

Societatea Română de Televiziune

# Raport de activitate 2015

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

## SUMAR

<b><u>CAPITOLUL 1: SINTEZA ACTIVITĂȚII</u></b>	<b>6</b>
1.1. Demersuri instituționale	7
1.2. Sinteză activității editoriale	9
<b><u>CAPITOLUL 2: REALIZAREA MISIUNII PUBLICE PRIN PROGRAME</u></b>	<b>13</b>
2.1.TVR 1	13
2.2.TVR 2	21
2.3.TVR 3	24
2.4.TVR Internațional	29
2.5. TVR Moldova	30
<b><u>2.6. Studiouri teritoriale</u></b>	<b>32</b>
2.6.1.TVR Cluj	32
2.6.2.TVR Craiova	36
2.6.3.TVR Iași	42
2.6.4.TVR Timișoara	47
2.6.5.TVR Tîrgu-Mureș	52
<b><u>2.7.Casa de Producție</u></b>	<b>54</b>
<b><u>2.8.Emisiuni pentru minorități</u></b>	<b>59</b>
2.8.1. Emisiuni în limba maghiară	59
2.8.2. Emisiuni în limba germană	63
2.8.3. Emisiuni pentru alte minorități naționale	66
2.8.4. Emisiuni pentru minorități difuzate de studiourile teritoriale	71
<b><u>2.9. Achiziții de filme artistice și documentare</u></b>	<b>74</b>
<b><u>2.10.Valorificarea arhivei TVR</u></b>	<b>79</b>
<b><u>2.11.Programe de știri și sport</u></b>	<b>81</b>
2.11.1.Programe de știri	81
2.11.2.Programe sportive	87

<b><u>CAPITOLUL 3: DEZVOLTAREA ONLINE ȘI A PRODUCȚIEI DE ÎNALTĂ DEFINIȚIE</u></b>	<b>91</b>
3.1.Site-urile TVR	91
3.2.TVR HD	94
<b><u>CAPITOLUL 4: AUDIENȚE. PUBLICITATE. MARKETING</u></b>	<b>99</b>
<b><u>CAPITOLUL 5: COMUNICAREA PUBLICĂ</u></b>	<b>113</b>
<b><u>CAPITOLUL 6: RESURSE UTILIZATE</u></b>	<b>120</b>
6.1. Resurse Umane	120
6.2.Resurse Tehnice	121
6.3.Producție artistică	132
<b><u>CAPITOLUL 7: EVOLUȚIA FINANCIARĂ</u></b>	<b>135</b>
7.1. Execuția bugetului de venituri și cheltuieli	135
7.2. Achitarea datoriilor	140
7.3. Exercițiul financiar	142
7.4. Situația activelor, datoriilor și capitalurilor proprii	155
7.5.Creanțe și datorii	155
7.6. Contul de execuție a cheltuielilor. Destinația sumelor alocate de la bugetul de stat	157

## TVR – TELEVIZIUNE PUBLICĂ

Televiziunea Română are statut de instituție publică și emite pe canalele TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Internațional, TVR Moldova 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 printre cele mai scăzute 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.

### **Afilieri**

Suntem afiliați la cele mai importante organizații internaționale din domeniul audiovizualului - EBU (European Broadcasting Union), EGTA (European Group of Television Advertising), CIRCOM 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 dezbateră 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

2015 a fost un an complicat pentru Televiziunea Română, Consiliul de Administrație fiind demis la 23 septembrie, ca urmare a respingerii Raportului de activitate. În aceeași zi, Parlamentul a validat-o în funcția de Director General Interimar (DGI) pe Irina Radu. Conform legii, în absența CA, atribuțiile unui DGI sunt limitate, fapt care a făcut imposibilă luarea unor măsuri radicale care să poată duce la redresarea TVR.

În aceste condiții, Televiziunea Română a încheiat activitatea în anul 2015 cu următorii indicatori economico-financiar:

- **venituri totale: 501.059.860 lei, din care venituri din exploatare: 495.076.982 lei și venituri financiare: 5.982.878 lei;**
- **cheltuieli totale: 525.276.360 lei, din care cheltuieli de exploatare: 511.010.504 lei și cheltuieli financiare: 14.265.856 lei;**
- **cifra de afaceri netă: 484.379.534 lei;**
- **rezultatul net al exercițiului: pierdere în valoare de 24.216.500 lei.**

### ✓ **Măsuri legislative împovărătoare pentru TVR**

O serie de măsuri legislative adoptate în ultimii 13 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 13 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 – 2015, cu un venit neîncasat în cuantum de 481,6 mil. lei adică 120,6 mil. euro. Taxa TV - principala sursă de venituri a TVR - este penultima ca valoare din Europa, adică **4 lei/gospodărie**. TVR nu primește bani de la operatorii de cablu, din distribuția canalelor sale, precum televiziunile private.

✓ neindexarea taxei tv cu indicele de inflație în perioada 2003 – 2015 și menținerea nivelului taxei la 4 lei/lună a privat Televiziunea Română de un venit neîncasat în cuantum de 3.099,5 mil. lei adică 748,5 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 55,97 mil. lei adică 14,62 mil. euro, în perioada 2005 – 2015;

✓ lipsa unei reglementări care să plafoneze cuantumul comisionului pentru colectarea taxei tv de 5% a condus la nerealizarea unor venituri de către SRTv în cuantum de 98,94 mil. lei adică 24,1 mil. euro.

## 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.

În ședința din data de 28 august 2012, Consiliul de Administrație al Societății Române de Televiziune a aprobat Programul de redresare economică a SRTv, în baza căruia Guvernul României a aprobat un Memorandum care cuprindea și propunerea de indexare a taxei TV în raport cu indicele de inflație. De atunci însă, propunerea de indexare a taxei TV, deși asumată de Guvern, nu a mai fost pusă în dezbatere.

Și în 2015 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 2015 (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 2015 cu o perioadă de grație cuprinsă între 1-3 ani, precum și degrevarea de calculul obligațiilor fiscale accesorii.
- ✓ Indexarea taxei TV

corelate cu modificarea cadrului legislativ în care Televiziunea Română să funcționeze ca un serviciu public adaptat actualului mediu social-economic.

Televiziunea Română a înaintat către factori de decizie, precum Parlamentul României, Guvernul României, Ministerul Finanțelor și Agenția Națională de Administrare Fiscală (ANAF), informări despre situația TVR și propuneri concrete privind soluțiile la problemele grave ale televiziunii publice:

- ✓ 9 ianuarie 2015 – Adresă către ANAF, cu măsurile necesare pentru rezolvarea problemelor financiare: amnistie fiscală, un nou plan de rambursare eșalonată a datoriilor, plata de la bugetul de stat a datoriilor;
- ✓ 13 ianuarie 2015 – Adresă către Ministrul Finanțelor Publice, cu măsurile necesare pentru rezolvarea problemelor financiare: indexarea taxei TV, amnistie fiscală, un nou plan de rambursare eșalonată a datoriilor, restructurare.
- ✓ 15 ianuarie 2015 – Solicitare transmisă premierului României pentru o întrevvedere care să aibă ca temă situația TVR.
- ✓ 22 din 22 ianuarie 2015 – Solicitare către Ministrul Finanțelor Publice, privind emiterea unei scrisori de garanție în vederea achiziționării de către TVR a drepturile TV pentru Campionatul de Fotbal 2016.

✓ 17 martie 2015 – Transmiterea către Ministerul pentru Societatea Informațională a proiectului de lege privind acordarea unui ajutor financiar în vederea achiziționării de echipamente de recepție a programelor de televiziune.

✓ 24 martie 2015 – Transmitere către Ministerul Culturii a unui proiect de modificare a Lege nr. 41/1994 privind funcționarea TVR, prin completarea art. 41, astfel încât organizarea și difuzarea evenimentelor de importanță majoră să fie finanțate din fonduri de la bugetul de stat.

✓ 27 aprilie 2015 – Solicitare adresată premierului de susținere a TVR prin acordare unei scrisori de garanție în vederea achiziționării drepturilor de difuzare TV a opțiunii *free to air* pentru Campionatul European de Fotbal 2016.

✓ 27 mai 2015 – Solicitare adresată premierului de susținere a TVR în vederea achiziționării drepturilor de difuzare TV a opțiunii *free to air* pentru Campionatul European de Fotbal 2016.

✓ 15 iunie 2015 – Solicitare transmisă către Guvern pentru a cere ajutor în vederea acoperirii cheltuielilor logistice și tehnice ale transmisiunilor Jocurilor Olimpice de Vară 2016

✓ 17 iunie 2015 – Adresă către Guvern pentru prezentarea situației dificile a TVR prin enumerare aspectelor care amplificau intrarea TVR în incapacitate de plată și solicitarea unui ajutor financiar.

✓ 24 iunie 2015 – Adresă transmisă Comisiilor de Cultură din Parlament, membrilor Consiliului de Administrație și Comitetului Director pentru prezentarea anteproiectului de lege TVR care să modifice și să actualizeze cadrul legal.

✓ 30 iunie 2015 – Propunere adresată Guvernului ca, în cadrul măsurilor privind reducerea TVA-ului, să fie avut în vedere și cazul special al TVR, care, la achiziționarea programelor și licențelor, achită și nu poate deduce apoi TVA-ul, așa cum fac televiziunile comerciale.

✓ 7 septembrie 2015 – Solicitare adresată Guvernului de a susține financiar participarea României la Eurovision și transmiterea concursului internațional la televiziunea publică.

✓ 9 septembrie 2015 - Solicitare transmisă către președintele Senatului României, privind susținerea unor măsuri ce ar putea duce la salvarea și garantarea independenței economice și financiare a TVR:

- indexarea taxei TV
- modificarea și completarea HG nr. 978/2003 privind taxa pentru serviciul public de televiziune în sensul actualizării prevederilor la nivelul schimbărilor tehnologice la zi, precum și pentru reglementarea procedurii privind controlul în domeniul plății taxei TV și constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor și penalităților;

- emiterea unei reglementări care să prevadă extinderea unei obligații pentru toți furnizorii de energie electrică de a deveni mandatar SRTv pentru colectarea taxei TV, prin implicarea ANRE în reglementarea activității. Totodată, este necesară stabilirea unui plafon maximal de 5% al comisionului din încasări;



- reducerea cotei de TVA pentru activitățile specifice postului public de televiziune;
- reducerea contribuției pentru CNC de la 15% aplicată la veniturile proprii obținute din publicitate la nivelul de 3% cât plătesc restul posturilor TV;
- modificarea Legii nr. 41/1994 în sensul posibilității de a primi alocații bugetare / finanțare pentru achiziția de licențe (programe și sport) pentru evenimente majore culturale și sportive.
- ✓ 12 noiembrie 2015 – Adresă transmisă către Parlament (Birouri Permanente, comisii), Guvern și Președinție, pentru prezentarea situației grave a TVR și înaintarea unor propuneri de modificare a Legii nr. 41/1994.
- ✓ 26 noiembrie 2015 – Informare privind imposibilitatea achiziției competiției EURO 2016, transmisă către Guvern; Ministerul Finanțelor Publice, Biroul Permanent al Camerei Deputaților; Biroul Permanent al Senatului.

În luna octombrie 2015, Ingrid Deltenre, Director General al EBU, a venit la București pentru a discuta cu oficiali români despre importanța serviciului public de televiziune. Delegația EBU a avut întâlniri la Palatul Cotroceni, Ministerul de Finanțe, Ministerul Culturii și Cultelor. Directorul General al EBU a subliniat necesitatea măririi taxei TV, a schimbării legii de funcționare a serviciilor publice de radio și televiziune din România, delimitarea factorului politic de producția editorială.

Adoptarea unui cadru legislativ modern și adaptat realităților actuale este o sarcină care îi revine exclusiv Parlamentului României. Televiziunea Română nu mai poate funcționa după rigorile unei legi vechi de mai bine 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. În acest sens, TVR a elaborat proiecte de modificare a Legii de funcționare, pe care le-a supus dezbaterii publice și le-a prezentat autorităților.

## 1.2. SINTEZA ACTIVITĂȚII EDITORIALE

În contextul situației financiare critice, TVR a făcut eforturi pentru a-și îndeplini misiunea publică și a asigura telespectatorilor acces la informație corectă - internă și externă, la educație, cultură sau divertisment de calitate.

Grilele **TVR 1** au conținut, în afara emisiunilor consacrate („Profesioniștii”, „Odată-n viață”, „Garantat 100%”, „Viața satului” etc.), și alte producții de interes pentru

public, pe teme istorice, sociale, de politică externă, educație, cultură, sănătate. De asemenea, TVR 1 a organizat în 2015 o serie de campanii, una dintre cele mai importante, difuzată sub forma unor fillere, fiind emisiunea interactivă de limbă română „Vorbește corect”.

Pentru **TVR 2**, 2015 a fost anul în care strategia de programe a urmărit revenirea treptată în atenția telespectatorilor, în contextul în care ultimii doi ani au fost dominați de reluări și emisiuni de arhivă. Față de anul precedent, TVR 2 a crescut procentul programelor de știri, pe cel de artă / cultură și publicistică, scăderi înregistrându-se la programele de ficțiune și sportive, dificultățile financiare determinând achiziții reduse ale acestora din urmă. Subfinanțarea producției de programe, revenirea la arhivă (cu un public fidel 65+), cât și introducerea unor tronsoane de reluări pentru a compensa scăderea orelor de programe de ficțiune au dus la scăderi de audiență, atât pe target național, cât și urban.

Au fost păstrate și susținute brandurile consacrate – „Pescar Hoinar”, „D’ale lui Mitică”, „Ferma”, „Ora de știri”, „Memorialul Durerii” – și au fost consolidate brandurile mai noi, dar cu audiențe bune, cum sunt „Destine ca-n filme” și „Drumul lui Leșe”.

S-a încercat consolidarea zilei de sâmbătă și a fost păstrat conceptul „Duminica filmului românesc” – cu câte două filme autohtone în fiecare duminică – concept care a fost bine primit de public, așa cum au arătat și audiențele din această zi a săptămânii.

Producția canalului **TVR 3** se face exclusiv în studiourile teritoriale. 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 stațiile regionale. Grila TVR 3 este alcătuită pe principiul complementarității cu celelalte grile ale TVR, oferindu-se astfel un produs original al serviciului public de televiziune.

În grila de toamnă 2015 a TVR 3 au survenit modificări semnificative, prin introducerea a nu mai puțin de 12 programe noi.

În 2015, oferta **TVR Internațional** a constat în 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.

TVR Internațional a realizat, printre altele, proiectul „TVRi 20”, care a marcat 20 de ani de existență a postului, a lansat seria de Documentare TVR Internațional (ex. *Virginia Zeani*, *Norman Manea*), a diversificat subiectele dedicate diasporei. Filmul românesc a continuat să fie promovat la TVRi, difuzările și selecțiile având în vedere marcarea unor evenimente de importanță națională - din punct de vedere istoric, cultural, religios, precum și a unor evenimente cultural-artistice importante pentru românii din afara granițelor țării, dar și pentru alcătuirea unor portrete regizorale sau de actori.

**TVR MOLDOVA.** În 2015, producția difuzată în premieră a ajuns la 3,5%, incluzând programe de știri, talk-show-uri de actualitate, reportaje, emisiuni socio-culturale, divertisment. Începând din 11 mai, Teledifuzarea Moldova este transmisă live din studioul TVR Chișinău.

Un obiectiv important realizat în 2015 este obținerea drepturilor de la agențiile de presă internaționale pentru a difuza informații externe în Republica Moldova, ceea ce a dus la retransmisia simulcast a Teledifuzărilor de la TVR 1 și TVR 2. Studioul TVR Moldova a extins programul de știri Teledifuzarea Moldova, de luni până vineri, la orele 13.00, 17.00, 19.00 și a introdus informații din plan local, de la corespondenții TVR din Bălți, Soroca, Rezina, Cahul, Comrat.

În colaborare cu Studioul TVR Chișinău, Televiziunea Română a conceput o linie de talk-show-uri, duplex București – Chișinău - București, pe teme de actualitate și problematică de integrare europeană, difuzate de luni până vineri.

Producția TVR Moldova a fost diversificată și dezvoltată prin achiziția de emisiuni de la producători independenți din Republica Moldova și România, iar fotbalul românesc - Liga I – a ajuns și în casele basarabenilor.

**Emisiuni informative.** În 2015 a fost continuată strategia de consolidare a programelor informative ale TVR, dar s-au realizat și noi producții de tip talk-show, inclusiv prin preluarea unor emisiuni care erau produse de canalul TVR 1.

Asumarea misiunii de serviciu public în emisiunile informative a dus la elaborarea, realizarea și difuzarea unor campanii - serii editoriale complexe, pe teme sociale, de utilitate, cu reacții deosebite din partea publicului și a organizațiilor neguvernamentale.

Direcția Știri a continuat realizarea produselor premium, „Reportajele” și „Interviurile Teledifuzării”. Pe parcursul anului au fost difuzate peste 80 de materiale jurnalistice exclusive.

Organizarea unui colectiv editorial puternic în Republica Moldova și dezvoltarea Teledifuzărilor destinate publicului de peste Prut au fost printre principalele provocări ale anului 2015.

**Programe sportive.** În 2015, s-au transmis evenimente din 14 sporturi (patinaj, fotbal, canotaj, caiac-canoe, gimnastică artistică, gimnastică ritmică, rugby, schi, călărie, box, baschet, scrimă, tenis, badminton), competiții sportive de toate categoriile: Campionate Mondiale, Campionate Europene, Campionate Naționale, preliminarii, meciuri amicale, concursuri regionale.

Cele mai productive din punctul de vedere al audienței au fost meciurile de calificare ale Naționalei de fotbal pentru Campionatul European 2016, 12,8 rating și 26 share în medie pentru cele 6 partide.

Tot în 2015, la TVR au revenit, după o pauză de câțiva ani, meciurile din Liga 1. Din păcate, anul 2015 este ultimul în care TVR a transmis două evenimente brand: Cupa

Davis la tenis și competițiile de patinaj artistic, Campionate Mondiale și Campionate Europene, ambele pierdute din cauza problemelor financiare.

2015 a însemnat revenirea, după o pauză de 9 ani, a Ligii I, TVR difuzând 14 meciuri, pe TVR 1, TVR HD și TVR Moldova. Partidele au înregistrat un rating mediu de 1.9 pe targetul național.

**Minoritățile naționale.** Televiziunea Română realizează și difuzează programe despre și pentru minoritățile naționale din România, acest lucru fiind parte a misiunii sale de serviciu public. Aceste producții reflectă specificul fiecărei naționalități și multitudinea formelor de exprimare, dar vizează și o mai bună cunoaștere și comunicare între grupurile etnice. Astfel, în măsura posibilităților tehnice și umane, emisiunile sunt traduse și subtitrate în limba română și pot fi urmărite de toți telespectatorii, indiferent de naționalitate.

**Teatru și film.** Televiziunea Română continuă să aducă în fața telespectatorilor teatru TV, fie că vorbim de premiere sau de piese din arhivă, producții proprii sau preluări ale unor spectacole realizate de diferite teatre din țară.

În privința filmelor, serialelor de ficțiune și documentarelor difuzate pe parcursul anului 2015, criteriile de selecție s-au integrat misiunii publice de a educa și forma gustul telespectatorilor. Au fost difuzate: filme multipremiate sau cu numeroase nominalizări la festivalurile cinematografice reprezentative; producții europene de valoare; filme realizate de mari regizori (ex: Milos Forman, Roman Polanski) sau cu distribuții prestigioase etc.

Conform Programului de redresare economică a SRTV, adoptat prin hotărârea Consiliului de Administrație nr. 110/2012, și a strategiei generale a postului public de televiziune de reducere a cheltuielilor, volumul și categoriile de program achiziționate în anul 2015 au fost reduse.

**Arhiva TVR.** Serviciul Arhiva Media și Documentare a sprijinit realizarea unor proiecte și manifestări culturale, punând la dispoziția unor instituții ale statului imagini de arhivă. De exemplu, Arhiva TVR a sprijinit Ministerul Educației și Cercetării Științifice la realizarea a două manuale digitale de istorie recentă.

În 2015, TVR a găzduit două evenimente internaționale pe tema conservării și îmbunătățirii accesului la arhivele de televiziune: Conferința Internațională "Unlocking Broadcast Archives from Eastern Europe" și Workshop-ul Internațional EUscreenXL "The Strategies, Guidelines and Possible Solution for Dealing with Rights Issues in the Audiovisual Field"

## CAPITOLUL 2: REALIZAREA MISIUNII PUBLICE PRIN PROGRAME

### 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 privind organizarea și funcționarea Societății Române de Televiziune.

Conform Legii nr. 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)**

Televiziunea Română oferă publicului 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, de tradiție și folclor etc.

Grilele de primăvară / toamnă 2015 ale TVR 1 au conținut, în afara emisiunilor consacrate, și alte producții de interes pentru public: „Adevăruri despre trecut” – o serie despre cele mai importante momente ale istoriei României, ilustrate cu imagini-document din arhiva TVR, „Anchetele comisarului Antonescu” – magazin de investigații, „În culisele energiei” – emisiune despre cele mai noi informații din domeniul energiei, „Geopolitice” – emisiune de politică externă, precum și un tronson difuzat în prima parte a zilei, „Tot ce contează” - alcătuit din talk-show-uri tematice cu subiecte din sănătate, educație, cultură, precum și despre problematica românilor care trăiesc în afara granițelor țării.

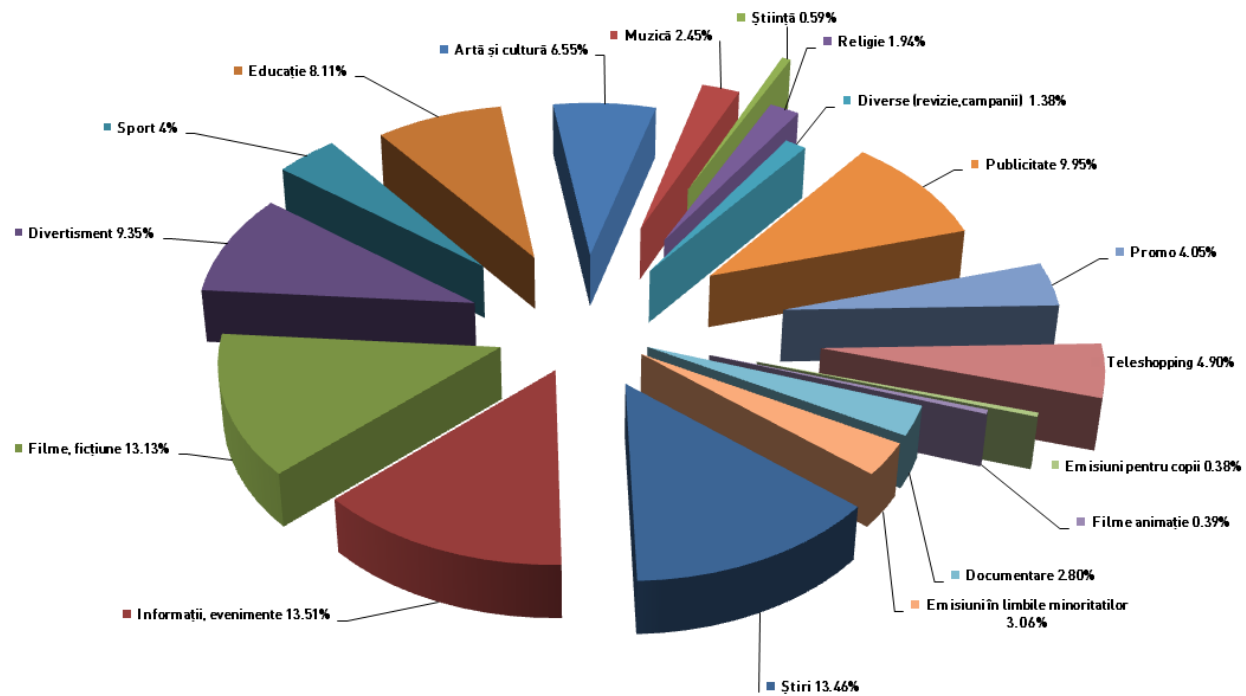
TVR 1 a organizat în 2015 o serie de campanii. Cea mai importantă, difuzată sub forma unor fillere, a fost emisiunea de limbă română „Vorbește corect”, pe care TVR 1 o are în vedere și pentru 2016, datorită reacțiilor pozitive din partea publicului. În 2015 a fost realizată și campania „Ești român”, difuzată în cadrul emisiunii „O dată-n viață”; tot în 2015, TVR 1 a transmis, la fel ca în ultimii ani, Gala Crucea Roșie și Gala Salvați Copiii – spectacole eveniment de caritate.

Nu în ultimul rând, linia de talk-show-uri difuzată în prime-time a informat cetățenii asupra celor mai recente modificări legislative, a prezentat imparțial evenimentele scenei politice, precum și problematica socială.

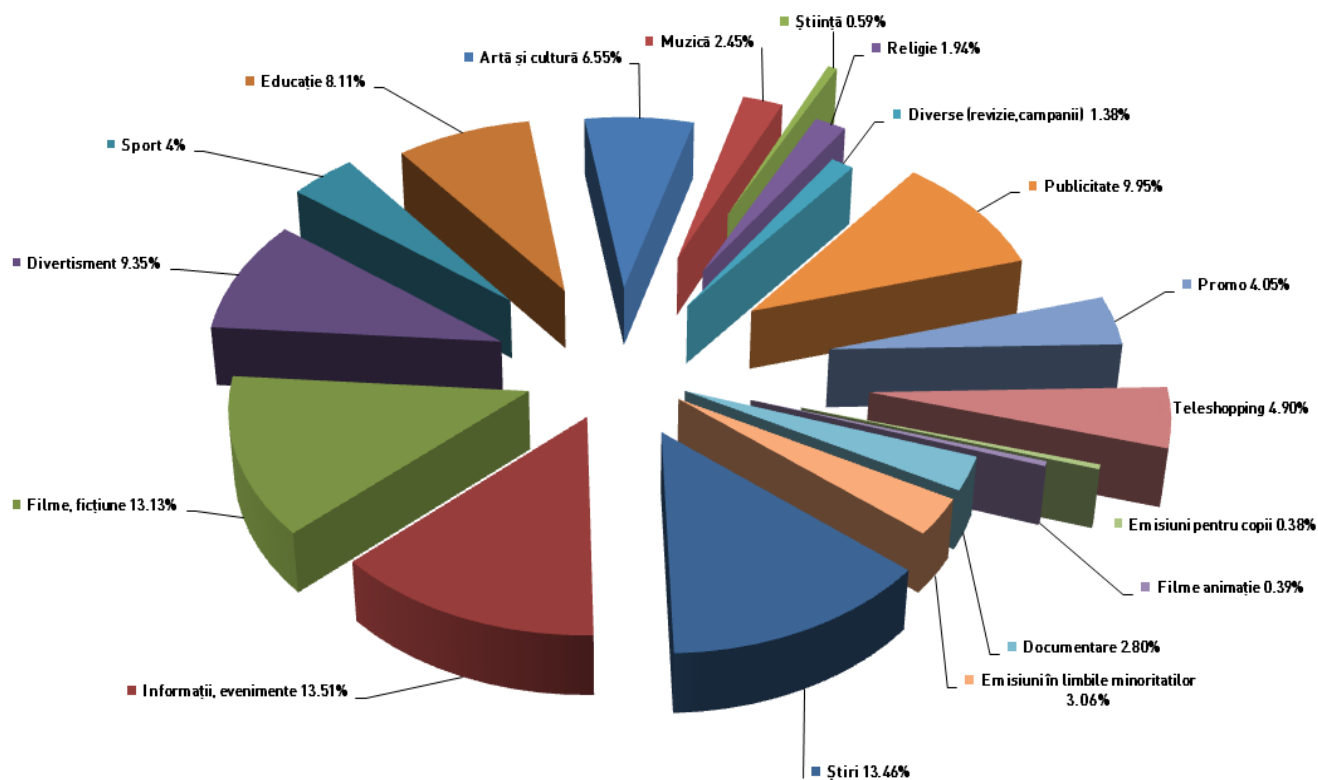
Ponderea programelor difuzate de TVR 1, în număr de ore și procente din totalul emisiei, repartizate pe genuri, s-a făcut conform clasificării EBU. Unul dintre cele mai importante obiective ale TVR, rezultat ca urmare a aplicării normelor europene, așa cum se regăsesc ele în Legea de organizare și funcționare a SRTv, a fost păstrarea producției europene la un nivel mai mare de 50% în raport cu celelalte producții. Având în vedere ponderea producțiilor independente din totalul producției comandate, TVR a menținut colaborarea cu producătorii independenți în limitele normelor europene în domeniu și în condițiile unui buget de austeritate.

Nr. crt.	GENURI DE PROGRAME	Total ore	%
1.	Artă și cultură	573,60	6,55%
2.	Divertisment	819,08	9,35%
3.	Diverse (revizie,campanii)	121,33	1,38%
4.	Educație	710,77	8,11%
5.	Emisiuni pentru copii	33,43	0,38%
6.	Filme animație	34,45	0,39%
7.	Informații, evenimente	1.183,19	13,51%
8.	Muzică	214,44	2,45%
9.	Promo	354,64	4,05%
10.	Publicitate	871,84	9,95%
11.	Religie	169,73	1,94%
12.	Sport	350,99	4%
13.	Știință	50,54	0,59%
14.	Știri	1.178,75	13,46%
15.	Teleshopping	429,70	4,90%
<b>TOTAL</b>		<b>8.760,00</b>	<b>100%</b>

Ponderea programelor difuzate de TVR 1, în număr de ore și procente din totalul emisiei, repartizate pe genuri, conform clasificării EBU (text și grafice)



Ponderea programelor difuzate pe TVR 1 în totalul orelor de emisie în anul 2015



Pondere programelor difuzate pe TVR 1 în totalul orelor de emisie în anul 2015

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

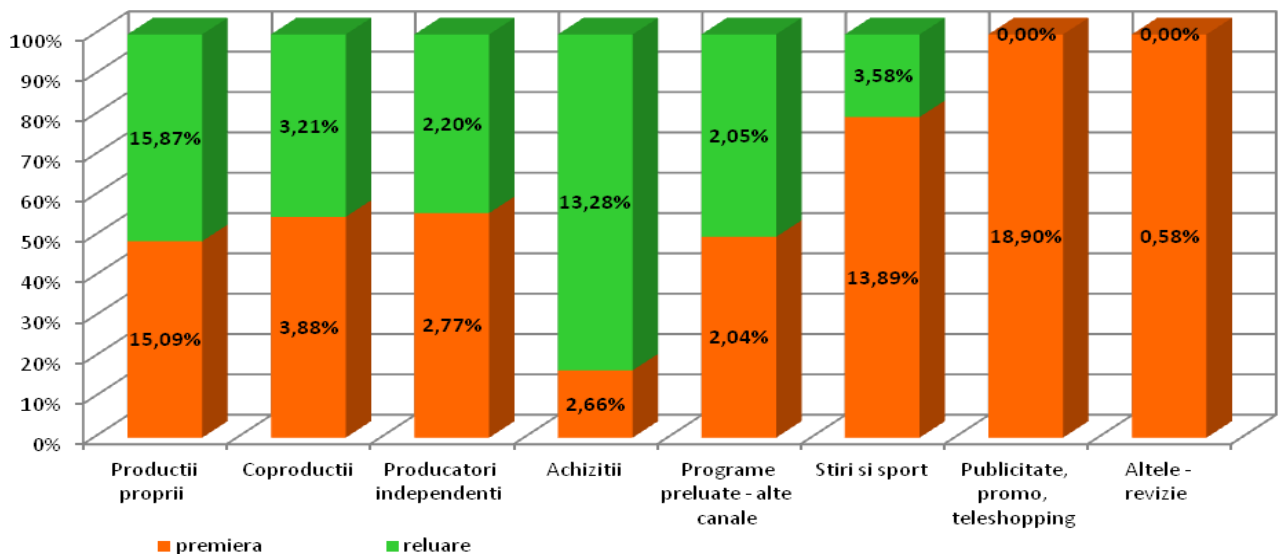
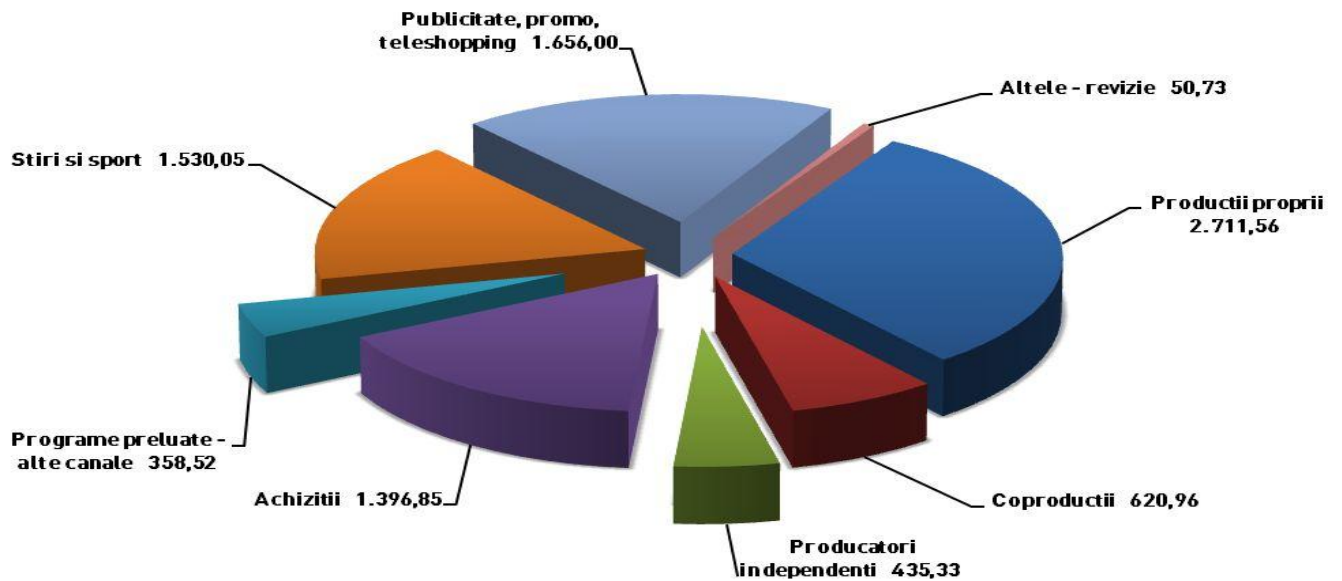


LUNA	PRODUCTII PROPRII		COPRODUCTII		INDEPENDENTI		ACHIZITII		PRELUARI ALTE CANALE	
	P	R	P	R	P	R	P	R	P	R
IAN.	73,71	88,85	29,23	45,76	18,84	17,56	42,85	136,13	11,73	20,40
FEB.	91,75	89,50	29,50	34,50	20,75	17,00	32,50	90,75	8,25	2,50
MAR.	131,20	102,86	34,73	27,34	23,69	18,00	14,01	89,85	13,11	17,00
APR.	138,30	93,69	32,40	28,70	22,16	15,50	18,97	82,19	15,75	0,00
MAI	144,38	104,03	41,24	14,08	23,24	16,63	28,33	84,26	15,12	2,09
IUN.	107,82	115,56	37,71	24,27	25,77	20,80	14,48	90,40	16,81	2,18
IUL.	54,68	121,34	13,55	23,00	15,46	12,75	29,00	130,50	27,00	46,64
AUG.	53,04	167,08	17,04	11,19	5,22	5,20	9,22	153,23	25,11	42,13
SEPT.	73,80	147,72	19,57	16,85	21,90	17,35	5,70	112,42	14,80	26,95
OCT.	145,33	143,48	24,45	11,56	20,36	17,46	9,90	70,10	14,85	2,40
NOV.	153,00	102,12	25,12	13,15	22,20	14,10	11,13	45,20	15,06	8,15
DEC.	154,48	113,84	35,52	30,50	22,90	20,49	17,13	79,60	0,95	9,54
total	1321,49	1390,07	340,06	280,90	242,49	192,84	233,22	1164,63	178,54	179,98

LUNA	ALTELE										Total Ore
	STIRI		SPORT		TR SPORTIVE		TELE-SHOPPING	PUB	PROMO	REVIZIE	
	P	R	P	R	P	R					
IAN.	80,64	20,15	12,80	8,15	11,90	0,00	34,70	46,50	40,10	4,00	744,00
FEB.	74,00	21,25	10,75	5,75	15,75	0,00	34,00	54,50	35,00	4,00	672,00
MAR.	74,29	22,42	13,60	5,13	11,64	0,00	37,60	72,80	30,73	4,00	744,00
APR.	70,82	22,70	12,84	4,23	15,96	3,57	35,22	77,00	26,00	4,00	720,00
MAI	73,60	24,86	12,41	2,71	9,15	0,00	36,71	82,76	24,40	4,00	744,00
IUN.	72,59	21,75	12,28	3,63	10,52	0,00	37,23	76,28	25,92	4,00	720,00
IUL.	61,41	23,77	12,00	5,00	14,12	0,00	38,23	78,48	33,07	4,00	744,00
AUG.	58,03	20,51	11,48	5,15	6,73	0,73	36,23	81,18	30,15	5,35	744,00
SEPT.	71,85	8,71	9,37	2,60	28,46	0,50	35,25	75,22	26,98	4,00	720,00
OCT.	89,26	14,00	10,00	3,76	13,66	2,70	37,45	79,21	30,07	4,00	744,00
NOV.	127,25	33,40	8,65	2,58	5,71	0,00	31,35	71,50	24,95	5,38	720,00
DEC.	74,75	17,84	10,51	4,73	7,81	0,00	35,73	76,41	27,27	4,00	744,00
total	928,49	251,36	136,69	53,42	151,41	7,50	429,70	871,84	354,64	50,73	8760,00

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 = 5.188,39 și reluare = 3.571,61



TVR 1 a respectat legislația în vigoare, difuzând un număr important de producții europene de ficțiune și nonficțiune.

Producții europene și non-europene în grila de programe, pe canale de difuzare (ore emisie)

a) Producții România

CANAL	PRODUȚII PROPRII, COPRODUȚII, PRODUCĂTORI INDEPENDENȚI		ACHIZIȚII (filme artistice, documentare, animație, opera, etc.)	ȘTIRI ȘI SPORT	PUB., PROMO, TELE-SHOP.	REVIZIE
	Premieră	Reluare	Total	Total	Total	Total
TVR1	2.082,49	2.043,88	6,85	1.408,15	1.656,00	50,73

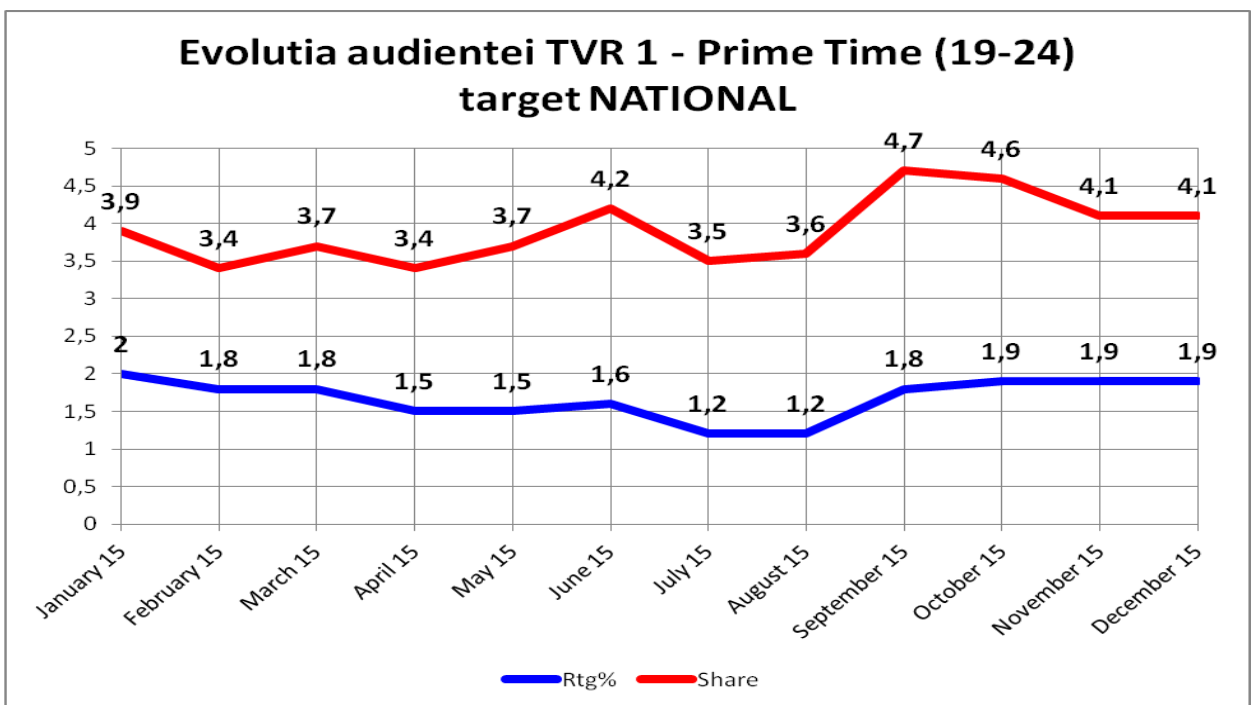
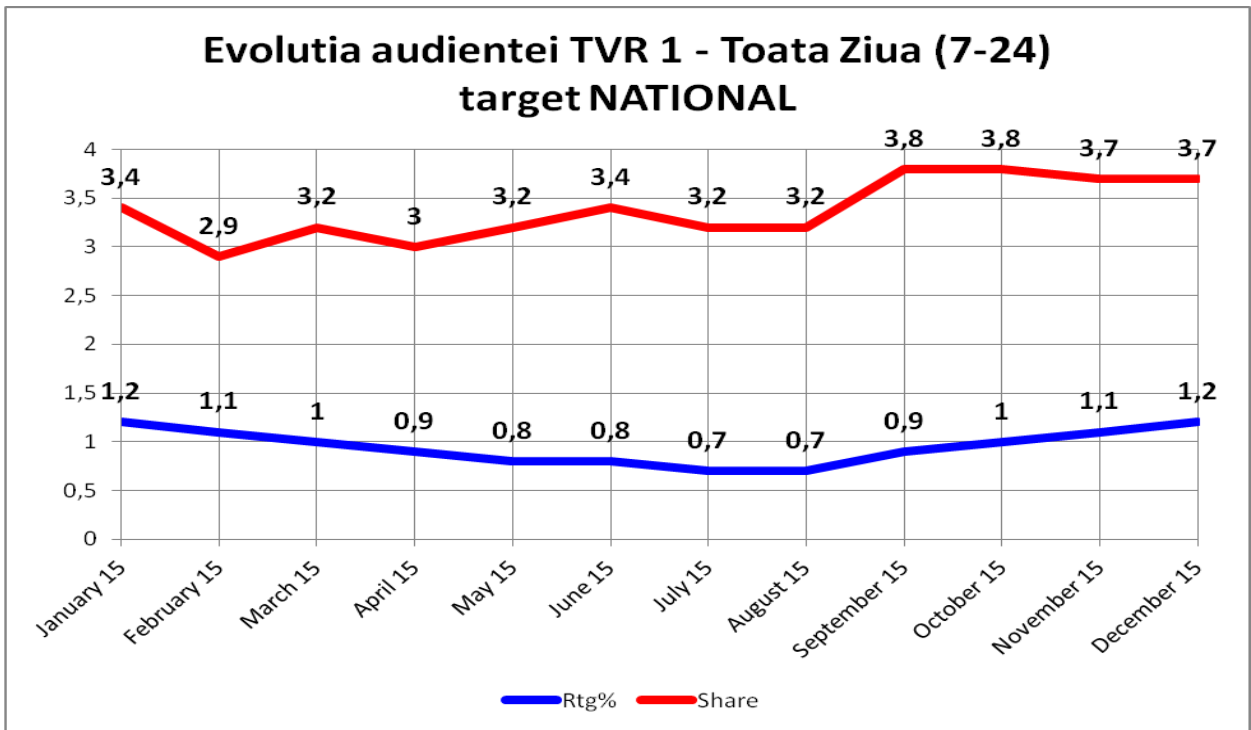
b) Producții europene exclusiv România

CANAL	ACHIZIȚII (filme artistice, documentare, animație, opera, etc.)	SPORT (fotbal, Olimpiada, Formula 1, etc.)
	Total	Total
TVR1	577,00	121,90

c) Producții non-europene

CANAL	ACHIZIȚII (filme artistice, documentare, animație, opera, etc.)	SPORT
	Total	Total
TVR1	813,00	0,00

➤ Audiențe și cotă de piață



## 2.2. TVR 2

Pentru TVR 2, 2015 a fost anul în care strategia de programe a urmărit revenirea treptată în atenția telespectatorilor, în contextul în care ultimii doi ani au fost dominați de reluări și emisiuni de arhivă.

