prezentat de televiziunea publică în turul al doilea al alegerilor prezidențiale a fost singurul care a estimat corect rezultatul alegerilor.

Un obiectiv important al TVR a fost, în anul 2014, dezvoltarea proiectului TVR Moldova, prin deschiderea unui studio la Chișinău și construirea unei echipe dedicate.

În 2014, TVR a continuat eforturile de echilibrare a situației financiare. Veniturile din taxa pentru serviciul public de televiziune au înregistrat o creștere cu 1% față de anul 2013, datorită eforturilor direcționate spre o mai bună colectare a taxei TV. Acest rezultat a fost obținut în ciuda scăderii, în anul 2014 față de anul 2013, a numărului total de plătitori de taxă cu 11.366.

De asemenea, veniturile din publicitate, reprezentând 5,32% din totalul veniturilor din exploatare, au avut o creștere cu 37,73% față de anul 2013;

Cheltuielile cu personalul, reprezentând 25,42% din totalul cheltuielilor de exploatare, au fost cu 14,74% mai mici față de anul 2013. Și cheltuielile cu colaboratorii în anul 2014 au fost cu 15,49% mai mici decât în anul 2013.

În cursul anului 2014, SRTv a achitat în termen obligațiile curente la bugetul statului, dar conform Codului de Procedura Fiscală debitele se sting în ordinea vechimii, astfel încât totalul datoriei fiscale a rămas constant.

Societatea Română de Televiziune și-a încheiat activitatea în anul 2014 cu următorii indicatori economico-financiari:

- **Venituri totale: 544.219.586 lei**, din care **venituri din exploatare: 541.346.003 lei** și **venituri financiare: 2.873.583 lei**;
- **Cheltuieli totale: 625.807.598 lei**, din care **cheltuieli de exploatare: 613.578.614 lei** și **cheltuieli financiare: 12.228.984 lei**;
- **Cifra de afaceri netă: 531.266.021 lei**;
- **Rezultatul net al exercițiului: pierdere în valoare de 81.588.012 lei.**

1.1. Demersuri instituționale

Cadrul legislativ actual și instrumentele pe care Televiziunea Română le are la dispoziție, depășite de realitățile pieței concurențiale în care își desfășoară activitatea, au adus televiziunea publică în fața unui risc financiar permanent.

Principala sursă de venituri a TVR este taxa TV – cea mai mică din Europa, valoarea ei fiind de 4 lei care ar trebui plătiți lunar de fiecare gospodărie. TVR nu primește bani de la operatorii de cablu, din distribuția canalelor sale, precum televiziunile private.

În ședința din data de 28 august 2012, Consiliul de Administrație al Societății Române de Televiziune a aprobat programul de redresare economică a SRTv, care cuprindea și propunerea de indexare a taxei TV în raport cu indicii de inflație. Deși Memorandumul de eșalonare a obligațiilor fiscale administrate de ANAF a fost adoptat de Guvern pe baza acestui program, propunerea de indexare a taxei TV nu a mai fost pusă în dezbateri.

O serie de măsuri legislative adoptate în ultimii 12 ani au împovărat economic și financiar activitatea televiziunii publice, fără a compensa acest lucru cu alte măsuri de relaxare financiară, care să asigure echilibrul activității.

În ultimii 12 ani, bugetul TVR a fost grav afectat de măsuri precum:

- ✓ diminuarea, în luna februarie 2003, a taxei TV de la un nivel de 4.5 lei/lună la 4 lei/lună/gospodărie a prejudiciat SRTv, în perioada 2003 – 2014, cu un venit neîncasat în cuantum de 462,9 mil. lei adică 116,5 mil. euro;
- ✓ neindexarea taxei tv cu indicii de inflație în perioada 2003 – 2014 și menținerea nivelului de 4 lei/lună a privat Televiziunea Română, în perioada 2003- 2014, de un venit neîncasat în cuantum de 2.719,5 mil. lei adică 663,1 mil. euro;

✓ modificarea O.U.G. nr. 39/2005 a Cinematografiei prin aplicarea unui procent de 15% asupra veniturilor din publicitate facturate a diminuat veniturile proprii cu 53,4 mil. lei adică 14,1 mil. euro, în perioada 2005 – 2014;

✓ lipsa unei reglementări care să plafoneze cuantumul comisionului pentru colectarea taxei tv a condus la nerealizarea unor venituri de către SRTv în cuantum de 88,9 mil. lei adică 21,9 mil. euro;

✓ eliminarea, în 2005, a scutirii de TVA pentru programe și licențe.

TVR s-a angrenat într-un demers instituțional de sensibilizare a autorităților publice, cu privire la urgența măsurilor care pot repune televiziunea publică pe linia de plutire. Continuarea exercitării misiunii publice de către SRTv depinde în continuare, în mare măsură, de sprijinul autorităților competente.

Redresarea televiziunii publice ar putea fi realizată prin măsuri alternative precum:

✓ Amnistie fiscală pentru obligațiile fiscale restante la data de 31 decembrie 2014 (debite + dobanzi + penalități + majorări);

✓ Plata de la bugetul de stat a obligațiilor fiscale restante;

✓ Reșalonare pe o perioadă de 15 ani a obligațiilor restante la data de 31 decembrie 2014 cu o perioadă de grație cuprinsă între 1-3 ani, precum și degrevarea de calculul obligațiilor fiscale accesorii.

SRTv a înaintat, către factori de decizie, precum Parlamentul României, Guvernul României, Ministerul Finanțelor și Agenția Națională de Administrare Fiscală (ANAF), propuneri concrete privind soluțiile la problemele grave ale televiziunii publice (*Vezi Anexa*):

✓ **24.02.2014** - Solicitare către Ministerul Finanțelor Publice, privind deductibilitatea TVA aferentă sumelor achitate de SRTv către organismele de gestiune colectivă pentru drepturi de autor și drepturi conexe;

✓ **21.03.2014** - Solicitare adresată Primului Ministru, Victor Ponta, privind:

- reșalonarea pe o perioadă de 15 ani a obligațiilor fiscale restante la data de 28 februarie 2014,

- extinderea obligației pentru toți furnizorii de energie electrică de a deveni mandatar pentru colectarea taxei TV,

- acordarea unui regim similar televiziunilor comerciale de difuzare a publicității TV,

- finanțarea unor evenimente majore de interes național (Campionatul Mondial de Fotbal, Festivalul Cerbul de Aur, Eurovision etc);

✓ **28.03.2014** - Adresă către Primul Ministru, Victor Ponta, privind reșalonarea pe o perioadă de 15 ani a obligațiilor fiscale restante;

✓ **04.04.2014** - Adresă către conducerea Parlamentului, privind impactul adoptării tacite a propunerii legislative de modificare a art. 40 din Legea 41/1994, prin

care taxa pentru serviciile publice de radio și TV ar urma să fie plătită doar de abonații care „optează” pentru aceste servicii;

✓ **05.05.2014** - Solicitare adresată Primului Ministru, Victor Ponta, privind adoptarea de urgență a unor acte normative care să permită redresarea prin reorganizare a SRTv;

✓ **16.06.2014** - Adresă către ANAF referitoare la înștiințarea privind obligativitatea plății debitelor reprezentând impozite și contribuții cu reținere la sursă;

✓ **17.07.2014** - Adresă către Ministerul Finanțelor Publice privind situația financiară a TVR și posibile măsuri de redresare;

✓ **07.08.2014** - Adresă către ANAF privind posibilitatea reeșalonării datoriilor fiscale;

✓ **26.08.2014** - Adresă către Senatul României, privind adoptarea unor măsuri legislative care să permită redresarea televiziunii publice;

Propunerile TVR nu au primit răspunsuri concrete din partea autorităților statului.

Începând cu luna septembrie 2014, TVR a demarat și demersurile pentru achiziționarea drepturilor TV ale Campionatului European de fotbal 2016, dar eforturile pentru asigurarea finanțării transmisiunii acestui eveniment sportiv de importanță națională, așa cum este clasificat prin HG 47/2003, au rămas fără rezultat. (*Vezi Anexa 2*).

În acest context dificil pentru TVR, o sarcină importantă îi revine exclusiv Parlamentului României: adoptarea unui cadru legislativ modern și adaptat realităților actuale. Televiziunea Română nu mai poate funcționa după rigorile unei legi vechi de 20 de ani. În acest timp au avut loc schimbări fundamentale nu numai în societatea românească, dar mai ales pe piața media, în obiceiurile de consum ale telespectatorilor, în tehnologie.

Rezolvarea situației actuale nu mai ține de înlocuirea unei administrații cu alta. Soluția trebuie să vină dintr-o decizie radicală: legea de organizare și funcționare a TVR are nevoie urgentă de revizuire. Existența unei televiziuni publice este o obligație a oricărui stat democratic, dar salvarea TVR nu se poate face fără o reformă legislativă și o finanțare corectă.

CAPITOLUL 2. REALIZAREA MISIUNII PUBLICE PRIN PROGRAMELE TVR

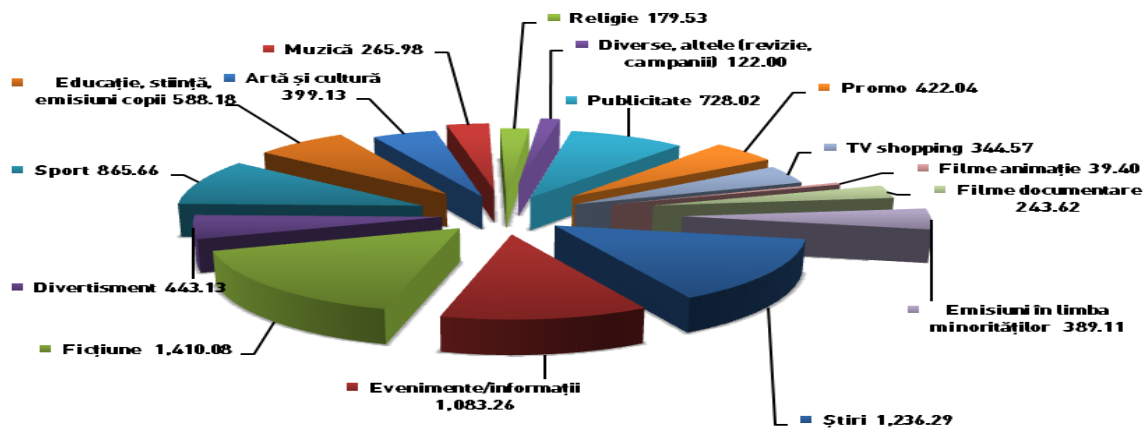
2.1.TVR 1

TVR 1 este un post generalist care oferă programe complexe de televiziune tuturor categoriilor de public din România, conform Legii nr. 41/1994 de Organizare și Funcționare a Societății Române de Televiziune.

Conform Legii 41/1994, Societatea Română de Televiziune, ca serviciu public, în realizarea obiectivelor generale de informare, educație, divertisment, este obligată să prezinte, în mod obiectiv, imparțial, realitățile vieții social-politice și economice interne și internaționale, să asigure informarea corectă a cetățenilor asupra treburilor publice, să promoveze, cu competență și exigență, valorile limbii române, ale creației autentice culturale, științifice, naționale și universale, ale minorităților naționale, precum și valorile democratice, civice, morale și sportive, să militeze pentru unitatea națională și independența țării, pentru cultivarea demnității umane, a adevărului și justiției.

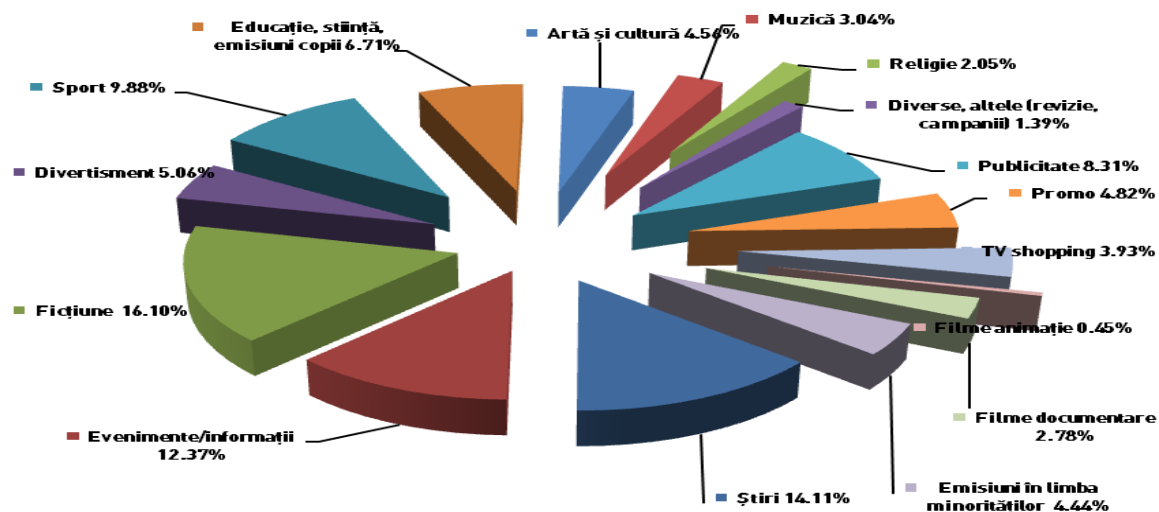
➤ Activitate editorială (genuri, ponderea programelor)

GENURI DE PROGRAME	TVR1		2014	Procente
	Total ore (P)	Total ore (R)	Total ore	
Artă și cultură	80.24	318.89	399.13	4.55%
Diverse, altele (revizii, campanii)	122.00	0.00	122.00	1.40%
Divertisment	196.58	246.55	443.13	5.06%
Educație	196.04	284.47	480.51	5.48%
Emisiuni în limba minorităților	333.85	55.26	389.11	4.44%
Emisiuni pentru copii	15.04	30.44	45.48	0.52%
Evenimente/informații	624.30	458.96	1083.26	12.37%
Ficțiune	529.56	880.52	1410.08	16.10%
Filme animație	20.70	18.70	39.40	0.45%
Filme documentare	59.18	184.44	243.62	2.78%
Muzică	148.34	117.64	265.98	3.04%
Promo	422.04	0.00	422.04	4.82%
Publicitate	728.02	0.00	728.02	8.31%
Religie	102.24	77.29	179.53	2.05%
Sport	585.32	280.34	865.66	9.88%
Știință	45.39	16.80	62.19	0.71%
Știri	991.86	244.43	1236.29	14.11%
TV shopping	344.57	0.00	344.57	3.93%
TOTAL			8760.00	100.00%



Total ore difuzate pe canalul TVR 1, pe genuri de programe - 2014

Ponderea programelor difuzate de TVR 1, în număr de ore și procente din totalul emisie, repartizate pe genuri, conform clasificării EBU



Pondere programelor difuzate pe TVR 1 in totalul orelor de emisie in anul 2014

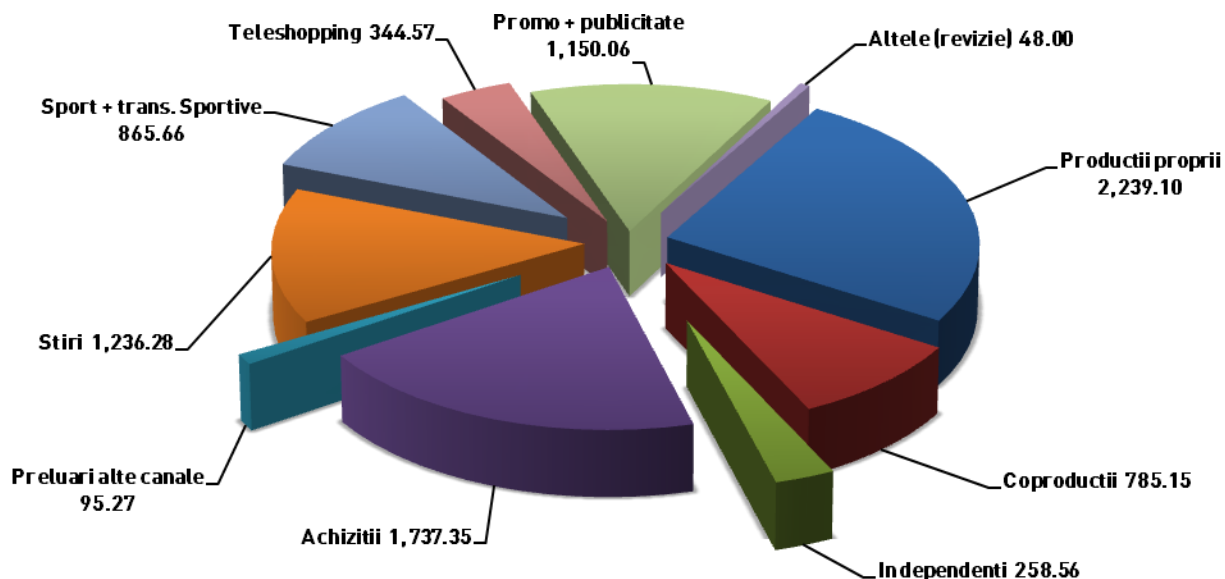
Ponderea programelor difuzate de TVR 1, în număr de ore și procente din totalul emisiiei, repartizate pe genuri, conform clasificării EBU

LUNA	PRODUCTII PROPRII		COPRODUCTII		INDEPENDENTI		ACHIZITII		PRELUARI ALTE CANALE	
	P	R	P	R	P	R	P	R	P	R
IAN.	79,53	73,72	27,72	55,72	6,05	8,00	64,41	162,00	2,50	0,00
FEB.	66,78	48,15	25,57	25,57	6,30	5,80	37,41	79,94	0,00	0,00
MAR.	132	91,5	40	23,5	8,5	3,5	26,75	103,5	0	0
APR.	126,35	80,22	44,13	47,00	7,40	1,90	23,85	102,55	0,40	0,00
MAI	139	104	33	27	13	1,5	16,25	121,00	0	0
IUN.	90,75	63,75	23,5	19	8	3	9,5	69,25	0	2,5
IUL.	51	98	23	30	5	3	44	158	7	9
AUG.	44,6	162,5	22	30,12	5	3,27	49,65	143,31	9,53	19,81
SEPT.	56,15	138,8	34,92	59,06	24,78	20	41,68	67,83	2,68	8,1
OCT.	137,5	58,25	31,5	30,75	25	20,5	17,25	114,75	1	9,75
NOV.	139,81	59,56	30,82	28,14	22,26	17,75	32,25	95,62	7,7	6,45
DEC.	134	63,18	37,27	35,86	24,4	14,65	34,7	121,9	5,6	3,25
total	1197,47	1041,63	373,43	411,72	155,69	102,87	397,70	1339,65	36,41	58,86
%	13,67	11,9	4,26	4,7	1,8	1,17	4,54	15,3	0,41	0,67

LUNA	ALTELE									Total Ore
	STIRI		SPORT		TRANSMISII SPORTIVE		TELE-SHOPPING	PROMO+ PUBLI-CITATE	REVIZIE	
	P	R	P	R	P	R				
IAN.	103,22	21,81	11,48	5,27	22,55	0,00	15,00	81,02	4,00	744,00
FEB.	95,13	13,41	10,61	2,81	103,44	49,81	20,61	76,06	4,00	672,00
MAR.	103,75	20,75	17	15	30,25	0	24,75	99,25	4	744
APR.	94,32	20,38	16,48	7,50	16,63	0,00	24,53	102,36	4,00	720,00
MAI	98	22,5	14,25	7	14,5	0	25	104	4	744
IUN.	62,5	9,5	28	18,75	121,25	74	24,5	88,25	4	720
IUL.	66	16	12	4	34	60	33	87	4	744
AUG.	63,38	24,07	10,53	3,37	16	5,46	35,3	92,1	4	744
SEPT.	65,09	22,17	12,78	3,78	11,28	4,14	36,83	105,93	4	720
OCT.	81,5	25	10,25	4,5	28,25	4	35,75	104,5	4	744
NOV.	81,26	25,28	12,35	5,23	13,23	0	33,62	104,64	4	720
DEC.	77,71	23,55	15,88	4	2,33	1,72	35,68	104,32	4	744
total	991,86	244,42	171,61	81,21	413,71	199,13	344,57	1150,06	48,00	8760,00
%	11,32	2,8	1,96	0,92	4,71	2,27	3,93	13,12	0,55	100

Numărul de ore de producție difuzate pe canalul TVR 1, repartizate pe genuri de programe, conform clasificării EBU.

Total ore = 8.760, din care: ore premieră = 5.232,51 și reluare = 3.479,49



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 Televiziunii Române, a fost păstrarea producției europene la un nivel mai mare de 50% în raport cu celelalte producții. 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.

Televiziunea publică oferă cea mai mare diversitate a producțiilor din audiovizualul românesc: emisiuni informative, dezbateri pe teme de actualitate, divertisment, filme și seriale de calitate, transmisiuni de evenimente sportive majore și festivaluri internaționale, spectacole și concerte, emisiuni de anchete, reportaje și documentare, emisiuni de smart education și hobby-uri, talk-show-uri pe teme politice, sociale, economice și sportive, programe dedicate publicului din mediul rural, emisiuni culturale etc.

Alegerea programelor pentru grilele de primăvară / toamnă 2014 ale TVR 1 a adus în piața media emisiuni care își pot atribui emblema de misiune publică: „Vorbește liber”, „În grădina Danei”, „Dispăruți fără urmă”, „Oameni care schimbă lumea”, „Exclusiv în România”. Unul dintre cele mai importante proiecte ale TVR 1 în 2014, circumscris misiunii de post public a canalului, a fost seria de emisiuni grupate sub genericul „După 25 de ani”, în care au fost prezentate momente și aspecte importante ale vieții în România din perioada regimului comunist. În același timp, în 2014, au fost

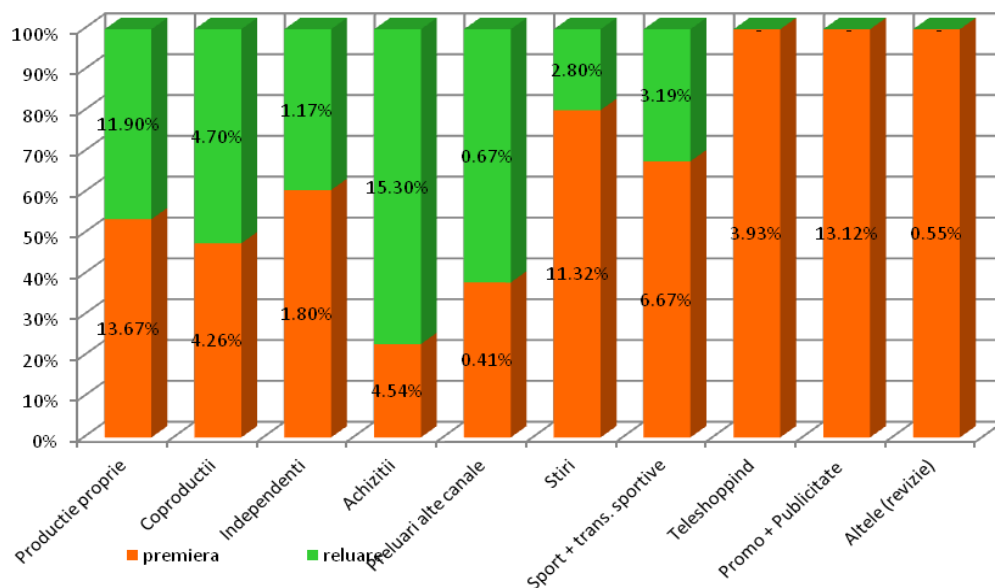
incluși moderatori și prezentatori noi: Dragoș Pătraru, Adrian Cioroianu, Sorin Avram, Cornel Nistorescu, Mircea Dinescu, aceștia înprospătând lista numelor care apar în producțiile TVR 1.

Emisiunile realizate și difuzate de TVR 1 au obținut anul trecut premii la Gala Asociației Profesioniștilor de Televiziune din România (APTR), la Gala Centenar Corneliu Coposu, precum și din partea Institutului European.

➤ Promovare

Creșterea notorietății brand-ului TVR 1 a fost susținută prin organizarea evenimentului Ziua „Porților deschise la TVR”, care a avut loc pe 1 iunie și la care au participat peste 2.000 de oameni veniți în vizită la studiourile TVR din București unde se derulau programe speciale.

TVR 1 a organizat în 2014 o serie de campanii. Cea mai importantă, cu reacții în rândul publicului, a fost „O țară mai bună”, difuzată în perioada martie – iunie 2014, pentru promovarea donării de organe ca variantă esențială pentru salvarea de vieți omenești. Prin difuzarea campaniilor electorale (pentru alegerile europarlamentare, respectiv pentru alegerile prezidențiale), TVR 1 a informat populația asupra procedurii de votare și a prezentat permanent, cu imparțialitate, oferta politică a candidaților. Modul în care TVR 1 a abordat și reflectat alegerile europarlamentare s-a bucurat de aprecieri din partea Parlamentului European.



Ponderea emisiunilor în premieră/în reluare la TVR 1

TVR1 a respectat legislația în vigoare, difuzând un număr important de producții europene de ficțiune și nonficțiune.

Producții europene în grila de programe a TVR 1:	ore - emisie
Producții România :	4.928
- producții proprii, coproducții, producători independenți, preluări - total	3.378,08
- știri și sport	1.549,92
Producții europene (exclusiv România) :	1.400,21
- achiziții film europene - total	848,72
- Formula 1, fotbal, raliuri	551,49
Pondere achizițiilor europene în total ore de emisie (%)	15,98%
Pondere achizițiilor europene în total ore achiziții (film+sport achiziție - 2338,68 ore) (%)	59,87%

În 2014, TVR 1 a înregistrat următoarele cifre de audiență și cotă de piață: Rating (RTG)¹ = 1,1%, Share (SHR)² = 3,7%. Target-ul pe care s-au făcut măsurătorile este cel național, în intervalul orar 7.00 – 24.00.

2.2.TVR 2

Politica de programe a Televiziunii Române în anul 2014 a fost aceea de a răspunde atât cerințelor unui post public (emisiuni informative, programe dedicate minorităților naționale, programe pentru tineret, programe culturale), cât și solicitărilor impuse de o piață media fragmentată și foarte aglomerată de branduri naționale, regionale și locale. Reorganizarea SRTv a adus mai multă coerență managementului canalului și a generat o grilă de primăvară care a ținut cont de cerințele publicului. În anul 2014, TVR 2 a avut în vedere atât Memorandumul încheiat cu Guvernul României,

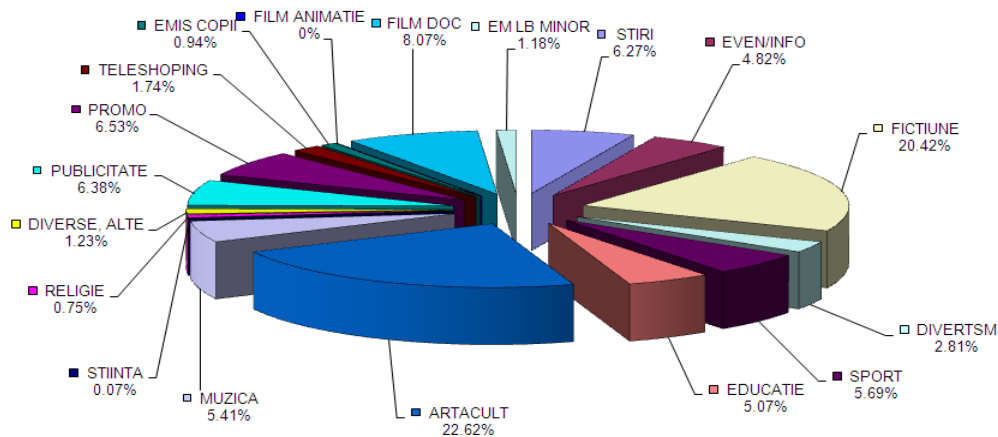
¹ Rating (RATING%) reprezintă numărul mediu de telespectatori pe minut ai unei emisiuni (sau interval orar) difuzată de o stație TV. Ratingul poate fi exprimat în cifre absolute (mii telespectatori) sau ca procent din targetul analizat.

² Market Share (Cotă de piață – SHARE%) reprezintă raportul procentual dintre numărul mediu de telespectatori (RATING%) ai unei emisiuni (sau interval orar) a unei stații TV și numărul mediu de telespectatori de pe toate stațiile TV, calculat pentru același interval orar (sau emisiune).

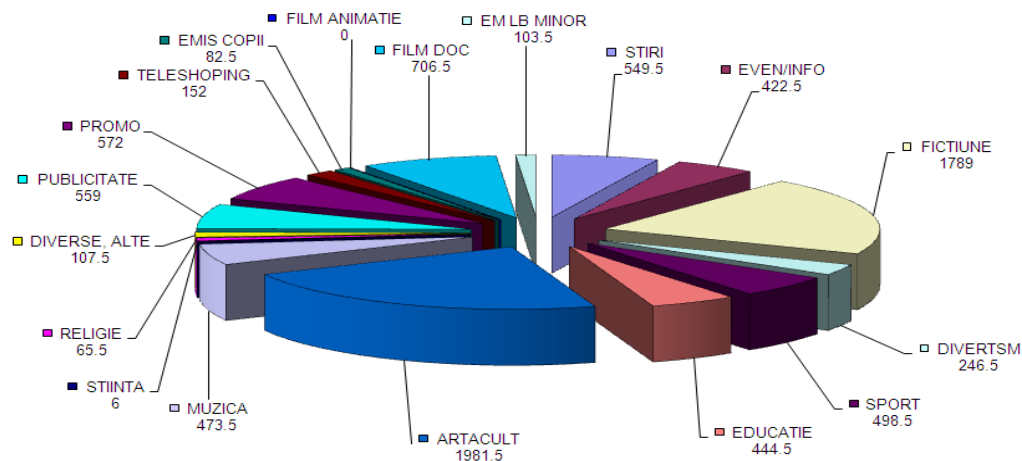
cât și obligația de a prelua o parte din programele și obiectivele TVR Cultural, menținând o medie de aproximativ o treime de programe culturale. Prin programarea acestui tip de emisiuni, la ore dedicate publicului consacrat, TVR 2 a evitat o scădere a audienței, realizând chiar creșteri în intervalul 7.00 – 24.00 și în zona de prime time.

➤ **Activitatea editorială**
Ponderea programelor, conform clasificării EBU

Pondere programe difuzate de TVR 2 in 2014, pe genuri conform clasificarii EBU



Total ore difuzate pe TVR 2 in 2014 , pe genuri de programe conform clasificarii EBU



TABEL TVR 2 GENURI CLASIFICARE EBU 2014																				TOT.	TOTAL %
TVR 2	STIRI	EVEN/INF O	FICTIUNE	DIVERTISM	SPORT	EDUCATIE	ARTACULT	MUZICA	STIINTA	RELIGIE	DIVERSE, ALTE	PUBLICIT ATE	PROMO	TELESH OPING	EMIS COPII	ANIMATI E	FILM DOC	EM LB MINOR	TOT.	TOTAL %	
ian	41	46	181	40	56	38.5	114.5	26	4	0.5	9	20	62	8	15		74.5	8	744		
feb	33.5	31.5	120	27.5	145.5	24	111	21	2	0	8.5	28.5	40	9	8.5		55	6.5	672		
mart	30.5	42	180	28	26.5	45	186.5	30	0	0	9	39.5	47.5	8	9		54	8.5	744		
apr	50	42	143	29	16.5	44	162	46	0	18.5	9	43.5	42	7.5	7		51	9	720		
mai	50	40	147	26	27	56.5	183	28	0	0	9	49	47	8	8.5		56	9	744		
iun	49.5	34.5	107	22	46	57	188.5	27	0	0	9	45	48	7.5	14		56	9	720		
iul	45.5	22.5	155	12.5	22.5	40	172.5	44.5	0	4	9.5	37.5	63	13	4		88.5	9.5	744		
aug	40	20	144	15	51.5	35	174	44.5	0	12	9	45	53	16	5.5		71	8.5	744		
sept	43	18	172	4.5	41	38	153	37	0	2	8.5	65.5	34	15	7.5		73	8.5	720		
oct	56	32.5	133	11	12	24	205	56.5	0	8.5	9	75	41.5	19	1.5		50	9.5	744		
nov	58.5	45	150	14.5	24.5	17	163.5	53.5	0	8	8.5	60	46	20	1		41.5	8	720		
dec	52	48.5	157	16.5	29.5	25.5	168	59.5	0	12	9.5	50.5	48	21	1		36	9.5	744		
total H	549.5	422.5	1789	246.5	498.5	444.5	1981.5	473.5	6	65.5	107.5	559	572	152	82.5		706.5	103.5	8760	100	
total %	6.27%	4.82%	20.42%	2.81%	5.69%	5.07%	22.62%	5.41%	0.07%	0.75%	1.23%	6.38%	6.53%	1.74%	0.94%	0%	8.07%	1.18%	100		

TABEL TVR 2 PRODUCTII PROPRII 2014																							TOTAL	TOTAL %
TVR 2	PRODUCTII PROPR.		COPRODUCTII		PROD.INDEPENDENTI		ACHIZITII		PROD.PRELUATE		STIRI		SPORT		TR. SPORT		TELESH	REVIZIE	PUBL	PROMO	Alte(mn Logo,ar)	TOTAL	TOTAL %	
	P	R	P	R	P	R	P	R	P	R	P	R	P	R	P	R								
ian	105	102	30	35	0	0	75	180.5	20	0.5	28	13	5	4	47	0	8	4	20	62	5	744		
feb	85	71	33	25	0	0	57	118	16	2	19.5	14	12.5	12	121	0	9	4	28.5	40	4.5	672		
mart	122	147	26	27	0	0	88	146	22	5	10.5	20	5	5.5	16	0	8	4	39.5	47.5	5	744		
apr	130	142	28.5	35	0	0	78	116	19	3	33	17	5.5	4	7	0	7.5	4	43.5	42	5	720		
mai	121	155	13	37	0	0	77	126	20	5	33	17	4	4	19	0	8	4	49	47	5	744		
iun	117	155	16	43	0	0	63	100	15	6	32.5	17	7	2.5	36.5	0	7.5	4	45	48	5	720		
iul	66.5	173.5	3.5	39.5	0	0	82	161.5	21	5.5	28	17.5	2.5	1	14	5	13	4	37.5	63	5.5	744		
aug	84	188	3	10	0	0	75	142	21	8.5	26	14	2	1	48.5	0	16	4	45	53	5	744		
sept	51	138	19	37	0	0	86	159	20	3	27	16	2	1	38	0	15	4	65.5	34	4.5	720		
oct	99	154	26	39	0	0	32	151	21	9.5	38	18	4	6.5	1.5	0	19	4	75	41.5	5	744		
nov	89	117	34	36	0	0	45	146.5	22	13	41	17.5	9	4	11.5	0	20	4	60	46	4.5	720		
dec	108	129	29.5	32.5	0	0	35	158	28.5	13.5	40	12	9	4	16.5	0	21	4	50.5	47.5	5.5	744		
total H	1177.5	1671.5	261.5	396	0	0	793	1702.5	245.5	74.5	356.5	193	67.5	49.5	376.5	5	152	48	559	571.5	59.5	8760	100	
total %	13.44	19.09	2.99	4.52	0	0	9.05	19.43	2.8	0.85	4.07	2.2	0.77	0.56	4.3	0.06	1.74	0.55	6.38	6.52	0.68	100		

Din punct de vedere al procentelor tipurilor de programe, emisiunile de artă și cultură, educație și documentar acoperă 36% din program, ceea ce compensează preluarea parțială a misiunii TVR Cultural.

TVR 2 ramâne însă un canal generalist, cu un procent de ficțiune de 20% și cu emisiuni informative și știri reprezentând 11% din emisie. Divertismentul și Sportul

rămân la un procent cumulativ de doar 10%. În aceste condiții, ar putea fi necesară o creștere a procentului programelor de divertisment adaptate la misiunea unui post public: "quizz show"-uri, "one man show", centrate în jurul unor personalități culturale-muzicale autohtone care pot aduce și un public fidel în audiențele canalului.

Producții europene în 2014

Producții europene în grila de programe TVR 2	Ore emisie
Producții România:	4.571,5
Producții proprii, coproducții, independent, preluări	3.826,5
Știri, sport	745
Producții europene (exclusiv România)	1.608
Achiziții filme europene- total	1.305
Formula 1, fotbal, raliuri	303
Pondere achizițiilor europene în total ore emisie (%)	18,36%
Pondere achizițiilor europene în total ore achiziții (film + sport achiziție - 2.743 ore)	57,46%

Din punct de vedere al achizițiilor europene, acestea au o pondere de 18,36% din totalul orelor de emisie și de 56,46% din totalul achizițiilor TVR 2 pentru anul 2014.

În grila TVR 2 au fost păstrate programele cele mai populare, compatibile cu misiunea unui post public („Pescar hoinar”, „D’ ale lui Mitică”, „Ferma” etc.), fiind adăugate câteva programe noi, dedicate segmentelor de public neacoperite suficient la momentul lansării grilei (filme pentru copii, emisiuni culturale-magazin sau ediții speciale legate de nume importante ale culturii românești).

Au fost păstrate principalele programe de știri: cel de la ora 18.00, cu durata de 50 de minute și „Ora de știri”, format ce a devenit unul dintre brandurile TVR 2, acesta din urmă fiind readus la ora 22.00, tronsonul în care a performat anterior cel mai bine. Ținând cont de recomandările Consiliul Național al Audiovizualului (CNA), TVR 2 difuzează, începând cu anul 2014, și un program informativ zilnic cu prezentare mimico-gestuală. Grila TVR 2 este echilibrată din punctul de vedere al premierelor și reluărilor. Premierile au fost difuzate în intervalele acces prime time, prime time, început de late night și în zilele de weekend, reluările fiind programate în special în zona de day time și dimineața. În tronsonul de dimineață a lipsit un program care să poată atrage atenția publicului.

În anul 2014, TVR 2 a reușit să preia public și să crească audiența de la 0,3 la 0,4 (2013) și la 0.5 (rating Național), la finalul lui 2014, fiind o creștere strategică și constantă și nu doar câteva excepții sau succese punctuale. La finalul lui 2014, TVR 2 a atins următoarele cote de audiență, ca medii lunare: în noiembrie 0.6 față de 0.5 în 2013, și 0.7 în decembrie față de 0.6 - media canalului urcând la 0.5 pentru anul 2014, față de

0.4 în 2013. Creșterea a avut loc în contextul unei administrări eficiente a resurselor financiare și umane, dar și cu cheltuieli mai scăzute decât în 2013.

Medii anuale ale audienței, pe target național

Channels	TVR 2 – NAȚIONAL			
Dates	Year 2013		Year 2014	
Timebands	Rtg%	Share	Rtg%	Share
7:00-24:00	0,4	1,4	0,5	1,7
19:00-24:00	0,6	1,4	0,8	1,7

Sursa: Kantar Media

În tabelul mediilor anuale pentru targetul național, se poate observa o creștere de la 0.4 rating medie anuală în 2013, la 0.5 rating medie anuală în 2014, precum și o creștere similară a cotei de piață de la 1.4 la 1.7. Prioritatea echipei manageriale a TVR 2 a fost creșterea în prime time și în zilele de weekend, pentru ca brandul TVR 2 să conteze în piață. În cazul tronsonului de prime time și seara, creșterea a fost mai evidentă, de la 0.6 la 0.8 medie rating pentru tronsonul orar 19.00 – 24.00.

În trimestrul patru al anului 2014, TVR 2 a urcat pe locul 9 în topul stațiilor în ziua de duminică, aceeași poziție ocupând-o și în intervalul 19.00-23.00, imediat după TVR 1, care ocupă locul 8.

➤ Promovare

TVR 2 a dezvoltat promovarea online și a derulat campanii cu premii pe Facebook. În anul 2014, TVR 2 a depășit 80.000 de fani, aproape echivalentul unui punct de rating, trendul de creștere menținându-se. Creșterea s-a obținut prin asigurarea permanentă de conținut și prin interactivitate cu telespectatorii programelor canalului.

Aproape toate programele au propriile pagini de FB. Sunt postate zilnic articole și se derulează concursuri legate de tematicile emisiunilor. S-a urmărit creșterea interactivității, telespectatorii venind inclusiv cu filme și muzică pe grupurile definite în jurul unei anumite teme (de exemplu folk sau jazz), iar gradul de fidelizare și apropiere de TVR 2 a crescut.

Beneficiarul TVR 2 este în general un public urban, educat, activ, interesat de informații, hobby-uri, publicistică, sport, timp liber, spectacole, filme și seriale. Acest public tradițional al TVR 2 a fost completat cu un anumit tip de public preluat de la TVR Cultural - activ și educat, cu venituri medii și peste medii.

Targetul principal (core target) are între 18 și 49 de ani, TVR 2 având și un target extins către copii și tineret (4 – 49 de ani). Nivelul de educație este mediu și superior, iar veniturile sunt medii, peste medii și mari.

Organizarea de campanii proprii a fost un punct important din strategia TVR 2 pentru anul 2014. Au fost organizate campanii precum „Citește românește”, „Cinci minute de Istorie”, „Mănăstirea Văcărești”, „Anul Brâncoveanu” (câștigătoare a Marelui

Premiu APTR 2014). Campaniile urmăresc scopuri sociale sau culturale, sunt compatibile cu misiunea publică și aduc notorietate și beneficii de imagine.

În anul 2014, TVR 2 a fost postul de televiziune cel mai premiat la Gala Premiilor APTR, obținând 7 premii, precum: Marele Premiu al APTR - campania „Anul Brâncoveanu”; Premiul pentru Emisiune de cultură - „Eminescu”; Premiul pentru Emisiune sportivă - „Fenomenul Isle of man tourist trophy”; Opera Prima - „Roman Teatral”; Premiul pentru Talk-Show Cultural - „Top Cultura”; Premiul pentru Satiră TV - „D-ale lu’ Mitică”; Premiul pentru Documentar de Artă - „Comoara pierdută-Mănăstirea Văcărești”

2.3.TVR 3

TVR 3 este primul post național de televiziune dedicat vieții comunităților locale. Producția canalului TVR 3 se face exclusiv în studiourile teritoriale (Cluj, Iași, Timișoara, Craiova, Tîrgu-Mureș). În condițiile restricțiilor bugetare (buget producție zero) aplicate canalului TVR 3 încă din august 2012, a apărut un dezechilibru editorial greu de acoperit.

Grila TVR 3 este alcătuită pe principiul complementarității cu celelalte grile ale TVR și cuprinde producții regionale de interes național, emisiuni informative, dezbateri pe teme sociale, economice și politice, divertisment, reportaj, sport și teatru tv.

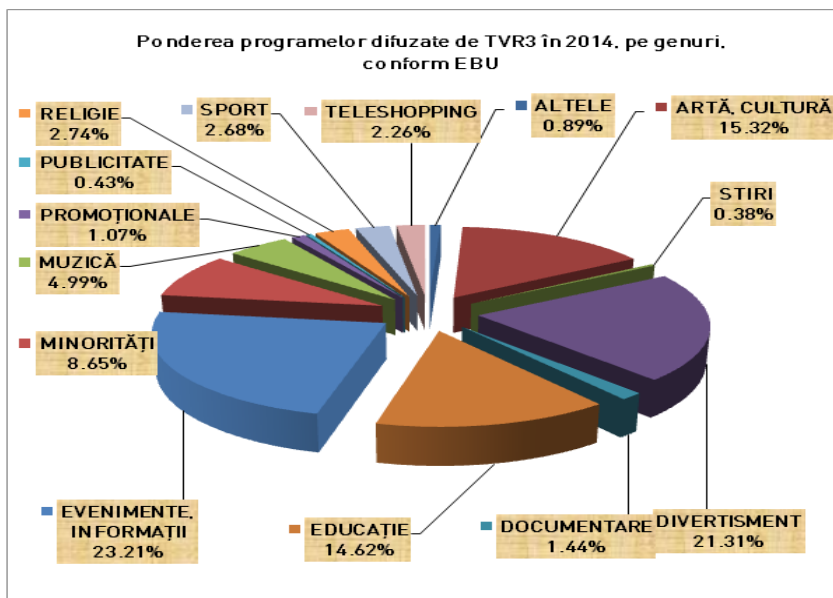
Din punct de vedere editorial, postul TVR 3 aduce o noutate în spațiul media, majoritatea emisiunilor din grilă fiind realizate, săptămânal, de un alt producător și moderator de la studiourile teritoriale. Minoritățile naționale și-au păstrat spațiul în grila TVR 3, după un algoritm realizat cu reprezentării acestora din Parlamentul României. Emisiunile „Toți împreună” sunt realizate în limba minorității respective, fiind asigurată subtitrarea în limba română.

Alte emisiuni din grila TVR 3 care nu sunt produse de studiourile teritoriale sunt fie difuzate în regim de reluare („Teatru TV”; „Din Arhiva TVR” - best of; filler „România în 5 minute”), fie preluări fără costuri, fie transmisiile sportive produse de Departamentul Emisiuni și Știri Sportive (Jocurile Olimpice de la Soci - februarie 2014; meciuri de rugby, baschet). Singurul program preluat pe TVR 3 de la entități media externe TVR este „Liturgia de duminică”, de la postul Trinitas TV al Patriarhiei Bisericii Ortodoxe Române.

➤ **Activitate editorială**

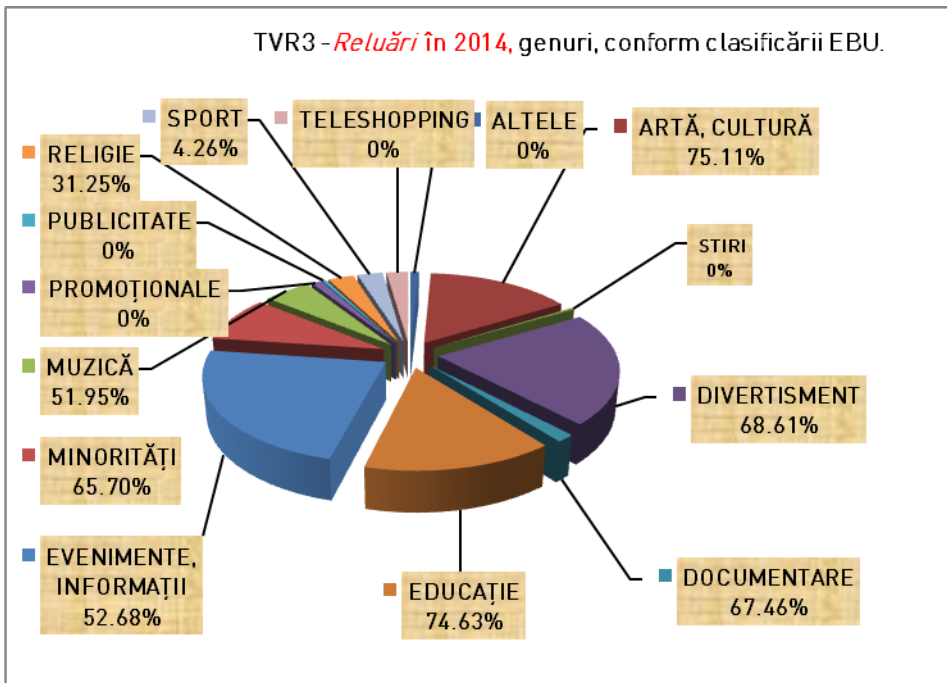
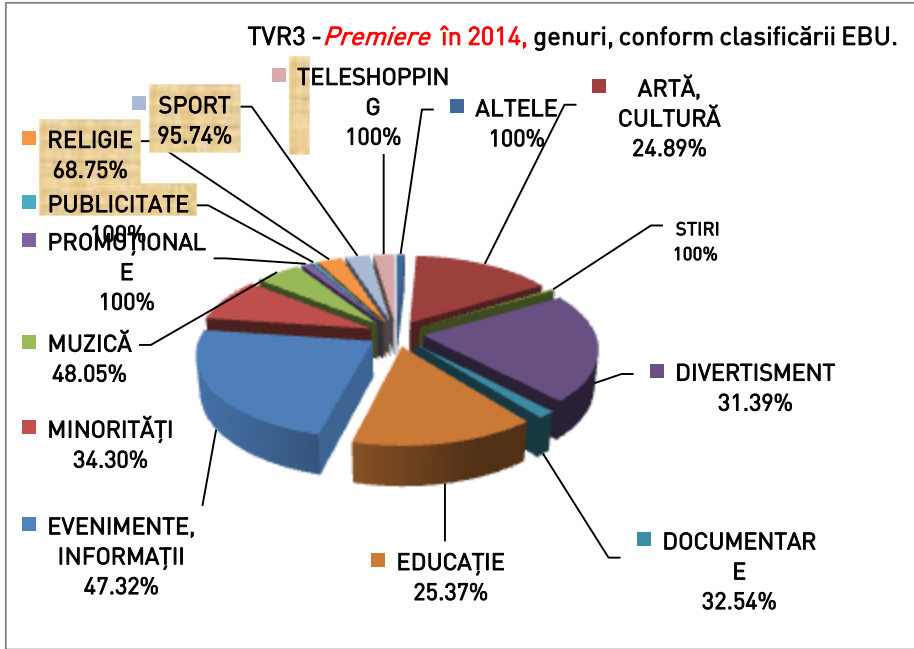
Ponderea programelor difuzate de TVR 3 în 2014, pe genuri, conform EBU

GEN EMISIUNE	ORE	%
ARTĂ, CULTURĂ	1342	15.32%
DIVERTISMENT	1867	21.31 %
DOCUMENTARE	126	1.44 %
EDUCAȚIE	1281	14.62 %
EVENIMENTE, INFORMAȚII	2033	23.21 %
MINORITĂȚI	758	8.65 %
MUZICĂ	437	4.99 %
PROMOȚIONALE	94	1.07 %
PUBLICITATE	38	0.43 %
RELIGIE	240	2.74 %
SPORT	235	2.68 %
ȘTIRI	33	0.38 %
TELESHOPPING	198	2.26 %
ALTELE	78	0.89 %
TOTAL	8760	100 %

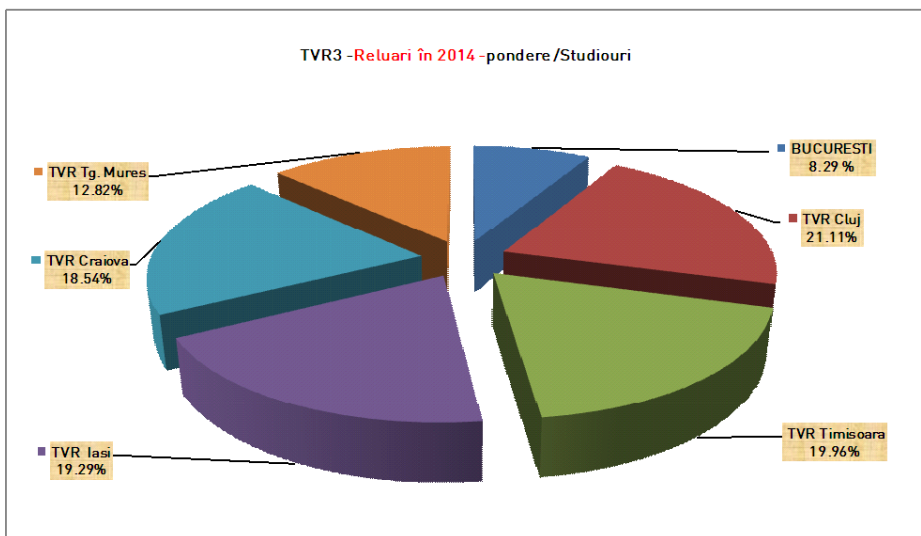
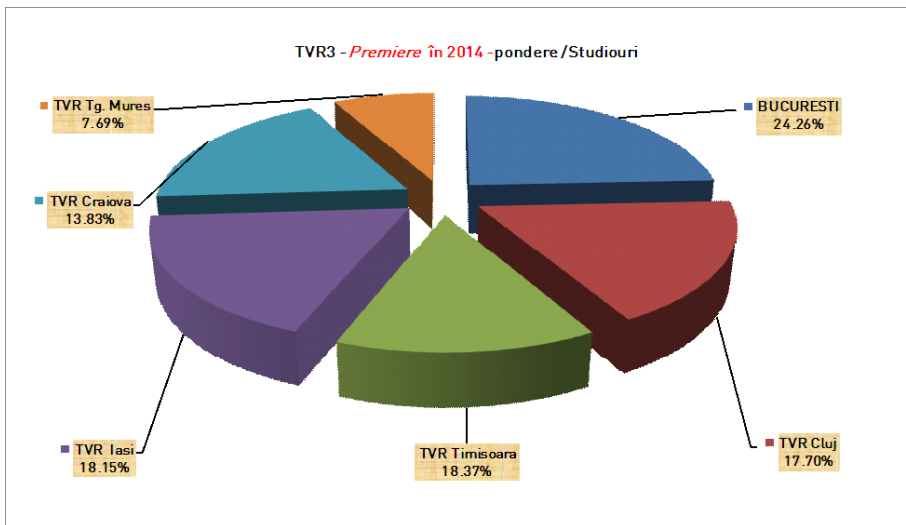


Ponderea premierelor și reluărilor 2014 pe genuri, conform clasificării EBU

GEN EMISIUNE	ORE difuzate	ORE Premiere	% Progr. difuzate	% Total Premiere	ORE Reluări	% Progr. reluare	% Total Reluări
ARTĂ, CULTURĂ:	1342	334	24.89%	9.41%	1008	75.11%	19.34%
COPII	0	0	0.00%	0.00%	0	0.00%	0.00%
DIVERTISMENT:	1867	586	31.39%	16.51%	1281	68.61%	24.58%
DOCUMENTARE:	126	41	32.54%	1.16%	85	67.46%	1.63%
EDUCAȚIE:	1281	325	25.37%	9.16%	956	74.63%	18.35%
EVENIMENTE, INFORMAȚII:	2033	962	47.32%	27.11%	1071	52.68%	20.55%
FILM	0	0	0.00%	0.00%	0	0.00%	0.00%
MINORITĂȚI	758	260	34.30%	7.33%	498	65.70%	9.56%
MUZICĂ:	437	210	48.05%	5.92%	227	51.95%	4.36%
PROMOȚIONALE	94	94	100.00%	2.65%	0	0.00%	0.00%
PUBLICITATE	38	38	100.00%	1.07%	0	0.00%	0.00%
RELIGIE:	240	165	68.75%	4.65%	75	31.25%	1.44%
SPORT:	235	225	95.74%	6.34%	10	4.26%	0.19%
ȘTIRI:	33	33	100.00%	0.93%	0	0.00%	0.00%
TELESHOPPING	198	198	100.00%	5.58%	0	0.00%	0.00%
ALTELE	78	78	100.00%	2.20%	0	0.00%	0.00%
Total	8760	3549	40.51%		5211	59.49%	



Ponderea premierelor și reluărilor 2014 pe genuri EBU/Studiouri Teritoriale



În anul 2014, TVR 3 a difuzat evenimente de marcă, precum Iași Open 2014 (Turneul Internațional de Șah, produs de TVR Iași și difuzat pe TVR 3 în mai 2014); Festivalul Internațional de muzică ușoară pentru copii TI AMO, produs de TVR Iași și difuzat pe TVR 3 în 31 mai 2014; Festivalul Internațional de Folclor „Cântecul de dragoste de-a lungul Dunării” (25 - 26 iulie 2014); Festivalului Național de Folclor „Strugurele de Aur” (11 -13 septembrie 2014); Timișoara Open - Championship de dans sportiv – eveniment produs de TVR Timișoara și transmis în direct în pe TVR 3, în 18 -19 octombrie 2014 etc. Au fost transmise competiții sportive precum Jocurile Olimpice de Iarnă – Soci 2014 (115 ore în luna februarie), baschet, handbal, fotbal Liga a – II-a și transmisii de mini fotbal, fotbal feminin, badminton și rugby produse de către Studiourile Teritoriale.

TVR 3 a derulat campanii social-educative și culturale precum: România Pozitivă; În așteptarea lui Moș Crăciun; Inima Copiilor 20% - Campanie umanitară pentru copii; Bookfest; Bookland; După 25 de ani. Dreptul la memorie; 21 noiembrie - Ziua mondială a televiziunii; Gaudeamus 2014 (Campanie Culturală SRR); Campanie Umanitară Copii și adulți bolnavi de cancer în stadiu terminal – Hospice Casa Speranței; Kinodiseea – Festival de film pentru copii etc.

2.4.TVR Internațional

TVR Internațional a fost înființat prin Legea 41/1994 și emite pe patru continente (Europa, America de Nord, Africa și Australia), fiind lansat pe 1 decembrie 1995. TVR Internațional este un post TV destinat vorbitorilor de limbă română din străinătate. Telespectatorii sunt români care interferează cu diferite tipuri de cultură, religie și civilizație, dar care sunt interesați de România.

➤ **Activitate editorială**

În 2014, Oferta TVR Internațional a fost alcătuită din emisiuni informative, talk-show-uri politice, juridice, economice, emisiuni despre evenimente în care sunt implicați românii din comunitățile din afara granițelor, filme artistice românești, producții de divertisment, spectacole de muzică și folclor, festivaluri naționale și internaționale.

Și în 2014, strategia grilei TVR Internațional a ținut cont de Programul de redresare economică pentru perioada 2012-2018 al SRTv, elaborat în acord cu dispozițiile OUG nr. 33/2012, aprobat prin HCA nr. 110/2012.

În 2014, emisiunile producție proprie au însumat un număr de 2.048,16 ore de premiere, ceea ce înseamnă circa 4,3% din programul TVR i. Acest procent este compus din următoarele genuri: talk-show-uri („Avocatul Dumneavoastră”, „Articolul VII”, „Investiți în România!”, „România dus-întors”/„Correspondent TVRi”, „Un doctor pentru dvs.”), reportaje („Lumea și noi”), emisiuni educative/cultură („5 minute de istorie”, „Discover România”, „Agenda calendar”), divertisment („Drumul spre Copenhaga” – Eurovision TVRi), campanii tv („Promovează Român(IA) oriunde te-ai afla!”, „România vacanțelor tale”).

TVR Internațional se diferențiază de competitori prin grila concepută pe trei tronsoane de prime-time pentru Europa, America de Nord, Australia; poziționarea emisiunilor interactive producție proprie în prime-time-ul european pentru targetul activ; producții proprii de peste 15 ani în grilă, cu public fidelizat; emisiuni care prezintă viața românilor din afara granițelor și printr-o varietate tematică generată de mixul de programe preluate de la TVR 1, TVR 2, TVR 3.

În anul 2014, TVR Internațional a realizat consolidarea echipelor editoriale prin atragerea de jurnaliști tineri, a îmbunătățit programul „Lumea și noi”, a introdus emisiuni noi („Correspondent TVRi” – producție realizată împreună cu reprezentanții

presei românești din diaspora și cu cei ai Asociațiilor și Federațiilor de români din străinătate, „Discover Romania” – promovarea României prin oamenii și locurile ei).

TVR Internațional a derulat două campanii publicistice („Promovează Român(IA) oriunde te-ai afla!”, „România vacanțelor tale”), preluate cu succes de presa românească din diaspora, și a reușit să îmbunătățească promovarea online (pe tvri.tvr.ro) prin diversificarea conținutului (text, imagine, video) și creșterea traficului pe tvrplus.ro la emisiunile producție TVRi. Canalul a primit o identitate vizuală nouă și un pachet grafic modern. De asemenea, prin semnarea acordului de colaborare cu televiziunea australiană SBS, Telejurnalul TVR 1 retransmis de TVR Internațional este preluat și difuzat în acest spațiu.

Din păcate, în 2014, nu au fost reluate transmisiile în direct din comunitățile românești și nici programul special, devenit tradiție, „Gala Premiilor TVR Internațional”, din cauza resurselor financiare reduse și nici nu a fost introdusă o emisiune de divertisment concepută pentru românii din diaspora.

Analiza comparativă a ponderilor producțiilor proprii ale TVR Internațional - respectiv 2,60% în 2012, 4,7% în 2013, 4,3% în 2014 - evidențiază o stagnare a producției dedicate targetului în ultimii doi ani.

Conform EBU, în Europa există televiziuni publice internaționale care au mult mai multă producție proprie, spre exemplu: BNT World, Bulgaria - 92% în 2012 și 91,4% în 2013; Duna World, Ungaria - 76,6% în 2012 și 64,7 în 2013; LRT Lituanica, Lituania - 85,1% în 2012 și 59,3 în 2013; RTVE, Spania - 71,4% în 2012 și 74,6% în 2013; în Turcia există două canale internaționale - TRT Arapaca și TRT Avaz cu 49,1%, respectiv 36,8% în 2012 și 48,2%, respectiv 56% în 2013.

Având în vedere aceste procente, dar și faptul că publicul telespectator al TVR Internațional numără milioane de români, TVRi este preocupat de creșterea producției dedicate acestora.

Ca obiective 2015, TVRi își propune consolidarea programului „Lumea și noi” prin realizarea unor serii tematice deosebite, titrate în limba engleză, cu scopul de a fi difuzate de alte televiziuni publice; consolidarea producției proprii prin introducerea unor emisiuni care să răspundă preferințelor publicului; reluarea organizării unor evenimente devenite tradiție, precum Gala Premiilor TVR Internațional, în parteneriat cu instituții ca Departamentul Politici pentru Relația cu Românii de Pretutindeni; lansarea proiectului TVR Internațional - 20 de ani.

2.5. TVR Moldova

Oferta editorială pentru Republica Moldova este gestionată de Departamentul TVR Internațional. Televiziunea Română și-a reluat transmisia în Republica Moldova în 2013, cu un program generalist, sub denumirea și sigla TVR. Noul canal a fost lansat pe

1 Decembrie la Chișinău, ca urmare a încheierii acordului de soluționare amiabilă a cererii nr. 36398/08 depusă la CEDO de SRTv.

CNA a eliberat licența și decizia audiovizuală pentru „canal secundar” al TVR Internațional, cu denumirea „TVR” (nr. S-TV 21.2/ 11 martie 1999 eliberată la data de 14 noiembrie 2013 TVR Internațional). TVR este retransmis pe teritoriul Republicii Moldova în pachetul social de bază, în regim de obligativitate a preluării de către operatorii de cablu. Grila de programe, axată pe promovarea culturii și limbii române, conținea, la începutul anului 2014, emisiuni informative, culturale și de divertisment, producții ale canalelor SRTv și o emisiune-dezbateri în direct, producție proprie, pe probleme de interes general din Republica Moldova – „Orizont European”. În prezent, canalul TVR este difuzat sub sigla TVR Moldova.

În 2014, emisiunile producție proprie au însumat un număr de 161,82 ore de premiere, ceea ce înseamnă un procent de 1,82%. Acesta este compus din următoarele genuri: talk-show-uri („Orizont European”, „Alegeri parlamentare – 30 noiembrie”), știri („Telejurnal Moldova”), reportaje („Identitate Basarabia”), divertisment („Ziua Națională – 27 August”, „Născuți în limba română”).

Printre realizările anului 2014 se numără deschiderea Studioului TVR la Chișinău și formarea unei echipe care îl gestionează, precum și realizarea programului de știri Telejurnal Moldova (luni-vineri, ora 19.00) și a edițiilor speciale „Alegeri parlamentare – 30 noiembrie” – un maraton jurnalistic pe parcursul întregii zile (transmis de TVR Moldova și TVR 1), realizat de echipa de știri de la Chișinău împreună cu colegii de la București. În 2014 au fost introduse în grilă două filme românești pe săptămână și au fost realizate emisiuni dedicate („Identitate Basarabia” – emisiunea prezintă personalități ale vieții culturale din Republica Moldova; „Născuți în limba română” – spectacol aniversar susținut de artiști din Republica Moldova și România – 80 de ani de la nașterea poetului Grigore Vieru; Ziua Românilor de Pretutindenii: Ziua Națională a României).

La capitolul obiective nerealizate în 2014, este inclusă organizarea structurii TVR Moldova (lipsesc atât organigrama, cât și echipele editoriale și administrative).

➤ **Telejurnal TVR Moldova**

Telejurnalul TVR Moldova este realizat de Direcția Știri. Organizarea unui colectiv editorial în Republica Moldova și lansarea unui jurnal destinat publicului de peste Prut a fost una dintre principalele provocări ale anului 2014. Proiectul emisiunii a fost conceput de producătorii Direcției Știri, într-un format care să exploateze resursele și know-how-ul jurnaliștilor TVR în beneficiul unei producții care a intrat în concurență cu principalele programe informative consacrate deja pe teritoriul Republicii Moldova.

Telejurnalul Moldova a fost lansat la 1 noiembrie 2014, printr-o transmisiune simulcast pe TVR (Moldova), TVR 1, TVR News și TVR Internațional. Direcția Știri a alocat echipe, atât la Chișinău, cât și la București pentru a asigura realizarea unor materiale

de calitate. În primele două luni de la lansare, în Republica Moldova au fost realizate sute de interviuri, reportaje și transmisiuni live. O valoare adăugată semnificativă pentru Telegazeta Moldova va fi adusă prin utilizarea imaginilor Reuters, având în vedere că au fost obținute, începând cu 2015, drepturile de difuzare în aceeași valoare a contractului de furnizare flux video încheiat pentru teritoriul național.

În 2015, Direcția Știri va contribui la efortul SRTv de dezvoltare a canalului TVR Moldova, prin creșterea numărului de ore de emisiuni informative și lansarea unui program de dezbateră și analiză social-economică, în funcție de resursele financiare pe care TVR Internațional le va pune la dispoziție.

Ca obiective ale segmentului dedicat Republicii Moldova, TVR Internațional își propune: organizarea unei structuri și formarea unei echipe care să gestioneze TVR Moldova; consolidarea programului de știri „Telegazeta Moldova” (luni-vineri, ora 19.00) prin mărirea numărului de informații de pe plan local și transmiterea acestuia de la Chișinău; introducerea unei linii de talk-show-uri, duplex București – Chișinău, pe teme de actualitate și problematică de integrare europeană (luni – joi). De asemenea, TVRi dorește creșterea numărului de emisiuni producție proprie, prin realizarea unor ediții speciale și evenimente ocazionale; consolidarea difuzării filmului românesc, prin introducerea unor producții apreciate de telespectatorii moldoveni; introducerea seriilor străine, cu titrare în limba română; diversificarea grilei prin achiziționarea de licențe de film, programe informativ-educative pe teme europene.

2.6.Studiourile teritoriale

2.6.1.TVR Cluj

TVR Cluj a fost primul studio teritorial al Televiziunii Române, care a început să emită programe proprii din 3 ianuarie 1990. Stația acoperă 11 județe din Transilvania, realizează emisiuni pentru programul regional, zilnic între orele 07.00 – 21.00, precum și producții pentru alte canale ale TVR.

Anul 2014 a fost unul încărcat din punct de vedere editorial, cu proiecte în premieră și o grilă re-așezată, astfel încât trecerile de la un sezon la altul să nu impună modificarea în totalitate a grilelor, ci doar ajustări. Grila de primăvară și cea care a devenit structura de bază a programului TVR Cluj a pornit cu un mic handicap, din cauza faptului că a fost aprobată în ședința CNA abia în luna mai 2014. Apoi, în luna iunie, s-a trecut la grila de vară cu reluări.

Anul 2014 a stat în permanență sub semnul finanțărilor reduse, la toate capitolele bugetare, ceea ce în cazul Compartimentului Știri-Sport, Programe a dus la o relocare a unor realizatori sau încărcarea lor cu atribuții în plus.

➤ **Activitate editorială**

Știri. Politica editorială a știrilor a presupus o concentrare a resurselor pe proiectele importante, care oferă vizibilitate. Astfel, numărul de știri produse pentru jurnalele de pe canalele TVR 1 și TVR 2 a atins un record în rândul studiourilor teritoriale: au fost produse peste 4.000 de știri pentru Telegjurnalele Televiziunii Române. Datorită rețelei de transmisie prin fibră a crescut și numărul live-urilor pe canalul național, iar TVR Cluj are acum posibilitatea realizării unor cadre de live corecte și reprezentative pentru oraș, atunci când subiectul nu impune deplasarea cu DNSG-ul.

De asemenea, principalele evenimente din regiune au fost acoperite pe toate jurnalele naționale. Toate acestea sunt rezultatele direcției editoriale dedicate știrilor regionale: 10-15 minute știri regionale, după primele 20 minute de știri naționale de pe TVR 2. Această formulă a adus pe TVR Cluj un jurnal complet cu știri importante de interes național și știri regionale, dar a permis, în același timp, reporterilor să se ocupe de subiectele mari de interes național.

Programe. Producția pentru principalele canale ale Televiziunii Române a crescut în 2014. Pe lângă emisiunile consacrate, fixate deja în grilă și promovate ca atare, TVR Cluj a realizat proiecte editoriale noi, precum caravanele în Republica Moldova și Ucraina, proiecte diferite ca formă și public țintă, care au adus un câștig de imagine semnificativ Televiziunii Române.

Emisiunile din Chișinău au subliniat din nou legătura strânsă dintre moldovenii de peste Prut și Transilvania. Transmisiunile și reportajele din Cernăuți au marcat dezvoltarea primelor relații transfrontaliere între județul Bistrița-Năsăud și regiunea Cernăuți. În plus, echipa TVR Cluj a surprins starea tensionată în rândul comunităților de români din regiune în perspectiva războiului din zona Donetsk. Toate aceste producții s-au bucurat de un feedback foarte bun din partea publicului, iar în mediul online (Facebook, tvrplus.ro) au adus o audiență mare (reach).

TVR Cluj a fost menționat în caietul de bune practici al Consiliului Național al Audiovizualului pentru jurnalul interpretat în limbaj mimico-gestual și a lansat emisiunea „Fără prejudecăți”, prima emisiune din media europeană dedicată persoanelor cu dizabilități și realizată de către acestea. La sfârșitul anului 2014, unul dintre reporterii cu sindrom Down, parte a echipei emisiunii, a realizat primul său live pe TVR Cluj, iar în decembrie emisiunea „Fără prejudecăți”, în colaborare cu echipa de la „Se zice că...” (TVR1), a marcat Ziua Internațională a Persoanelor cu Dizabilități, printr-o emisiune eveniment pe TVR 1, în direct de la Sala Polivalentă din Cluj.

În aceeași strategie s-a încadrat și decizia de a interpreta în limbaj mimico-gestual dezbaterile electorale pentru alegerile europarlamentare și pentru cele prezidențiale difuzate la TVR Cluj. Aceasta reprezintă o altă premieră pe care Televiziunea Română a realizat-o prin Studioul Teritorial Cluj.

Ponderea programelor regionale TVR Cluj, în număr de ore și procente din totalul emisiiei, repartizate pe genuri, conform clasificării EBU

Știri	510h 10' (30.610 min.) – 11 %
Sport	20h 30' (1.230 min.) – 0%
Publicistică	1.559h 47' (9.3587 min.)– 35 %
Divertisment	751h 47' (45.107 min.)-16 %
Cultural	878h 14' (52.694 min.) – 20 %
Maghiară	560h 24' (33.624 min.) – 12 %
Alte minorități	145h 52' (8.752 min.) – 3 %
Campanie electorală	10h 44' (644 min.) - 0%
Publicitate	5h 42' (342 min.) – 0 %
Altele	133h 57' (8.037 min.) – 3 %
Total	4.577 h 07 min (274.627 min.)

Ponderea programelor naționale TVR Cluj, în număr de ore și procente din totalul emisiiei, repartizate pe genuri, conform clasificării EBU

Știri	41h 37' (2.497 min.) - 4 %
Sport	13h 08' (788 min.) – 1 %
Publicistică	285h 10' (17.110 min.) -28%
Divertisment	331h 53' (19.913 min.) – 33%
Cultural	213h 42' (12.822 min.) – 21%
Minorități	129h 12' (7.752 min.) – 13%
Total	1.014 h 42 min (60.882 min.)

Contribuția TVR Cluj la emisiile celorlalte canale:

TVR Cluj Național	
pe canale	2014
TVR 1	49 h 15 ' (2.955 min.)
TVR 2	19 h 08 ' (1.148 min.)
TVR 3	773 h 24' (46.404 min.)
TVR i	59 h 31' (3.571 min.)
TVR HD	10 h 45' (645 min.)
TVR Moldova	102 h 39' (6.159 min.)
Total	1.014 h 42 min (60.882 min.)

Online. Încă de la începutul anului, TVR Cluj a dezvoltat site-ul cluj.tvr.ro, și paginile de Facebook și Youtube, adaugând mai multă informație. Sistemul este aplicat la Redacția Stiri, iar la Redacția Programe este în curs de implementare, funcționând deja pe câteva emisiuni: „Regional Cafe”, „Fără Prejudecăți”, „Transilvania Culturală”, „Bună dimineața, Transilvania!”, emisiuni cu audiență mare în online (peste 1.000 de like-uri pe fiecare pagină de emisiune în parte).

➤ **Resurse umane, tehnice și artistice**

Serviciul Tehnic și de Producție are 50 de angajați. Acest personal a asigurat emisiia de 15 ore zilnic pentru TVR Cluj pe două schimburi, filmările exterioare și producțiile complexe.

Carul de reportaj a efectuat 90 de înregistrări și transmisii în direct ale unor emisiuni și altor evenimente complexe (artistice, sportive etc) desfășurate pe teritoriul a opt județe din Transilvania. În premieră pentru TVR Cluj s-au realizat două caravane în Republica Moldova și Ucraina din comunitățile de români. În cadrul acestora s-au produs emisiuni complexe transmise live. DSNG-ul a efectuat 266 transmisii pentru emisiunile de știri ale canalelor TVR.

Pentru realizarea transmisiilor în direct din cele mai importante locații din Cluj - Napoca s-au instalat 13 terminale de fibră optică conectate la Studioul TVR Cluj prin intermediul cărora se pot transmite emisiuni live, știri și alte evenimente cu o calitate tehnică ridicată și un minimum de resurse umane.

Ca urmare a integrării capacităților de producție în fluxul digital și extinderea spațiilor de stocare a fișierelor a crescut capacitatea de producție. Aceste achiziții și implementări au dus la o creștere semnificativă a calității tehnice și a siguranței în exploatare, concomitent cu reducerea semnificativă a costurilor de producție.

Urmărind obiectivele pe anul 2014, TVR Cluj a reușit să implementeze fluxul digital de producție și să treacă la un workflow bazat pe transferul de fișiere, inclusiv pentru contribuțiile TVR Cluj pentru TVR 3. De asemenea, s-a optimizat schema de personal prin redistribuire și reconversie profesională, s-au restructurat rețelele de calculatoare și s-a trecut la rețele de mare viteză (Gigabit), s-a început producția de emisiuni cu sunet stereo, s-a început producția de emisiuni în format HD, s-a instalat o sursă neîntreruptibilă de mare capacitate (7KVA) crescând astfel gradul de siguranță al emisiei și s-a instalat un generator electric de 7 KVA. Au fost conectate prin fibră optică clădirile studiourilor de pe str. Meziad și str. Donath, creându-se astfel premisele necesare pentru extinderea spațiilor de producție și în această clădire.

Din cauza lipsei unor echipamente nu s-a putut însă asigura rezervarea lanțului de emisie, existând pericolul de a se întrerupe. Din cauza lipsei fondurilor, a crescut gradul de uzură al echipamentelor fără a avea posibilitatea înlocuirii lor, riscând capacitatea de producție a studioului și calitatea tehnică a programelor.

➤ **Activitatea economică**

Situație comparativă a cheltuielilor TVR Cluj Regional 2013/2014:

=lei=

PERIOADA DE RAPORTARE	Cheltuieli directe	Cheltuieli indirecte	Cheltuieli generale	Total cheltuieli
Sem.I 2013	3.492.152	505.625	738.407	4.736.184
Sem.I 2014	3.375.002	451.066	182.241	4.008.309
Sem.II 2013	3.533.745	478.134	554.075	4.565.954
Sem.II 2014	3.053.168	451.647	253.071	3.757.886
An 2013	7.024.851	983.759	1.292.482	9.302.138
An 2014	6.428.170	902.713	435.312	7.766.195

Sursa: Serviciul Economic-Administrativ, Marketing -TVR Cluj

Din totalul cheltuielilor TVR Cluj Regional prezentate mai sus, cheltuielile cu salariile personalului și onorariile colaboratorilor se prezintă astfel:

Cheltuieli cu salariile pentru personalul TVR Cluj:

-lei-

Anul	Cheltuieli salarii personal
2013	7.661.394 din care 1.012.244 sal. compensatorii
2014	6.081.671 din care -168.805 lei salarii compensatorii

Numărul mediu personal:

Anul	Număr mediu personal
2013	113
2014	108

Cheltuieli cu onorarii colaboratori (drepturi autor, drepturi conexe și convenții civile)

-lei-

Anul	Cheltuieli onorarii
2013	354.925
2014	265.376

Cheltuieli cu emisiunile realizate pentru alte canale ale SRTv:

Anul	Cheltuieli emisiuni alte canale
------	---------------------------------

2013	18.464
2014	32.936

Venituri din:

-lei-

Anul	Publicitate, spoturi, publicitate, coproducții, taxa TV*)	Sponsorizare
2013	160.538	20.710
2014	409.687	3.199

**) Colectarea taxei TV s-a implementat doar în cursul lunii noiembrie 2013.*

2.6.2.TVR Craiova

Studioul TVR Craiova are o arie de acoperire regională ce se întinde în șapte județe din sudul României: Mehedinți, Gorj, Dolj, Olt, Vâlcea, Argeș și Teleorman, precum și în Bulgaria (Valea Timocului bulgăresc) și Serbia (Valea Timocului sârbesc).

TVR Craiova și-a început emisiile la 1 decembrie 1998, realizând inițial emisiuni și știri pentru canalele TVR 1, TVR 2 și TVR Internațional. Pe parcursul timpului, postul și-a diversificat oferta editorială, din 2008 emițând pe frecvență proprie și ajungând să emită astăzi 12 ore zilnic.

Principala activitate a Studioului Teritorial TVR Craiova constă în realizarea, producerea și difuzarea de programe de televiziune pentru emisiile regionale, pentru canalul TVR 3, precum și pentru celelalte posturi naționale ale SRTv. TVR Craiova este un canal generalist - se adresează tuturor categoriilor de public - regional, însă prin producțiile difuzate de TVR 3 se adresează și publicului național.

TVR Craiova evoluează pe o piață media regională, unde are avantajul de fi singurul post care acoperă editorial regiunea. Pentru a pune în valoare acest atu, principalele linii de acțiune în anul 2014, au vizat:

- reflectarea realității regionale prin știri și programe de diverse tipuri, realizate în acord cu strategia editorială a postului public (informare, educație, cultură, divertisment);
- accent pe comunitățile locale prin prezența TVR Craiova la evenimentele acestora;
- colaborarea cu instituțiile publice și culturale prin realizarea unor producții în regim de coproducție
- autopromovarea și promovarea masivă, prin prezența în mediul virtual (crearea unui site TVR Craiova, pagini pe site-uri de socializare), încheierea de parteneriate cu instituțiile de presă, dar și cu alte instituții, evenimente proprii;
- mediatizarea proiectelor/inițiativelor/problematicii de tip transfrontalier.

➤ **Activitatea editorială (genuri, ponderea programelor)**

În anul 2014, TVR Craiova a produs programe, știri, transmisiuni în direct de la evenimente sportive, culturale, politice etc., care au fost difuzate după cum urmează:

- emisie regională – 4.225 de ore și 45 min.
- TVR 3 – 635 ore și 40 min.
- TVR 1- 72 ore și 35 min.
- TVR 2- 4 ore și 20 min.
- TVR Internațional - 92 ore și 15 min.

Clasificarea emisiunilor conform clasificării EBU

Denumire	Pondere
Artă, Cultură	520 ore = 12,31 %
Divertisment	1.014 ore = 23,85%
Documentare	104 ore = 2,46%
Educație	156 ore = 3,68 %
Evenimente informație	962 ore = 22,76 %
Minorități	6 ore și 30 min = 0,15%
Muzică	78 ore = 1,85 %
Publicitate	16 ore și 10 min = 0,38%
Promo	63 ore și 5 min = 1,50 %
Religie	182 ore = 4,31 %
Sport	133 ore și 40 min = 3,16%
Știri	996 ore și 40 min = 23,59%

Conform misiunii sale, postul TVR Craiova se adresează tuturor categoriilor de public. Grilele de toamnă – iarnă și primăvară – vară 2013-2014, respectiv grila de toamnă-iarnă 2014-2015 au respectat rețeta editorială care prevede emisiuni informative (aprox. 40%), de divertisment (aprox. 30%), educativ-cultural-religioase (aprox. 30%), în formate și abordări diverse.

Grila regională a fost dimensionată la o emisie de aproximativ 12 - 14 ore (la fel ca în ultimii 5 ani), cu o producție în premieră de aproximativ 4 ore pe zi, plus jurnalele de știri (preluarea unui jurnal național – în intervalul 18.00-18.20 TVR 2, urmat de un jurnal regional de 30 minute - 18.20-18.50). În grilă au fost cuprinse emisiuni culturale, politice, sociale, sportive, religioase, educative, de divertisment sau infotainment.

Grila TVR Craiova a fost concepută astfel încât să se armonizeze cu grila TVR 3, aproximativ 70% din producția TVR Craiova fiind difuzată pe TVR 3. Având în vedere

perioada concediilor, precum și necesitatea reducerii costurilor pentru perioada de vară (lunile iulie, august, septembrie), emisia a fost redusă la un număr de 10 ore și 30 min pe zi, cu o producția în premieră de 1 oră și 30 minute (inclusiv știri).

Activitatea editorială a TVR Craiova s-a sprijinit pe o serie de contracte de barter. Prin încheierea a 15 astfel de contracte, au fost reduse o parte a costurilor directe de producție: asigurarea mijloacelor de îmbunătățire a imaginii prezentatorilor și moderatorilor (haine, coafură), a decorurilor și scenografiei emisiunilor (aranjamente florale, mobilier etc).

Programe și proiecte derulate

✓ Jurnalul regional – informația de care ai nevoie.

„Jurnalul regional” s-a impus ca furnizor de informație obiectivă și echilibrată din întreaga regiune din toate domeniile de interes public. Prin reorganizarea redacției știri și prin eficientizarea echipelor proprii de corespondenți din toate județele aflate în aria de acoperire a TVR Craiova, au fost acoperite toate evenimentele majore derulate în această perioadă. TVR Craiova a avut un număr record de știri și duplexuri în jurnalele canalelor TVR 1 și TVR 2.

În perioadele ianuarie - iunie 2014 și octombrie - decembrie 2014, TVR Craiova a participat la realizarea Telejurnalului matinal de pe TVR 1, iar pe parcursul întregului an au fost realizate constant duplexuri și au fost furnizate știri în programele informative ale canalelor TVR 1, TVR 2 și TVR News. În 2014, au fost realizate un total de 795 duplexuri și 1.916 știri, cu o medie de 66 duplexuri/lună și 161 știri/lună.

✓ Campanii TVR Craiova.

Studioul regional a realizat șapte campanii proprii și a participat la alte patru derulate în cadrul TVR. Temele abordate au fost unele de interes pentru comunități sau au relevat probleme punctuale (umanitare, ecologice, sociale, culturale, medicale etc.), campaniile derulându-se în parteneriat cu organizații neguvernamentale, instituții publice, asociații de voluntari: „Pentru aproapele tău” – campanie realizată în parteneriat cu Mitropolia Oltenia, prin Asociația Vasiliada; „Monumente uitate” - campanie realizată în parteneriat cu Uniunea Arhitecților din România, filiala Oltenia, în cadrul căreia au fost realizate și difuzate 20 de reportaje privind situația unor obiective de patrimoniu din Oltenia, în scopul tragerii unui semnal de alarmă; „Copii de aur” – campanie realizată în parteneriat cu Club Rotary, în scopul strângerii de fonduri pentru acordarea de burse unor elevi de liceu meritoși, dar cu posibilități financiare reduse; „Să le dăruim Crăciunul” - campanie realizată împreună cu Mitropolia Olteniei, în scopul strângerii de cadouri pentru copiii nevoiași; „Craiova, capitală culturală europeană” – campanie de mediatizare a acțiunilor culturale realizate de Primăria Craiova pentru câștigarea titlului de Capitală culturală europeană etc.

✓ **Transmisiuni în direct, în cadrul emisiunilor informative**

Realizarea de transmisiuni directe de la evenimentele desfășurate în regiune a fost condiționată de mijloacele tehnice, respectiv obținerea serviciilor unui car digital de transmisii (DSNG - Digital Satellite News Gathering), cel care aparține TVR Craiova fiind în reparații. S-a reușit totuși realizarea de transmisiuni pentru campania „Știrile tale sunt la TVR”, despre condițiile meteo din ianuarie 2014, evenimente politice, alegeri europarlamentare etc. Din septembrie 2014, dispunând de propriul DSNG, TVR Craiova a realizat transmisiuni în direct în emisiunile informative de pe TVR 1, TVR 2 sau în Jurnalul Regional de pe TVR Craiova, în cadrul fiecărui eveniment de interes public major (inundații, alegeri prezidențiale, drumuri blocate de ninsori etc).

Din punct de vedere tehnic, materialele destinate producției de știri sunt filmate în format 16:9, pentru a fi compatibile cu modul de transmisie a Telejurnalelor TVR 1 și TVR 2. Începând cu luna decembrie 2014, și „Jurnalul regional” TVR Craiova este realizat integral 16:9 (inclusiv camerele de platou).

✓ **Acoperirea zonei printr-o rețea de corespondenți profesioniști**

TVR Craiova este un post teritorial cu o rețea proprie de corespondenți care activează în șase din cele șapte județe din aria de acoperire. Echipele de corespondenți au realizat, în anul 2014, un total de 2.226 de știri (în medie 186 știri/lună), dintre care 1.611 stiri/duplexuri au fost difuzate pe TVR 1 și/sau TVR 2 (în medie 133 de știri/duplexuri /lună).

✓ **Transmisiuni în direct/înregistrarea spectacolelor/manifestărilor organizate de primărie, consilii județene, centrele de cultură etc.**

Producțiile s-au realizat în cadrul unor parteneriate cu instituții publice, culturale, organizații și asociații diverse. S-au realizat transmisiuni în direct și înregistrări de la 23 de evenimente din zonă (13 evenimente au fost transmise în direct, alte 10 au fost înregistrate) și 60 de parteneriate cu instituții publice, organizații și asociații locale și naționale în vederea mediatizării acțiunilor organizate în beneficiul comunităților locale, vizând în același timp și promovarea TVR Craiova.

✓ **Parteneriate**

TVR Craiova a încheiat parteneriate pentru realizarea de transmisiuni sau înregistrări de la evenimente și pentru promovarea brandului canalului. Astfel, au fost încheiate, printre altele, parteneriate cu: „Asociația Bolnavilor de Cancer și Hepatită Oltenia” pentru promovarea în cadrul știrilor și emisiunilor a proiectului social „Media Tools” – (29 ianuarie – 15 februarie); „Asociația L’Etoile” pentru promovarea în cadrul știrilor și emisiunilor a proiectului „ Photo Shooting Days” – în lunile februarie și martie;

Ansamblul Folcloric „Maria Tănase” Craiova pentru înregistrarea și difuzarea spectacolului „Mândru-i plaiul oltenesc” – februarie 2014 etc.

✓ **TVR Craiova - ne vedem online**

Pentru atragerea publicului tânăr, TVR Craiova este prezentă în mediul online:

- **site-ul TVR Craiova, în cadrul site-ului TVR (www.craiova.tvr.ro)**, unde telespectatorii pot afla informații despre tematica emisiunilor, invitați, realizatori și moderatori și pot urmări, în direct, emisiile TVR Craiova. O serie de emisiuni culturale, educative, medicale, religioase produse de TVR Craiova și care sunt difuzate pe TVR 3 sunt disponibile pe site-ul www.tvrplus.ro.
- **pagini pe rețelele de socializare** (Facebook, Googleplus, YouTube) ale unor emisiuni, printre care „Jurnalul TVR Craiova”, „La pas prin Oltenia”, „Bună dimineața, Oltenia”, „Zi de vară, până-n seară”, „Satul”.

✓ **Alte evenimente sau activități specifice**

- **TVR Craiova – partener al Primăriei Municipiului Craiova în competiția pentru câștigarea titlului de capitală culturală europeană**

Au fost înregistrate cele mai importante evenimente culturale și de spectacol organizate de Primăria Craiova și au fost difuzate în cadrul emisiunii „Craiova, capitală culturală europeană”. Printre acestea amintim: spectacolele „Carmina Burana” - realizat de Opera Română din Craiova, „Vivaldi Colours” - realizat de Filarmonica Oltenia, „Mozart Rocks” - realizat de Filarmonica Oltenia etc.

➤ **Resurse tehnice și artistice**

Serviciul Tehnic Producție furnizează servicii tehnice de producție în studiouri și în exterior, asigură întreținerea echipamentelor, participă la realizarea și la difuzarea programelor de televiziune regionale și pe toate posturile SRTv.

TVR Craiova are două studiouri, cu regii separate. Semnalul furnizat de cele două regii este semnal video digital, audio analogic și este transmis prin radiorețele digitale și/sau fibră optică. Pentru filmările de teren, TVR Craiova dispune de 10 camcordere DV și un CAR digital, echipat cu 9 camere cu canale de cameră, din care 5 camere Thomson 1657 sunt 16:9, lucru ce a dat posibilitatea transmiterii în direct de la Craiova a numeroaselor evenimente pe canalul TVR 1 și TVR 3 în format 16:9, respectiv meciuri internaționale de baschet de la Sala Polivalentă, festivaluri de muzică populară etc.

Prin modernizarea regiilor studioului TVR Craiova, regia de emisie știri a fost transformată în 16:9, așa încât, de la sfârșitul anului 2014, Știrile TVR Craiova, care urmează știrilor preluate de pe TVR 2, se emit în format 16:9. Pentru transmisiile live, TVR Craiova dispune, tot de la mijlocul anului 2014, de un DSNG, care a fost utilizat la numeroase transmisiuni din județele Olteniei.

➤ **Marketing și vânzări**

În condițiile impuse de Programul de redresare economică, TVR Craiova a reușit atragerea unor venituri proprii pentru desfășurarea activității în condiții cât mai bune. În anul 2014 s-au realizat șase contracte de coproducție, în valoare de 53.536,00 lei (inclusiv TVA), cu: Primăria Ponoarele, Casa Municipală de Cultură Turnu Severin, Centrul pentru Conservarea Culturii Tradiționale Ialomița, Centrul Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale Dolj.

În anul 2014, TVR Craiova a oferit pachete avantajoase de difuzare și producție publicitară, fiind încheiate 17 de contracte de publicitate, în valoare totală de 176.325,16 lei (inclusiv TVA).

Prin intermediul contractelor de sponsorizare, TVR Craiova a reușit atragerea de fonduri pe emisiuni care au dus la acoperirea unei părți din cheltuielile directe de realizare (cheltuieli cu realizarea de decoruri, cheltuieli cu drepturi de autor și drepturi conexe, alte cheltuieli materiale). În anul 2014, au fost încheiate 18 contracte de sponsorizare în valoare totală de 16.342,03 lei.

➤ **Activitatea economică. Venituri și cheltuieli**

1. Analiza comparativă a veniturilor și cheltuielilor TVR Craiova 2013/2014

Perioada de raportare	Cheltuieli directe	Cheltuieli indirecte	Cheltuieli generale	Total cheltuieli
Sem.I 2013	2.118.391	514.699	274.740	2.907.830
Sem.I 2014	2.113.372	570.431	96.820	2.780.623
Sem.II 2013	2.273.651	525.339	418.839	3.217.829
Sem.II 2014	2.006.907	557.412	37.215	2.601.534
An 2013	4.392.042	1.040.038	693.579	6.125.659
An 2014	4.120.279	1.127.843	134.035	5.382.157

Sursa: Serviciul Economic-Administrativ Marketing TVR Craiova

Structura veniturilor

An	Publicitate	Sponsorizare	TAXA TV	Alte venituri	TOTAL Lei
2013	136.113,06	33.066,20	76.347	72.305,62	361.673
2014	142.197,75	16.342,03	1.604.844,21	79.441,38	1.842.825,37

Cheltuieli de personal

Cheltuieli cu salariile pentru personalul Studioul TVR Craiova:

Anul	Salarii	Plăți compensatorii
2013	5.056.527 lei	476.506 lei
2014	4.483.208 lei	0

Numărul mediu de personal

Anul	Nr. mediu de personal
2013	80.3
2014	81

Cheltuieli cu onorarii ale colaboratorilor (drepturi autor, conexe și convenții civile)

Anul	Cheltuieli
2013	106.032 lei
2014	41.090 lei

TVR Craiova va continua efortul de re poziționare pe piața media regională ca principala televiziune a regiunii, iar politica editorială va pune în continuare accentul pe comunitățile locale și pe acoperirea realităților regiunii. TVR Craiova va fi și în perioada următoare un partener activ al instituțiilor publice locale, prin mediatizarea și transmiterea principalelor evenimente ale comunităților locale. O linie de acțiune foarte importantă este aceea de a realiza venituri proprii (coproducții, sponsorizări, publicitate) în valoare de 15% din bugetul de cheltuieli anual.

2.6.3.TVR Iași

Programele studioului teritorial Iași pot fi recepționate în cele opt județe ale Moldovei, dar și în alte regiuni, cu antene de recepție prin satelit. Producțiile TVR Iași reflectă viața comunităților din regiunea de nord-est a României. Din a doua parte a anului 2008, și studioul TVR Iași a început să producă emisiuni pentru TVR 3.

➤ **Activitatea editorială**

TVR Iași a realizat în anul 2014 știri, reportaje, dezbateri, documentare, emisiuni-magazin, programe culturale și de divertisment pentru canalele TVR Iași Regional (4.792 de ore și 30 de minute), TVR 3 (762 de ore), TVR Internațional (15 ore - „Identitate Basarabia”), alte canale TVR (TVR 1 – 72 ore, TVR HD – 8 ore și 30 minute) – 80 ore și 30 minute. O prioritate a fost adaptarea grilei de programe și a încărcării personalului în contextul reducerii cu 42 de persoane a numărului total de angajați.

Activitatea editorială s-a focalizat pe reflectarea promptă și obiectivă a evenimentelor din regiune. În Jurnalele regionale s-au difuzat știri din celelalte județe ale Moldovei, realizate de corespondenții TVR Iași sau de posturi TV partenere.

În grila TVR Iași au fost programate reportaje, documentare, producții de folclor, dezbateri, emisiuni specializate, precum și coproducții (concerte, spectacole). Numărul

de știri produse pentru jurnalele de pe canalele TVR 1 și TVR 2 a crescut, la fel ca și duplexurile. Jurnalul Regional TVR Iași a concentrat în 25 minute informații de calitate pentru telespectatori. TVR Iași a realizat subiecte pentru campaniile de pe TVR 1. Emisiunile din grilele TVR Iași au conturat un program continuu mediu de 14 ore /zi, din care 5 ore în premieră, zilnic, cu specific distinct pentru perioadele primăvară, vară și toamnă/ iarnă, adaptate la specificul social, cultural, economic și politic al regiunii și care să corespundă standardelor de calitate.

Ore de emisie ale TVR Iași 2014, pe canale

	Semestrul I	Semestrul II	Total
TVR Iași regional	2.388h 30'	2.404h	4792h 30'
TVR 1 duplex Telegazetă	56h	16h	72h
TVR 3	382h	380h	762h
TVR Internațional	6h	9h	15 h

Sursă: TVR Iași

Ponderea programelor producție proprie, în număr de ore și procente din totalul emisie, repartizate pe genuri, conform clasificării EBU (European Broadcasting Union)

Gen	Ore	Procente
Informare	3.370 h	61,33%
Educative	695 h	12,65%
Cultură	660 h	12,01%
Religioase	215 h	3,91%
Divertisment și alte programe	170 h	3,09%
Publicitate și teleshopping	385 h	7,01%
Total	5.495 h	100%

Sursă: TVR Iași

Programele TVR Iași au avut, ca structură, trei tronsoane de emisiuni în premieră:

- magazinul „Bună dimineața, Moldova”, program matinal de informație, interactiv, difuzat de luni până vineri;
- tronsonul de după-amiază, cu emisiuni-dezbateri cu tematică social-economică, emisiuni cultural-educative, politice și sportive: „Impact”, „Arena”, „Cap de afiș”, „Culoarea banilor”, „Spațiul deciziilor”;
- tronsonul dedicat emisiunilor de reportaj, anchetă, documentar, ecologie, sănătate și travel.

Acestor tronsoane li se adaugă „Jurnalul regional” de maximum 25 de minute. În weekend au fost programate emisiuni de divertisment, viață spirituală, folclor, tradiție, pentru mediul rural.

Parteneriate și producții de portofoliu

TVR Iași a participat ca partener în proiecte și programe internaționale precum programul de promovare reciprocă prin intermediul schimbului de producții TV și schimbul de experiență în domeniul realizării de producții TV, incluzând participarea la evenimente și la proiecte transfrontaliere cu Televiziunea Moldova 1 și OWH Studio din Chișinău (Republica Moldova) și cu Centrul Bucovinean de Artă pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale Românești Cernăuți (Ucraina). TVR Iași a organizat, în perioada 14 – 16 mai 2014, Seminarul Internațional de Jurnalism „Televiziunea și publicul său” 2014, cu venituri extra-bugetare, iar în coproducție cu OWH Studio Chișinău a fost realizată emisiunea „Identitate Basarabia”, difuzată pe TVR Iași, TVR 3 și TVR Internațional. TVR Iași a realizat proiectul transfrontalier Iași-Cernăuți-Chișinău - la aniversarea a 23 de ani de existență ai Studioului TVR Iași, eveniment cu proiecții de filme documentare realizate de partenerii din acest proiect, spectacole folclorice și lansări de DVD-uri la Iași, Cernăuți (14-16 noiembrie) și Chișinău (26-29 ianuarie 2015).

Alte parteneriate: derularea Proiectului multianual (2015–2021) Gala “IAȘI Descoperă - Capitala Europeană a Culturii”, în colaborare cu Primăria Municipiului Iași și Fundația „Iași, capitală culturală europeană 2021”; finalizarea proiectului „Iași, oraș european al sportului”, în parteneriat cu Fundația Sportului Ieșean, cu participarea reprezentanților de la Bruxelles și Marsilia; realizarea filmului documentar de prezentare în cadrul proiectului “Structural Transformation to Achieve Gender Equality in Science” (STAGES), în parteneriat cu Universitatea „Alexandru Ioan Cuza”.

✓ Parteneriate pentru evenimente majore din regiune

Prin asocierea cu evenimente care au un impact major în regiune, precum Festivalul Internațional al Educației (FIE 2014) și Festivalul Internațional de Literatură și Traducere (FILIT 2014), TVR Iași a beneficiat de o vizibilitate sporită în fața publicului. TVR Iași a devenit partener activ al celor mai importante evenimente din Moldova: Gala Operelor Naționale (coproducător), Festivalul Internațional de Muzică Ușoară pentru Copii de la Onești (Ti Amo), Festivalurile Internaționale de Folclor „Cătălina” și „Mugurelul” Dorohoi, Târgul Național de carte Librex etc.

În 2014, TVR Iași a obținut numeroase premii, precum cele din cadrul Galei Premiilor Asociației Jurnaliștilor și Scriitorilor de Turism din România,; Festivalului Internațional de Film, diaporamă și artă fotografică „Toamnă la Voroneț”; Emblema de Merit Partener pentru Apărare clasa a III-a, acordată de către comandantul Brigăzii 15 Mecanizate „Podu Înalt”; APTR 2014.

➤ Resurse umane, tehnice și artistice utilizate în 2014

Numărul mediu de personal al TVR Iași a rămas în 2014 același ca în 2013: 87 de persoane.

Serviciul Tehnic-Producție a avut în vedere reorganizarea fluxurilor de producție, modernizarea facilităților de emisie și de producție, extinderea canalelor de comunicare și difuzare a producțiilor TVR Iași, redefinirea TVR Iași ca producător și difuzor complet de conținut media. Serviciul Tehnic-Producție a asigurat producția și emisia programelor TVR Iași, cu o medie de 3 ore și 30 minute în premieră, zilnic. Suplimentar, carul TVR Iași a realizat peste 130 de transmisii în direct și înregistrări, atât pentru emisia regională, cât și pentru celelalte canale ale TVR.

Pentru compensarea decalajului tehnic existent, cu fonduri proprii a fost realizat un sistem mobil de transmisie folosind rețele 3G/4G - proiect și soluție proprie, complet implementat folosit curent de echipele de teren (știri-programe) pentru intervenții în direct - și a fost implementat un sistem mobil IPTV (Internet Protocol Television) de transmisie prin fibră optică/internet pentru transmisiile din teren. Acesta din urmă este complet implementat pentru transmisiile cu CAR-ul TV din locații care nu pot fi susținute cu linii de radio-relev fiind deja cablate în municipiul Iași cu fibră optică un număr de 4 locații: Piața Unirii, Teatrul Național, Palas și Sala Sporturilor. Au fost achiziționate cu fonduri proprii (25.000 euro) două camere HD - High Definition (PMW320K), cu înregistrare pe card.

Producțiile TVR Iași sunt disponibile în acest moment și online pe platforma tvrplus.ro, pe DVD și suplimentar a fost implementată într-un proiect-pilot o platformă media online care integrează posibilități de VOD (Video On Demand) cu suport complet pentru dispozitivele mobile, cu o interfață perfect adaptată platformelor de socializare gen Facebook, Twitter, Google+ etc., care poate genera venituri suplimentare (media.tvriasi.ro). De asemenea, TVR Iași poate presta servicii diverse pentru clienți externi, fiind realizate un număr de înregistrări și transmisii pentru terți, toate producțiile aducând venituri suplimentare. Grila de lumini a fost completată și omogenizată prin achiziționarea unor lumini de studio cu halogen, LED și lumini inteligente, cu implementarea unui sistem de comandă și control modern automatizat (DMX și sistem de programare portabil).

Deși afectat în prezent de lipsa unui spațiu propriu de emisie și producție (prin retrocedarea către Mitropolia Moldovei și Bucovinei a spațiului atribuit prin Legea 41/1994 din str. Lascăr Catargi 33, prin Decizia 567 din 17.08.2005 a Înaltei Curți de Casație și Justiție), Studioul TVR Iași își desfășoară activitatea în două studiouri independente funcțional, cu platouri de 96 mp, respectiv 140 mp, o sală de spectacole cu o capacitate de aprox. 140 de locuri, 5 cabine de montaj SD - Standard Definition, 2 spații redacționale, 9 birouri, o videotecă de aprox. 70mp, diverse spații anexă (magazie, ateliere, centrală termică, spații administrative etc.).

Prin hotărârea de Guvern 1093/2008, pentru rezolvarea situației locative, Studioul TVR Iași a primit în administrare o suprafață de 4.830 mp în str. Sărării 200 pentru construirea unui studio de televiziune (proiect de fezabilitate nr. 089940 din 12/2008 – Studioul de Televiziune Regional TVR Iași, str. Sărării nr.200, Iași, jud. Iași). Clădirile din str. Sărării 200 se află într-o stare avansată de degradare, constituind un pericol major pentru trecători din cauza riscului de prăbușire.

Pentru rezolvarea problemei locative și a problemei de difuzare a programului regional pentru perioada 2015-2017 se au în vedere următoarele:

- Inițierea procedurilor de demolare a corpurilor de clădire din str. Sărării 200, îngrădirea și igienizarea spațiului
- Alocarea fondurilor necesare în BVC 2015-2017 SRTv pentru realizarea unui studio de producție din elemente ușoare în vederea relocării parțiale a facilităților de producție TVR Iași (studio de producție, CAR TV, garaj, ateliere producție etc.)
- Inițierea și înaintarea către Parlament și Guvernul României a unui proiect de Lege care să prevadă cedarea în compensare a altor spații pentru Mitropolia Moldovei și Bucovinei
- Modificarea licenței de emisie a Studioului TVR Iași în sensul extinderii zonei alocate și pentru județele Brăila, Tulcea, Constanța, Buzău, Ialomița, Călărași, cu modificarea, în consecință, a listei must-carry pentru operatorii de cablu din zonă.
- Solicitare expresă către Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații, Societatea Națională de Radiocomunicații, Consiliul Național al Audiovizualului privind includerea emisiei regionale în pachetul de bază difuzat de Multiplexul Digital 1 al SNR-Radiocom (MUX1 - multiplex digital gratuit cu emisie terestră cu acoperire de aproximativ 98% din teritoriu).
- Solicitarea modificării cadrului legislativ prin includerea obligatorie a emisiei regionale în pachetele de bază digitale și analogice ale tuturor furnizorilor de servicii de retransmisie prin cablu, pornind de la faptul că emisia studiourilor regionale e susținută în principal din fonduri publice și programele studiourilor se adresează comunităților regionale. În acest moment, emisia regională este parțial inclusă în pachetele analogice, într-un capăt de bandă UHF, în condiții tehnice precare, fapt ce afectează recepția programelor regionale.

➤ Marketing

Strategia de marketing și promovare s-a bazat pe comunicarea consecventă a mesajului că TVR Iași este televiziunea regională din zona Moldovei care este alături de telespectatori, trăind în comunitate. Mesajul a fost distribuit preponderent în mediul online, principalele mijloace de promovare fiind site-ul oficial, www.tvriasi.ro, și pagina de facebook, www.facebook.com/tvriasi, unde au fost comunicate toate acțiunile realizate și s-a ținut legătura cu telespectatorii.

TVR Iași a inițiat și desfășurat campanii de presă, precum: „Rapsodia solidarității pentru Casa Enescu”, Campania „Sport pentru toți”, Campanii de reflectare socială - Caravana „Știrile tale sunt la TVR”, „Afganistan, dus - întors”, „Moldova sub nămeți”, „În așteptarea lui Moș Crăciun”, „Mirajul deșertului” etc.

În 2014, site-ul TVR Iași a devenit un mijloc important de promovare online pentru producțiile postului. Realizatorii emisiunilor au completat prin articolele postate pe pagina www.tvriasi.ro imaginea asupra reportajelor/ emisiunilor. Articolele au fost promovate pe paginile de Facebook ale emisiunilor sau pe pagina oficială TVR Iași (www.facebook.com/tvriasi), crescând vizualizările pe site.

➤ Activitatea economică

Cheltuieli cu salariile 2014

aprobat	Realizat
5.221.000 lei	5.162.925 lei

Alte cheltuieli

aprobat	Realizat
1.640.000 lei	1.222.625 lei

Pe parcursul anului 2014, au fost încheiate contracte de publicitate, prestări servicii, sponsorizare în valoare de 525.520 lei și a fost încasată suma de 484.136 lei, din care din sponsorizare 20.203 lei.

Din martie 2014, s-a început colectarea taxei tv la nivel regional. Până la 31 decembrie 2014, au fost evaluate 17.818 firme (reprezentând 40,14% din totalul firmelor potențial eligibile pentru plata taxei TV) și a fost încasată suma de 248.555 lei.

Activitatea economică a Studioului TVR Iași – Venituri și cheltuieli

A. Situația comparativă a cheltuielilor TVR Iași 2013/2014

Perioada de raportare	Cheltuieli directe	Cheltuieli indirecte	Cheltuieli generale	Total cheltuieli - lei -
Sem. I 2013	2.380.363	578.081	687.361	3.645.805
Sem. II 2013	2.612.959	607.844	512.957	3.733.760
Sem. I 2014	2.510.990	655.438	34.199	3.200.627
Sem. II 2014	2.428.791	738.277	17.853	3.184.921
An 2013	4.993.322	1.185.925	1.200.318	7.379.565
An 2014	4.939.781	1.393.715	52.052	6.385.548

Sursa: TVR Iași

Din totalul cheltuielilor TVR Iași prezentate mai sus, cele cu salariile personalului și onorariile colaboratorilor se prezintă astfel:

a) Cheltuieli cu salariile pentru personalul TVR Iași

- lei -

Denumire cheltuială	Anul 2013	Anul 2014
Salarii	5.180.050	5.145.843
Sume acordate personalului disponibilizat	1.126.562	14.519
Sume acordate foștilor salariați	16.728	2.563
Total cheltuieli cu salariile TVR Iași	6.323.340	5.162.925

Sursa: TVR Iași

b) Cheltuieli cu onorariile colaboratorilor: drepturi autor, drepturi conexe, contracte civile activitate dependentă

- lei -

Anul 2013	261.723
Anul 2014	292.124

Sursa: TVR Iași

B. Situația comparativă a veniturilor TVR Iași 2013/2014

Perioada	Publicitate	Sponsorizare	Taxa TV	Alte venituri (filme de prezentare, colaborări, copieri casete, etc)	Total - lei -
2013	107.173	42.522	102.214	102.214	251.909
2014	141.955	38.527	248.555	327.633	756.670

Sursa: TVR Iași

2.6.4.TVR Timișoara

TVR Timișoara oferă un program cu un conținut generalist, care acoperă actualitatea din județele Timiș, Arad, Caraș-Severin și Hunedoara, dar și din zonele de peste graniță, din Serbia și Ungaria. TVR Timișoara se adresează românilor din țară, comunității de români din Serbia și Ungaria și întregii diaspore.

Producțiile realizate de TVR Timișoara au fost premiate în 2014 la diverse festivaluri naționale și internaționale de televiziune, precum: APTR, Festivalul „Plaiul meu natal”, Ujgorod, Ucraina, Festivalul Internațional de Film Etnologic de la Belgrad, Serbia, CIRCOM 2014.

➤ Activitatea editorială

Grila TVR Timișoara este construită pe baza unor tronsoane orare tematice bine definite, de-a lungul săptămânii: talk-show de actualitate, emisiune tip magazin („Ora regiunii”), două jurnale cu identitate și imagine proprie, dintre care unul tradus în limbaj mimico-gestual, și orientate, în weekend, către publicistică, sport („În prelungiri”), divertisment („Cântec și poveste”, „Cântecul de acasă”, „Sarea în bucate” etc.) și cultură („Piper pe limbă”, „Cap de afiș”). Grila a consolidat și dezvoltat un slot orar distinct destinat emisiunilor în limbile minorităților naționale, de luni până vineri, cu redifuzare în ziua următoare.

TVR Timișoara a demarat o campanie de susținere și promovare a grilelor și una dedicată aniversării a 20 de ani de activitate a studioului, sub identitate vizuală și de conținut proprii.

TVR Timișoara a urmărit și consolidarea prezenței în social media, prin crearea și dezvoltarea unor pagini ale emisiunilor și proiectelor studioului pe rețelele de socializare (Facebook, Twitter). Un alt obiectiv a fost dezvoltarea propriului site www.timisoara.tvr.ro, a propriului canal Youtube și a asseturilor de social media aferente.

A. Numărul orelor de emisie

TVR Timișoara	4.510 h
TVR3	1.618 h
Alte canale	70 h
TOTAL	6.198 h

Sursă: TVR Timișoara

B. Ponderea programelor regionale pe genuri conform clasificării EBU

Gen	Pondere	Durată
INFORMARE	33,98%	2.106h
DIVERTISMENT	24,57%	1.523h
DOCUMENTARE, SERIALE	6,29%	390h
EDUCATIVE	19,38%	1.201h
CULTURALE	4,70%	292h
RELIGIOASE	1,30%	81h
PUBLICITATE/PROMO	9,78%	605h

Sursă: TVR Timișoara

➤ Resurse umane, tehnice și artistice

Serviciul Tehnic-Producție TVR Timișoara a asigurat suportul tehnic și artistic pentru toate producțiile și emisiile studioului, prin operarea și întreținerea echipamentelor video, audio, de iluminat, atât în studio, cât și în exterior cu carul TV. În acest an s-au produs și difuzat 4.510 ore de program regional, 1.687,6 ore de emisie pe

canalele naționale (TVR 3-1.618h; TVR 1-51,25h; TVR 2-10,5h; TVR HD-8h), 7.480 ore camere știri, 5.120 ore camere teren programe, 3.360 ore montaj, 508 ore de înregistrări în studio, 27 transmisii cu Carul TV.

Pentru prezența de conținut local live în jurnalele de știri și programele TVR s-au realizat conexiuni pe fibră optică între puncte importante din oraș și Studioul TVR Timișoara. Acestea permit realizarea transmisiilor în direct cu un minimum de resurse umane și o calitate tehnică ridicată din locații fără vizibilitate RR.

Studioul TVR Timișoara a continuat producția de materiale în format HD pentru TVR HD și proiectul European Cityzenship finanțat de Comisia Europeană prin CIRCUM Regional și a trecut la producția și emisia în format 16:9 a contribuțiilor pentru jurnalele TVR.

Au fost realizate decoruri noi pentru știri și programe (concepție și realizare cu forțe proprii). Au fost realizate generice, grafică, promouri și fillere folosite în emisia regională a TVR Timișoara și TVR 3. S-au efectuat modernizări-cosmetizări ale spațiilor și facilităților de producție cu forțe proprii și cu fonduri atrase pe plan local.

Pentru realizarea celor de mai sus au fost utilizate trei platouri de filmare (6 camere), carul de reportaj (4 camere), camerele de teren (10), liniile de montaj nonliniar (7) și personalul de specialitate existent (11 cameramani, 2 directori de imagine, 1 pictor scenograf, 8 editori de imagine, 3 regizori, 12 tehnicieni, 4 electricieni iluminare-filmare, 3 operatori producție TV, 3 ingineri).

➤ **Marketing și vânzări**

Activitatea de marketing-promovare-vânzare a constat, în principal, în negocierea și încheierea de contracte de publicitate, sponsorizare, coproducție, parteneriate, în autopromovarea emisiunilor speciale pe canalul propriu, pe canalul național TVR 3 și pe pagina de Facebook a TVR Timișoara.

Promovarea TVR Timișoara s-a realizat prin participarea ori implicarea în anumite proiecte, prin organizarea de evenimente în coproducție cu parteneri din regiune, prin asocierea ca partener media cu inițiatorii unor evenimente culturale, sociale, sportive și prin anunțarea programelor și edițiilor speciale pe canalul propriu, pe TVR 3 și pe pagina de Facebook (promo, machete, anunțuri): www.facebook.com/TVRTimișoara.

✓ **Evenimente inițiate și organizate în 2014**

TVR Timișoara s-a implicat în organizarea unor evenimente precum Seminarul „Exprimarea minorităților în audiovizual”, ediția a treia, organizat în parteneriat cu Departamentul pentru Relații Interetnice al Guvernului României. Seminarul s-a adresat atât realizatorilor de emisiuni pentru minorități etnice de la studiourile teritoriale ale Televiziunii Române, cât și jurnaliștilor care realizează emisiuni pentru minoritatea română din Serbia și Ungaria. Invitații speciali ai acestei ediții au fost jurnaliștii elvețieni Bertilla Giossi și Ruedi Bruderer, realizatori ai magazinului pentru minorități etnice

“Cunstrast”, difuzat de Televiziunea Reto-Romană din Elveția (RTR) și Michael Lally, vicepreședintele CIRCUM Regional și jurnalist al Televiziunii publice irlandeze.