Ponderea mare a emisiunilor de arhivă în cadrul programelor TVR 2 în anii anteriori a dus la o creștere de audiență în 2014, a afectat structural publicul canalului, cunoscut ca public activ, preponderant 18-49 de ani, cu un procent ridicat de studii superioare.

Programele de arhivă au atras în număr foarte mare un public de vârstă 65+, uniformizând practic publicurile TVR 2 și TVR 1. Restructurarea din anii anteriori și problemele financiare au generat necesitatea folosirii în procent ridicat a arhivei TVR, ulterior fiind necesară pregătirea premiselor pentru o nouă creștere a canalului, simultan cu revenirea la poziționarea inițială.

După preluarea mai multor programe de la fostul canal TVR Cultural, TVR 2 a început, în 2015, un proces de reechilibrare a grilei din punct de vedere a tipurilor de emisiuni, revenind treptat către un public activ și mai tânăr.

Au fost păstrate și susținute brandurile consacrate – „Pescar Hoinar”, „D’ale lui Mitică”, „Ferma”, „Ora de știri”, „Memorialul Durerii” – și au fost consolidate brandurile mai noi, dar cu audiențe bune, cum sunt „Destine ca-n filme” și „Drumul lui Leșe”.

Au fost produse și difuzate documentare și emisiuni în zona cultură și educație, cum sunt „Deportații”, „Misterele istoriei”, „Arte, carte și capricii”, „Cartea cea de toate zilele”, teatru TV, „Cinci minute de istorie” sau programele dedicate Festivalului Enescu, toate fiind în directă legătură și cu Memorandumul semnat de SRTv cu Guvernul României privind reșalonarea datoriilor pentru o perioadă de șapte ani.

În 2015 a fost crescut procentul emisiunilor factice și publicistice, printre programele cu audiențe bune fiind „Poveste după poveste” și „A doua emigrare”.

Din cauza problemelor financiare, achizițiile de programe de ficțiune (filme și seriale) au scăzut vizibil ca volum, existând mai multe tronsoane de reluări, fapt ce a afectat direct audiența canalului TVR 2.

S-a încercat consolidarea zilei de sâmbătă și a fost păstrat conceptul „Duminica filmului românesc” – cu câte două filme autohtone în fiecare duminică – concept care a fost bine primit de public, așa cum au arătat și audiențele din această zi a săptămânii.

Jurnalul dedicat persoanelor cu dizabilități auditive - cu traducere mimico-gestuală - a devenit o constantă a programului TVR 2.

O problemă a anului 2015 a reprezentat-o și ritmul tabloidizării vieții politice românești, ceea ce a făcut ca o parte din publicul comercial – mai tânăr, 18-49 de ani, public tradițional TVR 2 – să se îndrepte către stațiile de știri și cu formate tabloide.

Față de anul precedent (2014), TVR 2 a crescut procentul programelor de știri de la 6.27% la 9.96%, cel de artă / cultură de la 22.62% la 25.92% și publicistică de la 6.38% la 8.9%.

Cifrele demonstrează creșterea ponderii acestor tipuri de programe, scăderi înregistrându-se la programele de ficțiune – de la 20.42% la 16.39% și în cazul programelor sportive de la 5.69% la 3.53%. Toate aceste cifre evidențiază dificultățile financiare care au dus la achiziții reduse de programe de ficțiune și sportive.

Subfinanțarea producției de programe, revenirea la arhivă (cu un public fidel 65+), cât și introducerea unor tronsoane de reluări pentru a compensa scăderea orelor de programe de ficțiune au dus la scăderi de audiență, atât pe target național, cât și urban. Astfel, ratingul pe target național a scăzut de la 0.5 în 2014 la 0,4 în 2015, similar în mediul urban de la 0.4 la 0.3.

Din punctul de vedere al structurii publicului nu au existat schimbări majore, dar se observă o ușoară creștere a publicului feminin, de la 48.7% la 49.9% – probabil și prin reducerea ponderii transmisiilor sportive -, a publicului cu studii superioare, de la 16.9% la 17.8% (target național, 2014 vs 2015). A crescut ușor publicul rural și cel de 55 – 64 de ani.

TVR 2 și-a păstrat brandurile consacrate și a introdus cu succes câteva programe /branduri noi, fără a modifica ponderea emisiunilor culturale și educative, care a rămas la aproximativ o treime din total.

Procesul de re poziționare a TVR 2, după o perioadă de reluări, se realizează pas cu pas și este un proces ce ar avea nevoie de o finanțare de nivel mediu.

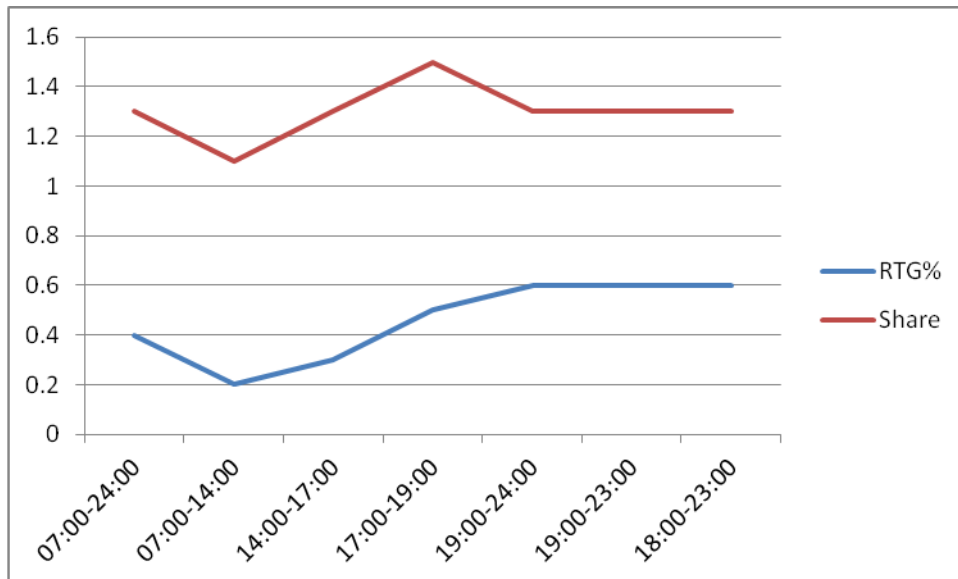
În același timp, este necesară continuarea atragerii publicului tânăr, chiar dacă acest proces aduce cu sine în prima fază fluctuații ușoare de audiență, în special prin pierderea unei cote de public fidel din zona 65+.

Nr. crt.	GENURI DE PROGRAME	Total ore	%
1.	Artă și cultură	1981,5	22,62%
2.	Divertisment	246,5	2,81%
3.	Diverse (revizie,campanii)	107,5	1,23%
4.	Educație	444,5	5,07%
5.	Emisiuni pentru copii	82,5	0,94%
6.	Filme doc.	706,5	8,07%
8	Informații, evenimente	422,5	4,82%
9.	Muzică	473,5	5,41%
10.	Promo	572	6,53%
11.	Publicitate	559	6,38%
12.	Religie	65,5	0,75%
13.	Sport	498,5	5,69%
14.	Știință	6	0,07%
15.	Știri	549,5	6,27%

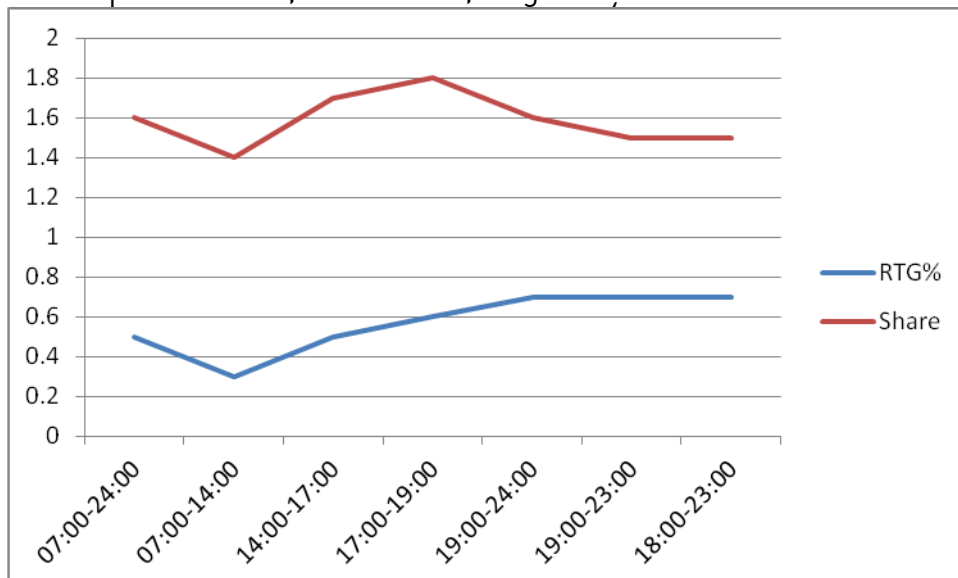
16.	Teleshopping	152	1,74%
TOTAL		8.760,00	100%

➤ Audiențe și cotă de piață

Audiență TVR 2 pe toată ziua, de luni până vineri, target național



Audiență TVR 2 pe toată ziua, în weekend, target național



### 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, apare un dezechilibru editorial dificil de acoperit pe ecran, dar și o defavorizare a populației din 10 județe din sudul României, situație care ar trebui remediată.

Grila TVR 3 este alcătuită pe principiul complementarității cu celelalte grile ale TVR, oferindu-se astfel un produs original al serviciului public de televiziune.

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.

Și în anul 2015, minoritățile naționale au avut un spațiu de emisie semnificativ în grila TVR 3, după un algoritm realizat cu reprezentării acestora din Parlamentul României. Pe acest tronson, emisiunile „Toți împreună” sunt realizate în limba minorității respective, fiind asigurată subtitrarea în limba română. De asemenea, beneficiază de un spațiu de reluare generos, de luni până vineri, de la ora 23.05.

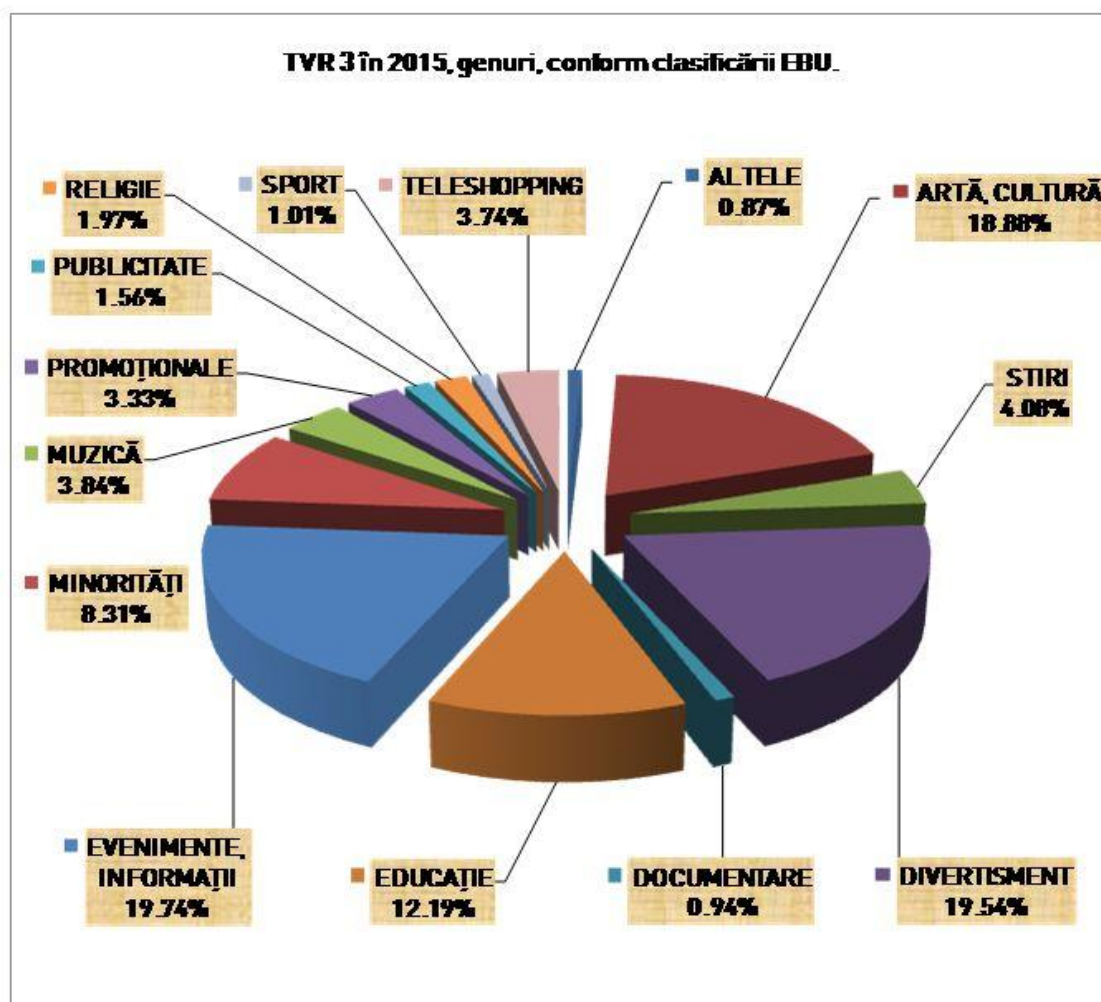
#### ➤ **Ponderea programelor difuzate de TVR 3 în 2015, pe genuri, conform EBU**

<b>GEN EMISIUNE</b>	<b>ORE</b>	<b>%</b>
ARTĂ, CULTURĂ	1.651	18.88
DIVERTISMENT	1.709	19.54
DOCUMENTARE	83	0.94
EDUCAȚIE	1.068	12.19
EVENIMENTE, INFORMAȚII	1.730	19.74
MINORITĂȚI	728	8.31
MUZICĂ	337	3.84
PROMOȚIONALE	292	3.33
PUBLICITATE	137	1.56
RELIGIE	173	1.97
SPORT	89	1.01
ȘTIRI	358	4.08
TELESHOPPING	328	3.74
ALTELE	77	0.87
<b>TOTAL</b>	<b>8.760</b>	<b>100 %</b>



Precizări metodologice referitoare la încadrarea programelor difuzate de TVR 3, pe genuri EBU

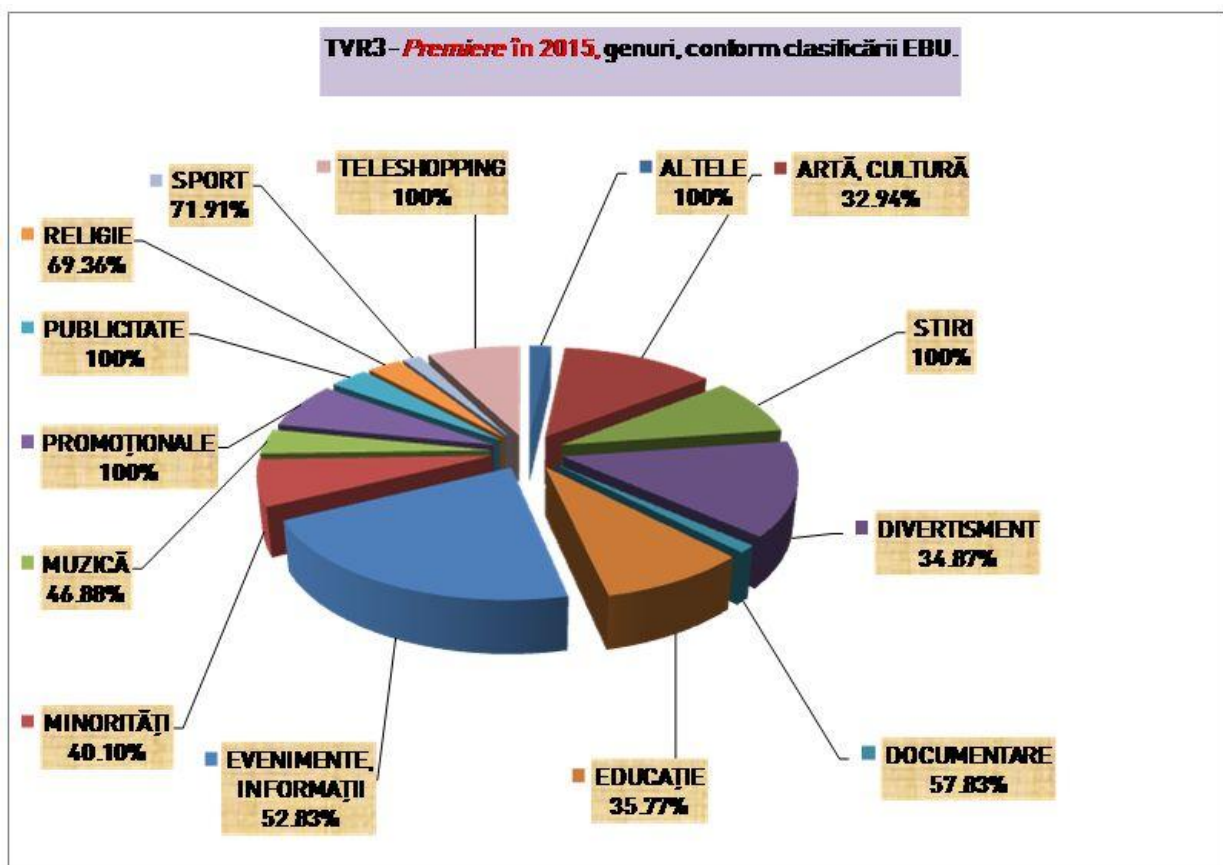
<b>Gen program</b>
<b>ARTĂ, CULTURĂ:</b> Teatru, programe culturale <b>TEATRU</b> <b>CAP DE AFIȘ</b>
<b>COPII</b> -----
<b>DIVERTISMENT:</b> spectacole, programe de divertisment <b>CÂNTEC ȘI POVESTE</b>
<b>DOCUMENTARE:</b> reportaj – documentar
<b>EDUCAȚIE:</b> programe educative din diferite domenii <b>TABLETA DE SĂNĂTATE</b>
<b>EVENIMENTE, INFORMAȚII:</b> talk show-uri, reportaje, programe și evenimente de informare pe diverse teme <b>EDIȚIA DE VEST, TRANSILVANIA LA ZI, IMPACT,</b> <b>OLTENIA LA ZI, ORAȘUL ÎN DIRECT</b>
<b>FILM</b> -----
<b>MINORITĂȚI:</b> programe dedicate minorităților din România (maghiari, germani, alte minorități-romi, turci, bulgari, ucraineni, slovaci, sârbi, lipoveni, greci, tătari) <b>TOȚI ÎMPREUNĂ</b>
<b>MUZICĂ:</b> Concerte (toate genurile muzicale)
<b>PROMOȚIONALE</b>
<b>PUBLICITATE</b>
<b>RELIGIE:</b> emisiuni de religie și transmisiuni slujbe religioase <b>LITURGHIA DE DUMINICĂ</b>
<b>SPORT:</b> transmisiunile sportive (diverse sporturi)
<b>ȘTIRI:</b> știri/jurnale <b>TELEJURNALUL MATINAL</b> (preluare TVR 1)
<b>TELESHOPPING</b>
<b>ALTELE:</b> 1mn- 5 min/zi Revizia tehnică – 4 ore/lună

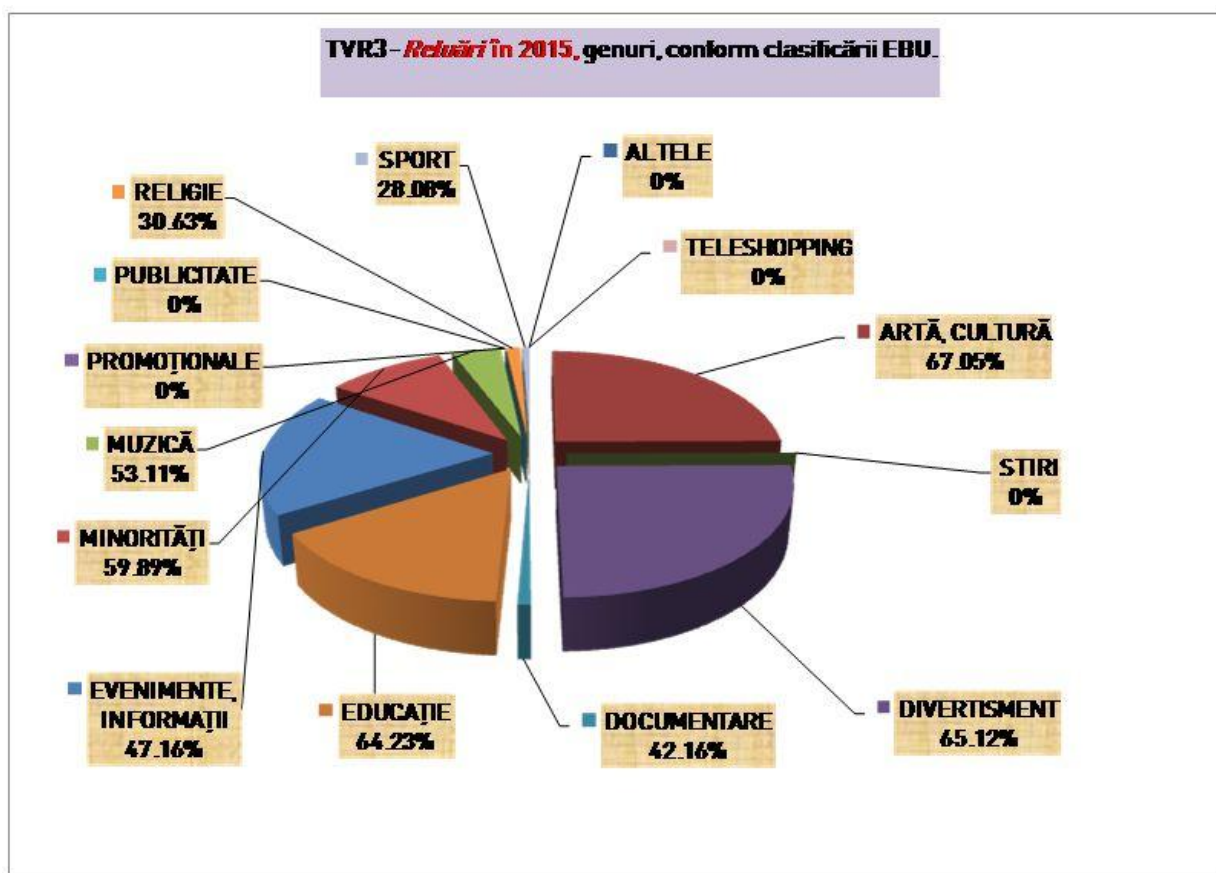


TVR 3 - pondere premiere și reluări 2015 pe genuri, conform EBU

GEN EMISIUNE	ORE difuzate	ORE Premiere	% Progr. difuzate	% Total Premiere	ORE Reluări	% Progr. reluare	% Total Reluări
Artă, cultură	1.651	544	32.94	6.21	1.107	67.05	12.63
Copii	0	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00
Divertisment	1.709	596	34.87	6.80	1.113	65.12	12.70
Documentare	83	48	57.83	0.55	35	42.16	0.39
Educație	1.068	382	35.77	4.36	686	64.23	7.83
Evenimente, informații	1.730	914	52.83	10.43	816	47.16	9.31
Film	0	0	0.00	0.00	0	0.00	0.00

Minorități	728	292	40.10	3.33	436	59.89	4.97
Muzică	337	158	46.88	1.80	179	53.11	2.04
Promoționale	292	292	100	3.33	0	0.00	0.00
Publicitate	137	137	100	1.56	0	0.00	0.00
Religie	173	120	69.36	1.37	53	30.63	0.60
Sport	89	64	71.91	0.73	25	28.08	0.28
Știri	358	358	100	4.08	0	0.00	0.00
Teleshopping	328	328	100	3.74	0	0.00	0.00
Altele	77	77	100	0.87	0	0.00	0.00
Total	8.760	4.310		49.21	4.450		50.79





✓ **Evenimente de marcă difuzate de TVR 3 în anul 2015**

- Gala Excelenței Sportului Ieșean – eveniment produs de *TVR Iași* și difuzat pe TVR 3, în ianuarie 2015;
- Holocaust- 70 de ani/ Mărturii din Infernul Holocaustului, eveniment produs de *TVR Cluj* și difuzat pe TVR 3, în ianuarie 2015;
- Iași Open 2015 – Turneul Internațional de Șah, produs de *TVR Iași* și difuzat pe TVR 3, în mai 2015;
- Festivalul Internațional de muzică ușoară pentru copii TI AMO, produs de *TVR Iași* și difuzat de TVR 3, la 1 iunie 2015;
- Festivalul Internațional de Folclor „Hora din străbuni”, produs de *TVR Iași* și difuzat pe TVR 3, în iulie 2015;
- Festivalului Național de Folclor „Strugurele de Aur” (10 -12 septembrie 2015). Cea de-a XV-a ediție a festivalului s-a transmis în direct pe TVR 3 ca și în anii 2012, 2013, 2014;
- Timișoara Open - Championship de dans sportiv – eveniment produs de *TVR Timișoara* și transmis în direct în pe TVR 3, în 17 -18 octombrie 2015;
- Transmiterea în direct a slujbei religioase de duminică (Liturghia de duminică)
- Transmiterea de competiții sportive: baschet - Eurohold Balkan League, Baschet feminin - Liga Europeană Centrală; atletism – Campionatul European; badminton - Internaționalele României; rugby - Superliga Națională/ World Nations Cup; Judo-

Turneul Open Seniori; automobilism - Raliul Moldovei; gimnastică ritmică - Campionatele Mondiale.

➤ În 2015, TVR 3 a susținut și difuzat 55 de **campanii social-educative, culturale.**

✓ **Considerații despre grilele de programe TVR3 în anul 2015**

Pentru a genera și fixa obiceiurile de consum media pentru telespectatori, în prima jumătate a anului 2015, grila de programe începută din toamna anului 2014 a fost respectată, în general, operând doar câteva realocări ale unor tronsoane orare.

Sărbătorile pascale au fost marcate prin programe speciale TVR 3, evidențiate prin menținerea unui echilibru între tradiție și contemporaneitate, prin difuzarea unor programe variate ca genuri tematice și abordări editoriale – produse premium.

De asemenea, weekendul 1-3 mai 2015 a cuprins programe muzicale și culturale atractive.

În data de 29 iunie 2015, TVR 3 a trecut la grila de vară, menținând configurația grilei de toamnă, cu rearanjările ulterioare de programe pe sloturi orare.

În urma consultărilor cu Studiourile Teritoriale, s-a stabilit menținerea în direct a tronsonului aferent programului matinal „Regional café” (luni – vineri, 08.00 – 09.00) și a celui dedicat programelor sociale (luni – vineri, ora 17.00 – 18.00), pentru a putea avea informație utilitară și divertisment dimineața, și actualitate regională și discuții, după-amiază. Restul programelor au intrat pe reluări.

În condițiile punerii în aplicare a prevederilor Hotărârii Consiliului de Administrație nr. 76 din 21.07.2015, potrivit căreia „TVR News își încetează emisia începând cu data de 1 august 2015”, iar conținutul TVR News urmează a fi „preluat de către celelalte canale ale SRTv, începând cu data de 1 august 2015”, TVR 3 a preluat o parte din conținutul TVR News, respectiv, a difuzat, pe slotul orar 19.00 – 20.00, în cursul săptămânii, Jurnalul TVR Moldova și talk-show-ul de după Jurnal, „Punctul pe azi”.

În grila de toamnă a TVR 3 au survenit modificări semnificative, prin introducerea a nu mai puțin de 12 programe noi.

## 2.4. TVR INTERNAȚIONAL

TVR Internațional a fost înființat prin Legea nr. 41/1994 și emite în Europa, America de Nord, Africa, Australia și Noua Zeelandă, 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 sunt interesați de România.

În 2015, emisiunile informative, talk-show-urile politice, juridice, economice, emisiunile despre evenimente în care sunt implicați românii din comunitățile din afara granițelor, filmele artistice românești, producțiile de divertisment, spectacolele de

muzică și folclor, festivalurile naționale și internaționale sunt programele care au alcătuit oferta TVR Internațional.

Și în 2015, în elaborarea strategiei pentru grila TVR Internațional, am 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 2015, emisiunile producție proprie, premieră și redifuzare, au însumat un număr de 1.835,62 ore. În procente, producția a reprezentat 4,15%, fiind compusă din următoarele genuri: talk-show-uri („Avocatul dumneavoastră”, „Articolul VII”, „Investiții în România!”, „Corespondent TVRi”, „Un doctor pentru dvs.”), reportaje („Lumea și noi”), emisiuni cultural-educative („Discover Romania”, „Agenda calendar”), divertisment („TVRi 20 de ani”), campanii tv („Promovează Român(IA) oriunde te-ai afla!”).

TVR Internațional a realizat proiectul „TVRi 20”, care a marcat 20 de ani de existență a TVR Internațional. În perioada octombrie-decembrie 2015 au fost produse o serie de emisiuni de divertisment – „TVRi 20”, care au promovat personalitățile și momentele valoroase din arhiva postului - [http://tvri.tvr.ro/emisiuni/tvri-20\\_14429.html](http://tvri.tvr.ro/emisiuni/tvri-20_14429.html).

În 2015, a fost lansată seria de Documentare TVR Internațional (ex. *Virginia Zeani, Norman Manea*), au fost diversificate subiectele dedicate diasporei în emisiunea „Corespondent TVRi” – producție realizată împreună cu reprezentanții presei românești din diaspora și cu cei ai Asociațiilor și Federațiilor de români din străinătate, a continuat campania publicistică „Promovează Român(IA) oriunde te-ai afla!”, preluată cu succes de presa românească din diaspora - [http://www.tvr.ro/concursul-promoveaza-romania-oriunde-te-ai-afla-la-a-doua-editie-la-tvr-i\\_12345.html#view](http://www.tvr.ro/concursul-promoveaza-romania-oriunde-te-ai-afla-la-a-doua-editie-la-tvr-i_12345.html#view). De asemenea, s-a urmărit îmbunătățirea promovării online a producției postului prin conținut susținut (text, imagine, video), ceea ce a dus la o creștere substanțială a audienței și a traficului pe tvrplus.ro la emisiunile producție proprie TVRi. Astfel, în 2015 pe site-ul tvri.tvr.ro au fost 114.824 de vizitatori unici, în creștere față de 96.177 în 2014, așadar cu aproape 20% mai mult.

#### ➤ **Campanii și programe care diferențiază TVR Internațional**

Canalul TVR Internațional a evidențiat evenimentele și personalitățile ce contribuie la promovarea României în lume, în programul special „Lumea și noi”. Sub acest generic, viața românilor de pretutindeni a fost reflectată prin 160 de ediții de reportaje, portrete și ediții speciale.

Filmul românesc a continuat să fie promovat la TVRi, difuzările și selecțiile au avut în vedere marcarea unor evenimente de importanță națională - din punct de vedere istoric, cultural, religios -, precum și a unor evenimente cultural-artistice importante pentru românii din afara granițelor țării, dar și pentru alcătuirea unor portrete regizorale sau de actori. De exemplu, 15 ianuarie - Ziua Culturii Naționale – „Un bulgăre de humă”, 27 ianuarie - portret Florin Piersic, 3 februarie - portret Ștefan Iordache.

Pe lângă filme artistice românești, în 2015 au fost selecționate filme documentare, precum și desene animate.

Analiza comparativă a ponderii producției proprii a TVR Internațional, respectiv 2,60% în 2012, 4,7% în 2013, 4,3% în 2014 și 4,15% în 2015, evidențiază o ușoară scădere a volumului de producții proprii din grilă.

## 2.5. TVR MOLDOVA

Din decembrie 2013, Televiziunea Română și-a reluat transmisia în Republica Moldova, 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. Departamentul TVR Internațional gestionează și oferta editorială pentru Republica Moldova.

În prezent, postul 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% din emisia postului. În 2015, numărul orelor difuzate în premieră a crescut la 310, adică 3,5%. Acest procent este compus din programe de știri („Telejurnal Moldova”), talk-show-uri de actualitate („Punctul pe AZI”, „Orizont European”), reportaje („Identitate Basarabia”, „Descriptio Moldaviae”), emisiuni socio-culturale („Generația EU”, „Destine ca-n filme între Prut și Nistru”, „Gustul Moldovei”), divertisment (spectacole preluate în parteneriat, Gala Premiilor TVR Moldova – Români pentru români).

Printre obiectivele realizate în 2015 se numără obținerea drepturilor de la agențiile de presă internaționale pentru a difuza informații externe în Republica Moldova, ceea ce a dus la retransmisia simulcast a Telejurnalelor de la TVR 1 și TVR 2. Începând din 11 mai, Telejurnal Moldova este transmis live din studioul TVR Chișinău.

Studioul TVR Chișinău a extins programul de știri Telejurnal Moldova, de luni până vineri, la orele 13.00, 17.00, 19.00 și a introdus informații din plan local, de la corespondenții TVR din Bălți, Soroca, Rezina, Cahul, Comrat.

Echipa Telejurnal Moldova a realizat trei campanii publicistice – *Băieții în roșu* – evidențierea importanței echipei SMURD, *Prețul Libertății* – revenirea la limba română, tricolor și alte simboluri naționale – 27 august, *Cu drag, pentru Ucraina* – situația refugiaților din zona de conflict.

În colaborare cu Studioul TVR Chișinău, Televiziunea Română a conceput o linie de talk-show-uri, duplex București – Chișinău - București, pe teme de actualitate și problematică de integrare europeană, difuzate de luni până vineri („Punctul pe Azi” și „Orizont European”). Aceste programe s-au impus repede pe piața media din Republica

Moldova, dovadă fiind invitații prezenți în direct, în platou – prim-miniștri, miniștri, parlamentari, liderii politici ai principalelor formațiuni politice din Republica Moldova și România etc.

TVR Chișinău a realizat numeroase ediții speciale dedicate alegerilor locale din iunie 2015, dar și altor evenimente derulate în Republica Moldova, pe parcursul anului trecut.

TVR Moldova a difuzat cel puțin două filme românești pe săptămână și a introdus un serial străin subtitrat în limba română. Pe lângă filmele realizate în România, pentru canalul TVR Moldova au fost selecționate și filme realizate în Republica Moldova, unele dintre ele recente, cum ar fi „Ce lume minunată!”, un film premiat deja în America și în Franța, ce prezintă evenimentele de la Chișinău din primăvara anului 2009 - cunoscute sub numele de Protestele de la Chișinău.

„Identitate Basarabia”, despre personalități ale vieții culturale din Republica Moldova, și „Descriptio Moldaviae”, emisiune de promovare a turismului cultural, au fost realizate în colaborare cu TVR Iași.

Producția TVR Moldova a fost diversificată și dezvoltată prin achiziția de emisiuni de la producători independenți din Republica Moldova și România („Generația EU”, „Destine ca-n filme între Prut și Nistru”, „Gustul Moldovei”), iar fotbalul românesc - Liga I – a ajuns și în casele basarabenilor, începând cu luna noiembrie 2015.

În 2015, Studioul TVR Chișinău a încheiat parteneriate cu Centrul Cultural Vatra, Teatrul Național „Mihai Eminescu”, Filarmonica Națională „Serghei Lunchevici” și acorduri cu Sala cu Orgă, Teatrul Național de Operă și Balet „Maria Bieșu”, Palatul Național „Nicolae Sulac”.

## **2.6. STUDIOURI TERITORIALE**

### **2.6.1. TVR CLUJ**

#### **➤ Activitate editorială**

**Programe.** TVR Cluj a împlinit 25 de ani de existență, aniversare care a fost marcată pe tot parcursul anului 2015 prin promo-uri și fillere speciale, interviuri și documentare despre istoria de 25 de ani a studioului teritorial. Festivalul Internațional de Film Transilvania a dedicat la TIFF Lounge o zi pentru TVR Cluj, în care realizatorii s-au putut întâlni și interacționa cu publicul, iar în luna noiembrie Opera Națională Română din Cluj-Napoca a dedicat cel mai urmărit spectacol din stagiune Studioului Teritorial Cluj.

TVR Cluj și-a păstrat în 2015 coerența grilei, cu emisiuni de autor și proiecte editoriale precum: „Poveștile lu’ Pilu”, emisiune de sport, „Călătorii interioare” - emisiune „de psihologie”, „Gustă Transilvania”, „Transilvania culturală” - emisiuni de cultură cu target de audiență diferit, elite vs. cultura mainstream. Studioul teritorial Cluj a oferit publicului în 2015 două lecții majore de istorie a Transilvaniei:



- ✓ Cel mai important proiect editorial al TVR Cluj din ultimul deceniu, „Holocaust 70”: o serie unică de interviuri cu supraviețuitori ai Holocaustului din Transilvania care a culminat cu un maraton de emisiuni în direct de la Auschwitz cu ocazia Zilei Internaționale a Holocaustului, când s-au comemorat 70 de ani de la eliberarea lagărului.
- ✓ „Armenocid 100”, o serie de emisiuni și interviuri cu urmași ai supraviețuitorilor, care s-a finalizat cu preluarea în direct din Yerevan a comemorării a 100 de ani de la genocidul săvârșit împotriva armenilor.

Alte proiecte editoriale importante: „Jurnalist în România” - o punte de legătură între România și Republica Moldova, un schimb de experiență între jurnaliștii din TVR Cluj și colegii de peste Prut; emisiunea „Fără prejudecăți”, singura producție din Europa dedicată persoanelor cu dizabilități și realizată de către acestea; producția „Natură și Aventură” transmisă și pe TVR 2 și TVR 3, cu două campanii specifice: Salvați Râurile de Munte și Salvați Loștrița.

**Știri – Sport.** „Jurnalul Regional” și-a mărit durata (20’) și implicit numărul de știri transmise atât publicului regional, cât și celui național prin intermediul Telejurnalelor de pe TVR 1 și TVR 2, cu o echipă redacțională reorganizată.

La sport, procentul mai scăzut de transmisiuni sportive a fost suplinit de numărul mare de știri sportive trimise pentru jurnalele naționale. TVR Cluj a reușit negocierea câtorva contracte de coproducție ce au permis preluarea și transmiterea unor evenimente sportive majore, cum ar fi: Cupele naționale și europene de scrimă, în coproducție cu Federația Română de Scrimă; Maratonul Internațional „Clujul pedalează”; ROBOWL 2016 - finala Campionatului Național de Fotbal American.

**Online.** Acest domeniu se conturează încet ca o redacție de sine stătătoare a Compartimentului Știri-Sport, Programe. TVR Cluj a pus și pune un accent deosebit în această direcție, pentru a fi cât mai prezent pe pagina de Facebook, care a crescut de la 1.994 de urmăritori în ianuarie 2015, la 6.400 la începutul lui 2016. Aceste cifre asigură TVR Cluj o audiența online în medie de 200.000-250.000 de utilizatori/săptămână. Au fost atinse însă și recorduri de 500.000 pe săptămână.

În paralel, emisiunile cu potențial au primit pagina online dedicată, precum „Bună dimineața, Transilvania” sau „Transilvania culturală”, aceasta din urmă a atins un record de 300.000 de vizualizări pe o singură postare.