Proiectul „Timișoara în mișcare”, realizat cu finanțarea Casei de Cultură a Municipiului Timișoara, s-a finalizat în data de 5 decembrie 2014, în Piața Victoriei, printr-un amplu eveniment ce a cuprins trei părți: 1. „Conviețuiri” - proiecții de scurte reportaje culinare ce au prezentat rețete tradiționale ale minorităților și spectacol de dansuri populare ale minorităților din Banat; 2. „Tradiții”- concert aniversar cu soliști de marcă ai Banatului și Ansamblul Timișul al Casei de Cultură a Municipiului Timișoara; 3. „Ritm”- concert pop Kamelia și George Hora. Proiectul „Timișoara în Europa”, realizat cu finanțarea Casei de Cultură a Municipiului Timișoara, în cadrul căruia echipa TVR Timișoara a realizat un reportaj de 60 de minute despre turneul susținut de Filarmonica Banatul în 5 orașe importante din Olanda.

Au fost încheiate două acorduri: unul de susținere a campaniei inițiate de Fundația Sfânta Irina pentru strângerea de fonduri în vederea construirii Clinicii Nera, prima clinica de recuperare oncologică din România, și un acord de promovare a campaniei inițiate de organizația „Salvați Copiii”, în vederea dotării maternităților cu incubatoare.

✓ **20 de ani de existență a TVR Timișoara**

Pe 17 octombrie 2014 a fost realizată transmisia în direct pe TVR Timișoara și TVR 3 de la evenimentul „Topul Firmelor din județul Timiș”, în cadrul căruia întreaga echipă de jurnaliști a studioului teritorial TVR Timișoara a primit o distincție pentru cei 20 de ani de activitate.

✓ **25 de ani de la Revoluția din 1989:**

TVR Timișoara a marcat 25 de ani de la Revoluția Română, pe 15 decembrie, prin proiecția în premieră a filmului “Vinovatul”, în regia lui Ion Gostin, în Aula Magna a Universității din Timișoara și pe 20 decembrie, prin concert „Rock pentru Revoluție”, transmis în direct din Piața Victoriei din Timișoara, pe TVR 3 și TVR Timișoara.

➤ **Activitatea economică. Venituri și cheltuieli.**

I. Situație comparativă cheltuieli TVR Timișoara 2013/2014

Perioada de raportare	Sem. I 2013	Sem. I 2014	Sem. II 2013	Sem. II 2014	An 2013	An 2014
Cheltuieli						
Cheltuieli directe	3.026.525	2.815.455	3.024.598	2.856.521	6.051.123	5.672.976
Cheltuieli indirecte	513.120	559.500	536.947	552.196	1.050.68	1.111.696
Cheltuieli generale	213.947	62.627	182.739	25.194	396.686	87.821
Total cheltuieli	3.753.592	3.437.582	3.744.284	3.433.911	7.497.876	6.871.493

Din totalul cheltuielilor TVR Timișoara Regional prezentate mai sus, cheltuielile cu salariile personalului și onorariile colaboratorilor se prezintă astfel:

a. Cheltuieli cu salariile pentru personalul TVR Timișoara:

Perioada de raportare	Sem. I 2013	Sem. I 2014	Sem. II 2013	Sem. II 2014	An 2013	An 2014
Cheltuieli						
Salarii angajați	3.056.954	2.764.988	2.991.530	2.834.050	6.048.484	5.599.038
Salarii compensatorii:	181.670	39.584	155.138		336.808	39.584
Total salarii	3.238.624	2.804.572	3.146.668	2.834.050	6.385.292	5.683.622

a.1. Situație comparativă referitoare la posturi și salariați

Număr posturi	Decembrie 2013	Decembrie 2014
Total Studioul Timișoara	102	102
- ocupate	102	102
- vacante	0	0
- temporar vacante	0	0
Număr salariați	102	102
Număr personal de execuție	102	102
-din care cu atribuții de coordonare	5	5
Număr angajați/an	0	2
Număr plecați/an	18	2
Numărul mediu de personal/an	99	100

b. cheltuieli cu onorarii colaboratori (drepturi de autor, drepturi conexe, convenții civile):

Perioada de raportare	Sem. I 2013	Sem. I 2014	Sem. II 2013	Sem. II 2014	An 2013	An 2014
Onorarii						
Colaboratori	50.173	84.856	73.900	78.738	124.073	163.594

Venituri

Perioada de raportare	Sem. I 2013	Sem. I 2014	Sem. II 2013	Sem. II 2014	An 2013	An 2014
Venituri						
Publicitate	67.525	86.018	133.797	80.070	201.322	166.088

Sponsorizare	12.397	19.200	9.113	1.200	21.510	20.400
Taxa TV	0	365.994	65.433	657.889	65.433	1.023.883
Alte venituri	30.304	133.262	33.179	134.013	22.247	267.275
Total venituri	110.226	604.474	241.522	873.172	351.748	1.477.646

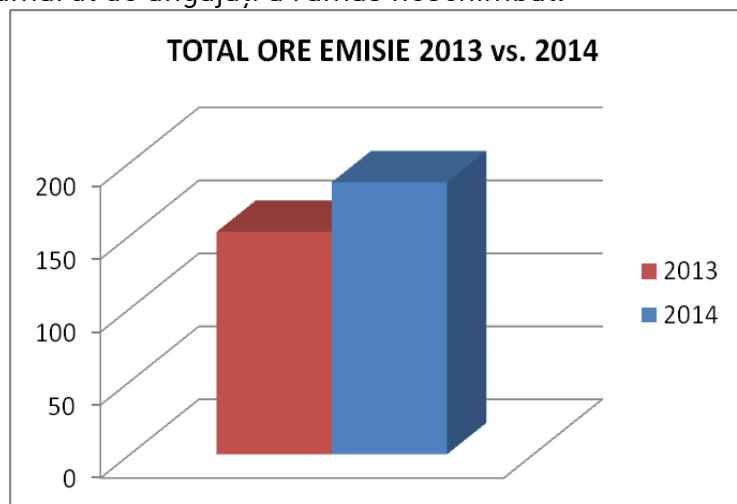
2.6.5.TVR Tîrgu Mureş

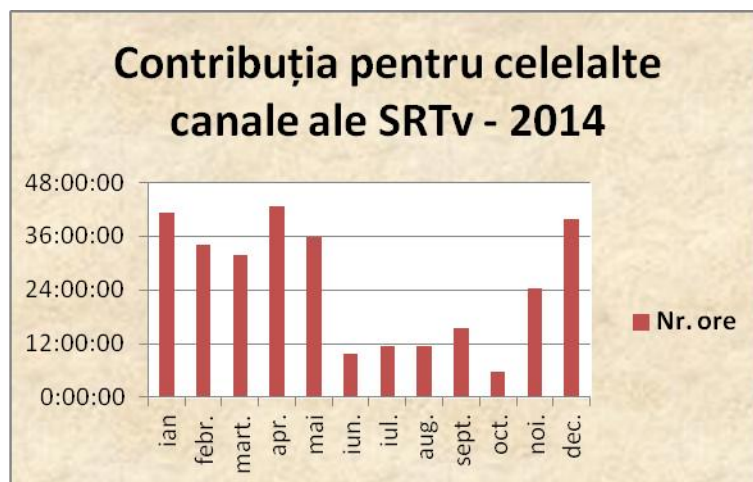
Înființat în anul 2008, Studioul Teritorial TVR Tîrgu Mureş acoperă Regiunea 7 Centru (Mureş, Covasna, Harghita, Alba și Braşov, mai puțin Sibiu) și are 50% din emisiuni în limba română și 50% în limba maghiară. Emisia de 12h și 10min/zi (L-V) și 12h și 30 min/zi (S-D) acoperă zilnic intervalul: 07.00 – 11.00 și 12.30 – 21.00. Între 11.00 – 12.30, respectiv 21.00 – 07.00 este preluat programul TVR 3, iar în intervalul 18.00 – 18.20 (L-V) este preluat jurnalul regional TVR 2. Grila are patru jurnale de știri (două în limba română și două în limba maghiară) și 34 de emisiuni (15 în română, 19 în maghiară).

Programele TVR Tg. Mureş servesc unei palete largi de public. Ele acoperă în mod echilibrat toate genurile producției tv: știri, emisiuni informative, dezbateri de actualitate, divertisment, religie, evenimente sportive, spectacole și concerte, anchete și documentare, emisiuni de smart education și hobby, oportunități de afaceri, talk-show-uri dedicate publicului din mediul rural și urban.

Studioul teritorial emite în eter și prin rețelele de cablu. Deocamdată, programele nu pot fi recepționate prin soft box-uri/receptoare satelit. O problemă importantă în privința recepției programelor este relația deficitară cu societățile de cablu din celelalte județe din aria de acoperire editorială. În prezent, studioul teritorial TVR Tîrgu Mureş oferă și servicii de producție de înaltă ținută, în sistem Full HD.

Numărul de ore de emisie a crescut din luna aprilie 2013, de la 4h/zi la 12h/zi, în condițiile în care numărul de angajați a rămas neschimbat.





➤ **Activitatea editorială (genuri, ponderea programelor)**

Grilele de emisiuni ale Compartimentului Știri Sport Programe pe anul 2014 au fost stabilite în concordanță cu bugetul alocat, având prioritate emisiunile informative, educative și culturale, respectiv emisiunile de divertisment din perioada sărbătorilor și cele dedicate TVR 3. Emisiunile respectă formatele EBU.

În anul 2014, Studioul TVR Tîrgu Mureș a produs programe, știri, transmisiuni în direct de la evenimente sportive, culturale, politice etc., care au fost difuzate după cum urmează:

- emisie regională – 4.476 de ore, din care:
 - 2.238 ore în limba maghiară
 - 2.238 ore în limba română
- TVR 3 – 264 ore și 57 min.
- TVR 1- 38 ore și 27 min.

Denumire	Pondere
Artă, Cultură	454 ore = 8,12 %
Divertisment	1.396 ore = 31,20 %
Documentare	14 ore = 2 %
Educație	911 ore = 20,35 %
Evenimente/informație	1.530 ore = 34,19 %
Publicitate	7 ore = 0,38%
Promo	62 ore = 1,50 %
Religie	102 ore = 2,26 %
Minorități	2.240 = 50%

Emisiuni difuzate pe TVR 1: „Jurnal matinal” (06.00 – 07.00) – 10 min. alocate zilnic studioului teritorial, „Telejurnal matinal” (07.00 – 08.00) emisiune dedicată în special știrilor regionale, „Telejurnal matinal” (08.00 – 09.00) duplexuri zilnice luni-vineri.

➤ **Resurse umane și tehnice**

Organigrama studioului teritorial cuprinde 61 de angajați, structura fiind mult subdimensionată având în vedere normele și regulamentele SRTv. Redacția Minorități din cadrul TVR Tîrgu Mureș cuprinde 12 posturi (10 jurnaliști, 1 traducător, 1 referent statistician), dar la realizarea efectivă a producțiilor participă doar 9 persoane (referentul statistician răspunde de arhiva întregului studio, traducătorul nu participă direct la realizarea emisiunilor, iar producătorul executiv are interdicție în temeiul art.11 cap.V.7 al ROF pentru a realiza sau prezenta emisiuni).

Serviciul Tehnic – Producție

Studioul dispune de două studiouri dotate cu camere video digitale pentru studio; camera pentru comandă și control (MCR) dotată cu echipamente digitale pentru realizarea transmisiilor studioului; patru grupuri pentru montaj neliniar Final Cut și două grupuri de montaj neliniar Adobe Premiere, o unitate de regie mobilă marca Sony tip AWS G500S cu posibilitatea de conectare a 4-6 camere; 8 camere de filmare pentru teren.

Dotarea, în cursul anului 2014, a unui studio cu un kit pentru regie mobilă a permis TVR Tg. Mureș să realizeze producții externe, care au adus venituri suplimentare. Tot 2014, a fost demarat programul pentru digitalizarea arhivei video, producțiile noi fiind arhivate digital (HDD), urmând ca în următoarea perioadă să fie digitalizată și restul arhivei video, lucru care conduce la economii importante.

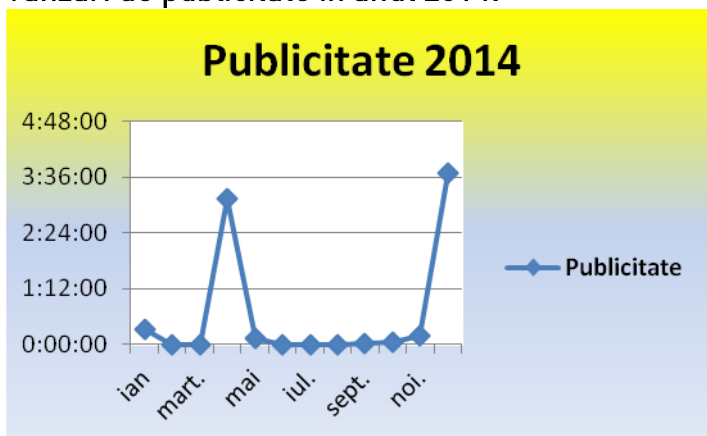
O problemă majoră a studioului este numărul mic al personalului tehnic angajat, în raport cu numărul de ore de producție, ceea ce afectează calitatea emisiei, întrucât există riscul de apariție a erorilor, iar aparatura nu este utilizată la capacitatea maximă. Pentru o funcționare optimă, este necesar ca Serviciul Tehnic-Producție să aibă o pondere de 45-50% din total studio, dar la studioul teritorial TVR Tg. Mureș ponderea serviciului este de doar 33% din totalul personalului studioului. Din punct de vedere al gradului de specializare a personalului, există un număr redus de angajați cu studii superioare - doar 17% din total.

Lipsa unei unități mobile DSNG sau a unui car pentru transmisiile TV face ca mobilitatea și prezența la evenimente să fie mult limitată. La momentul actual nu există nicio posibilitate de transmisie în direct din afara studioului.

➤ **Marketing și vânzări**

Obiectivele compartimentului de marketing și vânzări sunt: creșterea încasărilor din publicitate, întărirea comunicării cu mediul extern și creșterea notorietății.

Vânzări de publicitate în anul 2014:



➤ Activitatea economică

Situația comparativă a cheltuielilor TVR Tg.Mureș 2013/2014:

Perioada de raportare	Cheltuieli directe	Cheltuieli indirecte	Cheltuieli generale	Total cheltuieli
Sem.I 2013	1.746.234	523.139	214.734	2.484.107
Sem.I 2014	1.822.620	589.814	286.729	2.699.163
Sem.II 2013	1.952.112	606.904	238.184	2.797.200
Sem.II 2014	1.400.306	608.734	164.865	2.173.905
AN 2013	3.698.346	1.130.043	452.918	5.281.307
AN 2014	3.222.926	1.198.548	451594	4.873.068

Cheltuieli cu salariile de personal:

AN 2013	3.412.986
AN 2014	3.325.278

Numărul mediu de personal:

AN 2013	60
AN 2014	59

Onorarii colaboratori (drept autor, drept conex, convenții civile):

AN 2013	235.723
AN 2014	250.023

Venituri

An	Publicitate	Sponsorizări	Venit. Taxă	Alte Venituri	TOTAL VENITURI
2013	8.651	15.100	4.813	6.653	35.217
2014	33.287	40.580	567.273	42.042	683.182

2.7.Casa de Producție TVR

Principalul obiectiv al Casei de Producție TVR (CP) este realizarea de producție pentru canalele TVR 1, TVR 2, TVRi, TVR HD și pentru Studiourile teritoriale.

Activitatea Casei de Producție urmărește trei principii de bază:

- ✓ producțiile să fie atractive pentru canalele TVR, astfel încât acestea să fie interesate să le difuzeze;
- ✓ să corespundă calitativ standardelor naționale și internaționale, astfel încât să prezinte interes și pentru concursurile/festivalurile interne și/sau externe;
- ✓ să fie „vandabile”, atât din perspectiva atragerii de fonduri, cât și a spațiului publicitar aferent.

Casa de Producție TVR a reușit ca, din anul 2013, să ofere din nou publicului teatru de televiziune. Anul 2014 a fidelizat spațiul de luni seara, de pe TVR 2, dedicat teatrului, pe acest lucru bazându-se strategia de promovare atractivă creată în jurul producțiilor proprii și producțiilor de arhivă.

➤ Activitate editorială

Casa de Producție (CP) TVR a furnizat, în anul 2014, aproximativ 20 de mii de minute de emisie și a relansat teatrul de televiziune prin reintroducerea în grilă a teatrului în fiecare zi de luni, în intervalul orar 20.00 – 22.00, în acest sens TVR/CP fiind singurul ofertant de piața audiovizuală din România. Producția de teatru TV realizată în anul 2014, difuzată în premieră la TVR 2, a fost completată de valorificarea producțiilor de teatru din arhivă.

O altă latură importantă a producției CP este dedicată filmelor documentare despre teatre și festivaluri, evenimente artistice, culturale. S-au produs filme documentare și s-au demarat procedurile de found raising în vederea inițierii în 2015 a unui proiect de serial de televiziune.

Proiecțiile realizate de/prin Casa de Producție au fost difuzate în premieră și de canalul TVR 1, conform liniei sale editoriale specifice: gale, producții de tip retrospectiv, emisiuni de cultură teatrală și cinematografică, evenimente spectacol ale uniunilor de creație din România – denumite generic în proiectul managerial al Casei de Producție - „gala-frame”, filme documentare.

➤ **Proiecte realizate**

Proiectul managerial al Casei de Producție este structurat pe categorii de programe, iar în cele ce urmează, proiectele realizate sunt prezentate din această perspectivă:

1. Programul „docu-mentor” - program de documentare de autor și documentare de marcă

a) Experimen-tele-Viziunii - proiecte de dezvoltare a limbajului vizual

REGIZOR	TITLU PROIECT	STADIU ACTUAL	TIP PRODUCȚIE
Șerban Marinescu	Autoportret Ștefan Iordache	post-producție	coproducție
Andrei Măgălie	Shakespeare by&by Căciuleanu	difuzat TVR 2	producție proprie
Tom Wilson	The București Experiment	în portofoliu	parteneriat

b) primatul

REGIZOR	TITLU PROIECT	STADIU ACTUAL	TIP PRODUCȚIE
Vasile Alecu	Dincolo de moarte... iubirea - 8 episoade	difuzat TVR2	producție proprie
Ana Preda	Filipovenii și cazacii lui Nekrasov – partea I	în producție	producție proprie
Cornel Mihalache	TVR la zidul revoluției	difuzat TVR1, TVR HD	producție proprie
Oana Drăgulinescu	Noi dăm tonul!	în portofoliu	coproducție
Cornel Mihalache	In memoriam Aurel Manea	în producție	producție proprie

c) premium - acele proiecte care prin tematica, abordarea și maniera de tratare depășesc cadrul standard al producțiilor documentare tip pentru canale

REGIZOR	TITLU PROIECT	STADIU ACTUAL	TIP PRODUCȚIE
Tudor Chirilă	Blachina-Vlaherne	în portofoliu	producție proprie
Violeta Gorgos	Lume, ia-mă-n brațe, eu vin	post-producție	coproducție
Alexandru Solomon	România lui...	pre-producție	coproducție

2. Programul „do-cu-dram” - program de creativitate

REGIZOR	TITLU PROIECT	STADIU ACTUAL	TIP PRODUCȚIE
Iulian Foișor	Cele mai frumoase teatre (titlu de lucru)	pre-producție	producție proprie

3. Programul „cine-viziune” - filmul de ficțiune în producția televiziunii publice

REGIZOR	TITLU PROIECT	STADIU ACTUAL	TIP PRODUCȚIE
Andy Lupu	Ceașescu Jr.(tinerețea lui Ceașescu)	pre-producție	coproducție

4. Programul „seri-ale-tvr” - seriale tv în producția televiziunii publice

REGIZOR	TITLU PROIECT	STADIU ACTUAL	TIP PRODUCȚIE
-	Seriale de televiziune prelucrate în vederea difuzării din Arhiva de Aur TVR	11 seriale difuzate pe TVR 2 3 seriale difuzate pe TVR 3	Arhiva de Aur TVR

5. Programul „tele-drama-nova” - programul lansării dramaturgiei contemporane

REGIZOR	TITLU PROIECT Autor	STADIU ACTUAL	TIP PRODUCȚIE
C-tin Dicu	Secunda doi Scenariu: Ernest Fazekas	difuzat TVR 2	producție proprie
Cezar Ghioca	Al Dvs., Orson Welles Richard France	producție	producție proprie

Bobi Păunescu, Gini Ignat	Profu' de religie Mihaela Michailov	preproducție	preluare

6. Programul „tele-spect-actor” - program al diversității de genuri teatrale în/pentru televiziune

REGIZOR	TITLU PROIECT Autor	STADIU ACTUAL	TIP PRODUȚIE
		Difuzate: TVR 2 34 spectacole TVR 3 27 spectacole TVR I 37 spectacole	Spectacole de teatru din arhiva de aur a TVR
Dominic Dembinski	„Poveste de iarnă” W. Shakespeare	Difuzat TVR 2	producție Proprie
Tudor Chirilă	„Buzunarul cu pâine” Matei Vișniec	post-producție	producție proprie
Vitalie Lupașcu	„Salonul 6” A.P. Cehov	post-producție	producție proprie
Yuri Kordonski, Gini Ignat	„Unchiul Vanea” A.P. Cehov	difuzat TVR2	coproducție
Gigi Căciuleanu Andrei Măgălie	„Carmina Burana” Carl Orff	difuzat TVR2	Co-producție
Gigi Căciuleanu Andrei Măgălie	„Folia”, Shakespeare&co	difuzat TVR2	coproducție
L. Bocsardi Silviu Jicman	„Hamlet” W. Shakespeare	post-producție	preluare
Alexandru Măgălie	„Emigranții” Slawomir Mrozek	post-producție	preluare
Dominic	„Trei surori”	în producție	preluare

Dembinski	A.P. Cehov		
-----------	------------	--	--

7. Programul „tele-mic” - programul de producții dedicate copiilor

REGIZOR	TITLU PROIECT Autor	STADIU ACTUAL	TIP PRODUȚIE
Mihai Manolescu	„Războiul bucatelor” Ioan Gârmacea	post- producție	preluare
Rosamunde Hutt	„Crăiasa zăpezii” H. C. Andersen	pre- producție	preluare

8. Programe speciale

I. „25 + 25” - (1964-1989 & 1989-2014) - proiecte de invocare prin oglinda teatrului, filmului și televiziunii a anomaliilor unui sfert de veac de dictatură ceaușistă.

REGIZOR	TITLU PROIECT	STADIU ACTUAL	TIP PRODUȚIE
Cornel Mihalache	„Canalul” de E. Kincses	difuzat TVR2	producție proprie
Jon Gostin	„Vinovatul” Ion Băieșu	difuzat TVR2	producție proprie
Ionuț Cărpătorea	Protestez După 25 de ani	difuzat TVR1	producție proprie

II. „gala-frame” - abordarea domeniului film, televiziune, teatru și muzică, într-o manieră creativă și contemporană/.../realizarea unor înregistrări cu amprentă distinctă.

REGIZOR	TITLU PROIECT	STADIU ACTUAL	TIP PRODUȚIE
Iulian Foisor	Teatrul Mic 50	post- producție	producție proprie Arhiva TVR
Ada Ichim	Gala tânărului Actor HOP 2014	post- producție	preluare
Iulian Foisor	Festiv. Teatru scurt Oradea 2014	post- producție	preluare
Andrei Măgălie	Festivalul Ion Creangă 2014	post- producție	preluare
Alexandru Măgălie	Festivalul Național de Teatru – 5 episoade/ Agenda Festival - 4	post- producție	preluare

	episoade		
Ada Ichim Emese Vigh	Festivalul Interferențe Cluj Napoca 2014	post- producție	coproducție

9. Alte proiecte/activități realizate de Casa de Producție TVR

REGIZOR	TITLU PROIECT	STADIU ACTUAL	TIP PRODUCȚIE
Cecilia Melinescu	Discover România - 25 episoade	difuzat TVR I	producție proprie
Titi Dincă	Post meridian	difuzat TVR 1	producție proprie
Emilia Nicolăescu	Oameni locuri și comori 20 episoade	pre-producție	producție proprie
Daniela Ciolan	Portrete	difuzat TVR I	producție proprie

➤ Relații internaționale

Casa de Producție TVR, atât ca structură, cât și prin activitatea membrilor echipei, a contribuit la demersurile celorlalte structuri interesate în exploatarea oportunităților internaționale, fiind, printre altele:

- promotor al relațiilor cu organizații profesionale precum URTI, CIRCOM - participant la selecții, jurizări, dar și ca producător în cadrul URTI;
- competitor premiat la CIRCOM, la Roma;
- coproducător al mai multor producții internaționale.

La finalul anului 2014, Casa de Producție a reiterat propunerea adresată URTI de a completa catalogul anual cu un nou capitol: teatru TV/teleplay, trimițând și mostre din oferta recentă a TVR.

➤ Marketing și promovare

Programele realizate de Casa de Producție TVR au fost susținute în acest timp prin activități de marketing și promovare, cu implicarea departamentelor și a serviciilor de profil din cadrul SRTv (Marketing, Promo, promovarea online și pe rețelele de socializare).

În scopul atragerii de fonduri, Casa de Producție TVR a realizat, în colaborare cu compartimentul de Marketing materiale de prezentare ale proiectelor sale, evidențiind rolul său în educarea și formarea telespectatorilor. Prezentările sunt utilizate nu doar în demersurile de atragere de fonduri ci și în relațiile publice /activitățile PR, în raporturile cu instituții publice, agenți economici, corporații multinaționale, reprezentanțe diplomatice etc.

Pentru spectacolele premium ale Casei de Producție, au fost propuse și executate campanii de lungă durată, cu materiale diferite, atât pentru difuzarea pe TVR 2, cât și online (teaser, promovare în cadrul unor emisiuni cu profil cultural, promovare în cadrul

programelor informative, Youtube, Facebook). Pentru spectacolele de arhivă s-au realizat spoturi de promovare punctuală. Pentru a optimiza și eficientiza procesul de promovare, Casa de Producție a propus săptămânal un pre-montaj de 6-8 min. și sugestii de text pentru spoturile punctuale ale fiecărui spectacol.

Casa de Producție a construit o strategie de gestionare a promovării serilor de teatru tv, a cărei implementare rămâne o țintă pentru perioada următoare.

Prin intermediul site-ului, pentru prima oară în istoria teatrului de televiziune, s-a făcut cross promotion, cu beneficii importante pentru imaginea teatrului de televiziune.

Datorită platformei tvrplus.ro, este posibilă difuzarea online a produselor Casei de Producție. Astfel, iubitorii de teatru au posibilitatea de a urmări online pe tvrplus.ro producțiile noi ale Casei, care dețin drepturi de difuzare și/sau de stocare online pentru TVR (vizionare fără posibilitatea de downloadare a materialelor video).

✓ Relația cu presa

În 2014 s-a putut observa o îmbunătățire vizibilă a relației cu presa datorită reflectării constante a activității CP în/de către presa de specialitate. Principalele puncte de interes în promovarea Casei de Producție TVR au fost: promovarea pe site-ul oficial www.tvr.ro (prin informații legate de activitatea și de programele Casei), organizarea de evenimente cu proiecții în avanpremieră ale producțiilor recente și realizarea și transmiterea de comunicate de presă cu privire la activitatea Casei de Producție, redactarea și distribuirea materialelor despre producțiile CP (documentare, teatrul tv în reluări/Arhiva de Aur), postările diferitelor informații despre repertoriul Casei pe site-ul www.tvr.ro, pentru un acces mai bun și o utilitate mărită.

Casa de Producție TVR a demarat și o serie de întâlniri desfășurate sub forma proiectării producțiilor sale recente în avanpremieră. Principalele obiective care stau la baza acestei inițiative sunt: promovarea proiectelor realizate de Casa de Producție și difuzate de canalele TVR, informarea publicului cu privire la activitatea Casei de Producție, stabilirea și menținerea unei comunicări eficiente cu jurnaliștii, criticii și cu diferitele personalități din sfera culturală (teatru, film etc.) și fidelizarea publicului telespectator. Printre inițiativele desfășurate de Casa de Producție se numără și pregătirea și diseminarea prezentării producțiilor noi, realizarea de materiale vizuale pentru întâlnirile/vizionările organizate pentru producțiile noi, precum și realizarea, de articole și/sau scurte interviuri pentru site-ul www.tvr.ro (secțiunea dedicată Casei de Producție), pentru promovarea diferitelor producții.

Fiecare premieră beneficiază de o proiecție publică, de regulă la sediul unor instituții partenere, astfel încât presa să promoveze, anterior difuzării, producțiile noi. Articolele din presă, comunicatele duble către presă și specialiștii media (ale proiecției publice și a difuzării) au asigurat o promovare mai agresivă, necesară activității Casei de Producție.

✓ **Implicarea Casei de Producție în evenimentele din domeniul artei teatrale**

Prezența Casei de Producție la cele mai importante evenimente ale breslelor din domeniile de activitate (aniversări, festivaluri, gale, concursuri/competiții de teatru, film), participarea activă la cele mai multe dintre aceste evenimente - sunt metode eficiente ale comunicării relansării producției de teatru TV. SRTv, prin Casa de Producție, a participat în calitate de coproducător/coorganizator sau partener la evenimente, precum: Festivalul Național de Teatru 2014, Festivalul de Teatru Ion Creangă, Gala Tânărului Actor HOP, Festivalul de Teatru Scurt Oradea, aniversarea a 50 de ani de la înființarea Teatrului Mic, Gala Națională de Poezie, Festivalul Internațional de Teatru Interferențe Cluj Napoca etc.

În anul 2014, în urma (co)implicării Casei de Producție TVR în evenimentele enumerate mai sus, a fost obținută, în urma negocierilor, preluarea liberă de drepturi a unor spectacole remarcabile din repertoriul mai multor teatre din România.

✓ **Consiliul Artistic**

Pe parcursul anului 2014 au continuat informările cu organismul consultativ al Casei de Producție care are în componență personalități din fiecare domeniu de activitate. Membrii consiliului sunt la rândul lor formatori de opinie, lucru care a condus și la o conștientizare nuanțată a ofertei TVR către beneficiarii secundari și terțiari, inițiate/gestionate de către CP.

Informările de presă și implicarea concretă în activitatea de promovare a Casei au presupus o colaborare continuă cu colegii din structurile responsabile pentru respectivele domenii.

➤ **Coproducții**

Realizarea în coproducție a unor opere audiovizuale este unul dintre dezideratele principale ale managementului Casei de Producție. Prin căutarea permanentă a unor parteneri în scopul dezvoltării metodei coproducției au fost urmărite, în principal, două scopuri: reducerea costurilor de producție și dezvoltarea unor parteneriate de durată cu actori importanți din peisajul cultural-artistic din România. Astfel, în 2014, Casa de Producție TVR și-a propus să schimbe paradigma implicării televiziunii publice în diversele evenimente, armonizând astfel obligațiile sale izvorâte din misiunea publică și costurile aferente resurselor necesare oricărei implicări. Indiferent că a fost vorba de aniversarea unei instituții de spectacol, de un festival sau de reflectarea unui eveniment singular, criteriile pe baza cărora a fost acceptată implicarea au fost legate de echilibrarea drepturilor și obligațiilor ambelor părți. Această abordare în majoritatea cazurilor a condus la creșterea numărului de produse livrabile oferite canalelor difuzor și la creșterea timpului de emisie acoperit.

O parte din producțiile CP sunt derulate în parteneriat cu studiourile teritoriale: cu TVR Tîrgu-Mureș a fost coprodus „Protestez” - film documentar în regia lui Ionuț

Cărpătorea – și a fost realizat filmul dedicat Galei Naționale de Poezie; cu TVR Iași este planificată o producție dedicată Primului Război Mondial în regia lui Titi Dincă. TVR Iași este reprezentat de Violeta Gorgos în coproducția cu OWH Studio din Chișinău a filmului documentar „Lume, ia-mă-n brațe, eu vin”. Filmul este posibil să intre în circuitul festivalier în primăvara 2015. Toate producțiile noi sunt difuzate și pe TVR HD și o parte importantă ajunge pe TVR+.

Din dialogul cu diverși beneficiari secundari a rezultat un număr considerabil de produse marca CP, în două categorii distincte: filme (documentare, reportaje speciale, colaje aniversare) și teatru TV în preluare. În urma acestor parteneriate au intrat în arhiva TVR spectacole valoroase din repertoriul actual al teatrelor și au fost realizate mai multe filme documentare dedicate celor mai importante manifestări teatrale la nivel național.

CP a colaborat cu organizatorii următoarelor festivaluri: Festivalului Internațional de Teatru Scurt Oradea, Festivalul de teatru pentru copii 100, 1000, 1 000 000 de povești și Festivalul Interferențe Cluj. Aceste colaborări au mai adus în portofoliul TVR și alte preluări de spectacole.

CP a încheiat parteneriate cu Ambasada Poloniei - Secția culturală - Institutul Polonez din București, care a suportat o parte din costurile privind drepturile de autor pentru două spectacole de teatru: „Groapa cu nisip” de Michal Walczak (UAT Tg. Mureș) și „Emigranții”, regia de Slawomir Mrozek (Teatrul Arca – clubul „La scena”, București).

Coproducțiile internaționale au dus sigla Casei de Producție TVR pe posturile publice de televiziune din Europa și în cadrul competițiilor internaționale de profil. Activitatea și proiectele Casei de Producție TVR au fost prezentate în catalogul Disbook pentru ediția târgului DISCOP 2014. Producțiile CP au participat la evenimente și festivaluri, atât pe plan național, cât și în competițiile internaționale: Gala Premiilor UNITER („Hedda Gabler”, regia Dominic Dembinski, „O noapte furtunoasă”, regia Mihai Manolescu, „Efectul Genovese”, regia John Gostin); CIRCUM și URTI („Stegozaurii”, regia Cornel Mihalache); Festivalul Internațional de Film ALTER NATIVE („Canalul”, regia Cornel Mihalache), ASTRA FILM FEST („Masacrul de la Fântâna Albă”, regia Lucia Hossu Longin); Festivalul ProCult Film de la Roma („Vama Veche veche”, regia Tudor Chirilă); Seoul International Drama („Hedda Gabler”, regia Dominic Dembinski). De altfel, acest din urmă titlu a adus primul premiu în portofoliul Casei de Producție - Cel mai bun spectacol de teatru tv, urmat de „Stegozaurii”, care a obținut Prix CIRCUM COMMENDED, Best Original Category. Premiul pentru cel mai bun film documentar în cadrul Galei GOPO 2014, acordat filmului „The București experiment”, regia Tom Wilson, aparține și Casei de Producție TVR care este partener la producția acestui documentar.

➤ Cofinanțări

În baza O.G. nr. 39/2005 TVR (co)finanțează producțiile câștigătoare la CNC, sprijinind direct cinematografia autohtonă și producătorii independenți de film din România. Toate procedurile de implementare a acestei ordonanțe se derulează prin Casa de Producție TVR. CP susține producția de film documentar prin coproducții încheiate direct cu producătorii independenți de film și prin colaborări cu instituții internaționale și posturi publice de televiziune din Europa în producția filmului documentar.

Din contractele de finanțare a unor producții precum „Maurovlahica”, „Masacrul de La Fântâna Albă” sau „Vlacherne-Blachina” au rezultat câte 500 de DVD-uri realizate de Casa de Producție. Chiar dacă ele nu sunt destinate comercializării, ajung la un public deosebit de important prin grija partenerilor, MAE și, respectiv DRRP, în diaspora.

➤ Buget

La o privire de ansamblu a execuției bugetare a Casei de Producție în anul 2014 se poate observa că în 2014 a avut loc o diminuare a alocării bugetare cu 23,6 % față de paradigma cuprinsă în proiectul managerial, iar veniturile atrase în bugetul TVR în 2014 au fost de aproximativ șase ori mai mari față de cele propuse.

În ceea ce privește atragerea veniturilor în SRTv de Casa de Producție, dacă analiza bugetului se extinde la întreaga gamă a resurselor pe care le-a mobilizat managementul CP în 2014, se pot observa venituri consistente prin care a fost degrevat cash-flow-ul SRTv. Cu titlu de exemplu: sponsorizări în servicii (hoteliere, consultanță de specialitate), spații pentru filmări/evenimente cu sau fără tehnica aferentă; plata direct către titular a drepturilor de autor; decoruri și costume, recuzită și accesorii (cu sau fără asistență) în cazul coproducțiilor; întregul buget de producție în cazul acelor coproducții la care CP TVR a participat doar cu post-producția șamd.

Cu mici ajustări/virări de credite, alocațiile primite de la bugetul corporatist au fost utilizate cu respectarea destinației și limitelor lor. Managementul financiar al producției (înstituit începând din octombrie 2013) a generat o activitate mult mai echilibrată în 2014 față de anul precedent. Dacă proiectele primelor trei trimestre ale anului 2013 (perioada februarie-septembrie) au consumat integral alocația inițială și parte a rectificării primite, permițând doar foarte puține producții noi în trimestrul IV, în 2014, fiecare trimestru a avut proiecte de anvergură în toate domeniile, atât în platouri cât și în locații naționale și nu numai.

Din cauza măsurilor de austeritate propuse pentru vara 2014, managementul Casei de Producție a fost nevoit să întrerupă producții teatrale aflate în repetiții, să refacă planul de producție, să amâne sau chiar să renunțe la punerea în operă a unor convenții de producție. Totuși, în limitele impuse de buget s-a reușit crearea unui repertoriu valoros pentru teatrul de televiziune – aducând spectacole de dramaturgie contemporană și clasică, montări curajoase prin abordarea regizorală și prin tematică.

Preluările de teatru cresc valoarea portofoliului, fiind conservate unele dintre cele mai importante spectacole ale momentului. Exploatarea resurselor interne de care dispune SRTv (imaginile de arhivă, mijloacele tehnice) a făcut posibilă prezența Casei de Producție pe genericele unor filme documentare importante pentru televiziunea publică, dar și pentru piața media europeană.

2.8.Emisiuni pentru minorități naționale

Televiziunea Română realizează și difuzează programe despre și pentru minoritățile naționale din România, acest lucru fiind parte a misiunii sale de serviciu public, așa cum este reglementată de Legea 41/1994 privind funcționarea SRR și SRTv. Emisiunile sunt realizate de Departamentul Emisiuni pentru minoritățile naționale de la studioul central și de echipele de la stațiile teritoriale ale TVR. Emisiunile pentru minoritățile naționale reflectă specificul fiecărei naționalități și multitudinea formelor de exprimare, dar vizează și o mai bună cunoaștere și comunicare între grupurile etnice. Astfel, emisiunile sunt traduse și subtitrate în limba română și pot fi urmărite de toți telespectatorii, indiferent de naționalitate.

2.8.1.Emisiunile în limba maghiară

În anul 2014, Secția Maghiară a TVR a produs săptămânal 290 de minute efective de emisie pentru canalele TVR 1, TVR 2 și TVR 3, beneficiarul principal fiind minoritatea maghiară din România.

Ponderea emisiunilor în limba maghiară însumează aproximativ 2% din durata totală de emisie a postului național. Pe o piață media competitivă, programele în limba maghiară ale televiziunii publice au respectat statutul de serviciu public al TVR. Acoperind în mod echilibrat toate genurile producției tv, emisiunile în limba maghiară au urmărit informarea corectă, promovarea valorilor, încurajarea gândirii critice și implicarea responsabilă a comunității maghiare, dar și difuzarea de divertisment de calitate.

Emisiunea în limba maghiară (ELM) este subtitrată integral în limba română. Astfel, atât populația majoritară română, cât și celelalte grupuri etnice se pot regăsi în categoria publicului beneficiar. Prin urmare, Emisiunea în limba maghiară îndeplinește și rolul de liant între maghiari și români, respectiv maghiari și alte etnii. Emisiunea este una de audiență generală, dar cu un target specific.

➤ Programele și durata emisiunilor

În anul 2014, Secția Maghiară a produs un total de **290** de minute de emisie pe săptămână pe programele TVR 1, TVR 2 și TVR 3.

Maghiara de pe unu – TVR 1

- ediția de luni, respectiv de marți: 15:30 - 17:00 (fiecare ediție având durata efectivă de 73 de minute)

TVR1 – 2014			
Luna	Ediții	Minute	Total minute
Ianuarie	8	73	584
Februarie	7	73	511
Martie	8	73	584
Aprilie	9	73	657
Mai	8	73	584
Iunie	9	73	657
Iulie	10	73	730
August	8	73	584
Septembrie	10	73	730
Octombrie	7	73	511
Noiembrie	8	73	584
Decembrie	9	73	657
	101	876	7.373

De joi până joi: 13:00 - 14:00 (durata efectivă: 48 de minute)

TVR 1-DE JOI PÂNĂ JOI - 2014			
Luna	Ediții	Minute	Total minute
Ianuarie	4	48	192
Februarie	4	48	192
Martie	3	48	144
Aprilie	4	48	192
Mai	4	48	192
Iunie	3	48	144
Iulie	4	48	192
August	4	48	192
Septembrie	4	48	192
Octombrie	4	48	192

Noiembrie	4	48	192
Decembrie	3	48	144
	45	576	2.160

Cultura minorităților naționale – TVR 2

- ediția de joi, respectiv de vineri: 14:30 - 15:00 (fiecare ediție având durată efectivă de 24 de minute)

TVR 2 – 2014			
Luna	Ediții	Minute	Total minute
Ianuarie	7	24	168
Februarie	6	24	144
Martie	8	24	192
Aprilie	8	24	192
Mai	10	24	240
Iunie	8	24	192
Iulie	9	24	216
August	9	24	216
Septembrie	8	24	192
Octombrie	10	24	240
Noiembrie	7	24	168
Decembrie	8	24	192
	98	300	2.352

Toți împreună – TVR 3 - Maghiara de vineri

- ediție de la ora 11:50 (durată efectivă: 48 de minute).

De asemenea, echipa Secției Maghiare face și o selecție din programele proprii pentru grilele TVR Târgu Mureș, în zilele de miercuri.

Programul săptămânal al emisiunilor în limba maghiară produse și difuzate în 2014 din București

Canal	Titlu	Zi	Interval orar	Durata/efectivă	Observații
TVR 1	„Maghiara de pe unu”	Luni	15.30-17.00	90 min./73 min.	
		Marti	15.30-17.00	90 min./73 min.	
		Joi	13.00-14.00	60 min./48min.	
TVR 2	„Maghiara de pe doi”	Joi	14.30-15.00	30 min./24 min.	Titlu generic: „Cultura minorităților”
		Vineri	14.30 – 15.00	30 min./24 min.	
TVR 3	„Maghiara de vineri”	Vineri	12.00-12.50	60 min./48 min.	Titlu generic: „Toți împreună”

Total: 290 min/săptămână

➤ **Strategia editorială**

Strategia editorială a Emisiunii în limba maghiară prevede o delimitare a edițiilor din punct de vedere al tematicii dominante.

Maghiara de pe unu (TVR1, ediția de luni) se axează pe realitățile sociale și politice ale comunității maghiare din România. Rubricile ediției de luni sunt următoarele:

- Pauza Mare – rubrică destinată elevilor și profesorilor;
- Pe ordinea zilei – interviu pe subiecte politice;
- Stare de fapt - rubrică de reportaje și anchete;
- Calea brusturelui – documentar (turistic și ecologic);
- Probleme existențiale – rubrică lunară, pe subiecte sociale;
- Savanți și inventatori - serial de filme documentare;
- Cafeneaua imaginară - tribună a intelectualilor maghiari de vârf, această rubrică a dobândit reputație și faimă considerabilă în mediile academice și nu numai;

În afară de rubricile consacrate ale ediției de luni, sunt prezente diverse reportaje, documentare, interviuri, evenimente (tabere, festivaluri, lansări), ediții speciale - de sărbători (Crăciun, Paște, Rusalii), comemorări și momente omagiale dedicate personalităților istorice, culturale și științifice ale minorității maghiare, evenimente politice majore (alegeri, relații româno-maghiare) etc.

Maghiara de pe unu (TVR1, ediția de marți) se axează pe aspecte culturale. Subiectele principale sunt: religie, arhitectură, muzeografie, literatură, arte plastice, film, teatru.

Rubricile emisiunii:

- Vechi Biserici din Ardeal – documentare despre monumente istorice;
- Calea, viața, adevărul – rubrică spirituală;
- Atelier – portrete de intelectuali și artiști;

- Meserii - rubrică de meserii date uitării;
- Podium – rubrică de teatru;
- Cine-Ma - agendă cinematografică;
- Manu propria – decorații confecționate manual;
- Merinde – rubrică de familie;

Pe lângă rubricile curente, sunt prezentate și actualitățile culturale din București și din țară: vernisajele expozițiilor de arte plastice și fotografie, festivaluri de filme, înregistrarea și transmiterea unor evenimente/spectacole - teatru, concerte, concursuri, spectacole de gală, divertisment, etc.

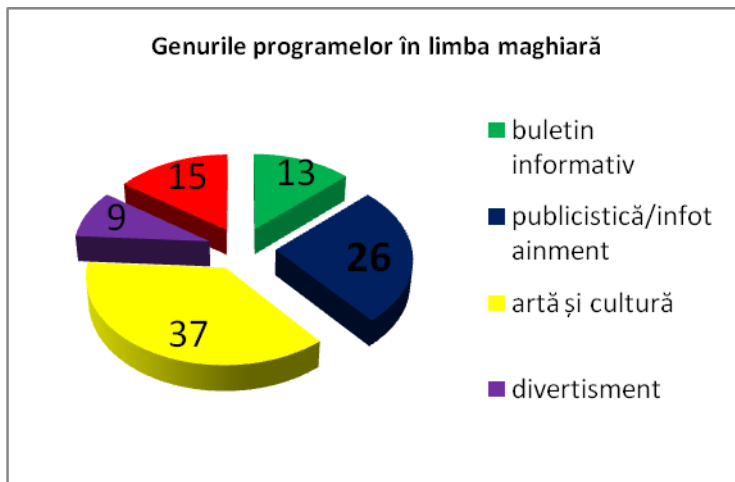
De joi până joi (TVR 1) este o emisiune de tip magazin, care face o selecție a evenimentelor săptămânii, prezintă un calendar al evenimentelor viitoare și, alegându-și unul sau mai multe subiecte, le dezbate cu invitați în studio. Magazinul prezintă totodată copii și tineri talentați. „De joi până joi” se remarcă printr-o atmosferă relaxantă, de „siesta”.

Cultura minorităților (TVR 2 - ediția de joi) se axează pe cultură, tratând subiecte legate de teatru, muzică, literatură, film, iar ediția de vineri este una de life-style, în care telespectatorii găsesc subiecte legate de petrecerea timpului liber, de hobbyuri etc.

Toți împreună – TVR3 - Maghiara de vineri prezintă o selecție din emisiunile Secției maghiară, în redifuzare.

➤ **Emisiunile difuzate după clasificarea EBU**
Genuri, durate și procente:

Genul programului	Durată anuală (ore)	(%)
buletin informativ	33	13
publicistică/infotainment	65	26
artă și cultură	91	37
Divertisment	21	9
știință și educație	38	15
TOTAL	248 h	100%



Emisiunea în limba maghiară reflectă și respectă criteriile serviciului public de televiziune. Prin proiectele sale destinate minorității maghiare, ELM prezintă realitățile vieții social-politice, economice și culturale specifice etniei, promovează, în mod competent și cu exigență, valorile limbii și culturii maghiare. Emisiunea a păstrat constanța orelor de începere, care este benefică în păstrarea publicului țintă. Orele de difuzare sunt însă în afara prime time-ului, populația activă neavând posibilitatea urmării emisiunilor respective, lucru care se reflectă atât în datele de audiență mai slabe, cât și în disponibilitatea eventualilor parteneri de sponsorizare.

➤ Promovare

Promovarea Emisiunii în limba maghiară se face prin:

- **În cadrul emisiunii:** difuzarea avanpremierii în cadrul fiecărui program, un promo de aproximativ 2 minute, ce conține sumarul emisiunilor viitoare.
- **În presa maghiară:** promovarea programului Emisiunii în limba maghiară în diferite publicații, de la cotidiene la săptămânale, respectiv în media online
- **Pe site-ul propriu:** <http://www3.tvr.ro/magyar/>
- **Pe rețele sociale:** <https://www.facebook.com/A.magyar.adas>

Prin intermediul site-ului propriu (www.magyaradas.ro, www.3.tvr.ro/magyar), publicul poate accesa emisiunile complete, la maximum 90 de minute după difuzarea lor pe post. Pe lângă conținutul audiovizual, site-ul Emisiunii în limba maghiară conține și informații sub formă de text (bilingv), asigurând astfel o furnizare nemijlocită de informații către publicațiile online, către presa scrisă, către asociații culturale și comunități locale maghiare. Secția Maghiară are astfel o politică de promovare a diferitelor tipuri de parteneriate și colaborări.

Site-ul Emisiunii în limba maghiară funcționează corelat cu pagina oficială de facebook ELM (<https://www.facebook.com/A.magyar.adas>), conținutul paginii rețelei de socializare este întotdeauna actualizat și sincronizat cu cel al site-ului, oferind, pe lângă link-urile care trimit către emisiunile de pe site, și conținutul integral al avanpremierelor.

Site-ul Emisiunii în limba maghiară se bazează, pentru furnizarea materialelor audio-vizuale, pe platforma digitală TVR+.

2.8.2.Emisiunile în limba germană

Emisiunile în limba germană ale televiziunii publice sunt difuzate pe canalele TVR 1, TVR Cluj, TVR Timișoara și TVR Tîrgu Mureș.

Canalul TVR 1 difuzează „Akzente” (joi, de la 15.30-17.00) și „Germana...la 1” (luni, de la 13.00-14.00). Ambele emisiuni sunt difuzate și pe platforma www.tvrplus.ro. De asemenea există emisiuni și pe grilele posturilor TVR 2 și TVR 3.

Secția Germană urmărește și se implică în viața socială și culturală a minorității germane în scopul păstrării identității etnice a persoanelor aparținând acestei minorități. Emisiunile în limba germană se adresează în primul rând minorității germane din România, dar, pentru că sunt subtitrate, pot fi urmărite și de publicul larg interesat de cultura și tradiția germană. Ele se adresează de asemenea și întreprinzătorilor germani care își desfășoară activitatea în România. Feedback-ul primit prin scrisorile, mailurile și comentariile online, precum și discuțiile directe confirmă acest profil al telespectatorului emisiunilor în limba germană.

Din punct de vedere editorial, Secția Germană își propune furnizarea obiectivă a informațiilor de actualitate, reflectarea tradițiilor și a istoriei, păstrarea identității etnice și atragerea tineretului prin emisiuni specifice.

➤ Programele și durata emisiunilor

În grilele actuale ale TVR, Secția Germană acoperă prin emisiunile realizate un total de 145 minute de emisie pe săptămână pe canalele TVR 1, TVR 2 și lunar 35 de minute emisie pe TVR 3.

TVR 1 - Germana...de la 1 – luni, interval orar 13.00 – 14.00: 48 min. de emisie

TVR 1 – Akzente – joi, interval orar 15.30 - 16.50: 72 min. de emisie

TVR 2 - Cultura minorităților - marti, interval orar 14.30 –15.00: 25 min. de emisie

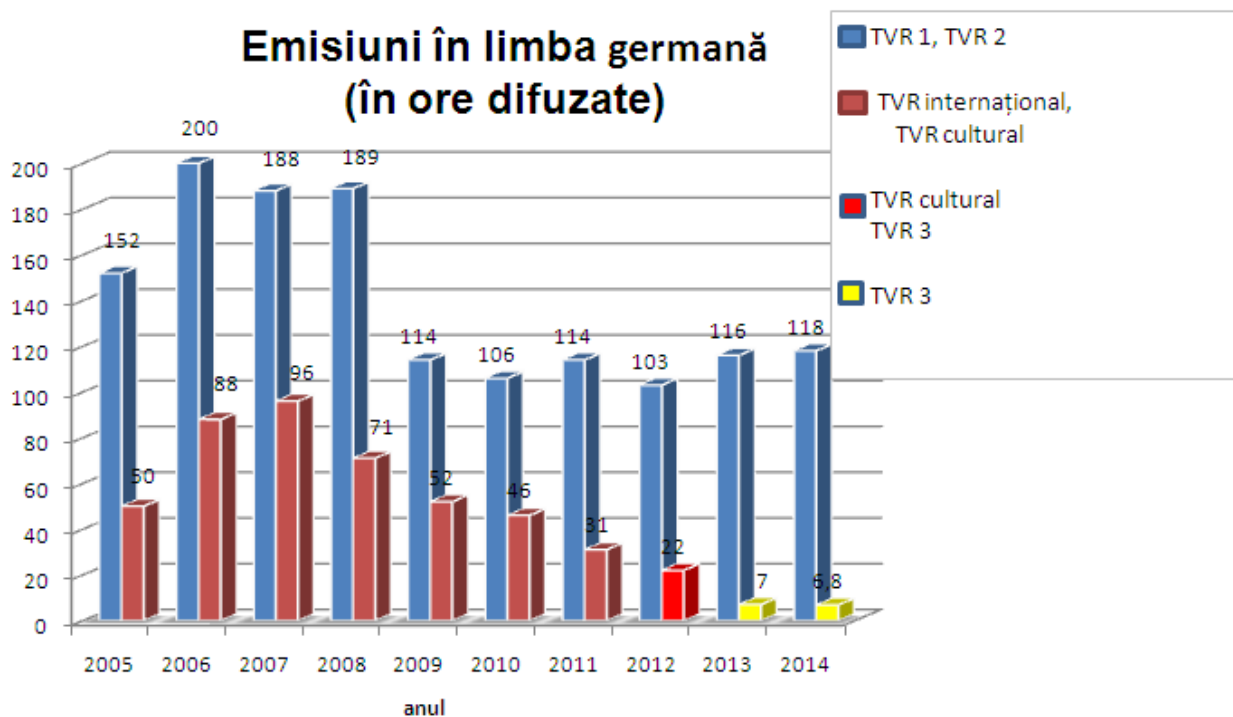
TVR 3 - Toți împreună (lunar) - luni, interval orar 11.30 – 12.05: 35 min. de emisie

Total minute realizate pe săptămână: 155.

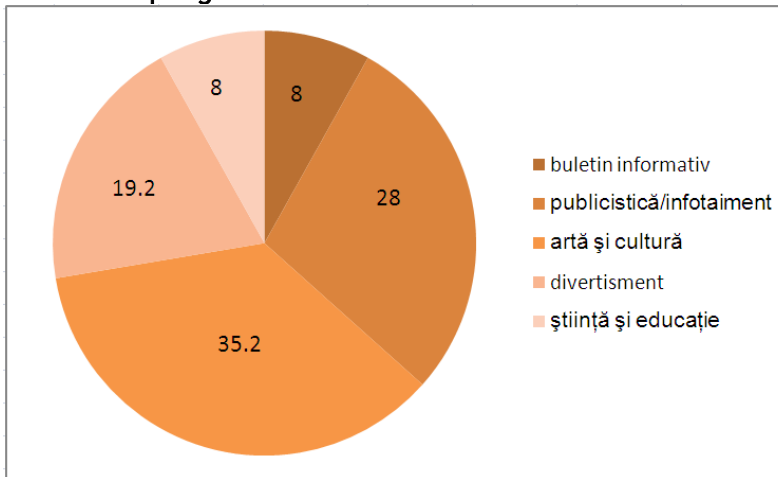
Emisiunile în limba germană produse de Secția Germană

Canal	Titlu	Ziua difuzării	Interval orar	Durață	Observații
TVR 1	Emisiune în limba germană	Joi	15:30-16:50	90min./ 72 min.	Titlu generic: „Akzente”

TVR 1	Emisiune în limba germană	Luni	13.00-14.00	60min./ 48 min.	Titlu generic: „Germana...la 1”
TVR 3	Emisiune în limba germană	Luni	11:30-12:05	40min./ 35 min.	Titlu generic: „Toți împreună”
TVR 2	Emisiune în limba germană	Mărți	14.30-15.00	30min./ 25 min.	Titlu generic: „Cultura minorităților”



Ponderele programelor difuzate conform clasificării EBU



➤ Strategia editorială

Programul principal produs de Secția Germană este emisiunea de joi de pe TVR 1 „Akzente”, difuzată în intervalul orar 15.30-16.50. Emisiunea este în proporție de 90% producție proprie. Formatul este de tip magazin cu prezentare în direct și acoperă o bună parte din genurile clasificării EBU: buletin informativ, publicistică/infotainment, de la știri, reportaj până la documentar.

Punctele de interes ale emisiunilor în limba germană:

- Actualitatea: program săptămânal de știri, revista presei de limbă germană, reportaje de la sărbătorile comunităților germane din România sau din diaspora, o rubrică de prezentare a noilor apariții editoriale de interes pentru telespectatori.
- Istoria: serialul "Ein feste Burg - Cetăți ale credinței", despre bisericile fortificate ale sașilor, seria „Povestiri bucureștene”, care prezintă clădiri, monumente sau personalități bucureștene strâns legate de istoria germanilor din România, documentare de portofoliu (de ex. Procesul scriitorilor 1959, Deportarea în Bărăgan, Moștenirea lui Brukenthal.), portrete (Stefan Jäger, Trude Schullerus, Hans-Otto Roth, Juliana Fabritius-Dancu).
- Păstrarea tradițiilor: prezentarea diferitelor obiceiuri ale minorității germane
- Divertismentul: înregistrări muzicale, momente umoristice, rețete culinare și o rubrică sezonieră de turism.
- Emisiuni de tineret: concurs al formațiilor rock din liceele germane, seria Perspektive în care prezentăm facultățile cu predare în limba germană din diferitele centre universitare.

- Feedback: concursul emisiunii - corespondența conține și observații, propuneri, evaluări ale emisiunilor noastre.

„Germana...la 1”, de pe TVR 1, de luni, de la 13.00-14.00, a continuat seria „Pas cu pas” în cadrul căreia au fost prezentați germani care s-au întors în țară, s-au reintegrat în comunitate și reprezintă adevărate povești de succes. De asemenea, a fost reevaluată arhiva emisiunii pentru a prezenta mai clar evoluția obiceiurilor germanilor din România pentru publicul larg. Tot în acest spațiu este redifuzat, lunar, magazinul de călătorii „Hin und weg” al postului Deutsche Welle.