## TVR Cluj Regional

2015

Gen emisiune	Ore	Procente %
Știri	58 ore	1
Sport	6 ore 14 min.	0
Evenimente, informații	1.274 ore 20 min.	31
Divertisment	491 ore 44 min.	12
Cultural (cultură+religie+educație+ documentare+muzică)	746 ore	18

Emisiuni în limba maghiară	559 ore 27 min.	13
Preluare TVR 1	381 ore 34 min.	9
Preluare TVR 2	118 ore 14 min.	3
Preluare TVR 3	268 ore 50 min.	6
Publicitate	11 ore 58 min.	0
Altele (promo, mesaje interes public, autopromovare)	153 ore 10 min.	4
<b>Total</b>	<b>4.199 ore 40 min.</b>	<b>100%</b>

#### TVR Cluj Național

2015

Gen emisiune	Ore	Procente %
Știri	16 ore 47 min.	2
Sport	5 ore 39 min.	1
Evenimente, informații	287 ore 12 min.	30
Divertisment	314 ore 39 min.	33
Cultural (cultura+religie+educație+ documentare+muzică)	194 ore 13 min.	20
Minorități (maghiara + alte minorități)	133 ore 53 min.	14
<b>Total</b>	<b>952 ore 23 min.</b>	<b>100%</b>

#### TVR Cluj Național

2015

Canal TV	Ore	Procente %
TVR 1	21 ore 50 min.	2
TVR 2	36 ore 27 min.	4
TVR 3	713 ore	75
TVR Internațional	43 ore 40 min.	4,5
TVR HD	53 ore 16 min.	5,5
TVR Moldova	84 ore 10 min.	9
<b>Total</b>	<b>952 ore 23 min.</b>	<b>100%</b>

*Programele pentru minorități se regăsesc la capitolul Emisiuni pentru minorități.*

#### ➤ Compartimentul tehnic. Principalele evenimente. Principalele schimbări

În urma procesului de reorganizare din TVR, compartimentul a rămas cu un număr de 50 de angajați. Acest personal asigură emisiile de 15 ore zilnic pentru TVR Cluj pe două schimburi, filmările exterioare și producțiile complexe. Carul de reportaj a efectuat 84 de înregistrări și transmisii în direct cu emisiuni și evenimente complexe (artistice, sportive etc.) desfășurate pe teritoriul a opt județe din Transilvania. În premieră pentru TVR Cluj, s-au realizat două caravane în Polonia și Ucraina în

comunitățile de români, cu emisiuni complexe transmise live. DSNG-ul a efectuat 240 transmisii pentru redacțiile de știri ale canalelor TVR însumând 460 de ore. 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 minim de resurse umane.

➤ **Analiza comparativă a veniturilor și cheltuielilor**

**Situația comparativă a cheltuielilor TVR Cluj Regional 2014/2015**  
(inclusiv cheltuielile cu salariile)

=lei=

Perioada de raportare	Cheltuieli directe	Cheltuieli indirecte	Cheltuieli generale	Total cheltuieli
<b>Sem.I 2014</b>	3.375.002	451.066	182.241	<b>4.008.309</b>
<b>Sem.I 2015</b>	3.279.895	527.647	146.624	<b>3 954 166</b>
<b>Sem.II 2014</b>	3.053.168	451.647	253.071	<b>3.757.886</b>
<b>Sem.II 2015</b>	3.203.454	469.932	115.070	<b>3 788 457</b>
<b>An 2014</b>	6.428.170	902.713	435.312	<b>7.766.195</b>
<b>An 2015</b>	6.483.349	997.579	261.694	<b>7.742.622</b>

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
2014	6.081.671 Dintre care: - 3.193 lei salarii compensatorii la disponibilizare - 168.805 lei - despăgubiri acordate conform Hot. Judecătorești, urmare a disponibilizărilor de personal
2015	6.122.972 Dintre care: 11.076 lei - despăgubiri acordate conform Hot. Judecătorești, urmare a disponibilizărilor de personal

**Numărul mediu personal**

Anul	Număr mediu personal
2014	108
2015	102

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

Anul	Cheltuieli onorarii
2014	265.376
2015	244.280

**Cheltuieli cu emisiunile realizate pentru alte canale ale SRTv:**  
Alte canale

Anul	Cheltuieli emisiuni alte canale
2014	32.936
2015	25281

**Venituri din:**

Anul	Publicitate, spoturi publicitare, coproducții, taxa TV *)	Sponsorizare
2014	409.687	3.199
2015	615.647	7.316

## 2.6.2.TVR CRAIOVA

Studioul Teritorial TVR Craiova funcționează din 1 decembrie 1998 și acoperă editorial următoarele județe: Argeș, Teleorman, Dolj, Olt, Gorj, Mehedinți, Vâlcea. Producțiile TVR Craiova sunt recepționate și în afara României, în zona Timocului sârbesc și bulgăresc.

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 2015 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 comunităților locale din zona de acoperire și, în consecință, o bună reflectare a acestora în programele postului;
- ✓ Colaborarea cu instituțiile publice și culturale prin realizarea unor producții în regim de coproducție, ceea ce implică nu doar acoperirea unor costuri (transport, cazare), ci și aducerea unor venituri;
- ✓ Autopromovarea și promovarea masivă, prin prezența în mediul virtual (crearea unui site TVR Craiova, pagini pe site-uri de socializare), prin încheierea de parteneriate de

promovare cu instituțiile de presă, dar și cu alte instituții, prin promovarea evenimentelor proprii;

- ✓ Mediatizarea proiectelor/inițiativelor/problematicii de tip transfrontalier.

#### ➤ **Activitatea editorială**

TVR Craiova a produs programe, știri, a realizat transmisiuni în direct de la evenimente sportive, culturale, politice etc., care au fost difuzate pe emisia regională, precum și pe canalele TVR, în principal pe TVR 3, respectiv TVR 1 și TVR 2, după cum urmează: emisie regională – 4.315 ore și 30 min.; TVR 3 – 571 ore și 25 min.; TVR 1- 51 ore și 54 min.; TVR 2- 13 ore și 33 min.; TVR Internațional și TVR Moldova - 98 ore și 46 min.

#### **TVR Craiova regional**

<b>Gen</b>	<b>Pondere</b>
Artă, cultură	520 ore = 12,12%
Divertisment	1066 ore = 24,85%
Documentare	104 ore = 2,42%
Educație	156 ore = 3,64%
Evenimente informație	936 ore = 21,82%
Minorități	26 ore = 0,61%
Muzică	104 ore = 2,42%
Publicitate	15 ore și 2 min. = 0,35%
Promo	34 ore și 8 min. = 0,8%
Religie	183 ore = 4,26%
Sport	131 ore și 50 min. = 3,07%
Știri	1.014 ore = 23,64%

- ✓ **Programe și proiecte derulate**

#### **Jurnalul regional – informația de care ai nevoie**

Pe tot parcursul anului 2015, TVR Craiova a participat la realizarea Telejurnalului matinal de pe TVR 1, a realizat constant duplexuri, a furnizat știri în programele informative ale canalelor TVR 1 și TVR 2, cu un număr total de **535 duplexuri** și un număr de **1.646 știri**, cu o medie de **45 de duplexuri/lună și 137 de știri/lună**.

#### **Campanii TVR Craiova**

Campaniile s-au derulat în parteneriat cu organizații neguvernamentale, instituții publice, asociații de voluntari etc.: „Pentru aproapele tău”; „Monumente uitate”; „Copii de aur”; „Să le dăruim Crăciunul”; „Craiova, capitală culturală europeană”; „Gesturile mici fac oameni mari”; reportaje realizate pentru șase campanii derulate de Telejurnalul TVR – „România optimistă”, „În căutarea adevărului”, „Atunci și acum”, „Revoluția unei generații”, „Pacient în România”, „Școala reformei fără sfârșit”.

## **Selecția Națională Eurovision România – Craiova 2015**

Un eveniment de mare importanță desfășurat pentru prima dată la Craiova, pe data de 8 martie 2015, a fost *Selecția Națională Eurovision*. TVR Craiova s-a implicat în asigurarea condițiilor organizatorice necesare derulării unui proiect de mare anvergură, având în vedere implicarea unor echipe numeroase, atât din partea Televiziunii, cât și din partea Primăriei Craiova, în calitate de partener și co-organizator al evenimentului. De asemenea, TVR Craiova a realizat materiale informative difuzate în cadrul jurnalelor canalelor naționale și în cadrul Jurnalului regional al TVR Craiova, precum și în cadrul unor emisiuni ale TVR 1, TVR 2, TVR Internațional și TVR Craiova.

## **54 de transmisiuni au fost realizate în direct, în cadrul emisiunilor informative de la 21 de evenimente produse în zona de acoperire- din județele Dolj, Gorj, Olt, Argeș.**

Principalele evenimente sociale și politice din zona de interes public major au fost acoperite și prin transmisiuni directe cu DSNG-ul în cadrul jurnalelor TVR 1, TVR 2, TVR Craiova, precum și în cadrul unor ediții speciale (printre teme: protest al minerilor, inaugurare Muzeul de Artă Craiova, Eurovision, trilaterală România – Bulgaria – Serbia, evenimente politice, doliu național și mitingurile provocate de tragedia de la Colectiv – nu mai puțin de 21 de transmisiuni în direct). Materialele destinate producției de știri sunt filmate în format 16:9, pentru a putea fi compatibile cu modul de transmisie a Telejurnalelor TVR 1 și TVR 2. De asemenea, Jurnalul regional TVR Craiova este realizat integral 16:9 (inclusiv cu camerele de platou).

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

TVR Craiova deține o rețea proprie de corespondenți care activează în șase dintre cele șapte județe din aria de acoperire a TVR Craiova. Echipele de corespondenți au realizat un total de **2.145 de știri** cu o medie de **178 știri/lună**, dintre care **1.336 știri/duplexuri** au fost difuzate pe TVR 1 și/sau TVR 2, în medie **111 de știri/duplexuri /lună**.

- ✓ **TVR Craiova – televiziunea comunităților locale. Printre producțiile realizate:**
- **Transmiterea în direct/înregistrarea spectacolelor/manifestărilor organizate de primărie, consilii județene, centrele de cultură etc.:** 63 de evenimente, dintre care 30 au fost transmise în direct pe TVR Craiova, opt - pe TVR 3, trei - pe TVR 2 și unul - pe TVR 1; 75 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, transmisiuni sportive în direct. Echipa TVR Craiova a realizat 9 transmisiuni sportive în direct, pe TVR Craiova, dar și pe TVR 2 și TVR 3, de la meciurile de baschet (Eurohold Balkan League), competiții de box, rugby, lupte.
- „Caravana TVR Craiova”- emisiune de promovare a comunităților locale prin prezentarea patrimoniului, atracțiilor turistice, evenimentelor zonei.

- „Cap de afiș” - emisiune în cadrul căreia sunt difuzate spectacole de teatru, operă și operetă, teatru de păpuși, concerte de muzică clasică etc., realizate de instituțiile culturale/de spectacol.
- „Satul” - emisiune săptămânală cu tematică rurală. Emisiunea a fost cuprinsă în grilă pe tot parcursul anului 2015, cu un număr de 20 ediții în premieră.
- emisiuni dedicate cântecului popular – „Cântec și poveste”, „Sărbătoare la zi mare”. Emisiunile au fost în grilă pe tot parcursul anului 2015, cu un număr de 40, respectiv 21 de ediții în premieră.
- „Țăst show”- Realizarea unei emisiuni de rețete tradiționale oltenesti. Gătitul a devenit unul dintre hobby-urile la modă, iar bucătăria tradițională este una încă necunoscută și neexploatăată.

✓ **Grila postului TVR Craiova.**

Grilele de toamnă – iarnă, precum și cea de primăvară – vară 2014 - 2015, respectiv grila de toamnă - iarnă 2015 - 2016 au respectat rețeta editorială care prevede emisiuni informative (aprox. 45%), de divertisment (aprox. 27%), educativ-cultural-religioase (aprox. 22%), în formate și abordări diverse. Grila TVR Craiova a fost concepută astfel încât să se armonizeze cu grila TVR 3, post care difuzează producțiile regionale de relevanță națională. De altfel, un procent de aproximativ 70% din producția TVR Craiova a fost difuzat pe TVR 3.

✓ **Realizarea de contracte de comodat și acorduri pentru diferite servicii.**

TVR Craiova a realizat un număr de 22 de astfel de contracte, ceea ce a redus o parte din costurile directe de producție ale emisiunilor.

✓ **Online.** Pentru a fi în pas cu timpurile și pentru a putea atrage publicul tânăr, TVR Craiova are o prezență semnificativă în mediul virtual prin difuzarea programelor proprii și prin promovare online.

✓ **Realizarea site-ului TVR Craiova, în cadrul site-ului TVR ([www.craiova.tvr.ro](http://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 difuzate pe TVR 3 sunt disponibile în variantă electronică pe site-ul [www.tvrplus.ro](http://www.tvrplus.ro).**

**Prezența TVR Craiova cu pagini pe rețelele de socializare.** O serie de emisiuni au pagini pe rețelele de socializare (Facebook, Googleplus, You Tube), printre care „Jurnalul TVR Craiova”, „La pas prin Oltenia”, „Bună dimineața, Oltenia”, „Tableta de sănătate”.

➤ **Transformarea unor centre de costuri în centre de profit.**

Compartimentul Știri - Sport și Programe și-a adus o contribuție importantă la aceste rezultate, prin transformarea unor centre de costuri, în centre de profit astfel :

**Realizarea de coproducții** în parteneriat cu instituții publice pentru transmiterea/difuzarea/promovarea evenimentelor realizate de acestea: în anul 2015 s-au încheiat 9 contracte de coproducție cu valoare totală de 56.838, 71 lei + TVA.

**Alte inițiative, evenimente, activități specifice, propuse pentru mandatul managerial:** TVR Craiova – partener al Primăriei Municipiului Craiova în competiția pentru câștigarea titlului de capitală culturală europeană.

S-au realizat înregistrări ale celor mai importante manifestări culturale și de spectacol organizate de Primăria Craiova, difuzate apoi în cadrul emisiunii „Craiova, capitală culturală europeană”.

TVR Craiova nu are o redacție de minorități, cum au alte studiouri teritoriale. Problematika de acest tip a fost tratată în cadrul unei emisiuni dedicată minorităților („Panorama minorităților”), realizată în limba română, dar și în cadrul altor emisiuni, reportaje, știri.

#### ➤ **Resursele tehnice și artistice**

TVR Craiova are două studiouri, fiecare cu regii separate:

- o regie de știri modernizată în anul 2014 pentru emisia în format 16:9 care este dotată cu trei camere de platou, trei videocasetoscoape DV-cam recordere, mixere video, mixere audio etc.;

- o regie de producție programe, modernizată cu 4 camere cu canal de cameră, matrici, distribuitoare video și audio, precum și toate celelalte echipamente necesare, modernizare ce permite ca și emisia din această regie să fie în format 16:9 începând cu 1 februarie 2016.

Montarea automatizării la Studioul TVR Craiova (vectorbox pentru emisie și calculator pentru înregistrarea emisiei), precum și existența unei matrici 256x256 la CDC București, permite emisia continuă a canalului TVR Craiova, comutarea preluării TVR 3 în spațiul nocturn 22.00 – 07.00 făcându-se de la studioul din Craiova.

Pentru filmările de teren, TVR Craiova dispune de încă 4 camere HD, cu înregistrare pe card, având posibilitatea în momentul de față să transforme integral emisia din format 4:3 în format 16:9. Din decembrie 2015, Carul digital de la Craiova poate folosi 9 camere cu canal de cameră Thomson 1657, ce pot furniza imagini format 16:9, făcând posibilă transmisia evenimentelor de la Craiova în direct pe TVR 1 și pe TVR 3, în format 16:9.

#### ➤ **Marketing și vânzări**

În anul 2015 s-au realizat nouă contracte de coproducție, în valoare de 56.838, 71 lei + TVA .

**Contracte de publicitate:** s-au oferit beneficiarilor pachete avantajoase de difuzare și producție publicitară, fapt care a condus la încheierea unui număr de 19 contracte de publicitate, în valoare totală de 111.874, 21 lei + TVA.



**Realizarea de sponsorizări pe emisiuni:** Atragerea de fonduri pe emisiuni a dus la acoperirea unei părți din cheltuielile directe de realizare a acestora (cheltuieli cu realizarea de decoruri, cheltuieli cu drepturi de autor și drepturi conexe, alte cheltuieli materiale).

**Contracte de sponsorizare:** Având în vedere că sponsorizările reprezintă nu doar venit ci și cheltuială, dar și pentru a păstra costurile la un nivel optim cât mai scăzut, în 2015 au fost încheiate 14 contracte de sponsorizare, în valoare totală de 31.021,65 lei.

➤ **Activitatea economică. Venituri și cheltuieli**

**Analiza comparativă a veniturilor și cheltuielilor TVR Craiova 2014/2015**

lei

Perioada de raportare	Cheltuieli directe	Cheltuieli indirecte	Cheltuieli generale	Total cheltuieli
<b>Sem.I 2014</b>	2.113.372	570.431	96.820	<b>2.780.623</b>
<b>Sem.I 2015</b>	2.109.506	581.266	32.824	<b>2.723.595</b>
<b>Sem.II 2014</b>	2.006.907	557.412	37.215	<b>2.601.534</b>
<b>Sem.II 2015</b>	2.113.101	567.360	17.435	<b>2.697.896</b>
<b>An 2014</b>	4.120.279	1.127.843	134.035	<b>5.382.157</b>
<b>An 2015</b>	4.222.607	1.148.626	50.259	<b>5.421.492</b>

Sursa: Serviciul Economic-Administrativ Marketing TVR Craiova

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

a) Cheltuieli cu salariile pentru personalul Studioul TVR Craiova:

2014: 4.483.208 lei,

2015: 4.591.112 lei - creștere datorată indexării salariilor ca urmare a modificării salariului minim pe economie la 01.01.2015.

Numărul mediu personal:

2014: 81

2015: 80

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

2014: 41.090 lei

2015: 13.440 lei

**Cheltuieli cu emisiunile realizate pentru alte canale ale SRTv**

Începând cu anul 2013, colaborările cu celelalte canale s-au făcut în cadrul bugetului emisiunilor TVR Craiova.

### Venituri din care:

An	Publicitate	Sponsorizare	Taxa TV / Alte venituri	TOTAL Lei
2014	142.197,75	16.342,03	1.604.844,21/79.441,38	1.842.825,37
2015	111.874,21	32.021,65	975.441,02/59.123,48	1.178.504,39

TVR Craiova va fi și în perioada următoare un partener activ al instituțiilor publice locale prin: mediatizarea și transmiterea principalelor evenimente ale comunităților locale, reflectarea actualității regionale, promovarea valorilor culturale, tradiționale și istorice locale, creșterea numărului de transmisiuni în direct. TVR Craiova va acoperi informația de relevanță națională din regiune prin știri transmise în jurnalele TVR 1 și TVR 2. Grila regională, expresie a politicii editoriale, trebuie armonizată cu grila TVR 3, prin distribuirea producțiilor realizate de TVR Craiova pe cele două canale, în funcție de relevanța lor regională, respectiv națională. 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

TVR Iași a început să emită la 3 noiembrie 1991, după ce, în decembrie 1989, Radio Iași a reînceput emisia la patru ani de când fusese închis, asemenea celorlalte studiouri regionale de radio din țară.

Programele TVR Iași pot fi recepționate prin satelit în întreaga Europă, zone din Asia, Nordul Africii și Orientul Mijlociu, precum și online, prin platforma [tvrplus.ro](http://tvrplus.ro) sau la adresa [live.tvriasi.ro](http://live.tvriasi.ro).

#### ➤ Activitatea editorială

TVR Iași a realizat în anul 2015 știri, reportaje, dezbateri, documentare, emisiuni-magazin, programe culturale și de divertisment pentru canalele TVR Iași Regional – 5.203 ore, TVR 3 -707,5 ore, TVR Internațional – 78 de ore și 20 minute, TVR 1 – 46 de ore, TVR 2- două ore, TVR HD-19 ore, TVR Moldova-122 de ore.

Activitatea editorială s-a focalizat pe reflectarea imediată și obiectivă a evenimentelor de zi cu zi din regiune.

#### Ore de emisie TVR Iași 2015, pe canale

	Semestrul I	Semestrul II	Total
TVR Iași Regional	2.620h	2.583h	5.203h
TVR 1 duplex Telejurnal	24h	22h	46h
TVR 2	-	2h	2h
TVR 3	371h	336h 30"	707h 30"

TVR Internațional	35h 20"	43h	78h 20"
TVR HD	5h	14h	19h
TVR Moldova	54h	68h	122h

Sursă: TVR Iași

#### ✓ Știri

Numărul de știri produse pentru jurnalele TVR 1 și TVR 2 a fost de 742, la care se adaugă cele peste 200 de duplexuri. Jurnalul Regional TVR Iași a concentrat în 25 de minute informații de calitate pentru telespectatori. TVR Iași a realizat subiecte pentru campaniile de pe TVR 1 și pentru „Interviurile Telegazetelor”.

#### ✓ Programe

În semestrul I, echipa TVR Iași și-a propus realizarea unei grile regionale cu un program continuu de 14 ore/zi, din care, în medie, trei ore în premieră, zilnic, cu două grile subsecvente distincte (primăvară/toamnă și vară), adaptate la specificul social, cultural, economic și politic al regiunii.

#### ✓ Structura grilei TVR Iași

**Ponderea programelor producție proprie TVR Iași în număr de ore și procente din totalul emisiiei, repartizate pe genuri, conform clasificării EBU.**

Gen	Ore	Procente
Informare	3.450h	61,83%
Educative	750h	13,44%
Cultură	670h	12,01%
Religioase	215h	3,85 %
Divertisment și alte programe	170h	3,05%
Publicitate și teleshopping	325h	5,82%
<b>Total</b>	<b>5.580 h</b>	<b>100%</b>

Sursă: TVR Iași

Programele TVR Iași au avut ca structură trei tronsoane de emisiuni în premieră: magazinul „Bună dimineața, Moldova”, 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, sănătate și travel. Acestor tronsoane li se adaugă „Jurnalul regional” și emisiunile de weekend pentru mediul rural, de divertisment, viață spirituală, folclor, tradiție.

#### ✓ Parteneriate și producții de portofoliu

TVR Iași a fost partener în proiecte și programe internaționale, precum: participarea la evenimente și la proiecte transfrontaliere cu televiziunea Moldova 1 și OWH Studio din Chișinău (Republica Moldova), cu Centrul Bucovinean de Artă pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale Românești Cernăuți (Ucraina); Seminarul Internațional de Jurnalism 2015; Proiectul multianual (2015–2021) Gala „IAȘI Descoperă - Capitala Europeană a Culturii” - pentru promovarea candidaturii Iașului la

statutul de capitală culturală europeană în anul 2021; TVR Iași a organizat în colaborare cu ICR Paris și Primăria Iași, în incinta Ambasadei României din Franța, trei zile de proiecții cu filmele realizate cu Matei Vișniec, în prezența dramaturgului; Proiectul transfrontalier Iași – Cernăuți - Chișinău - la aniversarea a 24 de ani de existență a Studioului TVR Iași.

✓ **Parteneriate pentru evenimente majore din regiune**

Prin asocierea cu branduri de evenimente care au un impact major în regiune, precum Festivalul Internațional al Educației (FIE 2015) și Festivalul Internațional de Literatură și Traducere (FILIT 2015), TVR Iași a beneficiat de o vizibilitate sporită în fața publicului.

**Premii**

În 2015, TVR Iași a obținut mai multe premii și distincții onorifice: Trofeul „Jubiliara 25” la Gala APTR - Gabriela Baiardi pentru „Fantomele industriei socialiste”; Premiul al III-lea la Festivalul de Film Documentar pentru Minorități, Ujgorod, Ucraina - Raluca Aftene pentru „Muntele de pe hotar”; Premiul pentru Anchetă la Festivalul Internațional al Producătorilor Independenți SIMFEST: Gabriela Baiardi pentru “Să salvăm casa copilăriei lui Enescu” etc.

➤ **Resurse umane, tehnice și artistice utilizate în 2015**

Numărul mediu de personal al TVR Iași:

Anul 2014	87
Anul 2015	85

Sursa: TVR Iași

✓ **Serviciul Tehnic-Producție**

TVR Iași este primul studio regional dintre cele cinci ale Televiziunii Române care, din septembrie 2015, a trecut la producția și emisia 16:9. Prin forțe și fonduri proprii, TVR Iași a parcurs prima etapă a unui proiect multianual (2015-2016) și a reușit să realizeze majoritatea producțiilor/emisiilor Studioului în formatul wide (16:9). Au fost realizate o serie de modernizări tehnice: proiectarea și implementarea sistemului mobil de transmisii Live 4G, peste 270 de transmisii live (aprox. 1850 de minute), dotarea cu camere de filmare de teren Full HD; generalizarea sistemului de transmisii prin fibră optică/rețele eterogene pentru Carul TVR Iași; modernizarea studioului 2 de producție și emisie, proiectarea și implementarea unui portal multimedia TVR Iași.

➤ **Marketing și vânzări**

✓ **Acțiuni de promovare și marketing**

În cursul anului 2015, activitățile de Marketing au vizat direcții importante: creșterea notorietății TVR Iași (promovare pe canalele TVR Iași Regional și alte canale TVR, în special TVR 3), colaborări, parteneriate de presă, coproducții. Serviciul Marketing a încheiat și desfășurat următoarea structură de contracte: prestări servicii publicitare, având încasări de 233.345,83 lei, TVA inclus, prestări servicii publicitare – barter în valoare facturată de 95.943,05 lei, sponsorizări – intrări și încasări de 9.798,44 lei; acorduri de parteneriat și colaborări pentru promovarea evenimentelor proprii TVR

lași pentru cele trei evenimente majore (Seminarul Internațional de Jurnalism, Gala „lași Descoperă” și „TVR lași 24”); parteneriate, colaborări și coproducții pentru evenimente externe, precum parteneriate, colaborări și coproducții.

Valoarea totală încasată în 2015 a fost de 709.527 de lei.

✓ **Promovarea online a producțiilor TVR lași**

În 2015, producțiile au fost promovate pe paginile de Facebook ale emisiunilor sau pe pagina oficială TVR lași ([www.facebook.com/tvriasi](http://www.facebook.com/tvriasi)), crescând vizualizările pe site.

**Canal Youtube TVR lași:**

1.335 abonați/ 347.067 vizionări

Durata de vizionare: 1.572.126 minute vizionate

Durata medie a vizionării: 4.31 minute

1.715 like-uri/ 108 dislike-uri

558 comentarii/ 2.269 distribuiri

**Pagina Facebook TVR lași**

5182 like-uri la 31 decembrie 2015

➤ **Activitatea economică**

În anul 2015, s-au desfășurat activități financiar-contabile, administrative și de marketing precum: completarea declarației 394 privind livrările/achizițiile/prestările intracomunitare și cele efectuate pe teritoriul național, a jurnalelor și a decontului de TVA, a declarațiilor privitoare la salarii și onorarii precum și transmiterea lor pentru centralizare la Direcția Economică a SRTv.

Pentru anul 2015, situația este următoarea:

• alte cheltuieli:

aprobat = 1.303.310 lei

realizat = 1.303.803 lei

• cheltuieli cu salariile:

aprobat = 5.049.800 lei

realizat = 5.019.559 lei

În perioada 01.01.2015 - 31.12.2015, TVR lași a încheiat contracte de publicitate, prestări servicii și sponsorizare în valoare de 730.320 lei. Suma încasată a fost de 709.527 lei, din care, din publicitate, 233.346 lei.

- Continuarea notificării societăților înscrise în baza de date transmisă de la SRTv, pentru plata taxei TV. Până la 31 decembrie 2015, PFA-urile cu care TVR lași a avut contracte de prestări de servicii au evaluat 31.257 de firme (reprezentând 70,41% din totalul firmelor potențial eligibile pentru plata taxei TV). Din totalul taxei exigibile notificate, Studioul TVR lași a încasat, în 2015, suma de 477.823 lei.

A. Situația comparativă a cheltuielilor TVR Iași 2014/2015 :

Perioada de raportare	Cheltuieli directe	Cheltuieli indirecte	Cheltuieli generale	Total cheltuieli - lei -
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
Sem. I 2015	2.540.591	641.028	62.194	3.243.813
Sem. II 2015	2.386.598	645.280	47.671	3.079.549
An 2014	4.939.781	1.393.715	52.052	6.385.548
An 2015	4.927.189	1.286.308	109.865	6.323.362

Sursa: TVR Iași

Din totalul de 6.323.362 lei, cheltuielile cu salariile personalului și onorariile colaboratorilor se prezintă astfel:

a) Cheltuieli cu salariile pentru personalul TVR Iași

- lei -

Denumire cheltuială	Anul 2014	Anul 2015
Salarii	5.148.406	5.019.559
Sume acordate personalului disponibilizat	4.519	
Total cheltuieli cu salariile TVR Iași	5.162.925	5.019.559

Sursa: TVR Iași

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

- lei -

Anul 2014	292.124
Anul 2015	359.763

Sursa: TVR Iași

B. Situația comparativă a veniturilor TVR Iași 2014/2015

- lei -

Perioada	Publicitate	Sponsorizare	Taxa TV	Alte venituri (filme de prezentare, colaborări, copieri casete etc)	Total
2014	141.955	38.527	248.555	327.633	756.670
2015	272.677	9.798	477.823	423.938	1.184.236

Sursa: TVR Iași

## 2.6.4. TVR TIMIȘOARA

TVR Timișoara este studioul teritorial al TVR din zona de vest a României, cu program cu un conținut generalist, care acoperă actualitatea din județele Timiș, Arad, Caraș-Severin și Hunedoara.

TVR Timișoara este partener al CIRCUM Regional – European Association of Regional Television în cadrul proiectului “European Citizenship”, finanțat de Parlamentul European. Acest proiect se derulează din aprilie 2013 și a continuat până în luna martie 2016. Până în prezent, TVR Timișoara a realizat o serie de reportaje în format HD incluse în programul „Europa 360” care s-au difuzat pe canalele TVR 2, TVR HD și TVR Timișoara. Printre televiziunile partenere în acest proiect se numără RAI și France 3.

### Premii

Producțiile realizate de TVR Timișoara au fost premiate în 2015 la diverse festivaluri naționale și internaționale de televiziune, după cum urmează:

- ✓ „Izolați în România”, realizator Dite Dinez , APTR, ediția jubiliară XXV 2015
- ✓ „Vladimir Jurăscu, o viață în teatru”, realizator Ioana Achim, premiul pentru cel mai bun film portret , Simfest 2015;
- ✓ „Ultimul Măturar”, producător Andrei Boroșovici, premiul pentru cea mai bună producție dedicată minorităților, Simfest 2015;
- ✓ „Castelul Teleki în revenire”, Keresztes Peter, premiu pentru imagine, Simfest 2015;
- ✓ Premiul Circum Regional pentru Mobile Journalism, Keresztes Peter, Budapesta, 2015.

### ➤ Activitatea editorială

- ✓ Crearea în grilă a 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, precum și orientarea către publicistică, sport („În prelungiri”), divertisment („Cântec și poveste”, „Cântecul de acasă”, „Sarea în bucate” etc.) și cultură („Piper pe limbă”, „Cap de afiș”), în weekend-uri.
- ✓ Consolidarea și dezvoltarea unui slot orar distinct destinat emisiunilor în limbile minorităților, de luni până vineri, cu redifuzare în ziua următoare.
- ✓ Consolidarea prezenței TVR Timișoara în social media prin dezvoltarea unor pagini ale emisiunilor și proiectelor studioului pe rețelele de socializare (facebook, twitter, pinterest, google +).
- ✓ Dezvoltarea propriului site [www.timisoara.tvr.ro](http://www.timisoara.tvr.ro), a propriului canal youtube și a *asseturilor* de social media aferente.

**Prezentarea programelor pe genuri:  
Numărul orelor de emisie TVR Timișoara în 2015**

TVR Timișoara	4.522 h
TVR 3	1.669 h
Alte canale	137 h
<b>Total</b>	<b>6.328 h</b>

Sursă: TVR Timișoara

**Pondere programelor regionale TVR Timișoara pe genuri conform clasificării EBU:**

Gen emisiune	Ore	%
Artă, cultură	292	6,46
Divertisment	802	17,75
Documentare, seriale	359	7,94
Educație	795	17,59
Evenimente, informații	1008	22,29
Muzică	312	6,91
Publicitate/promoționale	442	9,78
Religie	69	1,54
Sport	78	1,72
Știri	365	8,02
<b>TOTAL</b>	<b>4.522</b>	<b>100%</b>

Sursă: TVR Timișoara

✓ *Programele pentru minorități se regăsesc la capitolul Emisiuni pentru minorități.*

➤ **Resurse umane, tehnice și artistice utilizate în 2015**

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, în studio și în exterior. În 2015 s-au produs și difuzat 4.522 ore de program regional, 1.806 ore de emisie pe canalele naționale (TVR 3 - 1.669 h, alte canale - 37 h), s-au asigurat 6.464 ore camere știri, 4.781 ore camere teren programe, 13.910 ore montaj, 462 ore de înregistrări în studio, 20 de transmisii cu Carul TV.

Studioul TVR Timișoara a trecut în luna decembrie 2015 la emisia în format 16:9 a jurnalelor regionale și a majorității reportajelor realizate, a continuat producția de materiale în format HD pentru TVR HD și proiectul "European Citizenship" finanțat de Parlamentul European prin Circom Regional.

Pentru realizarea celor de mai sus au fost utilizate cele trei platouri de filmare (7 camere), carul de reportaj (4 camere), camerele de teren (10), liniile de montaj nonliniar (7) și personalul de specialitate existent.



Au fost realizate trei decoruri noi pentru programe (concepție și realizare cu resurse interne). Au fost realizate generice și grafică pentru emisiile regionale 16:9 a TVR Timișoara și a continuat modernizarea spațiilor și facilităților de producție cu resurse interne și cu fonduri atrase pe plan local.

#### ➤ **Marketing și vânzări**

Activitatea de marketing-promovare-vânzare include negocierea și încheierea de contracte de publicitate, sponsorizare, coproducție, parteneriate, promovarea emisiunilor curente și speciale pe canalul propriu, pe canalul național TVR 3, pe site-ul [timisoara.tvr.ro](http://timisoara.tvr.ro), pe pagina de facebook a Studioului <https://www.facebook.com/TVRTimisoara> și pe paginile de facebook ale emisiunilor.

În anul 2015 s-au încheiat 106 contracte de publicitate, sponsorizare, coproducție, parteneriate. Promovarea TVR Timișoara s-a realizat prin participarea și implicarea în diverse proiecte, prin organizarea de evenimente în coproducție cu parteneri din regiune, prin asocierea ca partener media cu inițiatorii unor evenimente culturale, sociale, sportive.

Programele și edițiile speciale ale emisiunilor realizate și difuzate de TVR Timișoara au fost promovate prin realizarea și difuzarea de spoturi tv, generale și punctuale, pe canalul propriu, pe site-ul [www.timisoara.tvr.ro](http://www.timisoara.tvr.ro) și pe pagina de Facebook (promo, machete, anunțuri).

#### ✓ **Evenimente inițiate și organizate de TVR Timișoara în 2015**

- Proiectul „Timișoara în mișcare”, realizat cu finanțarea Casei de Cultură a Municipiului Timișoara s-a finalizat în data de 4 decembrie 2015, în Piața Victoriei, printr-un amplu eveniment ce a cuprins trei momente: 1. *Conviețuiri*: 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 rock Compact;

- 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 orașe importante din Franța.

- ✓ **Evenimente la care TVR Timișoara a fost coproducător sau partener media:** promovarea studioului în cadrul evenimentelor organizate de partenerii săi s-a făcut prin afișarea siglei pe materialele de anunțare a evenimentelor și prin amplasarea de bannere la locul desfășurării spectacolelor/concertelor/turneelor ce au făcut obiectul colaborării.

TVR Timișoara a încheiat parteneriate de promovare reciprocă cu instituții de învățământ și de cultură (Teatrul Național din Timișoara, Teatrul pentru Copii și Tineret „Merlin”, Muzeul de Artă, Centrul de Cultură și Artă al județului Timiș, Institutul Francez din România, Universitatea de Vest din Timișoara).

- ✓ **Implicare în campanii caritabile**

- continuarea susținerii campaniei inițiate de Fundația Sfânta Irina pentru strângerea de fonduri în vederea construirii Clinicii Nera, prima clinică de recuperare oncologică din România;
- susținerea Fundației „Pentru Voi”, prin promovarea unui eveniment dedicat strângerii de fonduri pentru susținerea serviciilor sociale oferite beneficiarilor fundației, persoane cu dizabilități intelectuale, organizat cu ocazia Zilei Internaționale a Persoanelor cu Dizabilități;
- încheierea unui parteneriat cu Asociația Sportivă Cheile Nerei pentru difuzarea unei emisiuni având ca subiect zona eco turistică și activitățile sportive cu caracter caritabil desfășurate în cadrul evenimentului „Cheile Nerei Mountainbike Race”. TVR Timișoara a promovat evenimentul caritabil, iar fondurile obținute au fost donate Spitalului de Copii Louis Țurcanu Timișoara;
- demararea unei campanii proprii, „Curat murdar”, în cadrul Jurnalului regional al TVR Timișoara, prin care ne-am propus să descoperim împreună puterea exemplului.

➤ **Activitatea economică.**

Situație comparativă a cheltuielilor TVR Timișoara

Cheltuieli	Sem. I 2014	Sem. I 2015	Sem. II 2014	Sem. II 2015	An 2014	An 2015
Cheltuieli directe	2.815.455	2.844.568	2.856.521	2.688.651	5.672.976	5.533.219
Cheltuieli indirecte	559.500	842.071	552.196	543.635	1.111.696	1.385.706
Cheltuieli generale	62.627	18.476	25.194	28.253	87.821	46.729
<b>Total cheltuieli</b>	<b>3.437.582</b>	<b>3.705.115</b>	<b>3.433.911</b>	<b>3.260.539</b>	<b>6.871.493</b>	<b>6.965.594</b>

Sursă: TVR Timișoara

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

Cheltuieli cu salariile pentru personalul TVR Timișoara:

Perioada de raportare Cheltuieli	Sem. I 2014	Sem. I 2015	Sem. II 2014	Sem. II 2015	An 2014	An 2015
Salarii angajați	2.764.988	3.150.925	2.834.050	2.770.013	5.599.038	5.920.938
Salarii compensatorii:	39.584				39.584	

<b>Total salarii</b>	<b>2.804.572</b>	<b>3.150.925</b>	<b>2.834.050</b>	<b>2.770.013</b>	<b>5.683.622</b>	<b>5.920.938</b>
----------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Situație comparativă referitoare la posturi și salariați

<b>Număr posturi</b>	<b>Decembrie 2014</b>	<b>Decembrie 2015</b>
Total Studioul Timișoara	102	103
- ocupate	102	100
- vacante	0	3
- temporar vacante	0	0
Număr salariați	102	100
Număr personal de conducere		1
Număr personal de execuție	102	102
-din care cu atribuții de coordonare	5	4
Număr angajați/an	2	5 (durată determinată)
Număr plecați/an	2	8
Numărul mediu de personal/an	100	97

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

<b>Perioada de raportare</b>	<b>Sem. I 2014</b>	<b>Sem. I 2015</b>	<b>Sem. II 2014</b>	<b>Sem. II 2015</b>	<b>An 2014</b>	<b>An 2015</b>
<b>Onorarii</b>						
<b>Colaboratori</b>	<b>84.856</b>	<b>104.583</b>	<b>78.738</b>	<b>72.001</b>	<b>163.594</b>	<b>176.584</b>

Cheltuieli cu emisiunile realizate pentru alte canale ale SRTv:

*Cheltuielile pentru toate emisiunile/producțiile realizate au fost suportate din bugetul TVR Timișoara.*

<b>Perioada de raportare</b>	<b>Sem. I 2014</b>	<b>Sem. I 2015</b>	<b>Sem. II 2014</b>	<b>Sem. II 2015</b>	<b>An 2014</b>	<b>An 2015</b>
<b>Venituri</b>						
Publicitate	86.018	80.541	80.070	167.696	166.088	248.237
Sponsorizare	19.200	-	1.200	5.966	20.400	5.966
Taxa TV	365.994	645786	657.889	422.556	1.023.883	1.068.341
Alte venituri	133.262	65875	134.013	69.773	267.275	135.648
<b>Total venituri</b>	<b>604.474</b>	<b>792.202</b>	<b>873.172</b>	<b>665.991</b>	<b>1.477.646</b>	<b>1.458.192</b>

## 2.6.5.TVR TÎRGU MUREȘ

Înființat în 2008, Studioul Teritorial TVR Tg. Mureș acoperă Regiunea 7 Centru (Mureș, Covasna, Harghita, Alba și Brașov, 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 preluăm programul TVR 3, iar în intervalul 18.00 – 18.20 (L-V) preluăm jurnalul regional TVR 2. Grila are patru jurnale de știri (două în română și două în maghiară) și 39 de emisiuni (19 în limba română, 19 în maghiară și una în germană).

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

Grilele de emisiuni ale Compartimentului Știri Sport Programe pe anul 2015 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 și duratele agreate de către SRTv.

- **Programe de informare:** „Jurnal Regional” (știri) – 120 min./săptămână, „Orașul în direct” (talk-show) – 60 min./săptămână, Sport magazin (talk-show) – 30 min./săptămână, „Satul meu” (reportaj) – 30 min./săptămână, Retrospectiva săptămânii (știri) – 60 min./săptămână

- **Programe educative, culturale, religioase:** „Picătura de cultură” (magazin cultural) – 60 min./săptămână, „Cuvântul care zidește” (magazin religios) – 30 min./săptămână, „Meseriașii” (reportaj) – 30 min./săptămână, „Literaniversara” (reportaj) – 5 min./zi, „Tableta de sănătate” (magazin) – 30 min./săptămână, „Prețul succesului” (talk-show) – 30 min./săptămână

- **Filme (de ficțiune, de animație, documentare, seriale):** „Biruatorii” (doc.) – 30 min./săptămână, „Istoria necunoscută” (doc.) – 30 min./săptămână

- **Programe de divertisment și alte tipuri de programe:** „Din zestrea Ardealului” (panel-show) – 85 min./săptămână, „Cap de afiș” (magazin cultural) – 60 min./săptămână

- **Emisiuni furnizate pentru TVR 3:** „Cântec și poveste” (panel-show) 85 min./ săptămă, „Tableta de sănătate” (magazin) 60 min./ săptămână, „Picătura de cultură” (magazin cultural) 60 min./ ½ săptămâni, „Cuvântul care zidește” (magazin religios) 60 min./ 1/5 săptămâni, „Satul meu” (magazin agrar) 60 min./ ½ săptămâni, „Meseriașii” (reportaj) 30 min./ săptămână, „Biruatorii” (documentar) 30 min./ săptămână.