Secția germană își propune în continuare furnizarea obiectivă a informațiilor de actualitate, reflectarea tradițiilor și a istoriei, păstrarea identității etnice și atragerea tineretului prin emisiuni specifice.

➤ **Promovare**

Emisiunile TVR sunt promovate prin înțelegeri cu ziarele germane din România (Allgemeine Deutsche Zeitung, Hermannstaedter Zeitung, Schwaben Post) și cu ziare din Germania, care se referă la comunitatea germană din țara noastră (Siebenbuergische Zeitung, Banater Post). Promovarea este realizată și prin posturile de radio din România. În anul 2014, au fost promovate, printr-un promo realizat de către TVR și difuzat la ore de maximă audiență, câteva dintre emisiunile speciale ale redacției germane: interviul cu președintele ales al României imediat după alegerile prezidențiale din noiembrie 2014 și un film documentar despre distrugerea bisericii din Dobârca "Sina Tante". Ambele emisiuni s-au bucurat de audiență bună, mai ales pe platforma online www.tvrplus.ro, unde interviul cu președintele ales a avut peste 5.000 de vizualizări.

Emisiunea în limba germană a avut o prezență activă la conferințele de specialitate, atât în țară, cât și în străinătate, prin prelegeri, prin prezentări și prin filme documentare. Merită menționate parteneriatele media realizate la Bookfest 2014, la Zilele culturale din Satu Mare și Timișoara, prezența la întâlnirile oamenilor de afaceri germani din Cluj, Sibiu, Satu Mare, Timișoara, participarea la seminarul de filme documentare din Bad Kissingen – Germania, la întâlnirile sașilor și șvabilor din Germania și Austria.

Emisiunea în limba germană a fost partener media la următoarele evenimente: Oktoberfest la Cluj, Sibiu și Brașov, Festivalul de dansuri populare din Heidenheim Germania, Întâlnirea sașilor de la Sighișoara, 60 de ani de Teatrul German de Stat din Timișoara, la premiera diferitelor piese germane de teatru la Sibiu și Timișoara și multe altele.

➤ **Resurse umane**

Secția Germană folosește, pe lângă personalul editorial (reporteri, redactori, realizatori) și personalul artistic (director imagine, cameramani, editor imagine) și traducători, care asigură traducerea și subtitrarea în limba română a emisiunilor. Din punct de vedere editorial și economic este necesar ca o parte din personal să-și desfășoare activitatea în regiunile locuite de germani, având statutul de corespondenți.

Majoritatea redactorilor își montează singuri materialele produse, folosindu-se de baza tehnică existentă în redacție, degrevând astfel serviciul editare imagine al SRTv. De altfel, ținând cont de faptul că limba folosită este germana, este mult mai potrivit ca redactorii, care cunosc această limbă foarte bine, să deprindă montajul digital la un nivel avansat.

Prin organizarea unor cursuri de editare în sistem digital redacția poate degreva și pe viitor serviciul de editare SRTv, ceea ce conduce la o eficientizare a muncii.

De asemenea, creșterea numărului de corespondenți-videojurnaliști (reporteri dotați cu o cameră digitală și o unitate de montaj, spre exemplu la Arad) ar putea duce la realizarea mai promptă și mai ieftină a unor reportaje de actualitate. Schema de personal a secției este la limita funcționabilității. Majoritatea personalului editorial este format prin metoda „learning by doing” nebeneficiind de studii superioare de specialitate. Din acest motiv, cursurile de pregătire sunt imperios necesare pentru realizarea emisiunilor la standarde profesionale cât mai ridicate. Aceste cursuri trebuie să fie atât de limbă (respectiv de utilizarea unui limbaj corect și modern jurnalistic în limba germană), precum și de tehnică (digitalizare, imagine, montaj).

Din anul 2003, Secția Germană are o colaborare cu Facultatea de Jurnalism din Hanovra. În cadrul acestei colaborări, s-a realizat un ciclu de seminarii de pregătire pentru membrii Secției Germane susținute de profesorii acestei facultăți, fie la sediul TVR, fie în cadrul unor instituții specializate din țară. Ultimul seminar, susținut de prof. Wilfried Köpke, a avut ca subiect metode de realizare a interviului și tehnica reportajului și s-a intitulat „Wort und Bild”.

Secția Germană dispune și de resurse tehnice: trei camere digitale, două unități de montaj Adobe Premier, o unitate de montaj digital Final Cut, o unitate de montaj BETACAM SP analog. Aceste dotări sunt necesare pentru a funcționa în mod aproape autonom, necesarul realizării din punct de vedere tehnic al emisiunii fiind acoperit în proporție de 75%.

În anul 2015, Secția Germană își propune producerea în parteneriat (cu Forumul Democrat al Germanilor din România) a evenimentului 25 de ani a FDGR Sibiu, care va avea loc în martie 2015. De asemenea, Secția Germană își propune participarea la evenimentele mari ale sașilor și șvabilor din Germania și Austria, producerea în parteneriat (împreună cu Landsmannschaft der Siebenbuerger Sachsen) a evenimentului „Dansul german - un liant între țări”, din octombrie 2015, înregistrarea unor piese de teatru în limba germană și producerea în parteneriat (împreună cu Funkforum) a zilelor media.

2.8.3. Emisiuni pentru alte minorități naționale

Cu o tradiție de mai bine de 25 de ani, toate emisiunile produse de Secția Alte Minorități fac vizibile cele mai importante manifestări din viața minorităților naționale. În 2014, Televiziunea Română, prin intermediul Secției Alte Minorități, a realizat programe adresate minorităților naționale cu reprezentare în Parlamentul României. Astfel, TVR 1, TVR 2 și TVR 3 au difuzat mai multe cicluri de emisiuni care au promovat tradițiile și valorile socio-culturale ale diferitelor etnii din România, parte integrantă a patrimoniului național.

➤ Programele și durata emisiunilor

În 2014, Secția Alte Minorități a TVR a produs săptămânal 285 de minute efective de emisie pentru canalele TVR 1, TVR 2 și TVR 3, beneficiare fiind cele 18 minorități recunoscute oficial în Parlamentul României, altele decât minoritatea maghiară și cea germană. În 2014, spațiul de emisie a fost restrâns față de cel alocat în 2013 (337 de minute efective de emisie), din cauza faptului că, spre finalul anului 2013, s-a eliminat din grila de programe emisiunea „Toți în România”, ce avea o durată de 82/85 minute și era transmisă de postul TVR 3, în reluare. În ciuda modificărilor esențiale din grilele de programe și din strategiile editoriale, au fost păstrați aceiași timpi de emisie în grila canalele TVR 1 și TVR 2.

Emisiunile **Conviețuiri**, **Europolis** și **Opre roma** sunt emisiuni de actualitate cu moderator/prezentator și invitați în direct sau în regim de înregistrare, la fiecare ediție.

Titlurile emisiunilor și programele de difuzare au rămas neschimbate pe întreg parcursul anului 2014.

Emisiunile realizate de Secția Alte Minorități sunt în limba română, dar și în limbile etniilor conlocuitoare (pe TVR 3), acestea fiind subtitrate.

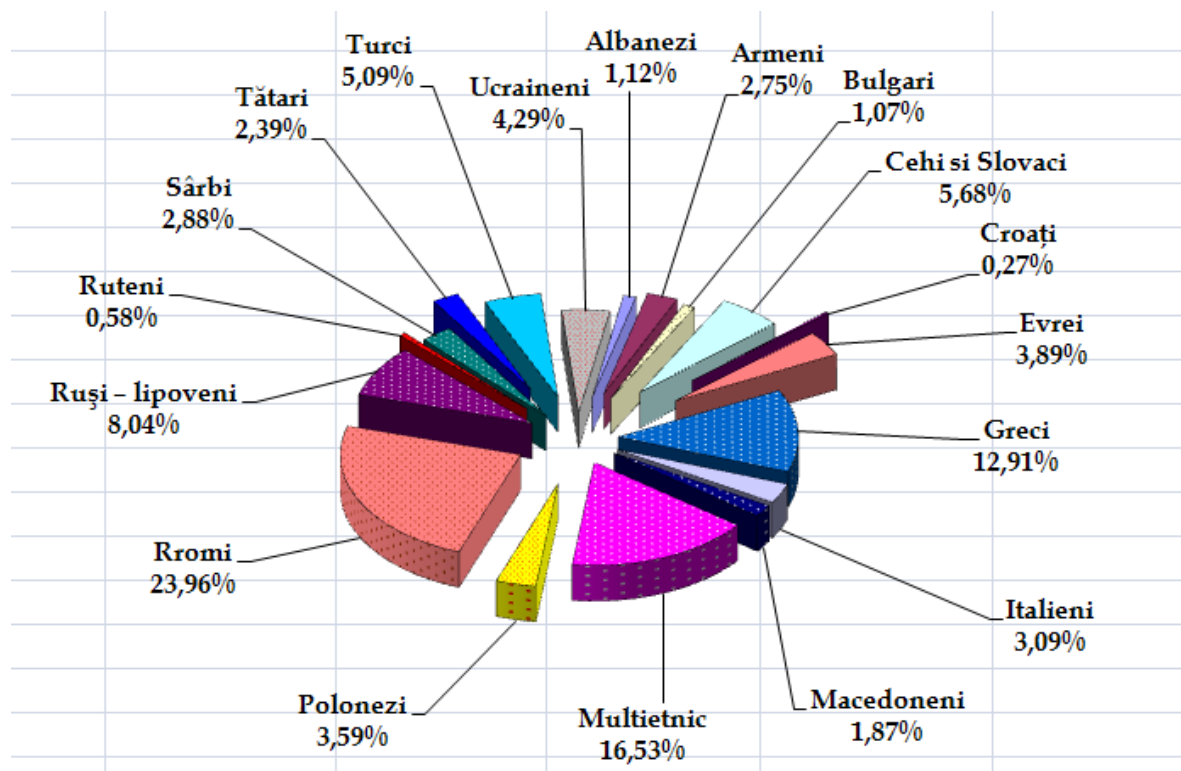
În strategia de promovare a emisiunilor Secției Alte Minorități a fost creată o pagină Facebook unde evenimentele celor 18 etnii, reflectate în cadrul emisiunilor televiziunii publice, sunt anunțate și promovate în mediul online.

Din dorința de a reda în timp real evenimentele, emisiunea „Conviețuiri” se difuzează în regim de direct, pe TVR 1. Pentru a avea o cât mai mare acuratețe în abordarea și reprezentarea momentelor semnificative din viața comunităților etnice din țara noastră, sunt invitați, cu regularitate, reprezentanți importanți ai acestora ce ne prezintă din interior, semnificațiile și implicațiile subiective, specifice evenimentelor din viața socio-culturală și tradițională a fiecărei comunități în parte.

În 2014, Secția Alte Minorități a produs un total de 8.336 minute (138 ore 56 minute) în premieră și 4.874 minute (81 ore 14 minute) de redifuzări.

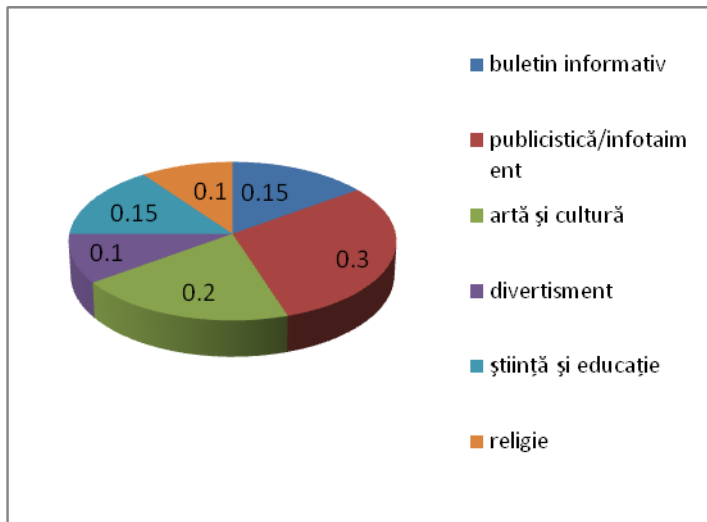
Numărul de minute realizate în cadrul emisiunilor Secției Alte Minorități și graficul minutelor pe etnii, pentru 2014:

ETNIE	Convietuiri	Europolis	Opre roma	Identitati	Toti impreuna	Total/etnie	%
Albanezi	49,44	94,32	-	-	-	143,76	1,12
Armeni	63,10	229,52	-	48,27	12,16	353,05	2,75
Bulgari	89,44	24,00	-	23,37	-	136,81	1,07
Cehi si Slovaci	190,38	142,30	-	396,25	-	728,93	5,68
Croați	4,00	6,00	-	24,00	-	34,00	0,27
Evrei	248,27	99,56	-	151,33	-	499,16	3,89
Greci	258,02	163,00	-	149,48	1.084,55	1.655,05	12,91
Italiani	152,21	145,45	-	98,36	-	396,02	3,09
Macedoneni	70,29	41,00	-	-	128,00	239,29	1,87
Multietnic	696,58	822,56	-	591,17	10,00	2.120,31	16,53
Polonezi	183,34	54,00	-	223,54	-	460,88	3,59
Rromi	300,17	7,00	2.176,27	216,18	373,07	3.072,69	23,96
Ruși - lipoveni	356,22	72,52	-	312,17	290,51	1.031,42	8,04
Ruteni	74,17	-	-	-	-	74,17	0,58
Sârbi	176,25	77,25	-	115,30	-	368,80	2,88
Tătari	135,53	26,00	-	24,00	121,28	306,81	2,39
Turci	148,41	89,00	-	96,29	319,10	652,80	5,09
Ucraineni	147,47	202,38	-	89,08	111,42	550,35	4,29
Total	3.343,29	2.295,86	2.176,27	2.558,79	2.450,09	12.824,30	100,00



Emisiunile difuzate după clasificarea EBU :

Genul programului	Cotă [%]
buletin informativ	15%
publicistică/infotainment	30%
artă și cultură	20%
divertisment	10%
știință și educație	15%
religie	10%
TOTAL	100%



➤ Strategia editorială

„Conviețuiri” este principala emisiune a Secției Alte Minorități, difuzată live, miercuri de la orele 15.30, pe TVR 1 și are următoarele rubrici:

- **Actualitatea Săptămânii** - știri și evenimente la zi din activitatea minorităților naționale și ale organizațiilor reprezentative;
- **Eveniment** – momente marcante ale vieții socio-culturale, invitați în direct;
- **Credințe** – principalele evenimente din viața religioasă a minorităților naționale – creștine, evreiești și musulmane;
- **Etnopuzzle** – rubrică de tradiții etnofolclorice minoritare;
- **Chipuri de ieri și de azi, portret** – portrete ale unor personalități marcante din rândul minorităților naționale;

- **Interviul săptămânii** – interviu generat de un eveniment minoritar extraordinar;
- **Moment Art:** expoziții, concerte, manifestări culturale comentate cu interpretii sau autorii lor;
- **Deliciile lumii** – (savoir vivre) aspecte din cele mai importante aspecte ale culturii și vieții minoritare românești, de la gastronomie la obiceiuri;
- **Culinar** – rețete din gastronomia minorităților naționale;
- **Concursul emisiunii** – premii în cărți, CD-uri etc.

În afara rubricilor consacrate sunt prezente diverse momente din actualitate și realitatea cotidiană a vieții minorităților naționale. Emisiunea „Conviețuiri” acoperă cele mai importante tradiții, obiceiuri și sărbători, dar și festivaluri, aniversări și comemorări dedicate personalităților istorice, culturale și științifice din marea familie a minorităților care trăiesc pe teritoriul României.

Emisiunea „**Europolis**”, difuzată marți 13.00 – 14.00, TVR 1, are o durată efectivă de 48 de minute, fiind o emisiune de reportaj a Secției Alte Minorități. Rubricile sunt:

- **Oameni și Locuri** – reportaj de actualitate, cu invitat în platou;
- **Neamuri și Lăcașuri** – edificii de cult ale minorităților naționale;
- **Mărturii** – reportaj artistic despre tradițiile și obiceiurile minoritare;
- **Orașe multietnice** – cronică în imagini a polisurilor multietnice ale României;
- **Arta de a trăi sănătos** – reportaj despre gastronomia minorităților;
- **Cartea săptămânii** – recenzie și interviu a unei noutăți editoriale din cultura minoritară;

Emiunea propune povești, experiențe și întâlniri de viață captivante cu oameni formați în alte culturi și religii, cu origini etnice și istorii naționale diferite de ale majorității, care îmbogățesc viața fiecăruia dintre noi. Este un magazin de reportaje cu moderator.

„**Opre Roma**” este magazinul de actualitate săptămânal dedicat minorității rome, difuzat pe TVR 1, miercuri de la ora 13.00 și are următoarele rubrici:

- **Actualitatea romani** - actualitatea romă;
- **Interviul ediției** – personalități ale minorității romă;
- **Amaro ghi** – Viața noastră;
- **Romani scola** – educație și incluziune socială prin școală;
- **Manusa hai buchea** – Oameni și Meserii;
- **Draba puricane** – Leacuri băbești;
- **Ghilabarne prinjande** – Lăutari celebri;
- **Roma Avricane** – Romi internaționali (rubrică cu frecvență variabilă).

„Opre Roma” - sau Ora romilor, în traducere – este prezentată de un jurnalist de etnie romă și aduce în prim-plan problemele acestei etnii - de la educație, integrare socială și stil de viață, până la drepturi și obligații, politici publice - reflectând, în același

timp, tradițiile și evenimentele din comunitățile rome. Emisiunea este un magazin cu știri, evenimente de actualitate și reportaje axate pe problemele educațional-sociale.

„Cultura minorităților” – „Identități” este difuzată luni și miercuri, între orele 14.30 – 15.00, pe TVR 2, și are o durată efectivă de 24 de minute. Este un proiect unitar prin care toate minoritățile își prezintă cultura, tradițiile și istoriile din care fac parte. Secției Alte Minorități îi revin două tronsoane ale acestui proiect generos dedicat diversității etno-culturale din România.

2.8.4.Emisiuni pentru minorități naționale, difuzate de studiourile regionale

TVR Cluj. Compartimentul Minorități Naționale din cadrul TVR Cluj realizează emisiuni dedicate următoarelor minorități: maghiară, germană, romă, ucraineană și evreiască. Obiectivele acestor emisiuni sunt de a prezenta viața cotidiană, istoria și tradițiile, cultura comunităților minoritare, astfel încât comunitățile respective să se regăsească în aceste emisiuni, pe de altă parte să se facă cunoscute publicului majoritar, oferind în același timp o imagine a specificului transilvănean.

În primul semestru al anului 2014, s-a urmărit păstrarea în grila TVR Cluj și TVR 3 a emisiunilor pentru minorități naționale, menținerea calității emisiunilor existente, precum și promovarea acestora pe platforme digitale și prin intermediul unor evenimente proprii. Emisiunile în limba maghiară s-au difuzat pe canalul TVR Cluj zilnic, de luni până sâmbătă, între orele 16.00 - 17.00, cu reluare a doua zi dimineața între orele 9.00- 10.00.

Sub titlul generic „Observator Transilvan (Erdélyi Figyelő)”, s-au realizat emisiuni magazin tematice, în direct, pentru fiecare zi: luni - actualități, marți – cultură, miercuri – familie, joi – utilitar, vineri – distracție, sâmbătă: timp liber, cuprinzând 4-5 reportaje și invitați în studio, acoperind astfel o gamă largă a domeniilor de activitate, respectiv a vieții social-economice, politice și culturale a minorității maghiare din Transilvania.

Pe canalul TVR 3 s-a păstrat spațiul de 48 de minute de două ori pe săptămână, difuzându-se în cadrul emisiunilor „Toți împreună” programe complexe de tip magazin, reportaje și portrete prezentând evenimente importante și personalități marcante ale minorității maghiare.

Semestrul I

Canal	Emisiune	Ziua	Interval orar	Durata
TVR Cluj	Observator transilvan (Erdélyi figyelő)	Luni-sâmbătă	16.00 – 17.00	60' x 6/ săptămânal
TVR 3	Periplu cultural	Marți	11.30 – 12.18	48' / lunar

TVR 3	Observator transilvan (timp liber)	Joi	11.30 – 12.18	48'/ săptămânal
TVR 3	Peregrinând în trecut	Mărți	11.50– 12.18	25 – 30'/ lunar
TVR 3	Magazin social	Mărți	11.30 – 12.18	48'/bilunar
TVR 3	Masa rotundă (Törzsasztal)	Marti	11.30– 12.18	48'/ lunar
TVR 3	Meleaguri, savuri și oameni	Joi	11.30– 12.18	48'/ bilunar

În primul semestru al anului 2014 s-a realizat săptămânal emisiunea „Transilvania Policromă” – o emisiune magazin difuzată în direct, cu o durată de 60 - 30 minute, dedicată minorităților din Transilvania. Emisiunea a abordat probleme de actualitate, subiecte arzătoare, legate de istoria și tradiția diferitelor minorități naționale, precum și manifestări culturale din viața minorităților: romă (din două în două săptămâni) și alternativ ucraineană, germană, evreiască, armeană, precum și, sporadic, slovacă, greacă, turcă sau arabă. Prima parte a emisiunii s-a difuzat în fiecare luni între orele 17.00 – 18.00, iar partea a doua între orele: 18.30 – 19.00. Emisiunea era difuzară și în reluare, a doua zi dimineața, de la ora 10.00.

În paralel, au fost realizate emisiunile pentru TVR 3, constând în reportaje difuzate săptămânal: Ukraiñți, Shalom, Deutsche Sendung, Amari Emisiunea. Producțiile realizate au prezentat comunitățile și evenimentele din Transilvania, istoria și cultura minorităților naționale, dar și subiecte legate de Holocaust, holodomor, anti-semitism, discriminarea romilor etc., majoritatea acestora fiind realizată în limba maternă a minorității respective.

Canal	Emisiune	Ziua	Interval orar	Durata
TVR Cluj	Transilvania Policromă	luni	17.00 – 18.00	60'+ 30' /săptămânal
TVR3	Ukraiñți	joi	12.20 – 12.40	20'/ săptămânal
TVR3	Shalom	joi	12.40 – 12.54	14'/ săptămânal

TVR3	Deutsche Sendung	vineri	12.20 – 13.54	34'/ bilunar
TVR3	Amari Emisiunea	luni	12.20 – 13.54	34'/ la 5 săptămâni

În **semestrul II** emisiunile pentru minorități naționale realizate la TVR Cluj au urmat același curs ca și în primul semestru. Programul Compartimentului Minorități - TVR Cluj pe canalul național TVR 3 a rămas același. Compartimentul Minorități a realizat emisiuni noi și în perioadele de reluare, păstrând emisiunile în direct și prezentând materialele realizate la evenimentele importante ale comunităților de minorități. Din considerente de reduceri bugetare și decizii ale Consiliului de Administratie SRTv, compartimentul a renunțat la serviciile corespondenților din teritoriu.

Canal	Emisiune	Ziua	Interval orar	Durata
TVR Cluj	Observator transilvan (Erdélyi Figyelő)	Luni- sâmbătă	16.00 – 17.00	60'x 6/ săptămânal
TVR 3	Periplu cultural	marți	11.30 – 12.18	48'/ lunar
TVR 3	Masa rotundă (Törzsasztal)	marți	11.30– 12.18	48'/ lunar
TVR 3	Magazin social	marți	11.30 – 12.18	48'/ bilunar
TVR 3	Oameni și meleaguri	marți	11.30 – 12.00	30'/ lunar
TVR 3	Observator transilvan (timp liber)	joi	11.30 – 12.18	48'/ săptămânal

Canal	Emisiune	Ziua	Interval orar	Durata
TVR Cluj	Transilvania Policromă	Luni	17.00 – 18.00 18.30 – 19.00	90'/ săptămânal

TVR 3	Ukraiñî	Joi	12.20 – 12.40	20'/ săptămânal
TVR 3	Shalom	Joi	12.40 – 12.54	14'/ săptămânal
TVR 3	Deutsche Sendung	Vineri	12.20 – 12.54	34'/ bilunar
TVR 3	Amari Emisiunea	Luni	12.20 – 12.54	34'/ la 5 săptămâni

Pentru 2015, Compartimentului Minorităţi Naţionale al TVR Cluj îşi propune relansarea unor emisiuni de portofoliu, prezentarea pe site-ul TVR Cluj şi pe reţele de socializare a emisiunilor realizate, promovarea emisiunilor în media locală şi prin realizarea unor proiecte şi evenimente proprii. Anul 2015 este an aniversar pentru TVR Cluj, care împlineşte 25 de ani. În aceste condiţii, Compartimentul are în vedere marcarea acestui moment prin emisiuni şi reportaje dedicate aniversării, precum şi unele evenimente specifice, reînnoirea contractelor de prestări servicii cu corespondenţii compartimentului, în funcţie de bugetul alocat, în vederea dezvoltării tematiche şi acoperirii regionale a emisiunilor.

TVR Iaşi. TVR Iaşi realizează pentru TVR 3 şi TVR Iaşi, săptămânal, emisiunea „România diversă” (30 minute), o producţie de reportaj dedicată minorităţilor naţionale, cu şi despre ele.

TVR Tîrgu Mureş. Redacţia Minorităţi TVR Tîrgu Mureş şi-a stabilit strategia de a realiza un program coerent şi competitiv în limba maghiară şi germană care să fie accesibil, interesant, incitant atât pentru comunitatea maghiară sau germană, cât şi publicului de naţionalitate română. Programul local în limba maghiară are o durată de 42 ore/săptămână (din care 20h în premieră în limbă maghiară şi 1h în limba germană) şi cuprinde aproape toate genurile de emisiuni, pentru a satisface nevoile publicului.

Atât în semestrul I, cât şi în semestrul II prioritare au fost şi emisiunile informative. TVR Tîrgu Mureş este singura televiziune regională care prezintă un jurnal regional în direct în limba maghiară. Redacţia Minorităţi TVR Tîrgu Mureş realizează săptămânal o emisiune tip magazin cu o durată de 48 minute pentru canalul TVR 3. Conform formatului, emisiunea cuprinde câteva reportaje, interviuri despre evenimente, obiceiuri, tradiţii specifice comunităţii maghiare din aria de acoperire a studioului.

Redacţia Minorităţi are un program zilnic (luni-duminică) de 360 de minute, între orele 07.00 – 10.00 şi 15.00 – 18.00. Majoritatea programului este difuzată în limba

maghiară, cu excepția zilei de sâmbătă când se emite și un program de 60 de minute în limba germană.

Numărul orelor de emisie Redacția Minorități TVR Tîrgu Mureș:

Nr. Ore de Emisie	Semestrul I	Semestrul II
TVR Tîrgu Mureș	778 h	1.104 h
TVR 3	20 h	21h19`

Tipuri de programe, conform clasificării EBU

Denumire	Pondere
Artă, cultură	12,15 %
divertisment	28,10 %
documentare	4 %
educație	25,42 %
evenimente informație	24,27 %
Publicitate	0,38%
Promo	1,50 %
religie	4,18 %

Grila de emisiuni a fost stabilită în concordanță cu bugetul alocat pentru Redacția Minorități TVR Tîrgu Mureș având prioritate emisiunile informative, emisiunile de studio, respectiv emisiunile de divertisment din perioada sărbătorilor de iarnă.

TVR Timișoara.

TITLUL	CANALUL	DURATA/ MINUTE
Magazin Minorități (limba maghiară)	TVR Timișoara	54'/săptămânal 2.538'
Toți Împreună (limba maghiară)	TVR 3	48'/săptămânal 2.496'
Magazin Minorități (limba sârbă)	TVR Timișoara	27'/săptămânal 1.242'
Toți Împreună (limba sârbă)	TVR 3	20'/săptămânal 1000'

Magazin Minorități (limba germană)	TVR Timișoara	27'/1 la 2 săptămâni 729'
Toți Împreună (limba germană)	TVR 3	34'/1 la 2 săptămâni 884'
Magazin Minorități (limba români)	TVR Timișoara	27'/ 1 pe luna 324'
Toți Împreună (limba români)	TVR 3	34'/ 1 la 6 săptămâni 272'
Magazin Minorități (limba ucraineană)	TVR Timișoara	14'/1 la 4 săptămâni 280'
Toți Împreună (limba ucraineană)	TVR 3	14'/1 la 4 săptămâni 182'
Magazin Minorități (limba slovacă)	TVR Timișoara	14'/1 la 4 săptămâni 308'
Toți Împreună (limba slovacă)	TVR 3	14'/1 la 4 săptămâni 168'
Magazin Minorități (limba bulgară)	TVR Timișoara	14'/1 la 4 săptămâni 266'
Toți Împreună (limba bulgară)	TVR 3	14'/1 la 4 săptămâni 182'
Magazin Minorități (limba croată)	TVR Timișoara	14'/1 la 4 săptămâni 182'
Toți Împreună (limba croată)	TVR 3	14'/1 la 4 săptămâni 168'

O parte dintre reportajele Departamentului Minorități de la TVR Timișoara, însumând aproximativ 150 de minute de emisie, au fost difuzate și pe celelalte canale ale TVR.

2.9.Achiziții de programe documentare și filme

➤ **Tendențe europene în materie de filme**

Cu ocazia celei de-a 65-a ediții a Festivalului de Film de la Berlin, din luna februarie 2015, European Audiovisual Observatory a făcut publice primele estimări cu privire la intrările în sălile europene de cinema, în cursul anului 2014. În ansamblu, intrările în sala de cinema au crescut ușor față de anul 2013, cu 0,6%, această creștere datorându-se mai ales Franței și Spaniei, care și-au revenit spectaculos, după rezultate foarte slabe din 2013. Ca și în 2013, peste două treimi din piețele Uniunii Europene au înregistrat o scădere în frecventarea sălilor de cinema. România este una dintre cele șase țări din Europa Centrală și de Est care a înregistrat o creștere la acest capitol: 10,5%.

Studiile realizate de Comisia Europeană arată că: peste 70% dintre europeni descarcă sau vizionează gratuit filme online, legal sau ilegal; peste 40% dintre posesorii de telefoane inteligente și peste 60% dintre posesorii de tablete vizionează filme pe respectivele dispozitive; cele mai populare sunt filmele nord-americane, în vreme ce intrările la filme europene sau ale cinematografiilor naționale sunt în scădere.

Cel mai recent studiu European Audiovisual Observatory (în luna februarie) cu privire la difuzarea filmelor de ficțiune (filme de televiziune, seriale, filme de animație, filme de lung-metraj și de scurt-metraj) pe canalele TV din Europa arată că, în general, proporția de filme de ficțiune difuzate de canalele TV europene a scăzut, iar proporția de filme europene a crescut ușor în perioada 2006-2013, în special datorită difuzării intensive a producțiilor naționale în diverse țări (Franța, Spania, Polonia, Portugalia). În ceea ce privește canalele TV generaliste, proporția de filme de ficțiune difuzate este mai mare pe posturile comerciale (38% din totalul orelor de emisie în 2013) decât pe cele publice (28% din totalul orelor de emisie în 2013).

➤ **Achiziții TVR**

Filmele, seriile de ficțiune și documentarele difuzate pe parcursul anului 2014 pe canalele TVR 1 și TVR 2 pot fi împărțite în câteva mari categorii:

Filme de referință în cinematografie: „Culoarul Morții” / „The Green Mile” (SUA, 1999), „Papillon” / „Papillon” (Franța, SUA, 1973), „Zbor deasupra unui cuib de cuci” / „One Flew Over the Cuckoo’s Nest” (SUA, 1975), „Amadeus” / „Amadeus” (SUA, 1984), „Discursul regelui” / „The King’s Speech” (Marea Britanie, SUA, Australia, 2010), „Închisoarea îngerilor” / „The Shawshank Redemption” (SUA, 1994).

Filme de artă: „Zei și monștri” / „Gods and Monsters” (SUA, 1989), „Un an din viață” / „Another Year” (Marea Britanie, 2008), „Domnul Klein” / „Monsieur Klein” (Franța, 1980), „Harta sunetelor din Tokio” / „Map Of The Sounds Of Tokyo” (Spania, Japonia, 2009), „Ay, Carmela!” / „Ay, Carmela!” (Spania, 1990).

Producții de televiziune (filme, miniserii și seriale): „Dragoste și trădare” / „Love And Betrayal - The Mia Farrow Story” (SUA, Canada, 1995), „Un copil de Crăciun” / „Baby Bonus” (SUA, Canada, 2012), „O clipă magică” / „This Magic Moment” (SUA, 2013), „La birou” / „The Office” (SUA, 2005-2006), „Ultimul tren dinspre Orient” / „Iron Road” (Canada, China, 2008), „Dr. House” (SUA, sezonul 7), etc.

Producții europene (filme și seriale): „Floarea soarelui” / „I girasoli” (Italia, Franța, URSS, 1970), „Îmbrățișări frânte” / „Los abrazos rotos” (Spania, 2009), „Delta” / „Delta” (Ungaria, Germania, 2008), „Micul Dracula” / „Young Dracula” (Marea Britanie, 2006-2008), „Rătăcitoarea” / „Die Wanderhure” (Germania, Austria, Ungaria, 2010), „Danton” / „Danton” (Franța, Polonia, 1983), „Clinchetul cuburilor de gheață” / „Le bruit des glaçons” (Franța, 2010).

Filme românești (în cadrul proiectului TVR 2, „Duminica filmului românesc”): „Moromeții”, „Moartea domnului Lăzărescu”, „Nunta de piatră”, „Mere roșii”, „Ediție specială”, „Semnul șarpelui”.

Documentare: seria Geo – de la ARTE, documentare – de la INA (Institut National de l’Audiovisuel – Arhivele radio-tv franceze), documentare - de la Rai Trade.

Premiere free-tv în România: „Cod pentru crimă” / „The Bletchley Circle” (Marea Britanie, 2012), „Vals în lumina lunii” / „The Magic Of Belle Isle” (SUA, 2012), „Copiii din miez de noapte” / „Midnight’s Children” (Canada, 2012), „Salvation Boulevard” (SUA, 2011), „Marile speranțe” / „The Great Expectations” (Marea Britanie, SUA, 2012).

Oportunitatea achizițiilor

Conform Programului de redresare economică a SRTv, adoptat prin Hotărârea Consiliului de Administrație nr. 110/28.08/2012, și a strategiei generale de reducere a cheltuielilor, în anul 2014 nu s-au mai achiziționat decât programele necesare continuării liniilor tematice existente care au înregistrat o bună audiență (ex. filmul românesc difuzat pe canalul TVR 2), și, punctual, filme pentru marcarea unor evenimente importante (Ziua Națională, 25 de ani de la Revoluția din 1989) sau cele speciale pentru sărbători (programe muzicale și de divertisment, concerte etc.).

Reechilibrarea stocului, realizată în cursul anului 2013 cu categoriile de programe deficitare – lung-metrajele de ficțiune cu semne de avertizare AG și AP și filmele unor mari realizatori sau aparținând unor școli și curente cinematografice semnificative –, a făcut posibilă armonizarea volumului de achiziții cu cerințele grilelor, dar și exploatarea judicioasă a acestuia, în privința raportului număr de difuzări / perioadă de licență.

Creșterea înregistrată în cazul filmelor de lung-metraj în anul 2014 la indicele de audiență „share” reflectă faptul că programele au reușit să atragă mai mulți telespectatori pe un anumit interval orar decât celelalte stații, ceea ce subliniază continuarea efortului de recredibilizare a postului public de televiziune într-o piață

media caracterizată de o concurență din ce în ce mai dură, prin alternativa propusă publicului la programele televiziunilor comerciale.

Criterii de selectare a filmelor

Schimbarea de strategie inițiată în anul 2013 în privința criteriilor de selecție a filmelor și-a dovedit valabilitatea în anul 2014. Renunțarea la achiziționarea programelor scumpe și nerentabile și reorientarea către producțiile cinematografice independente și filmele sau seriile produse de televiziunile europene au confirmat ca opțiune, aspect reflectat în creșterile înregistrate la indicii de măsurare a audienței.

Programele selecționate s-au adresat celor mai diverse preferințe ale publicului, iar spațiile tematice și-au asigurat în timp fidelizarea acestuia. Procentele de rating au indicat ca genuri cinematografice mai vizionate comedia, aventura și western-ul, dar și filmul românesc, atât cel de dinainte de 1989, cât și cel recent. Noua strategie a făcut de asemenea posibilă readucerea în atenția publicului a producțiilor cinematografice multipremiate, neatinse de trecerea anilor, a căror difuzare a fost deseori percepută de anumite categorii de public drept o binemeritată reșezare în memoria noastră culturală.

Programarea unui procent majoritar de producții europene și recente a fost un obiectiv important al anului 2014, acesta realizându-se, în principal, prin propunerea unor genuri mai vizionate, dar și a distribuțiilor valoroase, știut fiind că, adesea, audiența este direct proporțională cu cota de popularitate a actorilor.

➤ **Audiențe**

✓ **Audiența filmelor și seriilor 2014 /vs./ 2013**

TVR 1. În anul 2014, în cazul filmelor de lung-metraj difuzate de canalul TVR 1, global, se constată o menținere a Rating-ului și o creștere a Share-ului, precum și a TBIndexului³, față de datele de audiență înregistrate în 2013 (TBIndex ajungând la 111).

Anul 2014 a fost marcat – în special pe TVR 1 - de difuzarea unor evenimente politice și sportive de interes național și internațional, cum ar fi: Campionatul Mondial de Fotbal, preliminariile Campionatului European de Fotbal, Olimpiada de Iarnă de la Soci, alegerile prezidențiale din România, ceea ce a dus la mari variații ale spațiilor dedicate filmului din grile, stabilitatea fiind un factor important în creșterea audienței.

³ *Time Band's Index (TBIndex) reprezintă raportul dintre share-ul emisiunii și share-ul mediu al stației pe toată ziua, semnificând contribuția pe care a avut-o emisiunea în atragerea telespectatorilor către respectivul canal pe durata difuzării ei. Dacă valoarea acestui indicator este peste 100 înseamnă că emisiunea a reușit să atragă un număr de telespectatori mai mare decât a reușit canalul în medie pe întreaga zi.*

Totodată, cea mai mare parte a spațiilor destinate filmului în grilele canalului TVR 1 a fost după ora 23.00.

Pe subcategoriile de filme de lung-metraj, constatăm creșteri ale audiențelor la toți indicii (Rating, Share și TBIndex) în cazurile: *comedie, comedie romantică și comedie de acțiune, western, animație*, precum și o menținere a indicatorului Rating împreună cu creșteri ale Share și TBIndex în cazul subcategoriei *dramă* față de audiențele înregistrate în anul 2013 pentru aceleași subcategorii de filme de lung-metraj. În cazul subcategoriei *suspans/thriller*, constatăm o scădere a indicatorului Rating, dar creșteri ale Share și TBIndex.

Scăderile principale în indicatori de audiență au fost constatate în cazul seriilor, de 30 și 60 de minute. În anul 2014, pe canalul TVR 1, au fost programate preponderent a doua și a treia difuzare a unor seriale, ceea ce poate explica, în parte, scăderile de audiență.

TVR 2. În comparație cu anul 2013, în 2014 constatăm o creștere a indicilor de audiență – Rating și Share – pentru filmele de lung-metraj, datorată și constanței spațiilor din grilă dedicate filmului. Astfel, în cadrul subcategoriilor, constatăm creșteri ale tuturor celor trei indici de audiență în cazul *comedie și comedie romantică, suspans / thriller*, ca și în cadrul subcategoriei *dramă*. Totodată, și în cazul seriilor cu durate de 30 și 60 minute constatăm creșteri ale audienței (Rating, Share și TBIndex) în comparație cu anul precedent.

În TOP 100 al celor mai vizionate programe de pe canalul TVR 2 în anul 2014, întâlnim 45 de filme de lung-metraj, dintre ele, 15 fiind comedii și 14 din categoria dramă.

✓ **Proiectul „Duminica filmului românesc”**

Proiectul „Duminica filmului românesc” (două filme: la ora 14 și la ora 20, iar începând cu grila de toamnă, un al treilea film, după ora 22) a confirmat și în al doilea an, 33 de filme din TOP 100 al celor mai vizionate programe de pe canalul TVR 2 în anul 2014 făcând parte din selecția / programarea din cadrul acestui proiect. Pe de altă parte, urmărind indicii de audiență pe grile (ianuarie-martie, martie-iunie, iulie-septembrie, octombrie-decembrie) – respectiv, Rating și Share medii – în comparație cu cei medii corespunzători ai respectivelor tronsoane orare, constatăm că filmele din cadrul acestui proiect au avut audiențe de două ori mai mari decât cele corespunzătoare tronsonului lor orar.

✓ **Telecinemateca**

Odată cu lansarea grilei de primăvară a TVR 2 – în martie – a fost relansat și acest brand – emisiune emblematică a TVR. Ea s-a impus deja telespectatorilor în cursul anului 2014, mai vizibil odată cu debutul grilei de toamnă (6 octombrie) – când spațiul a și fost mutat din prime-time-ul zilei de joi în cel al zilei de miercuri. Astfel, și

Rating-ul mediu și Share-ul mediu al filmelor programate sub acest generic au crescut cu 0,6 față de cele din vară, depășind cu peste 1/3 indicii de audiență medii corespunzători respectivului tronson orar.

N.B.: Toate datele de audiență la care am făcut referire sunt cele măsurate la nivel național.

2.10.Valorificarea Arhivei TVR

Valorificarea, păstrarea, depozitarea și catalogarea patrimoniului arhivistic audiovizual al SRTv sunt gestionate de Serviciul Arhiva Media și Documentare. Valorificarea propriu-zisă a fondului arhivistic de imagini al TVR se realizează atât prin utilizarea arhivei în producția internă, cât și prin vânzarea de imagini către terți.

Serviciul Arhiva Media și Documentare asigură constant aproximativ 17% din producția TVR, prin producțiile curente și emisiuni eveniment în care se folosesc imagini de arhivă. În ceea ce privește vânzarea de imagini de arhivă, în anul 2014, s-au înregistrat 353 solicitări de imagini de arhivă ale unor terți externi. Veniturile obținute din prestarea de servicii arhivistice către terți (remunerată prin plata Costurilor Tehnice și Arhivistice) și din plata taxelor de licență pentru vânzarea imaginilor de arhivă prin intermediul Serviciului Achiziții Programe, Licențe au fost de 569.887 RON.

Pentru valorificarea eficientă și în cele mai bune condiții a fondului arhivistic este necesară depozitarea și conservarea în parametrii standard de temperatură și umiditate, întreținerea, refacerea și transpunerea peliculei de 16/35 mm, a benzilor de VPR și MGS și a casetelor U-matic.

În cursul anului 2014, au fost refăcute și transpuse :

- 3.245 de titluri – peliculă de 16mm;
- 550 benzi magnetice MGS;

S-au arhivat :

- 5.450 de titluri – peliculă de 16mm;
- 550 benzi magnetice MGS;
- 6.153 casete Beta;

În prezent, catalogul electronic al TVR cuprinde 137.052 de titluri.

În cursul anului 2014, s-au digitalizat 5.543 titluri din Arhiva TVR prin resurse proprii.

Prin proiectul european EUscreenXL s-au digitalizat 3.600 de titluri din Arhiva TVR vizibile pe portalul EUscreenXL www.euscreen.eu și pe www.europeana.eu .

Cu ajutorul Federației Internaționale a Arhivelor de Televiziune, prin câștigarea proiectului “S.O.S. the Live Romanian Revolution”, Arhiva TVR a reușit digitalizarea întregii colecții “Revoluția Română în Direct” (400 de ore de conținut arhivistic audiovizual).

Au fost decontaminate 5.525 de pelicule de 16 mm afectate de bacterii specifice și mucegai, prin obținerea gratuității tratamentului de decontaminare, realizat de Institutul Național de Fizică și Inginerie Nucleară „Horia Hulubei”.

2.11. Programe de știri și sport

2.11.1. Programe de știri

Programele informative ale Direcției Știri sunt realizate în scopul satisfacerii nevoii de informație de interes public și pentru a asigura o acoperire cât mai largă a tuturor tipurilor de public, inclusiv a celor din comunitățile locale, izolate sau minoritare.

Formatele editoriale, documentarea jurnalistică, stabilirea subiectelor din jurnalele de știri și a temelor de dezbateri, modalitățile de transmitere a mesajului către public se subsumează unui comportament însușit de jurnaliștii Direcției Știri. Procedurile interne de lucru și controlul ierarhic editorial asigură în permanență un cadru corect de raportare față de situații și evenimente controversate în societate sau relatate diferit de televiziunile comerciale.

Diferența specifică pentru programele informative ale televiziunii publice este dată de acuratețea limbajului informațional, abordarea obiectivă, selectarea subiectelor relevante pentru agenda publică și pentru interesul real al cetățeanului. Direcția Știri funcționează după un cod etic și de conduită editorială care stabilesc faptul că echidistanța față de diferitele componente ale mediului politic este, deopotrivă, condiție de realizare și imperativ editorial. Jurnaliștii și personalul de specialitate au obligația să relateze nedistorsionat opiniile și să determine crearea de puncte de vedere în societate, nu să transmită interpretările jurnaliștilor.

În anul 2014, Direcția Știri a continuat procesul de transformare început în anul 2012, cu următoarele obiective :

- întărirea credibilității produselor editoriale ale Direcției Știri;
- reconstruirea prestigiului și reputației corpului editorial;
- reorganizarea, pe baze profesionale și moderne, a fluxurilor și activităților (editoriale și de producție);
- redimensionarea colectivelor și a echipelor de producție;
- adaptarea la cerințele pieței media și formarea de noi publicuri atașate valorilor TVR;
- consolidarea unei imagini de organizație de știri relevantă, competitivă și credibilă în peisajul media;
- reducerea drastică a cheltuielilor nejustificate, eliminarea risipei financiare.

➤ Activitate editorială

Analiza activității unui departament editorial, dedicat realizării emisiunilor informative, pornește de la necesitatea asigurării fluxului de producție neîntrerupt și întreținerii receptivității departamentului pentru orice fel de evenimente relevante, pentru reflectarea în programele curente.

Corpul editorial al Direcției Știri poate servi interesele de informare ale publicului numai dacă se raportează permanent la următoarele principii:

- Credibilitatea și independența editorială sunt vitale
- Calitatea produselor jurnalistice este un obiectiv intrinsec
- Performanța în audiențe nu este un scop în sine, ci relevanța informațiilor
- Universalitatea, imparțialitatea, acuratețea și diferențierea sunt părți

componente ale culturii organizaționale.

Aceste imperative s-au asigurat prin programarea eficientă a unui număr optim de resurse umane de specialitate, pentru asigurarea permanenței de tip „foc continuu” pentru următoarele componente:

- știri interne – reporteri de teren, repartizați pentru reflectarea evenimentelor în desfășurare;
- știri interne – corespondenți din țară și jurnaliști cu atribuții în solicitarea, preluarea, prelucrarea materialelor de la corespondenții din țară și de la studiourile teritoriale;
- știri externe – jurnaliști cu atribuții de analiză a evenimentelor reflectate de surse externe și de redactare/procesare/postprocesare a materialelor;
- packageri (producători audio-video/videojurnaliști) – responsabili de calitatea stilistică și vizuală a reportajelor;
- redactare crawl – subtitluri, extrase din declarațiile invitaților, breaking news – jurnaliști;
- prezentatori și moderatori;
- producători și editori de jurnale;
- producători ediții speciale;
- jurnaliști online dedicați site-ului de știri;

Momentele relevante ale agendei publice au fost difuzate pe TVR News în ediții speciale, cele mai importante fiind preluate în direct de Telejurnalele TVR 1 și TVR 2 sau în regim de *breaking news* pe TVR 1.

În 2014 a fost continuată strategia de consolidare a ansamblului programelor informative ale TVR, care are ca obiectiv oferirea unei alternative consistente la emisiunile de știri ale stațiilor TV comerciale.

Acest obiectiv a avut ca premisă utilizarea complementară a grilelor de programe ale TVR 1 și TVR 2 astfel încât, împreună, cele două canale să difuzeze un volum important de informație. Alternativ, jurnalele informative și emisiunile de actualitate

(ediții speciale, dezbateri) realizează un flux de informație actualizată, comparabil cu cel al unei stații de nișă. În anul 2014, acest obiectiv a fost transpus printr-o programare combinată de flux și de stoc pe TVR 1, TVR 2 și TVR News. Au fost introduse emisiuni noi, concomitent cu dezvoltarea producțiilor consacrate.

✓ **Telejurnalul 20.00**

Cea mai importantă emisiune informativă realizată de Direcția Știri pentru canalul TVR 1 a fost repositionată de-a lungul timpului, în funcție de diferite rațiuni de programare. Anterior anului 2014, s-a considerat că programarea în tronsonul orar 19.00 – 20.00 permite alocarea unui spațiu mai mare pentru emisiunile postului în prime time și, pe cale de consecință, impunerea pe piață a unor producții difuzate după principalul Jurnal al zilei – vector pentru atragerea audienței. Poziționarea Telejurnalului în competiție directă cu emisiunile concurente ale posturilor generaliste, în încercarea de atragere a publicului acestora către emisiunile din prime time ale televiziunii publice, s-a dovedit a fi o eroare de programare. Jurnalele principale ale televiziunilor concurente beneficiază de categorii stabile de public, pentru care au dezvoltat politici editoriale dedicate, specifice unor posturi comerciale.

În anul 2014, s-a consolidat identitatea editorială proprie Telejurnalului 20.00, ca principal program informativ al TVR, integrat politicii editoriale a emisiunilor informative. Au fost susținute duplexurile, transmisiunile de la diferite evenimente sau puncte din țară, care determină dinamismul producției și reflectarea corectă, „de la sursă” a principalelor evenimente ale zilei, precum și a celor în derulare.

Conținutul editorial a fost în permanență îmbunătățit, pe de o parte prin responsabilizarea jurnaliștilor de teren și a echipelor de editare, pe de altă parte prin atragerea de personal nou, din generația tânără și foarte tânără, pentru stimularea competiției interne și o îmbunătățire a imaginii Telejurnalului. A fost stimulată o mobilitate crescută a echipelor de teren.

Au fost permanent îmbunătățite elementele grafice utilizate, de care au beneficiat și celelalte producții ale Direcției Știri. Deși resursele tehnice aflate la dispoziția Colectivului grafică sunt reduse, au fost identificate soluții creative care să compenseze (pe cât posibil) lipsa softurilor de ultimă generație.

Audiența programului confirmă evoluția discursului jurnalistic și imagistic și statutul Telejurnalului 20.00 de pilon al stației .

TOP 3 Telejurnal 20 (target național, 2014 – vârfuri de audiență)

	Data	Ziua	Interval orar	Rtg(000)	Rtg%	Share
TELEJURNAL 20	17.06.2014	Marți	20:59:22 - 21:31:49	1013	5,5	11,7
TELEJURNAL 20	01.07.2014	Marți	21:44:04 -22:21:31	986	5,3	10,9
TELEJURNAL 20	29.12.2014	Luni	19:59:46 -20:49:09	961	5,2	8,6

Sursa: Kantar Media

✓ **Campanii**

Asumarea misiunii de serviciu public în emisiunile informative a dus la elaborarea, realizarea și difuzarea unor serii editoriale complexe, pe teme sociale, de utilitate, cu reacții deosebite din partea publicului și a organizațiilor neguvernamentale. Printr-o concepție care îmbină promovarea în mediul online și cea pe canalele Televiziunii Române (TVR 1, TVR News), prin proiecte care au exploatat resursele editoriale și de producție, prin utilizarea unor pachete grafice inovative, campaniile Știrilor TVR constituie adevărate producții premium.

- **„Izolați printre noi”** – a prezentat lumea copiilor cu dizabilități, victime ale mentalităților noastre și nepăsării autorităților, pledând pentru dreptul lor la educație și la o viață normală.
- **„Un Rio formidabil”** – dedicată personalităților din istoria fotbalului românesc, a susținut promovarea difuzării, de către TVR, a Campionatului Mondial de Fotbal, în parteneriat cu Federația Română de Fotbal.
- **„Ghișeu de taxe și aberații”** – cazuri de birocrație inutilă în relația cetățeanului cu autoritățile.
- **„100 de ani de la Primul Război Mondial”** – rememorarea momentelor decisive din istoria celor patru ani ai conflagrației mondiale.
- **„Anul Brâncoveanu”** – derulată preponderent pe platforma online, dedicată domnitorului martir, celebrat în anul 2014.
- **„Atunci și acum – Revoluția unei generații”** – imagini și mărturii-eveniment, la 25 de ani de la Revoluție; cum s-a transformat România într-un sfert de secol prin ochii celor care au ieșit atunci în stradă.

➤ TVR NEWS

Canalul de informație TVR News a fost lansat de Televiziunea Română pe 15 noiembrie 2012, axat într-o primă etapă, pe exploatarea și dezvoltarea parteneriatului tradițional cu Euronews – unul dintre cele mai importante trusturi de televiziune din peisajul media global. Avem în vedere transformarea progresivă a concepției editoriale asupra TVR News prin dezvoltarea unui segment important de producții proprii.

Programele zilnice ale TVR News includ un minimum de programe producții proprii ale TVR: un jurnal de 10 minute realizat exclusiv pentru acest canal, preluări ale emisiunilor informative realizate de Direcția Știri pentru TVR 1 și TVR 2, Telegazeta ora 19.00 în simulcast cu TVR Moldova.

Direcția Știri are în vedere ca programele TVR News să reflecte mesajele și dezbaterile importante ale decidenților politici, guvernamentali și administrativi, transmiterea atitudinilor civice relevante. Profilul canalului TVR News ar trebui să integreze doi piloni de conținut generic: programele preluate de la Euronews în cadrul parteneriatului deja instituit și transmisiunile în direct și jurnalele din actualitatea internă. Desfășurarea schematică a grilei de programe trebuie să fie alcătuită în baza programării de flux, singura adaptată unui canal conectat la actualitate.

Direcția Știri își propune să atingă obiectivele de dezvoltare și impunere pe piață a noului profil al TVR News prin alocarea de personal editorial și resurse de producție dedicate acestui canal, în limita în care nu se va periclita producția celorlalte emisiuni informative. Pentru completarea resurselor de producție și a celor financiare necesare funcționării TVR News, pentru furnizarea elementelor de bază ale infrastructurii de canal, va fi necesar aportul structurilor de specialitate din Televiziunea Română.

Pentru o funcționare optimă, TVR News trebuie să devină un canal independent, cu o schemă de personal administrativ similară cu a celorlate posturi ale SRTv și buget propriu.

În urma analizei istoricului funcționării canalului, problemele care au nevoie de o rezolvare rapidă sunt:

- asumarea deciziei de întrerupere a raporturilor juridice cu partenerul Euronews sau reglementarea relației cu acesta; canalul funcționează în baza unui Memorandum încheiat în 2012 a cărui durată a expirat; actul juridic care se aplică actualmente este caduc, respectiv un contract încheiat în 2004 pentru furnizarea a două buletine zilnice de știri
- lipsa instrumentelor instituționale pentru canalul TVR News: postul nu figurează în organigrama SRTv și nu sunt prevăzute resursele materiale și financiare necesare funcționării postului. Direcția Știri acoperă evenimentele cu resurse proprii, în cadrul bugetului actual, care nu prevede un capitol aferent TVR News.
- reglementarea relației cu CNA: în ședința din 13 noiembrie 2012, Consiliul Național al Audiovizualului a aprobat transformarea denumirii TVR Info în TVR News și grila cadru, cu condiția ca, în decurs de un an, producția proprie să crească până la 40%

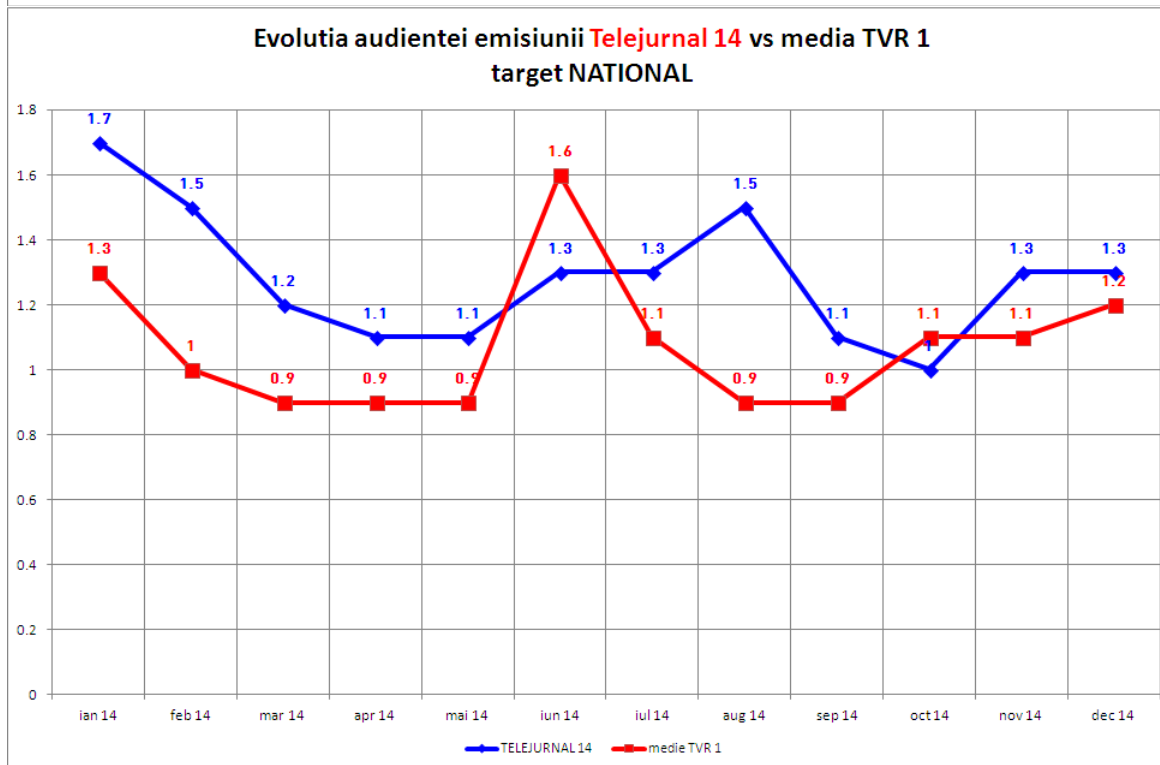
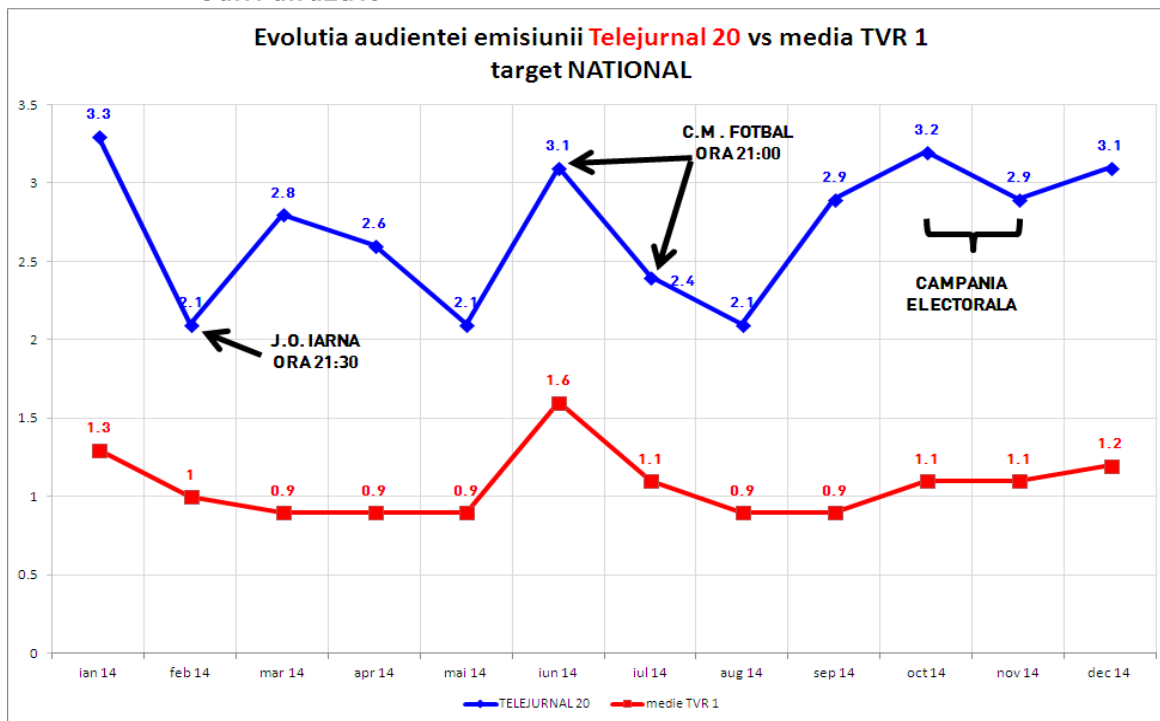
În perioada în care acest canal a fost gestionat de Direcția Știri, s-a urmărit îndeplinirea obiectivelor asumate prin proiectul managerial, mai sus descrise.

Personalul Direcției a realizat, sub directa coordonare a echipei manageriale, producțiile proprii difuzate pe TVR News: jurnalele zilnice de 10 minute, redifuzări ale producțiilor premium „Reportajele” și „Interviurile Telejurnalului”, campaniile „România Optimistă”, „Ajută România”, „Izolați printre noi”. În simulcast cu TVR 1, TVR 2 și TVR Moldova sunt difuzate: „Telejurnal 20” și „Telejurnal Matinal”, „Ora de Știri”, „Telejurnal Moldova”.

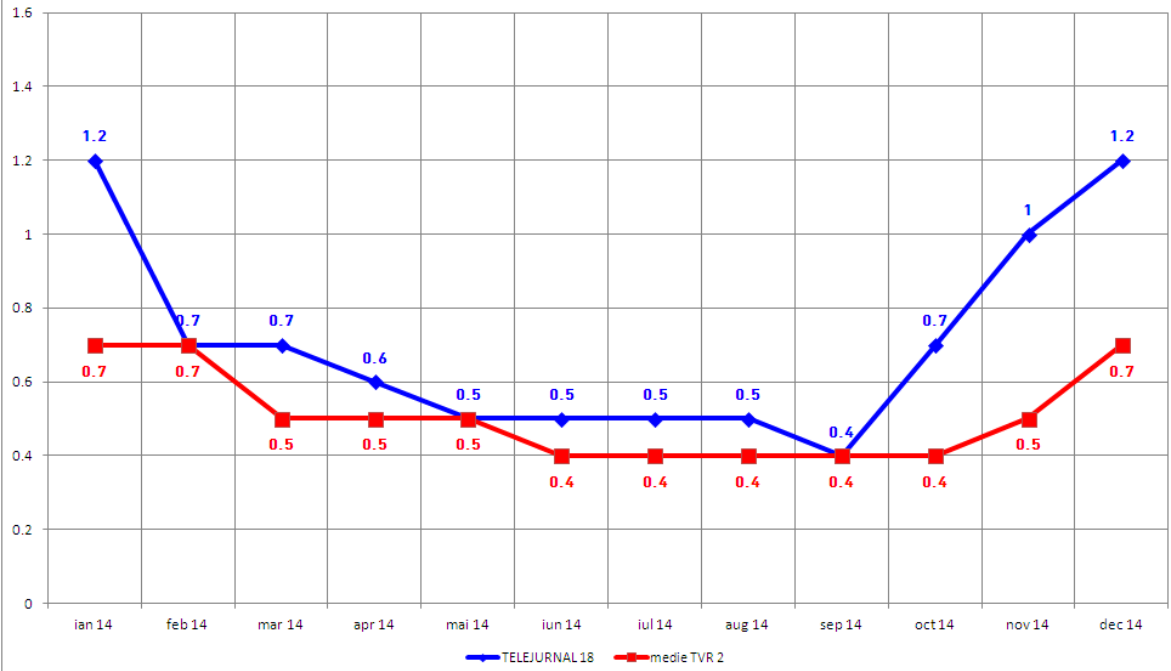
În perioada 6 ianuarie 2014 – 29 iunie 2014, au fost difuzate 444 ediții speciale, respectiv 10.741 minute de emisie. Între 1 iulie 2014 și 28 decembrie 2014, au fost realizate 348 ediții speciale, însumând 8.257 minute de emisie.

TVR News a devenit un spațiu dedicat actualizării știrilor în timp real, combinat cu oportunitatea transmisiunilor în direct a evenimentelor relevante.

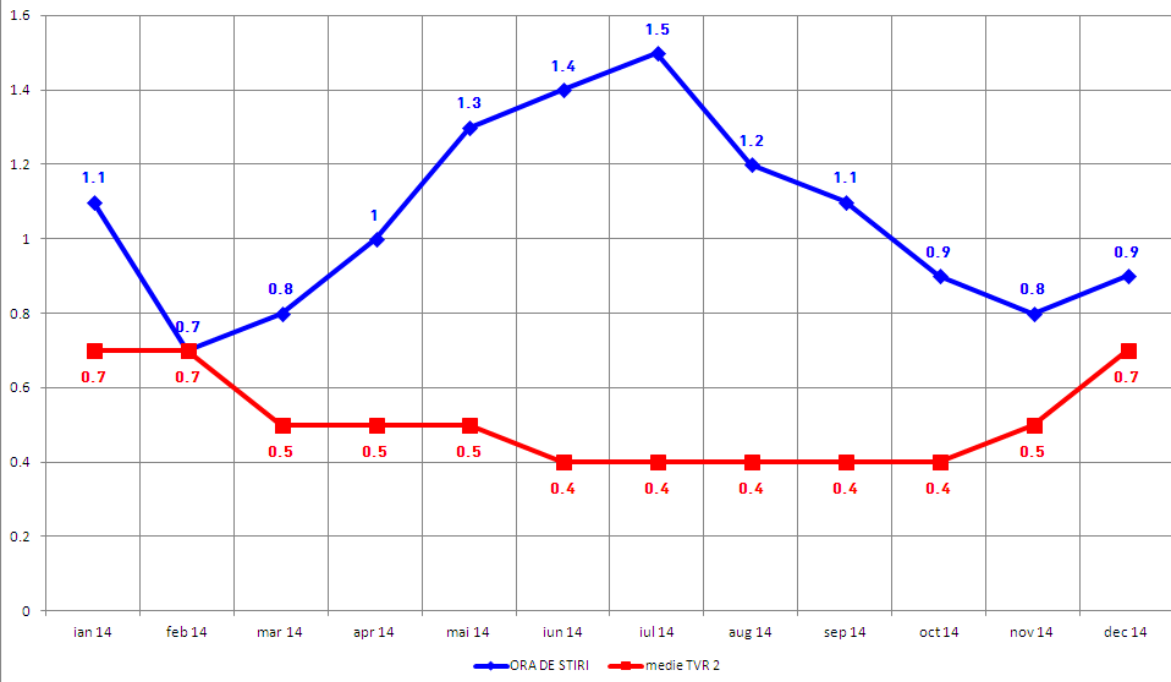
- Audiența emisiunilor de știri comparativ cu audiența canalului pe care sunt difuzate



**Evolutia audientei emisiunii *Teledjurnal 18* vs media TVR 2
target NATIONAL**



**Evolutia audientei emisiunii *Ora de Stiri* vs media TVR 2
target NATIONAL**



➤ Audiența transmisiunii paradei militare de 1 Decembrie 2014

							National		
Title	Description	Channel	Date	Weekday	Start time	End Time	Rtg(000)	Rtg%	Share
PARADA MILITARA		TVR 1	12/1/2013	Sunday	10:56:01	12:17:53	1178	6.2	16.6
PARADA MILITARA	BUCURESTI	TVR 1	12/1/2014	Monday	11:00:03	12:11:36	683	3.7	9.9
PARADA MILITARA	ALBA IULIA	TVR 1	12/1/2014	Monday	12:41:43	13:13:45	879	4.7	12

(sursa: Kantar Media, prelucrare Serviciul analiză și strategie, S.R.Tv.)

➤ Monitorizarea prezenței politice în perioada 1 ian. – 31 dec. 2014

- EMISIUNI DE STIRI - MONITORIZAREA TIMPULUI (secunde) DEDICAT EXPIMARII PUNCTELOR DE VEDERE *)								
Structura	SRTV		TVR 1		TVR 2		TVR3	
	Durata (secunde)	(%) din total timp dedicat exprimării	Durata (secunde)	(%) din total timp dedicat exprimării	Durata (secunde)	(%) din total timp dedicat exprimării	Durata (secunde)	(%) din total timp dedicat exprimării
PRESEDINTE	25849		14346		11243		260	
1. AUTORITATE PUBLICA CENTRALA	92188	45.3	61717	46.1	29045	45.2	1426	27.0
2. PSD	37927	18.6	23975	17.9	12607	19.6	1345	25.4
3. PLR	1836	0.9	1109	0.8	522	0.8	205	3.9
4. PC	3285	1.6	1784	1.3	1435	2.2	66	1.2
5. UNPR	726	0.4	475	0.4	235	0.4	16	0.3
6. MINORITATI (altele decat UDMR)	1071	0.5	892	0.7	179	0.3	0	0.0
7. PNL	32570	16.0	21514	16.1	9791	15.2	1265	23.9
8. PDL	14477	7.1	9841	7.3	4271	6.6	365	6.9
9. UDMR	6412	3.2	4080	3.0	2112	3.3	220	4.2
10. PPDD	811	0.4	529	0.4	282	0.4	0	0.0
11. PMP	4014	2.0	2323	1.7	1486	2.3	205	3.9
12. Independenti	7135	3.5	4945	3.7	2031	3.2	159	3.0
13. Partide neparlamentare	1012	0.5	717	0.5	278	0.4	17	0.3
Total	203464	100.0	133901	100.0	64274	100.0	5289	100.0

EMISIUNI DE STIRI-MONITORIZAREA NUMARULUI DE APARITII PERSONALITATI POLITICE								
Structura	SRTV		TVR 1		TVR 2		TVR3	
	Numar aparitii	% din total nr. aparitii pers. politice	Numar aparitii	% din total nr. aparitii pers. politice	Numar aparitii	% din total nr. aparitii pers. politice	Numar aparitii	% din total nr. aparitii pers. politice
PRESEDINTE	748		461		275		12	
1. AUTORITATE PUBLICA CENTRALA	3696	39.1	2442	39.0	1175	40.1	79	29.4
2. PSD	2034	21.5	1344	21.5	619	21.1	71	26.4
3. PLR	99	1.0	59	0.9	32	1.1	8	3.0
4. PC	194	2.1	119	1.9	70	2.4	5	1.9
5. UNPR	40	0.4	26	0.4	13	0.4	1	0.4
6. MINORITATI (altele decat UDMR)	56	0.6	45	0.7	11	0.4	0	0.0
7. PNL	1523	16.1	1038	16.6	429	14.6	56	20.8
8. PDL	932	9.9	630	10.1	275	9.4	27	10.0
9. UDMR	263	2.8	171	2.7	83	2.8	9	3.3
10. PPDD	67	0.7	44	0.7	23	0.8	0	0.0
11. PMP	195	2.1	111	1.8	78	2.7	6	2.2
12. Independenti	292	3.1	180	2.9	106	3.6	6	2.2
13. Partide neparlamentare	65	0.7	47	0.8	17	0.6	1	0.4
Total	9456	100.0	6256	100.0	2931	100.0	269	100.0

Editii speciale- 01.01-31.12.2014				
Structura	TVR 1		TVR 2	
	Nr.	Durata	Nr.	Durata
PRESEDINTE	23	18359	0	0
1. AUTORITATE PUBLICA CENTRALA	128	29131	1	60
2. PSD	42	11387	0	0
3. PLR	5	2725	0	0
4. PC	8	500	0	0
5. UNPR	1	77	0	0
6. PNL	40	10853	1	362
7. PDL	23	1631	1	85
8. UDMR	12	1899	0	0
9. PPDD	2	197	0	0
10. PMP	6	385	0	0
11.Independenti	10	3215	0	0
12.Minoritati	1	40	0	0
13.Partide neparlamentare	2	897	0	0
Total	280	62937	3	507

III.EMISIUNI DE DEZBATERI, ALTE EMISIUNI*-MONITORIZAREA NUMARULUI DE APARITII PERSONALITATI POLITICE								
Structura	SRTV		TVR 1		TVR 2		TVR3	
	Numar aparitii	% din total nr.aparitii pers.politice	Numar aparitii	% din total nr.aparitii pers.politice	Numar aparitii	% din total nr.aparitii pers.politice	Numar aparitii	% din total nr.aparitii pers.politice
PRESEDINTE	58		54		3		1	
1. AUTORITATE PUBLICA CENTRALA	361	16.1	320	19.2	5	8.9	36	7.0
2. PSD	482	21.5	304	18.2	9	16.1	169	33.0
3.PLR	15	0.7	14	0.8	1	1.8	0	0.0
4. PC	41	1.8	36	2.2	1	1.8	4	0.8
5. UNPR	19	0.8	13	0.8	1	1.8	5	1.0
6.MINORITATI (altele decat UDMR)	315	14.1	263	15.7	5	8.9	47	9.2
7. PNL	396	17.7	246	14.7	14	25.0	136	26.6
8.PDL	277	12.4	202	12.1	10	17.9	65	12.7
9.UDMR	192	8.6	151	9.0	5	8.9	36	7.0
10. PPDD	37	1.7	28	1.7	1	1.8	8	1.6
11.PMP	30	1.3	26	1.6	0	0.0	4	0.8
12.Independenti	41	1.8	36	2.2	4	7.1	1	0.2
13.Partide neparlamentare	32	1.4	31	1.9	0	0.0	1	0.2
Total	2238	100.0	1670	100.0	56	100.0	512	100.0

Nota: Raportul putere-opozitie, cf. prev.CNA la emisiunile de dezbatere si alte emisiuni trebuie sa fie de 50-50%;

(sursa: Colectiv monitorizare, S.R.Tv.)

2.11.2.Emisiuni electorale

Anul 2014 a fost un important an electoral, cu două campanii la nivel național: alegeri europarlamentare și alegeri prezidențiale. Televiziunea Română a asigurat publicului accesul la informațiile referitoare la candidații din cele două campanii electorale, desfășurarea campaniei electorale la Televiziunea Română fiind gratuită, în acord cu misiunea publică a TVR.

➤ **Alegerile europarlamentare**

Campania electorală pentru alegerile europarlamentare s-a desfășurat în perioada 25 aprilie 2014, ora 0.00 - 24 mai 2014, ora 7.00. Au participat la aceste alegeri 15 partide și 8 candidați independenți. Televiziunea Română le-a oferit competitorilor electorali următoarele spații pentru comunicarea mesajelor:

- 13 emisiuni de dezbateri electorale cu durata de 629 minute;
- 10 emisiuni de promovare electorală, cu durata de 250 de minute.

În cadrul emisiunilor de dezbateri, candidații au avut posibilitatea să-și prezinte proiectele politice pe care doreau să le susțină în Parlamentului European. Emisiunile au fost moderate de jurnalistul Radu Rădulescu, reporter și prezentator al emisiunii „Parlamentul României”. În emisiunile de promovare, au fost difuzate reportaje din campanie, interviuri și spoturi de prezentare a competitorilor.

În total, TVR 1 a difuzat 879 de minute de emisie în campania electorală pentru Parlamentul European.

Televiziunea Română, ca televiziune publică, a difuzat și spotul de promovare a alegerilor europene, realizat de Parlamentul European, pentru conștientizarea în rândul electoratului a importanței scrutinului. Spotul a fost difuzat de 10 ori, alături de reportaje cu durata de 5 minute, produse de Parlamentul European, în care erau prezentate diverse teme referitoare la modul de funcționare a forului legislativ european. Subiectele propuse de moderatorii TVR au avut în vedere teme cu rezonanță europeană, dintr-o listă distribuită de Parlamentul European în toate țările.

Cele cinci studiouri regionale ale Televiziunii Române au difuzat emisiuni electorale timp de o oră pe săptămână, în total 20 de ore pentru toată campania electorală.

Astfel, Televiziunea Română a difuzat pe toată campania, prin TVR 1 și studiourile regionale, 2.079 minute de emisiuni electorale.

În urma prestației Televiziunii Române din campania electorală, Parlamentul European, prin biroul de informare de la București, a transmis o scrisoare de mulțumire TVR, în care se sublinia faptul că în România, participarea la alegerile europarlamentare a fost mai mare cu aproximativ 5% față de anul 2009 și „la această creștere a contribuit și prestația SRTv”.

➤ **Alegerile prezidențiale**

Alegerile prezidențiale de la finalul anului 2014 s-au desfășurat în două tururi. Campania electorală pentru primul tur s-a desfășurat în perioada 3 octombrie 2014, ora 0.00 - 1 noiembrie 2014, ora 7.00. La primul tur de scrutin au participat 14 candidați care au beneficiat de următorul spațiu de emisie pentru TVR 1:

- emisiuni de dezbateri, 1.150 minute;
- emisiuni de promovare, 472 minute.

Studiourile regionale au difuzat emisiuni electorale, după cum urmează:

- emisiuni de dezbateri, 1.200 minute;

- emisiuni de promovare, 960 minute.

Seria emisiunilor electorale s-a derulat sub genericul „Președinte pentru România”. Pentru campania prezidențială, în primul tur, Televiziunea Română a difuzat 2.350 de minute de dezbateri și 1.432 de minute de promovare, în total 3.782 de minute de emisiuni electorale.

Canalul TVR 1 a difuzat 17 ediții ale emisiunilor de promovare electorală și 21 de ediții ale emisiunilor de dezbateri. În perioada campaniei electorale, la TVR 1, tronsonul orar 21.00 – 22.00 - de luni până joi, sâmbătă și duminică – a găzduit câte o ediție a emisiunilor de dezbateri. Moderatorii emisiunilor de dezbateri electorală au fost jurnaliștii Radu Rădulescu, Monica Ghiurco și Sorin Avram. 13 candidați dintre cei 14 înscriși în cursa electorală au participat la aceste emisiuni.

Fiecare dintre studiourile teritoriale ale TVR a difuzat aproximativ 120 de minute de emisiuni proprii de promovare sau dezbateri electorală, săptămânal, iar TVR Internațional a preluat emisiunile difuzate de TVR 1 de la ora 21.00.

Campania electorală pentru al doilea tur de scrutin s-a desfășurat în perioada 7 noiembrie, ora 0.00 – 15 noiembrie, ora 7.00. În turul al doilea, TVR a difuzat 200 de minute de dezbateri electorale.

În timpul celor două campanii electorale din 2014, alegeri europarlamentare și alegeri prezidențiale, Televiziunea Română a avut o prestație echilibrată, remarcată și de participanți, care au adresat mulțumiri conducerii TVR. Televiziunea publică nu a primit niciun avertisment și nicio amendă din partea Consiliului Național al Audiovizualului pe durata celor două campanii electorale.

Televiziunea Română i-a invitat, înaintea votului din cel de-al doilea tur de scrutin, pe cei doi candidați rămași în cursă, Victor Ponta și Klaus Iohannis, la dezbateri electorală finală. Demersul Televiziunea Române a fost bazat pe faptul că este singura televiziune care acoperă tot teritoriul României - conform datelor oficiale ale Societății Naționale de Radiocomunicații - precum și zonele în care se află comunități de români din afara granițelor. Audiențele programelor electorale ale TVR, pe parcursul campaniei electorale, au fost ridicate, potrivit informațiilor Kantar Media, iar Televiziunea Română nu a fost sancționată de CNA, dovadă a corectitudinii și neutralității TVR față de toți candidații. De asemenea, TVR deține capacitatea tehnică și profesională, precum și experiența necesară organizării dezbaterii finale dinaintea unui scrutin prezidențial.

Televiziunea Române dorea astfel să ofere informație relevantă tuturor cetățenilor români din țară și străinătate, astfel încât aceștia să-și poată forma propriile opinii și să voteze în cunoștință de cauză. Din păcate, scrisorile adresate celor doi candidați au rămas fără răspuns.

2.11.3. Programe sportive

Anul 2014 a însemnat, pentru Departamentul Emisiuni și Știri Sportive și pentru TVR, cea mai mare încărcare cu programe sportive din ultimii șase ani. S-au difuzat, pe canalele principale, TVR 1 și TVR2, 58.679 minute, plus 6.860 de minute pe TVR 3, adică aproximativ 1.100 de ore (1.092 ore), media fiind de peste 3 ore pe zi. Evenimentele principale au fost Jocurile Olimpice de Iarnă, Campionatul Mondial de Fotbal și Jurnalele sportive.

➤ **Transmisiuni**

Au fost transmise evenimente din 17 sporturi (patinaj, fotbal, canotaj, gimnastică artistică, gimnastică ritmică, rugby, schi, motociclism, călărie, box, dans sportiv, handbal, judo, înot, polo, tenis), din cadrul Campionatelor Mondiale, Campionatelor Europene, Campionatelor Naționale, preliminariilor, meciurilor amicale, competițiilor regionale.

Cele mai productive din punctul de vedere al audienței sunt meciurile de calificare ale Naționalei pentru CE 2016, care au înregistrat 14 puncte rating și 31% share, în medie pentru cele patru partide din toamna anului 2014. Sporturile de referință pentru TVR rămân, ca popularitate, audiență și brand, fotbalul, gimnastica artistică, patinajul artistic, handbalul și rugbyul.

Constrângerile financiare au făcut ca multe evenimente importante să nu fie comentate de la fața locului, așa cum s-a întâmplat la Olimpiada de la Soci. Pentru Campionatul Mondial și competițiile internaționale de gimnastică, bugetele de deplasare pentru echipe TVR au fost asigurate prin sponsorizări.

Transmisiunile sportive ale competițiilor de mare anvergură aduc audiență, acoperă multe ore de transmisie în perioade în care TVR nu are emisiuni importante în grilă, în special vara și respectă misiunea TVR, în ciuda costurilor mari. De asemenea, sunt performanțe și competițiile internaționale în care există sportivi români cu șanse la medalii (gimnastică artistică, rugby, canotaj, tenis, box, scrimă, tenis de masă) și cele din sporturile transmise cu regularitate de TVR (patinaj artistic, gimnastică ritmică, înot).

Un efort deosebit s-a înregistrat cu ocazia Olimpiadei de Iarnă de la Soci, de la care s-au transmis în total 317 ore, pe TVR 1 (91 ore), TVR 2 (112 ore) și TVR 3 (114 ore), plus alte 330 de ore pe TVR HD (directe, înregistrări, reluări).

Situația transmisiunilor sportive în 2014:

Competiție	Sport	Difuzare	Durată (minute)	Rating (tg. naț.) %	Share (tg. naț.) %
Preliminarii CE 2016	Fotbal	TVR 1	449	13,9	30,7

Cupa Mondială FIFA	Fotbal	TVR 1	6.669	6,4	21,4
Trag. sorti prelimin CE	Fotbal	TVR 1	62	2,6	6,8
Supercupa Europei	Fotbal	TVR 1	110	2,6	6,4
Champions League	Fotbal	TVR 1	1.809	2,6	6,1
Campionat European	Patinaj artistic	TVR 1	1.354	1,9	4,9
Campionat European	Handbal feminin	TVR 2	987	1,8	3,6
Rezumate prel CE	Fotbal	TVR 1	149	1,6	11,7
Campionat European	Gimnastică	TVR 2	654	1,3	4,7
Campionat Mondial	Fotbal	TVR 2	893	1,2	3,9
Liga 2	Fotbal	TVR 1	1.431	1	3,5
Jocuri Olimpice Soci	Sporturi iarnă	TVR 2	6.710	1	2,6
Transylvania Show	Călărie	TVR 1	121	1	2,5
Rezumate Ch League	Fotbal	TVR 1	816	0,9	5,6
Campionat Mondial	Gimnastică	TVR 1	1.027	0,9	4,6
Campionat Mondial	Canotaj	TVR 1	257	0,9	3,7
Cupa Europei Națiuni	Rugby	TVR 1	418	0,9	2,5
Rowmaniafest	Canotaj	TVR 1	24	0,9	3
Cupa Mondială	Sărituri schiuri	TVR 1	191	0,9	2,2
Campionat European	Canotaj	TVR 2	102	0,8	2,6
Jocuri Olimpice Soci	Sporturi iarnă	TVR 1	5.456	0,8	2,5
Cupa Davis	Tenis	TVR 2	1.450	0,8	2,5
Meci test Naționala	Rugby	TVR 1	112	0,8	2,4
Campionat Mondial	Patinaj artistic	TVR 1	476	0,7	2,2
Campionat European	Gimnastică ritmică	TVR 2	341	0,6	2,4
Campionat European	Handbal masculin	TVR 2	2.462	0,6	1,3
Champions League	Fotbal	TVR 2	111	0,6	1,1
Campionat național	Gimnastică	TVR 2	438	0,5	1,8
Concurs internaț.	Călărie	TVR 2	78	0,5	1,7
Campionat European	Atletism	TVR 2	1.009	0,5	1,6
Centura de Aur	Box	TVR 2	236	0,5	1,6
Meci test Naționala	Rugby	TVR 2	228	0,5	0,9
Campionat European	Canotaj	TVR 1	47	0,4	2,7
Tragere sorti UCL	Fotbal	TVR 1	94	0,4	1,7
Campionat Mondial	Supermoto	TVR 1	76	0,4	1,5
Campionat Mondial	Gimnastică ritmică	TVR 2	859	0,4	1,2
Cupa României	Rugby	TVR 2	230	0,4	0,9
Campionat Mondial	Patinaj artistic	TVR 2	827	0,3	1,7
CM de tineret	Dans sportiv	TVR 2	99	0,3	0,8
CE de tineret	Judo	TVR 2	352	0,2	0,9

Campionat European	Moto hard enduro	TVR 2	25	0,2	0,9
Campionat European	Polo	TVR 2	619	0,2	0,9
Campionat European	Înot	TVR 2	817	0,2	0,7
IRB Nations Cup	Rugby	TVR 2	668	0,2	0,6
Superliga națională	Rugby	TVR 2	2.253	0,2	0,1

➤ **Emisiuni și producții proprii**

Cele mai importante producții realizate în direct de DESS au fost studiourile de la meciurile de fotbal ale Naționalei (11 ediții, audiențe medii, target național: 2,7 rating și 7,5 share), de la Campionatul Mondial de fotbal (74 de ediții, audiențe medii, target național: 2 rating și 7 share) și de la Champions League (17 ediții, audiențe medii, target național: 1,4 rating și 2,8 share).

La capitolul publicistică sportivă au fost realizate retrospectivile sportive, emisiunea „Sport Plus” - pe TVR 1, „Replay” și „Ieri, azi, mâine” - pe TVR 2, emisiuni care valorifică imaginile de arhivă. Toate aceste emisiuni au fost realizate cu cheltuieli minime, de 4.100 de lei în total, adică 923 de euro.

Situația emisiunilor și producțiilor proprii în 2014:

Emisiune, producție	Sport	Difuzare	Durată (minute)	Rating % (tg. naț.)	Share % (tg. naț.)
Studio Națională	Fotbal	TVR 1	327	2,7	7,5
Studio Mondial	Fotbal	TVR 1	1.855	2	6,9
Studio Ch League	Fotbal	TVR 1	499	1,4	2,8
Retrospectivă 2014	Fotbal, handbal	TVR 1	89	0,9	2,6
Studio Euro	Handbal	TVR 2	178	0,9	1,9
Studio Mondial	Fotbal	TVR 2	195	0,9	1,9
Vine Olimpiada albă	Sporturi iarnă	TVR 1	240	0,8	1,9
Magazin Mondial	Fotbal	TVR 1	157	0,7	2,3
Retrospectivă 2013	Sporturi	TVR 2	107	0,7	1,3
Magazin UCL	Fotbal	TVR 1	667	0,6	2,5
Magazin UCL	Fotbal	TVR 2	343	0,5	1,5
Sport Plus	Diverse	TVR 1	545	0,5	1,5
Replay	Fotbal	TVR 2	556	0,5	1
România la CM 94	Fotbal	TVR 1	885	0,4	2,7
Drumul spre Brazilia	Fotbal	TVR 1	418	0,4	1,5
Retrospectivă 2014	Rugby	TVR 2	24	0,4	1,3
Ieri, azi, mâine	Diverse	TVR 2	403	0,2	1

➤ **Jurnale**

Volumul cel mai mare de activitate pentru DESS a fost alocat jurnalelor de știri sportive, care au avut o pondere de 15% din totalul producțiilor. DESS se confruntă cu: lipsa drepturilor de difuzare pentru toate sporturile de echipă, cu excepția rugbyului, scăderea deplasărilor externe la evenimentele importante, restrângerea drastică a prezenței în zilele de sâmbătă și duminică – zile cu cea mai mare densitate de evenimente sportive, dotarea tehnică precară. Cu toate acestea, audiențele jurnalelor sportive au rămas în topul programelor TVR, cu creșteri semnificative în această toamnă. De exemplu, în perioada 3 - 9 decembrie, mediile jurnalelor de pe TVR 1 au fost de 0,7 puncte de rating la „Matinal”, 1,2 puncte de rating la Telejurnal 14.00 și 1,8 puncte de rating la Telejurnal 19.40.

Jurnale TVR în 2014: 169 de ore, o medie de 28 de minute pe zi

Jurnal	Difuzare	Ediții	Durață (minute)	Rating % (tg. naț.)	Share % (tg. naț.)
Telejurnal 19.40	TVR 1	334	4.512	1,5	3,2
Telejurnal 14.00	TVR 1	348	2.215	1	4
Ora de știri	TVR 2	235	748	0,8	2
Matinal	TVR 1	142	1.146	0,6	3,7
Telejurnal 18.00	TVR 2	319	1.513	0,6	1,6

CAPITOLUL 3. DEZVOLTAREA ONLINE ȘI A PRODUCȚIEI DE ÎNALTĂ DEFINIȚIE

3.1.Site-urile TVR

Site-urile TVR sunt gestionate de Serviciul Conținut Digital, structură care face parte din Direcția Programe. Serviciul cuprinde trei zone distincte de activitate: zona de online, Teletext și TVR HD, în conformitate cu tendința generală de dezvoltare de pe piața media.

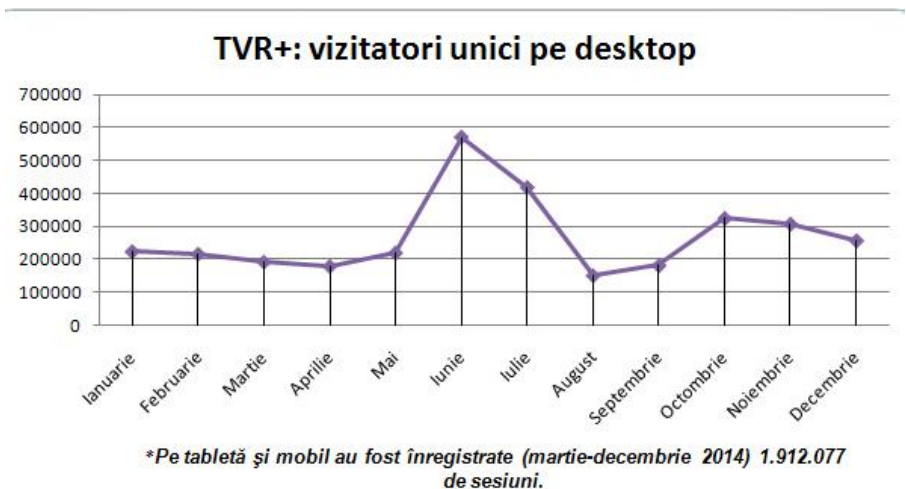
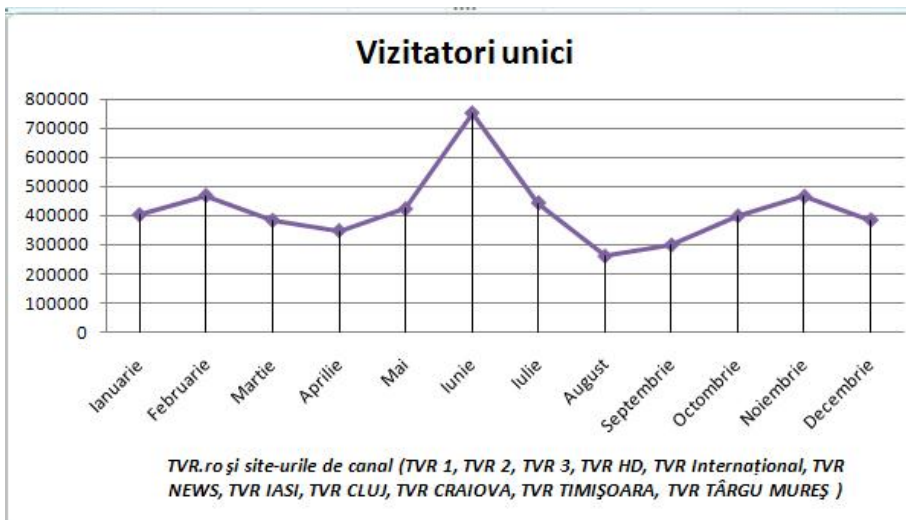
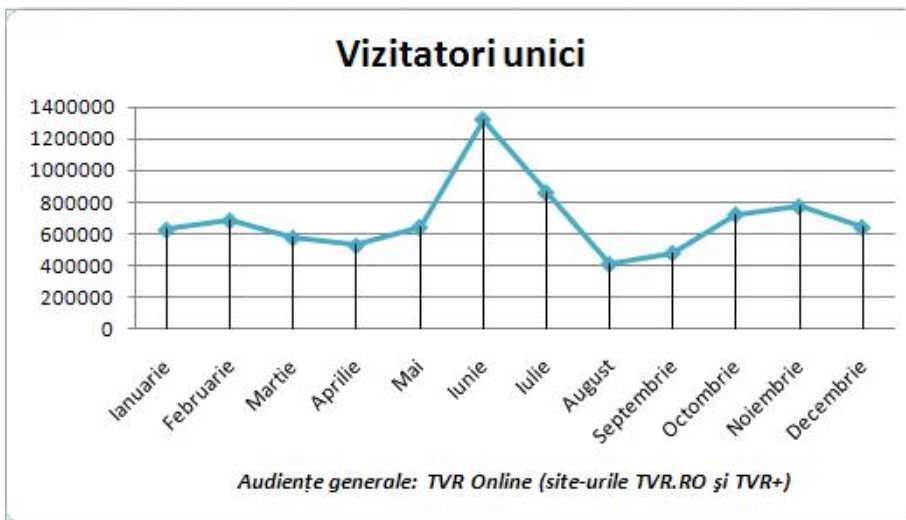
Principalele realizări ale anului 2014, în zona de online, au fost:

- lansarea aplicațiilor de mobil și tabletă pentru iOS și Android ale portatului video TVR+ (martie)
- transmiterea online a Campionatului Mondial de Fotbal din Brazilia (iunie-iulie)
- transmiterea online a Concursului George Enescu (septembrie)
- îmbogățirea colecției de 11 website-uri tvr.ro cu noi secțiuni: crearea secțiunii TVR Moldova în site-ul dedicat TVR Internațional (decembrie)

Față de anul 2013, componenta online a televiziunii publice a înregistrat o creștere considerabilă, cu vârfuri de audiență în perioada competițiilor sportive transmise de TVR: Campionatul Mondial de Fotbal și meciurile UEFA Champions League.

TVR+ a înregistrat, în 2014, un plus de 2 milioane de accesări și 700.000 de vizitatori unici pe desktop. La aceste cifre, s-a adăugat și traficul înregistrat pe aplicațiile mobile ale TVR+, lansate anul trecut. TVR+ a avut o creștere constantă de la lansare, iunie 2012, pentru ca, finalul anului trecut, să ajungă la un total de aproape 3.000.000 de vizitatori unici și la peste 7.000.000 de accesări pe desktop-uri.

Campionatul Mondial de Fotbal, care a fost difuzat și pe TVR+, a înregistrat peste 3.899.722 de vizite, în timp ce, meciurile UEFA Champions League au fost urmărite pe TVR+ de peste 18.000 de persoane, acestea reprezentând două dintre vârfurile de trafic din 2014.



Traficul total pe site-urile TVR – vizitatori unici					
	TVR.RO +site-uri de canal	TVR+	enescu.tvr.ro	eurovision.tvr.ro	Total
Ianuarie	402.455	224.859	-	-	627.314
Februarie	468.675	217.321	-	531	686.527
Martie	383.321	193.192	-	10.133	586.646
Aprilie	348.482	180.050	-	9.686	538.218
Mai	422.932	220.893	-	11.197	655.022
Iunie	751.240	571.659	-	68.264	1.391.163
Iulie	443.457	419.219	-	57.295	919.935
August	260.375	151.943	-	18.161	430.479
Septembrie	298.694	182.392	*1.012	19.402	501.500
Octombrie	398.340	325.418	-	27.933	751.691
Noiembrie	465.549	308.539	-	6.977	781.065
Decembrie	384.969	257.799	-	3.429	646.197
TOTAL	5.028.489	3.253.284	1.012	233.008	8.515.793

Sursa: Serviciul Conținut Digital

Situația vizitatorilor unici pe fiecare site de canal (canale TVR)

Luna	TVR 1	TVR 2	TVR 3	TVR i	TVR HD	TVR News
Ianuarie	35.458	19.786	4.165	11.860	3.981	3.168
Februarie	38.205	26.465	5.707	6.678	7.399	2.762
Martie	33.741	17.743	5.336	7.734	3.276	3.000
Aprilie	31.194	15.320	5.332	6.316	3.280	2.542
Mai	36.667	19.114	6.144	7.515	3.871	2.555
Iunie	103.244	25.244	4.340	9.465	25.395	2.812
Iulie	51.677	12.570	2.917	6.037	13.752	2.387
August	24.997	11.970	2.526	5.157	2.997	1.853
Septembrie	35.167	14.573	2.610	5.413	3.803	1.820
Octombrie	44.256	14.888	3.050	10.498	5.389	2.263
Noiembrie	50.087	20.563	5.245	14.214	5.015	4.751
Decembrie	39.931	28.036	6.812	12.734	4.856	2.313
Total	492.796	213.449	51.489	96.177	79.836	30.325

Sursa: Serviciul Conținut Digital

Situația vizitatorilor unici pe fiecare site de canal (Studiouri regionale)

Luna	TVR Cluj	TVR Craiova	TVR Iași	TVR Mureș	TVR Timișoara
Ianuarie	4.094	2.344	9.066	894	5.070
Februarie	5.676	2.384	4.043	804	5.855
Martie	4.490	2.221	5.118	784	4.411
Aprilie	5.111	2.527	5.022	838	4.707
Mai	5.565	2.489	5.785	828	3.833
Iunie	2.985	2.332	3.430	668	2.774
Iulie	2.305	1.483	2.715	476	2.137
August	2.238	1.612	3.147	410	1.964
Septembrie	2.449	1.443	3.006	450	2.193
Octombrie	2.835	1.702	3.339	512	3.225
Noiembrie	3.325	2.148	4.559	600	4.225
Decembrie	3.117	2.215	5.101	662	4.352
Total	42.279	23.795	51.248	7.611	41.604

Sursa: Serviciul Conținut Digital

Situația vizitatorilor unici pe pagina principală a www.tvr.ro

Luna	TVR pagina principală
Ianuarie	159.268
Februarie	244.081
Martie	167.315
Aprilie	143.664
Mai	178.867
Iunie	420.373
Iulie	218.097
August	108.676
Septembrie	128.474
Octombrie	178.959
Noiembrie	188.678
Decembrie	149.649
Total	2.117.755

Sursa: Serviciul Conținut Digital

Vârfuri de trafic în 2014

Data/eveniment	Site	Vizitatori unici	Vizite	Accesări
17 iunie Brazilia-Mexic	TVR+	80.000 Pe desktop	91.672 Pe desktop	254.124 Pe desktop
13 iulie 2014 Finala – CM Brazilia	TVR+	89.082 Pe desktop	111.569 Pe desktop	309.759 Pe desktop
13 iunie Debut CM Brazilia	TVR.RO	69.186	74.375	115.139

Sursa: Serviciul Conținut Digital

Astfel, numărul vizitatorilor de pe site-urile TVR a crescut în strânsă legătură cu evenimentele și programele difuzate. De asemenea, lansarea aplicațiilor de mobil și tabletă pentru TVR+ a contribuit semnificativ la creșterea traficului pe TVR+, iar site-urile TVR s-au aflat pe un trend ascendent în 2014, în comparație cu 2013.

3.2.TVR HD

TVR HD a început să emită în iunie 2008, cu ocazia Campionatului European de Fotbal Euro 2008. S-a constituit ca structură de sine stătătoare în decembrie 2009. A funcționat ca un canal experimental din iunie 2008 până în mai 2012, când a fost obținută licența audiovizuală. TVR HD a transmis și transmite o serie de programe produse în format HD pentru celelalte canale ale TVR, precum: documentare, reportaje, emisiuni-magazin, concerte etc., dar și programe achiziționate, în special filme artistice și seriale. TVR HD a difuzat parte dintre aceste programe în *simulcast* cu TVR 1 și TVR 2. HD are propria grilă de programe și emite în regim 24/7.

Programele transmise de TVR HD în 2014 pot fi împărțite în 8 categorii:

- **transmisiuni în direct sau înregistrate de la evenimente externe:**
 - competiții sportive: „Campionatul European de Handbal Masculin”, „Campionatul European de Patinaj de la Budapesta”, „Tenis Cupa Davis”, „Olimpiada de Iarnă de la Sochi” etc.
 - concerte: „The Third Concert. Filarmonica din Viena la Beijing”, „Concert de Paște”, „Concert Schonbrunn”, „Concertul de la Sarajevo - Filarmonica din Viena”;
- **programe achiziționate:** seriale, filme-documentare („Adio tovarăși”, „Wild Carpathia”), circ, concerte („Concertul de Anul Nou de la Viena”, „Concert Bon anniversaire Monsieur Chopin”, „Concerte Enescu”, „Piano Guys”, „Let it be Beatles”, „Concerte - Vara magică”, „Festival Radiro”);

- **transmisiuni în simulcast cu alte canale TVR:** „Eurovision 2014” (semifinale, finala națională, competiția de la Copenhaga), CREDO: ediție specială - Beatificarea Papei al VI-lea, Canonizarea Papei Ioan Paul al II-lea etc.
- **producții in house, preluate de la alte canale ale TVR:** „Revelion 2015”, „Iarna magică”, „Seara pentru 2”, „Iubiri pe acorduri de chitară”, „Martirul Brâncoveanu”, „Metadecorativul”, „Vine Olimpiada albă” etc.
- **producții externe preluate de la alte canale ale TVR:** „Mașini, teste și verdicte”, „Medici de gardă”, „Esențe”, „Români în China”, „Colinde americane”, Campania „Clubul celor care muncesc în România”.
- **coproducții preluate de la alte canale ale TVR:** „Festivalul George Enescu”, „Documentar Adevaratul Dracula”, „Bal vienez”, „Premiile Muzicale Radio România”, „Gala Premiilor Radio România Cultural”, „Gala UNITER”, Gala Festivalului Internațional de Teatru Sibiu etc.
- **piese de teatru și emisiuni dedicate teatrului, preluate de la alte canale TVR:** „Zii că-ti place”, „Neveste vesele...”, „Roman teatral”, „Quartet”, „Cafeneaua”, „Școala nevestelor” etc.
- **producții HD preluate de la Studiourile Teritoriale.**

Identitatea TVR HD este definită în principal prin calitatea deosebită a imaginii și a sunetului. Imaginea HD surprinde de 5 ori mai bine detaliul față de imaginea SD. TVR HD, comparativ cu alte canale HD, disponibile pe piața audiovizualului din România, este apreciat pe forumurile de specialitate ca având cea mai bună calitate din punct de vedere tehnic. TVR HD a difuzat în 2014 în exclusivitate conținut premium, reprezentat de programe și emisiuni realizate în tehnologia High Definition, cum ar fi mari competiții sportive, teatru, festivaluri și concerte.

Resursele limitate au afectat producția programelor în format HD. TVR HD a funcționat și în 2014 fără buget, neavând nicio producție proprie. Conținutul grilelor TVR HD a depins de capacitatea canalelor tradiționale (TVR 1, TVR 2 și Studiouri Teritoriale) de a produce din start emisiuni HD, astfel încât să poată fi transmise în simulcast sau de sine stătător și pe TVR HD.

TVR HD a funcționat în 2014 cu 2 oameni: manager proiect și referent de specialitate statistician în cadrul Serviciului Conținut Digital, structură integrată în Direcția Programe, în urma procesului de reorganizare din 2012.

Posibilități de recepție

1. Recepția cu antenă individuală terestră

În București și Sibiu, zone în care este difuzat prin emisie digitală terestră, adică DVB-T (Digital Video Broadcasting-Terrestrial), semnalul TVR HD poate fi recepționat cu o antenă activă de cameră, care poate fi achiziționată din comerț. Încă de la primele transmisiuni - test, TVR HD a emis și în sistemul DVB-T. Transmisia se face cu acordul

CNA și ANCOM (Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații) prin intermediul emițătoarelor experimentale ale SNR, iar aria de acoperire este în zona de serviciu a emițătoarelor digitale din București și Sibiu – Păltiniș.

TVR HD emite necriptat, iar recepția se poate face direct pe tv set în funcție de performanțele acestuia sau prin STB (set – top - box). (Tv set este denumirea utilizată pentru a desemna aparatul de recepție flat screen, cu ecran de tip plasmă, LCD, LED etc., care vine să înlocuiască cunoscutul televizor, denumire rămasă valabilă pentru receptoarele clasice, cu tub catodic.)

Pentru București, emițătorul se află în zona Pieței Chibrit, la intersecția dintre B-dul Ion Mihalache și Calea Griviței, semnalul putându-se recepționa pe o rază de maximum 100 de km. Pentru zonele mai îndepărtate de emițător, atât din jurul Capitalei cât și al Sibiului, este recomandată utilizarea unor antene active.

2. Recepția cu antenă de satelit

TVR HD este difuzat pe satelitul EUTELSAT 16A, poziționat la 16°Est, frecvența 11.512 MHz, SR 29,950 Msymb/sec, Polarizare Verticală, în sistem DVB-S2 (Digital Video Broadcasting-Satellite), pe același transponder cu celelalte canale din portofoliul Televiziunii Române.

Drepturile de difuzare pentru TVR HD presupun obligativitatea criptării semnalului pe satelit.

TVR oferă telespectatorilor români din aria de serviciu a satelitului, interesați de programele TVR HD, posibilitatea de a-și achiziționa cartela de decriptare de la firmele partenere, agreate de TVR, pentru comercializarea acestora.

Semnalul provenit de la antena de satelit este decriptat de către un STB sau TV-set compatibil, dotate cu cartela de decodare și poate fi vizionat fără costuri suplimentare.

Publicul interesat de recepția TVR HD prin satelit, se poate adresa, direct sau prin Internet, societăților comerciale care asigură echipamentele compatibile pentru recepție și în vederea achiziționării cartelelor de decriptare și, eventual, pentru instalarea echipamentelor de recepție.

3. Recepția pe platformele DTH (Direct To Home)

TVR HD este disponibil și pentru abonații platformelor DTH ale TELEKOM România (Dolce), Orange România și Freesat România, în funcție de oferta acestora.

2. Recepția în rețelele de cablu digitale

Semnalul TVR HD este distribuit în marile rețele de cablu din România - sistemul DVB-C (Digital Video Broadcasting-Cable) - ale RCS-RDS, UPC și Nextgen - TELEKOM precum și la alți operatori de cablu care oferă servicii digitale. În general, recepția TVR HD se face tot prin intermediul unui STB HD furnizat conform politicilor de distribuție ale companiilor respective sau prin intermediul unui televizor compatibil. Cei interesați de recepția TVR HD contactează distribuitorul din zona lor de reședință pentru a solicita

furnizarea unuia dintre pachetele digitale HD, în care alături de TVR HD, care se distribuie gratuit, pot dispune, contra cost, de alte canale HD românești și străine.

În unele rețele de cablu precum RCS-RDS și UPC, semnalul TVR HD se difuzează necriptat, astfel că el poate fi recepționat direct de către tv set-urile compatibile fără costuri suplimentare

5. Recepția pe platformele IPTV

Pe lângă distribuția pe cablu, TVR HD este distribuit și pe platforme IPTV - Internet Protocol Television - în rețele de Internet broadband existente în majoritatea orașelor mari din România. Astfel, TVR HD este distribuit de TELEKOM prin platforma Dolce Interactiv și de către RCS-RDS prin platforma DigiPlay în rețelele lor din zonele României cu infrastructură care permite acest tip de transmisie. Acestor doi operatori li se adaugă INES TV, pionierul IPTV-ului românesc, prin rețeaua sa din București și orașul Voluntari, jud. Ilfov. Există și operatori mai mici care dezvoltă acest tip de transmisie.

Cei interesați de recepția TVR HD pot contacta unul din furnizorii amintiți pentru a verifica dacă reședința lor se află în zona de acoperire a rețelelor broadband ale distribuitorilor. Dacă răspunsul este afirmativ, se poate solicita instalarea STB-ului necesar pentru recepția TVR HD și a celorlalte canale HD disponibile - ca și în cazurile anterioare, recepția TVR HD este gratuită -, pentru celelalte canale HD se poate cere plata pentru un serviciu suplimentar al cărui quantum depinde de furnizor.

6. Difuzarea TVR HD pe site-ul propriu www.tvrplus.ro

TVR HD poate fi vizionat live la adresa menționată mai sus în regim geoprotejat (doar pe teritoriul României).

Strategia și obiectivele propuse la începutul lui 2014 pentru TVR HD

Principalul obiectiv editorial al canalului TVR HD a fost stimularea producției de programe HD în interiorul TVR, prin difuzarea producției realizată pentru celelalte canale (TVR1, TVR 2) – parte din emisiuni au fost upscalate de la SD 16:9 la HD astfel încât să poată fi transmise și pe TVR HD - și prin sporirea numărului de programe produse în HD pentru celelalte canale, acolo unde a fost posibil și unde costurile suplimentare au fost rezonabile, prin „negocieri” cu producătorii și canalele respective.

De asemenea, TVR HD a avut în vedere colaborarea cu Departamentul Achiziții Film în direcția difuzării de pachete de programe HD, de tipul filme artistice și seriale, și difuzarea, în regim de simulcast cu celelalte canale ale TVR, a programelor achiziționate – filme, seriale, concerte – în format HD sau SD 16:9 upscalat, pentru care au existat drepturi de difuzare.

Numărul orelor rezervate competițiilor sportive transmise pe TVR HD a crescut în 2014, comparativ cu 2013. În 2013, TVR HD a transmis aproximativ 1.000 de ore de sport, iar în 2014, 1.317. Programele sportive și documentarele de călătorie se numără printre

programele favorite în preferințele telespectatorilor. Acest lucru a reieșit din mesajele telefonice și scrise primite de TVR HD de la telespectatori.

Ca obiective în 2015, TVR HD își propune îmbunătățirea grilelor cu programe noi, prin sporirea obligativității producerii în HD a unora dintre programele cu valoare artistică și imagistică ridicată aflate în grilele curente ale canalelor SD și finanțate din bugetele acestora. Selecția acestora se va face în funcție de genul programelor, de calitatea profesională a producătorilor/realizatorilor acestora și în limitele resurselor disponibile (camere de luat vederi și spații de montaj, bugete) - grilele TVR HD depind de cele ale canalelor principale, TVR HD neavând producție proprie;

Un alt obiectiv este încurajarea, în continuare, a Studiourilor Teritoriale în vederea utilizării echipamentelor HD pentru producția unor programe HD, în special a celor destinate canalului TVR 3, astfel încât să poată fi transmise și pe TVR HD. Alte obiective: difuzarea în regim de simulcast cu celelalte canale ale TVR a programelor achiziționate – filme, seriale, documentare – în format HD sau SD, 16:9, pentru care există drepturi de difuzare, dar și a unor evenimente artistice, de divertisment, culturale (concerte) și sportive interne și externe; transmiterea celor mai importante competiții sportive pentru care există drepturi de difuzare; transmiterea unor programe HD pe platforma online a TVR.

CAPITOLUL 4. AUDIENȚE. PUBLICITATE. MARKETING

➤ **Piața TV din România**

Piața de televiziune din România este foarte fragmentată, peste 60 de stații de televiziune sunt monitorizate de compania de research independentă care oferă datele de audiență și monitorizare pentru întreaga piață de publicitate, fiind una dintre cele mai dinamice și competitive piețe din Europa.

Conform studiului statistic prezentat de CNA, în prezent există 2.365 licențe audiovizuale și 730 societăți ce dețin licențe audiovizuale.

Chiar dacă vedem o fragmentare mare a pieței, liderii de pe fiecare segment, fie că vorbim de televiziuni generaliste sau de cele de nișă, vor continua să atragă cea mai mare parte din audiență, în principal pentru că investesc puternic în conținut și în promovare.

Liderul pieței de televiziune, Pro TV, și-a consolidat poziția, aducând un plus al inventarului de puncte de audiență prin show-urile consacrate, dar și prin unele noi lansate, reușind să atragă aproximativ 50% din bugetele de publicitate pe întreg grupul CME.

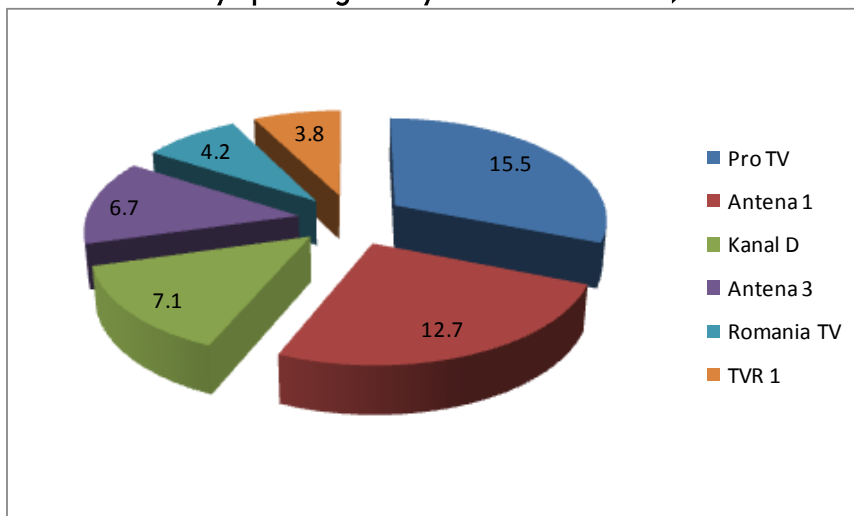
În 2014, evoluția pieței de televiziune a fost influențată de legislație, fiind primul an în care s-a aplicat OUG25, pe tot parcursul lui. Bugetele investite de client au fost la nivelul anului 2013, conform estimărilor din piață. Clienții de publicitate au dorit să atingă în primul rând populația activă, trend setterii, care au puterea cea mai mare de cumpărare și care se regăsesc în targetul 18-49 urban. Ei au fost interesați de emisiuni cu audiențe mari, în principal de divertisment, care le aduc rezultate imediate, de producții proprii unde să dezvolte proiecte speciale și nu doar să difuzeze spoturi în maniera clasică, în calupul de publicitate.