„Orașul în direct” (talk-show) 60 min./ săptămână, „Cap de afiș” 60 min. (magazin cultural)/săptămână, „Istoria necunoscută” (documentar) – 30 min./săptămână. Însumate, din aceste cifre rezultă un program de aproximativ 25 h/lună.

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

Nr. crt	Gen Emisiune	Pondere
1	informare	36.03%
2	artă, cultură	5.40%
3	divertisment	13.06%
4	documentare	5.13%
5	educativ	16.21%
6	religie	2.70%
7	sport	2.43%
8	știri – jurnal regional	2.16%
Total minute / săptămână		1.260 min

- *Programele pentru minorități se regăsesc la capitolul Emisiuni pentru minorități.*
- **Resurse umane, tehnice și artistice**

Organigrama studioului teritorial cuprinde în structura sa un număr de 60 de posturi, din care 56 de angajați (4 posturi vacante), repartizați pe următoarele compartimente: conducere și secretariat: doi angajați; redacția Programe, Știri: 11 angajați (un post jurnalist senior – vacant); redacția Minorități: 11 angajați; Serviciul Tehnic-Producție: 22 angajați; serviciul Economic Administrativ Marketing: 10 angajați (trei posturi vacante).

În anul 2015 s-au achiziționat 3 kit-uri de camere pentru teren cu înregistrare pe suport solid, s-a extins capacitatea de stocare prin achiziția unui server pentru fișiere, grupurile de montaj au beneficiat de un upgrade de sistem și s-a continuat programul de digitalizare a arhivei video.

Lipsa unei unități mobile DSNG sau a unui car pentru transmisii TV fac imposibilă transmisia în direct din afara studioului.

- **Marketing și vânzări**

Începând cu luna februarie a anului 2013, activitatea compartimentului de marketing și vânzări a trecut în componența serviciului Economic Administrativ Marketing.

Obiective specifice:

- Creșterea încasărilor din publicitate;
- Întărirea comunicării cu mediul extern;
- Creșterea notorietății studioului printr-o promovare eficientă.

➤ **Activitatea economică.**

I. Situația comparativă a cheltuielilor TVR Tg. Mureș 2014/2015

lei

Perioada de raportare	Cheltuieli directe	Cheltuieli indirecte	Cheltuieli generale	Total cheltuieli
Sem.I 2014	1.822.620	589.814	286.729	2.699.163
Sem.I 2015	1.444.558	615.143	147.139	2.206.840
Sem.II 2014	1.400.306	608.734	164.865	2.173.905
Sem.II 2015	1.636.262	541.329	313.377	2.490.968
An 2014	3.222.926	1.198.548	451.594	4.873.068
An 2015	3.080.820	1.156.472	460.516	4.697.808

II. Salarii și onorarii

a.) Cheltuieli cu salariile pentru personalul TVR Tg.Mureș

lei

An 2014	3.325.278
An 2015	3.524.029

Numărul mediu de personal TVR Tg. Mureș

An 2014	59
An 2015	56

b.) Onorarii colaboratori (drepturi de autor, drepturi conexe, convenții civile)

lei

An 2014	250.023
An 2015	255.500

III. Venituri

lei

An	Venituri publicitate	Venituri sponsorizari	Venituri taxă	Alte venituri	Total venituri
2014	33.287	40.580	567.273	42.042	683.182
2015	41.046	19.832	509.854	53.787	624.519

**2.7. CASA DE PRODUCȚIE**

Televiziunea Română continuă să aducă în fața telespectatorilor teatru TV, fie că vorbim de premiere sau de piese din arhivă. Televiziunea Română aduce teatrul TV în

casele românilor de mai bine de 50 de ani, prin producții proprii sau preluări ale unor spectacole realizate de diferite teatre din țară.

#### ➤ **Activitate editorială**

În 2015, Casa de Producție a început să furnizeze spre difuzare din ce în ce mai multe programe pentru canalele TVR, însumând un număr de 184 de titluri, reprezentând aproximativ 17.787 de minute de emisie (fără a fi luate în considerare reluările).

Astfel:

a) pentru tronsonul de teatru de luni seara pe TVR 2 - 55 de titluri, ce reprezintă aproximativ 5.394 minute de emisie;

b) pentru TVR 3 – 47 de titluri, aproximativ 4.654 minute de emisie;

c) pentru TVR HD – 42 de titluri, aproximativ 2.070 minute de emisie;

d) pentru TVR Moldova – 33 de titluri, aproximativ 3.276 minute de emisie;

e) pentru TVR Iași – 22 de titluri, aproximativ 1.969 minute de emisie;

f) pentru TVR Internațional – 40 de titluri, aproximativ 5.818 minute de emisie.

Producția de teatru TV realizată în anul 2015, difuzată în premieră la TVR 2, a fost completată, la fel ca și în anii trecuți, de valorificarea producțiilor de teatru din arhivă.

O altă latură importantă a producției CP este dedicată realizării filmelor documentare despre teatre și festivaluri, evenimente artistice, culturale.

Producțiile realizate de/prin Casa de Producție au fost difuzate în premieră și de 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**

##### **Producție de teatru de televiziune în 2015**

1. *„Al dvs. Orson Welles”* de R. France
2. *„Jocul de-a vacanța”* de M. Sebastian
3. *„Dănilă Prepeleac”* de I. Creangă
4. *„Poveste despre tatăl meu”* de Radu F. Alexandru

##### **Preluări piese de teatru în 2015**

1. *„Tartuffe”* de Moliere
2. *„Frumoasa călătorie a urșilor panda povestită de un saxofonist care avea o iubită la Frankfurt”* de M. Vișniec
3. *„O ladă”* de Ion Creangă
4. *„Pescărușul”* de A. P. Cehov
5. *„Gardenia”* de E. Chowanec
6. *„Crăiasa Zăpezii”* de H. C. Andersen
7. *„Noul locatar”* de E. Ionesco

8. „*Avarul*” de Moliere
9. „*6/49*” de G. Spiro
10. „*Profu de religie*” de M. Mihailov
11. „*Leonce și Lena*” de G. Büchner
12. „*Aplauze pentru Lena*” de V. Nicolau
13. „*Trei surori*” de A.P. Cehov

#### **Producție filme documentare 2015**

1. „*Portret Ștefan Mihăilescu Brăila*”
2. „*Portret Virgil Flonda*”
3. „*Portret Harag Gyorgy*”
4. „*Portret Irina Petrescu*”
5. „*Portret Florian Pittiș*”
6. „*Locuri, oameni și comori*” (8 episoade)
7. „*Filipovenii și cazacii lui Nekrasov*” (4 episoade)
8. „*Apa și tehnologia în slujba oamenilor*” (titlu de lucru „*Watman*” - 4 episoade)
9. „*Vlacherne*”

#### **Reportaje realizate la Festivaluri 2015**

1. „*Festivalul Internațional de Teatru pentru Copii Ion Creangă*”
2. „*Fenomenul HOP*”
3. „*Festivalul de Teatru Subteran Petrila*”
4. „*Festivalul Internațional de Teatru Scurt Oradea*”
5. „*Gala Premiilor UCIN 2014*” making of
6. „*Festivalul Național de Teatru*”, ediția 2015
7. „*Festivalul Internațional de Teatru REFLEX*” ediția 2015, Sf. Gheorghe

#### **Coproducții filme documentare 2015**

1. „*Paralel Lives: 20th Century Through the Eyes of Secret Police*”
  - coproducție cu DogDocs din Slovacia
  - producție dedicată poliției secrete din statele din fostul bloc comunist
  - TVR a contribuit cu imagini de arhivă cu o durată de 5'6”.
  - drepturile TVR – difuzări nelimitate pe toate canalele timp de 15 ani a patru documentare din această serie – cele dedicate poliției secrete din Germania, Ungaria, Slovacia și România.

2. „*România – patru patrii*”
  - coproducție cu HI FILM România
  - film documentar care prezintă România din perspective a patru scriitori – Mircea Cărtărescu, Gabriela Adameștean, Norman Manea și Florin Lăzărescu
  - TVR a contribuit cu imagini de arhivă cu o durată de 11 minute
  - drepturile TVR – difuzări nelimitate timp de 20 de ani



### 3. „Comedia Remix”

- coproducție cu Teatrul de Comedie
- film documentar despre istoria Teatrului de Comedie
- TVR a contribuit cu imagini de arhivă cu o durată de 13’3”.
- drepturile TVR – difuzarea nelimitată a filmului și preluarea unui spectacol de teatru din repertoriul curent al teatrului

De asemenea, în 2015 s-a demarat coproducția filmului documentar, „*Nadia Comăneci – The Gymnast and the Dictator*” - un portret al gimnastei Nadia Comăneci, film documentar coprodus cu Roche Production, Franța.

Realizarea în coproducție a unor opere audiovizuale este unul din dezideratele principale ale managementului Casei de Producție. Prin căutarea permanentă a unor parteneri pentru realizarea coproducțiilor 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.

Din cauza măsurilor de austeritate, managementul Casei de Producție a fost nevoit să întrerupă producții teatrale, 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, a reușit să creeze un 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 TVR (imaginile de arhivă, mijloacele tehnice) au făcut posibilă prezența Casei de Producție pe genericile unor filme documentare importante pentru televiziunea publică, dar și pentru piața media europeană.

#### ➤ **Relații internaționale**

Casa de Producție TVR a contribuit la demersurile celorlalte structuri din organizație interesate în exploatarea oportunităților internaționale de colaborare cu organizații profesionale precum URTI, CIRCOM.

#### ➤ **Marketing și relații publice**

Programele realizate de Casa de Producție TVR au fost susținute prin activități de marketing și promovare, cu implicarea departamentelor și a serviciilor de profil din cadrul TVR (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 a proiectelor sale, evidențiind rolul său în educarea și formarea telespectatorilor. Prezentările sunt utilizate nu doar în demersurile de atragere de fonduri ci, deopotrivă în relațiile publice/activitățile de promovare, 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 premontaj 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.

Datorită platformei TVRplus.ro, este posibilă difuzarea online a produselor Casei de Producție. Astfel, internauții iubitori de teatru au posibilitatea de a urmări online 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 2015 au continuat eforturile de îmbunătățire a relației cu presa prin transmiterea de comunicate despre producțiile structurii. Promovarea pieselor de teatru TV s-a făcut prin intermediul site-ului oficial al TVR – [www.tvr.ro](http://www.tvr.ro), prin organizarea de evenimente interactive cu proiecții în avanpremieră, redactarea și distribuirea către presă a materialelor despre producțiile CP (documentare, teatrul tv în reluări/Arhiva de Aur).

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

Prezența Casei de Producție la cele mai importante evenimente culturale (aniversări, festivaluri, gale, concursuri/competiții de teatru, film) a constituit o oportunitate de a aduce în prim-plan producția de teatru TV. Astfel, TVR a participat în calitate de coproducător/co-organizator sau partener la evenimente precum: Festivalul Național de Teatru 2015, Festivalul de Teatru Ion Creangă, Gala Tânărului Actor HOP, Festivalul de Teatru Scurt Oradea etc.

În anul 2015, în urma (co)implicării Casei de Producție în evenimente precum cele 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 2015 au continuat informările cu organismul consultativ care are în componență personalități din fiecare domeniu de activitate a Casei de Producție. Membrii consiliului fiind la rândul lor formatori de opinie, a rezultat nu numai un dialog aplicat, ci a condus și la o conștientizare nuanțată a ofertei TVR către beneficiarii secundari și terțiari, inițiate/gestionate de Casa de Producție.

## 2.8. EMISIUNI PENTRU MINORITĂȚILE 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 nr. 41/1994.

Emisiunile sunt realizate de către 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 2015, Secția Maghiară a SRTv a produs săptămânal 290 de minute de emisie pentru canalele TVR 1, TVR 2 și TVR 3, beneficiarul principal fiind minoritatea maghiară din România. Ponderea emisiunilor în limba maghiară reprezintă aproximativ 2% din durata totală de emisie a postului public.

Pe o piață media competitivă, programele în limba maghiară ale TVR au respectat statutul de serviciu public al televiziunii naționale. 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 divertismentul de calitate.

Emisiunea în limba maghiară (ELM) este subtitrată integral în limba română. Populația majoritară română, cât și celelalte grupuri etnice se pot regăsi în categoria publicului beneficiar. ELM îndeplinește astfel și rolul de liant între maghiari și români, respectiv maghiari și alte minorități naționale.

#### **➤ Programele și durata emisiunilor**

În anul 2015, Secția Maghiară a produs un total de 290 de minute de emisie pe săptămână în programele TVR 1, TVR 2 și TVR 3.

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

#### **Programul emisiunilor în limba maghiară produse și difuzate în 2015 din București:**

Canal	Titlu	Ziua difuzării	Interval orar	Durata/efectivă	Observații
TVR 1	„Maghiara de pe unu”	Luni	15.30-17.00	90min./73 min.	
		Marți	15.30-17.00	90min./73 min.	
		Joi	13.00-14.00	60	

				min/48min	
TVR 2	„Maghiara de pe doi”	Joi	14.30-15.00	30min./24 min.	Titlu generic: „Cultura minorităților”
		Vineri	14.30 – 15.00	30min./24 min.	
TVR 3	„Maghiara de vineri”	Vineri	12.00-12.50	60min./48 min.	Titlu generic: „Toți Împreună”

**Total: 290 min./săptămână**

➤ **Strategia editorială**

Strategia editorială a ELM prevede delimitarea edițiilor, din punctul de vedere al tematicii dominante.

„Maghiara de pe unu” – TVR 1, 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 – rubrică 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;
- Cronica săptămânală - rubrică de analiză a actualității social-politice

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” – TVR 1, 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 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 dezbate cu invitații din studio unul sau mai multe subiecte. Magazinul prezintă totodată copii și tineri talentați. „De joi până joi” se remarcă printr-o atmosferă relaxantă.

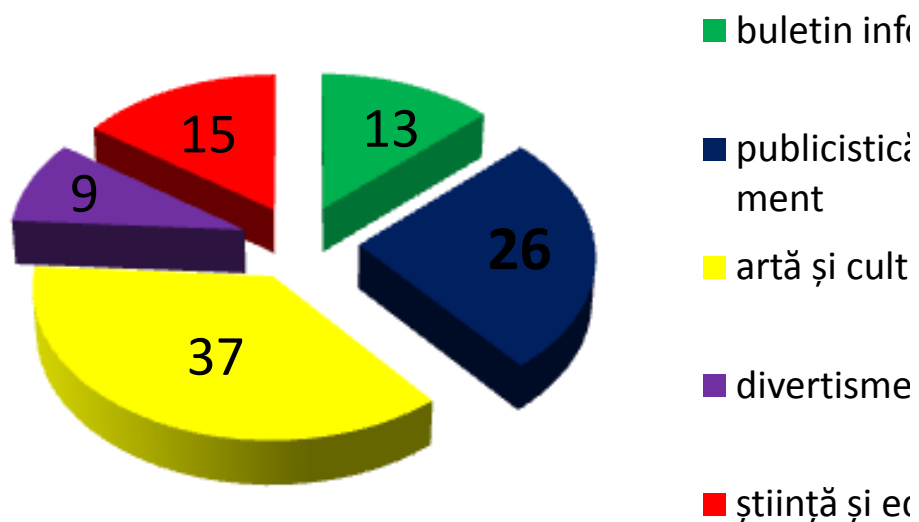
„Cultura minorităților” – TVR 2, ediția de joi se axează pe cultură, tratând subiecte legate de teatru, muzică, literatură, film. Ediția de vineri este una de life-style în care sunt prezentate subiecte legate de petrecerea timpului liber, de hobbyuri etc.

„Toți împreună” – TVR 3, „Maghiara de vineri” prezintă o selecție din emisiunile realizate de Secția maghiară, în redifuzare.

➤ **Emisiunile difuzate după clasificarea EBU**

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

## Genurile programelor în limba maghiară



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 ținut să păstreze ora de începere a programului, lucru benefic pentru fidelizarea publicului țintă. Orele de difuzare sunt însă în afara prime time-ului, fapt care se reflectă atât în datele de audiență mai slabe, cât și în disponibilitatea redusă de sponsorizare din partea eventualilor parteneri. Emisiunea în Limba Maghiară a fost și întreruptă pentru a se transmite ediții speciale și au fost și câteva emisiuni anulate.

### ➤ Promovare

Strategia de promovare a Emisiunii în limba maghiară se face:

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

Prin intermediul site-ului propriu ([www.magyaradas.ro](http://www.magyaradas.ro) sau [www.magyaradas.tvr.ro](http://www.magyaradas.tvr.ro)), publicul poate accesa emisiunile integral, la maximum 90 de minute după difuzarea lor pe post. Pe lângă conținutul audiovizual, site-ul emisiunii 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 comunitățile locale maghiare. Secția Maghiară are astfel o politică de promovare a diferitelor tipuri de parteneriate și colaborări.

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

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

## 2.8.2. EMISIUNILE ÎN LIMBA GERMANĂ

Emisiunile în limba germană se adresează în primul rând minorității germane din România. Datorită faptului că acestea sunt subtitrate, ele 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 (scrisori, mailuri, comentarii online etc.) confirmă acest profil al telespectatorului emisiunilor în limba germană.

### ➤ Programele și durata emisiunilor

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

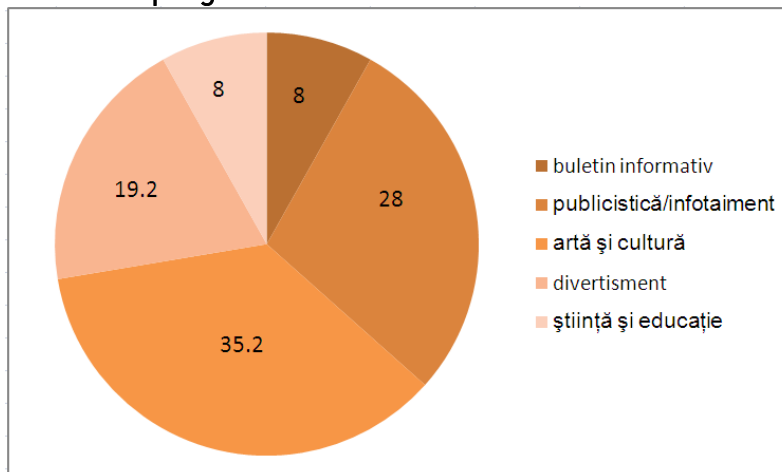
### Emisiunile în limba germană produse de Secția Germană

Canal	Titlu	Ziua difuzării	Interval orar	Durață	Observații
TVR 1	Emisiune în limba germană	Joi	15:30-16:50	90min./73 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	Marți	14.30-15.00	30min./	Titlu generic:

	în limba germană			25 min.	„Cultura minorităților”
--	------------------	--	--	---------	-------------------------

Total minute realizate pe săptămână: 146 plus 35, lunar.

### Ponderea 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. Această producție are o continuitate spațio-temporală în grila de pe TVR 1 de 10 ani și un public fidelizat. 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:* un 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” ce prezintă clădiri, monumente sau personalități bucureștene strâns legate de istoria germanilor din România;

*Documentare de portofoliu:* „25 de ani FDGR” – un film despre nașterea Forumului democrat al germanilor din România în primele ore ale revoluției române, difuzat în 12 martie 2015, „Hans Peter Tuerk” – portretul unui muzician, laureat al Uniunii Compozitorilor din România, „Nunta de diamant” – destinul unei perechi din Transilvania, „Viață pentru a scrie” – portretul scriitorului Joachim Wittstock care a rămas la Sibiu când sașii au plecat, „Preotul motociclist” – portretul unei lumi transilvănene prin ochii preotului unei diaspore Dietrich Galter;

*Păstrarea tradițiilor:* prezentarea diferitelor obiceiuri ale minorității germane;

*Divertismentul:* înregistrări muzicale, momente umoristice, rețete culinare și o rubrică sezonieră de turism;



*Emisiuni pentru tineri:* un concurs al formațiilor rock din liceele germane, discuții cu tinerii, seria *Perspektive* în care sunt prezentate facultățile cu predare în limba germană din diferitele centre universitare.

*Feedback:* concursul emisiunii - corespondența conține nu numai răspunsul la întrebarea adresată, ci și observații, propuneri, evaluări ale emisiunilor.

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

#### ➤ **Promovare**

Emisiunile TVR în limba germană sunt promovate de ziarele germane din România (Allgemeine Deutsche Zeitung, Hermannstaedter Zeitung, Schwaben Post), precum și de cele care se referă la comunitatea germană și apar în Germania (Siebenbuergische Zeitung, Banater Post). Săptămânal, apar programele actualizate ale emisiunilor. De asemenea, apar articole prin care se anunță programele speciale ce urmează să fie difuzate. Promovarea este realizată și prin posturile de radio din România. În același timp, se întreține colaborarea cu toate instituțiile și publicațiile germanilor din România (Forumul Democrat al Germanilor din România, Biserica evanghelică de Confesiune Augustană din România, diecezele Bisericii romano-catolice, Academia Evanghelică Transilvania din Turnișor, Centrele culturale germane din țară – București, Cluj, Timișoara, Iași, Sibiu, Brașov etc., Allgemeine Deutsche Zeitung für Rumänien, Hermannstädter Zeitung), colaborarea cu toate instituțiile germane reprezentate în România (Institutul Goethe, Ambasada R.F.Germană, Cluburile Oamenilor de Afaceri Germani, ifa-Stuttgart, Fundația Hanns Seidel, Fundația Konrad Adenauer, Fundația Friedrich Ebert), colaborarea cu postul german Deutsche Welle, precum și colaborarea cu diferite asociații și centre culturale din Germania (Asociațiile de strămutați ale sașilor, șvabilor bănățeni și sătmăreni, țipserilor, bucovinenilor și dobrogenilor, Südostdeutsches Kulturwerk München, Institutul șvabilor dunăreni din Tübingen, Casa Gerhard Hauptmann din Düsseldorf, Fundația culturală săsească din München).

Redacția germană urmărește și se implică în viața socială și culturală a minorității germane în scopul păstrării identității etnice a persoanelor aparținând acestei minorități. Cu acest scop, în decursul anilor, s-au organizat diferite spectacole cu public. Emisiunea în limba germană a avut o prezență activă la conferințele de specialitate atât în țară, cât și în străinătate prin prelegeri, prezentări și filme documentare. Emisiunea în limba germană a fost partener media la evenimente precum: Oktoberfest la Cluj, Sibiu și Brașov, Întâlnirea sașilor de la Mediaș, Întâlnirea șvabilor la Timișoara, la premiera diferitelor piese germane de teatru la Sibiu și Timișoara etc.

### 2.8.3. EMISIUNI PENTRU ALTE MINORITĂȚI NAȚIONALE

De 26 de ani, emisiunile produse de Secția Alte Minorități fac vizibile cele mai importante manifestări din viața minorităților naționale. În anul 2015, Televiziunea Română, prin intermediul Secției Alte Minorități, a realizat programe adresate minorităților naționale cu reprezentare în Parlamentul României. Astfel, TVR 1 și TVR 2 au difuzat mai multe cicluri de emisiuni care promovează evenimentele din actualitatea socio-culturală și tradițională ale diferitelor etnii din România, parte integrantă a patrimoniului național.

#### ➤ Programele și durata emisiunilor

În 2015, Secția Alte Minorități a TVR a produs săptămânal 217 minute efective de emisie pentru canalele TVR 1 și TVR 2, beneficiare cele 18 minorități recunoscute oficial în Parlamentul României, altele decât minoritatea maghiară și germană. Spațiul de emisie și orele de difuzare nu s-au păstrat nici în anul 2015. În plus, deoarece canalul TVR 3 nu are buget, de aproximativ 4 ani, pe TVR 3 se difuzează reluări, ceea ce face ca minoritățile din Dobrogea și Muntenia să fie lipsite de minutele alocate lor pe acest canal al TVR.

Emisiunile „Conviețuiri”, „Europolis” și „Fără etichetă” sunt emisiuni de actualitate, cu moderator/prezentator și invitați în direct sau în regim de înregistrare, la fiecare ediție. „Cultura minorităților – Identități”, emisiune de reportaj-documentar, difuzată pe TVR 2, este produsul premium al Secției Alte Minorități, vizând creativitatea, obiceiurile și tradițiile minorităților naționale surprinse în portrete, biografii, monografiile și reportaje. Emisiunea „Identități” a obținut numeroase premii.

Din dorința de a reda în timp real evenimentele, emisiunea „Conviețuiri” se difuzează în regim de direct, pe TVR 1. Sunt invitați, cu regularitate, reprezentanți importanți ai comunităților etnice din țară, pentru a avea o mai mare acuratețe în abordarea și reprezentarea momentelor semnificative din viața acestor comunități etnice.

În 2015, Secția Alte Minorități a produs un total de 7.827 minute (130 ore și 27 minute) în premieră și 4.968 minute (82 ore și 48 minute) de redifuzări, după următoarea distribuție săptămânală:

Canal	Titlu emisiune	Ziua difuzării	Perioadă / interval orar	Durată efectivă/ durată totală	Observații
TVR 1	„Conviețuiri”	Miercuri	01 ian. – 31 dec. 2015, 15.30-16.50	73 min. / 80 min.	Magazin de actualitate multietnică, live
TVR 1	„Fără etichetă”	Miercuri	01 ian. – 31 dec. 2015,	48 min / 60 min.	Magazin de actualitate

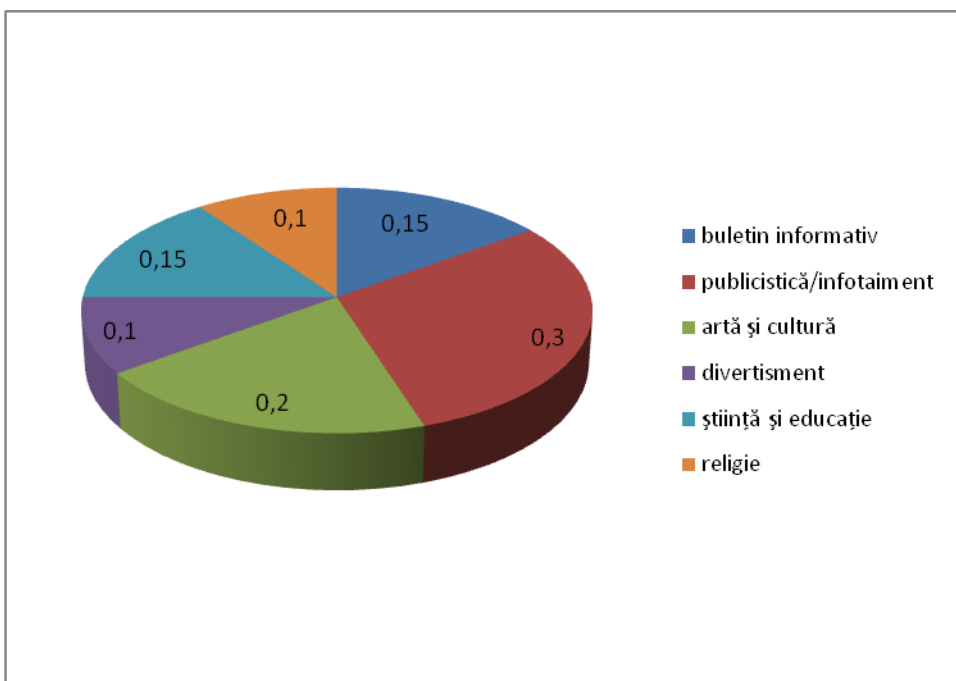
			13.00-14.00		destinat minorității roma
TVR 1	„Europolis”	Marți	01 ian. – 31 dec. 2015, 13.00-14.00	48 min / 60 min.	Magazin de reportaje
TVR 2	„Identități”	Luni + Miercuri	01 ian. – 31 dec. 2015, 14.30-15.00	24 min / 30 min.	Titlu generic „Cultura minorităților”, doc.
TVR 3	„Toți împreună”	Luni + Miercuri	01 ian. – 31 dec. 2015, 12.40-13.20	34 min / 40 min. redifuzare	Magazin interetnic Luni: emisiune bilunară

**Total minute/săptămână : 285 minute / 340 minute**



### Emisiunile difuzate după clasificarea EBU au genurile și cotele:

Genul programului	Cotă (%)
artă și cultură	20%
buletin informativ	15%
divertisment	10%
publicistică/infotainment	30%
religie	10%
știință și educație	15%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



#### ➤ **Strategia Editorială**

Emisiunile realizate de Secția Alte Minorități sunt o componentă esențială a serviciului public de televiziune. Prin proiectele sale destinate minorităților naționale, producțiile Secției Alte Minorități prezintă realitățile vieții social-politice, economice și culturale specifice minorităților naționale din România, altele decât cea maghiară și germană și promovează, în mod competent viața, tradițiile și valorile socio-culturale minoritare.

„Conviețuirii” - TVR 1, miercuri, ora 15.30

- *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;
- *Perspective* – portrete ale tinerilor din comunitățile minoritare
- *Interviul săptămânii* – interviu generat de un eveniment deosebit;
- *Divert Art*: expoziții, concerte, manifestări culturale comentate cu interpretii sau autorii lor;
- *Deliciile lumii* – (savoir vivre) cele mai importante aspecte ale culturii și vieții minoritare românești, de la gastronomie la obiceiuri;
- *Culinar* – rețete din gastronomia minorităților;
- *Concursul emisiunii* – premii cu tentă culturală oferite telespectatorilor (cărți, CD-uri ș.a).

„Europolis” - TVR 1, marți, ora 13.00:

- *Oameni și Locuri* – reportaj de actualitate, cu invitat în platou;
- *Neamuri și Lăcașuri* - edificii de cult ale minorităților naționale din România;
- *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;

„Fără etichetă” – TVR 1, miercuri, ora 13.00

- *Actualitatea romani* - actualitatea roma;
- *Interviul ediției* – personalități ale minorității roma;
- *Amaro ghi* – Viața noastră;
- *Romani scola* – educație și incluziune socială prin școală;
- *Manusa hai buchea* – Oameni și Meserii;
- *Ghilabarne prinjande* – Lăutari celebri.

„Cultura Minorităților – Identități” (luni și miercuri în intervalul orar 14.30 – 15.00, TVR 2) este un proiect unitar prin care toate minoritățile își prezintă cultura, tradițiile și istoriile din care fac parte, în genurile reportaj și documentar. Secției Alte Minorități îi revin două tronsoane ale acestui proiect generos dedicat diversității etno-culturale din România.

➤ **Promovare**

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

## 2.8.4. EMISIUNI PENTRU MINORITATI DIFUZATE DE STUDIOURILE REGIONALE

**TVR Cluj.** Compartimentul Minorități Naționale – TVR Cluj realizează emisiuni dedicate vieții cotidiene, istoriei și tradițiilor următoarelor minorități: maghiară, germană, romă, ucraineană și evreiască.

În 2015, s-au promovat producțiile pe platforme digitale. 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. Pe canalul TVR 3 s-a păstrat spațiul de 48 de minute de două ori pe săptămână, difuzându-se în cadrul emisiunilor „Toți împreună”.

Canal	Emisiune	Ziua	Interval orar	Durata
TVR Cluj	Observator transilvan (Erdélyi figyelő)	Luni-sâmbătă	16.00 – 17.00	60 min. x 6/săptămânal
TVR 3	Periplu cultural	Marți	11.30 – 12.18	48 min./ bilunar
TVR 3	Observator transilvan – aniversare 25 de ani și arhiva TVR Cluj	Joi	11.30 – 12.18	48 min./ bilunar
TVR 3	Itinerar istoric	Marți	11.30 – 12.18	48 min./ lunar
TVR 3	Observator Transilvan – reportaje inedite	Joi	11.30 – 12.18	48 min./ lunar
TVR 3	Masa rotundă	Marți	11.30– 12.18	48 min./ lunar
TVR 3	Meleaguri, savori și oameni	Joi	11.30– 12.18	48 min./ lunar

„Transilvania Policromă” – o emisiune magazin difuzată în direct, cu o durată de 60 + 30 de minute, dedicată minorităților din Transilvania. În paralel, au fost realizate emisiunile pentru TVR 3, constând în reportaje difuzate săptămânal: Ukraintî, Shalom, Deutsche Sendung, Amari Emisiunea.

Canal TV	Emisiune	Ziua	Interval orar	Durata
TVR Cluj	Transilvania Policromă	Luni	17.00 – 18.00	60 min. + 30min./săpt.

TVR 3	Ukraitî	Joi	12.20 – 12.40	20 min./ săpt.
TVR 3	Shalom	Joi	12.40 – 12.54	14 min./ săptămânal
TVR 3	Deutsche Sendung	Vineri	12.20 – 13.54	34 min./ bilunar
TVR 3	Amari Emisiunea	Luni	12.20 – 13.54	34 min./ la 5 săpt.

2015 - anul aniversar pentru TVR Cluj - a fost marcat în ediții speciale ale emisiunilor pentru minorități, precum și prin unele evenimente proprii ale Compartimentului: în cadrul Zilelor Culturale Maghiare din Cluj s-au organizat două gale festive dedicate celor 25 de ani TVR Cluj.

În decursul anului, s-a îmbunătățit promovarea emisiunilor pentru minorități realizate la TVR Cluj pe rețelele de socializare.

#### Genuri și ponderea programelor TVR Cluj Regional – Emisiuni în limba maghiară

Gen emisiune	Ore	Procente
Știri, sport, actualități	94 ore 16 min.	17%
Cultură	132 ore 33 min.	24%
Educație, sănătate, copii	89 ore 36 min.	16%
Eveniment, social, comunitate	96 ore 34 min.	17%
Divertisment	34 ore 32 min.	6%
Documentar, muzică, timp liber	80 ore 28 min.	14%
Altele (promo, autopromovare)	31 ore 28 min.	6%
<b>Total</b>	<b>559 ore 27 min.</b>	<b>100%</b>

#### TVR Cluj Național (TVR 3) – Emisiuni în limba maghiară

Gen emisiune	Ore	Procente
Cultură	35 ore 20 min.	42%
Educație, copii, turism	9 ore 10 min.	11%
Eveniment, tradiție, istorie	23 ore	27%
Documentar, muzică	16 ore 30 min.	20%
<b>Total</b>	<b>84 ore</b>	<b>100%</b>

#### TVR Cluj Regional – Emisiuni pentru alte minorități

Gen emisiune	Ore	Procente
Cultură, tradiție, istorie	66 ore 18 min.	51%
Eveniment, social, comunitate	32 ore 39 min.	25%



Documentar, muzică	26 ore	20%
Altele (promo, autopromovare)	5 ore 12 min.	4%
<b>Total</b>	<b>130 ore 9 min.</b>	<b>100%</b>

#### TVR Cluj Național (TVR 3) – Emisiuni pentru alte minorități

Gen emisiune	Ore	Procente
Germană (eveniment, cultură, tradiție, istorie)	14 ore 44 min.	29%
Romă (eveniment, cultură, tradiție, istorie)	5 ore 7 min.	10%
Evreiască (eveniment, cultură, tradiție, istorie)	12 ore 22 min.	26%
Ucraineană (eveniment, cultură, tradiție, istorie)	17 ore 40 min.	35%
<b>Total</b>	<b>49 ore 53 min.</b>	<b>100%</b>

**TVR Craiova** nu are o redacție de minorități, cum au alte studiouri teritoriale. Problematika de acest tip a fost tratată în cadrul unei emisiuni dedicată minorităților („Panorama minorităților”), realizată în limba română, dar și în cadrul altor emisiuni, reportaje, știri.

**TVR Iași** realizează, pentru TVR 3 și TVR Iași, săptămânal, emisiunea „România diversă” (30 minute), o producție de reportaj dedicată minorităților, cu și despre ele.

**TVR Timișoara** realizează peste 90 de ore de emisie dedicate minorităților naționale, după cum urmează:

EMISIUNEA	ORE DIFUZATE TVR TIMIȘOARA	ORE DIFUZATE TVR 3
Limba maghiară	46,80 h	41,60 h
Limba sârbă	23,40 h	17,33 h
Limba germană	18,00 h	14,73 h
Limba romani	5,40 h	5,10 h
Limba ucraineană	5,85 h	3,03 h
Limba slovacă	5,85 h	3,03 h
Limba bulgară	5,85 h	3,03 h
Limba croată	5,85 h	3,03 h
<b>TOTAL :</b>	<b>117 h</b>	<b>90.88 h</b>

Sursă: TVR Timișoara

O parte din Reportajele Departamentului Minorități de la TVR Timișoara au fost difuzate și pe celelalte canale ale Televiziunii Române, aproximativ 210 minute de producție.

**TVR Tîrgu Mureș** și-a stabilit strategia de a realiza un program coerent și competitiv în limba maghiară și germană care să fie accesibil și interesant. Fidelizarea telespectatorilor și consolidarea brandului TVR Tîrgu Mureș reprezintă un obiectiv prioritar al Redacției Minorității. Se are în vedere realizarea unei emisiuni dedicate comunității rrome.

Programele realizate de redacția Minorității TVR Tîrgu Mureș încearcă să cuprindă o gamă variată de genuri de emisiuni. Programul local în limba maghiară are o durată de 42h/săptămână (dintre care 20h în premieră în limba maghiară și o oră în limba germană). TVR Tîrgu Mureș este singura televiziune regională care prezintă un jurnal regional în limba maghiară în regim live.

Redacția Minorității TVR Tîrgu Mureș realizează săptămânal o emisiune tip magazin cu o durată de 48 de min. pentru canalul TVR 3. Redacția Minorității are un program zilnic (luni-duminică) de 360 de min., între orele 07.00 – 10.00 și 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 min. în limba germană.

Programe de informare, educative, culturale, religioase și programe de divertisment, cum ar fi: „Jurnal regional” în limba maghiară; „Retrospectiva săptămânii”; „După fluierul final”; „Legătura la Bruxelles”; „Ora de Germană”; „Informed”; „S-a întâmplat acum 100 de ani”; „Gânduri de duminică”; „Cutia muzicală”; „Capuccino”.

Nr. crt.	Gen Emisiune	Pondere
1.	arhiva Redacției Maghiare București	8.82%
2	cultură	1.98%
3.	divertisment	4.76%
4.	educativ	6.74%
5.	informare	41.20%
6.	infotainment	33.33%
7.	religie	2.38%
<b>Total minute / săptămână</b>		<b>1.260 min</b>

## **2.9. ACHIZIȚII DE FILME ARTISTICE ȘI DOCUMENTARE**

### **➤ Tendințe europene în materie de filme**

Cu ocazia celei de-a 66-a ediții a Festivalului de Film de la Berlin, din luna februarie, European Audiovisual Observatory a făcut publice estimările cu privire la intrările în sălile europene de cinema, în cursul anului 2015. În ansamblu, intrările în

sala de cinema au crescut considerabil față de anul 2014, cu 7,6%. Este cea mai mare creștere înregistrată în U.E. în ultimii zece ani, cu excepția anului 2009, care a marcat apariția filmelor 3D. Se estimează că s-a vândut un număr-record de bilete de cinema, peste 1,2 miliarde.

Deși, în general, situația frecventării sălilor de cinema diferă mult de la un teritoriu la altul, trebuie notat că 25 dintre cele 26 de țări europene pentru care datele sunt disponibile (inclusiv România) au înregistrat o creștere a numărului de spectatori. În mod surprinzător, Franța este singura țară în care cifrele au scăzut, după rezultatele excelente din 2014.

Studiile realizate de Comisia Europeană arată că peste 70% dintre europeni descarcă sau vizionează gratuit filme online, legal sau ilegal (serialul „Urzeala tronurilor”/”Game of Thrones” continuă să domine topul filmelor descărcate ilegal), peste 40% dintre posesorii de telefoane inteligente și peste 60% dintre posesorii de tablete vizionează filme pe respectivele dispozitive. Cele mai populare rămân filmele nord-americane.

Analiza publicată de European Audiovisual Observatory 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 concluzionează că proporția de filme de ficțiune difuzate de canalele TV europene a scăzut, în timp ce proporția de filme europene a crescut ușor în perioada 2006-2014, în special datorită difuzării intense 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) decât pe cele publice (28% din totalul orelor de emisie).

#### ➤ **Titluri de filme și seriale. Premiera**

Filmele, seriialele de ficțiune și documentarele difuzate pe parcursul anului 2015 pe TVR 1 și TVR 2 pot fi împărțite în câteva mari categorii:

**Producții europene:** „Vara” / ”Summer” (Marea Britanie, Germania, 2008), „Neds-Găștile din Glasgow” / ”Neds” (Marea Britanie, Franța, Italia, 2010), „Boul” /”The Oxen”(Suedia, Norvegia, Danemarca, 1991), „Climate” /”Les climats” (Turcia, 2006).

**Filme de artă:** „Insuportabila ușurățate a ființei” /”The Unbearable Lightness of Being” (SUA, 1988), „Ultima ispită a lui Iisus”/”The Last Temptation of Christ” (SUA, 1988), ”Biutiful” (Mexic, 2010), ”Yes” (Marea Britanie, 2004), ”Moderato cantabile” (Franța, 1960).

**Producții de televiziune (filme, miniserii și seriale):** „Îngerul de gheață” /”Winter Angel” (Marea Britanie, 2008), „Casa mea e plină de oglinzi”/”La mia casa e piena di specchi” (Italia, 2009), „Prefer paradisul” /”Preferisco il Paradiso” (Italia, 2010),”CSI: Crime și investigații”, sezonul 13, „Prințesa săbiilor”/”Queen of Swords” (SUA, 2004), JPod (Canada, 2011), „Diamante”/”Diamants” (Belgia, 1997)

**Filme românești** (în cadrul proiectului TVR 2, „Duminica filmului românesc”): „Pintea” (1976), „Frații Jderi” (1974), „Cantemir” (1974), „Pentru patrie” (1977), „Păcală” (1974), „Restul e tăcere” (2007), „Morgen” (2010), „Cea mai fericită fată din lume” (2009)

**Documentare:** "Citizenfour" (SUA-Germania-MB, premiul Oscar pentru cel mai bun documentar 2015), seria 360 Geo – de la ARTE, documentare realizate de Rai Trade.