Premisele despre acest canal media, TV-ul, sunt într-o continuă schimbare: dacă la sfârșitul anului 2012, erau 58 de stații raportate de Kantar, la fel ca în 2011, în 2010 erau 50, iar în 2009 – 52. În cursul anului 2013 au intrat în sistemul de măsurare încă 5 stații, la finalul anului fiind raportate 59 stații, iar în 2014 au fost măsurate 60 de stații.

În 2014, din punctul de vedere al cotei de piață, pe primele 5 locuri s-au situat: Pro TV (15,5% - înregistrând o creștere de 2% față de 2013); Antena 1 (12,7% - înregistrând o scădere de 2% față de 2013); Kanal D (7,1% - înregistrând o scădere de 9% față de 2013); Antena 3 (6,7% - înregistrând o creștere de 37% față de 2013); România TV (4,2% - înregistrând o creștere de 35% față de 2013), fiind stația care a intrat în 2014 în top 5, în locul postului Acasă TV. TVR 1 s-a situat pe locul 6 (a rămas la fel ca în anul 2013) cu o cotă de piață de 3,8 (scădere de 2,6% față de 2013), iar TVR 2 - pe locul 13 (am urcat 2 locuri în topul televiziunilor)

cu o cotă de piață de 1,8% (înregistrând o creștere de 20%). Datele de audiență se referă la toată ziua, target național, conform informațiilor Kantar media.

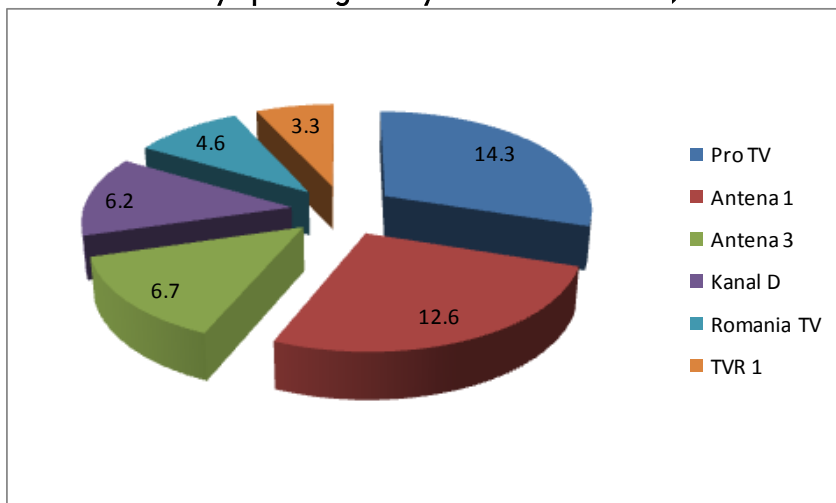
Cota de audiență pe target național - anul 2014, toată ziua



Top 20 de stații de televiziune, din punct de vedere al cotei de audiență, pe target național, pe toată ziua, în 2014:

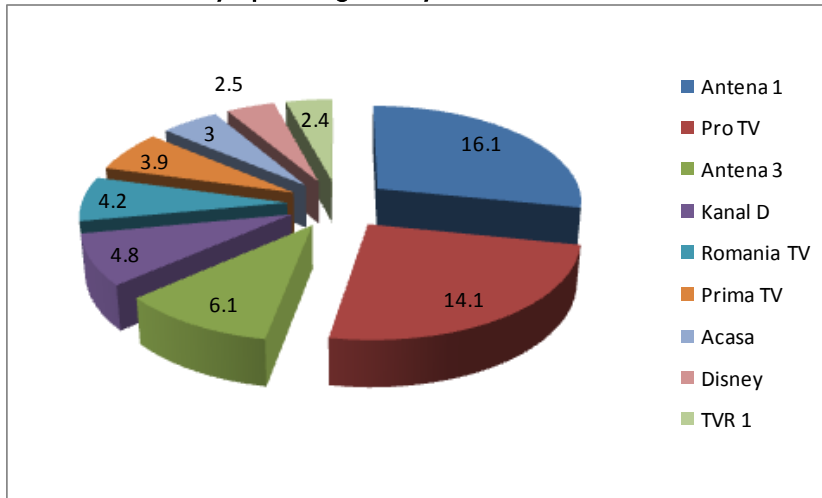
Pe tronsonul de dimineață (07.00 – 16.00), TVR 1 se află pe poziția 6, cu o cotă de piață de 3,3% (în scădere cu 17,5% față de 2013), iar TVR 2 se află pe poziția 16 (față de 17 în 2013), cu o cotă de piață de 1,7% (în creștere cu 20% față de 2013) – target național.

Cota de audiență pe target național - anul 2014, intervalul 07.00-16.00



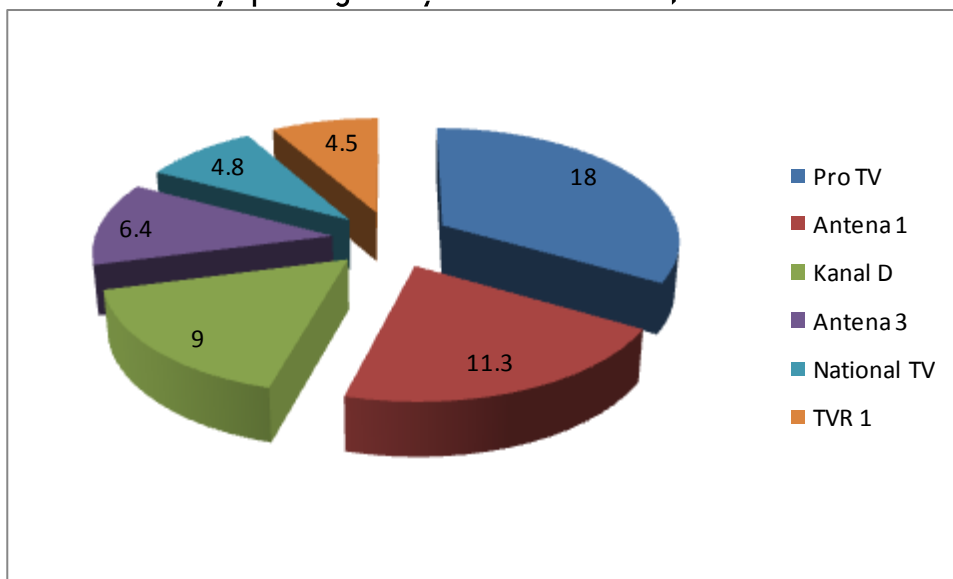
În acces PrimeTime (16.00 – 19.00), TVR 1 s-a situat în 2014 pe poziția 9, cu o cotă de piață de 2.4% (în scădere cu 35% față de 2013), iar TVR 2 s-a situat pe locul 13, cu o cotă de piață de 1.8% (în creștere cu 20% față de 2013).

Cota de audiență pe target național - anul 2014, intervalul 16.00-19.00



În Prime Time (19.00 – 24.00), TVR 1 a urcat pe locul 6, cu o cotă de piață de 4,5% (în creștere cu 9,7 % față de 2013), iar TVR 2 a rămas pe locul 13 cu o cotă de piață de 1,7% (în creștere cu 21% față de 2013). Creșterea s-a datorat în special meciurilor difuzate în cadrul Cupei Mondiale de Fotbal Brazilia 2014, UEFA Champions League și a meciurilor de calificare a echipei naționale a României la Campionatul European de Fotbal 2016.

Cota de audiență pe target național - anul 2014, intervalul 19.00-24.00



Evenimente ca Eurovision Song Contest, Olimpiada de Iarnă, Cupa Mondială FIFA Brazilia 2014 și meciurile de calificare ale echipei naționale de fotbal sunt manifestări ale căror beneficii sunt reflectate evident în share-ul de audiență. În cea mai mare parte, aceste evenimente prezintă perspective pozitive din punct de vedere al imaginii și aduc o creștere importantă de rating. De exemplu, vezi mai jos, conform datelor furnizate de Kantar Media: creștere de 300% a ratingului pe interval și o creștere de 315% a share-ului de audiență, în timpul Cupei Mondiale de Fotbal Brazilia 2014, față de același interval în luna anterioară difuzării acestuia.

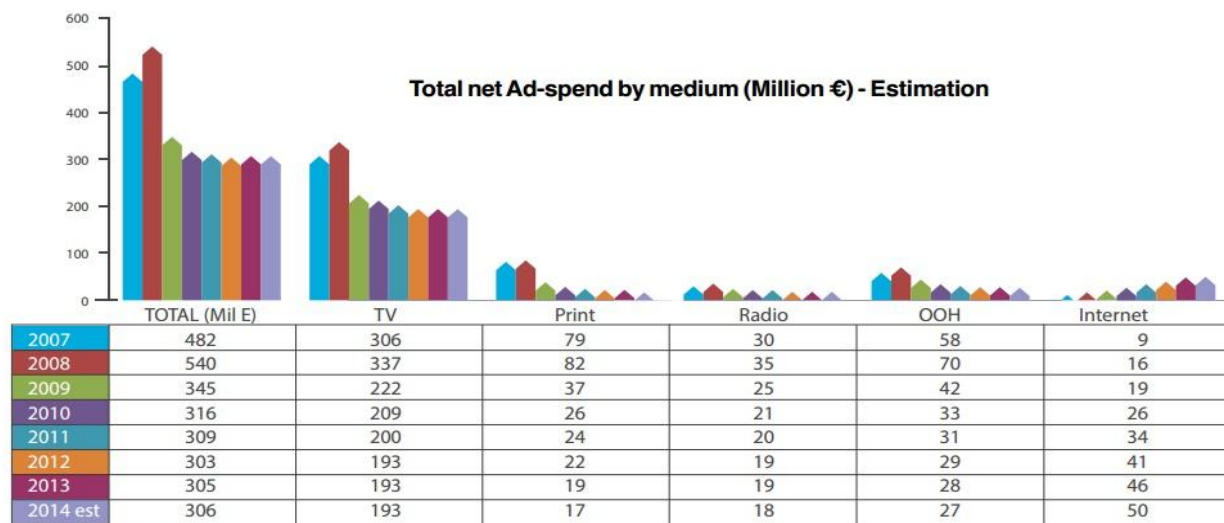
	Targets >>	National					
	Units >>	Rtg(000)		Rtg%		Share	
Timebands	Channels	May 14	CM*	May 14	CM*	May 14	CM*
19:00-24:00	TVR 1	298	883	1.6	4.8	3.9	12.3
	TVR 2	133	140	0.7	0.8	1.7	2

**conform Kantar, prelucrat de Departament Research TVR.*

Investițiile de publicitate pe piața din România

Conform studiului Media Fact Book 2014, piața totală de publicitate în 2014 a fost evaluată la 306 milioane euro (în creștere cu 0,3% față de 2013), iar piața de publicitate pe TV a fost estimată la 193 milioane euro (stagnare față de 2013). Publicitatea în presa scrisă a înregistrat o scădere de 11%, publicitatea pe radio a înregistrat o scădere de 5%, iar panotajul exterior a suferit o scădere de aproximativ 4%. Domeniul care și în 2014 s-a aflat în creștere a fost internetul (creștere de 9%).

Într-o țară cu un consum TV tradițional ridicat (conform unui studiu realizat în rândul persoanele active din România cu vârste cuprinse între 18 și 49 de ani care locuiesc în mediul urban, acestea petrec, în medie, 5,7 ore/zi în fața televizorului) și peste 60 de stații TV active măsurate, TV-ul este încă cel mai puternic canal media, cu o cotă de piață de 63%.

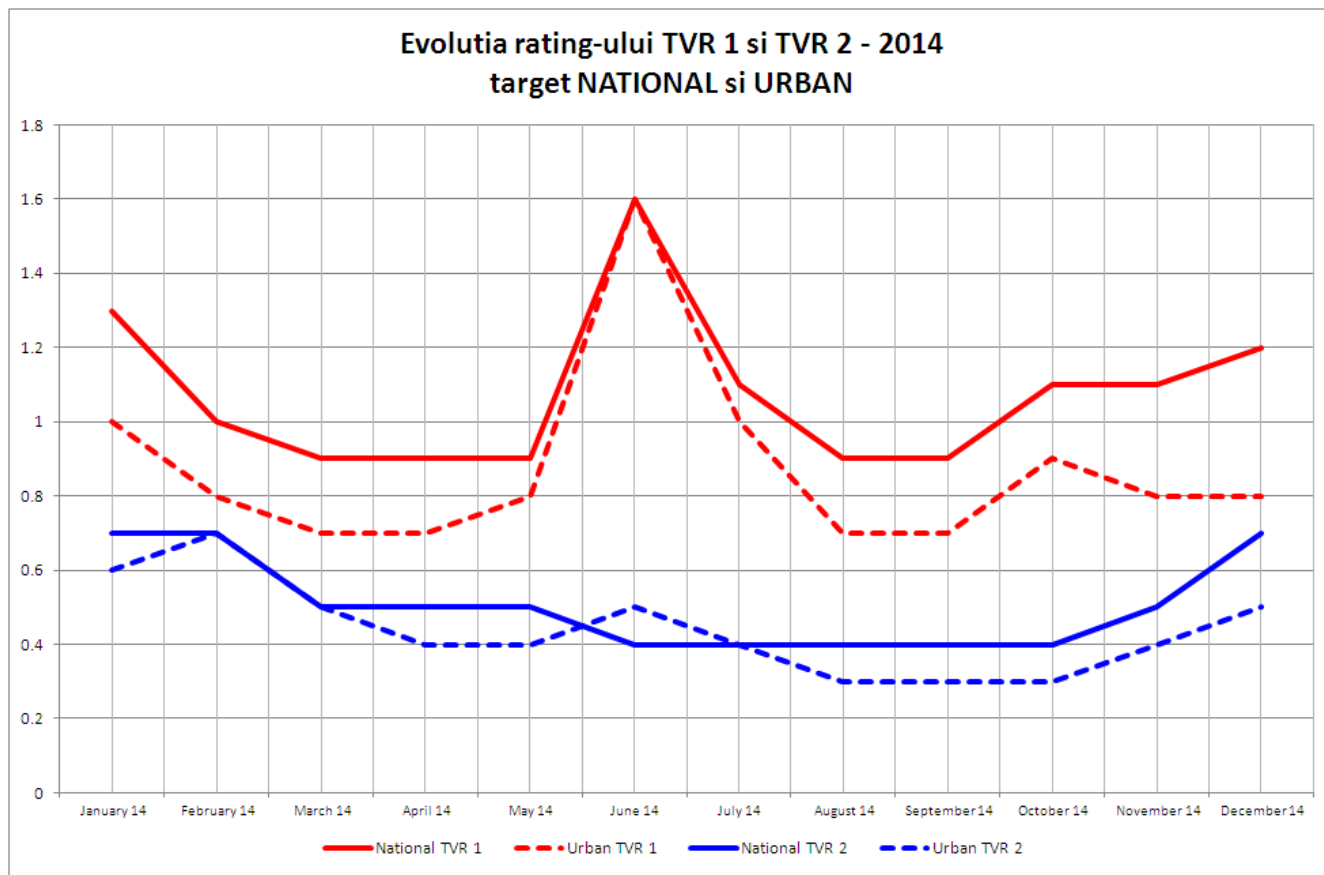


În urma aplicării Ordonanței de urgență pe tot parcursul anului 2014, principalele stații care au avut de câștigat au fost cele două grupuri mari de presă: CME și Intact.

➤ Audiența TVR în 2014

Evenimente precum Eurovision Song Contest, Cupa Mondială FIFA Brazilia 2014 și meciurile de calificare ale echipei naționale de fotbal au reprezentat vârfuri de audiență pentru televiziunea națională.

Finala Germania-Argentina, din 13 iulie 2014, a reprezentat recordul anului de audiență la TVR. 3,4 milioane de români s-au uitat, în medie, la finala dintre Germania și Argentina, cu aproape o sută de mii mai mulți decât la finala dintre Spania și Olanda, din Campionatul anterior. În minutul de aur, erau în fața ecranelor 4 milioane 250 de mii de români. TVR a înregistrat un rating mediu de 18.4 și o cotă de piață de 48%. Aceasta a urcat în minutul de aur la 68%.

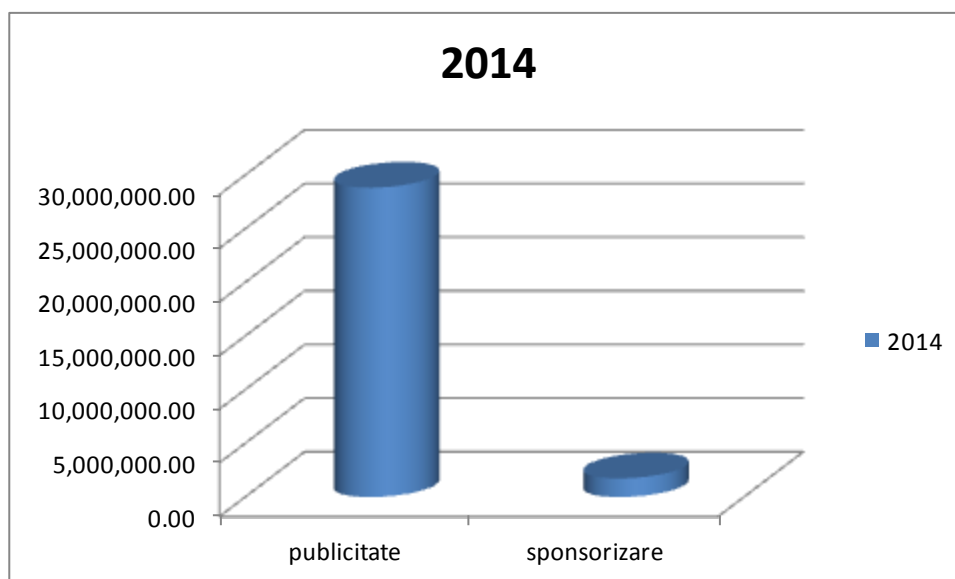


➤ **Veniturile TVR din publicitate 2014 versus 2013**

În 2014, veniturile din publicitate, sponsorizări și proiecte speciale au fost de 30.684.173.17 lei (dintre care aproximativ 9.000.000 lei au fost investiții în publicitate pe proiectul „Cupa Mondială FIFA Brazilia 2014”), în creștere cu 36% față de 2013, când veniturile SRTv au fost de 22.553.214 lei.

Valoarea publicității atrase pe stațiile SRTv (8 minute/oră) și a sponsorizărilor

SRTV	Venituri nete 2013	Venituri nete 2014	Evolutie 2014 vs.2013
ianuarie	941,278.54 lei	985,385.22 lei	5%
februarie	1,277,347.35 lei	1,225,569.24 lei	-4%
martie	2,824,695.64 lei	1,726,270.49 lei	-39%
aprilie	2,079,977.73 lei	2,001,527.82 lei	-4%
mai	2,120,141.24 lei	2,096,641.48 lei	-1%
iunie	1,660,032.78 lei	6,013,144.89 lei	262%
iulie	1,350,205.15 lei	5,751,021.39 lei	326%
august	1,700,415.52 lei	1,387,958.34 lei	-18%
septembrie	1,859,061.28 lei	2,248,354.79 lei	21%
octombrie	2,446,578.11 lei	2,664,143.79 lei	9%
noiembrie	2,222,408.69 lei	2,248,460.93 lei	1%
decembrie	2,071,072.01 lei	2,335,694.79 lei	13%
TOTAL AN	22,553,214.04 lei	30,684,173.17 lei	36%



În lunile premergătoare Cupei Mondiale FIFA Brazilia 2014, consumul de publicitate pe stațiile SRTv a fost scăzut, consumatorii de publicitate rezervând bugetele pentru perioada campionatului. În perioada în care s-a desfășurat competiția, SRTv a avut o politică de prețuri specială. Spațiul de publicitate pe această perioadă a fost vândut în totalitate și, în plus, s-au derulat proiecte speciale care au generat venituri suplimentare.

Venituri nete (€) din publicitate cupa mondială FIFA Brazilia

	2,200,0 00 €
2,037,0 00 €	
2010	2014

Creștere de venituri realizată în condițiile în care cota de piață a TVR 1 a scăzut cu 43.4% (în tabelul următor):

*mai 2010: TVR 1, rating mediu 18+ urban de 1% și share de 5.3%

*mai 2014: TVR1, rating mediu de 0.7% și o cotă de piață de 3%.

		2010	2014
Vânzări nete		2.037.000 €	2.200.000 €
Rating%	Mai	1	0,7
	Iunie	1.5	1.6
	Iulie	1.1	1.5*
Share	Mai	5.3	3
	Iunie	8.3	6.9
	Iulie	6.5	6.6*

Situația veniturilor în 2014 a avut o evoluție pozitivă: comparativ cu anul 2013, în 2014 veniturile din publicitate au crescut cu 36%, creștere substanțială provenită dintr-un inventar de GRP (audiență) crescut, ca urmare a includerii în grilă a unor evenimente sportive de mare amploare, dar și din proiecte speciale.

În cadrul Serviciului Vânzări și Parteneriate s-au dezvoltat mai multe proiecte speciale generatoare de venituri suplimentare, precum sponsorizări de emisiuni („Viața Satului”, „Ferma”, Proiect special Crăciun, Proiect special Revelion), pachete integrate cu evenimentele de public viewing produse pentru Cupa Mondială, meciurile de

calificare a României, Jocuri Olimpice etc. Au mai fost obținute sponsorizări pentru Campionatul Mondial de Gimnastică, Campionatul European de Handbal, Eurovision și diverse emisiuni.

Prin lege, televiziunea publică are restricții la difuzarea publicității, restricții care nu se aplică în cazul televiziunilor private. Posturile TVR pot difuza maximum 8 minute de publicitate într-un interval de o oră, în timp ce posturile private au dreptul la 12 minute. De asemenea, este interzisă difuzarea de solo spoturi și split screen.

TVR nu poate întrerupe programele – filme, talk-show-uri, știri etc – pentru a difuza publicitate, în timp ce posturile comerciale pot insera spoturi în cadrul programelor. Potrivit legislației în vigoare, televiziunea publică are misiunea de a difuza producții cât mai variate, care să servească nevoilor de informare, educare și de divertisment ale unui spectru larg de public, cum ar fi, de exemplu, emisiunile pentru minorități naționale, programe educative, culturale, producții europene, emisiuni dedicate partidelor politice reprezentate în Parlament etc. Aceste prevederi sunt limitative pentru politica de vânzări a TVR. Dată fiind natura lor non-comercială, audiența pe care o au aceste programe este, de cele mai multe ori, neatractivă pentru clienții de publicitate.

➤ **Marketing**

În anul 2014, programele TVR au fost susținute prin campanii de marketing și promovare: on-air, articole și machete în presa scrisă, online, în rețelele de socializare, evenimente dedicate etc.

Pentru TVR 1, acțiunile de marketing-promovare au vizat:

✓ **Eurovision 2014** – Programul Eurovision a fost complex și a inclus: conferințe de presă, interviuri și comunicate, ședințe foto, acoperire în social media și online, multiple execuții promo TV, machete print și online, spoturi radio. Proiectul a vizat Selecția Națională și Finala Europeană

Obiectivele campaniei au fost promovarea Selecției Naționale la nivel național pentru înregistrarea unui număr cât mai mare de concurenți la preselecții; promovarea finalei naționale, desfășurată în premieră la Brașov; promovarea câștigătorilor selecției naționale (Paula Seling & OVI) până la Copenhaga (locul unde s-a desfășurat în 2014 finala Eurovision). De asemenea, pentru Finala Europeană, s-a urmărit promovarea europeană pentru câștigarea unui număr cât mai mare de voturi și promovarea fazei internaționale (a semifinalelor și finalei europene, în care România a fost concurentă).

Ca și în 2013, în 2014 a fost vizată promovarea și în presa internațională, pentru obținerea voturilor conform regulamentului de concurs. Pe lângă publicul străin care putea vota în finală, au fost vizați în mod special românii din diaspora (prin: promovarea emisiunilor dedicate Eurovision difuzate de TVR Internațional direct către românii din afara granițelor, oferirea de informații în special pe tvr.ro, eurovision.tvr.ro, cât și pe pagina de FB Eurovision România).

Un număr mare al comunicatelor/știrilor transmise de cei doi specialiști responsabili de proiect a fost preluat de agenții de presă, publicații, stații tv sau radio, bloguri, dar și de presa externă scrisă și online. Au fost de asemenea publicate pe site-ul www.tvr.ro.

Din punct de vedere al marketing-ului, evenimentul a fost promovat prin:

- comunicate de presă dedicate (peste 30),
- interviuri, atât pentru presa din România, cât și pentru cea din străinătate, cu șeful delegației României și cu reprezentanții României (Paula Seling & OVI),
- acreditare jurnaliști la Brașov pentru comunicarea finalei naționale și suport la organizarea selecției naționale;
- semnătură electronică pentru promovarea evenimentului, în finalul tuturor mesajelor trimise de pe serverul TVR;
- organizarea în premieră a conferinței de presă a delegației României la Eurovision în Aeroportul Henri Coandă București, chiar la plecarea spre Copenhaga;
- însoțirea delegației în Danemarca, pentru promovarea piesei care a reprezentat țara noastră,
- intermediere de interviuri, participarea la emisiuni radio-tv și online, comunicate zilnice de presă și postarea articolelor pe tvr.ro etc.;
- spoturi radio difuzate de Radio România – parteneriat cadru cu această instituție; spoturi tv – difuzate pe posturile TVR; machete presă pentru print și online cu trusturile partenere – Adevărul, Mediafax Group; parteneriate speciale Agerpres, Aeroportul Henri Coandă și Madame Lucie.

Tot pentru proiectul Eurovision a fost realizat cross promotion cu emisiunile TVR (live-urile din Telejurnale, de exemplu), dar și două evenimente BTL (întâlnirea concurenților Eurovision România cu fanii lor și publicul larg).

Pentru faza internațională a proiectului, pentru prezența la Copenhaga a reprezentanților României au fost produse materiale promoționale.

Promovarea s-a bazat și pe componenta online: dezvoltarea și actualizarea zilnică a site-ului dedicat Eurovision (eurovision.tvr.ro, actualizat constant cu conținut livrat de Departamentul Marketing), concursuri pe pagina de Facebook Eurovision România, interacțiuni constante, consistente cu comunitatea de fani.

✓ **Lansarea / întreținerea de programe noi** - „Vorbește liber”, „Se zice că”, „Starea nației”, „Foc încrucișat”, „Politică și delicatețuri”, „Joi la 9”, „Medici de gardă”, „O țară mai bună”, „Ultima ediție”, seriile „Ciocnirea civilizațiilor”, „După 25 de ani”, „Dr. House” și filmele premiate, emisiunile dedicate alegerilor europarlamentare și alegerilor prezidențiale. Departamentul Marketing și Vânzări a făcut o promovare susținută, on-air, în presa scrisă și online, pe site-urile TVR și în social media, a programelor consacrate ale postului: „O dată-n viață”, „Garantat 100%”, „Profesioniștii”, „Nocturne”, „Între bine și rău”, „Ora Regelui”, „Exclusiv în România”, „Interes general”, „Dosar

România”, „Viața satului”.

✓ **Programele speciale** dedicate sfârșitului de an (Crăciun și Revelion, inclusiv concertele Filarmonicii din Viena: Schonbrunn, Sarajevo, „Concertul de Anul Nou”) ori cele de 1 Decembrie au fost susținute prin acțiunile de promovare declinate on-air, în presa scrisă, online, social media, precum acțiunea de 1 iunie – Ziua Porților Deschise la TVR.

✓ **Campanii umanitare / de interes public** ce au ca imagine vedete ale TVR - „Crucea Roșie – banca de alimente pentru copii”, „Concert Regal Caritabil” - Fundația Principesa Margareta, „Gala Persoanelor cu Dizabilități”; „Învinge apele”, „Solicită bonul fiscal” – în emisiunea „Interes general”; Campanie de informare MAE + CNA + TVR – alerte de călătorie etc. TVR transmite, în spațiul de promovare, în regim de campanie socială, spoturi aferente acestor campanii. În 2014, SRTv a difuzat peste 150 de campanii de interes public pe stațiile sale.

✓ **Parteneriate** prin care TVR 1 a fost recunoscut drept coproducător pentru diferite evenimente: „Gala APTR”, „Gala UNITER”, „Festivalul TIFF”, „Turneul Stradivarius Alexandru Tomescu 2014” etc. Tot pentru promovarea programelor TVR 1 prin campanii online, machete de presă ori spoturi radio, s-au încheiat **parteneriate** cu trustul Adevărul, SRR, Europa FM, Mediafax Group.

✓ **Acțiuni de marketing și promovare pentru programele de sport**

Anul 2014 a fost anul competițiilor sportive pentru TVR. Principalele evenimente care au beneficiat de campanii de marketing și promovare la TVR 1 au fost Jocurile Olimpice de Iarnă Soci 2014, Cupa Mondială FIFA Brazilia 2014, Preliminariile UEFA EURO 2014, UEFA Champions League. Aceste mari evenimente aduc un plus de imagine, dar mai ales o creștere semnificativă de audiență – cum a fost finala internațională Eurovision sau Cupa Mondială FIFA Brazilia 2014. Altele, precum Jocurile Olimpice Soci 2014 sunt evenimente de reputație, la care TVR are misiunea de a educa publicul și de a promova și alte sporturi pe lângă fotbal.

Jocurile Olimpice de Iarnă Soci 2014 - comunicate și machete de presă, spoturi tv on air, bannere online, concursuri pe paginile de Facebook ale canalelor TVR, evenimente dedicate desfășurate la patinoarul AFI Cotroceni, cu participarea vedetelor TVR, cu public și cu invitați din presă și din lumea sportului. Tot pentru JO Soci 2014, a fost creată o secțiune specială pe tvr.ro, cu conținut actualizat permanent și prezentarea tuturor sporturilor participante și a sportivilor români, s-a desfășurat campania online „Avertizare TVR – Cod alb de premii”; a fost implementată semnătura electronică pentru promovarea competiției în finalul tuturor mesajelor trimise de pe serverul TVR. De asemenea, au fost produse promoționale oferite publicului prezent la evenimente,

jurnaliștilor și partenerilor TVR și au fost obținute, prin sponsorizare, echipamente pentru sporturi de iarnă, oferite drept premii la concursurile de la patinoar ori de pe paginile de Facebook ale TVR.

Cupa Mondială FIFA Brazilia 2014 - direcțiile de promovare urmărite:

ATL, on air: Pachet grafic dedicat, spoturi de imagine & conținut, spoturi radio (810 difuzări pentru promovarea transmisiilor TVR la posturile Radio România; 165 difuzări pentru promovarea transmisiilor TVR la Radio Europa FM; 295 difuzări spoturi la Radio Promenada Mall), promo concursuri.

ATL, off air: PR (peste 80 de comunicate de presă și articole despre transmisiuni, audiențe, evenimente organizate de TVR, traficul online al TVR, fazele competiției, care au fost postate pe tvr.ro și preluate pe paginile de Facebook TVR 1 și TVR HD; ședință foto cu comentarii sport TVR; mesaj semnătură automată electronică de email; zilnic articole privind performanța meciurilor pornind de la datele de audiență furnizate de TVR), machete presă (50 machete print TVR Official Broadcaster – TVR 1, TVR 2, TVR HD în publicațiile trusturilor Adevărul și Mediafax Group; social media (peste 95% din postările pe pagina de Facebook TVR 1 (916 postări) au fost dedicate Cupei Mondiale; peste 150 de postări pe aceeași temă pe pagina de Facebook TVR 2 și 59 de postări pe pagina Facebook TVR HD; 52 de clipuri referitoare la CM FIFA 2014 au fost încărcate pe canalul YouTube al TVR).

BTL: 5 evenimente speciale de public viewing organizate la Mall Promenada în București (concept: „Petrece cu TVR seri de neuitat! – urmărește meciurile CM FIFA 2014 alături de vedetele TVR și invitații lor”. La eveniment au participat peste 30 de invitați speciali - sportivi, actori, muzicieni, jurnaliști); producția de materiale promoționale; branding (panouri și afișe produse și expuse în locul de desfășurare a vizionărilor; OOH panouri București (51 backlit + 7 metrou); colantarea cuburilor microfoanelor cu logo compozit TVR Official broadcaster CM FIFA 2014, a 40 de mașini folosite de echipele TVR pentru deplasări la filmări cu logo compozit TVR Official Broadcaster CM FIFA 2014).

Pentru campania „Prietenii TVR văd meciurile Cupei Mondiale la Rio Promenada” au fost încheiate parteneriate cu ProSport, Club Chaboo și Radio Europa FM.

Preliminariile UEFA EURO 2016: comunicate, machete de presă, bannere online, comunicare și concursuri pe paginile de Facebook ale posturilor TVR 1 și TVR HD, 4 evenimente de vizionare publică a meciurilor României de calificare la UEFA EURO 2016, în Berăria H din Capitală.

UEFA Champions League - comunicate de presă, social media și online, execuții promo TV, machete print și online, concursuri pe Facebook.

Departamentul Marketing și Vânzări a promovat și transmisiunile directe de la Campionatul European de Patinaj Artistic Ungaria, Campionatele Mondiale de Gimnastică Artistică de la Nanning, Campionatul European de Handbal Danemarca, Supercupa Europei, finalele Campionatelor Mondiale de Canotaj de la Amsterdam, Cupa

Europei pe națiuni la rugby, Campionatul Mondial de Gimnastică Ritmică de la Izmir, Campionatele Naționale de Gimnastică Artistică, Cupa Davis, toate desfășurate pe parcursul anului 2014. Evenimentele sportive au beneficiat de promovare prin PR – ședințe foto cu protagoniștii emisiunilor și transmisiunilor sportive, interviuri în presa scrisă și online, materiale ample de prezentare a transmisiunilor TVR 1 și TVR 2, comunicate de presă. De asemenea, bannere online, promovare pe conturile de Facebook oficiale ale TVR, Google+ și Twitter și promo-uri difuzate pe posturile TVR.

✓ **Marketing și promovare pentru știrile TVR**

„Telejurnalul”, emisiunile realizate în cadrul Direcției Emisiuni Informativă și Sport, „Interviurile” și „Reportajele Telejurnalului”, emisiunea „Ultima ediție”, precum și campaniile realizate de jurnaliștii Știrilor TVR au beneficiat de execuții speciale:

- parteneriat RRA – difuzare spot „Telejurnal” ora 20.00
- parteneriat trust Adevărul – machete print și campanii online pentru campania „Caravana Știrile tale sunt la TVR”; pentru „Un Rio formidabil” - campanie de bannere online în publicațiile trusturilor Adevărul și Mediafax Group.
- campanii online – site-urile TVR, Facebook, www.tvrplus.ro; youtube.com
- PR – ședințe foto, interviuri prezentatori în presa scrisă și online, susținere permanentă a campaniilor Știrilor TVR, în special a campaniilor „Caravana Știrilor TVR” și „Un Rio formidabil”, cu articole pe site-ul tvr.ro.

Promovarea „Telejurnalului matinal” s-a realizat cu precădere prin intermediul vectorilor de imagine – prezentatorii principali, dar și cei ai diferitelor rubrici.

Pentru emisiunea „Biziday”, Departamentul Marketing și Vânzări a realizat:

- promo general + shared promo clienți publicitate
- campanii online – site-urile TVR, Facebook, www.tvrplus.ro; youtube.com – canalul oficial al TVR pe youtube.com
- PR – ședințe foto, interviuri și articole în presa scrisă și online, articole punctuale pe tvr.ro.

În anul 2014, TVR 2 a continuat poziționarea pe piață ca un post care se adresează publicului tânăr. Strategia de promovare a vizat în special lansarea și susținerea grilelor de primăvară și toamnă, dar și atragerea, creșterea și fidelizarea publicului interesat de cultură, artă. Promovarea programelor postului a vizat, în principal:

✓ **Emisiunile noi ale grilei** - „Om cu carte (Ion Cristoiu), „De la Dinescu... citire” (Mircea Dinescu), „Mistere și conspirații” (Florin Iaru), „Omul cu chitara” (Ducu Bertzi), „Hai Hui” (Marina Almășan), „Noapte indigo” (Mike Godoroja și Florian Lungu), „Drumul lui Leșe”, „Top Cultura” devenită recent „Arte, carte și capricii” (Liana Stanciu), „Cartea cea de toate zilele” (Cezar Paul Bădescu), „Drumul lui Leșe” (Grigore Leșe), serialul CSI – care au beneficiat de promovare on air (pe tv), comunicate de presă, online și social

media, și spoturi radio (în general la Radio România, dar și la Magic FM – pentru „Arte, carte și capricii), seria de documentare „360 grade GEO”

✓ **Emisiunile consacrate ale postului** - „Destine ca-n filme”, „D’ale lu’ Mitică”, seara de luni cu „Teatru TV” (sub acest generic fiind promovate piesele de teatru din Arhiva TVR ori cele realizate în premieră de Casa de Producție TVR), „Duminica filmului românesc” (filme românești difuzate sub acest generic în fiecare duminică);

✓ **Proiectele editoriale mari** - campania „Citește românește!” (promovare pe toate posturile TVR și prin spoturi radio, machete presă, comunicate presă, promovare online și social media – concursuri derulate pe pagina de Facebook a TVR 2 cu premii în cărți oferite de scriitori români contemporani), proiectul „Integrala Chaplin” (a avut, în plus, un spot OOH de 15 secunde, care a fost difuzat în București și în orașele mari din România), Anul Brâncoveanu, Campania Mănăstirea Văcărești;

✓ **Tronsoanele de știri** („Telejurnalul” și „Ora de Știri”) – promovate: on-air (tv) și în presa scrisă (PR), online și social media;

✓ **Parteneriate** - TVR 2 a derulat peste 40 de parteneriate cu declinare on-air, online și PR:

- **Seria „Prietenii TVR 2 văd primii cele mai bune filme/spectacole”** (vizionarea în avanpremieră pentru România a celor mai bune filme artistice internaționale și românești, dar și a celor mai bune piese de teatru);

- **Campanii dedicate culturalizării și educării publicului tânăr:** „Câștigă cu TVR 2 și Editura RAO cele mai bune cărți” (desfășurată pe FB), „Bookland”; premii pentru prietenii TVR 2 în tabăra de vara, premii constând în cărți (obiect) și carte în format electronic, oferite cadou la concursuri desfășurate pe pagina de FB a TVR 2), „Zilele Insuficienței Cardiace”, „Maratonul Internațional București, Ziua Mondială a Inimii” cu evenimentul Pedalează pentru inima ta !;

- **Alte mini-campanii:** Dragobete, concurs Nivea, desfășurate pe pagina de Facebook TVR 2.

Același model de promovare a fost folosit și pentru promovarea programelor TVR 3: actualizarea permanentă/realizarea de promouri pentru emisiunile postului și difuzarea lor; comunicate de presă; comunicare online (pe site-ul dedicat al TVR 3); social media (în 2014 a fost dublat numărul de fani ai paginii de Facebook a TVR 3).

Programele consacrate ale TVRi („Lumea și noi”, „România dus-întors”, „Un doctor pentru dumneavoastră”, „Correspondent TVRi”, „Născuți în limba română”, ca și filme românești difuzate pe acest post) au beneficiat de spoturi de promovare on air, comunicate de presă, promovare online și social media. În 2014, TVRi a desfășurat o campanie online care a vizat părerea publicului și campanii precum „Ziua universală aiei” și „România vacanțelor tale”. Acestea s-au desfășurat online (site și pagina de Facebook a TVRi), cu concursuri premiate, destinate celor care au dorit să participe.

Pentru postul TVR Moldova, au fost promovate emisiunile retransmise de la TVR 1, TVR 2, TVR 3, fără a se suprapune cu TVRi, dar și producțiile studiourilor teritoriale, cu tematică de interes pentru telespectatorii de peste Prut, filme românești, piese de teatru. De asemenea, au beneficiat de promovare on air și online (pe pagina tvri.tvr.ro/tvrmoldova) și producția proprie TVR Moldova: „Telejurnal Moldova” (din 1 noiembrie 2014) și emisiunea dezbateri „Orizont European”, moderată de Miruna Munteanu.

Pentru a analiza părerile directe cu telespectatorii SRTv a existat o interacțiune directă cu comunitățile de fani pe Facebook create, dezvoltate și întreținute de Departamentul Marketing pentru principalele posturi ale TVR, dar și pentru produse mai mici cum sunt emisiunile. Numărul mediu de vizitatori unici pe lună a fost în 2014 de 830.000 pe TVR1 și 471 000 pe TVR2.

Site-urile www.tvr.ro și www.stiriletvr.ro sunt un instrument puternic de comunicare cu telespectatorul. În 2014, echipa de PR a furnizat articole de promovare a producțiilor și proiectelor TVR, aportul de conținut livrat ducând la dublarea traficului în 2014 față de 2013 (date furnizate de Google Analytics).

CAPITOLUL 5. COMUNICAREA CU PUBLICUL

Publicurile țintă cărora TVR li se adresează sunt: publicul larg/plătitorii de taxă TV, jurnaliștii, reprezentanți ai instituțiilor statului, ONG-uri, angajații TVR, organisme media internaționale. Serviciul Comunicare, Relații Internaționale, Relații Publice și Protocol gestionează comunicarea TVR cu diversele tipuri de public.

Pe lângă programele prin care își exercită misiunea publică, Televiziunea Română se adresează publicului său și prin intermediul unor proiecte speciale, care au rolul de a face cunoscute telespectatorilor modul de funcționare și importanța TVR în societate. Proiectele speciale presupun o interacțiune nemijlocită a publicului cu profesioniștii TVR, sub forma vizitelor în studiourile televiziunii. La fiecare dintre aceste proiecte, TVR a primit vizita a sute sau mii de vizitatori.

➤ **Proiecte speciale dedicate publicului, derulate în 2014:**

✓ **Săptămâna Școala altfel** (7-9 aprilie) – La TVR au venit peste 100 de grupuri de copii de grădiniță, gimnaziu și liceu. În Capitală au venit peste 3.200 de copii, iar cele cinci Studiouri teritoriale ale Televiziunii Române au fost vizitate de peste 2.200 de copii.

Vizitatorii au asistat la filmări, au vizitat studioul, redacția și regia Știrilor, studiourile și regiile de unde se realizează emisiuni de divertisment, talk-show-uri, emisiuni pentru copii etc., studioul 4 de unde s-a transmis, în direct, Revoluția din 1989 și cabinele de montaj.

✓ **Ziua Porților Deschise - Joaca de-a copilăria** (1 iunie). Serviciul Comunicare a participat la organizarea și desfășurarea evenimentului, și a asigurat:

- comunicarea corporate pre și post eveniment
- înscrierea vizitatorilor
- ghidajul vizitatorilor etc.

Studiourile din București ale Televiziunii Române au primit, pe parcursul zilei de duminică, 1 Iunie, aproximativ 2.000 de vizitatori.

✓ **Turul TVR** – pe parcursul anului 2014, a fost inclus în evenimentele tip Ziua porților deschise.

✓ **25 de ani de la Revoluția în direct – Porți deschise** (22 decembrie). Evenimentul a avut implicații interne și externe și a fost organizat și derulat de Serviciul Comunicare:

- A fost reamenajat decorul Studioului 4, așa cum a fost în zilele Revoluției

- A fost derulată o campanie internă pentru strângerea de fotografii realizate de angajații TVR în zilele Revoluției
 - Au fost amplasate panouri cu fotografiile realizate de angajați și cu informații despre derularea evenimentelor.
 - Au fost realizate materiale video cu imagini filmate în zilele Revoluției.
 - A fost recreat cadrul sonor din curtea TVR, prin difuzarea „coloanei sonore” a evenimentelor
 - A fost amplasat, în curtea TVR, a unui TAB asemănător celor folosite în timpul Revoluției
 - A fost organizată o expoziție de uniforme și tehnică militară folosită în zilele Revoluției (contribuția Ministerul Apărării Naționale)
 - Angajații Serviciului au ghidat aproximativ 30 de grupuri de vizitatori
- Studioul 4 al Televiziunii Române a fost vizitat de aproximativ 1.000 de persoane în cadrul evenimentului „Ziua porților deschise – 25 de ani de la Revoluția în direct”.

➤ **Relații cu publicul**

Publicul interacționează cu Televiziunea Română și prin intermediul scrisorilor, telefonului și poștei electronice. În 2014, la telefonul direct pus la dispoziția telespectatorilor, s-a răspuns în medie la aproximativ 8.000 apeluri pe an, răspunzând tuturor solicitărilor. De asemenea, anual se primesc aproximativ 4.000 mesaje, la robotul telefonic aflat permanent la dispoziția telespectatorilor. Prin poșta electronică se primesc pe parcursul anului, în medie, aproximativ 20.000 mail-uri. Sinteza săptămânală a mesajelor telespectatorilor este transmisă tuturor structurilor vizate.

La Oficiul de Relații cu Publicul se primesc aproximativ 180 petiții pe an în conformitate cu Legea 233/2002, fiind rezolvate în termenele legale. În 2014 s-au primit cinci solicitări în baza Legii 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, solicitările primind răspuns în termenul legal. La Oficiul Relații cu Publicul – Protocol Pangrati, anual, se prezintă aproximativ 1.300 persoane, care solicită informații diverse.

La Registratura Generală s-au înregistrat 2.820 documente, s-au primit și au fost înregistrate 3.864 colete transmise de la terți către SRTv, au fost procesate (primite și trimise) 90.000 scrisori simple în special de la Serviciul Taxă TV și 7.200 scrisori cu confirmare de primire. S-au mai procesat circa 150 scrisori zilnic (aproximativ 40.000 an), care au venit pentru concursurile organizate de diverse emisiuni.

➤ **Relația cu mass-media**

Serviciul Comunicare a organizat, pentru jurnaliști, conferința de presă susținută, în data de 5 martie, de conducerea TVR, privind situația TVR și a intermediat interviuri ale DG interimar/ PDG Stelian Tănase.

Informații despre activitatea TVR au fost transmise jurnaliștilor și publicului prin intermediul a 41 de comunicate corporate (o creștere de 20% față de anul anterior), cu mesaje-cheie precum „1.000 de persoane au retrăit Revoluția în Studioul 4 al TVR” (22 decembrie), „După 25 de ani, Televiziunea Română deschide pentru public Studioul Revoluției” (18 decembrie), „Televiziunea Română a câștigat 13 premii APTR” (9 decembrie), „Telejurnalul TVR, în Australia” (25 noiembrie), „TVR lansează Telejurnalul pentru Republica Moldova” (1 noiembrie), „TVR și Institutul de Investigare a Crimelor Comunismului au semnat un Protocol de colaborare” (15 septembrie), „CA al TVR a aprobat participarea Televiziunii Române la Eurovision 2015” (11 septembrie), „Sondaj TVR: Românii urmăresc TVR în fiecare zi, cel puțin o oră” (9 septembrie), „Peste 3.000 de copii și adulți s-au prins în Joaca de-a copilăria la TVR, de 1 Iunie” (2 iunie), „Școala altfel, la TVR. Televiziunea Română și-a deschis porțile pentru câteva mii de copii din toată țara” (10 aprilie), „TVR+ este disponibil pe tabletă și telefon mobil” (14 martie), „TVR și Academia Română au semnat un Protocol de colaborare” (13 martie), „Grilele TVR își schimbă conceptul. Stelian Tănase a prezentat noile emisiuni de dezbateri, educație și cultură” (24 februarie).

În urma mediatizării activității, Televiziunea Română se bucură de o reflectare constantă în media generalistă și de nișă (presă de business, presă de sport, tabloide), jurnaliștii fiind interesați de activitatea societății. Cele 41 de comunicate corporate transmise, în anul 2014, de Serviciul Comunicare au fost, în mare majoritate, preluate cu acuratețe de publicațiile monitorizate, conform analizelor calitative realizate zilnic de Serviciul Comunicare.

În afara mesajelor-cheie lansate de TVR, interesul jurnaliștilor s-a îndreptat și spre alte teme:

- alegerile interne pentru desemnarea reprezentanților TVR în Consiliul de Administrație (Ezv.ro), transmiterea preliminarilor Euro 2016 și CM 2018, (Gsp.ro, Mediafax), întreruperea transmiterii documentarului „Moștenirea clandestină”, pe TVR Moldova (Adevărul), difuzarea interviului acordat de președintele Traian Băsescu canalului TVR Timișoara (Mediafax), precizări referitoare la decizii sau discuții din cadrul ședințelor conducerii SRTv (ReporterVirtual.ro), costuri meci Steaua - Ludogorets (ziare.com, evz.ro, ReporterVirtual.ro, inpolitics.ro), acces Facebook (ReporterVirtual.ro), taxa tv (Gazeta de Sud), decizia managementului TVR vizavi de grilele canalelor TVR, închiderea spațiilor de alimentație din incinta TVR (Click.ro), nedifuzarea imaginilor cu violențele din tribună de la meciul România - Ungaria (gsp.ro), răspuns la acuzațiile lui Valentin Jucan cum că TVR nu a transmis candidaților la alegerile prezidențiale invitația de a participa la o dezbatere organizată de TVR (ReporterVirtual.ro, paginademedia.ro), distribuirea cardurilor de sănătate (DCNews.ro).

Pe parcursul anului 2014, au apărut o serie de derapaje de presă generate de declarații publice ale unor reprezentanți TVR, în afara unei strategii de comunicare

publică. Serviciul Comunicare a intervenit pentru a stopa derapajele, furnizând presei informații sau precizări pe subiectele lansate.

Pentru publicul intern, Serviciul Comunicare a organizat proiecte dedicate precum evenimentul de Moș Crăciun: o proiecție oferită copiilor angajaților TVR, cu ocazia sărbătorilor de iarnă, la care au participat aproximativ 200 de copii.

Caracterul eterogen al publicului face dificilă realizarea unui profil al beneficiarului extern al activității TVR și al Serviciul Comunicare, Relații Internaționale, Relații Publice și Protocol. Această structură se ghidează, în elaborarea strategiilor de atingere a publicurilor țintă, după sfera de interes a activității fiecărei categorii (programele TVR – publicul larg/plătitorii de taxă; programe și deciziile administrației SRTv – jurnaliști, reprezentanți ai instituțiilor statului, ONG-uri; programe externe – parteneri externi, reprezentanți ai instituțiilor și organizațiilor de media externe).

Publicul intern este format din angajații TVR. Conform evaluărilor realizate de Departamentul Resurse Umane, vârsta medie a angajaților SRTv este de 45 de ani (femei – 43, bărbați 46). 53% din angajați sunt absolvenți de studii medii (aproximativ 1.300 de angajați), iar 47% sunt absolvenți de studii superioare (aproximativ 1.150 de angajați).

5.1. Relații internaționale

Compartimentul de relații internaționale din cadrul Serviciului Comunicare, Relații Internaționale, Relații Publice și Protocol și-a desfășurat activitatea în anul 2014 respectând misiunea serviciului public de televiziune de a promova în exterior imaginea României, de a comunica și de a reprezenta o interfață a Televiziunii Române cu parteneri externi, respectiv cu organizații internaționale media din întreaga lume (Uniunea Europeană de radio și televiziune-EBU, Uniunea difuzorilor publici regionali - CIRCOM Regional etc.) precum și cu organisme ale administrației din România (Președinție, Ministerul Afacerilor Externe, Ministerul Culturii și Cultelor etc.).

TVR este membru al celor mai importante organizații internaționale din domeniul audiovizualului, precum: EBU (European Broadcasting Union), EGTA (Asociația Europeană de Publicitate de Televiziune), CIRCOM Regional (Asociația Televiziunilor Publice Regionale din Europa); FIAT/IFTA (Federația Internațională a Arhivelor de Televiziune), URTI (Universitatea Internațională de Radio și Televiziune), CMCA (Centrul Mediteranean al Comunicării Audiovizuale), Co.Pe.A.M. (Conferința Permanentă a Audiovizualului Mediteranean), Prix Italia, ERNO și Euronews.

✓ **EBU.** În calitate de membru EBU, TVR participă anual la concursul Eurovision Song Contest. Serviciul Comunicare și Relații Internaționale, Relații Publice și Protocol coordonează relațiile cu EBU și sprijină structurile din SRTv implicate în această acțiune. În anul 2014, România a fost reprezentată în Finala Concursului Eurovision de la Copenhaga, de Paula Seling și Ovi, cu piesa "Miracle", iar rezultatul final a fost obținerea locului 12, cu 75 de puncte.

TVR a achiziționat, tot prin intermediul EBU, un pachet de programe care conțin concerte importante, precum Concertul de Anul Nou de la Viena și Concertul de la Schönbrunn. Situația financiară critică a SRTv a dus la acumularea unor datorii către EBU, ceea ce a determinat conducerea acestei organizații, la mijlocul anului 2014, să ne impună anumite sancțiuni.

În vara anului 2014, Serviciul Comunicare și Relații Internaționale, Relații Publice și Protocol a făcut demersurile necesare pentru invitarea, în țara noastră a conducerii EBU, pentru a discuta și a găsi soluții pentru problemele financiare cu care se confruntă SRTv și a ne sprijini și promova interesele în fața autorităților din România. Conducerea EBU a acceptat invitația, cu condiția stabilirii unei întâlniri cu premierul Victor Ponta. Vizita nu a mai avut loc deoarece premierul nu a dat nici un răspuns partenerului străin.

✓ **CIRCOM REGIONAL.** TVR a participat la o serie de programe prin intermediul CIRCOM REGIONAL, organizație dedicată în special televiziunilor regionale. Astfel, Studioul TVR Timișoara a continuat derularea proiectul "citizenship.circom.eu" început în anul anterior și finanțat din fonduri de la Parlamentul European, prin care se oferă accesul gratuit la programe referitoare la cetățenia europeană.

În calitate de membru CIRCOM, TVR beneficiază de producțiile câștigătoare ale competiției "Prix CIRCOM", care sunt libere de drepturi, pentru o perioadă de un an pentru o transmisie regională, cu o singură redifuzare. În anul 2014, TVR a participat la concursul Prix Circom 2014 (Croatia, 8-10 mai 2014) cu 15 programe, dintre care, două programe au obținut premii: „Brădet”, la categoria „Citizenship Co-Production”, o categorie specială la care premiile sunt oferite de CIRCOM în parteneriat cu Parlamentul European și „Stegozaurii”, la categoria „Cel mai original program”.

SRTv a avut privilegiul de a acorda cinci ani la rând, Premiul Vanda Condurache, intitulat „Rising Star” unui debut promițător jurnalistic, stabilit prin jurizarea internațională la „Prix Circom”.

✓ **URTI.** TVR a înscris în anul 2014 o serie de documentare pentru Catalogul URTI și a participat pentru Marele Premiu de la Monte Carlo, unde au fost trimise programele: „Stegozaurii”, regia Cornel Mihalache și „Grecia - Televiziunea Publică în șomaj”, realizator Cristina Țilică. Programele înscrise în catalogul URTI au fost: „Calea șoaptelor”, realizator Lucia Constantinescu, „Moștenire clandestină”, „Carmina Burana” - teatru coregrafic, „Mauro Vlachica”, „Macelul de la Fântâna albă”, iar pentru

Marele Premiu de la Monte Carlo, au fost trimise programele: „Stegozaurii”, „Grecia-Televiziunea Publică în șomaj”. Beneficiile pe care le obține TVR din acest proiect sunt: promovarea filmelor TVR prin intermediul catalogului și posibilitatea ca TVR să comande filme libere de drepturi. Oferta de programe din catalogul URTI a fost prezentată Direcției Programe a TVR.

✓ **FIAT/IFTA.** Prin intermediul Federației Internaționale a Arhivelor de Televiziune - **FIAT/IFTA**, TVR a continuat participarea la proiectul Euscreen, pentru perioada martie 2014 - februarie 2016. În cadrul acestui proiect, TVR va primi o finanțare de 70.000 de euro de la Comisia Europeană, prin intermediul Universității din Utrecht, pentru digitalizarea și punerea la dispoziția publicului larg prin intermediul portalelor www.euscreer.eu și www.europeana.eu a peste 4.000 de titluri din patrimoniul arhivistic audiovizual al TVR. În anul 2014 Televiziunea Română a participat la **Festivalul Internațional de Film Prix Italia** cu producțiile „Hedda Gabler” – realizator Dominic Dembinski și „Grecia, Televiziune publică în șomaj” – realizator Maria Cristina Țilică.

✓ **ERNO.** Televiziunea Română, în calitate de membru ERNO (Asociația de schimburi de știri regionale din Sud - Estul Europei) a beneficiat în anul 2014 de serviciile oferite în cadrul schimbului de știri regionale, precum și de o serie de proiecte și seminarii precum: seminarul regional privind problemele populației și planificarea financiară, organizat în cooperare cu UNFPA (la care au participat doi reprezentanți ai Direcției Știri); atelierul de lucru privind punerea în aplicare a Platformei Beijing, referitor la rolul femeii în mass-media și în societate, realizate cu sprijinul financiar UNESCO.

✓ **EGTA.** Televiziunea Română a participat cu reprezentanți la seminariile organizate de acest partener, având ca temă în special modalitățile de măsurare a audiențelor și cifrele de audiență pe diverse platforme audiovizuale, căi de optimizare a vânzărilor și campaniile de publicitate etc.

În septembrie 2014, o delegația EGTA, condusă de Secretarul General, Katty Roberfroid și Caroline Brasseur, coordonator pe probleme de televiziune a fost la București și a prezentat managementului TVR activitatea organizației și beneficiile pe care le are SRTv în calitate de membru, precum și o serie de propuneri de proiecte comune.

✓ **EURONEWS.** SRTv în calitate de membru acționar Euronews beneficiază de programele de știri care sunt difuzate pe canalul TVR News și în buletinele de știri ale Televiziunii Române. În cadrul ședinței Consiliului de Administrație al TVR din luna iunie 2014, a fost expusă atenției membrilor consiliului somația Euronews, privind plata restanțelor pe care le are SRTv. A fost discutată posibilitatea de încetare a colaborărilor

existente între Euronews și TVR în contextul datoriilor acumulate în ultimii ani. Cu toate acestea, consorțiul Euronews nu a încetat colaborarea și nu a reziliat colaborarea cu SRTv, iar parteneriatul cu Euronews continuă, Televiziunea Română difuzând programele de știri în continuare pe canalele sale (TVR 1, TVR 2 și TVR News).