**Premiere free-tv în România:** "Dallas Buyers Club" (SUA, 2013), „Seducătorul"/"Kokowaah" (Germania, 2012), „Cartea dragostei"/"The Ages of Love" (Italia, 2011), „Crăciunul la castel" /"Christmas at Castlebury Hall" (SUA, 2014).

Pe canalul TVR Internațional, genurile de filme românești difuzate în anul 2015 au fost în special: drame, istorice, comedii, pentru copii, biografice. Câteva dintre titluri: „Trenul de aur”, „Prin cenușa imperiului”, „Cel mai iubit dintre pământeni”, „Ștefan Luchian”, „Neamul Șoimăreștilor”, „Faimosul paparazzo”, „Expresul de Buftea”, „Veronica”, „Bădăranii”, „Ion – Blestemul pământului, blestemul iubirii”, „Hârtia va fi albastră”.

Pe canalul TVR Moldova, în anul 2015, a fost difuzat în premieră serialul „Legea lui Doyle” (“Republic of Doyle”), o producție canadiană foarte recentă (2009-2014), programe speciale (cu ocazia sărbătorilor de iarnă: spectacolul „iHeartRadio’s JINGLE BALL” - cel mai mare și exploziv eveniment muzical anual de Sărbători, în care apar cei mai cunoscuți artiști ai momentului, cea de-a 57-a ediție a decernării Premiilor Grammy).

#### ➤ **Criterii de selecție a filmelor**

În anul 2015, criteriile de selecție a filmelor s-au integrat misiunii generale a televiziunii publice de a educa și forma gustul unor categorii cât mai largi de public, prin păstrarea nivelului ridicat al calității ofertei. Astfel, în funcție de cerințele grilei, pe canalele TVR 1 și TVR 2 au fost difuzate:

- filme multipremiate sau cu numeroase nominalizări la festivalurile cinematografice reprezentative: „Cel care dansează cu lupii” /"Dances With Wolves" (SUA, 1990), „Printre gorile"/"Gorillas In The Mist" (SUA, 1988), "Dallas Buyers Club" (SUA, 2013), „Luptătorul"/"The Wrestler" (SUA, 2008), "Vicky Cristina Barcelona" (SUA, 2008);

- producții europene de valoare, confirmate în spațiul cinematografic european și mondial;

- filme realizate de mari regizori (ex: Milos Forman, Roman Polanski) sau cu distribuții prestigioase;

- filme aparținând unei game cât mai variate de genuri, de la comedie, thriller sau filmul de familie, până la serialul pentru copii și animație;

- filme românești realizate înainte și după 1989, inclusiv un număr de producții puțin cunoscute publicului, tocmai pentru a-i oferi acestuia posibilitatea unei bune cunoașteri a producției cinematografice autohtone;

- filme aparținând unor școli și curente reprezentative, difuzate în spațiile tematice de pe TVR 2, care și-au câștigat în timp un public fidel.

De remarcat că, deși cotele de audiență constituie unul dintre criteriile de selecție a filmelor, acestea nu au influențat niciodată calitatea achizițiilor, tocmai pentru a propune publicului o alternativă la programele televiziunilor comerciale.

Plecând de la Legea nr. 41/1994, precum și de la misiunile și profilurile canalelor TVR Internațional și TVR Moldova, selecțiile și achizițiile din anul 2015 (cu difuzare în anii 2016 și parte din 2017) pentru aceste două canale au fost făcute ținând cont și de categoriile de public-țintă, ca și de contextele social-istorice internaționale în transformare/reașezare.

Totodată, selecțiile au fost gândite în vederea marcării și prin programarea de achiziții - în armonie cu liniile generale/particulare editoriale ale celor două canale - a unor evenimente de importanță națională - din punct de vedere istoric, cultural, religios -, ca și a unor evenimente cultural-artistice, importante pentru românii din interiorul și din afara granițelor țării, precum și pentru alcătuirea unor portrete regizorale sau de actori. În materie de categorii, selecțiile au fost diversificate. Pe lângă film artistic românesc a fost selecționat și un volum mai mare de film documentar, precum și desene animate.

Pentru canalul TVR Internațional, selecțiile au avut în vedere și realizarea unor portrete de actori (exemple: Florin Piersic, Ștefan Iordache, Toma Caragiu, Ion Caramitru, Radu Beligan, Gheorghe Dinică, Mircea Albulescu, Dorel Vișan, Amza Pellea, Leopoldina Bălănuță), a unor medalioane regizorale (Mircea Daneliuc, Dan Pița, Constantin Popescu Junior, Nae Caranfil, Cristian Mungiu, Radu Muntean etc.), marcarea unor momente „speciale” din istoria României - cum ar fi 1 octombrie 2016, când se vor împlini 50 de ani de la intrarea în vigoare a decretului pentru reglementarea cursului sarcinii (filmul realizat de Cristian Mungiu și premiat cu Marele Premiu la Cannes în 2007 „4 luni, 3 săptămâni, 2 zile”), alături de filmele românești cu cea mai mare priză la public - comedii, cele de aventuri, cele istorice.

Pentru canalul TVR Moldova, selecțiile de producții românești au fost realizate din următoarele categorii: „clasice” - filme istorice, comedii, biografice, de aventuri, ecranizări, desene animate, alături de producții ale regizorilor tineri multipremiate în marile festivaluri internaționale. Pe lângă filmele realizate în România, pentru canalul TVR Moldova au fost selecționate și filme realizate în Republica Moldova, unele dintre ele foarte recente, cum ar fi „Ce lume minunată !” (premiat deja în America și în Franța) - ce prezintă evenimentele de la Chișinău din primăvara anului 2009 (cunoscute sub numele de *Protestele de la Chișinău*), dar și filme regizate de Ion Loteanu sau Tudor Tătaru.

#### ➤ **Audiențele filmelor difuzate la TVR 1**

Audiența filmelor difuzate pe TVR 1 în anul 2015 se menține în linii mari la nivelul celei din 2014, cu ușoare creșteri la anumite genuri (*aventură*), sau înregistrând valori egale (*filmul de familie* sau *suspans/thriller*). În continuare fac o bună audiență western-urile, comedii și comedii de acțiune europene, care atrag în special datorită unor actori preferați de o categorie consistentă de public. Astfel, în TOP 100 filme pe TVR 1 au intrat 16 westernuri (vârf de rating 4,5), 12 comedii de acțiune și 10 filme din categoria *aventură*.

Serialele înregistrează o ușoară scădere în audiență, din cauza numărului mic de titluri rămase în stoc, ceea ce a determinat reprogramarea lor la intervale scurte de timp. De exemplu, serialele pentru copii/tineret care au fost difuzate pe TVR 2 au fost redifuzate scurt timp și pe TVR 1. De asemenea, nu trebuie neglijată concurența dură a mediului online, unde pot fi vizionate sezoane întregi dintr-un serial, pe site-urile specializate în acest gen de program.

Din analiza datelor referitoare la indicii de audiență pe anul 2015, se poate observa o creștere a rating-ului urban 18+ la anumite genuri de filme. În general, indicele rating urban 18+ se situează sub cel național. Dar genurile *acțiune* sau *filmul de Familie*, de pildă, înregistrează un rating mai mare la categoria urban 18+, ceea ce poate fi un semnal privitor la recâștigarea unui anume segment de public.

### ➤ **Audiențele filmelor difuzate la TVR 2**

În comparație cu anul 2014, în 2015 se constată o ușoară creștere a audienței la filmele de lung-metraj, datorată în primul rând constanței spațiilor din grilă dedicate filmului. Pe primul loc în preferințele publicului se află, ca întotdeauna, filmele istorice, westernurile, filmele de acțiune și filmele biografice. În cazul serialelor cu durate de 30 și 60 de minute, indicii de audiență au rămas aceiași, cu excepția unei creșteri a genului *aventură*.

Proiectul „Duminica filmului românesc” (trei filme: la orele 14.00, 20.00 și 22.00), aflat la al treilea an de prezență pe TVR 2, continuă să-și confirme locul de frunte în preferințele telespectatorilor. 42 de filme din TOP 100 al celor mai vizionate producții difuzate în 2015 au fost filme românești. Filmul „Păcală”, difuzat pe 18 ianuarie 2015, a reprezentat vârful de audiență al canalului pe anul trecut: 5 rating și 8,4 share, la nivel național.

Devenit brand TVR, spațiul dedicat filmelor de telecinematecă a continuat să mențină atenția telespectatorilor și în 2015, păstrându-și ziua și ora de difuzare: miercuria, la ora 20.00. Programarea ciclului de filme regizate de Charles Chaplin, în perioada iulie-august, a reprezentat un succes, ca și „medalioanele” dedicate actorilor Alain Delon și Jean-Paul Belmondo.

În luna august 2015, spațiul dedicat Filmului de Artă s-a mutat în ziua de sâmbătă, la ora 22.00 (după ce până atunci era programat luni, la ora 23.00). Efectul pozitiv al schimbării s-a constatat imediat, audiența filmelor programate pe acel spațiu dublându-se. Accesul la un public mai larg, pe un spațiu de weekend, a dus la o vizibilitate mai mare a unor filme foarte valoroase, printre care un ciclu de filme rusești (exemple: „Oblomov”, „Zilele Turbinilor”, „Dramă la vânătoare”, „Tigrul alb”, „Asasinul țarului”).

### ➤ **Oportunitate achiziții**

Conform Programului de redresare economică a SRTV, adoptat prin hotărârea Consiliului de Administrație nr. 110/28.08.2012, și a strategiei generale a postului public de televiziune de reducere a cheltuielilor, volumul și categoriile de program achiziționate în anul 2015 au fost reduse.

În anul 2015, achizițiile de programe s-au limitat la câteva dintre programele necesare continuării liniilor tematice existente și care au suscitât interesul publicului (ex: filme românești, câteva ore de documentar de la ARTE din seria GEO), la un nou sezon din serialul CSI-Crime Scene Investigation (ca urmare a clauzei de commitment existente în contractul-cadru semnat în anul 2001), precum și a două seriale de la Televiziunea Publică Poloneză cu semn de avertizare AP. O altă achiziție a fost multipremiatul film documentar "Citizenfour", un documentar-eveniment, difuzat de TVR 1 în toamna anului 2015.

De asemenea, pentru a reduce și mai mult cheltuielile legate de achizițiile de programe, TVR a obținut spre difuzare cu titlu gratuit un număr important de filme, de la diferiți distribuitori români și străini - care au înțeles problemele financiare cu care se confruntă televiziunea publică și au acceptat să licențieze gratuit programe. Drept urmare, TVR 2 a difuzat în anul 2015 un număr de 270,5 de ore de programe în regim gratuit, TVR Moldova, 297 de ore, iar TVR HD a difuzat fără niciun cost de licență 295 ore în simulcast cu TVR 1 și TVR 2.

Reechilibrarea stocului realizată în cursul anului 2013 cu categoriile de programe deficitare la acel moment - lung-metrajele de ficțiune cu semne de avertizare AG și AP și filmele unor mari cineaști sau aparținând unor școli și curente cinematografice semnificative, împreună cu obținerea de difuzări gratuite - a făcut posibilă și în anul 2015 armonizarea volumului și a tipului de achiziții cu cerințele grilelor, precum și exploatarea judicioasă a acestuia, în privința raportului număr de difuzări / perioadă de licență.

Achizițiile de programe pentru canalele TVR Internațional și TVR Moldova au fost realizate din alocațiile bugetare corespunzătoare anului 2015 destinate achizițiilor de filme, documentare și animație pentru aceste posturi.

## **2.10. VALORIFICAREA ARHIVEI TVR**

Serviciul Arhiva Media și Documentare este structura responsabilă de valorificarea, vehicularea, controlul accesului, păstrarea, depozitarea și catalogarea patrimoniului arhivistic audiovizual al Televiziunii Române.

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.

În ceea ce privește utilizarea imaginilor de arhivă, Serviciul Arhiva Media și Documentare asigură constant aproximativ 25% din producția TVR, prin producțiile curente și emisiuni eveniment în care se folosesc imagini de arhivă.

În ceea ce privește exploatarea patrimoniului arhivistic audiovizual, în 2015 s-au înregistrat 465 de solicitări de imagini de arhivă ale unor terți. Veniturile din prestarea de servicii arhivistice către terți și din plata taxelor de licență pentru vânzarea imaginilor de arhivă au fost de 465.928 de lei.

66 dintre solicitările primite au fost făcute de către instituții ale statului, Serviciul Arhiva Media și Documentare oferindu-le tot sprijinul în vederea realizării proiectelor culturale. Televiziunea publică a sprijinit astfel o serie de manifestări culturale, unele cu impact internațional, precum Expoziția „Comorile României” / “Treasures of Romania”, organizată de Muzeul Național de Istorie al României în China.

De asemenea, au fost susținute, prin intermediul unor parteneriate, și o serie de acțiuni culturale internaționale ale Institutului Cultural Român. Serviciul Arhiva Media și Documentare a sprijinit Ministerul Educației și Cercetării Științifice la realizarea a două manuale digitale de istorie recentă.

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 2015 au fost refăcute și transpuse:

- 3.742 de titluri – peliculă de 16mm;
- 561 benzi magnetice MGS;

În ceea ce privește catalogarea, în 2015, s-au arhivat:

- 7.020 de titluri – peliculă de 16mm;
- 561 benzi magnetice MGS;
- 8.274 casete Beta.

În prezent, catalogul electronic al TVR cuprinde 140.754 de titluri.

Pe parcursul anului 2015, s-au digitalizat 6.650 titluri din Arhiva TVR prin resurse proprii, iar prin proiectul european EuscreenXL 10.000 de titluri, disponibile online prin portalurile [www.euscreen.eu](http://www.euscreen.eu) și pe [www.europeana.eu](http://www.europeana.eu).

Televiziunea Română, prin resurse proprii, a contribuit la obligațiile ce revin României față de proiectul Europeana cu 10.000 de titluri din totalul de 128.000 de bunuri culturale de patrimoniu prezentate de țara noastră pe portalul [www.europeana.eu](http://www.europeana.eu).

#### ➤ **Evenimente internaționale**

**Conferința Internațională “Unlocking Broadcast Archives from Eastern Europe”** (12-13 martie, București), organizată în parteneriat cu (Post)Socialist Television History Network și FIAT/IFTA (Federația Internațională a Arhivelor de Televiziune) Television Studies Commission. Evenimentul a adus împreună arhivele audiovizuale din regiune, cercetătorii care au făcut munca de pionierat pe istoria televiziunii socialiste, precum și reprezentanți din partea EBU (European Broadcasting Union), FIAT/IFTA (Federația Internațională a Arhivelor de Televiziune), dar și reprezentanți ai unor proiecte europene, cum ar fi EUscreen, Europeana 1989 și Freedom Express. La eveniment au fost prezenți peste 100 de participanți. Obiectivul principal al acestei conferințe a fost acela de a iniția discuții în vederea îmbunătățirii accesului la arhivele de televiziune și la istoria de televiziune din această zonă.

**Workshop-ul Internațional EUscreenXL “The Strategies, Guidelines and Possible Solution for Dealing with Rights Issues in the Audiovisual Field”**, organizat la București,



în perioada 17-18 septembrie 2015, în cadrul proiectului european de cercetare în domeniul patrimoniului cultural audiovizual EuscreenXL, finanțat de Comisia Europeană prin programul Horizont 2020.

## **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. Jurnaliștii și personalul de specialitate au obligația să relateze nedistorsionat evenimentele și opiniile și să determine crearea de puncte de vedere în societate.**

În anul 2015, 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.

#### **➤ Activitate editorială**

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

- Credibilitatea și independența editorială
- Calitatea produselor jurnalistice

- Performanța în audiențe
- Universalitatea, imparțialitatea, acuratețea și diferențierea

Aceste imperative s-au asigurat prin programarea inteligentă și eficace 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;

Zilnic, echipele Direcției Știri au urmărit și transmis cele mai importante momente ale agendei publice care, în funcție de relevanță, au fost difuzate pe TVR News în ediții speciale, momentele cele mai importante fiind preluate în direct de Telejurnalele TVR 1 și TVR 2 sau în regim de *breaking news* pe TVR 1.

În 2015 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. Prin alternanță, 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 2015, acest obiectiv a continuat să fie transpus printr-o programare combinată de flux și de stoc pe TVR 1, TVR 2 și TVR News (până la 1 august, data la care postul a fost închis). Au fost introduse emisiuni noi, concomitent cu dezvoltarea producțiilor consacrate.

- **Telejurnal 20.00** este principalul program informativ al TVR, integrat politicii editoriale a emisiunilor informative. În cadrul programului au fost susținute duplexuri, transmisiuni 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 continuat să fie permanent îmbunătățit, pe de o parte prin responsabilizarea jurnaliștilor de teren și a echipelor de editare, pe de altă parte prin

atragera de personal nou, din generația tânără, pentru stimularea competiției interne. A fost stimulată o mobilitate crescută a echipelor de teren.

Elementele grafice utilizate au fost permanent îmbunătățite, deși resursele tehnice și umane aflate la dispoziția Colectivului grafică sunt reduse. Audiența programului a reconfirmat evoluția discursului jurnalistic și imagistic și statutul Telejurnalului 20.00 de pilon al stației.

În anul 2015, Telejurnalul 20 a avut 365 de ediții, însumând 15.308 minute de difuzare.

#### ➤ **Talk-show**

Începând cu luna octombrie 2015, Direcția Știri a realizat noi producții de tip talk-show, inclusiv prin preluarea unor emisiuni care erau produse de canalul TVR 1, emisiuni în care au fost dezbătute evenimentele ce au figurat în buletinele de știri, dar și subiecte din domeniile economic, social, cultural, insuficient abordate de media. Astfel: „Vorbesc liber”, 50 de ediții, însumând 2.762 minute de difuzare; „Prim plan”, 10 ediții însumând, 390 minute de difuzare; „Foc încrucișat”, 15 ediții, însumând 731 minute de difuzare; „Cultura”, 9 ediții, însumând 358 minute de difuzare; „Expres economic”, 8 ediții, însumând 314 minute de difuzare.

#### ➤ **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.

- „Poveștile războiului” – dedicată împlinirii a 70 de ani de la sfârșitul celui de-al doilea Război Mondial.
- „Școala reformei fără sfârșit” – și-a propus să investigheze calitatea educației, abandonul școlar, corupția din școli și universități și reforma în învățământ.
- „Pacient de România, 6 la sută pentru sănătate” a avut ca scop actualizarea Legii drepturilor pacienților și să obțină susținere pentru alocarea procentului de 6% din PIB pentru Sănătate
- "Simfonia unui destin. Împreună salvăm casa lui Enescu" – campanie pentru salvarea casei memoriale George Enescu
- „SMURD, 25 de ani” – campania a marcat aniversarea a 25 ani de la înființarea Serviciului Mobil de Urgență, Reanimare și descărcare.
- „Ei nu au nici o vină” – campanie despre refugiații din zonele de conflict, realizată în parteneriat cu fundația „World Vision România”, având ca scop ajutorarea familiilor de refugiați.

- "Ambasador fără graniță. Români de succes" a adus în prim plan poveștile unor români care au reușit în altă țară, dar nu și-au uitat locurile natale și nu ezită să le promoveze.
- „Comoara verde dintre blocuri – Delta Văcărești” - campanie de salvare a Deltei Văcărești și de declarare a zonei rezervație naturală.
- „DTT – tranziție de la analogic la digital” - campanie de informare despre trecerea la emisia Tv digitală.
- „25 de ani de la mineriadă” - rememorarea, după 25 de ani, a evenimentelor din 13 – 15 iunie 1990 și o analiză a importanței evenimentului în parcursul ulterior al țării, a misterului dosarului primei mineriade, a rolului personajelor-cheie, a implicării serviciilor în propagandă și a rolului presei

#### ➤ **Reportaje și interviuri**

Direcția Știri a continuat realizarea produselor sale premium, „Reportajele” și „Interviurile Telejurnalului”. Pe parcursul anului au fost difuzate peste 80 de materiale exclusive, adică 1065 de minute.

#### ➤ **TVR NEWS**

Televiziunea Română a lansat, pe 15 noiembrie 2012, canalul de informație TVR News, 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. Până în luna august 2015, când canalul a fost închis, s-a avut în vedere transformarea progresivă a concepției editoriale a TVR News prin dezvoltarea unui segment important de producții proprii.

Programele zilnice TVR News au inclus producții proprii TVR: preluări ale emisiunilor informative realizate de Direcția Știri pentru TVR 1 și TVR 2 (Telejurnal Matinal, Telejurnal 20.00, Ora de Știri, Telejurnal 19.00 în simulcast cu TVR Moldova, ediții speciale și breaking news, Reportajele și Interviurile Telejurnalului).

Profilul canalului TVR News a integrat doi piloni de conținut generic: programele preluate de la Euronews în cadrul parteneriatului existent și transmisiunile în direct și jurnalele din actualitatea internă. Direcția Știri a alocat pentru TVR News personal editorial și resurse de producție, astfel încât să nu fie afectată realizarea celorlalte emisiuni informative și să se încadreze în buget, care nu prevedea un capitol aferent pentru TVR News.

În perioada 4 ianuarie 2015 – 31 iulie 2015, au fost realizate și difuzate 369 ediții speciale, respectiv 8.463 minute de emisie.

#### ➤ **Telejurnal TVR Moldova**

Organizarea unui colectiv editorial puternic în Republica Moldova și dezvoltarea Telejurnalelor destinate publicului de peste Prut au fost printre principalele provocări ale anului 2015.

Telejurnalul Moldova a fost lansat la ora 19.00, pe 1 noiembrie 2014, printr-o transmisiune simulcast pe TVR (Moldova), TVR 1, TVR News și TVR Internațional. Emisiunea s-a impus cu rapiditate pe ambele maluri ale Prutului. Direcția Știri a alocat și alocă echipe, atât la Chișinău, cât și la București, pentru a asigura realizarea unor materiale de calitate. În anul 2015 au fost realizate sute de interviuri, reportaje și transmisiuni live. O valoare adăugată semnificativă pentru Telejurnalul Moldova a fost adusă de utilizarea imaginilor Reuters, având în vedere că, începând cu 2015, au fost obținute drepturile de difuzare în aceeași valoare a contractului de furnizare flux video încheiat pentru teritoriul național.

Spațiul Telejurnalului principal a crescut la o oră. Au mai fost lansate două Telejurnale, la 13.00 și 17.00 și o emisiune de dezbatere, la ora 21.00. În total, au fost difuzate 403 ediții de telejurnale și emisiuni, însumând 12.739 minute, 60 de ediții speciale și de breaking news, cu o durată de 2.765 de minute.

➤ **Resurse tehnice și artistice utilizate pentru programele de știri**

Realizarea emisiunilor informative necesită o infrastructură proprie de producție, organizată pe compartimente: imagine, montaj, grafică, organizare producție, transport, emisie, ingest, gestionare server și asistență tehnică.

Logistica se completează cu resurse atrase din cadrul altor compartimente ale SRTv, fiind utilizate echipele de DSNG, jurnalistică electronică și care de producție pentru transmisiuni în direct.

Trei studiouri sunt dedicate programelor de știri și dezbateri, echipele de producție fiind alocate de alte departamentele ale TVR, sub îndrumarea regizorilor de emisie specializați.

Gestionarea resurselor de producție este realizată în acord cu solicitările editoriale, prin asigurarea unei programări eficiente și funcționale a resurselor umane și materiale disponibile.

➤ Audiențe

Channel	Audiențe Title	Broadcasts	Național			
			Rtg[000]	Rtg%	Share	TBIndex%
<b>TVR 1</b>		<b>1.573</b>	<b>241</b>	<b>1,3</b>	<b>4,6</b>	<b>136,5</b>
	70 de ani de pace. Poveștile războiului – Telegurnal 20.00	25	484	2,6	5,5	136,4
	70 de ani de pace. Poveștile războiului – Telegurnal matinal	10	108	0,6	3,6	134,5
	Ambasador fără granițe, români de succes – Telegurnal 14.00	1	156	0,8	4,1	126,6
	Ambasador fără granițe, români de succes – Telegurnal 20.00	15	519	2,8	5,3	145,8
	Ambasador fără granițe, români de succes – Telegurnal matina	11	122	0,7	4	115,4
	Breaking News	167	210	1,1	3,9	106,3
	Ei nu au nicio vină! – Telegurnal 14.00	2	198	1,1	4,4	139,6
	Ei nu au nicio vină! – Telegurnal 20.00	8	596	3,2	6	149,1
	Ei nu au nicio vină! – Telegurnal matinal	4	168	0,9	5,3	137,8
	Foc încrucișat	38	288	1,6	5	110,9
	În căutarea adevarului – Telegurnal 20.00	4	600	3,3	5,5	213,6
	În căutarea adevarului – Telegurnal matinal	1	102	0,6	3,1	110,8
	Pacient de România – Telegurnal 14.00	1	183	1	5,5	213,7
	Pacient de România – Telegurnal 20.00	23	547	3	6,4	191,9
	Pacient de România – Telegurnal matinal	18	87	0,5	3,7	112,2
	Reportaje – Telegurnal 20.00	25	405	2,2	4,8	136,6
	România trece la digital – Telegurnal 14.00	3	144	0,8	3,6	112,9
	România trece la digital – Telegurnal 20.00	3	370	2	5,4	171,5
	România trece la digital – Telegurnal matinal	4	96	0,5	3,8	115,2
	Telegurnal – Interviu	26	326	1,8	3,4	79,2
	Telegurnal – Reportaje și Interviu	17	299	1,6	3,4	91,7
	Telegurnal 14.00	360	197	1,1	4,4	129,8
	Telegurnal 20.00	365	450	2,4	5,3	153,9
	Telegurnal matinal	442	100	0,5	3,6	116,8

Channel	Audiențe Title	Broadcasts	Național			
			Rtg[000]	Rtg%	Share	TBIndex%
<b>TVR 2</b>		<b>939</b>	<b>94</b>	<b>0,5</b>	<b>1,5</b>	<b>125,1</b>
	Ambasador fără granițe, români de succes – Telegurnal 14.00	1	40	0,2	1	128,3
	Ambasador fără granițe, români de succes – Telegurnal 18.00	2	66	0,4	0,9	108,4
	Breaking News	88	67	0,4	1,1	129,4
	Ora de știri	233	132	0,7	1,6	140,0
	Pacient de România – La fix	1	18	0,1	0,7	75,6
	Pacient de România – Telegurnal 14.00	1	25	0,1	0,8	101,3
	România trece la digital – Ora de știri	2	131	0,7	1,6	131,3
	România trece la digital – Telegurnal 14.00	3	54	0,3	1,3	131,3
	România trece la digital – Telegurnal 18.00	1	92	0,5	1,8	126,0
	Telegurnal 14.00	253	53	0,3	1,2	107,4
	Telegurnal 18.00	354	96	0,5	1,5	113,6

## 2.11.2. PROGRAME SPORTIVE

Anul 2015 a însemnat, pentru Departamentul Emisiuni și Știri Sportive (DESS) și pentru TVR, un an cu importante competiții, chiar în condițiile în care, din motive economice, nu s-au mai achiziționat evenimente sportive de interes major, cu excepția meciurilor de fotbal din Liga 1. Totalul producțiilor s-a ridicat la 1.781 de transmisiuni, emisiuni și jurnale, însumând 31.710 minute, adică o medie zilnică de aproape 90 de minute.

### ➤ Transmisiuni

În 2015, s-au transmis evenimente din 14 sporturi (patinaj, fotbal, canotaj, caiac-canoe, gimnastică artistică, gimnastică ritmică, rugby, schi, călărie, box, baschet, scrimă, tenis, badminton), competiții sportive de toate categoriile: Campionate Mondiale, Campionate Europene, Campionate Naționale, preliminarii, meciuri amicale, concursuri regionale.

Cele mai productive din punctul de vedere al audienței au fost meciurile de calificare ale Naționalei de fotbal pentru Campionatul European 2016, 12,8 rating și 26 share în medie pentru cele 6 partide.

Sporturile de referință pentru TVR și pentru România rămân, ca popularitate, audiență și brand, fotbalul, gimnastica artistică, handbalul feminin, tenisul, patinajul artistic și rugbyul.

Din păcate, anul 2015 este ultimul în care TVR a transmis trei evenimente brand: Cupa Davis la tenis și competițiile de patinaj artistic, Campionate Mondiale și Campionate Europene, ambele pierdute din cauza problemelor financiare.

2015 a însemnat revenirea, după o pauză de 9 ani, a Ligii 1, TVR difuzând 14 meciuri, pe TVR 1, TVR HD și TVR Moldova. Partidele au înregistrat un rating mediu de 1.9 pe targetul național.

În lipsa unui Consiliu de Administrație care ar fi putut să aprobe încheierea unui contract multianual, Televiziunea Română a pierdut posibilitatea de a transmite pe mai departe întâlnirile din Liga 1. Această situație a generat daune de imagine instituției, întreruperea transmisiunilor fiind sancționată de publicurile TVR în social media, pe bloguri și în media mainstream.

TVR rămâne în prim-plan cu transmisiunile sportive ale competițiilor de mare anvergură, care, în ciuda costurilor mari, aduc audiență, acoperă multe ore de transmisie în perioade în care instituția nu are resurse pentru realizarea de emisiuni complexe, în special vara, și respectă misiunea televiziunii publice. De asemenea, sunt apreciate și competițiile internaționale în care există sportivi români cu șanse la medalii (gimnastică artistică, rugby, canotaj, tenis, box) și cele din sporturile transmise cu regularitate de TVR (gimnastică ritmică, înot).

**Situația transmisiunilor sportive în 2015, general:**

<b>Competiție/transmisie</b>	<b>Sport</b>	<b>Difuzare</b>	<b>Durață-minute</b>	<b>Rating</b>	<b>Share</b>
Preliminarii CE	Fotbal	TVR 1	656	12,8	27,2
Preliminarii CE studio	Fotbal	TVR 1	348	3	8
Champions League	Fotbal	TVR 1	1.052	2,1	5,1
Liga 1	Fotbal	TVR 1	1.561	1,9	4,1
Retrospective	Sporturi	TVR 1	88	1,5	3,8
Campionat European	Patinaj artistic	TVR 1	937	1,5	3,6
Prelim. CE-rezumate	Fotbal	TVR 1	195	1,4	9,1
Meci test	Rugby	TVR 1	116	1,2	2,8
Champions League-studio	Fotbal	TVR 1	282	1,1	2,2
Cupa Davis	Tenis	TVR 1	760	1	3,9
Prelim CM - tragere la sorți	Fotbal	TVR 1	120	1	3,7
Campionat European	Gimnastică artistică	TVR 1	588	1	3,4
Repriza a treia	Fotbal	TVR 1	404	1	2,2
Cupa Davis	Tenis	TVR 2	761	0,9	2,4
Cupa Mondială	Sărituri cu schiurile	TVR 2	238	0,9	2,2
Transylvania Show	Călărie	TVR 1	180	0,8	3,1
Campionat Național	Gimnastică artistică	TVR 1	447	0,8	3
Beobasket Stars	Baschet	TVR 1	151	0,8	1,8
Liga 1	Fotbal	TVR 2	114	0,8	1,6
Magazin UCL	Fotbal	TVR 1	389	0,7	3,3
Magazin CM 18	Fotbal	TVR 1	96	0,7	2,2
Cupa Europei	Rugby	TVR 1	319	0,7	2
Campionat European	Gimnastică ritmică	TVR 2	491	0,7	1,9
Campionat Mondial	Gimnastică ritmică	TVR 2	1.135	0,7	1,7
UCL rezumate	Fotbal	TVR 1	245	0,6	3,9
Campionat Mondial	Canotaj	TVR 1	301	0,6	2,7
Documentar Ungaria	Fotbal	TVR 1	48	0,6	2,6
Campionat Mondial	Biatlon de vară	TVR 1	250	0,6	2,3
Cupa Mondială	Gimnastică ritmică	TVR 2	526	0,6	2
Transylvania Show-	Călărie	TVR 1	47	0,5	2,7



rezumat					
Campionat Mondial	Patinaj	TVR 2	1273	0,5	2,1
Campionat European	Canotaj	TVR 2	207	0,5	1,8
„Ieri-Azi-Mâine”	Diferite sporturi	TVR 2	676	0,5	1,8
Meci test-studio	Rugby	TVR 1	16	0,5	1,5
Amical	Futsal	TVR 1	57	0,5	1,4
Meci internațional disputat de L.Bute	Box	TVR 1	45	0,4	7,9
Campionat Mondial	Gimnastică ritmică	TVR 2	538	0,4	2
CM al cluburilor	Fotbal	TVR 2	669	0,4	1,8
„Replay”	Fotbal	TVR 2	1.086	0,4	1
„Centura de Aur”	Box	TVR 2	281	0,3	1,2
Concurs Internațional	Călărie	TVR 2	217	0,3	1,2
Campionat European	Badminton	TVR 2	253	0,2	1,2
Campionat European	Caiac-canoe tineret	TVR 2	238	0,2	1,2
Campionat Național	Scrimă	TVR 1	72	0,2	0,9
Superliga	Rugby	TVR 2	1.860	0,2	0,9
IRB Nations Cup	Rugby	TVR 2	566	0,2	0,7
Meci amical	Rugby	TVR 2	118	0,2	0,5
CE preliminarii	Baschet	TVR 2	234	0,2	0,4
Cupa Regelui	Rugby	TVR 2	114	0,1	0,3
Cupa României	Rugby	TVR 2	360	0,1	0,3

#### ➤ Emisiuni și producții proprii

Cele mai importante producții ale Departamentului Emisiuni și Știri Sportive, realizate în direct, au fost *studiourile* de la meciurile de fotbal ale Naționalei (11 ediții), de la partidele Champions League (9 ediții) și emisiunea „Repriza a treia” (12 ediții, 1 rating și 2,2 share).

La capitolul publicistică sportivă, TVR a difuzat retrospective sportive - cu audiențe bune, emisiunea „Replay” și programul „Ieri, azi, mâine”, care a conținut și un segmentul alocat sportului.

#### Situația emisiunilor și producțiilor proprii în 2015:

Emisiune, producție	Sport	Difuzare	Durată-minute	Rating	Share
Prelim CE-studio	Fotbal	TVR 1	348	3	8
Retrospective	Sporturi	TVR 1	88	1,5	3,8
Prelimin CE-rezumat	Fotbal	TVR 1	195	1,4	9,1
Ch League-studio	Fotbal	TVR 1	282	1,1	2,2

Repriza a treia	Fotbal	TVR 1	404	1	2,2
Documentar Ungaria	Fotbal	TVR 1	48	0,6	2,6
„Ieri-Azi-Mâine”	Sporturi	TVR 2	676	0,5	1,8
„Replay”	Fotbal	TVR 2	1.086	0,4	1

### ➤ **Jurnale**

Volumul cel mai mare de activitate pentru DESS a fost alocat jurnalelor de știri sportive, care au avut o pondere de 31,5% din totalul producțiilor. Chiar în condițiile foarte dificile ale activității curente (lipsa drepturilor de difuzare pentru toate sporturile de echipă, cu excepția rugbyului, scăderea dramatică a deplasărilor externe la evenimentele importante, restrângerea drastică a activității salariaților în zilele de sâmbătă și duminică din cauza bugetului restrâns, tocmai zilele în care e cea mai mare densitate de evenimente sportive, dotarea tehnică la limita supraviețuirii etc), DESS a produs știri de calitate, echilibrate și corecte, iar audiențele jurnalelor sportive au rămas în fruntea programelor TVR, cu creșteri semnificative în toamna anului 2015. Mutarea principalului jurnal sportiv de la 19.45 la 20.40, la finalul Telejurnalului, a adus o creștere de rating, dar a afectat numărul de minute.

Jurnale TVR în 2015: 9.977 minute, o medie de 27 de minute și jumătate pe zi

Jurnal	Difuzare	Ediții	Durață-minute	Rating	Share
Telejurnal 19.40/20.40	TVR 1	359	4.401	1,3	3
Telejurnal 14.00	TVR 1	353	1.981	0,7	3
Matinal	TVR 1	218	1.136	0,5	3,7
Ora de știri	TVR 2	231	657	0,5	1,3
Telejurnal 18.00	TVR 2	351	1.802	0,5	1,2

## CAPITOLUL 3. DEZVOLTAREA ONLINE ȘI A PRODUCȚIEI DE ÎNALTĂ DEFINIȚIE

### 3.1. SITE-URILE TVR

Serviciul Conținut Digital, structură creată în urma reorganizării activităților din TVR de la finalul anului 2012 și începutul anului 2013, face parte din Direcția Programe și gestionează site-urile TVR, cu excepția portalului de știri.

Serviciul cuprinde trei zone distincte de activitate: Online, Teletext și TVR HD, în conformitate cu tendința generală de dezvoltare de pe piața media.

În online, Televiziunea Română deține trei mari proiecte:

- Un portal video cu înregistrările emisiunilor din grilele curente – tvrplus.ro - gestionat de Serviciul Conținut Digital
- Un pachet de 11 site-uri de canale, cu scopul de a promova producțiile și vedetele TVR – tvr.ro - gestionat de Serviciul Conținut Digital împreună cu Departamentul de Marketing și PR
- Un site de știri – stiri.tvr.ro - gestionat de Direcția Știri

Pe lângă acestea, an de an, Televiziunea Română derulează două proiecte speciale în online, dedicate celui mai popular concurs european de muzică – Eurovision (eurovision.tvr.ro) și celui mai titrat festival de muzică clasică din țară – Festivalul George Enescu (enescu.tvr.ro). Festivalul George Enescu are loc o dată la doi ani, iar în anii în care nu are loc festivalul se organizează Concursul George Enescu, și el reflectat în mediul online.

În dezvoltarea acestor proiecte (mai ales TVR+ și TVR.RO), s-a plecat de la obiectivul de a crea rețele de distribuție a conținutului video existent și de a genera conținut exclusiv online.

#### ➤ **TVR+**

Este portalul video al TVR, lansat în iunie 2012, care conține 140 de emisiuni din grila curentă, dar și documentare, emisiuni eveniment, concerte, teatru TV și filme (în măsura în care avem drepturi de difuzare online) și care cuprinde *11 live streamuri* pentru fiecare canal în parte;

Portalul, dezvoltat în parteneriat cu DirectOne, a fost recompensat cu Premiul II, în septembrie 2012, la finala Webstock Awards din acel an.

În martie 2014, au fost lansate și aplicațiile de mobil și tabletă (pentru platformele IOS și Android). **În 2015, tvrplus.ro a înregistrat peste 2 milioane de vizitatori unici și aproape 15 milioane de afișări.** De asemenea, pagina de Facebook a TVR+ are peste 23.000 de fani.

➤ **TVR.RO**

Pachetul TVR.RO a fost relansat pe 1 noiembrie 2013, într-un format dinamic, care să răspundă nevoilor de promovare online a tuturor canalelor instituției și conține site-uri de canale, având ca scop promovarea emisiunilor, vedetelor și conținutului fiecărui canal TVR, inclusiv cele teritoriale, cu trimiteri directe către arhiva video din portalul TVR+.

În prima pagină – tvr.ro – în meniul principal se regăsește și partea de Comunicare Corporate, în timp ce site-urile canalelor regionale (Timișoara, Cluj, Iași, Craiova, Mureș) sunt administrate local de câte un content manager.

O altă componentă importantă a pachetului TVR.RO este programul TV (EPG) interactiv, generat automat de editorii de program ai fiecărui canal în parte.

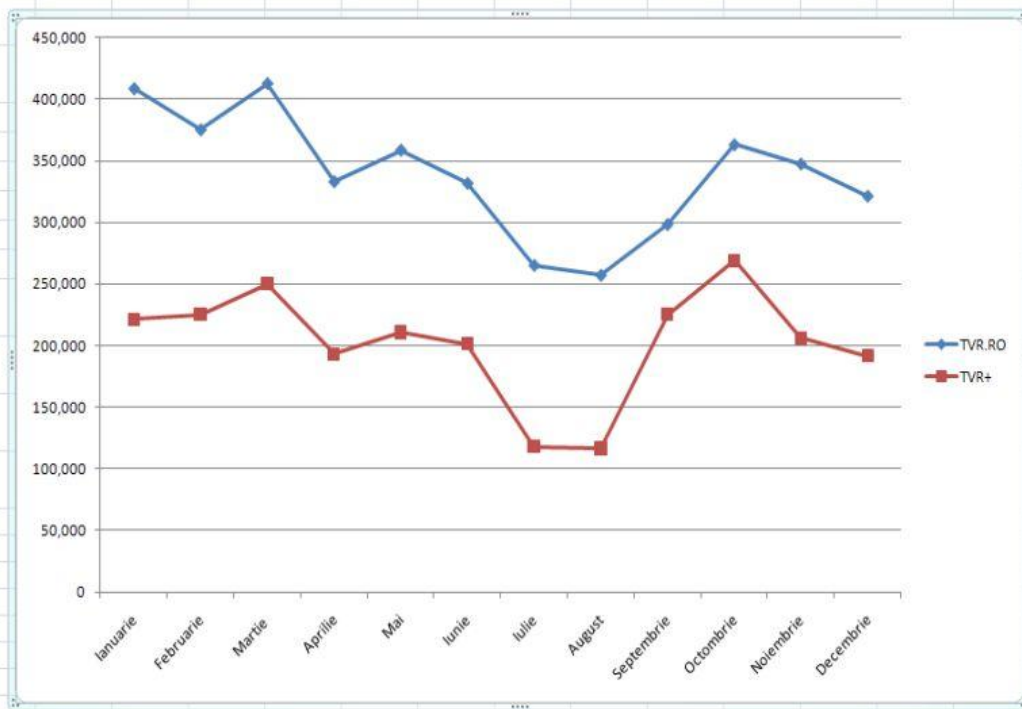
În 2015 pe tvr.ro s-au înregistrat aproape 3,7 milioane de vizitatori unici și aproape 10 milioane de afișări, iar pe Facebook, cele mai populare pagini sunt ale canalelor TVR 1 și TVR 2. TVR 1 are aproape 185.000 de fani, iar TVR 2 aproape 107.000 de fani.

➤ **Proiecte speciale recurente**

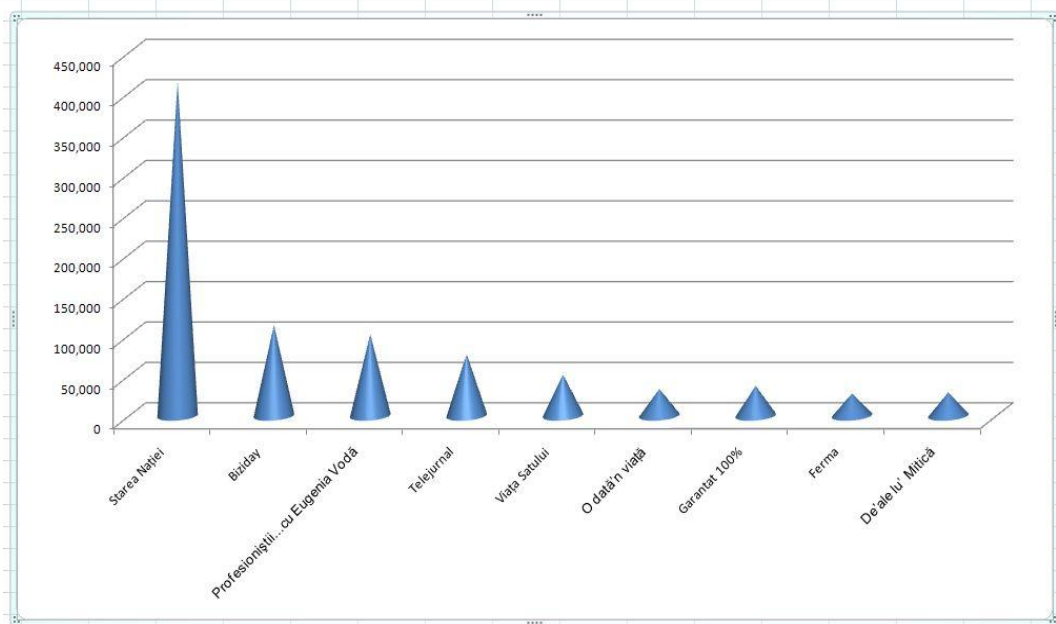
*Eurovision (eurovision.tvr.ro)* - un proiect lansat prima dată în urmă cu 11 ani și care cuprinde principalele știri și informații despre competiția Eurovision (și selecțiile inițiale), dar și live stream și conținut video.

*Festivalul Enescu (enescu.tvr.ro)* - un proiect online care se face o dată la doi ani (prima dată a fost lansat în 2009) și cuprinde articole și informații despre Festivalul Enescu, știri, programul zilnic, interviuri, postări de blog despre eveniment.

**Traficul total pe TVR+ și TVR.RO în 2015**  
**- Vizitatori unici -**



**Cele mai urmărite emisiuni în 2015 pe TVR+**  
**-Vizitatori unici -**



**Traficul total în 2015 pe toate site-urile gestionate de Serviciul Conținut Digital  
-Vizitatori unici-**

<b>Traficul total – vizitatori unici</b>					
	TVR.RO	TVR+	enescu.tvr.ro	eurovision.tvr.ro	Total
Ianuarie	408.645	221.372	393	2.648	<b>633.058</b>
Februarie	375.284	225.112	333	37.336	<b>638.065</b>
Martie	412.802	250.197	319	54.916	<b>718.234</b>
Aprilie	333.222	193.207	276	7.989	<b>534.694</b>
Mai	358.743	210.488	276	54.500	<b>624.007</b>
Iunie	331.896	201.341	228	2.057	<b>535.522</b>
Iulie	265.330	118.032	207	584	<b>384.153</b>
August	257.250	116.348	7.114	549	<b>381.261</b>
Septembrie	298.447	225.331	22.488*	589	<b>546.855</b>
Octombrie	363.123	268.968	1.162	712	<b>633.965</b>
Noiembrie	347.492	206.082	670	701	<b>554.945</b>
Decembrie	321.410	191.681	566	967	<b>514.624</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3.690.589</b>	<b>2.051.295</b>	<b>31.492</b>	<b>153.845</b>	<b>5.927.221</b>

Festivalul Enescu a avut loc în perioada 30 august – 28 septembrie 2015.

**Traficul total în 2015 pe toate site-urile din pachetul TVR.RO  
-Vizitatori unici-**

Luna	TVR 1	TVR 2	TVR 3	TVR Internațional	TVR HD	TVR Cluj	TVR Craiova	TVR Iași	TVR Mureș	TVR Timișoara	TVR pagina principală
Ian.	43,253	24,028	5,560	16,961	3,704	3,213	2,451	5,220	565	4,969	127,392
Feb.	47,663	19,087	3,722	10,702	3,560	3,113	2,674	4,529	1,091	5,845	117,878
Mart.	45,654	21,664	4,223	10,584	3,751	2,670	2,571	4,397	650	6,568	137,794
Apr.	34,672	22,230	4,818	9,286	3,053	2,838	1,952	3,536	619	8,308	102,907
Mai	39,881	23,742	3,219	10,517	3,656	2,374	1,735	3,575	666	7,935	122,249
Iun.	37,841	16,901	3,598	9,382	3,610	2,449	2,066	2,875	556	5,826	119,688
Iul.	27,664	14,969	2,277	7,978	2,098	1,742	1,635	2,767	382	4,034	77,668
Aug.	26,625	15,109	2,935	7,610	2,509	1,618	1,503	3,705	401	2,699	80,804
Sept.	36,655	12,393	3,402	7,051	4,118	1,525	1,401	2,850	399	2,900	125,347
OcT.	46,441	18,496	3,830	11,422	5,573	2,200	1,971	3,770	601	5,361	128,972
Nov.	48,451	19,267	3,998	11,039	2,792	2,326	2,179	4,148	712	4,934	109,447
Dec.	47,907	22,605	4,957	13,061	3,218	2,182	1,967	4,207	665	5,260	117,993
Total	<b>424,227</b>	<b>209,114</b>	<b>43,474</b>	<b>114,824</b>	<b>39,676</b>	<b>26,868</b>	<b>22,740</b>	<b>42,360</b>	<b>6,951</b>	<b>59,768</b>	<b>1,270,542</b>

Sursa: Serviciul Conținut Digital

Față de 2014, site-urile Televiziunii Române au înregistrat, în 2015, o ușoară scădere la nivel de trafic, pe fondul lipsei unor vârfuri de audiență și a unor programe populare de tipul Campionatului Mondial de Fotbal din Brazilia.

Pe tvrplus.ro, cele mai urmărite emisiuni în 2015 au fost „Starea Nației”, cu 414.882 de vizitatori unici, urmată de „Biziday”, cu 112.280 de unici și „Profesioniștii”, cu 100.824 de unici. Următoarele emisiuni în topul vizualizărilor au fost: Telegazeta (76.204 de vizitatori unici), „Viața Satului” (50.960), „O dată'n viață” (33.077), „Garantat 100%” (36.883), „Ferma” (27.499), „De'ale lu' Mitică” (28.957).

În concluzie, numărul vizitatorilor de pe site-urile TVR crește în strânsă legătură cu evenimentele și programele difuzate. O grilă bogată generează automat creșteri de trafic.

### **3.2. TVR HD**

TVR HD a început să emită în iunie 2008, cu ocazia Campionatului European de Fotbal Euro 2008, și a funcționat ca un canal experimental 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. Canalul HD al Televiziunii Române are propria grilă de programe și emite în regim 24/7.

Programele transmise de TVR HD în 2015 pot fi împărțite în opt categorii:

#### **1. transmisiuni în direct sau înregistrate de la evenimente externe:**

- ✓ competiții sportive: Campionatele Europene și Mondiale de Patinaj Artistic, Campionatele Europene de Atletism, Cupa Davis (Sibiu), Fotbal - Preliminariile EURO 2016, Campionatele Naționale, Europene și Mondiale de Gimnastică Artistică, Campionatele Europene și Mondiale de Canotaj, Campionatele Naționale de Scrimă, Fotbal - Liga 1 etc.
- ✓ concerte: Concertul de la Palatul Schonbrunn.

#### **2. programe achiziționate:**

- ✓ seriale
- ✓ filme
- ✓ documentare: „360- GEO”, „Wild Carpathia”, „Rugăciunea din zid”.
- ✓ concerte: Concertul de Anul Nou de la Viena, Concert – „Iarna magică”, Concert „Bon anniversaire Monsieur Chopin”.

**3. transmisiuni în simulcast cu alte canale TVR:** Eurovision 2015 (semifinale, finala națională, finala internațională), Credo: ediție specială - „ Slujba de Înviere”, „Slujba de Crăciun”, „Urbi et Orbi” etc.

**4. producții realizate în regim „in house”, preluate de la alte canale TVR:** „Nocturne”, „Garantat 100%”, „Zonă IT”, „Rezistența prin cultură”, „Cap compas”, „A

doua emigrare”, „Mic dejun cu un campion”, „Cealaltă Românie”, „Exodul mamelor”, Revelation etc.

**5. producții externe preluate de la alte canale TVR:** „Mașini, teste și verdicte”, „Lume, ia-mă în brațe, eu vin!” (doc.), Gala Turkishvision etc.

**6. coproducții preluate de la alte canale TVR:** Festivalul SoNoRo, „Balul vienez”, Gala Premiilor Gopo, Gala Salvați Copiii, Gala UNITER, Turneul Stradivarius etc.

**7. piese de teatru și emisiuni dedicate teatrului, preluate de la alte canale TVR:** „Vinovatul”, „Unchiul Vanea”, „Cei ce nu uită”, „Salonul 6”, „Emigranții”, „Profu' de religie”, „Femeia perfectă”, „Trei surori” etc.

#### **8. 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 cinci 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 2015 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 2015 fără buget, neavând nicio producție proprie. Conținutul grilelor TVR HD a depins de capacitatea celorlalte canale (TVR 1, TVR 2 și Studiouri Teritoriale) de a produce emisiuni HD, astfel încât să poată fi transmise în simulcast sau de sine stătător și pe TVR HD.

#### **➤ Posibilități de recepție**

##### **1. Recepția cu antenă individuală terestră**

Începând din 17 iunie 2015, România a trecut la sistemul de emisie digitală terestră a programelor de televiziune, ca urmare a semnării și asumării Acordului de la Geneva (2006), dar și a implementării strategiei naționale în acest domeniu. Chiar dacă România nu a început să asigure emisia TV terestră în format digital până la termenul limită fixat de Acordul de la Geneva, cu acordul CNA, pe lângă canalele naționale TVR 1, TVR 2, TVR 3, în standardul agreat de ANCOM – DVB-T2- se poate recepționa în acest sistem și TVR HD la nivel național.

Până în luna decembrie 2015, în sistemul digital terestru, canalul TVR HD putea fi recepționat de aproximativ 56% din populație, conform informărilor primite de la Radiocom, societatea care asigură difuzarea pe cale radioterestră a canalelor TVR.

Recepția este posibilă în următoarele condiții tehnice:

- Folosirea unui televizor cu recepție digitală, marcat cu indicativul DVB-T2 (Digital Video Broadcasting Terrestrial 2) și nu cu alte indicative precum: DVB-T, TNT, HD READY sau HD TV.



- Alternativ, poate fi folosit orice alt tip de televizor la care se poate cupla un set top box DVB – T2 (Digital Video Broadcasting Terrestrial 2), fiind necesară și achiziția unui asemenea set top box.
- Antenă clasică sau antenă pentru recepție digitală de cameră sau de exterior, dar și existența semnalului DVB-T2 Digital (Video Broadcasting Terrestrial 2) în zona de recepție.

Cu acordul ANCOM și CNA mai este posibilă și recepția în București și Sibiu, în sistemul DVB-T, iar aria de acoperire este în zona de serviciu a emițătoarelor digitale din București și Sibiu – Păltiniș.

În transmisia digitală terestră TVR HD emite necriptat.

## **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 din aria de serviciu a satelitului, interesați de programele TVR HD, posibilitatea de a-și achiziționa cartela de decriptare de la firmele partenere, agreeate 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 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.

## **4.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 rețelele de cablu, 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, prin rețeaua sa din București și orașul Voluntari, jud. Ilfov. Există și operatori mai mici care dezvoltă acest tip de transmisie.

### **6. Difuzarea TVR HD pe site-ul propriu [www.tvrplus.ro](http://www.tvrplus.ro) și [www.tvr.ro](http://www.tvr.ro)**

În 2015, livestreamul TVR HD, disponibil pe portalul video al Televiziunii Române - [www.tvrplus.ro](http://www.tvrplus.ro) - a fost urmărit de 591.380 de vizitatori unici și a înregistrat 909.893 de afișări, fiind al doilea cel mai căutat livestream, după TVR 1. Livestreamul TVR HD este georestricționat, ceea ce înseamnă că este disponibil doar pe teritoriul României.

Pentru o prezență cât mai vizibilă în mediul online, producțiile HD ale Televiziunii Române sunt promovate și pe site-ul [tvr.ro](http://tvr.ro), pe subdomeniul [tvrhd.tvr.ro](http://tvrhd.tvr.ro). Aici sunt prezentate emisiunile din grila curentă care se regăsesc în programul TVR HD și sunt încărcate, cu o frecvență zilnică, articole de promovare a invitațiilor, sumarelor, tematicilor discutate etc. Tot aici este disponibilă și informația integrată care face trimiterea la programul zilei curente de pe TVR HD, dar și la înregistrările emisiunilor din grila TVR HD care se regăsesc, ulterior difuzării, și pe [tvrplus.ro](http://tvrplus.ro).

#### **➤ Strategia și obiectivele propuse la începutul lui 2015 pentru TVR HD**

Obiectivul editorial constant al canalului TVR HD este stimularea producției de programe HD în interiorul TVR, prin difuzarea producției realizată pentru celelalte canale (TVR 1, 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.

De asemenea, TVR HD are 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. Programele sportive și documentarele de călătorie se numără printre programele favorite în preferințele telespectatorilor.

## CAPITOLUL 4: AUDIENȚE. PUBLICITATE. MARKETING

### 4.1. PIAȚA TV DIN ROMÂNIA

Piața de televiziune din România este foarte fragmentată, în condițiile în care un număr de 60 de stații de televiziune sunt monitorizate de către 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, există 2.365 de licențe audiovizuale și 730 de societăți ce dețin licențe audiovizuale.

Chiar dacă avem o mare fragmentare 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 păstrat 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 totalul bugetelor de publicitate pe întreg grupul CME. Cu toate acestea, Pro TV a înregistrat o scădere a cotei de piață de la 15,5% la 14,6%, în timp ce Antena 1 și-a păstrat poziția secundară și cota de piață (12,7%).

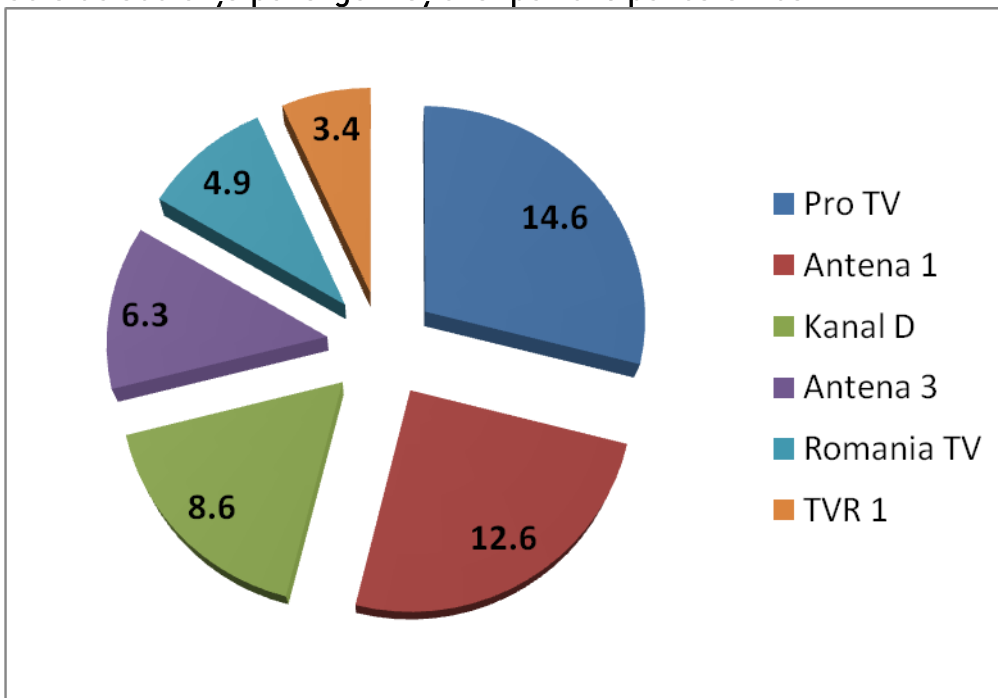
În anul 2015, evoluția pieței de televiziune a fost influențată din nou de legislație, fiind anul în care agențiile și regiile de publicitate au revenit în circuitul banilor prin prevederile Legii 181/2015 de aprobare a OUG 25/2013. Bugetele investite de clienți au fost mai mari cu 3,1% față de anul 2014, ajungând la suma de 199 milioane euro, 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 manieră clasică, în calupul de publicitate.

Premisele despre acest canal media, televiziunea, 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 stații. 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. Aceași cifră s-a menținut și în anul 2015.

În anul 2015, din punct de vedere a cotei de piață, pe primele 5 locuri s-au situat: ProTV (14,6% - înregistrând o scădere de 0,9% față de 2014); Antena1 (12,7% - înregistrând staționare față de 2014); Kanal D (8,6% - înregistrând o creștere de 1,5 % față de 2014); Antena 3 (6,3% - înregistrând o scădere de 0,4% față de anul 2014);

România TV (4.9% - înregistrând o creștere de 0,7 % față de anul 2014), menținându-și trend-ul ascendent. TVR 1 s-a situat pe locul 6 (a rămas pe aceeași poziție ca și în anul 2014), cu o cotă de piață de 3,4 (scădere de 0,4% față de 2014), iar TVR 2 pe locul 15, cu o cotă de piață de 1.3% (înregistrând o scădere de 0,5%). Datele de audiență sunt pe toată ziua, target național, conform informațiilor Kantar Media.

Cota de audiență pe target național pe 2015 pe toată ziua



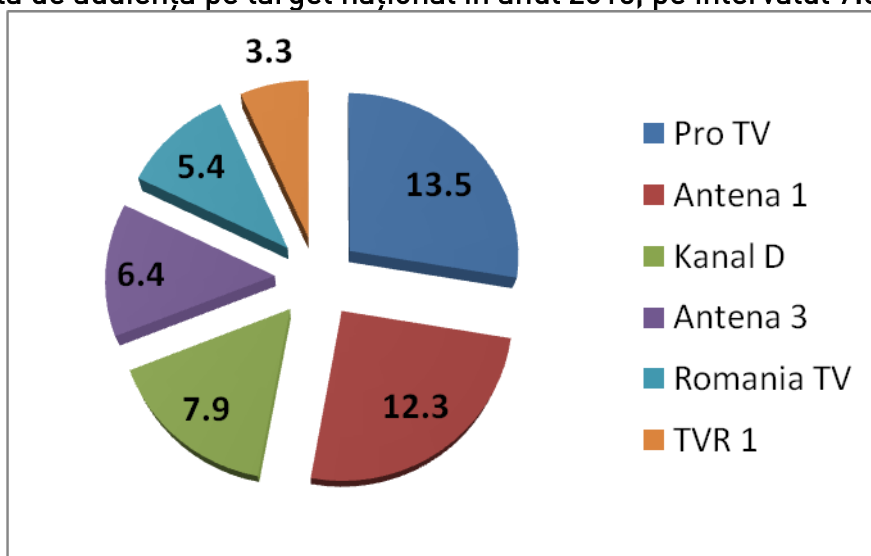
Top 20 de stații de televiziune, din punctul de vedere al cotei de audiență, target național, pe toată ziua, în anul 2015:

TOATA ZIUA		
	CANALE	2015
1	Pro TV	14.6
2	Antena 1	12.6
3	Kanal D	8.6
4	Antena 3	6.3
5	Romania TV	4.9
6	<b>TVR 1</b>	<b>3.4</b>
7	Național TV	2.7
8	Acasa	2.7
9	Prima TV	2.7
10	Antena Stars	2.1

11	B1TV	2.0
12	Disney	2.0
13	Realitatea TV	1.6
14	Cartoon Network	1.5
15	<b>TVR 2</b>	<b>1.3</b>
16	ETNO	1.2
17	Disney Junior	1.2
18	Digi 24	1.2
19	Pro Cinema	1.1
20	Boomerang	1.1

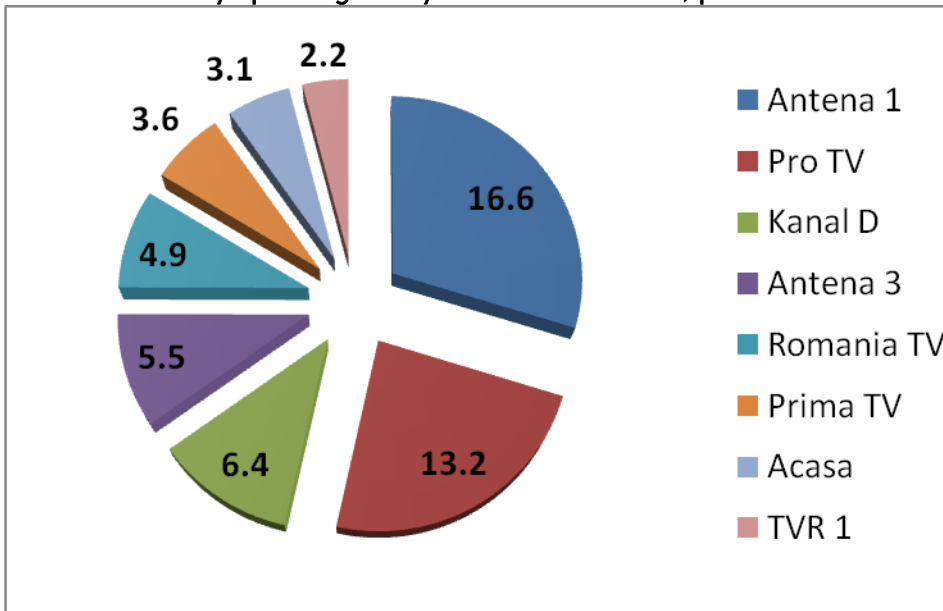
Pe tronsonul de dimineață (07 – 16), TVR 1 se află pe poziția 6, cu o cotă de piață de 3.3% (constant față de 2014), iar TVR 2 pe poziția 21, cu o cotă de piață de 1.2% (în scădere cu 0,5% față de 2014) – target național.

#### Cotă de audiență pe target național în anul 2015, pe intervalul 7.00-16.00



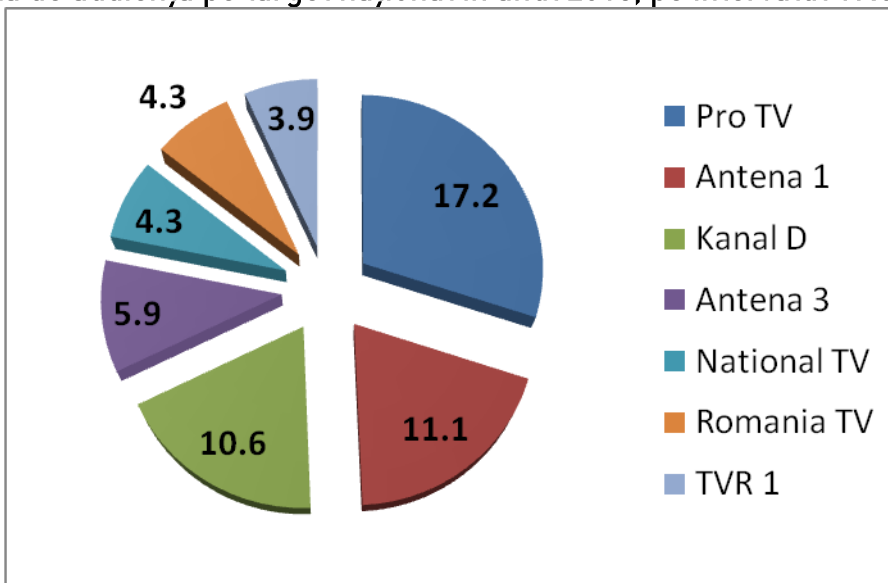
În acces PrimeTime (16 – 19), TVR 1 s-a situat în anul 2015 pe poziția 8, cu o cotă de piață de 2.2% (în scădere cu 0,2 față de 2014), iar TVR 2 pe locul 15, cu o cotă de piață de 1.5% (în scădere cu 0,3% față de anul 2014).

**Cota de audiență pe target național în anul 2015, pe intervalul 16.00-19.00**



În Prime Time (19 – 24), TVR 1 s-a situat pe locul 7, cu o cotă de piață de 3,9% (în scădere cu 0,6% față de 2014), iar TVR 2 a rămas pe locul 13, cu o cotă de piață de 1.3% (în scădere cu 0,4% față de 2014).

**Cota de audiență pe target național în anul 2015, pe intervalul 19.00-24**



Evenimente ca Eurovision Song Contest și meciurile de calificare ale echipei naționale de fotbal la turneul final al Campionatului European sunt manifestări ale căror beneficii sunt reflectate evident în share-ul de audiență, dar nu au fost de nivelul competițiilor sportive care s-au derulat în anul 2014 - Olimpiada de Iarnă sau Cupa

Mondială de Fotbal – Brazilia 2014. În cea mai mare parte, aceste evenimente prezintă perspective pozitive din punct de vedere al imaginii și aduc o creștere importantă de rating și venituri.

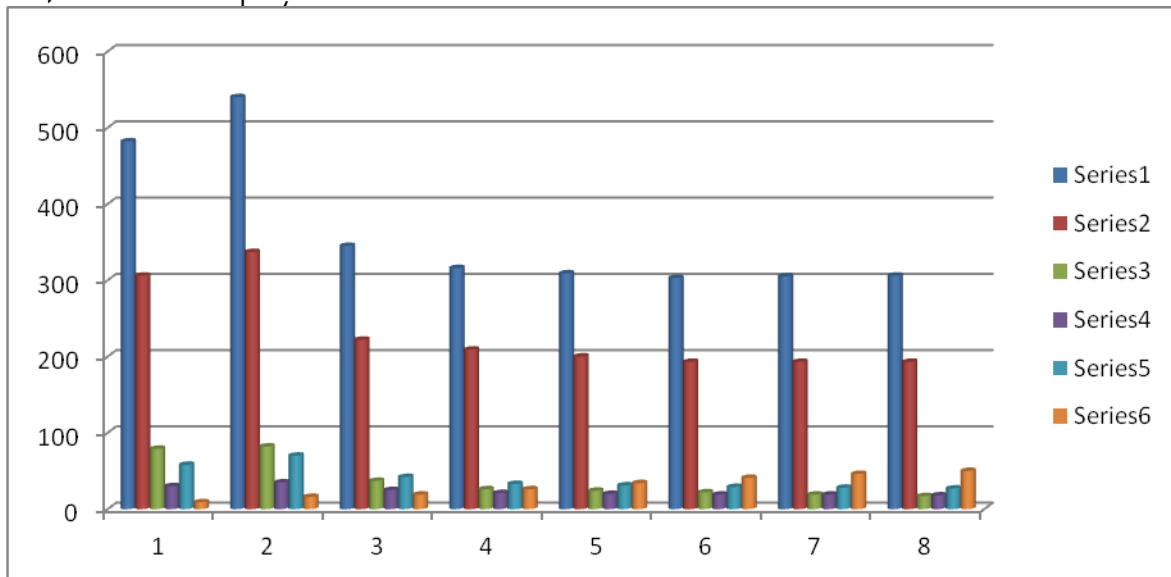
Pentru anul 2016, au fost deja contractate manifestări sportive de mare anvergură, precum Olimpiada de Vară Rio 2016 și meciurile de calificare ale echipei naționale la turneul final al Campionatului Mondial de fotbal.

Acestea sunt premise favorabile pentru recuperarea și creșterea audiențelor precum și pentru realizarea unor venituri consistente, argumentele fiind audiențele mari și prețurile ridicate ale prestațiilor publicitare.

➤ **Investițiile de publicitate pe piața din România**

Conform studiului Media Fact Book 2015, piața totală de publicitate în 2015 a fost evaluată la 315 milioane euro (în creștere cu 3% față de 2014), iar piața de publicitate pe TV a fost estimată la 199 milioane euro (în creștere cu 3,1% față de 2014). Publicitatea în presa scrisă a înregistrat o creștere de 6%, publicitatea pe radio a crescut cu 5%, iar panotajul exterior a înregistrat un salt de aproximativ 4 procente. Domeniul care și în 2015 s-a aflat în creștere a fost internetul (un plus de 10%).

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, 5.5 ore/zi în fața televizorului) și peste 60 de stații TV active măsurate, televiziunea este încă cel mai puternic canal media, cu o cotă de piață de 63%.



	Mil. Euro	TV	Print	Radio	OOH	Internet
2007	482	306	79	30	58	9
2008	540	337	82	35	70	16
2009	345	222	37	25	42	19

2010	316	209	26	21	33	26
2011	309	200	24	20	31	34
2012	303	193	22	19	29	41
2013	305	193	19	19	28	46
2014	306	193	17	18	27	50
2015	315	199	18	19	28	55

➤ **Veniturile SRTv din publicitate în anul 2015 versus anul 2014**

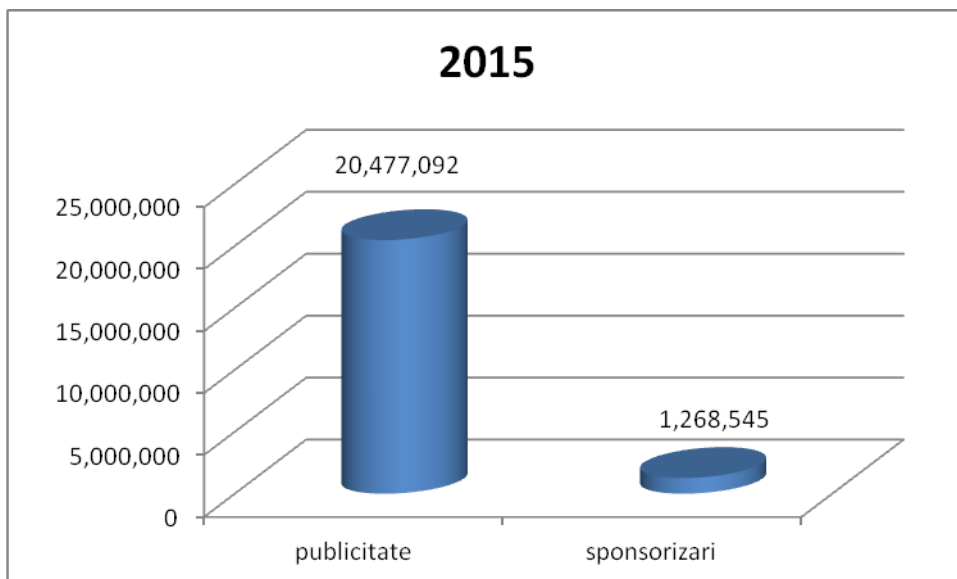
În anul 2015 veniturile din publicitate, sponsorizări și proiecte speciale au fost de 21.875.630 lei, în scădere cu 28,71% față de 2014, când veniturile SRTv au fost de 30,684,170 lei.

Scăderea a fost determinată de lipsa unor competiții sportive de anvergură pe care TVR le-a avut în anul 2014 - Olimpiada de Iarnă, Cupa Mondială de Fotbal – Brazilia 2014.

SRTV	Venituri nete 2014	Venituri nete 2015	Evoluție 2015 vs evoluție 2014
ianuarie	985,385	1,006,108	2.10%
februarie	1,225,569	1,315,981	7.38%
martie	1,726,270	1,930,301	11.82%
aprilie	2,001,527	1,900,197	-5.06%
mai	2,096,641	1,623,275	-22.58%
iunie	6,013,144	1,960,361	-67.40%
iulie	5,751,021	1,258,575	-78.12%
august	1,387,958	1,591,838	14.69%
septembrie	2,248,355	2,312,572	2.86%
octombrie	2,664,144	2,012,720	-24.45%
noiembrie	2,248,461	2,481,851	10.38%
decembrie	2,335,695	2,481,851	6.26%
<b>TOTAL AN</b>	<b>30,684,170</b>	<b>21,875,630</b>	<b>-28.71%</b>

Sumele reprezintă valoarea publicității atrase pe stațiile TVR (8 min./oră) și a sponsorizărilor.





Comparativ cu 2014, situația veniturilor în anul 2015 a avut o evoluție negativă de 28,71%.

În cadrul Serviciului de Vânzări și Parteneriate s-au dezvoltat mai multe proiecte speciale generatoare de venituri suplimentare:

- Sponsorizare „Viața Satului”
- Sponsorizare „Ferma”
- Publireportaje
- Proiect special Crăciun
- Proiect special Revelion
- Sponsorizari Eurovision
- Proiect special „Zona IT”
- Proiect special ziua de 1 Decembrie
- Proiecte special „O dată-n viață”
- Proiecte TVR Regionale
- Sponsorizare Sport
- Producții spoturi
- Sponsorizare „Vreau să fii sănătos”

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. 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 însera 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, 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.

#### 4.2.MARKETING ȘI COMUNICARE DE PRODUS

În anul 2015, 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.

Unul dintre principalele proiecte ale Departamentului Marketing și Comunicare a fost informarea privind trecerea de la sistemul analogic la sistemul digital a recepționării programelor TVR – printr-o campanie de comunicare publică și consiliere a telespectatorilor.

În România, emisia analogică terestră s-a încheiat la data de 17 iunie 2015, conform strategiei din acest domeniu adoptată de Guvernul României. După această dată, TVR a informat telespectatorii (on air, online și radio) prin ce modalități vor putea recepționa posturile TVR (în pachetul de bază, la operatorul de cablu, prin recepție directă din satelit sau prin recepție terestră, prin antenă), modalitățile tehnice de recepție prin satelit sau ce sisteme de recepție își pot achiziționa. Totodată, TVR a pus la dispoziția telespectatorilor un număr de Call Center activ non-stop, pentru 40 de zile calendaristice, oferind consiliere telespectatorilor înainte și după data de 17 iunie 2015. Campania de comunicare publică a trecerii de la sistemul analogic la cel digital și de consiliere a telespectatorilor pe acest subiect s-a desfășurat în perioada iunie-iulie 2015 pe toate posturile TVR, inclusiv studiourile teritoriale. În plus, Serviciul Comunicare, Relații Publice și Protocol a dezvoltat o secțiune pe [www.tvr.ro](http://www.tvr.ro) – Digital/Tetrestru în care se regăsesc toate informațiile necesare telespectatorilor pe acest subiect.

##### ➤ **Acțiuni de marketing-promovare TVR 1**

**Eurovision 2015** – în calitate de membru EBU, TVR participă anual la competiția **Eurovision**. 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. Campania de promovare a fost realizată în colaborare cu Serviciul Comunicare, Relații Publice și Protocol al TVR.

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 Craiova și pentru a doua oară într-un alt oraș decât Capitala (în 2014, evenimentul a avut loc la Brașov); promovarea

câștigătorilor selecției naționale (trupa Voltaj) până la momentul Viena (unde s-a desfășurat în 2015 finala Eurovision). De asemenea, s-a urmărit promovarea în presa internațională a piesei ce reprezenta România, pentru câștigarea unui număr cât mai mare de voturi, dar și promovarea fazei internaționale (la semifinalelor și finalei europene, în care România a concurat).

Pe lângă publicul străin care putea vota în finală reprezentantul României, 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](http://tvr.ro), [eurovision.tvr.ro](http://eurovision.tvr.ro), cât și pe pagina de Facebook Eurovision România).

Comunicatele de presă transmise de specialiștii PR responsabili de proiect au fost preluate 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](http://www.tvr.ro).

Din punct de vedere marketing, de la organizarea selecției naționale, până la finala internațională de la Viena, pas cu pas, evenimentul a fost promovat prin:

- comunicate de presă (peste 50), trimise către mass-media românești și din străinătate), ample materiale de presă dedicate, în publicații românești;
- prezentările fiecărui concurent din selecția națională (scurtă biografie + fotografii), publicate pe site-ul oficial, [eurovision.tvr.ro](http://eurovision.tvr.ro);
- 25 mesaje video personalizate, înregistrate pentru presa din străinătate cu membrii trupei Voltaj;
- aproximativ 100 de interviuri cu Voltaj în presa română și din străinătate, pe întreaga durată a proiectului;
- organizare conferințe de presă: București (anunțarea finaliștilor selecției naționale), Craiova (cu câștigătorii selecției naționale), aeroportul Henri Coandă (la plecarea spre Viena); conferință de presă organizată la Hotel Intercontinental, împreună cu reprezentanții Municipality Vienei la București, cu participarea reprezentanților Austriei la Eurovision și producătorului executiv Eurovision 2015;
- însoțirea delegației în Austria, pentru promovarea piesei care a reprezentat România, întâlniri cu reprezentanți ai comunității românești din Austria, jurnaliști și fani, participarea la emisiuni radio-tv și online, comunicate zilnice de presă și postarea articolelor pe [tvr.ro](http://tvr.ro) etc.;
- spoturi radio difuzate de Radio România – parteneriat cadru cu această instituție; spoturi tv – difuzate pe posturile TVR; testimoniale artiști; machete presă pentru print și online; parteneriate speciale cu Aeroportul Henri Coandă (amplasare panou foto în aeroport, de la plecarea delegației României la Viena și până după finala internațională) și cu firma „Madame Lucie”.

Pentru faza internațională a proiectului, pentru prezența la Viena a reprezentanților României au fost produse materiale promoționale (tricouri, CD-uri, memory sticks inscripționate, afișe, carnete de scris, pixuri etc.).

Promovarea s-a bazat și pe componenta online: dezvoltarea și actualizarea zilnică a site-ului dedicat Eurovision ([eurovision.tvr.ro](http://eurovision.tvr.ro), actualizat constant cu conținut),

concursuri pe pagina de Facebook Eurovision România, interacțiuni cu comunitatea de fani.

**Lansarea / întreținerea de programe noi la TVR 1:** „Gări de poveste”, seria „Adevăruri despre trecut”, „Sperconsumatorul”, „Prim-plan”, „Plusuri și minusuri”, „Hai hui”, dar și documentarele producție proprie „Torna, torna, fratre”, „Exodul. O tragedie siriană” (pentru acest documentar, realizatorul Marian Voicu a fost premiat, în decembrie 2015, la New York, cu medalia de aur la United Nations Correspondents Association - Premiile Asociației Corespondenților Organizației Națiunilor), „Bibliotecarul din iadul de gheață”, „Lume, ia-mă în brațe, eu vin!”, „Recrut pe Bricul Mircea - Jurnalul unui marș de instrucție”, „Măiastra cu arnici”, seria de reportaje „Curaj la feminin”, dar și documentare străine ca „Citizenfour” și „Puterea binelui”, serialul „Dr. House” și producția poloneză „Fără compromisuri”, precum și filmele difuzate.

De promovare susținută, atât on-air, cât și în presa scrisă și online, pe site-urile TVR și în social media, s-au bucurat **programele consacrate** ale postului: „O dată-n viață”, „Garantat 100%”, „Profesioniștii”, „Nocturne”, „Ora Regelui”, „Exclusiv în România”, „Starea nației”, „Foc încrucișat”, „Politică și delicatețuri” „Interes general”, „Dosar România”, „Viața satului”, „Vorbește liber”, „Gala umorului”.

**Programele speciale** dedicate sfârșitului de an (Crăciun și Revelion, inclusiv concertele Filarmonicii din Viena: Schonbrunn, „Concertul de Anul Nou”, Copenhaga-Helsinki), ori cele de 1 Decembrie au fost susținute prin acțiunile de promovare declinate on-air, în presa scrisă, online, social media. De menționat este și „Holocaust – 70 de ani” - proiect unic în mass-media din România, realizat de TVR Cluj. Transmisiunile live de la Auschwitz, cu ceremoniile de comemorare a 70 de ani de la eliberarea lagărului, s-au văzut la TVR 2, TVR 3, TVR Cluj, TVRi și TVR+, pe 26 și 27 ianuarie. Programe pe același subiect au putut fi urmărite și la TVR 1.

**Campanii umanitare / de interes public** ce au ca imagine vedete ale TVR: „Crucea Roșie – puncte de prim ajutor în zone izolate”, „Concert Regal Caritabil” - Fundația Principesa Margareta, „Gala Persoanelor cu Dizabilități” etc. TVR transmite, în spațiul de promovare, în regim de campanie socială, spoturi aferente acestor campanii. În 2015, SRTv a difuzat peste 200 de campanii de interes public pe stațiile sale, prin care a susținut: filmul românesc artistic și documentar, campanii culturale, sociale, umanitare, campanii de avertizare de călătorie M.A.E., campanii de educație și prevenție etc. Susținerea înseamnă difuzare de spoturi de campanie, dar și promovare editorială a acestora.

Realizarea de parteneriate, prin care TVR 1 a fost recunoscut drept **coproducător pentru diferite evenimente**: Gala APTR, Gala UNITER, „Turneul Internațional

Stradivarius 2015 – Enescu Experience”, „EuroQuizz” (împreună cu Reprezentanța CE din România), Gala Premiile Muzicale Radio România, Gala Operelor Naționale din România, Gala Inimi de români, Gala Salvați Copiii, Concert aniversar Maria Dragomiroiu, Concert „Rock Legends”, Întâlnirile JTI – spectacol dans „Akram Khan”, Festivalul Internațional de Teatru Sibiu, Festivalul „Muzici și tradiții în Cișmigiu”, „Transylvania Dragon”, „Transylvania Horse Show”, Festivalul „Ion Drăgoi”, concert folcloric „Noi suntem români”, concert colinde Baia Mare.

Pentru promovarea programelor TVR 1 au fost realizate, de-a lungul anului 2015, peste 750 de spoturi tv, peste 450 de comunicate și articole, precum și o medie de peste 25 de postări zilnice pe pagina de Facebook a postului. În funcție de necesități, emisiunile TVR 1 și spoturile TV au beneficiat de realizarea conceptului grafic, a graficii propriu-zise și montajul promo-urilor.