În anul 2014, au avut loc două vizite ale conducerilor EGTA și CIRCUM Regional. Conducerea Prix CIRCUM și cea a TVR au discutat despre schimburile de producții și programe, cursurile de pregătire profesională CIRCUM, participarea anuală a TVR la edițiile Prix CIRCUM, continuarea acordării de către TVR a Premiului Rising Star award, în memoria Vandei Condurache, jurnalist și trainer la TVR Iași. Delegația EGTA a prezentat managementului TVR propunerile de stabilire a unor proiecte comune între cele două instituții, care urmează să fie implementate și dezvoltate în anul 2015, în funcție de prioritățile managementului TVR și de situația financiară a instituției.

Au fost primiți reprezentanții misiunilor diplomatice acreditate la București (Coreea de Sud, China, Republica Moldova, Franța, Iran, Azerbaidjan, Irlanda, Israel, Statul Palestina). Cu aceștia s-a discutat implicarea TVR în diverse proiecte:

- Coreea de Sud: o vizită la TVR a unei echipe de la Radio KBS, pentru documentarea necesară realizării unui program dedicat evenimentelor din decembrie '89 și a unui interviu cu Adelin Petrișor (singurul jurnalist român care a vizitat Coreea de nord după anul 1990).
- Ambasada Japoniei și Televiziunea Română au realizat unui parteneriat media pentru organizarea la București a conferinței intitulate „Prevenirea dezastrelor - învățată din experiența japoneză”, în data de 26 septembrie 2014.
- Difuzarea a cinci filme documentare chinezești, pe canalul TVR2, în perioada 20 – 27 februarie 2014; au fost difuzate pe canalul TVR Internațional a reportajelor „Povești cu români în China” realizate de RCI, în perioada 24 - 30 noiembrie 2014; a fost organizată o vizită oficială în China pentru reprezentanții televiziunilor publice din țările Central Europene, o vizită a delegației de la Administrația de Presă, Radio, Cinematografie și Televiziune din China (SAPPRFT) și o delegație a Canalului de film a televiziunii publice chineze CCTV6.

Compartimentul Relații Internaționale a intermediat trimiterea reprezentanților și a producțiilor tv la sesiunile de lucru și festivalurile organizate de EBU, CIRCUM Regional, CMCA, CoPeAM, URTI, Prix Italia. În perioada 8-13 februarie 2014, Președintele - Director General, Stelian Tănase, a participat la Adunarea Generală URTI care a avut loc în Franța, la Paris, și la care au avut loc întâlniri cu Alain Masse, fost director general URTI, Daniel Brouyère, consilier RTBF, Herve Michel, director Relații Internaționale France Télévisions, André de Margerie, director Relații Internaționale ARTE, Jean François Pellier, director proiect, Cedric

Hazard, director Distribuție Internațională, Barbel Mőser, director Dezvoltare RFI. Subiectele de discuție s-au referit la: implicarea TVR în cadrul URTI, difuzarea filmelor libere de drepturi URTI în Moldova, înscrierea documentarelor produse de SRTv în catalogul URTI pentru promovarea acestora pe plan internațional, selecționarea de filme din catalogul URTI care să fie difuzate pe canalele TVR, reluarea colaborării cu ARTE France.

Negocierea unor acorduri de colaborare sau reînnoirea celor existente a constituit o preocupare importantă în scopul de a intensifica colaborarea cu organizațiile respective, pe baze necomerciale, pentru a obține spre difuzare programe cu cheltuieli minime sau pentru a face schimburi de specialiști și experiență în domeniu. Aceste acorduri reprezintă o bază legală pentru viitoare colaborări. Astfel, în anul 2014 s-au analizat și negociat documentele de colaborare cu următoarele televiziuni: MTVA – Televiziune Publică din Ungaria; LRT – Televiziunea Publică din Lituania; VTV – Televiziunea Publică din Vietnam; NTU – Televiziunea Publică din Ucraina; IBA - Televiziunea Publică din Israel; RTE – Televiziunea Publică din Irlanda.

Pe durata întregului an 2014, Compartimentul Relații Internaționale a acordat asistență logistică pentru soluționarea formalităților și obținerea documentelor de călătorie (pașapoarte turistice și pașapoarte diplomatice), transmiterea unor documente pentru formalitățile de trecere a frontierei, necesare pentru angajații TVR, personal de execuție și reprezentanți ai conducerii TVR, care au efectuat deplasări în Republica Moldova, pentru inițierea, derularea și finalizarea proiectului de înființare a studioului TVR la Chișinău și de lansare a emisiei canalului TVR Moldova (inclusiv aprobări pentru echipamente și mașini);

➤ **Festivaluri Internaționale**

Participarea SRTv la festivaluri internaționale de film este bazată pe strategia de a asigura, prin mijloace specifice, integrarea SRTv, ca serviciu public de televiziune, în peisajul audiovizual internațional și de a promova imaginea României în străinătate. În anul 2014, SRTv a fost reprezentată prin diverse producții la următoarele festivaluri de film: Festivalul Internațional de film Prix Italia - Torino; Festivalul Internațional de film Prix Europa - Berlin ; Cronograf ; Marele Premiu al Documentarului de Autor URTI; Festivalul Internațional de Film Karlovy Vari din Cehia; Festivalul de Filme de Știință Szolnok din Ungaria; Festivalul Internațional de filme documentare din Londra; Festivalul Internațional de film din Quebec; Festivalul internațional de film din Belgrad; Festivalul Internațional de film din Skopje; Festivalul Internațional de film Jihlava; Festivalul Internațional de Producții pentru Televiziune, Coreea ; Festivalul Internațional BELDOCS IDFF, Serbia; Festivalul de Film de la Trento, Italia ; Festivalul Internațional de Documentare Makedox, Slovenia.

În anul 2014 salariații SRTv au beneficiat de 20 de seminarii și work-shopuri internaționale, organizate de CIRCOM, EBU, EGTA, CoPEAM, ERNO și alți parteneri media pe teme de interes și actualitate precum: relatări electorale europene, formarea formatorilor, rețele sociale media, jurnalism pe mobil, news&technology, subiecte medicale, jurnalism de investigație, relatarea evenimentelor culturale, măsurarea audienței, rolul femeii pe piața muncii etc.

CAPITOLUL 6. RESURSE UTILIZATE

6.1. Resurse Umane

6.1.1. Personalul din cadrul TVR (comparație 2013-2014)

Total număr de personal

An	Număr salariați
2013	2.499
2014	2.522

Total număr posturi

An	Număr posturi
2013	2.451 (2.450 de posturi aprobate cf. Programului de Redresare economică + o persoana care a fost reintegrată)
2014	2.517,5 (2.450 de posturi aprobate cf. Programului de Redresare economică + 68 de persoane care au fost reintegrate, dintre care 17 au decizii definitive în urma Hotărârilor date de Curtea de Apel)*

**La data de 31 decembrie 2014*

Organigrama TVR, numărul de posturi ocupate sau vacante, precum și numărul de angajați sunt gestionate de Compartimentului Organizare Structurală și Funcțională. În cadrul compartimentului au fost gestionate baza de date de personal, Registrul General de Evidență a salariaților SRTv și comunicarea la ITM, calcularea lunară a numărului mediu de salariați din SRTv, și comunicarea către Serviciul Financiar în vederea întocmirii rapoartelor către Institutul de Statistică etc. Pentru aproximativ 450 de salariați au fost actualizate fișele individuale.

Departamentul Resurse Umane a actualizat sau modificat procedura de evaluare a performanțelor profesionale individuale ale salariaților SRTv, procedură care a fost avizată în Comisia de control managerial și în Consiliul de Administrație, prin HCA nr.114/24.11.2014. DRU a pregătit demararea procesului de evaluare a managerilor și a preluat dosarele întocmite în urma concursurilor de selecție de manageri, derulat în anul 2013.

În condițiile în care Contractul colectiv de Muncă la nivelul SRTv, pe perioada 2013-2014, înceta la data de 31.12.2014, DRU a purtat discuții pentru începerea

negocierilor pentru CCM 2015. Prin HCA nr.119/2014 s-a decis prelungirea CCM 2013-2014 al SRTv cu 6 luni, respectiv până la data de 30 iunie 2015.

6.1.2.Activitate de formare profesională

În privința activității de formare profesională, Departamentul Resurse Umane a identificat nevoile de training, a întocmit planului de training pe anul 2014, a identificat unii furnizori de training din țară și străinătate și a organizat training-urile interne. În anul 2014, Departamentul Resurse Umane a organizat 6 cursuri interne, în cadrul cărora au fost instruiți 30 cursanți, pe parcursul a 142 de ore. În același interval, 46 de salariați ai SRTv au participat la 1.792 de ore de pregătire în cadrul a 11 cursuri externe, organizate de firme specializate, la sediile lor. La 18 cursuri și seminarii internaționale desfășurate în străinătate (totalizând 808 de ore) au participat 21 angajați. Departamentul Resurse Umane a coordonat practica studentescă, pe parcursul a 4.026 ore pentru 135 studenți.

Pentru activitățile de formare profesională, în 2014 au fost cheltuiți 7.768 lei din bugetul Departamentului Resurse Umane și 48.126 lei din bugetele altor compartimente.

Obiectivele anului 2015 în materia formării profesionale - organizarea activităților de formare cu costuri cât mai reduse și accesarea fondurilor europene destinate proiectelor de dezvoltare profesională și organizațională.

Comparativ, situația cursurilor se prezintă astfel:

Cursuri interne

<i>Perioadă</i>	<i>Cursuri</i>	<i>Cursanți</i>	<i>Ore</i>
2013	26	142	394
2014	6	30	142

Cursuri externe

<i>Perioadă</i>	<i>Cursuri</i>	<i>Cursanți</i>	<i>Ore</i>
2013	19	51	968
2014	11	46	1792

Cursuri internaționale

<i>Perioadă</i>	<i>Cursuri</i>	<i>Cursanți</i>	<i>Ore</i>
2013	7	8	192
2014	18	21	808

Practică studentescă

<i>Perioadă</i>	<i>Stagii</i>	<i>Studenți</i>	<i>Ore</i>
2013	28	370	14.608

2014	8	135	4.026
------	---	-----	-------

6.1.3. Securitate și sănătate în muncă

În cadrul DRU, Serviciului Intern de Prevenire și Protecție a derulat instructajele introductiv generale pentru toate contractele de angajare pe 2014, a acordat suport tehnic de SSM la solicitările sefilor de servicii, a finalizat tematicile și reactualizarea instrucțiunilor proprii generale și specifice pentru toate posturile de lucru din SRTv etc. Nu au fost înregistrate evenimente legate de procesul de muncă în anul 2014.

În perioada ianuarie-decembrie 2014, s-au efectuat la Cabinetul medical 16.727 de consultații medicale curente pentru angajații SRTv și 2.930 tratamente. Au fost înregistrate 123 cazuri de urgențe medico-chirurgicale care au fost rezolvate în cea mare parte la nivelul cabinetului medical, 24 cazuri necesitând transport la spital. S-au realizat 91 examene medicale la reluarea muncii. Au fost efectuate 1.180 examene medicale periodice (care au cuprins și testarea psihologică). Au fost acordate 202 avizări medicale pentru încadrarea cazurilor de ajutor financiar pe motiv de boală, conform CCM aflat în vigoare.

6.2. Resurse Tehnice

6.2.1. Care de reportaj

În cadrul programului de digitalizare pe partea de sunet a carelor de reportaj au fost achiziționate trei mixere de sunet digitale Yamaha DM1000, integrate în infrastructura carelor mici 1, 7 și 8.

În cadrul programului de înlocuire a formatului de înregistrare-redare au fost achiziționate unități de înregistrare-redare AJA KiPRO, integrate în infrastructura carelor 2, 6 și 8.

Principalele evenimente în care au fost implicate unități de producție din cadrul serviciului au fost: „Olimpiada albă”, „Festivalul Ion Dolănescu”, „Eurovision 2014 Brașov”, „Gala premiilor UNITER”, „Fotbal - Liga secundă”, „Rugby - Liga Națională și Echipa Națională”, „Cupa mondială Supermoto”, „BOOKFEST”, „Festivalul George Grigoriu - Brăila”, „Președinte pentru România” (24 ediții), „Cupa Mondială de Gimnastică”, „Vorbește liber” (43 ediții), „Unilateral UEFA Champions League”, Parada militară - 1 Decembrie București și Alba Iulia, „Învestirea președintelui Iohannis”, „Revelion 2015”, piese de teatru produse și preluate de TVR.

Ca obiective pentru 2015, Serviciul Care își propune să pună în continuare accent pe creșterea flexibilității personalului, privind acoperirea unei game mai largi de

activități pe care un angajat le poate presta. În acest fel, în momentele de vârf de activitate, pe anumite compartimente din cadrul Serviciului Care de reportaj, se va acționa prin suplimentare de personal cu specialiști din celelalte compartimente.

De asemenea, Serviciul își propune finalizarea re tehnologizării cavelor HD 6 și 8.

6.2.2.Studiouri

Serviciul Studiouri contribuie, prin activitățile pe care le desfășoară, la realizarea transmisiilor în direct și a emisiunilor înregistrate din studiourile de producție și știri, pentru toate canalele SRTv. Sarcina de bază constă în asigurarea serviciilor de producție video-audio prin exploatarea optimă a echipamentelor din dotare.

De asemenea, Serviciul Studiouri urmărește permanent tendințele de dezvoltare precum și schimbările tehnologice în domeniu, în scopul găsirii unor soluții moderne de realizare a emisiunilor. Resursele umane au rămas din punct de vedere numeric și structural la nivelul anului 2013 când, în urma procesului de selecție a personalului din SRTv, personalul Serviciului Studiouri s-a redus cu 17,9%.

Activitatea ce se desfășoară în studiouri are o componentă continuă, care cuprinde toate emisiunile informative (știri, sport, meteo) și edițiile speciale în regim de breaking news, pentru toate canalele SRTv, precum și majoritatea emisiunilor dedicate minorităților naționale. Componenta variabilă, a cărei dinamică este generată de grilele de programe, cu vârfuri de activitate în perioadele martie-iunie / octombrie-decembrie, cuprinde toate tipurile de emisiuni ce asigură misiunea TVR ca post public de televiziune.

În plus, în studiouri s-au desfășurat o serie de evenimente ample și emisiuni complexe (unele de tip integrat studio-car), precum: „O dată-n viața”, „Garantat 100%”, „Profesioniștii”, „Nocturne”, emisiuni dedicate alegerilor europarlamentare, alegerilor prezidențiale, zilei Naționale 1 Decembrie, sărbătorilor religioase, evenimente sportive importante (Campionatul Mondial de Fotbal 2014) etc. Pentru reluarea producțiilor de teatru TV s-au făcut înregistrări în studioul 3 și în studioul muzical.

În primul semestru, începând cu grila de primăvară, volumul producțiilor desfășurate în studiouri s-a încadrat într-un trend ascendent, ca urmare a creșterii numărului producțiilor interne și a orientării solicitărilor Direcției Programe tot mai mult către studiouri. Cu toate acestea, la nivelul întregului serviciu s-au făcut eforturi pentru a asigura o calitate video-audio corespunzătoare tuturor producțiilor TV desfășurate în studiouri. În semestrul II, odată cu lansarea grilelor de toamnă, a apărut o ușoară scădere a încărcării studiourilor, explicată de tendința structurilor editoriale de a realiza cât mai multe producții în High Definition (HD) sau cel puțin în Standard Definition (SD) cu raport de aspect 16:9.

6.2.3. Emisie

Serviciul Emisie are ca principale atribuții: emisia canalelor (programelor TV) prin intermediul propriei stații de sol (emisie satelit) și prin link-ul radio cu SNR (emisia terestră); verificarea condițiilor de redistribuție a programelor emise la operatorii de cablu și verificarea îndeplinirii condițiilor contractuale cu SNR; distribuția semnalelor în cadrul telecentrului prin instalația de teleficare și prin legăturile audio-video dintre Controlul General și studiourile de producție.

În cursul anului 2014 a continuat extinderea sistemului de transfer a materialelor audio-video prin protocol FTP. Această modalitate de transmitere a producțiilor de televiziune este implementată la toate studiourile teritoriale și este folosită în cadrul Compartimentului Ingest pentru ingestul în serverul video în vederea emisie. Producțiile, atât cele Standard Definition (SD), cât și cele High Definition (HD) sunt transmise către un server FTP de unde sunt preluate, verificate din punct de vedere tehnic pentru ca parametrii audio și video să corespundă standardului de calitate impus în Televiziunea Română și apoi transferate în serverul video de emisie în vederea difuzării.

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

Îmbunătățirea sistemelor audio de prelucrare și emisie prin instalarea de echipamente automate de control și corecție a parametrilor semnalelor audio analogice și digitale este unul dintre obiectivele finalizate parțial în 2014, prin instalarea echipamentelor de măsură și control în toate regiile de producție, emisie și pe carele TV. Următoarea etapă presupune controlul semnalelor audio folosind procedura implementată de EBU prin măsurarea loudness-ului.

În cadrul Serviciului Emisie s-a urmărit specializarea personalului tehnic și conversia profesională asigurându-se astfel transferul în cadrul regiei de emisie multicanal sau în cadrul compartimentului ingest.

Emisia canalelor din portofoliul SRTv se desfășoară din cadrul regiei de emisie multicanal în regim 24/7. Această facilitate permite folosirea resurselor tehnice în comun de către mai multe programe și o reducere a personalului implicat în activitatea de emisie propriu-zisă. În momentul actual, regia multicanal deservește programele TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Internațional, TVR Moldova, TVR News și TVR HD.

6.2.4.IT și Grafică

Colectivul Proiecte a asigurat o serie de activități precum:

- migrarea sistemelor și serviciilor software de pe platforma hardware/software veche, pe noua infrastructură realizată;
- dezvoltarea de aplicații/sisteme informatice specifice pentru susținerea proceselor de producție neinformaticizate;

- implementarea unor aplicații pentru îmbunătățirea activității serviciului management de proiect, asset management, ticketing pentru intervenții pe echipamente și intervenții la utilizatori;
- suport și mentenanță pentru Enps, Orad, Sienna, LotusNotes, Transfer.tvr;
- MYTS - trafic publicitate, document.tvr - managementul documentelor din ședințele de Consiliul de Programe (CP), Comitet Director (CD) și Consiliul de Administratie (CA), Gecas-gestiunea pe baza unei etichete cu cod de bare a casetelor video de la Ingest și arhiva multimedia;
- aplicație de gestiune a cartelelor de autorizare a recepției de satelit pentru programele SRTv;
- alte aplicații specifice: Navision, aplicații economice, aplicații pentru resurse umane, aplicații sistem Teletext, aplicații pentru producție;
- funcționarea sistemului de transmisii video prin internet (webcast), live și înregistrări ale diferitelor emisiuni
- instalarea unui storage de producție pentru Arhiva Multimedia.

Colectivul Rețele s-a ocupat de menținerea în funcțiune a infrastructurii de rețea de date și de producție a SRTv, dar a continuat și modernizarea camerei tehnice aferente corpului studiouri prin relocarea echipamentelor din infrastructura de rețea de date (switch-uri și routere).

Colectivul IT pentru Producție a asigurat suport și mentenanță pentru stațiile de lucru ce aparțin sistemului integrat de grafică on-line ORAD, pentru sistemul de automatizare a emisiei, pentru sistemul de producție de Știri și Sport, Suport, echipamentele de grafică aferente studiourilor de producție și emisiei. Totodată, angajații acestui colectiv s-au ocupat de dotarea cu monitoare de previzionare HD a 8 grupuri de montaj în MGS, precum și de întreținerea echipamentelor din Studiouri, instalarea a două noi grupuri de montaj la Arhiva multimedia și a două grupuri de montaj la TVR Chișinău.

Colectivul Grafică a realizat pachete grafice, a implementat și operat aplicații ORAD pentru evenimente sportive (Campionatul de Călărie, Campionatul de Judo, Superliga Rugby, Campionatul de tenis de câmp), pentru Eurovision 2014, pentru Alegerile Prezidențiale 2014, emisiunea „Vorbește liber”, emisiuni din cadrul Direcției Știri.

Pentru anul 2015, Serviciul IT și Grafică își propune dezvoltarea infrastructurii virtuale de servere, definitivarea migrării sistemelor și serviciilor software pe noua infrastructură, dezvoltarea de aplicații și sisteme informatice specifice pentru susținerea proceselor de producție neinformtizate din SRTv.

6.2.5. Transporturi

Serviciul Transporturi Auto asigură exploatarea și întreținerea parcului auto din dotarea instituției.

Serviciul Transporturi Auto a avut în dotare 227 autovehicule până în luna octombrie, când a început derularea unui contract de leasing operațional. Astfel, de la finalul anului 2014, SRTv are în dotare un parc auto de 198 autovehicule, dintre care 115 autoturisme și 83 de autovehicule de altă categorie (microbuze, care de reportaj, anexă car de reportaj, autobuz, autocamioane).

Televiziunea Română are, în București, un parc activ de 124 autovehicule din care 79 autoturisme, iar la studiourile teritoriale se afla în exploatare un număr de 74 autovehicule.

6.3. Producție artistică

6.3.1. Scenografie

Serviciul Scenografie și Stilistică înglobează diferite specializări și meserii, efectivul total al serviciului fiind de 94 persoane.

În cadrul Serviciului, printre altele, se realizează creațiile cadrelor scenografice, creațiile vestimentare și ale costumelor, se elaborează tehnologia de execuție a decorurilor, se stabilesc materialele și cantitățile de materiale necesare execuției decorurilor, se execută construcția decorurilor și a elementelor de scenotehnică, se execută și se exploatează instalațiile de efecte de lumini pe decoruri, se asigură montarea și demontarea decorurilor conform planurilor de producție, se execută elemente de vestimentație de epocă sau contemporană etc.

În cursul anului 2014, au fost adoptate soluții tehnico-artistice noi atât în faza de proiectare, cât și în faza de execuție a decorurilor, au fost folosite materiale recuperate și au fost reduse costurile. Conceptul managerial a fost unul flexibil în care primordială a fost eficiența și urmărirea strictă a fluxurilor de producție.

Colectivul scenografie este format din 6 scenografi și un asistent scenograf, care au conceput 32 de decoruri noi de complexitate mare, în special pentru producțiile de teatru TV, pentru Eurovision 2014, „Gala Crucii Roșii”, „Revelion 2015, „UEFA Champions League” și pentru studioul TVR de la Chișinău. S-au realizat 59 de decoruri noi cu elemente existente transformate, pentru spectacole de muzică populară, „De la Dinescu citire”, „Top cultura”, „Vorbește liber”, „Gala APTR”etc.

Compartimentul Construcții decor a implementat tehnologii și materiale noi pentru realizarea decorurilor, onorându-se 85 de lucrări. În afară de lucrările de construcții decor, în ateliere s-au realizat și alte lucrări de interes general al SRTv. Compartimentul Montare decor a onorat, în anul 2014, 3.008 lucrări de montare și 3.007 lucrări de demontare, în total 6.015 activități

Colectivului Costumiere, compus din șapte persoane, a efectuat un număr total de 2.132 activități pentru emisiuni de muzică populară, evenimentul „Ziua porților deschise”, preselecția și finala națională Eurovision, producțiile de teatru TV (la cinci piese de teatru s-au realizat costume de epocă).

Colectivul machiaj-coafura, format din 10 machiori spectacole și trei coafori, a realizat machiaje speciale și machiaje specifice TV, pentru toate producțiile TVR, precum cele menționate deja. Astfel, la compartimentul Machiaj s-au onorat, în anul 2014, 18.052 lucrări de machiaj și 13.197 lucrări de coafură.

Compartimentul Magazii – Depozit a preluat din ateliere elemente noi de decor și a asigurat toate elementele necesare montării decorurilor,.

6.3.2. Imagine TV

Evenimente speciale cum ar fi „Concursul George Enescu”, transmisiunile de fotbal din cadrul „Champions League” și Rugby, „Gala Crucii Roșii”, spectacolele de teatru au impus, prin importanță și complexitate, găsirea unor soluții artistice și tehnice deosebite, reflectate în calitatea artistică a imaginii.

Pe parcursul anului 2014, în cadrul serviciului Imagine s-a urmărit îmbunătățirea experienței profesionale a oamenilor tineri, prin implicarea lor în producții complexe, dar și creșterea numărului de cameramani tineri, specializați în lucrul cu echipamente speciale, macara și steadycam.

Ca și în 2013, principalele probleme cu care s-a confruntat Serviciul au rămas cele legate de asigurarea echipelor complete de producție în perioadele aglomerate, de timpul mare de lucru necesar montării și reglării luminilor în studioul Pangrati, care are un sistem de montare și demontare a surselor de lumină greoi și nepotrivit pentru emisiuni de amploare, de numărul scăzut de surse de lumină funcționale din studiouri, lipsa monitoarelor video de calitate, numărul insuficient de camere video fullHD etc. De exemplu, pentru un număr maxim de 42 de filmări pe zi ar fi necesare minimum 42 de camere FullHD, pentru a face fezabilă ideea trecerii la programe HD pe toate canalele TVR.

6.3.3. Post-Produție

Editarea imaginii și postprocesarea sunetului - de cele mai multe ori ultimele etape de producție în lungul lanț al unei emisiuni de Televiziune - au ca scop elaborarea „produsului finit”, respectiv emisiunea în forma de difuzare în emisie.

Activitatea Serviciului Post Producție constă în montajul și postprocesarea audio a emisiunilor produse de TVR, titrajul emisiunilor montate, dar și a celor achiziționate și difuzate, transpunerea materialelor de arhivă de pe benzi magnetice de 1 și 2 țoli pe casete DVcam, transpunerea din și în diferite formate de difuzare a materialelor necesare producțiilor și coproducțiilor, ingestarea materialelor brute filmate pe diverse

suporturi pe harduri mobile, vizionarea materialelor brute, outgestarea emisiunilor finite.

În cadrul Serviciului Post Producție se montează majoritatea producțiilor interne ale Televiziunii Române incluzând toate genurile de emisiuni: publicistică, divertisment, educație, cultură, muzică, știință, religie, promo, generice.

În urma procesului de restructurare dar și a plecărilor, numărul angajaților din cadrul serviciului s-a diminuat, ajungând, de la 149 în 2012, la 90, în 2014. În aceste condiții, în 2014, numărul cererilor de montaj a depășit posibilitățile de asigurare a turelor solicitate: au fost cerute aproximativ 8.900 ore de montaj și s-au putut asigura 7.900 ore.

6.3.4. Regizori de Montaj

Serviciul Regizori Montaj înglobează mai multe specializări de natură artistică.

În 2014, Serviciul a participat la numeroase evenimente, emisiuni noi, gale, festivaluri, cu ponderi diferite ca număr, în funcție de perioada anului: Olimpiada albă, preselecția națională Eurovision 2014, Gala UNITER, Book Fest, Zamfir 50, Porți deschise, Festivalul de Teatru de la Sibiu, Gala Operelor-Iași, Festivalul „Haricleea Darclee”, Festivalul RADIRO, Concurs Internațional G. Enescu, Gala Cortez, Gala APTR, Gala Persoanelor cu dizabilități, Gala Crucii Roșii și piese de teatru.

Ca obiective în 2015, Serviciul își propune repartizarea echipelor specializate pe genuri de emisiuni, în funcție de complexitate și grad de dificultate, pentru asigurarea calității artistice la cele mai înalte standarde și îmbogățirea experienței profesionale a tinerilor prin implicarea lor în producții complexe, alături de colegi experimentați.

CAPITOLUL 7. EVOLUȚIA FINANCIARĂ

7.1. Bugetul de venituri și cheltuieli

Elaborarea Bugetului de Venituri și Cheltuieli (BVC) pe anul 2014 s-a confruntat cu dificultatea stabilirii unui echilibru între venituri și cheltuieli. Nivelul veniturilor realizate în 2013 a fost cu 27,9 mil. lei mai mic decât cel planificat inițial (571,87 mil. lei), la baza căruia au stat o serie de premise legate de atragerea de noi surse de venituri, valorificarea fondului arhivistic de imagini și programe, efectuarea de prestații tehnice și de producție pentru beneficiari externi s.a.

Transformarea unor centre de cost în centre de profit, așa cum s-a prevăzut în programul de redresare al TVR, este un proces complex și de durată. De altfel, realizările anului 2013 față de 2012, la capitolul „alte venituri din exploatare”, au fost mai mici cu 12,1 mil. lei.

Proiecția bugetară a anului 2014 a avut la bază o estimare de **venituri** de 548.063 mii lei (cu doar 4.063 mii lei mai mult față de 2013) și o estimare de **cheltuieli** cu 6.456 mii lei mai mari decât în 2013, din cauza transmisiunilor Campionatului Mondial de Fotbal din Brazilia.

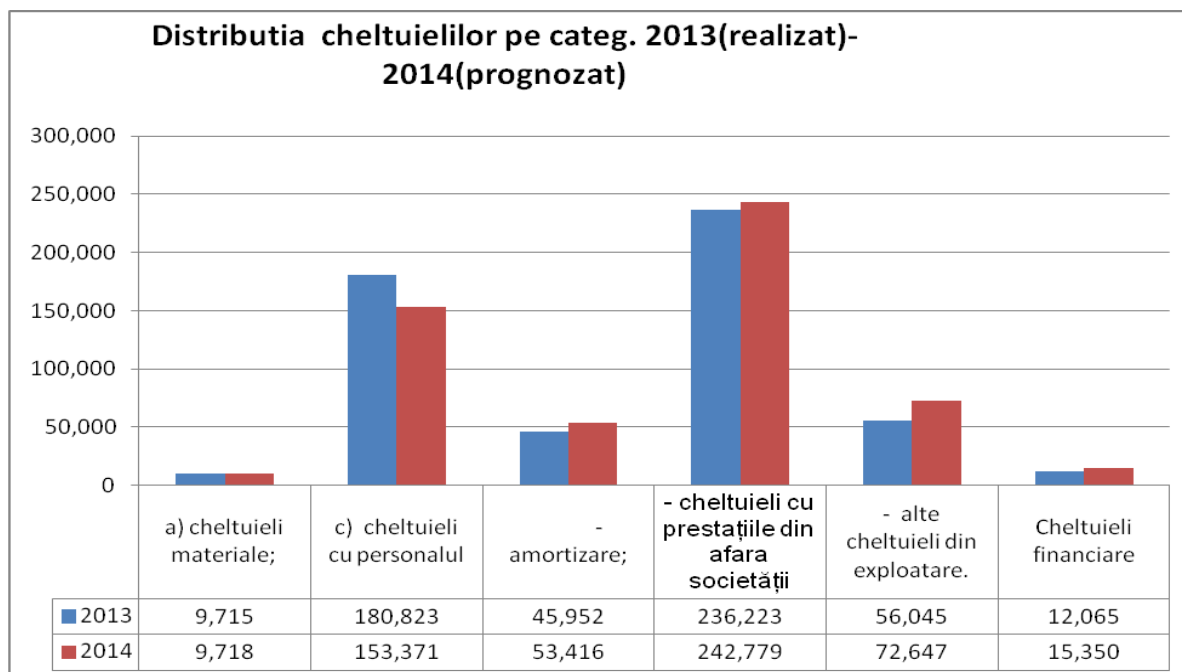
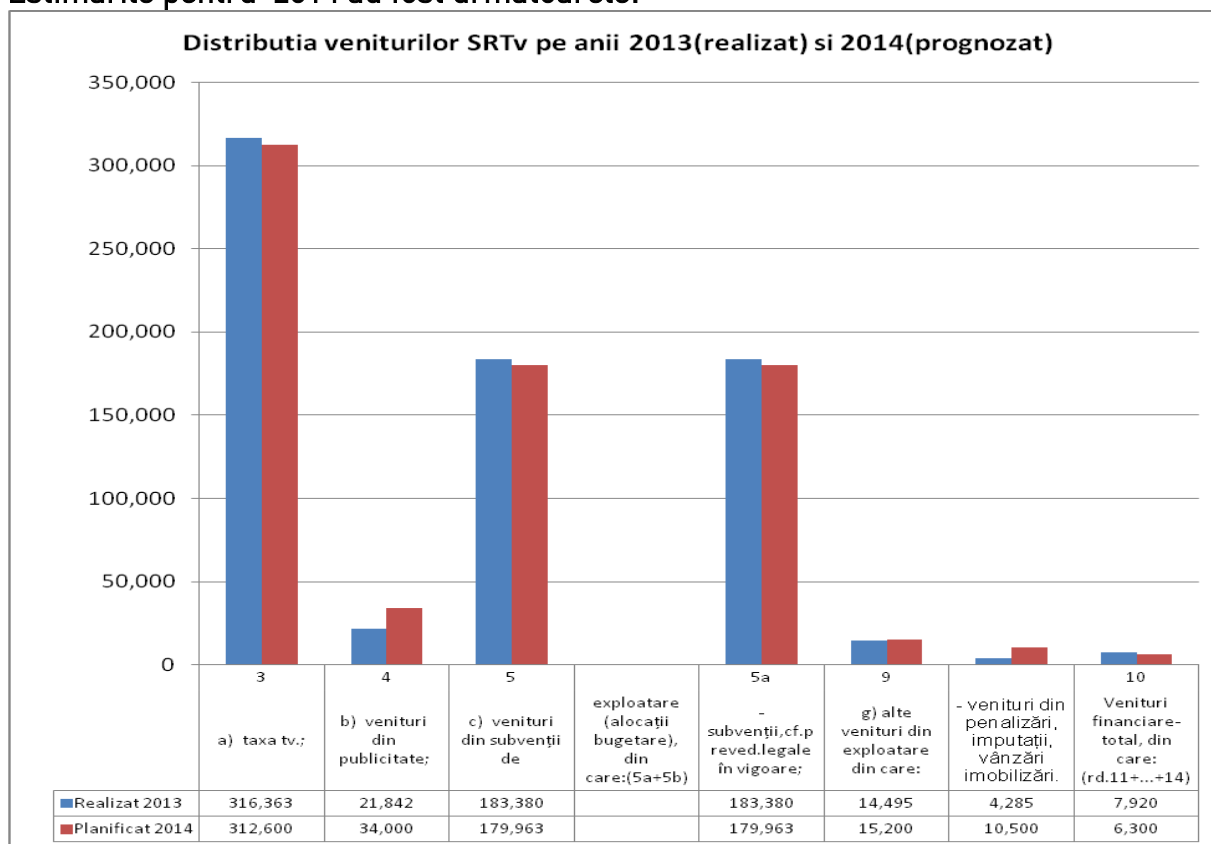
Veniturile din subvenția guvernamentală au destinații precise și nu pot fi utilizate în alte scopuri, sumele nefolosite urmând a fi restituite Ministerului de Finanțe. Veniturile proprii au fost folosite pentru finanțarea activităților curente.

Pentru încadrarea în acest prag, necesarul structurilor TVR a fost diminuat, în urma unor discuții și analize, până la nivelul de sustenabilitate a activității acestora, luând în calcul contractele încheiate, consumurile minimale obligatorii, acțiunile angajate în curs de execuție, costurile cu personalul existent la 1 ianuarie 2014.

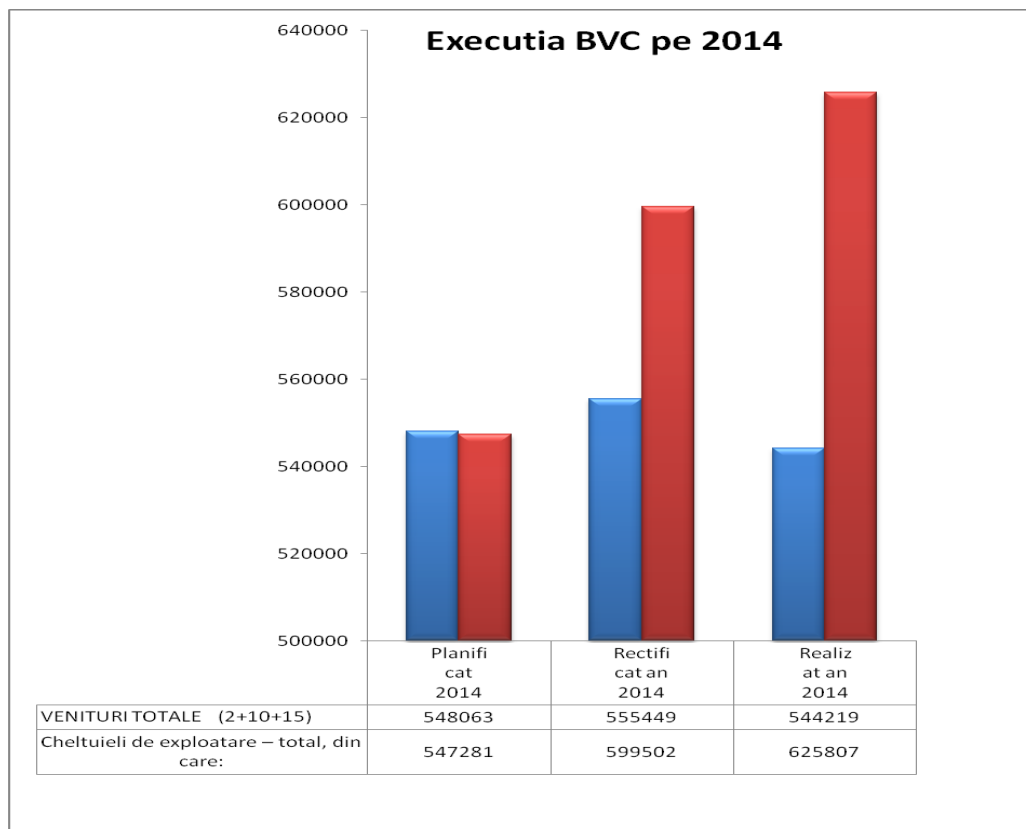
În cursul anului 2014, au fost întreprinse demersuri față de ANAF și principalii creditorii ai SRTv (European Broadcasting Union, Consiliul Național al Cinematografiei, furnizorii de filme și programe, uniunile de creație - UCMR, UPFR s.a.) pentru acceptarea unor noi eșalonari ale datoriilor, pe termene mai mari și în rate mai mici, pentru de a putea fi onorate efectiv.

Grilele canalelor TVR 1 și TVR 2 au fost ajustate, începând cu luna martie 2014, prin eliminarea producțiilor costisitoare de divertisment. De asemenea, stocul important de filme și programe deținut de TVR pentru anul 2014 a oferit posibilitatea creșterii spațiului de difuzare cu filme și programe achiziționate prin licențiere (cca. 7 ore/zilnic pe ambele canale), ceea ce a permis și alte înlocuiri de producții, aflate în grile (care n-au adus audiență), cu efect direct în privința reducerii cheltuielilor de realizare.

Estimările pentru 2014 au fost următoarele:



Pentru primele șase luni ale anului 2014, situația execuției arată o bună derulare a bugetului, cu excepția capitolului „penalități”, care a făcut să înregistrăm o pierdere de 29,13 mil. lei, reprezentând întâzieri la plata către ANAF și penalități aferente pierderii dreptului de eșalonare a datoriilor către bugetul statului.



Această situație a fost cauzată de scăderea cu cca. 2% a veniturilor din această perioadă și de menținerea trendului ridicat de cheltuieli (+6%) în câteva dintre structuri ale SRTv (Economic - pentru penalitățile ANAF, Resurse Umane - pentru cheltuielile generate de procesele cu salariații disponibilizați în urma procesului de selecție de personal, Departamentul Sport - pentru drepturile de transmisie ale competițiilor sportive și Marketing - la capitolul bartere și sponsorizări).

Creșterea pierderii contabile de 35,57 mil lei, înregistrată în primele 9 luni ale anului, a fost limitată de economiile care s-au realizat în majoritatea compartimentelor ordonatoare de buget din SRTv. Nivelul cheltuielilor cu personalul a înregistrat, în anul 2014, o depășire de 1% față de estimare, în urma reintegrării unor angajați pentru care societatea a suportat costuri suplimentare salariale.

Dacă proiecția inițială a BVC-ului s-a bazat pe un rezultat economic minimal pozitiv, evoluția ulterioară s-a degradat ca o consecință directă a penalităților aplicate

de ANAF la pierderea eşalonării la plată a datoriilor. La acest lucru s-a adăugat amânarea, în anii anteriori, a deciziei de constituire a provizioanelor privind ștergerea creanțelor intrate în prescriere, datorate SRTv-ului de clienți insolvabili sau care și-au încetat activitatea din anii 2009-2012. Acest lucru a făcut ca pierderea contabilă să crească și să ajungă, până la sfârșitul anului, la o valoare de aproape 82 mil.lei.

BUGETUL DE VENITURI ȘI CHELTUIELI al SRTv pe ANUL 2014

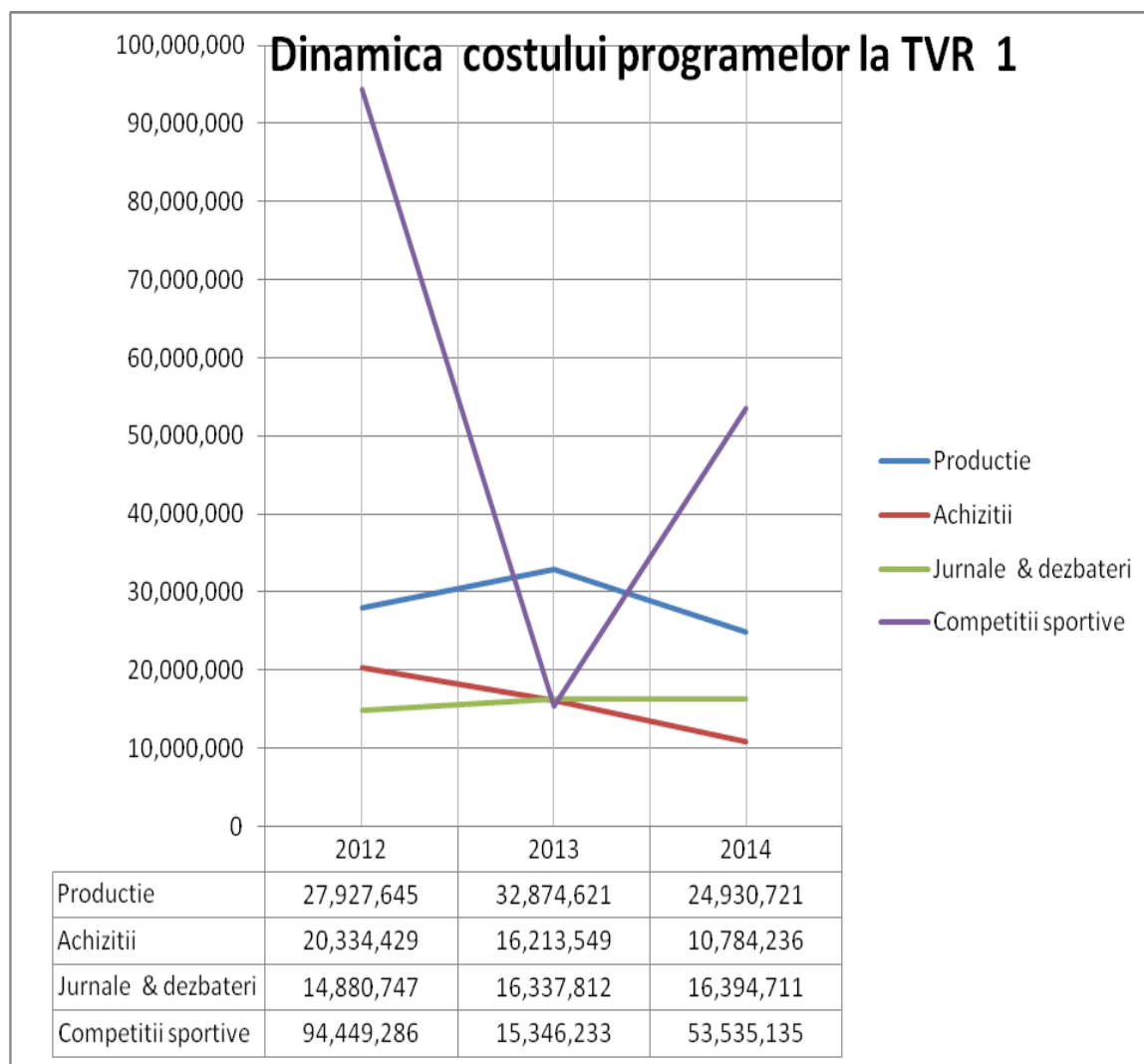
Nr. crt.	Indicatori	Nr. rd.	Rectificat an 2014 - mii lei -	Realizat an 2014 - mii lei -
1.	VENITURI TOTALE (2+10+15)	1	555.449	544.219
2.	Venituri din exploatare – total, din care:(3+...+9)	2	549.149	541.346
3.	a) taxa tv.;	3	312.600	319.209
4.	b) venituri din publicitate;	4	30.000	28.848
5.	c) venituri din subvenții de exploatare (alocații bugetare), din care:(5a+5b)	5	191.349	178.260
6.	- subvenții, cf. preved. legale în vigoare;	5a	191.349	177.883
7.	- alte subvenții, transferuri, cf. preved. legale în vigoare;	5b		377
8.	d) coproducții tv. (tot ce ține de emisiune difuzată – SMS);	6		
9.	e) transmisii, închireri etc.;	7		
10.	f) producția imobilizată;	8		
11.	g) alte venituri din exploatare din care:	9	15.200	15.029
12.	- venituri din penalizări, imputații, vânzări imobilizări.			2.658
13.	Venituri financiare-total, din care: (11+...+14)	10	6.300	2.873
14.	a) venituri din interese de participare;	11		
15.	b) venituri din alte investiții financiare;	12		
16.	c) venituri din dobânzi;	13		4
17.	d) alte venituri financiare.	14		2.869
18.	Venituri extraordinare (calamități, provizioane etc.)	15		

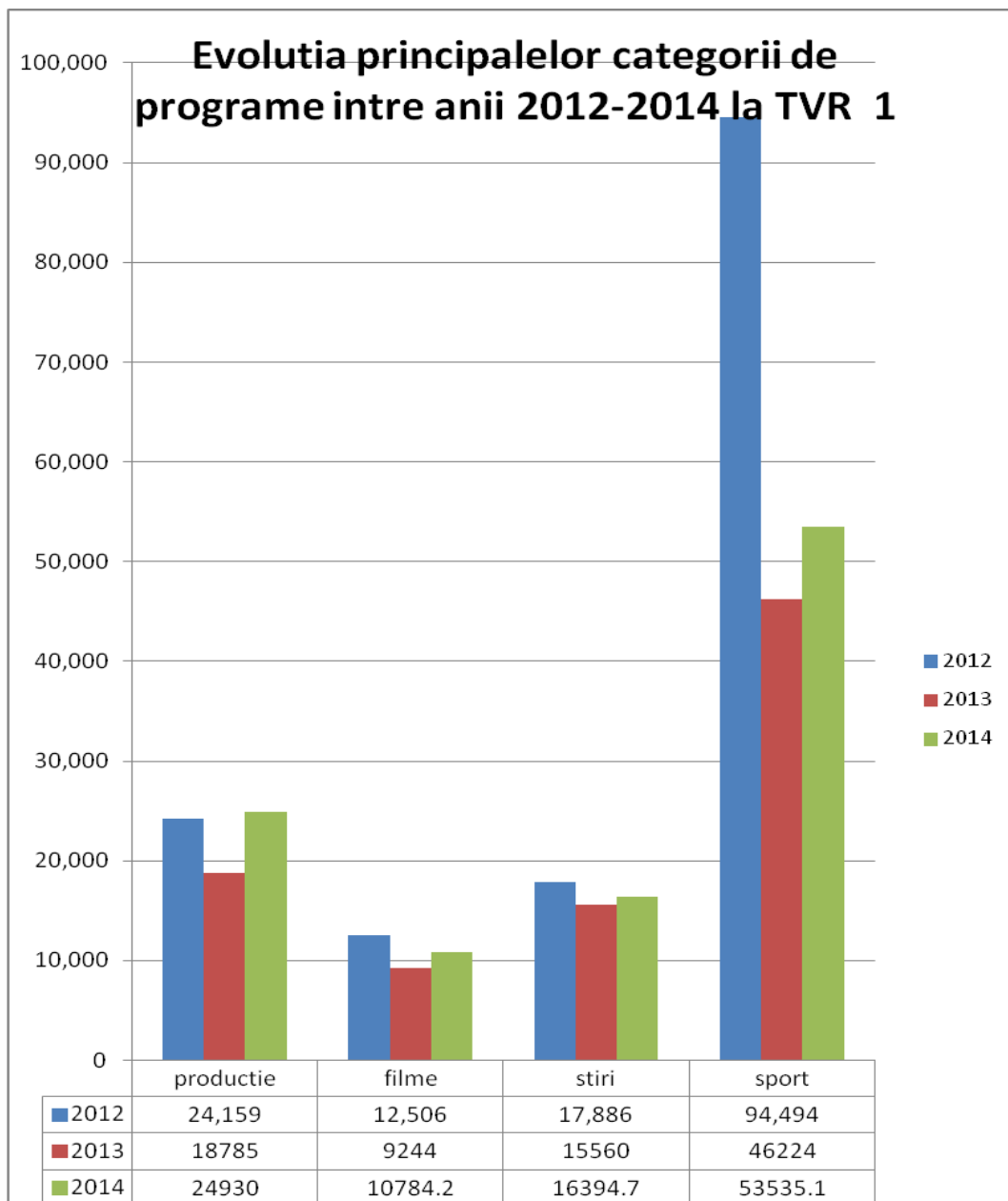
19.	CHELTUIELI TOTALE (17+45+48)	16	599.502	625.807
20.	Cheltuieli de exploatare – total, din care:	17	587.043	613.578
21.	a) cheltuieli materiale;	18	5.220	4.596
22.	b) alte cheltuieli din afară (cu energia și apa);	19	4.452	4.244
23.	c) cheltuieli cu personalul, din care: (21..+22)	20	153.371	153.859
24.	- salarii;	21		121.611
25.	- cheltuieli cu asigurările și protecția socială, din care:	22		32.248
26.	- contribuția la asigurări sociale;	22a		31.645
27.	- contribuția de asigurări pt. șomaj;	22b		603
28.	d) alte cheltuieli cu personalul - tichete de masă	23		
29.	e) ajustarea valorii imobilizărilor corporale și necorporale;	24	36.196	61.211
30.	- amortizare;	24a		31.517
31.	- provizioane.	24b		29.694
32.	f) ajustarea valorii activelor circulante	25		
33.	g) provizioane riscuri și cheltuieli	26		
34.	h) alte cheltuieli de exploatare, din care:{28+38}	27	387.804	389.668
35.	- cheltuieli cu prestațiile din afara societății, din care: (29+.....+37)	28	245.112	229.040
36.	- cheltuieli de protocol;	29	79	55
37.	- cheltuieli de reclamă și publicitate.	30	894	734
38.	- comision servicii taxă tv.;	31	23.600	23.429
39.	-comision servicii publicitate	32		
40.	- onorarii colaboratori;	33	7.583	7.373
41.	- deplasări;	34	4.373	3.538
42.	- stații și circuite, satelit;	35	173.228	142.540
43.	- telefoane;	36	928	786
44.	- alte impozite și taxe;	37	34.427	50.585
45.	- alte cheltuieli din exploatare.	38	142.692	160.528
46.	Cheltuieli financiare-total, din care:	39	12.459	12.229
47.	- cheltuieli privind dobânzile;	40	7.600	6.849
48.	- alte cheltuieli financiare.	41	4.859	5.380
49.	Cheltuieli extraordinare (calamități)	42		

50.	REZULTATUL BRUT (1 - 16) (profit/pierdere)	43	-44.053	-81.588
51.	ALTE CHELTUIELI DEDUCTIBILE STABILITE POTRIVIT LEGII, din care:	44		
52.	ACOPERIREA PIERDERILOR DIN ANII PRECEDENȚI	45		
53.	IMPOZIT PE PROFIT	46		
54.	PROFITUL CONTABIL RĂMAS DUPĂ DEDUCEREA IMPOZITULUI PE PROFIT, din care:	47		
55.	Rezerve legale	48		
56.	Alte rezerve reprezentând facilități fiscale prevăzute de lege	49		
57.	Acoperirea pierderilor contabile din anii precedenți	50		
58.	Alte repartizări prevăzute de lege	51		
59.	Participarea salariaților la profit în limita a 10% din profitul net, dar nu mai mult de nivelul unui salariu de bază mediu lunar realizat la nivelul agentului economic în exercițiul financiar de referință	52		
60.	Alte rezerve constituite ca sursă proprie de finanțare.	53		
61.	SURSE DE FINANȚARE A INVESTIȚIILOR, din care:	54		0
62.	Surse proprii	55		
63.	Alocații de la buget	56		
64.	Credite bancare	57		
65.	- interne	58		
66.	- externe	59		
67.	Alte surse	60		

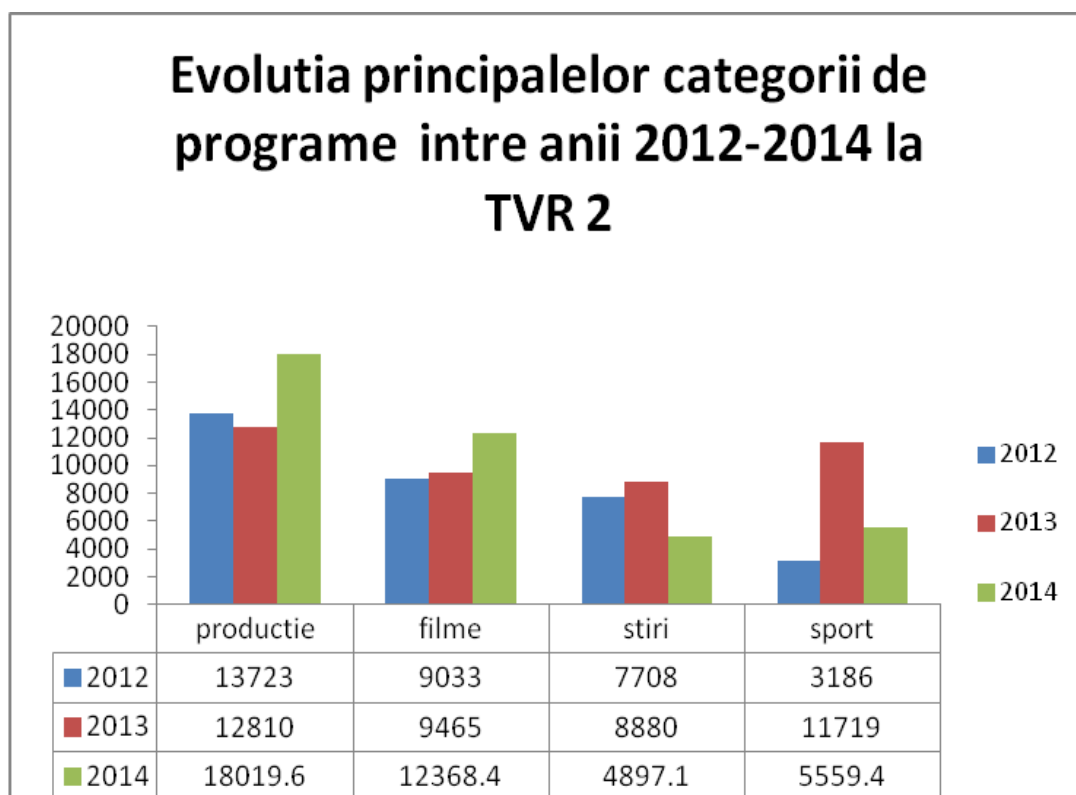
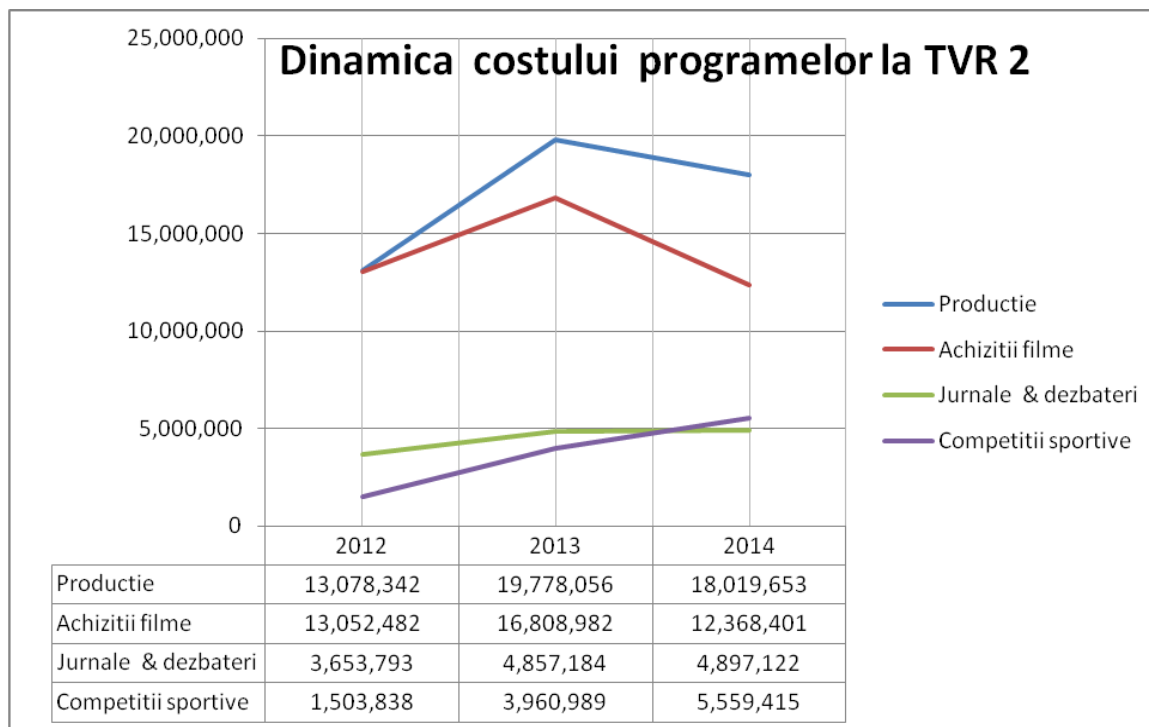
Analiza pe categorii de programe a principalelor canale de difuzare TVR 1 și TVR 2 arată că cele mai mari costuri au fost date de competițiile sportive, în special pentru fotbal și Jocuri Olimpice.