### ➤ **Acțiuni de marketing-promovare TVR 2**

Pentru 2015, strategia de promovare a TVR 2 a vizat în special lansarea și susținerea grilelor de primăvară și toamnă, dar și atragerea, creșterea și fidelizarea publicului interesat de cultură, artă, filme de cinematecă, teatru. Promovarea on air (pe tv), prin comunicate de presă, online și social media, dar și prin spoturi radio a vizat, în principal:

**Emisiunile noi ale grilei:** „Matinissimo”, „Bună dimineața mea”, „Arta fericirii” și „Atelierul vieții”, „A doua emigrare”, „La fix”, „Mic dejun cu un campion”, „Poveste după poveste”, ciclul de documentare „România în anii celui de-al Doilea Război Mondial”, tronsonul de filme alb-negru difuzate pe parcursul verii, de la ora 16.00, de luni până vineri;

**Emisiunile consacrate ale postului:** „Destine ca-n filme”, „D’ale lu’ Mitică”, „Omul cu chitara”, „Drumul lui Leșe”, „Arte, carte și capricii”, seria de documentare „360 grade GEO”, seara de luni - cu „Teatru TV” (cu 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); filmele de Artă și de Telecinematecă;

**Proiecte și campanii ale grilei TVR 2:** Festivalul Internațional George Enescu ediția 2015, Anul Brâncoveanu, TVR la Bookfest, Gaudeamus, Dragobetele, 1 iunie, programe speciale de Paște și Crăciun, Spring Superblog 2015, Rock and Run for Life, Tabăra Coolturală Bookland 2015, Semi-Maratonul București 16-17 mai 2015, Maratonul Internațional București 3-4 octombrie, campania „Dreptul la memorie. Argumente pentru un Muzeu al Comunismului la București”. În plus, TVR 2 a continuat derularea seriei de parteneriate „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); desfășurate pe pagina de Facebook TVR 2.

### ➤ **Acțiuni de marketing-promovare TVR 3**

Același model de promovare ca și în cazurile TVR 1 și TVR 2 a fost folosit și pentru promovarea programelor TVR 3: actualizarea permanentă / realizarea de promouri (aproximativ 500 de execuții) pentru emisiunile postului și difuzarea lor; comunicate de presă; articole online (pe site-ul dedicat TVR 3); dezvoltarea acțiunilor de promovare pe rețelele de socializare, cu precădere pe pagina de Facebook a TVR 3.

Promovarea programelor TVR 3 s-a realizat prin contribuția studiourilor teritoriale. Pilonii principali de promovare au vizat emisiuni precum „Cap de afiș”, „Tableta de sănătate”, „Cântec și poveste”, „Regional Café”, „Toți împreună”, „*Mărturii din infernul Holocaustului*”, „Gala la’și descoperă”, „Caravana TVR 3”, dar și edițiile speciale de Florii, de Paște, Ziua Eminescu, 1 Decembrie, Revoluție, Crăciun etc.

Alte evenimente promovate la TVR 3: Festivalul Mariana Drăghicescu, „Seara Valorilor 2015”, „Balul Vienez”, „Cântecele munților”, Premieră extraordinară „La Bohème”, Gala aniversară TVR Cluj 25 de ani, TVR Iași 25.

#### ➤ **Acțiuni de marketing-promovare TVR Internațional**

Promovarea programelor TVRi s-a realizat preponderent pentru emisiunile „Lumea și noi”, „Un doctor pentru dumneavoastră”, „Articolul VII”, „Correspondent TVRi”, „Investiți în România”, documentarul „Filipovenii și cazacii lui Nekrasov”, „TVRi 20 ani”, filmele românești, aniversarea Eminescu, a programelor de Paște, Crăciun. În 2015, TVR Internațional a organizat a doua ediție a concursului-campanie „Promovează Român(IA) oriunde te-ai afla!”, menit să promoveze ia autentică. Acesta s-a desfășurat online (site și pagina de Facebook a TVRi), prin concursuri cu premii destinate celor care au dorit să participe.

#### ➤ **Acțiuni de marketing-promovare TVR HD**

TVR HD a beneficiat de o promovare și comunicare simultană cu cea pentru posturile ale căror programe le-a preluat înregistrat sau le-a difuzat în simulcast (TVR 1, TVR 2, TVR 3).

#### ➤ **Acțiuni de marketing-promovare TVR Moldova**

În 2015, pe 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, proiectele TVR cu tematică de interes pentru telespectatorii de peste Prut, filme românești și străine, piese de teatru. De asemenea, au beneficiat de promovare on air și online (pe pagina tvri.tvr.ro/tvrmoldova) și producțiile proprii TVR Moldova: „Telejurnal Moldova”, emisiunea dezbateri „Orizont European”, „Punctul pe azi”, „Gustul Moldovei”, „Destine ca-n filme între Prut și Nistru”, Gala Premiilor TVR Moldova, dar și programele speciale de sărbători (emisiuni de Crăciun și Revelion pe stil nou și vechi, Ziua Republicii Moldova, Ziua Limbii Române, 1 Decembrie) și competițiile sportive Super Liga Națională Rugby, **Karpatia Horse Trials 2015 (călărie)**, LIGA I (fotbal).

### ➤ **Acțiuni de marketing-promovare Facebook și YouTube**

Pentru a fi în contact permanent și nemijlocit cu telespectatorii, a existat o interacțiune directă cu comunitățile de fani create, dezvoltate și întreținute pe Facebook de Departamentul Marketing și Comunicare, pentru principalele posturi ale TVR, dar și pentru produse, cum sunt emisiunile. Paginile de Facebook ale posturilor TVR au consolidat și susținut, în mediul online – caracteristic celui mai activ public - transparența și comunicarea directă cu publicul TVR. Au fost suport pentru comunicarea intențiilor posturilor TVR de a îndrepta atenția spre valoare autentică, de a diminua dorința excesivă a publicului pentru monden, scandal sau false teme de dezbatere.

În anul 2015, pagina de Facebook a TVR 1 a crescut cu un număr de 66.920 de fani, ceea ce înseamnă o creștere de peste 50%. Pe 1 ianuarie 2015, pagina avea un număr de 110.174, iar pe 31 decembrie 2015, numărul acestora era de 177.094. Numărul mediu zilnic de utilizatori unici la care au ajuns postările TVR 1 a fost de 256.859 de persoane. În anul 2015, pe pagina de Facebook TVR 1 s-au realizat aproximativ 9.500 de postări, ceea ce corespunde unui număr mediu de peste 25 de postări zilnice. 15 postări pe zi a fost media pe pagina de Facebook TVR 2.

Tot în 2015, pe canalul oficial de YouTube al TVR s-au încărcat aproximativ 3.750 de clipuri, care au generat un număr de peste 60 de milioane de vizualizări și un venit de peste 30.000 de dolari.

### ➤ **Acțiuni și campanii de marketing și promovare pentru programele de sport**

Deși nu a fost un an al marilor competiții sportive pentru TVR, principalele evenimente sportive au beneficiat de campanii de marketing și promovare și în 2015. Printre cele mai importante competiții difuzate de TVR 1 și care au fost promovate amintim:

- UEFA Champions League,
- European Qualifiers UEFA EURO 2016
- Liga I - fotbal
- Rugby Europe Championship

Spoturi TV, bannere online, articole pe tvr.ro, comunicate de presă, comunicare constantă și concursuri pe paginile de Facebook ale posturilor TVR 1, ca de altfel și pe TVR 2, TVR 3 și TVR HD (cele care transmiteau competițiile sportive) au constituit rețeta utilizată pentru promovarea marilor competiții, dar și ale celor precum: BeoBasket Stars, Campionatul European de Gimnastică Artistică, Campionatul European de Patinaj Artistic Stockholm, FIFA World Cup Preliminary Draw, Cupa Davis, Campionatul Mondial de Biathlon, Campionatele Mondiale de Canotaj.

La TVR 2, competițiile promovate on air, online și în presă au fost: Campionatul Mondial de Patinaj Artistic, Cupa Mondială la sărituri cu schiurile, Cupa Davis, Campionatul Național și Etapa de Cupă Mondială la Gimnastică ritmică, Super Liga Națională de Rugby, Campionatele Europene la Gimnastică Ritmică, Campionatele Europene la Canotaj, Rugby IRB Nations Cup, Campionatele Mondiale de Gimnastică

Artistică, Preliminariile Campionatului European la Baschet Feminin, Campionatele Mondiale de junior și tineret la Biatlon, Campionatul Național de Atletism, fazele finale ale „FIFA Club World Cup 2015”, Gala „Gheorghe Hagi 50 de ani”.

Și pentru TVR 3 au fost realizate acțiuni și campanii de marketing și promovare pentru programele de sport: Liga Balcanică la Baschet, Campionatul European de Atletism, Campionatul Național de Fotbal American, Campionatele Mondiale de Gimnastică Ritmică, Campionatul European de Handbal masculin din Polonia, Rugby SuperLiga Națională, Internaționalele României la Badminton, automobilism - Raliul Moldovei, Turneul Internațional de Baschet în Fotoliu Rulant, scrimă, baschet feminin, tenis.

Comunicatele de presă (de promovare a meciurilor, etapelor diferitelor competiții sportive, precum și pentru sublinierea câștigurilor de audiență ale transmisiilor asigurate de TVR) au completat comunicarea din social media și online, execuțiile promo TV, machetele realizate pentru promovare online. Ședințe foto cu protagoniștii emisiunilor și transmisiunilor sportive, interviuri în presa scrisă și online, materiale ample de prezentare a transmisiunilor TVR sunt alte modalități de promovare a conținutului programelor și transmisiunilor sportive.

#### ➤ **Marketing și promovare pentru Știrile TVR**

„Telejurnalul”, emisiunile realizate în cadrul Direcției Știri, „Interviurile” și „Reportajele Telejurnalului”, emisiunea „Foc încrucișat”, precum și liniile de talk-show „Vorbește liber!” și „Prim-plan”, dar și campaniile realizate de jurnaliștii Știrilor TVR au beneficiat de execuții speciale:

- campanii online – site-urile TVR, Facebook, [www.tvrplus.ro](http://www.tvrplus.ro); [youtube.com](http://youtube.com)
- spoturi tv și radio (Orange TV – spoturi video pentru „Biziday”, „Telejurnal matinal”, „Telejurnal”, „Vorbește liber!”).
- PR – ședințe foto, interviuri cu prezentatorii în presa scrisă și online, susținere permanentă a campaniilor Știrilor TVR, cu articole pe site-ul [tvr.ro](http://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 Comunicare a realizat: promo general + shared promo clienți publicitate; campanii online – site-urile TVR, Facebook, [www.tvrplus.ro](http://www.tvrplus.ro); [youtube.com](http://youtube.com) – canalul oficial al TVR pe [youtube.com](http://youtube.com); PR – ședințe foto, interviuri și articole în presa scrisă și online, articole punctuale pe [tvr.ro](http://tvr.ro).



## CAPITOLUL 5: COMUNICAREA PUBLICĂ

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 Publice și Protocol gestionează comunicarea TVR cu diversele tipuri de public.

În 2015, Serviciul Comunicare, Relații Internaționale, Relații Publice și Protocol a fost reorganizat și, începând de la 1 octombrie, în SRTv funcționează Serviciul Comunicare, Relații Publice și Protocol și Departamentul Relații Internaționale.

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 2015:**

✓ **Premieră: Casa Regală, în vizită la TVR** (18 ianuarie). Evenimentul a avut implicații interne și externe și a fost organizat și derulat de Serviciul Comunicare:

- Familia Regală a vizitat Televiziunea Română, duminică 18 ianuarie 2015, în ziua în care se împlinneau 25 de ani de la sosirea în România a Principesei Margareta.
- Familia Regală și invitații săi au fost conduși într-un tur al televiziunii și au vizitat Studioul 4, cunoscut ca Studioul Revoluției Române, Studioul Știrilor și Studioul 1 - unde se filmează emisiunea „O dată-n viață”.
- Pentru acest moment, TVR a reamenajat Studioul 4 ca în decembrie 1989, când, de aici, a fost transmisă, în direct, Revoluția Română.
- Principesa Moștenitoare Margareta a fost însoțită de surorile Sale, Altețele Lor Regale Principesele Maria și Principesa Sofia, precum și de personalități marcante ale vieții publice europene.

✓ **Săptămâna Școala altfel** (6-10 aprilie) – La TVR au venit peste 200 de grupuri de copii de grădiniță, gimnaziu și liceu. Peste 5.000 de copii din București și din împrejurimi - Cernica sau Balotești -, dar și din Ploiești, Constanța, Râmnicu Vâlcea, Alexandria, Călărași, Băicoi (județul Prahova), Țândărei (județul Ialomița), Fetești (județul Ialomița), Techirghiol și Țirgu Mureș au dorit să vadă cum se fac știrile și emisiunile la sediul central al TVR. În același timp, la cele cinci studiouri teritoriale TVR din Cluj, Craiova, Iași, Timișoara și Țirgu Mureș și-au anunțat vizita peste 2.700 de copii.

Unii dintre micii vizitatori au asistat și participat la repetiții și chiar la filmări ale unor emisiuni TVR, precum „Plusuri și minusuri” (TVR 1), „Hai-hui” (TVR 1), „Se zice că...” (TVR 1), „Arte, carte și capricii” (TVR 2), „Vorbește liber” (TVR 1), au experimentat

rolul de reporter TV sau cameraman, în timp ce alții au preferat pupitrul Știrilor. Cu ochii măriți de uimire, curioși și plini de întrebări, mulți și-au promis că, atunci când vor fi mari, vor reveni pentru a se alătura echipei TVR.

Copiii au pătruns în culisele Televiziunii Române și au vizitat studioul și regia Știrilor, studiourile și regiile de unde se realizează emisiuni de divertisment, culturale sau talk-show-uri, studioul 4 de unde s-a transmis, în direct, Revoluția din 1989, dar și cabinele de montaj pentru a vedea cum ajunge o emisiune la forma finală pe care o urmăresc acasă, pe micile ecrane.

✓ **Turul TVR** este un proiect de deschidere către public în cadrul căruia Televiziunea Română poate vizitată de orice persoană care dorește. În acest fel, televiziunea publică a fost vizitată de peste 3.000 de elevi și studenți, în afara celor din timpul săptămânii „Școala altfel”. În susținerea proiectului Turul TVR sunt implicați angajați ai Serviciului Comunicare, Relații Publice și Protocol și ai Departamentului Resurse Umane, care, pe lângă activitățile de bază, fac ghidaj pentru grupurile care vin în vizită.

✓ **Eurovision**, derulat în perioada ianuarie – mai 2015, TVR fiind organizatorul concursului în România, prin Selecția Națională. În colaborare cu Direcția Marketing, Serviciul Comunicare și Relații Internaționale, Relații Publice și Protocol a realizat promovarea proiectului Eurovision 2015 – Selecția Națională și finala de la Viena - , în print și online. Totodată, unul dintre membrii structurii a fost desemnat Head of Press în delegația României, calitate în care a derulat o serie de activități specifice.

**Obiectivele** campaniei de PR au fost: promovarea înscrierilor în Selecția Națională, a show-ului de la Craiova, a reprezentanților României la Eurovision Song Contest, preluarea cu acuratețe a mesajelor și evitarea derapajelor de presă. Pentru faza internațională, a fost pus accentul pe promovarea piesei în presa din străinătate, vizând publicul care putea vota România în concurs – străinii și cetățenii români aflați în afara granițelor țării.

**Activități** de promovare: în cadrul proiectului, au fost organizate trei conferințe de presă, comunicate, interviuri, conținut pentru siteul dedicat și pagina de Facebook, dar și pentru diverse publicații.

- Cele trei conferințe de presă au vizat anunțarea finaliștilor Selecției Naționale, a câștigătorilor concursului din România, prezentarea organizatorilor de la Viena și a producătorului executiv al evenimentului din partea EBU. A fost organizată o întâlnire cu presa și pe Aeroportul Henri Coandă, la plecarea spre Viena;
- Au fost transmise peste 50 de comunicate, preluate de publicații din România și din străinătate. Au fost realizate prezentările pentru finaliștii Selecției Naționale, preluate de presa din România;
- Au fost realizate materiale promoționale, iar Sala Polivalentă din Craiova în care a fost organizată finala Selecției Naționale a fost branduită;
- La Viena, au fost organizate întâlniri cu presa și peste 90 de interviuri, dintre care zece interviuri pt tv naționale din Portugalia, Belarus, Belgia, Ungaria,

Moldova, Germania, Azerbadjan, Albania. Au fost organizate ședințele foto și sesiunile de autografe ale trupei Voltaj și au fost transmise corespondențe zilnice (inclusiv punctual, declarații în exclusivitate din partea artiștilor) către presa din țară și din străinătate, privind activitățile reprezentanților României la Eurovision;

- Au fost propuse și negociate cu organizatorii reprezentațiile live ale trupei Voltaj la evenimentele dedicate concursului Eurovision, la Viena;
- A fost mediatizată participarea trupei Voltaj la evenimentele de promovare în rândul comunității românești din Viena și au fost organizate întâlniri și discuții cu reprezentanți ai celorlalte delegații pentru cross - promotion în presă;
- În social media, au fost organizate concursuri, iar fanii au interacționat în timp real pe pagina dedicată. Pe parcursul campaniei, au fost realizate sesiuni de live report de la diverse evenimente dedicate – conferințe de presă, finala Selecției Naționale, semifinala și finala de la Viena etc.

Transmisia evenimentului a putut fi vizionată pe canalele TVR 1, TVR HD și TVR Internațional și online pe TVR+. Concursul Eurovision a plasat TVR în fruntea topului audiențelor, cu un rating de 5,5%.

#### ➤ **Relații cu publicul**

Publicul interacționează cu Televiziunea Română și prin intermediul scrisorilor, telefonului și poștei electronice. În 2015, la numerele de telefon 021.319.91.11 și 021.319.91.12/54 interior 1312, disponibile de luni până vineri între orele 09:00 – 17:00, s-a răspuns la aproximativ 7600 apeluri. De asemenea, angajații de la Relații cu publicul au răspuns și solicitărilor venite prin poștă electronică - pe parcursul anului s-au primit aproximativ 16.000 de mesaje.

În anul 2015 la Biroul de Relații cu Publicul a procesat 109 petiții în conformitate cu OG 27/2002 și 9 solicitări în baza Legii 544/2001, răspunzându-se în condițiile legii.

La Biroul de Relații cu Publicul aflat în incinta Corp Acces Pangrati se prezintă aproximativ 1.100 persoane pe an.

La începutul fiecărei săptămâni se face o sinteză a mesajelor sosite de la telespectatori, care se transmite, spre analiză, prin intermediul poștei electronice, tuturor structurilor vizate.

La Registratura Generală s-au înregistrat 7.880 documente, s-au primit și au fost înregistrate 1.100 colete transmise de la terți către SRTv, au fost procesate (primite și trimise) 42.000 scrisori simple în special de la Serviciul Taxă TV și 6.500 scrisori cu confirmare de primire. S-au mai procesat circa 100 de scrisori zilnic, care au venit pentru concursurile organizate de diverse emisiuni.

#### ➤ **Relația cu mass-media**

Serviciul Comunicare a organizat, pentru jurnaliști, conferința de presă (în 6 aprilie), în care conducerea TVR a prezentat situația financiară a instituției și demersurile întreprinse în vederea achiziției drepturilor TV pentru Campionatul European de Fotbal din 2016. Președintele Director General al TVR a prezentat cheltuielile pe care

Televiziunea Română le are cu transmisiunile sportive, în general, și soluțiile sale pentru achiziționarea drepturilor tv pentru EURO 2016.

Televiziunea Română a organizat, pe 6 mai, o masă rotundă cu tema „Televiziunea publică în spațiul media din România. Situația actuală – cauze – perspective – soluții”. La discuții au participat jurnaliști, reprezentanți ai Televiziunii Române, ai CNA, televiziunilor comerciale și ai organizațiilor nonguvernamentale. Dezbaterile au fost structurate pe mai multe subiecte referitoare la rolul, situația financiară și mecanismele de redresare ale televiziunii publice în România.

Informații despre activitatea TVR au fost transmise jurnaliștilor și publicului prin intermediul a 40 de comunicate corporative, cu mesaje-cheie precum „Premieră: Casa Regală, în vizită la TVR” (16 ianuarie), „TVR+ a înregistrat aproape 11 milioane de vizite, în 2014” (2 februarie), „Televiziunea Română organizează alegeri pentru desemnarea membrilor Comisiei de Etică și Arbitraj (CEA)” (25 februarie), „TVR și Consiliul Național pentru Studiul Arhivelor Securității au semnat un Protocol de colaborare” (5 martie), „TVR a găzduit Conferința Internațională „Unlocking Broadcast Archives from Eastern Europe” (13 martie), „TVR a transmis Guvernului proiectul de lege care facilitează accesul tuturor cetățenilor la programele transmise în sistem digital” (18 martie), „TVR a transmis Ministerului Culturii o propunere de modificare a Legii 41/1994” (25 martie), „Aproape 8.000 de copii, în vizită la TVR” (9 aprilie), „Telegazeta Moldova, în direct din Studioul TVR Chișinău” (18 mai), „TVR 1 va fi recepționat în sistem analogic și după trecerea la televiziunea digitală” (11 iunie), „CA al TVR a adoptat noi măsuri de diminuare a cheltuielilor: închiderea TVR News și comasarea Direcției Știri cu Departamentul Emisiuni și Știri Sportive” (21 iulie), „Televiziunea Română a plătit datoria scadentă către bugetul de stat. ANAF a deblocat conturile TVR” (30 iulie), „TVR și Institutul Cultural Român au semnat un Protocol de colaborare” (11 august), „Festivalul George Enescu, live, pe noul site enescu.tvr.ro” (19 august), „Festivalul Internațional George Enescu la TVR: peste 9.000 de minute de transmisii în 22 de zile” (27 august), „Liga 1 se întoarce la TVR” (31 august), „TVR a încheiat pe plus primul semestru financiar” (4 septembrie), „TVR prezintă în Piața Universității imagini ale Revoluției Române” (13 octombrie), „Televiziunea Română a câștigat 19 premii APTR” (24 noiembrie), „Medalie de aur pentru un documentar TVR din partea Asociației Corespondenților ONU” (4 decembrie), „CE de Handbal 2016, în exclusivitate la TVR” (22 decembrie).

În afara mesajelor-cheie lansate de TVR, interesul jurnaliștilor s-a îndreptat și spre alte teme: evaluarea managerilor din tvr – rezultate și „cazul Claudiu Lucaci” (Mediafax, Pagina de media, Hotnews, Ziarul Ring), tensiunile din cadrul CD și CA (EVZ, Pagina de media, Mediafax), C. Zgabercea cercetat de DNA (Mediafax, Pagina de media), Acuzații de hărțuire sexuală - TVR: Lucaci sugerează că Bucur îl atacă fiindcă i-a respins avansurile (Mediafax, Adevărul, România liberă, Gândul, Click, Ziarul Ring, Ziarul financiar, Hotnews, Pagina de media) etc.

Pe parcursul anului 2015, 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.

Caracterul eterogen al publicului face dificilă realizarea unui profil al beneficiarului extern al activității TVR și al Serviciul Comunicare, 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).

#### ➤ **Relații Internaționale**

Departamentul Relații Internaționale (DRI) în cadrul Televiziunii Române a continuat și în anul 2015 să susțină respectarea misiunii de serviciu public de televiziune. DRI a reprezentat interfața comunicării Televiziunii Române cu partenerii externi, respectiv cu organizațiile internaționale media din întreaga lume (Uniunea Europeană de radio și televiziune - EBU, Uniunea difuzorilor publici regionali - CIRCOM Regional etc.), precum și cu organismele administrației din România. Acest obiectiv a fost îndeplinit prin cumularea funcțiilor de coordonare, analiză, organizare a activității de relații internaționale, precum și prin rolul de prezentare/reprezentare a Televiziunii Române în raport cu partenerii externi.

2015 a fost un an caracterizat de instabilitate la nivelul organizațional, fapt reflectat și în activitatea de relații internaționale, unde s-a pus accentul prioritar pe reluarea și renegocierea datoriilor istorice, corespondență cu o abordare diplomatică pentru explicarea situației delicate în care se află TVR. S-au tradus și interpretat diverse materiale care să ofere posibilitatea înțelegerii și armonizării cu alte sisteme legislative și care să permită primirea consultanței adecvate pentru stabilirea unor propuneri legate de schimbări în legislația românească, necesare pentru supraviețuirea și relansarea serviciului public de televiziune.

De asemenea, o serie de activități specifice sectorului de relații internaționale, așa cum ar fi organizarea unor evenimente internaționale, conferințe, activități de reprezentare au fost stopate și/sau regândite într-o manieră austeră.

**EBU.** Parteneriatul cu EBU în anul 2015 s-a axat pe reluarea comunicării și re poziționarea TVR pe piața media europeană în contextul datoriilor istorice acumulate; a fost agreat un nou plan de eşalonare, iar EBU a oferit sprijin prin acțiuni de lobby pentru schimbarea legislației publice media și mărirea taxei de abonament. DRI a făcut demersurile necesare pentru invitarea conducerii EBU, în vederea găsirii unor soluții pentru soluționarea problemelor financiare cu care se confruntă SRTv și acordarea de sprijin pentru promovarea intereselor TVR în fața autorităților din România. TVR a fost susținută și de către Grupul Central și Est European EBU (CEE), grup de lobby care promovează interesele serviciilor publice de radio și TV pe lângă organismele și instituțiile decidente din UE.

**CIRCOM Regional.** DRI a coordonat participarea TVR cu programe ale studiourilor regionale la competiția Prix Circom. Proiectul privind participarea TVR Timișoara la

coproducția „Citizenship”, la care participă 20 de țări, a continuat și în 2015. Un eveniment important, în anul 2015, a fost seminarul susținut la TVR de David Lowen, consultant pe probleme de management și președinte Prix Circom.

**EURONEWS.** TVR se află în litigiu cu Euronews, ca urmare a datoriilor din anii 2013 și 2014. DRI a făcut demersurile necesare, prin negocieri, întâlniri și corespondențe, pentru reșalonarea datoriilor. Ca urmare, în luna septembrie 2015, TVR a încheiat, de comun acord cu Euronews, un acord financiar de eșalonare a datoriilor, pe perioada august 2015 - aprilie 2016. Totodată, conducerea TVR a decis încetarea contractului editorial dintre TVR News și Euronews, începând cu 10 august 2015. TVR a rămas în continuare membru al organizației Euronews, având și calitatea de acționar al acestui consorțiu.

**URTI** (Universitatea Internațională de Radio și Televiziune). În anul 2015, DRI a înscris în catalog următoarele programe: „Carmina Burana”, „Unchiul Vanea”, „Măcelul de la Poarta Albă” (Lucia Hossu Longin), „Drumul Șoaptelor” (Andrei Măgălie), „Maurovlahica” (Tudor Chirilă), „Rezervare pentru fugă” (Dietlinde Dinesz), acesta din urmă fiind selecționat în finala celor 10 filme pentru câștigarea Marelui Premiu Grand Prix.

**Co.Pe.A.M.** TVR a primit propunerea de a participa la coproducția „Interrives”, ediția a 5-a, „Povești despre călătorii și mări”, precum și la programul de pregătire profesională pe teme de networking și bune practici media, dedicat managerilor și specialiștilor în resurse umane.

**EGTA.** DRI a solicitat date privind audiența pe plan european, precum și studii referitoare la activitatea de marketing. World Television Day a fost, de asemenea, tot o inițiativă a acestei organizații.

**FIAT/IFTA.** TVR a organizat Conferința Internațională „Unlocking Broadcast Archives from Eastern Europe”, având următoarea tematică: soluții pentru facilitarea accesului publicului larg la înregistrările de arhivă ale televiziunilor din estul Europei. La eveniment au participat aproximativ 30 de delegați, cercetători și arhiviști care au prezentat și dezbătut subiecte privind găsirea celor mai bune soluții pentru îmbogățire, contextualizare și accesibilitate la nivel european/internațional. Prin intermediul FIAT/IFTA, TVR a accesat și a obținut fonduri europene pentru derularea proiectelor EUScreen și EUScreenXL, pentru digitalizarea și oferirea publicului larg prin intermediul portalelor [www.euscree.eu](http://www.euscree.eu) și [www.europeana.eu](http://www.europeana.eu) a peste 6.000 de titluri din patrimoniul arhivistic audiovizual al TVR.

DRI a reprezentat TVR la negocierile pe care Ministerul Afacerilor Externe le-a purtat cu partenerii externi (Japonia, Regatul Unit al Marii Britanii și al Irlandei de Nord, Statul Palestina, Algeria, Ucraina, Federația Rusă, Kuweit, Ghana, Egipt, Angola, Bolivia, Palestina, Mexic, Tunisia), în vederea stabilirii și definitivării documentelor-cadru pentru Programul de colaborare în domeniile culturii, mass-media, tineretului, sportului și turismului între Guvernul României și Guvernul țărilor respective.

TVR se află în diferite etape de finalizare următoarele acorduri: MTV – Televiziune Publică din Ungaria, LRT – Televiziunea Publică din Lituania, VTV – Televiziunea Publică

din Vietnam, NTU – Televiziunea Publică din Ucraina, IBA - Televiziunea Publică din Israel, MKRTV – Radioteleviziunea Publică din Republica Macedonia și TRT – Radioteleviziunea Turcă.

DRI a organizat la București un seminar condus de David Lowen, Președinte Prix CIRCUM, despre management și jurnalism, la care au participat 15 producători TVR de la studiourile teritoriale din țară și din București. Seminarul a constat în două zile de curs în care reprezentanții TVR au aprofundat noi metode de îmbunătățire a activității manageriale dar și modalități de realizare eficientă a producției de programe.

Sediul Televiziunii Române a fost vizitat de reprezentanți ai misiunilor diplomatice acreditate la București din Coreea de Sud, China, Turcia, Franța, Iran, Azerbaidjan, Irlanda, Israel, Statul Palestina.

În luna octombrie 2015, Ingrid Deltenre, Director General al EBU, a venit la București pentru a discuta cu oficialii români despre importanța serviciului public de televiziune. Delegația EBU a avut întâlniri la Palatul Cotroceni, Ministerul de Finanțe, Ministerul Culturii și Cultelor. Directorul General al EBU a subliniat necesitatea măririi taxei TV, a schimbării legii de funcționare a serviciilor publice de radio și televiziune din România, delimitarea factorului politic de producția editorială. Ingrid Deltenre și-a arătat sprijinul pentru depășirea perioadei critice pe care TVR o traversează, prin consultanță, oferind exemplele altor televiziuni din Europa care s-au confruntat cu crize similare și modul cum au fost depășite acestea.

Ca urmare a vizitei delegației EBU și a negocierilor purtate de DRI, a fost trimis la București Boris Bergant, consilier sloven pentru acordarea de asistență la TVR. Pe parcursul unei săptămâni, Boris Bergant s-a întâlnit cu factori de decizie din TVR și a analizat situația existentă. Bergant a transmis un raport în care erau prezentate o serie de recomandări. Vizita a fost pregătită de DRI, care a asigurat însoțirea oaspetelui străin și au asigurat traducerea în timpul discuțiilor de la TVR, sau ori de câte ori a fost nevoie. Au avut loc întâlniri cu reprezentanți ai departamentelor financiar, serviciului taxe, cu membrii Comitetului director, studiourile TVR și departamentele de producție editorială.

DRI a intermediat trimiterea reprezentanților și a producțiilor tv la sesiunile de lucru și la festivalurile organizate de EBU, CIRCUM Regional, CMCA, CoPeAM, URTI, Prix Italia; s-a obținut difuzarea liberă de drepturi a unor filme oferite de organizații media din Japonia și China.

DRI a participat, în calitate de invitat și moderator, la reuniunea ABU (Asian Broadcasting Union), organizată la București, în luna iunie a.c.; la Anunările generale EBU și Euronews, unde s-au obținut amânări la unele termene de plată și reeșalonări de datorii istorice; a intermediat participarea TVR la proiectul World Television Day, realizat în colaborare cu EGTA, în parteneriat cu EBU și ACT (Asociația Televiziunilor Comerciale din Europa).

#### ✓ **Festivaluri Internaționale**

Anul acesta au avut prioritate festivalurile care nu solicită taxe de participare sau ale organizațiilor internaționale la care Televiziunea Română este membră, dintre care enumerăm:

- PRIX CIRCUM 2015, la care au participat programe de la studiourile regionale: TVR Cluj - „Fără prejudecați” (Ovidiu Damian) - categoria „Minorități în societate”; TVR Tîrgu Mureș - „Transilvan” (Anna Kos) - categoria „Minorități în societate”; TVR Iași - „Afganistan dus-întors” (Răzvan Cojocariu) - categoria „Documentar”; TVR Timișoara - „Cel mai bun Inelet” (Dite Dinesz) - categoria „Most original” și „Cine suntem noi?” (Obradov Miodrag) - categoria „Minorități în societate”; „Și mâine e o zi” (Diana Deleanu Ciurus) - categoria „Minorități în societate”.

- PRIX EUROPA 2015, la care au participat: „Salon nr.6” (Cristina Anton) – categoria Ficțiune; „Fără prejudecăți” (Ovidiu Damian), TVR Cluj, categoria IRIS;

- Prix Italia 2015, la care au fost înscrise: „Rezervare pentru fugă” (Dite Dinesz ), TVR Timișoara și „Transilvan” (Anna Kos), TVR Tîrgu Mureș;

- BOSIFEST 2015: „Steaua Speranțe” – Maria Florea, TVR Iași și „Salvați din lumea tăcerii” – Gabriela Baiardi, TVR Iași;

- Premiile CIVIS: „Mirajul deșertului” – Maria Florea, TVR Iași;

- Festivalul Filmului Documentar, cu programul: „Afganistan dus-întors” (Răzvan Cojocariu) – TVR Iași și „SOS pe Marea Neagră” (Cristina Țilică).

Situația economică a TVR și lipsa producțiilor TV noi nu a permis participarea la mai multe festivaluri internaționale.

DRI a coordonat participarea TVR la peste 10 seminarii internaționale pe diverse teme de interes, organizate de EBU, CIRCUM și de alți parteneri media.

DRI va continua să-și aducă aportul la schimbarea legislației care să permită TVR funcționarea și îndeplinirea misiunii sale publice. Provocarea cea mai mare o constituie menținerea sa pe piața media internațională și în circuitul european, la un nivel competitiv, în ciuda situației economice dificile pe care o traversează.

## **CAPITOLUL 6: RESURSE UTILIZATE**

### **6.1. RESURSE UMANE**

Departamentul Resurse Umane continuă să își îndeplinească obiectul de activitate stabilit în caietul de sarcini, în concordanță cu Memorandumul elaborat de Ministerul Finanțelor prin Guvernul României.

Principiile de bază ale managementului resurselor umane la nivelul SRTv au vizat asigurarea echilibrului între necesarul de personal competent și posibilitățile financiare ale instituției, concomitent cu respectarea drepturilor salariaților și dezvoltarea pregătirii profesionale.



Din această perspectivă, anul 2015 a însemnat continuarea eforturilor de menținere a trendului descendent al numărului de salariați din ultimii ani, în acord cu Memorandumul mai sus menționat.

#### ✓ Personalul din cadrul Societății Române de Televiziune

Anul 2014: 2.522 de salariați

Anul 2015: 2.517 salariați

Fluctuația numărului de salariați a apărut ca urmare a încetării contractelor individuale de muncă în acord cu prevederile Codului Muncii dar și a reintegrării unui număr de 19 salariați ca urmare a hotărârilor judecătorești având ca obiect concedierea colectivă din anii 2012-2013.

Pe lângă activitățile curente ale departamentului, au fost asigurate și următoarele: operare în contractele individuale de muncă, întocmirea de acte administrative, elaborarea documentației în vederea reorganizării instituției, participarea la actualizarea procedurilor interne, eliberarea de documente către instanțele judecătorești, punerea în executare a hotărârilor judecătorești referitoare la procesele cu inflația etc.

În perioada 15.01.2015-09.03.2015, Departamentul Resurse Umane a organizat și gestionat procesul de evaluare a personalului de conducere în conformitate cu Regulamentul privind selecția managerilor și evaluarea managementului executiv în cadrul TVR.

În perioada aprilie-mai 2015 a avut loc evaluarea performanțelor profesionale ale personalului de execuție din Societatea Română de Televiziune pentru activitatea din ultimele 12 luni.

În perioada 15 mai-26 iunie a avut loc negocierea Contractului Colectiv de Muncă la nivel de unitate. Departamentul Resurse Umane a participat la negocieri și a asigurat secretariatul ședințelor de negociere. Partenerii sociali nu au ajuns la un acord cu privire la încheierea Contractului Colectiv de Muncă, neexistând încheiat un CCM la nivelul Societății Române de Televiziune.

Departamentul Resurse Umane a elaborat, în luna decembrie 2015, un proiect de Regulament Intern care să răspundă dispozițiilor stabilite prin Codul Muncii și a altor dispoziții adiacente legate de procesul muncii. Acest proiect de regulament, aflat în analiza Comisiei de Monitorizare, Coordonare și Îndrumare metodologică a sistemului de control managerial al TVR, va fi înaintat, spre aprobare, Consiliului de Administrație.

În scopul optimizării proceselor interne și a utilizării mai eficiente a resurselor instituției, în anul 2016 Departamentul Resurse Umane își propune să elaboreze un proiect de Regulament de Organizare și Funcționare a Societății Române de Televiziune.

Pe baza acestor două documente, reorganizarea instituției se poate opera pe criterii de funcționare operativă, în scopul îmbunătățirii activităților de conducere și control ale organizației.

Din această perspectivă, actul de management al serviciului public se va putea concretiza în activități bazate pe obiective, roluri și competențe, având ca suport o structură organizatorică adaptată exigențelor unei instituții media moderne.

## **6.2. RESURSE TEHNICE**

### **6.2.1. Care de Reportaj**

Principalele evenimente în care au fost implicate unități de producție din cadrul serviciului Care de Reportaj au fost: Eurovision 2015, desfășurat la Craiova, „Gala Premiilor UNITER”, Rugby – meciurile din Liga Națională și ale selecționatei României în Cupa Europei, „Cupa mondială Supermoto”, „BOOKFEST”, „Festivalul George Grigoriu – Brăila”, piese de teatru produse și preluate de TVR, Campionatul Național de Spadă și Sabie, Cupa mondială de călărie, „Gala Forțelor navale”, „Vorbește liber” – 110 ediții, meciurile echipei naționale de fotbal din preliminariile Campionatului European, Festivalul „George Enescu”, Tenis - Cupa Davis, „Parada militară” – 1 Decembrie București și Alba Iulia, Summitul NATO - București 2015, „Gala Crucii Roșii”, „Festivalul Strugurele de aur” - Alba Iulia.

Structura a derulat un program de înlocuire a formatului de înregistrare-redare, în cadrul căruia au fost achiziționate unități de înregistrare-redare AJA KiPRO pentru toate carele de reportaj. Astfel, s-a renunțat la înregistrarea digitală pe bandă magnetică în favoarea înregistrărilor pe Hard-discuri dedicate și pe discuri optice. În decembrie 2015, împreună cu Serviciul Dezvoltare, unități de înregistrare au fost integrate în infrastructura carelor.

Resurse tehnice utilizate pentru activitățile/produțiile desfășurate de canalele TVR (mai puțin știri și sport) au fost în număr de 1.968, cele desfășurate de Departamentul Sport - de 174, iar cele ale Direcția Știri, în număr de 366.

Pentru 2016, se urmărește finalizarea re tehnologizării carelor 6 și 8 în format HD (High Definition), precum și investiții mici, punctuale și direcționate pentru mărirea redundanței carelor de reportaj.

### **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 TVR. Structura asigură serviciile 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.

Principalele schimbări care au avut loc la nivelul Serviciului Studiouri, în anul 2015, vizează activitatea desfășurată și, într-o măsură mai redusă, resursele umane și dotarea studiourilor din punct de vedere tehnic.

➤ **Analiza schimbărilor la nivelul resurselor umane**

Resursele umane au rămas din punct de vedere numeric și structural la nivelul anului 2013 când, în urma procesului de selecție a personalului, personalul Serviciului Studiouri s-a redus, per total, cu 17.9%, fiind format din 69 de angajați organizați pe colective, corespunzător activităților specifice (regizori tehnici / tehnicieni video / tehnicieni audio / asistenți imagine / microfoniști / operatori MES / VTR-Server / Dispecerat Resurse Tehnice).

Pe tot parcursul anului 2015, managementul compartimentului a pus accentul pe îmbunătățirea continuă a calității serviciilor video-audio pentru toate solicitările de producție, adaptându-se constrângerilor financiare evidente, printr-o utilizare eficientă a resurselor limitate. În acest sens, la nivelul resurselor umane, am avut în vedere următoarele:

- optimizarea disponibilului de personal, în sensul acoperirii deficitului constatat la nivelul anumitor colective, prin:

- extinderea redistribuirii personalului din cadrul serviciului;

- găsirea unor soluții punctuale prin extinderea flexibilizării alocării personalului la nivelul departamentului, în cazul structurilor care desfășoară activități similare (Studiouri/Care de Reportaj);

- continuarea eficientizării utilizării resurselor umane prin: alocare flexibilă, folosire multidisciplinară, încărcarea corespunzătoare a fiecărui salariat pe durata timpului de lucru, motivarea personalului;

- perfecționarea resurselor umane printr-un program de training adecvat.

➤ **Analiza activității structurii**

Activitatea care se desfășoară în studiouri are o componentă continuă, ce se derulează constant de-a lungul anului, care cuprinde:

- toate emisiunile informative (știri, sport, meteo) și edițiile speciale în regim de breaking news, pentru toate canalele TVR;

- majoritatea emisiunilor dedicate minorităților naționale (Germană – „Akzente”, Emisiunea în limba maghiară, „Conviețuiri”, „Europolis”, „Fără etichetă”);

și o componentă variabilă, a cărei dinamică este generată de grilele de programe, cu vârfuri de activitate în perioadele martie–iunie / octombrie–decembrie, și care cuprinde toate tipurile de emisiuni ce asigură misiunea TVR ca post public de televiziune:

- talk-show-uri pe teme sociale și politice;

- emisiuni de divertisment;

- publicistică;

- emisiuni specifice postului TVR Internațional;

- emisiuni specifice postului TVR Moldova.

În plus, din studiouri s-au desfășurat o serie de evenimente ample și emisiuni complexe (unele de tip integrat studiou-car), cu mare impact la publicul telespectator, precum: „O dată-n viața”, „Garantat 100%”, „Profioniștii”, „Nocturne”, emisiuni dedicate zilei Naționale de 1 Decembrie, Anului Nou, sărbătorilor religioase (Paște, Crăciun), precum și unele evenimente sportive importante.