Publicitatea suplimentară pe care acestea o aduc SRTv (cca.25-30%) nu poate compensa creșterea cheltuielilor cu drepturile de difuzare, care sunt de câteva ori mai mari (de ex.: în 2014 față de 2013, de 3,45 ori mai mari). Anii competiționali crează o mare presiune asupra bugetului de cheltuieli și repune în discuție obligațiile serviciului public de televiziune față de telespectatori.

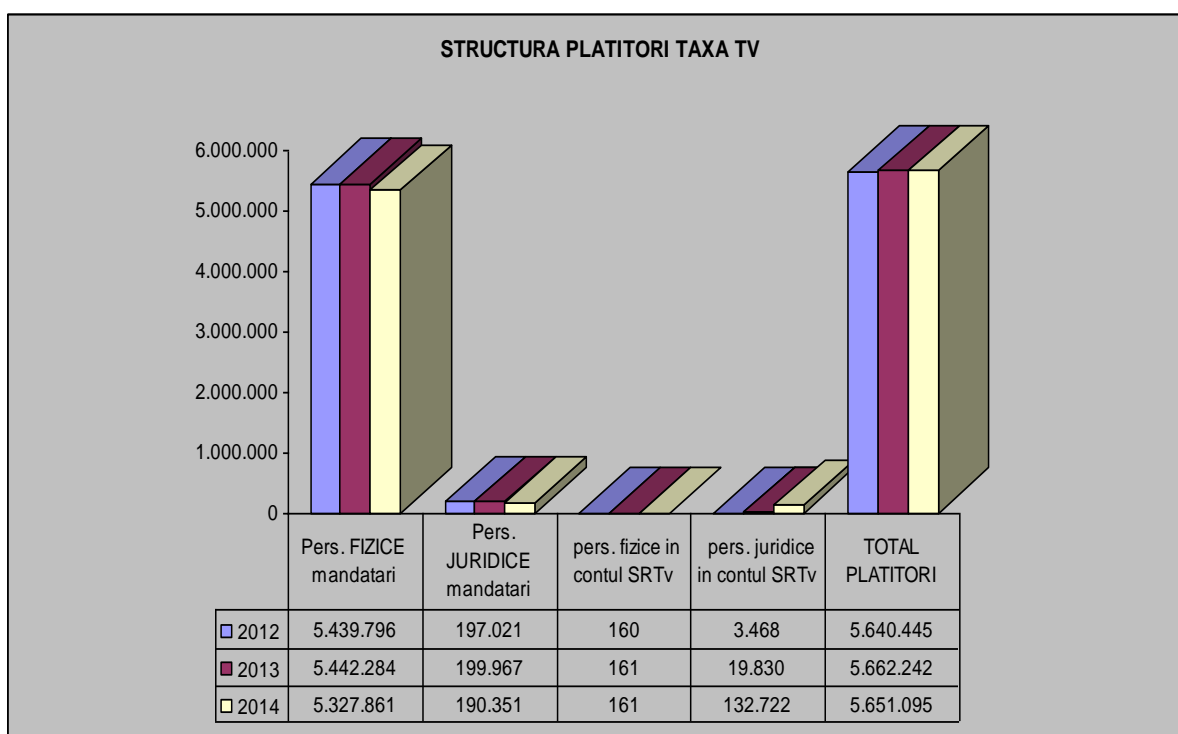
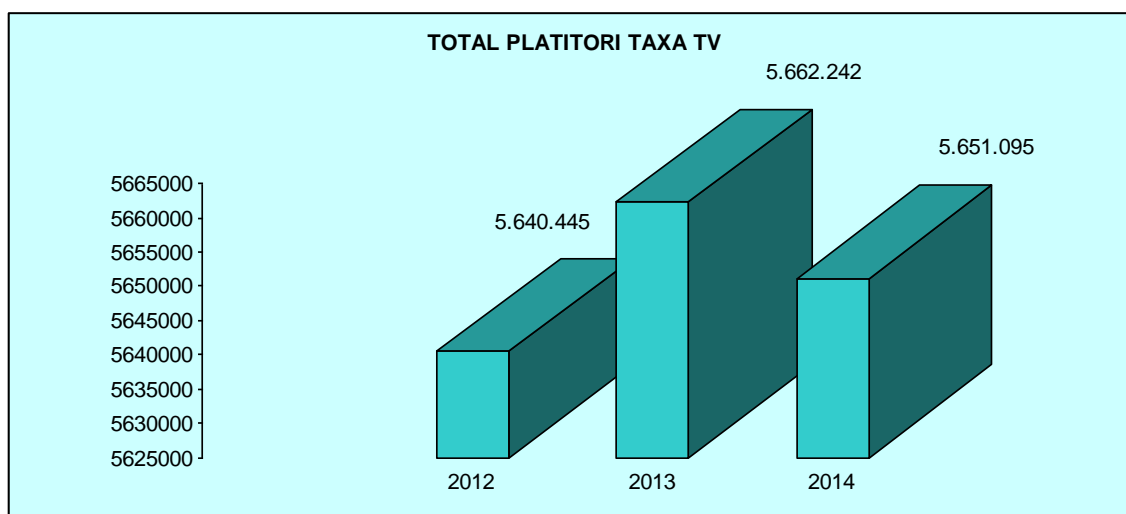




Costurile cu amortizarea immobilizărilor necorporale în filme și programe achiziționate prin licențe au scăzut constant în perioada 2012 – 2014, mai ales la TVR 1, din două motive: (1) reducerea numărului de difuzări printr-o mai bună plasare a lor în grila de programe; (2) scăderea prețului de achiziție ca urmare a orientării selecționarilor către producții mai ieftine, fără ca prin aceasta să se aducă prejudicii audienței.



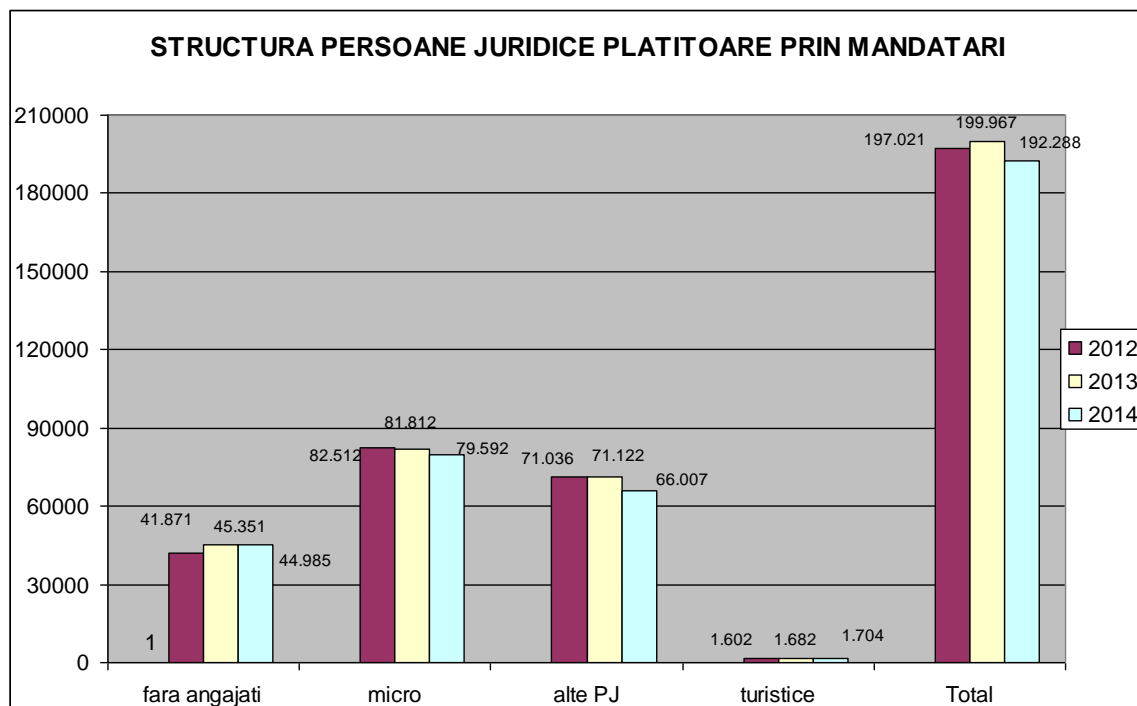
7.2. Dinamica numărului plătitorilor de taxă TV



Din analiza structurii categoriilor de plătitori de taxă TV se pot trage următoarele concluzii:

- în anul 2013 față de anul 2012, numărul total de plătitori a crescut cu 21.797, dintre care 16.362 erau plătitori direct în cont (identificați de TVR);

- în anul 2014 față de anul 2013, numărul total de plătitori a scăzut cu 11.366. Numărul efectiv de plătitori prin intermediul mandatarilor a scăzut cu 124.390, dar diferența până la 11.366 este datorată persoanelor juridice plătitoare direct în cont, identificați de TVR prin forțe proprii. Numărul total de plătitori direct în cont este de 132.722 (la 31 decembrie 2014).

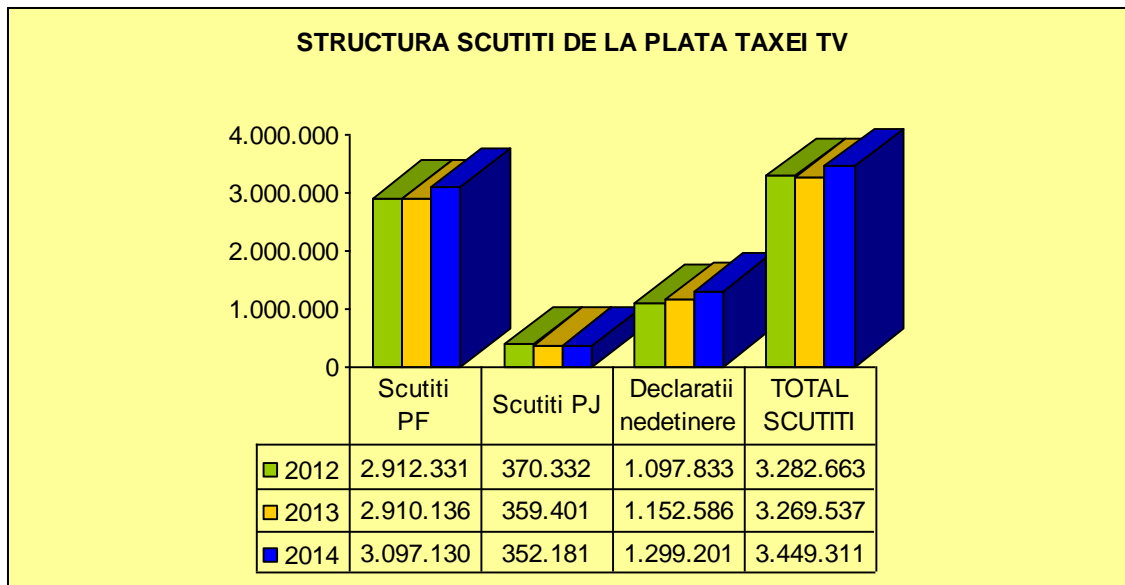


Modificări ale categoriilor de plătitori persoane juridice:

- în anul 2013 față de anul 2012, a scăzut numărul de plătitori persoane juridice din categoria microîntreprinderilor plătitoare de impozit pe venit (taxa TV 15 lei/lună) cu 700, însă a crescut numărul de plătitori persoane juridice fără angajați (taxa TV 4 lei/lună) cu 3.480, iar categoria de «alte persoane juridice » (50 lei taxa TV/lună) a crescut ușor cu 86.

- în anul 2014 față de anul 2013, a scăzut numărul total de plătitori persoane juridice cu 7.679, dintre care: 386 mai puțin persoane juridice fără angajați, 2.220 mai puțin persoane juridice microîntreprinderi plătitoare de impozit pe venit, iar categoria de «alte persoane juridice » a scăzut dramatic cu 5.115.

Această modificare de structură a avut efecte negative în încasările din taxă TV prin mandatar în anul 2014. În schimb, încasările de taxă TV direct în contul SRTv de la persoane fizice și juridice care nu au încheiate contracte de furnizare a energiei electrice cu mandatarii SRTv au ameliorat rezultatul final al veniturilor din taxă, făcând posibilă o creștere cu 1% a veniturilor din taxă.



De asemenea, în 2014 a crescut numărul scutițiilor persoane fizice, față de anul 2013, cu 179.774, din care 146.615 sunt scutiri pe baza declarațiilor de nedeținere a unui receptor TV.

7.3.Achitarea datoriilor pe parcursul anului 2014

Pornind de la datoria totală înregistrată de SRTv la data de **31 decembrie 2014 (693,3 mil lei)** comparativ cu datoria la **31 decembrie 2013 (787,9 mil lei)** și analizând situația încasărilor și a plăților efectuate pe parcursul anilor 2013 și 2014, se desprind următoarele concluzii:

✓ Valoarea totală a datoriilor SRTv a înregistrat la data de 31.12.2014 o scădere cu 12% față de 31.12.2013.

✓ Această scădere s-a produs în condițiile diminuării volumului de încasări în 2014 cu 17% (66 mil lei) față de nivelul anului 2013, care a condus și la scăderea volumului de plăți cu 19% (75,3 mil lei).

În anul 2013, s-a înregistrat un volum mai mare de încasări și, în același, timp de plăți, datorită accesării de credite bancare în valoare totală de 94 mil. lei. Cea mai mare parte a acestei sume a fost utilizată chiar în cursul aceluși an, rămânând de utilizat în 2014 doar 8,5 mil lei din credite.

Prin urmare, având în vedere că nivelul încasărilor din principala sursă de finanțare a SRTv, taxa pentru serviciul public de televiziune, a avut o creștere nesemnificativă în anul 2014, comparativ cu anul 2013, putem concluziona că

subfinanțarea a determinat diminuarea volumului de plăți către bugetul de stat și către furnizori în cursul anului 2014.

Pierderea de către SRTv a eşalonării ANAF a fost cauzată de următoarele împrejurări care au acționat asupra societății astfel :

✓ Lipsa disponibilităților bănești necesare achitării la data de 07.04.2014 a sumei de 50,8 milioane lei, reprezentând penalitățile scadente la 07.04.2014, în valoare de 33.777.571 lei (calculate pe perioada anului 2013); obligațiile cu scadență extinsă la 20.12.2013, în valoare de 6.639.605 lei; obligațiile cu scadență extinsă la 25.01.2014, în valoare de 7.989.612 lei, și 2.435.747 lei accesorii până la luna septembrie 2013, având în vedere că această sumă reprezintă valoarea a aproximativ două – trei luni din taxa TV încasată.

✓ În contextul unei datorii cumulate a SRTv la EBU la data de 31.03.2014 de peste 54,7 milioane lei, adică 12,3 mil. euro precum și a presiunilor acestora de a determina SRTv sa platească sumele restante sau macar o parte cât mai mare din restante, recomandarea Consiliului de Administrație a fost de a realiza plăți către EBU, în scopul securizării transmisiilor meciurilor Campionatului Mondial de Fotbal 2014 ce s-a difuzat în perioada lunilor iunie și iulie. Astfel, în luna mai și iunie 2014, SRTv a efectuat plăți către EBU (pentru licența de transmisie) și către HBS (pentru cheltuieli tehnice de transmisie) în sumă de 7 milioane lei, adică 1,58 milioane euro, plăți care, în condițiile de lichidități limitate și de datorii istorice considerabile, au condus la imposibilitatea respectării graficului de plăți ale facilitatii de eşalonare și implicit pierderea definitivă a acesteia.

Modul de tratare a principalelor categorii de datorii este următorul:

✓ Dacă, pe parcursul anului 2013, stingerea unor datorii comerciale istorice și curente din această infuzie de lichidități a permis utilizarea unor sume încasate din surse proprii pentru plata **datoriilor fiscale**, prin achitarea lunară a ratelor conform eşalonării agreeate cu ANAF, în cursul anului 2014 acest lucru nu s-a mai întâmplat. Astfel, ratele lunare nu au mai putut fi achitate la termenele legale, ceea ce a făcut ca datoria fiscală istorică să nu se diminueze pe parcursul anului 2014 decât cu 12,8 mil lei (valoarea a trei rate achitate în 2014).

În luna aprilie 2014, s-a pierdut valabilitatea Deciziei ANAF de eşalonare la plată a obligațiilor fiscale restante, ceea ce a determinat anularea majorărilor aferente eşalonării (105 mil. lei), însă a generat penalități suplimentare în valoare de 29.5 mil. lei. La acestea s-au adăugat dobânzi și penalități în valoare de 32 mil. lei, calculate pe parcursul anului 2014 la debitul restant.

În consecință, datoria fiscală a SRTv la sfârșitul anului 2014 a fost mai mică cu 12% față de sfârșitul anului 2013. La această diminuare a contribuit și faptul că

obligațiile fiscale curente din perioada ianuarie – decembrie 2014 au fost achitate la termen.

✓ Deși volumul de plăți către partenerii comerciali s-a diminuat în 2014 cu 26%, totuși **datoriile comerciale** înregistrate la 31.12.2014 sunt cu 16% mai mici față de cele înregistrate cu un an în urmă. Această diminuare se explică prin faptul că, pe parcursul anului 2014, volumul angajamentelor noi a fost depășit de volumul plăților. În condițiile reducerii cheltuielilor în anul 2014, TVR a avut posibilitatea achitării obligațiilor comerciale curente și, lunar, sume mici din datoriile istorice.

În vederea compensării efectelor subfinanțării, relaxării cash-flow-ului și înlăturării pericolului unor eventuale litigii cu partenerii comerciali, pe întreg parcursul anului 2014 s-au făcut demersuri pentru reeșalonarea plăților către diverși furnizori. Acestea s-au soldat cu încheierea unor tranzacții de reeșalonare pentru un volum de plăți de cca. 52 mil lei, din care 38 mil. vor fi achitate în 2015.

✓ În ceea ce privește **creditele bancare** pe termen lung accesate în aprilie-mai 2013, achitarea acestora începând cu anul 2014 reprezintă un efort financiar suplimentar, ce grevează asupra posibilităților de stingere a altor datorii. Pe parcursul anului 2014, SRTv a respectat graficele de rambursare agreeate cu băncile, achitând rate în valoare totală de cca 16 mil. lei.

Creditele pe termen scurt, reprezentând facilitățile de descoperit de cont contractate în anul 2013, sunt utilizate pentru finanțarea activității curente. Problema rambursării acestora se poate pune doar în cazul apariției unei situații de risc major pentru bancă (de exemplu insolvența societății).

✓ Datoriile SRTv față de **uniunile de creație** au scăzut cu 26% (de la 25 mil. lei la sfârșitul anului 2013 la 18,4 mil, lei la 31.12.2014). Pe parcursul anului 2014 s-au efectuat plăți către uniunile de creație în valoare totală de 15,4 mil lei, iar datoriile cele mai importante (UCMR ADA, Credidam, UPFR, DACIN SARA) au fost reeșalonate, urmând a fi achitate în tranșe de plată stabilite prin tranzacții cu diverse termene, ce urmează a se finaliza în anii 2016 - 2018.

✓ Datoria față de **Centrul Național al Cinematografiei (CNC)** și față de producătorii de filme finanțați direct de SRTv s-a diminuat cu 7% pe parcursul anului 2014. Volumul plăților efectuate în anul 2014 pe aceste destinații totalizează 6 mil. lei.

7.4.Exercițiul financiar

Societatea Română de Televiziune și-a încheiat activitatea în anul 2014 cu următorii indicatori economico-financiari:

- **Venituri totale: 544.219.586 lei, din care venituri din exploatare: 541.346.003 lei și venituri financiare: 2.873.583 lei;**
- **Cheltuieli totale: 625.807.598 lei, din care cheltuieli de exploatare: 613.578.614 lei și cheltuieli financiare: 12.228.984 lei;**
- **Cifra de afaceri netă: 531.266.021 lei;**
- **Rezultatul net al exercițiului: pierdere în valoare de 81.588.012 lei.**

În cursul anului 2014 au fost prelungite contractele de credit pe termen scurt încheiate cu BCR și Raiffeisen Bank, în valoare totală de 19 milioane lei. Având în vedere că rambursarea sumei totale de 19 mil. lei ca urmare a încetării acestor contracte ar fi condus la o gravă perturbare a cash-flow-ului, contractul cu BCR a fost prelungit începând cu data de 07.05.2014, iar contractul cu Raiffeisen începând cu 14.07.2014.

Din luna mai 2014, TVR a început să ramburseze creditele pe termen lung contractate în luna mai a anului 2013, în valoare de 76,5 milioane lei. Până la 31.12.2014 s-a rambursat suma de 15.992.647 lei.

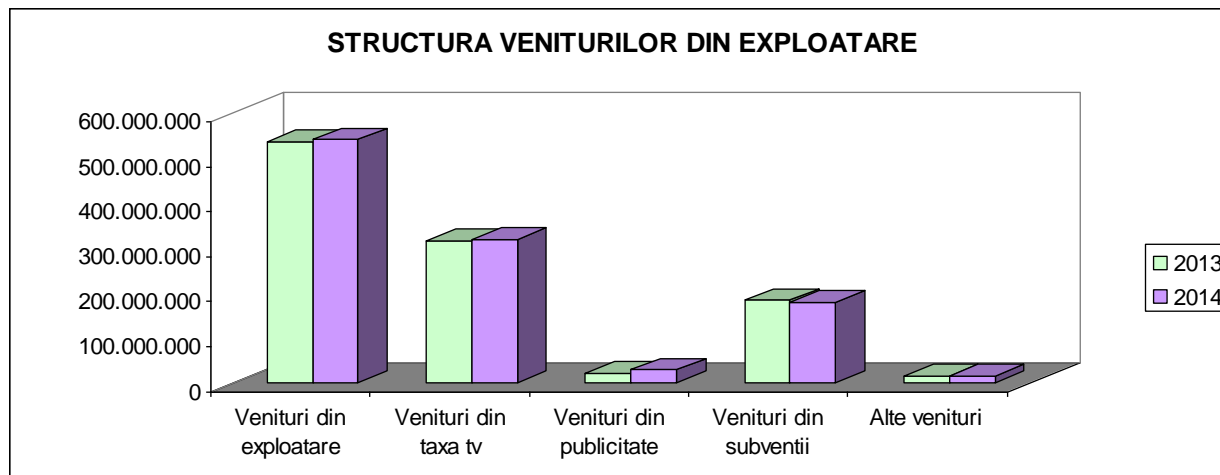
În urma depunerii unei Plângeri prealabile la data de 10.03.2014, Direcția de Impozite și Taxe Locale a Sectorului 1 a restituit în luna iulie 2014 suma de 4.181.779 lei, reprezentând impozit pe clădiri și taxă clădiri aflate în administrarea SRTv, aferente perioadei iunie 2010-martie 2014.

Cheltuielile cu personalul nu includ indemnizațiile suplimentare de concediu de odihnă aferente anului 2014, care se vor plăti în anul 2015, conform Protocolului Comisiei Paritare din data de 16.01.2015.

Situația contului de profit și pierdere încheiat la 31 decembrie 2014

A. Rezultatul din exploatare

1. **Veniturile din exploatare** realizate de SRTv în anul 2014 au fost de 541.346.003 lei, cu 1% mai mari față de anul 2013 și se prezintă în următoarea structură:



Venituri din taxa pentru serviciul public de televiziune în valoare de 319.208.536,26 lei, cu o pondere de 58,96% din total venituri din exploatare, cu 1% mai mari față de anul 2013;

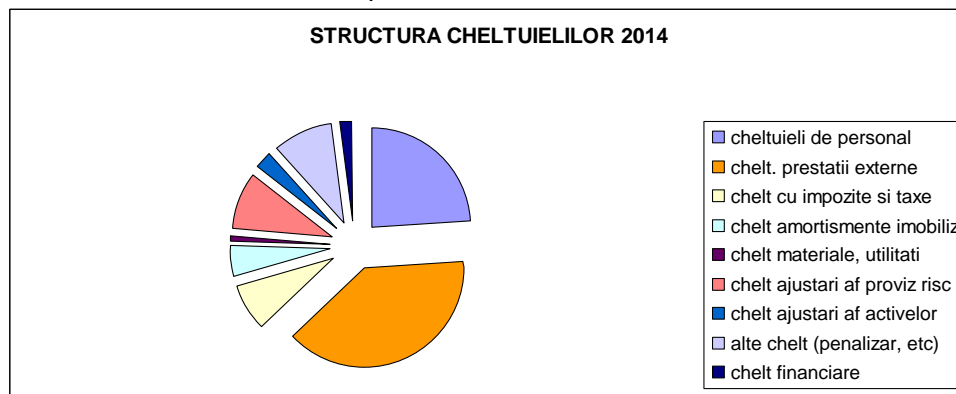
Venituri din publicitate în valoare de 28.790.928 lei cu o pondere de 5,32% din total venituri din exploatare, cu 37,5% mai mari față de anul 2013;

Venituri din subvenții din exploatare în valoare de 178.259.967 lei, cu o pondere de 32,92% din total venituri din exploatare, cu 2,86% mai mici față de anul 2013. Din aceste venituri, alocația de la bugetul statului primită conform Legii 41/1994, pentru anul 2014 a fost de 177.883.298 lei în conformitate cu Legea bugetului de stat pe anul 2014 nr. 356/2013, Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 59/2014 cu privire la rectificarea bugetului de stat pe anul 2014.

Alte venituri din exploatare, în valoare de 15.086.572 lei, cu o pondere de 2,78% din total venituri din exploatare, cu 1 % mai mici față de anul 2013 din care:

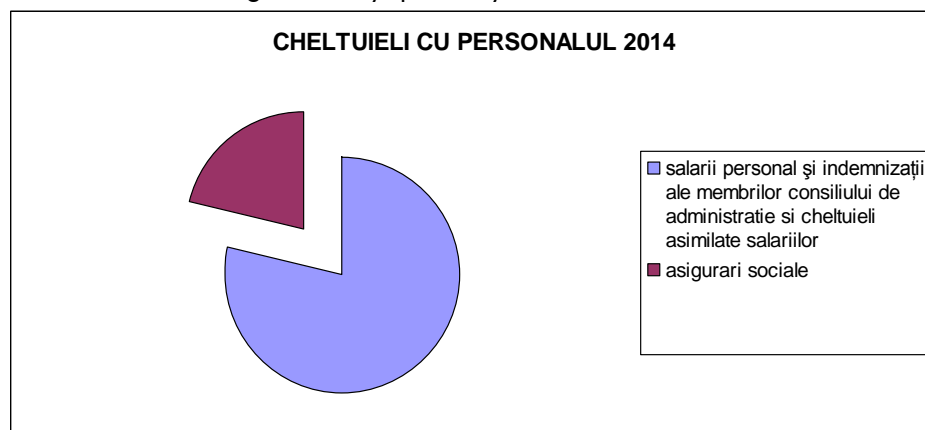
- prestări servicii în valoare de 489.500 lei, reprezentând vânzări licențe;
- prestări servicii în valoare de 4.830.772 lei, reprezentând coproducții, producții tv, servicii tehnice, închirieri circuite transmisii etc.;
- alte venituri în valoare de 9.741.352 lei, reprezentând venituri din sponsorizări (1.741.275 lei), premii (5.000 lei), penalizări taxa tv (2.636.831 lei), venituri din subvenții pentru investiții (4.658.472 lei), etc.

2. **Cheltuielile de exploatare** realizate de SRTv, în anul 2014, au fost de 613.578.614 lei, cu 16,04% mai mari față de anul 2013.



a. **Cheltuieli cu personalul**, în valoare de 155.987.518 lei, cu o pondere de 25,42% din totalul cheltuielilor de exploatare, și cu 14,74% mai mici față de anul 2013:

- salarii personal și indemnizații ale membrilor Consiliului de Administrație și cheltuieli asimilate salariilor: 122.567.232 lei;
- cheltuieli cu asigurările și protecția socială: 33.420.286 lei.



Din totalul cheltuielilor cu personalul pe anul 2014, suma de **2.551.563 lei** (inclusiv obligații angajator) reprezintă cheltuieli cu despăgubirile pentru salariații disponibilizați și reintegrați ca urmare a hotărârilor judecătorești.

Această sumă se compune din:

- 1.003.666 lei despăgubiri conform unor hotărâri definitive favorabile salariaților;
- 343.887 lei despăgubiri conform unor hotărâri definitive favorabile SRTv, care urmează să se recupereze de la salariați;
- 1.547.897 lei aferenți salariaților ale căror cauze sunt în curs de soluționare.

Tot în baza unei hotărâri judecătorești rămasă definitivă, a fost plătită suma de **1.615.527 lei** (inclusiv obligații angajator) reprezentând diferențe salariale calculate ca

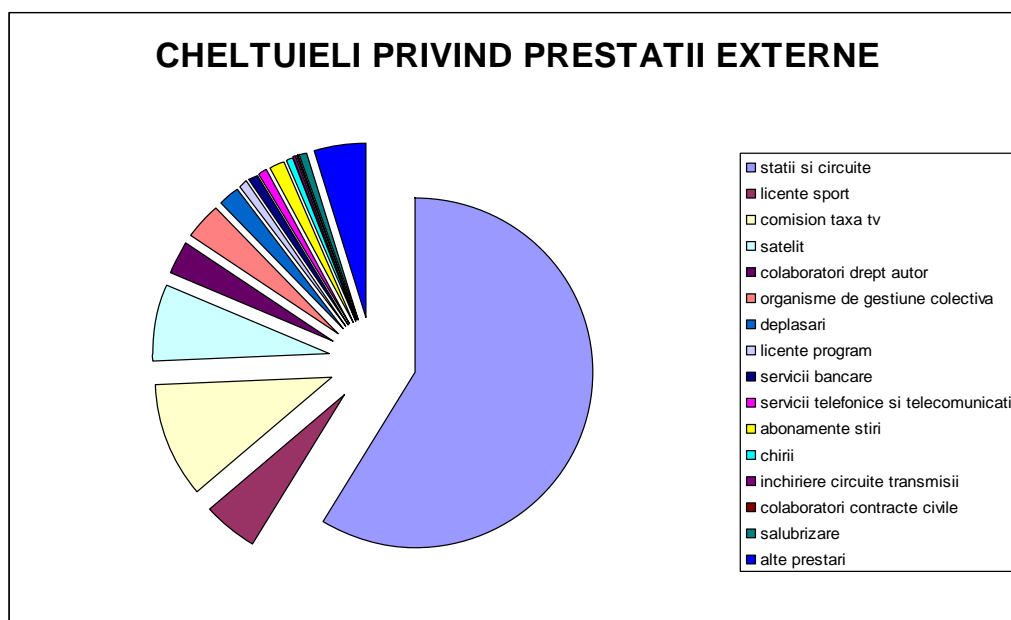
urmare a majorării salariilor de bază, începând cu data de 07.04.2012, cu indicii de creștere a prețurilor de consum aferenți anilor 2008-2011 și primul trimestru al anului 2012.

Cu toate acestea, în anul 2014, cheltuielile cu personalul au fost mai mici față de anul precedent (cu 14.74%), datorită diminuării numărului de personal în urma procesului de restructurare, precum și a faptului că cea mai mare parte a cheltuielilor cu plățile compensatorii s-a înregistrat în anul 2013.

În cursul anului 2014, SRTv a achitat în termen obligațiile curente la bugetul statului, dar conform Codului de Procedura Fiscală debitele se sting în ordinea vechimii, astfel încât totalul datoriei fiscale a rămas constant.

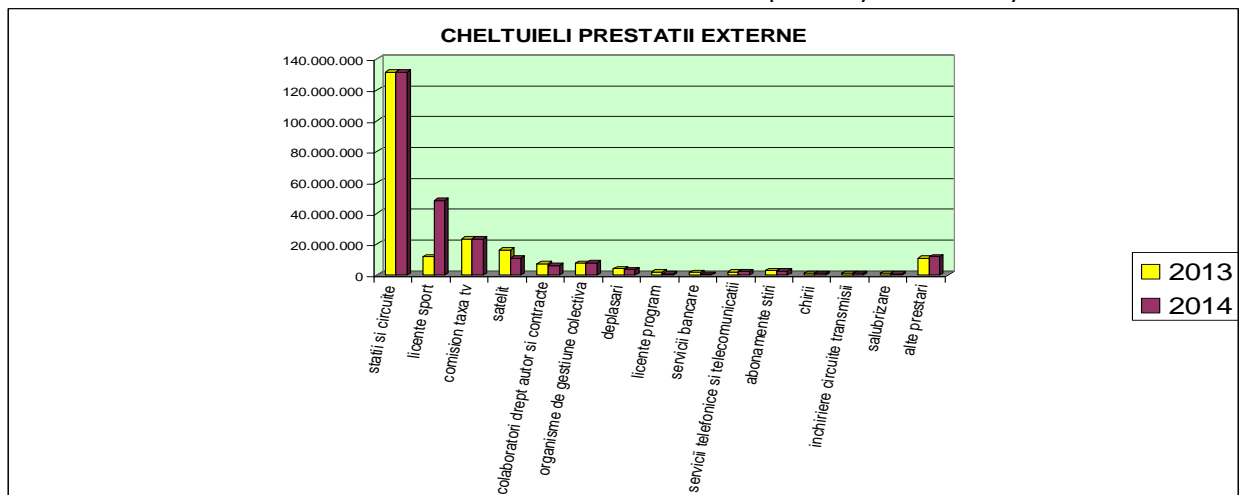
Cheltuielile cu colaboratorii în anul 2014 au fost în sumă de 6.166.988 lei, cu 15,49% mai mici decât în anul 2013.

b. Cheltuieli privind prestațiile externe, în valoare de 254.290.551 lei, cu o pondere de 41,44% din totalul cheltuielilor de exploatare, cu 13,18% mai mari față de anul 2013, din care:



- cheltuieli cu stații și circuite datorate Societății Naționale de Radiocomunicații, în valoare de 131.516.222,13 lei – din alocații bugetare;
- cheltuieli licențe interne și externe sport, în valoare de 48.309.385,07 lei;
- cheltuieli privind comisionul convenit societăților Electrica pentru colectarea taxei TV, în valoare de 23.428.814,53 lei;
- cheltuieli canalul satelit, în valoare de 11.024.206,49 lei – din alocații bugetare;

- cheltuielile cu colaboratorii reprezentând drepturi de autor și contracte civile de prestări servicii, în valoare de 6.166.988,22 lei;
- cheltuieli cu drepturile de radiodifuzare a operelor, interpretărilor sau execuțiilor artistice convenite organismelor de gestiune colectivă, în valoare de 8.128.134,41 lei;
- cheltuieli cu deplasările, în valoare de 3.537.792,95 lei – din care suma de 681.177 lei suportată din alocații bugetare ;
- cheltuieli servicii telefonice și telecomunicații, în valoare de 2.397.646,52 lei din care suma de 279.803 lei suportată din alocații bugetare;
- cheltuieli abonamente agenții știri, în valoare de 2.700.504,27 lei;
- cheltuieli privind licențele de programe interne și externe, în valoare de 954.663,25 lei (de ex. interne – „În țara minunilor”, „Magazin M”, „Destine ca-n filme”, „Starea nației”, externe – licență program „Miss Univers”, licență program Orchestra Viena, știri Euronews etc ;
- cheltuieli cotizații organizații interne și externe, în valoare de 1.647.425,82 lei;
- cheltuieli comisioane bancare, în valoare de 658.832,99 lei, din care suma de 10.185 lei suportată din alocații bugetare;
- cheltuieli cu chiriile, în valoare de 1.065.996,17 lei, din care suma de 144.914 lei suportată din alocații bugetare;
- cheltuieli salubritate, în valoare de 956.443,81 lei;
- alte prestații externe în valoare de 11.797.495,35 lei (733.064 lei întreținere și reparații, 355.737 lei prime de asigurare, 17.284 lei studii și cercetări, 810.351 lei comisioane și onorarii judecătorești, 789.207 lei protocol, reclamă și publicitate, 239.420 lei transport de bunuri și personal, 132.830 lei taxe expedieri, 1.545.983 lei servicii de presă, sondaje și măsurarea audienței, 2.756 lei abonamente ziare și reviste, 266.482 lei servicii artistice, alte servicii executate de terți 4.708.119 lei, servicii tehnice transmisii externe 2.147.650 lei, casete film 30.839 lei, 17.560 lei protecția muncii și PSI etc.).



c. Cheltuieli cu impozite și taxe, în valoare de 50.585.196 lei, cu o pondere de 8,24% din totalul cheltuielilor de exploatare, cu 0,83% mai mici față de anul 2013, 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 45.167.425,72 lei din care suma de 33.104.450 lei suportată din alocații bugetare;
- cheltuieli reprezentând contribuții pentru constituirea fondului cinematografic, către CNC, în conformitate cu OG nr.39/2005, în valoare de 4.318.638 lei;
- impozite pe teren, clădiri și mijloace de transport, în valoare de 405.090,80 lei;
- alte taxe, în valoare de 694.042 lei.

d. Cheltuieli cu amortismentele și ajustările la imobilizările corporale și necorporale, în valoare de 31.559.374 lei (amortizare licențe film interne, externe și programe – 23.515.303 lei, amortizare mijloace fixe – 7.974.067 lei etc), cu o pondere de 5,14% din totalul cheltuielilor de exploatare, cu 28,98% mai mici față de anul 2013;

e. Alte cheltuieli din exploatare (dobânzi și penalități de la ANAF și penalizări la contractele comerciale încheiate cu furnizorii) în valoare de 63.030.699 lei (din care accesorii bugetul de stat și bugetul local, suma de 61. 684.715 lei), cu o pondere de 10,27% din totalul cheltuielilor de exploatare, cu 554% mai mari față de anul 2013;

f. Cheltuieli cu materialele consumabile, obiectele de inventar, energie, apă etc., în valoare de 8.794.383 lei (din care combustibil 1.681.393 lei, alte materiale consumabile 1.158.876 lei, obiecte de inventar 908.196 lei, energie, apă, gaze 4.244.039 lei), cu o pondere de 0,014% din totalul cheltuielilor de exploatare;

g. Cheltuieli privind ajustările și provizioanele de risc și cele aferente activelor circulante în valoare de 49.314.687 lei (din care: Splendid Media 24.857.827 lei, litigii cu risc procedural - Direct Target 1.398.058 lei, provizioane pentru concedii de odihnă neefectuate și prime de vacanță aferente anului 2014 – 7.215.806 lei etc.) cu o pondere de 8,04% din totalul cheltuielilor de exploatare.

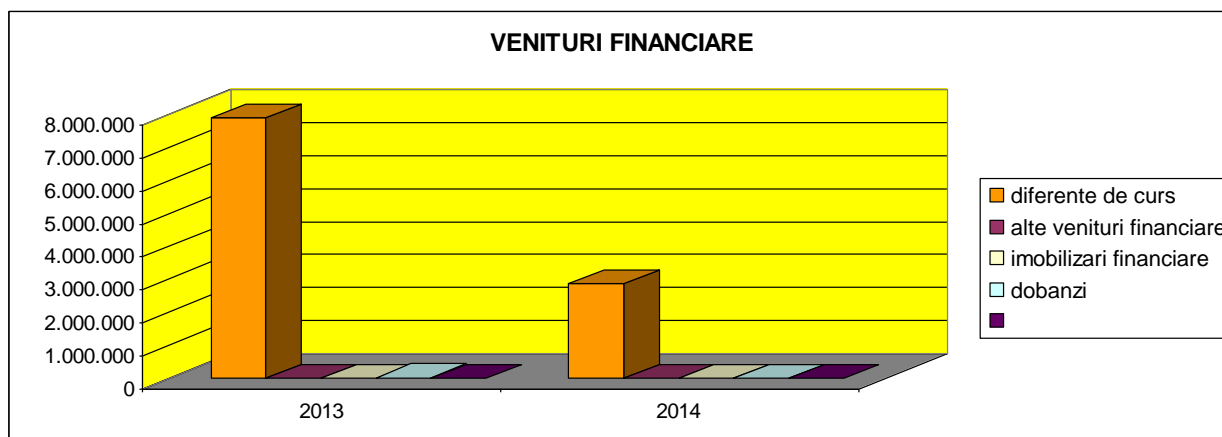
Rezultatul de exploatare al anului 2014, calculat ca diferență între veniturile din exploatare și cheltuielile din exploatare, reprezintă pierdere în sumă de 72.232.611 lei.

B. Rezultatul financiar

1. Veniturile financiare ale anului 2014 au fost în valoare de 2.873.583 lei și sunt constituite din:

a. Venituri din diferențe de curs, în valoare de 2.869.276 lei, cu o pondere de 99,85% din totalul veniturilor financiare;

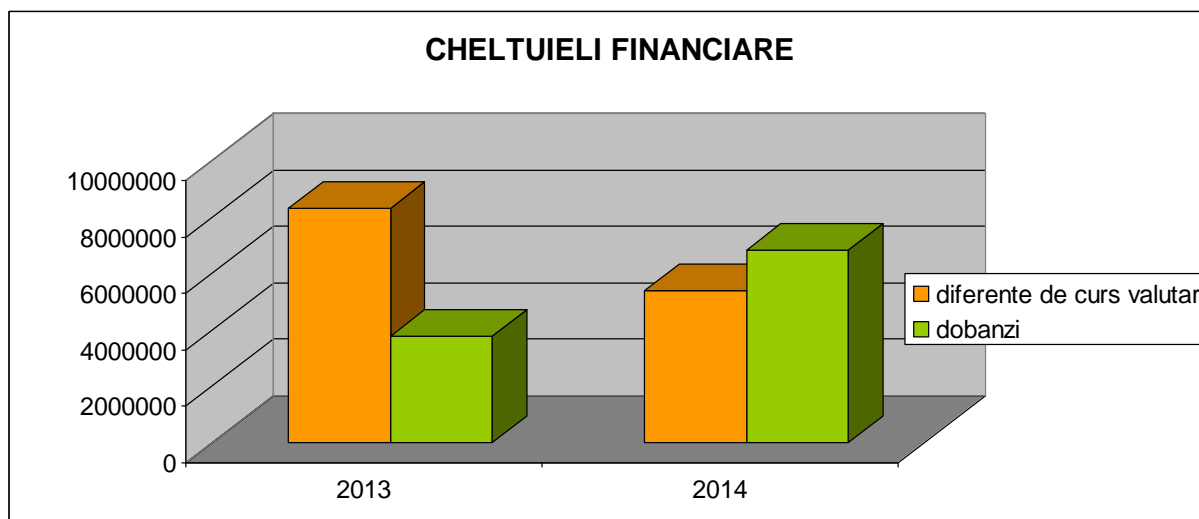
b. Alte venituri financiare în valoare de 4.307 lei lei, cu o pondere de 0,14% din totalul veniturilor financiare.



2. Cheltuielile financiare ale anului 2014 au fost în valoare de 12.228.984 lei și sunt constituite din:

a. Alte cheltuieli financiare – cheltuieli din diferențe de curs, în valoare de 5.380.329 lei, cu o pondere de 43,99% din totalul cheltuielilor financiare;

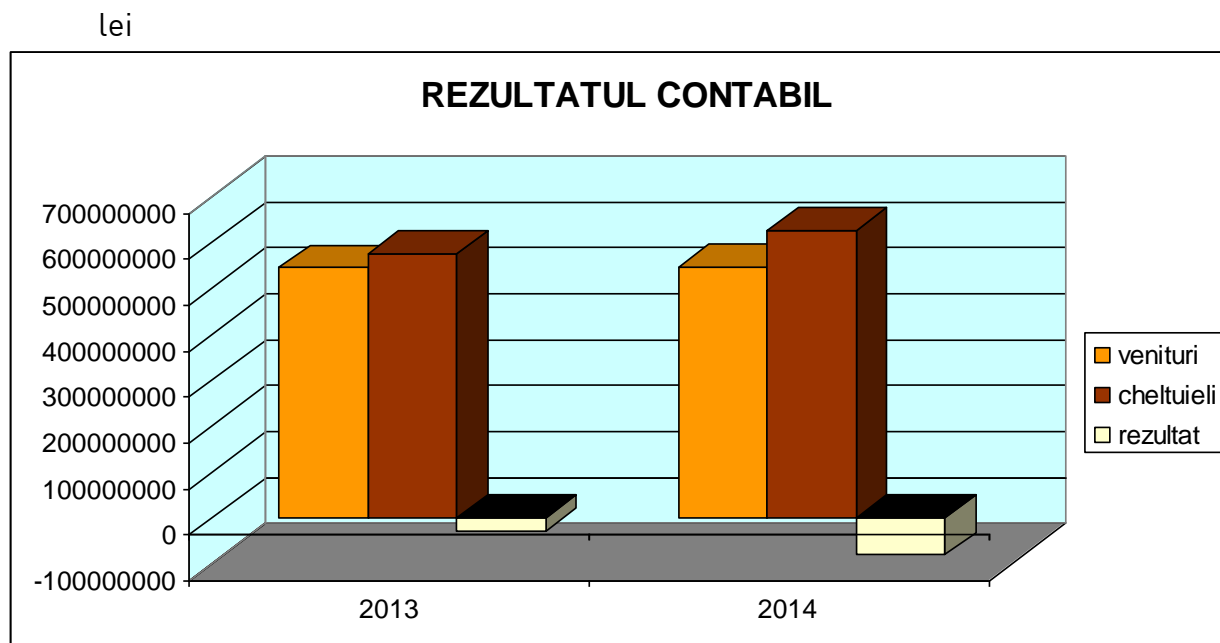
b. Cheltuieli privind dobânzile pentru creditele pe termen lung și scurt, în valoare de 6.848.655 lei, cu o pondere de 56,00% din totalul cheltuielilor financiare.



Rezultatul financiar al anului 2014, calculat ca diferență între veniturile financiare și cheltuielile financiare, reprezintă un deficit de 9.355.401 lei.

C.Rezultatul exercițiului 2014

La finele anului 2014, Societatea Română de Televiziune a înregistrat venituri totale în sumă de 544.219.586 lei și cheltuieli totale în sumă de 625.807.598 lei, rezultând o pierdere contabilă în valoare de 81.588.012 lei.



În principal, pierderea contabilă a fost cauzată de înregistrarea în anul 2014 a următoarelor cheltuieli în cuantum de **100.687.017** lei, astfel :

- a.- 29.530.651 lei penalități pierdere eşalonare ANAF,
- b.- 30.218.107 lei accesorii (dobânzi și penalități) la plata obligațiilor fiscale.

Având în vedere că lipsa disponibilităților bănești a condus la imposibilitatea achitării în termenul de 90 de zile prevăzut de art.13 alin. 6 al OUG 29/2011 a obligațiilor fiscale exigibile la data comunicării deciziei de menținere a valabilității eşalonării, și anume:

- penalitățile scadente la 07.04.2014, în valoare de 33.777.571 lei (calculate pe perioada anului 2013);
- obligațiile cu scadență extinsă la 20.12.2013, în valoare de 6.534.998 lei;
- obligațiile cu scadență extinsă la 25.01.2014, în valoare de 7.967.460 lei.

La data de 21.05.2014, ANAF a emis pe numele SRTv și al studiourilor teritoriale, Deciziile de constatare a pierderii definitive a valabilității eșalonării la plată a obligațiilor fiscale.

În conformitate cu art. 13 alin. 3 din OUG nr. 29/2011, care prevede că: **„în cazul pierderii eșalonării la plată, pentru obligațiile fiscale principale rămase de plată din eșalonarea la plată acordată, se datorează de la data emiterii deciziei de eșalonare la plată dobânzi potrivit Codului de procedură fiscală”**, ANAF a emis Decizia nr. 1157274/27.05.2014 referitoare la obligațiile de plată accesorii în valoare totală de 13.658.355 lei [calculate de la data deciziei de menținere – ianuarie 2014 până la data pierderii definitive a eșalonării 21.05.2014].

De asemenea, în conformitate cu art. 13 alin. 4 din OUG nr. 29/2011 care prevede că: **„ În cazul pierderii valabilității eșalonării la plată, pentru sumele rămase de plată din eșalonarea la plată acordată, reprezentând obligații fiscale principale și/sau obligații fiscale accesorii eșalonate la plată, se datorează o penalitate de 10%”**, ANAF a emis și Deciziile nr. 100124, 100126, 100128, 100132, 100134/21.05.2014 referitoare la obligațiile de plată accesorii reprezentând penalități, în valoare totală de 29.530.651 lei

Împotriva Deciziilor de calcul al accesoriilor în valoare de 13.658.355 lei și al penalităților în valoare de 29.530.651 lei, ca și împotriva Deciziilor de constatare a pierderii valabilității eșalonării la plată a obligațiilor fiscale și a valabilității amânării la plata a penalităților de întârziere, SRTv a depus contestația cu nr. 1169291/26.06.2014, care a fost respinsă de ANAF la data de 17.09.2014. Decizia de respingere a fost atacata în instanță în anul 2015.

c.- 16.059.268 lei creanțe și penalități din taxa tv (2003-2009) cu termen de prescriere expirat,

d.- 3.598.293 lei creanțe și penalități din taxa tv de la societăți radiate, lichidate, dizolvate,

e.- 21.280.698 lei ajustări din depreciere creanțe taxa tv și penalități aferente anilor 2010 și 2011.

Starea de dificultate înregistrată de SRTv și în 2014 a fost generată și de o serie de factori obiectivi ce vin din anii anteriori:

1. diminuarea în luna februarie 2003 a taxei tv de la un nivel de 4.5 lei/lună la 4 lei/lună a condus ca în perioada 2003 – 2014 să NU se realizeze de către SRTv un venit în cuantum de 462,9 mil. lei adică 116,5 mil. euro;

2. neindexarea taxei tv cu indicele de inflație în perioada 2003 – 2014 și menținerea nivelului de 4 lei/lună a condus ca în perioada 2003- 2014 să nu se realizeze un venit de 2.719,5 mil. lei adică 663,1 mil. euro;
3. nerespectarea pe o perioadă de cca. 3 ani a termenelor de plată ale obligațiilor fiscale și neplata acestora, începând cu luna ianuarie 2010 până la luna decembrie 2012, ceea ce a condus, pe de o parte, la acumularea de datorii fiscale substanțiale, iar pe de altă parte la acumularea de dobânzi și penalități de întârziere; disponibilitățile astfel create au fost utilizate ca și capital de lucru;
4. asumarea de obligații contractuale în anii anteriori cu impact semnificativ negativ atât asupra rezultatelor financiare, cât și asupra posibilităților de plată în anul 2014 - în principal față de furnizorii de licențe de film și sport;
5. modificarea prevederilor Codului Fiscal prin abrogarea, începând cu luna iunie 2005, a art. 141 alin. 1 lit n) prin care: „vânzarea de licențe de filme sau de programe, drepturi de difuzare, abonamente la agențiile internaționale de știri și alte drepturi de difuzare similare, destinate activității de radio și televiziune, cu excepția celor de publicitate” erau scutite de TVA până la acea dată, precum și deducerea TVA-ului doar cu procentul de prorată, și care în fiecare an generează cheltuieli semnificative cu prorata (45.167.425,72 lei),
6. precum și creșterea cotei de TVA de la 19% la 24%,
7. menținerea contribuției pentru CNC de 15% aplicată la veniturile proprii obținute din publicitate (Ord. 39/2005), în comparație cu televiziunile comerciale la care această contribuție este de 3%,
8. remunerațiile restante datorate organismelor de gestiune colectivă începând cu anul 2005, care au generat acțiuni de executare silită și penalități de întârziere;
9. baza de calcul pentru UCMR ADA cuprinde inclusiv alocațiile bugetare, în baza Legii 8/1996 referitoare la drepturile de autor și conexe art. 131 & reglementări specifice O.R.D.A.;
10. ponderile de utilizare a operelor muzicale folosite în determinarea remunerațiilor datorate au făcut obiectul unor procese ce au fost finalizate în defavoarea SRTv cu executări silite a obligațiilor și calcularea de penalități.
11. contribuția restantă la CNC, începând cu anul 2008, care a generat de-a lungul timpului acțiuni de executare silită din partea CNC și penalități de întârziere.

Situația comparativă a datoriilor SRTv 2013/2014

	Suma datorată(lei) 31.12.2013	Suma datorată (lei) 31.12.2014
DATORII TOTALE:		
Alte datorii cu bugetul statului (majorări, penalizări dobânzi)	247.570.869	201.074.418

Datorii la bugetul asigurărilor sociale	149.297.798	142.887.267
Datorii comerciale	132.965.361	120.028.477
Credite pe termen lung	66.540.053	59.022.781
TVA	72.065.110	65.554.134
Impozit pe salarii	39.808.432	38.065.927
Datorii uniuni de creație	28.358.181	21.721.526
Datorii la bugetul fondurilor speciale din care:	28.858.411	27.026.911
din care CNC	28.091.460	26.284.899
Credite pe termen scurt	14.875.271	16.825.499
Personal salarii datorate	4.269.970	3.547.486
Alte impozite, taxe și vărsăminte	1.386.109	1.186.453
Alți creditori	622.637	493.745
Alte datorii cu salariații	691.798	659.614
Sume datorate entitatilor afiliate	556.011	1.327.595
DATORII TOTALE	787.866.013	699.421.832
din care : datorie fiscală	510.128.318	448.768.199
Principalele categorii de furnizori fata de care SRTv are cele mai mari datorii:		
Deținători de licențe de film	82.915.740	88.894.334
Deținători de licențe sportive	9.178.561	9.461.672
Prestatori de servicii de curățenie	942.862	303.750
Prestatori de servicii de mentenanță	677.506	295.157
Furnizori de utilități	505.872	22.269
TOTAL :	94.220.540	98.977.183
Lista sumelor datorate Uniunilor de Creație		
	Suma datorată (lei)	Suma datorată (lei)
Furnizor	31.12.2013	31.12.2014
UCMR ADA	16.877.435	6.198.766
CREDIDAM	9.356.032	12.194.389

UPFR	1.727.169	2.805.059
Dacin Sara	235.829	305.667
Copyro Societate de Gest.Colectivă	131.453	172.897
Asociația Română Artiști Independenți	19.754	34.326
Visarta Societate de Gest.Colectivă	10.509	10.422
TOTAL :	28.358.181	21.721.526

Contul de execuție al cheltuielilor pe anul 2014
(Destinația sumelor/cheltuielilor alocate din bugetul de stat)

- lei -

DENUMIRE INDICATOR	COD	PREVEDERI INIȚIALE 2014	PROGRAM ACTUALIZAT 2014	REALIZAT 31.12.2014	SUME NEUTILIZATE 2014
CHELTUIELI TOTAL		179.963.000	191.349.000	191.010.908,74	338.091,26
Cultură, recreere și religie	67.01	179.963.000	191.349.000	191.010.908,74	338.091,26
Alte servicii în domeniul culturii, recreeri și religiei	67.01.50	179.963.000	191.349.000	191.010.908,74	338.091,26
Cheltuieli curente	67.01.01	176.774.000	188.360.000	188.023.572,08	336.427,92
Cheltuieli de personal	67.01.10	166.000	166.000	165.998,81	1,19
Cheltuieli salariale în bani	10.01	166.000	166.000	165.998,81	1,19
* Indemnizații de delegare ale Direcției TV Rom. Internaț.	10.01.13	166.000	166.000	165.998,81	1,19
Bunuri și servicii	67.01.20	176.608.000	188.194.000	187.857.573,27	336.426,73
Bunuri și servicii	20.01	176.325.000	187.466.000	187.342.395,41	123.604,59
-Materiale și prestări de servicii cu caracter funcțional	20.01.09	176.325.000	187.466.000	187.342.395,41	123.604,59

-Plata pentru închirierea stațiilor și circuitelor datorată ag. ec. din sist. comunicat.		154.286.000	173.228.000	173.220.389,36	7.610,64
-Închirierea canalului satelit		21.000.000	13.584.000	13.534.910,49	49.089,51
-Închiriere transmisii Video over Ip		500.000	360.000	346.955,56	13.044,44
-Funct. Direcției TV Rom. Internaț.		539.000	294.000	240.140	53.860

-Deplasări, detașări, transferuri	20.06	283.000	728.000	515.177,86	212.822,14
Deplasări în străinătate	20.06.02	283.000	728.000	515.177,86	212.822,14
Cheltuieli de capital	67.01.70	3.189.000	2.989.000	2.987.336,66	1.663,34
Active nefinanciare	67.01.71	3.189.000	2.989.000	2.987.336,66	1.663,34
Active fixe	71.01	3.189.000	2.989.000	2.987.336,66	1.663,34

Alocațiile bugetare, primite în conformitate cu Legea bugetului de stat pe anul 2014 nr. 356/2013, și OUG nr.59/2014 cu privire la rectificarea bugetului de stat pe anul 2014, au fost în sumă totală de 191.349.000 lei din care au fost efectuate plăți în valoare de 191.010.908,74 lei. Diferența de 338.091,26 lei neutilizată a fost restituită conform prevederilor legale în vigoare.

Creanța reprezentând subvenția nealocată, aferentă prestațiilor efectuate până la 31 decembrie 2014, în sumă de 13.577.352,16 lei urmează a se încasa în anul 2015, în baza Legii bugetului de stat pe anul 2015, nr. 186/2014.

Anexa 1

Anexa 2