Începând cu grila de primăvară, volumul producțiilor care s-au desfășurat în studiouri s-a încadrat într-un trend ascendent, ca urmare a creșterii numărului producțiilor interne în grile și a orientării solicitărilor Direcției Programe către studiouri într-o măsură tot mai mare, personalul de exploatare fiind în aceste condiții suprasolicitat.

În al II-lea semestrul al anului 2015, o dată cu lansarea grilelor de toamnă, se constată o ușoară scădere a încărcării studiourilor, explicată de tendința justificată a Casei de Producție a TVR de a realiza piese de teatru în standard High Definition și de aceeași tendință a structurilor editoriale de a realiza cât mai multe producții HD sau cel puțin în Standard Definition cu raport de aspect 16/9.

În 2015, numărul orelor de producție efectuate în studiouri pentru canalele TVR 1, TVR 2, TVR Internațional, TVR Moldova și pentru Casa de Producție a fost de 3.763.

La acestea, se adaugă activitățile din studiourile de știri, care s-au desfășurat zilnic, în studioul 10 pentru jurnale, în studioul 11 pentru jurnalele TVR 1 și în studiourile 10, 11 și 12 pentru edițiile speciale în regim de breaking news.

Volumul orelor de producție realizate în studiouri în cele două semestre ale anului 2015 sunt diferite, cu o scădere în semestrul II, când orientările structurilor editoriale au fost într-un procent mai mare către producții HD sau SD cu raport de aspect 16:9.

**Resursele tehnice** utilizate pentru activitățile de producție desfășurate în studiouri (fără știri și sport) cuprind atât studiourile mari de producție (1 și 3), cât și studiourile mici (4, 10 și 12).

Numărul activităților desfășurate în studiourile de producție 1, 3, 4, 10 și 12 a fost de 1.656 (870 în sem.1, respectiv 786 activități în sem.2). Studioul 2 a fost scos din producție fiind dotat cu echipamente tehnice depășite (camere video analogice, cu raport de aspect 4:3).

De asemenea, încărcarea studiourilor pe cele două semestre este diferită, fiind ușor mai scăzută în semestrul II, ca urmare a orientării structurilor editoriale către producții HD sau SD cu raport de aspect 16:9.

Trebuie menționat faptul că la sfârșitul anului 2015 s-a reușit achiziția unor echipamente importante, camere video și mixer video, pentru studioul 4, care vor permite trecerea la realizarea producțiilor inițial, în SD cu raport de aspect 16:9 și ulterior în HD.

Resursele tehnice utilizate pentru activitățile și producțiile Direcției Știri, desfășurate în studiouri, pot fi definite ca activități specifice emisiunilor informative TVR 1, TVR 2 și TVR Moldova, care s-au desfășurat pe tot parcursul anului în studiourile 11,

respectiv 10 și o serie de ediții speciale în regim de breaking news, care s-au desfășurat în studiourile 10, 11 și 12. Este important de menționat că în toate studiourile de știri se lucrează în Standard Definition, raport de aspect al imaginii 16:9.

Resursele tehnice pentru activitățile de producție ale Departamentului Sport, desfășurate în studiouri, au constat în rubricile Sport aferente edițiilor zilnice ale jurnalelor TVR, care s-au desfășurat în studioul 11 pentru TVR 1 și în studioul 10 pentru TVR 2 și TVR Moldova, la care se adaugă un număr important de emisiuni „Studio Fotbal”, „Replay”, „Repriza a-III-a, care s-au desfășurat în studioul 12.

În 2016, Serviciul are în vedere modernizarea facilităților de producție, avându-se în vedere trecerea acestora la formatul 16/9 și realizarea de conținut în format High Definition.

### 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.

Atribuțiile care îi revin Serviciului Emisie se realizează în proporție de 100% cu resursele aflate în dotare, personalul de specialitate și echipamente tehnice.

În cursul anului 2015 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 SD, cât și cele HD sunt transmise către un server de transter fișiere (FTP) de unde sunt preluate, verificate din punct de vedere tehnic 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.

Dintre obiectivele propuse în vederea implementării în cursul anului 2015, o parte au fost finalizate, iar cele pentru care nu a exista finanțare au fost înghețate.

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.

O problemă majoră o constituie lipsa personalului specializat, mai ales în condițiile în care din cadrul colectivelor ce asigură servicii de continuitate (emisie) se pensionează mai mult de doi salariați simultan. În cadrul Serviciului Emisie există locuri de muncă, cum este Controlul General, în care perioada de învățare a echipamentelor

este de minimum 6 luni, iar perioada după care un salariat poate desfășura activități de dificultate medie este de aproximativ 24 de luni.

Emisia canalelor din portofoliul Societății Române de Televiziune 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 și TVR HD.

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

Pentru anul 2016, Serviciul Emisie își propune pe de o parte reluarea proiectelor care nu s-au finalizat în cursul anului 2015 din cauza lipsei de finanțare, iar pe de altă parte, noi obiective de dezvoltare a infrastructurii actuale:

- Schimbarea modului de arhivare a marilor CNA prin introducerea înregistrărilor pe suport hard disk, în acest fel fiind posibilă monitorizarea canalelor într-un mod unitar;
- Informatizarea totală a procesului prin care un material ce urmează a fi difuzat este aprobat de către producătorul emisiunii (care stabilește seria și canalul de difuzare) și până în momentul în care materialul este ingestat și aprobat prin extinderea aplicației Colossus.
- Continuarea procesului de training intern pentru toate structurile tehnice.

#### 6.2.4. IT și Grafică

**Colectivul Proiecte** din cadrul Serviciului a asigurat o serie de activități, precum:

- dezvoltarea unei aplicații pentru calculul salariului de bază;
- dezvoltarea unei aplicații necesare calculării drepturilor salariale ce revin în urma proceselor privind indexarea salariilor;
- dezvoltarea unei aplicații de gestiune a echipamentelor aferente Serviciului Filmări Teren (etichetare cu cod de bare);
- migrarea portalului [www.intern.tvr.ro](http://www.intern.tvr.ro) pe noua infrastructură hardware;
- dezvoltarea de aplicații/sisteme informatice specifice pentru susținerea proceselor de producție neinformaticizate din TVR;
- asigurarea suportului pentru: ENPS, Orad, Sienna, LotusNotes, transfer.tvr, MYTS - trafic publicitate, document.tvr - managementul documentelor din ședințele Comitetului Director (CD) și ale Consiliului de Administrație (CA), Gecas - gestiunea pe baza unei etichete cu cod de bare a casetelor video de la Ingest și arhiva multimedia;

- întreținerea aplicațiilor specifice, cum ar fi: 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.

**Colectivul Rețele** s-a ocupat de menținerea în funcțiune a infrastructurii de rețea de date și de producție, diagnosticarea și rezolvarea problemelor de conectivitate apărute, verificarea stării echipamentelor de rețea și realizarea de up-date-uri software la echipamentele de rețea, asigurarea și filtrarea corespunzătoare a traficului de date (Firewall, Servere Proxy), 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 avut printre activități:

- modernizarea studiourilor 11 și 12, prin punerea în funcțiune a două mașini de grafică de tip LogoMaster;
- modernizarea autospecialei de grafică aferentă Serviciului Care de Reportaj, prin dotarea acesteia cu o mașină de grafică de tip LogoMaster;
- punerea în funcțiune a două servere de transcodat fișiere, necesare îmbunătățirii workflow-ului de producție;
- modernizarea autospecialei de grafică aferentă Serviciului IT și Grafică, prin dotarea acesteia cu o mașină de grafică de tip LogoMaster;
- modernizarea cabinelor de titraj de fișiere, prin dotarea acestora cu o unitate de stocare pe disc optic;
- modernizarea grupurilor de montaj aferente Arhivei Multimedia, prin dotarea acestora cu două unități de stocare pe disc optic;
- suport și mentenanță pentru grupurile de montaj și PPS, Promo și Publicitate, Știri și Sport
- suport și mentenanță pentru calculatoarele aparținând: Serviciului Filmări Teren, Ingest Producție, Arhiva Multimedia.

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 (Si-Media, XOR-Media), pentru sistemul de producție de Știri și Sport, Suport (Netorium-Marcotec), echipamentele de grafică aferente studiourilor de producție și emisiei.

**Colectivul HelpDesk** a asigurat, împreună cu partenerii externi:

- instalarea, configurarea și buna funcționare a echipamentelor multifuncționale RICOH;
- reinstalări și configurări ale stațiilor de lucru existente Windows Xp;
- instalări și configurări stații de lucru MAC / ENPS pentru sistemul de producție Știri;

- asistență tehnică nivel 1 și 2 pentru utilizatorii sistemului informatic al TVR și remedierea problemelor apărute la nivelul stațiilor de lucru.

**Colectivul Grafică** s-a ocupat de implementarea noii identități grafice a emisiunilor realizate în cadrul Direcției Știri („Telejurnal”, „Ora de știri” etc), de realizarea pachetelor grafice, implementarea și operarea mașinilor de grafică LogoMaster și ORAD pentru evenimente sportive (Superliga Rugby), de colaborarea cu Direcția Programe și implementarea în emisie a pachetului grafic și a aplicației de emisie pentru emisiunea tip concurs „Eurovision 2015”.

Pentru 2016, Serviciul are în vedere modernizarea infrastructurii de rețea în corpul Turn, dar și definitivarea migrării sistemelor și serviciilor software pe noua infrastructură de servere virtuale.

#### **6.2.5. Transmisii**

Obiectul principal de activitate al Serviciului Transmisii constă în asigurarea transmisiei fără întrerupere a programelor TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR HD, TVR Internațional, TVR Moldova, incluzând aici și programele studiourilor regionale. Astfel, se urmărește asigurarea emisiei pe satelit la parametrii corespunzători, timp de 24 de ore din 24, pe tot parcursul anului. Până în prezent, această activitate este desfășurată în condiții normale fără să fi avut evenimente majore.

Obiectul secundar, dar la fel de important, îl constituie asigurarea transmisiilor de contribuție a diferitelor producții TV, realizate în afara studiourilor existente.

Printre numeroasele transmisii, se remarcă prima transmisie în direct din Republica Moldova efectuată pe conexiune IP, odată cu inaugurarea studioului regional aflat în această țară.

Serviciul Transmisii urmărește în permanență deciziile EBU pentru a putea adapta și implementa hotărârile cu caracter tehnic. Respectarea acestora asigură interoperabilitatea cu alte organizații media sau oferă soluții practice în cazurile care privesc furnizarea de conținut.

În 2015, a fost realizat un număr ridicat de transmisii internaționale, utilizând autospeciale DSNG. Aceste tipuri de transmisii au fost cerute în special de EBU și au fost posibile deoarece suntem printre puținele societăți de televiziune care asigură condițiile cerute de EBU. În plus, structura a prestat diferite servicii pentru terți, aducând venituri suplimentare în TVR.

Astfel, pe parcursul anului, au fost realizate peste 1.900 de transmisii, utilizând diverse medii de transport, pentru TVR, inclusiv pentru știri.

Serviciile pentru beneficiari externi au constat în închirierea de echipamente sau servicii de teleport sau transport de semnal. Acestea sunt efectuate 24 din 24, iar fondurile astfel obținute ajung în bugetul TVR.



Serviciul Transmisii oferă și informații tehnice telefonice, la un număr permanent la care pot suna telespectatorii care doresc să recepționeze programelor TVR prin satelit. În plus, oferă informații tehnice pentru recepția programelor prin satelit în diferitele platforme de mediatizare (Internet, teletext etc).

Din punct de vedere al furnizorilor de servicii de distribuție, telespectatorii preferă în proporție de 77% serviciile de cablu, 12% recepție din satelit și 9% recepție terestră. Principalele companii de distribuție prin cablu preiau semnalul programelor TVR în format ASI, după prelucrarea acestuia de către Serviciul Transmisii.

În plus, serviciul Transmisii distribuie semnal IP cu programele TVR și către Serviciul de Telecomunicații Speciale.

Pornind de la obiectivele serviciului Transmisii și având în vedere atât resursele materiale, cât și resursele umane, au fost realizate mai multe proiecte. Un proiect foarte important a constat în regândirea și înlocuirea infrastructurii de transport semnal pentru echipele de Jurnalistică Electronică (JE), deoarece aceste echipe preluau exclusiv semnale analogice direct din camerele video din teren. Astfel, a fost regândită și modificată rețeaua existentă pentru a transporta numai semnal digital SDI (Serial Digital Interface).

Un alt proiect important a fost modificarea și punerea în funcțiune din punct de vedere radiofrecvență (RF) a autospecialei cu nr. 7, aflată în utilizare la Craiova.

Tot în acest cadru, au fost realizate mai multe proiecte de reparație a autospecialelor de transmisie pe satelit: DSNG Cluj – antena de emisie, DSNG1 – amplificatoarele de putere HPA-uri, DSNG5 – Upconverter.

Un proiect de anvergură și cu durată mare de implementare este schimbarea antenei de emisie și a echipamentelor aferente.

Serviciul Transmisii a fost parte în câteva proiecte majore de investiții:

- *Digitalizarea sistemului tehnic din TVR.* În cadrul programului s-a urmărit ca interconectarea cu punctele de inserție / furnizare de semnal să fie exclusiv digitală, pentru reducerea sau eliminarea neplăcerilor cauzate de transportul pe distanțe mari a semnalului analogic.

Acest program a fost extins pe partea de Jurnalistică Electronică și completat la transmisiile cu radiorelee din teritoriu către TVR, astfel încât, la punctele de inserție ale SNR, toate transmisiile se fac direct cu stream-ul de bază (ASI), fără a se face conversia în banda de bază. În acest mod se evită encodările multiple, care pot duce la degradarea semnalului final. Din păcate, din lipsa fondurilor necesare, încă sunt utilizate local radio relee analogice.

- *Modernizarea spațiilor de producție* - au fost mutate echipamentele de transmisie prin satelit în noul spațiu din Studioul Pangrati. Aici au fost relocate o mare parte a echipamentelor de transmisii sau de recepție a semnalelor din satelit.

În cadrul modernizării stației de recepție satelit s-au utilizat softuri și sisteme ce permit controlul și monitorizarea de la distanță a echipamentelor. Dezvoltarea

autospecialelor de transmisie prin satelit s-a realizat prin cuplarea echipamentelor de transmisie la un sistem de control și monitorizare a tuturor parametrilor simultan. În plus, au fost adaptate pentru a putea transmite fiecare două purtătoare simultan.

În 2008, a fost realizată prima transmisie din teren pe fibră optică. Din acel moment a fost implementat acest tip de transmisie ca o operațiune curentă, căutând permanent și alte soluții alternative de transport de semnal.

Din păcate, lipsa acută a fondurilor nu a permis dezvoltarea majoră a proiectelor din cadrul Serviciului Transmisii, marea majoritate fiind extrem de costisitoare. Astfel, transmisia pe satelit a programelor TVR se realizează cu echipamente extrem de vechi în radiofracvență (encodere, modulate, amplificatoare de putere), iar multe dintre ele sunt la limita de avarie, iar altele nu mai funcționează (controlere, motoarele AZ/EL/Pol, degivratorul - pentru antena de emisie), fiind imposibilă repararea lor fără a afecta serios transmisia pe satelit a programelor.

În baza contractului de prestări servicii de satelit se implementează și se instalează o nouă antenă de satelit cu echipamentul aferent, un proiect major care schimbă întreaga structură de emisie prin satelit.

În urma restructurării din 2012, Serviciul Transmisii și-a redus personalul conform noii organigrame de funcționare. Chiar dacă noua organigramă a fost concepută pentru a putea realiza aceleași activități cu un număr mai mic de personal, Serviciul Transmisii se confruntă în momentul de față cu un număr de cereri mai mare decât poate să ofere din punctul de vedere al capacității de transport semnal.

Ca urmare a schimbării sistemului de transmisie efectuat de către EBU pentru evenimentele majore, a fost nevoie de cumpărarea și instalarea unei matrici ASI și creșterea numărului de legături pe fibră optică cu CDC (Controlul General). Acest lucru a permis preluarea simultană a mai multor evenimente transmise de către EBU într-un hipermux.

În plus, au fost achiziționate echipamente de video over IP pentru a putea crea o legătură cu studioul nou de la Chișinău. Aceste echipamente asigură conexiunile de IP, așa cum o fac și restul studiourilor teritoriale.

Din păcate, foarte multe echipamente existente în serviciul Transmisii au o vechime foarte mare, motiv pentru care unele se defectează. Aceste echipamente sunt foarte scumpe și au o perioadă medie standard de utilizare de 3-5 ani.

Pentru a putea realiza o infrastructură care să diminueze real riscurile care apar în procesul de transmisie trebuie schimbate multe dintre echipamentele existente. Problemele majore în momentul de față sunt în partea de radiorelee, peste 90% dintre echipamente au o vechime de peste 10 ani. Astfel, multe dintre ele nu mai pot fi reparate și generează permanent disfuncționalități în sistemul de transmisie.

În anul 2015 au fost efectuate un număr de aprox. 170 de transmisii cu autospecialele de radiorelee, cca. 760 de transmisii cu echipe de JE și peste 1.000 de transmisii realizate cu DSNG-uri. Transmisiiile cu radiorelee de regulă sunt transmisii

cu durată mare, iar transmisiile cu echipele de JE sunt de regula transmisii scurte pentru știri, iar transmisiile cu DSNG-urile acoperă toată gama de transmisii.

Pentru funcționarea normală a serviciului și pentru menținerea în funcțiune a echipamentelor sunt necesare o serie de operații de întreținere, verificare și înlocuire. Astfel, Serviciul Transmisii are în dotare grupuri generatoare pentru furnizarea curentului electric necesar utilizării autospeciialelor în locuri unde nu este posibilă racordarea la rețea. Prin specificul Serviciului Transmisii, echipele de teren utilizează atât cabluri coaxial, cât și fibra optică. Din păcate, aceste cabluri trebuie înlocuite periodic din cauza deteriorării din teren.

În fiecare locație unde sunt montate echipamente cu regim permanent de funcționare sunt instalate sisteme de climatizare industrială a căror filtre de aer trebuie schimbate periodic. De asemenea, fiecare echipament de transmisie instalat în autospeciale deține sisteme de backup de tip UPS, cu acumulatori care trebuie schimbați periodic, cum se întâmplă și în cazul bateriilor echipamentelor utilizate de echipele din teren.

Serviciul Transmisii are foarte multe echipamente care sunt utilizate în teren, unde nu sunt întotdeauna condiții prielnice. În plus, multe dintre ele au depășit perioada de amortizare. Multe dintre aceste echipamente trebuie reparate în afara instituției.

O problemă majoră o constituie lipsa personalului specializat, mai ales în condițiile în care din cadrul colectivelor ce asigură servicii de continuitate (emisie) se pensionează mai mult de doi salariați simultan. În cadrul Serviciului Transmisii există locuri de muncă, cum este Stația de sol pentru emisia și recepția prin Satelit, în care perioada de învățare a echipamentelor este de minimum 6 luni, iar perioada după care un salariat poate desfășura activități de dificultate medie este de aproximativ 12 de luni.

TVR furnizează servicii publice audiovizuale pe întreg teritoriul României prin emisia terestră, cât și prin satelit.

Serviciul Transmisii este una dintre puținele structuri care aduc venituri directe TVR.

#### **6.2.6. Transporturi**

Serviciul Transporturi Auto asigură exploatarea și întreținerea parcului auto din dotarea instituției, incluzând și autovehiculele existente la studiourile teritoriale și corespondenții locali.

În 2015 a fost încheiată operațiunea de preluare, de către TVR, a celor 140 de autoturisme, prevăzute prin contractul de leasing operațional.

La sediul central există în exploatare un parc activ de 94 de autoturisme, din care: 14 la Direcția Știri, 5 la Departamentul Emisiuni și Știri Sportive, 12 la corespondenți și 71 de autospeciale și alte categorii de mijloace de transport greu.

La studiourile teritoriale se află în exploatare un număr de 58 de autoturisme și 14 autospeciale.

În cursul anului 2015 s-au parcurs un număr de 2.694.541 Km efectivi, iar consumul de combustibil a fost de aproximativ 284.000 litri de carburant.

Serviciul Transporturi Auto are un atelier de întreținere și reparații auto, dotat corespunzător cu utilaje și personal specializat pentru repararea tuturor mărcilor de autovehicule din dotare (reparații capitale pentru motor, cutie de viteză și caroserie). În 2015, la atelierul de întreținere și reparații, s-au executat un număr de 206 reparații, din care: o revizie tehnică de gradul I; 42 de revizii tehnice de gradul II; 155 de reparații curente; două reparații capitale pentru cutie de viteză; două reparații capitale la caroserie. De menționat că aceste intervenții au avut loc numai pentru parcul auto propriu, format din autospeciale, autobuze, camioane.

### 6.3. DEPARTAMENT PRODUCȚIE ARTISTICĂ

#### **6.3.1. Scenografie**

Serviciul Scenografie și Stilistică este organizat în 6 mari compartimente: Scenografie, Construcții decor, Montare decor, Costumiere, Machiaj - coafură, Magazii - depozit și înglobează diferite specializări și meserii, efectivul total al serviciului fiind de 93 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 2015 toate decorurile complexe, decorurile eveniment, decorurile de teatru, decorurile de complexitate medie, decorurile de complexitate specifică TV, precum și reparațiile de decoruri s-au realizat în termenul solicitat și la calitatea solicitată.

Eficiența a fost asigurată prin: adoptarea unor soluții tehnico-artistice noi atât în faza de proiectare, cât și în faza de execuție a decorurilor, folosirea materialelor recuperate, reducerea costurilor de producție, reducerea consumului de energie electrică, aplicarea unor soluții tehnologice mai ieftine, folosirea la maximum a timpilor de lucru, prin organizarea judicioasă a fluxurilor de producție.

**Colectivul Scenografie** este format din șapte scenografi, care au conceput 29 de decoruri noi de complexitate mare, în special pentru producțiile de teatru TV, pentru Eurovision 2015, „Gala Crucii Roșii”, „Revelion 2016”, „UEFA Champions League”,

„Drumul lui Leșe” și pentru studioul TVR de la Chișinău. S-au realizat 63 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 76 de lucrări de complexitate mare și medie. În afară de lucrările de construcții decor, în ateliere s-au realizat și alte lucrări de interes general pentru TVR.

**Compartimentul Montare decor** a onorat 3.097 lucrări de montare și 3.093 lucrări de demontare, în total 6.190 activități. În anul 2015 au intrat în producție foarte multe emisiuni cu durată mai mică, fapt care a dus la un număr foarte mare de montări și demontări.

**Colectivul Costumiere**, compus din șapte persoane, efectuează retușuri la vestimentație, întreține obiectele de vestimentație, preia și predă la magazia de costume elementele de vestimentație solicitate. A efectuat un număr total de 2.021 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-coafură**, format din 10 machiori spectacole și patru 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 2015, 34.244 lucrări de machiaj și 25.504 lucrări de coafură.

**Compartimentul Magazii – Depozit** a preluat din ateliere elemente noi de decor și a asigurat toate elementele necesare montării decorurilor.

În 2016, Serviciul are în vedere realizarea unei secțiuni pe Intranetul și site-ul TVR cu fotografiile elementelor din magaziile Decor, Mobilier, Recuzită, Vestimentație, Instrumente muzicale atât pentru uz intern, cât și pentru uz extern (în scopul atragerii de fonduri financiare prin închirieri).

### 6.3.2. Imagine TV

Evenimente speciale, cum ar fi „Concursul George Enescu”, transmisiunile de fotbal din cadrul „Champions League” și de rugby, „Gala Crucii Roșii”, precum și spectacolele de teatru din studiourile TVR au impus, prin importanță și complexitate, găsirea unor soluții artistice și tehnice deosebite, reflectate în calitatea artistică a imaginii. Multe producții au obținut premii internaționale: „Căsătoriți la revoluție”, „Grecia-Televiziunea publică în șomaj”, „O tragedie Siriană-Exilul” și altele.

În anul 2015 fondurile alocate serviciului în vederea achiziționării de camere video HD și accesorii au fost insuficiente pentru acoperirea filmărilor din teren. Situația incertă a conducerii televiziunii, lipsa unui Consiliu de Administrație a condus la imposibilitatea de a se lua decizii în ceea ce privește serviciul. Anularea investițiilor amână pentru o

perioadă nedeterminată retehnologizarea de care Serviciul are nevoie, actualele echipamente de filmare fiind vechi, pe standarde 4:3 sau insuficiente.

Principala problemă în 2015 a rămas asigurarea echipelor complete de producție solicitate în perioadele aglomerate de program. Un exemplu concret îl reprezintă zilele în care au fost transmise meciurile de pe Arena Națională din cadrul „Champions League”, când au fost planificate producții în toate studiourile și chiar deplasări în provincie pentru transmiterea altor evenimente sportive. Probleme au fost legate și de timpul de lucru necesar montării și reglării luminilor în studioul Pangrati, de numărul scăzut de surse de lumină funcționale din studiouri, lipsa monitoarelor video de calitate, numărul insuficient de camere video full HD etc.

### **6.3.3. Post-Producție**

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, incluzând toate genurile de emisiuni: publicistică, divertisment, educație, cultură, muzică, știință, religie, promo, generice.

În urma procesului de restructurare, dar și a plecărilor voluntare, numărul angajaților din cadrul serviciului s-a diminuat, ajungând, de la 149 în 2012, la 86 în 2015, din care 72 editori imagine, 12 maeștri sunet, un inginer sunet și un coordonator serviciu.

Astfel, și în 2015 numărul cererilor de montaj a depășit cu mult posibilitățile de asigurare turelor solicitate de montaj. În perioadele de grilă, numărul turelor de montaj tăiate din cauza lipsei de personal și-a păstrat, ca și în 2014, o medie de 50-90 de ture tăiate pe săptămână. În grila de toamnă, deși s-au amânat concediile de odihnă și acordarea liberelor, tot a fost necesar să se taie între 30 și 70 de ture de montaj pe săptămână.

În anul 2015, nu au fost organizate cursuri de pregătire profesională. Pe tot parcursul anului, pregătirea și specializarea editorilor imagine și a maeștrilor de sunet a continuat direct la locul de muncă, în paralel cu activitatea zilnică.

În planificarea editorilor imagine și a maeștrilor sunet s-a asigurat în măsura posibilităților, crearea de echipe realizator-editor, imagine-maeștru sunet.

#### **6.3.4. Regizori de Montaj**

Serviciul Regizori Montaj înglobează mai multe specializări de natură artistică, cum ar fi: asistent regizor emisie, regizor emisie, asistent regizor studio, regizor studio, secretar platou, regizor muzical înregistrare, regizor muzical ilustrație, ilustrator muzical.

În 2015, Serviciul a participat la numeroase evenimente, emisiuni noi, gale, festivaluri, montări proprii de teatru TV, dar și preluări de spectacole de teatru sau dans, operă etc, cu ponderi diferite ca număr, în funcție de perioada anului. Printre acestea, s-au evidențiat preselecția națională „Eurovision 2015”, premiile Radio, Gala UNITER, Gala Forțelor Navale Române, BookFest, Festivalul de Teatru Sibiu, Gala Operelor-Iași, Festivalul George Enescu, preluări de spectacole de operă și teatru de la Craiova, Sf. Gheorghe, Sibiu.

Și în 2015 au fost realizate mai multe piese de teatru în montare proprie: „Trei surori”, „6 din 49”, „Crăiasa zăpezii”, „Jocul de-a vacanța”, „Salonul 6”.

## **CAPITOLUL 7: EVOLUȚIA FINANCIARĂ**

### **7.1. EXECUȚIA BUGETULUI DE VENITURI ȘI CHELTUIELI ÎN ANUL 2015**

Elaborarea BVC pe anul 2015 a urmărit fundamentarea și aprobarea transparentă de către Comitetul Director și Consiliul de Administrație SRTv a propunerilor bugetare pentru acest an, înaintate de către fiecare coordonator de structură, luând în considerare obiectivele prevazute în proiectele manageriale proprii și obligațiile asumate prin contractele încheiate la data elaborării, în limita resurselor existente.

Pe baza propunerilor prezentate de fiecare structura au avut loc întâlniri și discuții individuale cu fiecare derulator de buget și au fost analizate nivelele lunare ale acestora pe capitole de cheltuieli (la nivel de furnizor/evenimente/emisiuni, după caz) și categorii de venituri.

Față de anii precedenți, în costul evenimentelor sportive mari, precum și în costul amortizării licențelor de film s-a inclus și costul cu TVA-ul fără drept de deducere (la cursul de schimb 4,5 lei/ euro) aferent, pentru a avea o imagine corectă a mărimii angajamentelor încă din faza de luare a deciziilor de contractare.

Chiar și așa, necesarul structurilor a fost ajustat până la nivelul de sustenabilitate a activității acestora, ținând seama de consumurile minime obligatorii, de angajamentele asumate, aflate în derulare, de răspunderile aferente statului de post public de televiziune și de obligațiile de plată legale.

Ca și în 2014, au fost întreprinse demersuri față de ANAF și principalii creditori și parteneri ai SRTv (EBU, CNC, UCMR, UPFR, case de filme și distribuitori de programe

etc.) pentru acceptarea de eşalonări ale datoriilor, în vederea onorării acestora la termenele negociate.

Execuția bugetului, pe primele 6 luni ale anului 2015, s-a încheiat cu rezultate pozitive ca urmare a creșterii interesului compartimentelor din cadrul companiei pentru o cât mai judicioasă alocare și cheltuire a resurselor disponibile.

Deși în această perioadă veniturile au scăzut cu 2,32%, respectiv cu 6.207 mii lei, cheltuielile în același interval s-au diminuat cu 17.012 mii lei (6,41%).

Principalele reduceri de venituri s-au înregistrat la taxa tv, 4.030 mii lei și la alocațiile bugetare, 4.789 mii lei, fiind compensate parțial prin veniturile suplimentare înregistrate la publicitate și la capitolul venituri financiare, respectiv cu 3.645 mii lei.

Cheltuielile totale au scăzut în această perioadă cu 6,41%, în timp ce cheltuielile de exploatare s-au rededus cu 8,63%.

Cele mai importante diminuări de cheltuieli s-au înregistrat: la materiale cu 31,91%, la licențe film cu 38,15%, la onorarii (drepturi de autor și conexe) cu 5,7 %, la deplasări cu 19,33%, la telefoane cu 50,1% și la salarii cu 3,12%.

În anul 2015, pentru creșterea veniturilor și pentru a reduce sustragerea de la plata sau plata incorectă a taxei tv din partea unor societăți care desfășoară activități turistice, s-a continuat activitatea începută în anul 2014 de acționare în instanță. S-a ajuns la cca 212 de astfel de acțiuni, iar rezultatele finale au fost în favoarea SRTv. Urmare a litigiilor, s-a încasat suma de 659.539 lei, suma totală aflată în litigiu fiind de 3.788.427 lei.

În același timp, în vederea recuperării creanțelor restante la taxa tv, au fost emise un număr de 122.838 notificări, în urma cărora au fost recuperate creanțe în valoare de 10.246.459 lei.

Urmare a proceselor deschise cu administrația SRTv de către sindicate și salariați, în perioada 2013 -2014, pentru drepturile salariale prevăzute în CCM, începând cu mijlocul anului 2015 au apărut mai multe pachete de hotărâri judecătorești, prin care societatea este obligată la plata drepturilor neacordate (compensare cu indicii de inflație și spor de fidelitate) a căror onorare a creat mari probleme de lichiditate. Pe cale de consecință, și echilibrul bugetar al SRTv a fost profund afectat.

Anticipând acest efect, SRTVva operat, în luna septembrie, o rectificare bugetară cu scopul de a stopa orice noi angajamente. (Situția evoluției veniturilor și cheltuielilor pe parcursul anului 2015 este prezentată mai jos).



**BUGETUL DE VENITURI ȘI CHELTUIELI, REALIZAT ÎN ANUL 2015**

Nr. crt.	Indicatori	Nr. rd.	Plan an 2015 - mii lei -	Rectificare an 2015 - mii lei -	Realizat an 2015 - mii lei -
1.	<b>VENITURI TOTALE (2+10+15)</b>	1	<b>545.431</b>	<b>494.950</b>	<b>501.060</b>
2.	<b>Venituri din exploatare – total, din care:(3+...+9)</b>	2	545.431	494.950	495.077
3.	a) taxa tv.;	3	324.400	324.400	334.475
4.	b) venituri din publicitate;	4	20.559	20.559	20.477
5.	c) venituri din subvenții de exploatare (alocații bugetare), din care: (5a+5b)	5	185.835	135.354	123.083
6.	- subvenții, cf. preved. legale în vigoare;	5a	185.835	135.354	122.760
7.	- alte subvenții, transferuri, cf. preved. legale în vigoare;	5b			323
8.	d) coproducții tv. (tot ce ține de emisiune difuzată – SMS);	6			
9.	e) transmisii, închirieri etc.;	7			
10.	f) producția imobilizată;	8			
11.	g) alte venituri din exploatare din care:	9	14.637	14.637	17.042
12.	- venituri din penalizări, imputații, vânzări imobilizări.				
13.	<b>Venituri financiare-total, din care: (11+...+14)</b>	10			<b>5.983</b>
14.	a) venituri din interese de participare;	11			
15.	b) venituri din alte investiții financiare;	12			
16.	c) venituri din dobânzi;	13			6
17.	d) alte venituri financiare.	14			5.977
18.	<b>Venituri extraordinare (calamități, provizioane etc.)</b>	15			
19.	<b>CHELTUIELI TOTALE (17+45+48)</b>	16	<b>544.374</b>	<b>488.205</b>	<b>525.276</b>
20.	<b>Cheltuieli de exploatare – total, din care:</b>	17	538.762	472.829	511.010
21.	a) cheltuieli materiale;	18	6.385	5.488	3.832
22.	b) alte cheltuieli din afară (cu energia și apa);	19	4.719	4.811	4.826
23.	c) cheltuieli cu personalul, din care:(21...+22)	20	162.696	162.054	173.399

24.	- salarii;	21			141.213
25.	- cheltuieli cu asigurările și protecția socială, din care:	22			32.186
26.	- contribuția la asigurări sociale;	22a			31.493
27.	- contribuția de asigurări ptr.șomaj;	22b			693
28.	d) alte cheltuieli cu personalul - tichete de masă	23			
29.	e) ajustarea valorii imobilizărilor corporale și necorporale;	24	35.125	32.236	29.115
30.	- amortizare;	24a	35.125	32.236	29.099
31.	- provizioane.	24b			16
32.	f) ajustarea valorii activelor circulante	25			- 10.971
33.	g) provizioane riscuri și cheltuieli	26			37.782
34.	h) alte cheltuieli de exploatare, din care:(28+38)	27	329.837	268.240	273.027
35.	- cheltuieli cu prestațiile din afara societății, din care: (29+.....+37)	28	220.444	166.630	171.213
36.	- cheltuieli de protocol;	29	58	89	82
37.	- cheltuieli de reclama și publicitate.	30	14	91	192
38.	- comision servicii taxă tv.;	31	23.216	23.250	23.648
39.	-comision servicii publicitate	32			
40.	- onorarii colaboratori;	33	9.238	6.932	6.232
41.	- deplasări;	34	4.871	4.334	3.632
42.	- stații și circuite, satelit;	35	131.675	90.931	95.525
43.	- telefoane;	36	693	575	331
44.	- alte impozite și taxe;	37	50.679	40.428	41.571
45.	- alte cheltuieli din exploatare.	38	109.393	101.610	101.814
46.	<b>Cheltuieli financiare-total, din care:</b>	39	5.612	15.376	14.266
47.	- cheltuieli privind dobânzile;	40	4.712	4.700	4.224
48.	- alte cheltuieli financiare.	41	900	10.676	10.042
49.	<b>Cheltuieli extraordinare (calamități)</b>	42			
50.	<b>REZULTATUL BRUT (1 – 16) (profit/pierdere)</b>	43	1.057	6.745	- 24.216
51.	<b>ALTE CHELTUIELI DEDUCTIBILE STABILITE POTRIVIT LEGII, din care:</b>	44			
52.	<b>ACOPERIREA PIERDERILOR DIN ANII PRECEDENȚI</b>	45			
53.	<b>IMPOZIT PE PROFIT</b>	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	9.623	9.623	3.765
62.	Surse proprii	55	7.359	7.359	1.501
63.	Alocații de la buget	56	2.264	2.264	2.264
64.	Credite bancare	57			
65.	- interne	58			
66.	- externe	59			
67.	Alte surse	60			

După cum se poate observa, în condițiile în care subvenția bugetară pentru stații și circuite a scăzut cu 33,8%, veniturile totale față de nivelul rectificat au crescut totuși cu 1,2%, ca urmare a creșterii cu 3,1% a încasărilor din taxa tv și cu 16,4% a celor din alte venituri din exploatare.

În același timp, cheltuielile totale au crescut, față de bugetul rectificat, cu 7,6% în principal datorită aplicării hotărârilor judecătorești de indexare a salariilor, cheltuielile cu acestea crescând de la 162,054 mii lei la 173,399 mii lei. Ca urmare a punerii în practică a titlurilor executorii și nivelul cheltuielilor pentru provizioane și riscuri a urcat la suma de 37,782 mii lei (adică 7,2% din total cheltuieli), în timp ce amortizările de filme și programe tv au scăzut cu aproape 10%; reduceri (cu o pondere mai mică în totalul cheltuielilor) au înregistrat și alte categorii de cheltuieli: materialele (30,2%), onorariile pentru colaboratori (10,1%), deplasările de producție (16,2%), telefoanele (42,4%), cheltuielile cu dobânzi bancare (10,1%), în timp ce ajustarea valorii mijloacelor circulante a crescut cu 10,971 mii lei, ducând la o scădere a cheltuielilor totale cu 2,1%.

Deși proiecția bugetară, atât cea inițială, cât și cea rectificativă, au urmărit obținerea unui profit contabil în cadrul exercițiului financiar 2015, evaluat la 6,745 mii lei în urma rectificării bugetare din luna septembrie, rezultatul brut la încheierea exercițiului a ajuns să fie unul negativ, însumând o depășire a veniturilor de către cheltuieli cu 24,216 mii lei, respectiv cu 4,8% mai mult, cauza principală fiind intrarea pe rol a hotărârilor judecătorești de majorare a salariilor personalului din SRTv în perioada 2008-2012, amintite mai sus.

## 7.2. ACHITAREA DATORIILOR PE PARCURSUL ANULUI 2015

Pornind de la datoria totală înregistrată de SRTv la data de 31.12.2015 (680,7 mil lei) comparativ cu datoria la 31.12.2014 (700,6 mil lei) și analizând situația încasărilor și a plăților efectuate pe parcursul anilor 2014 și 2015, putem desprinde următoarele concluzii:

1. Valoarea totală a datoriilor SRTv a înregistrat la data de 31.12.2015 o scădere cu 3% față de 31.12.2014.

2. Această scădere s-a produs în condițiile în care volumul de încasări s-a menținut la același nivel: 323,9 mil lei în 2015 față de 323,7 mil lei în 2014. Acest lucru a determinat menținerea aproape constantă a volumului de plăți: 322 mil. lei în 2015 față de 329,8 mil lei în 2014.

3. Cca 15% din totalul plăților efectuate în anul 2015 îl reprezintă executări silit (datorii fiscale și drepturi salariale pentru perioade anterioare), care au grevat asupra plăților pe alte destinații și implicit asupra gradului de diminuare a datoriilor.

### ➤ **Modul de tratare a principalelor categorii de datorii:**

Pe parcursul anului 2015, achitarea obligațiilor fiscale curente a constituit în continuare o prioritate pentru SRTv. Impozitele și contribuțiile lunare au fost achitate integral și la termen, evitându-se astfel acumularea de noi debite. Dobânzile și penalitățile calculate asupra debitului existent au continuat să se acumuleze, conducând la o creștere a **datoriei fiscale** totale cu cca 5% (21,4 mil lei).

În luna iulie 2015, ANAF a executat silit societatea pentru datorii istorice neachitate în valoare de 10.373.678 lei.

Mai trebuie menționat și faptul că începând cu luna august 2015, SRTv a fost executată silit de salariați și foști salariați pentru diferențe salariale câștigate în instanță, rezultate din majorarea salariilor de bază cu indicii de creștere a prețurilor de consum aferenți unor perioade anterioare. Ca urmare, din conturile societății au fost virate către executorii judecătorești sume lunare care au totalizat 13,3 mil. lei și au generat calcularea și plata unor obligații fiscale în valoare de cca 5 mil lei.

Deși volumul de plăți către partenerii comerciali s-a diminuat în 2015 cu 20%, totuși **datoriile comerciale** înregistrate la 31.12.2015 sunt cu 11% mai mici față de cele înregistrate cu un an în urmă.

În condițiile reducerii cheltuielilor în anul 2015, SRTv și-a creat posibilitatea de a achita obligațiile comerciale curente în proporție de 80% și, lunar, câte puțin din datoriile istorice.

În vederea compensării efectelor subfinanțării, relaxării cash-flow-ului și înlăturării pericolului unor eventuale litigii, pe parcursul anului 2015 s-au depus eforturi în vederea achitării ratelor conform reeșalonărilor agreeate cu partenerii comerciali în anul 2014 și s-au încheiat noi tranzacții cu diverși furnizori, pentru un volum de plăți de cca 8 mil lei.

A fost renegociată eșalonarea datoriei față de EBU, cu plata unei sume lunare de 250.000 euro pentru o nouă perioadă de 6 luni - în așteptarea unui calendar de plăți mai consistente.

Totodată, sub amenințarea unui proces la Tribunalul Comercial din Lyon, s-a agreeat cu Euronews o eșalonare a sumelor restante, pe o perioadă de 8 luni.

În ce privește **creditele bancare** pe termen lung accesate în aprilie-mai 2013, rambursarea ratelor s-a efectuat și pe parcursul anului 2015 în strictă conformitate cu contractele și graficele de rambursare agreeate cu băncile, astfel încât datoria a scăzut cu 18 mil lei, reprezentând contravaloarea ratelor achitate în 2015.

Pericolul rambursării accelerate/anticipate a creditelor s-a manifestat începând cu luna noiembrie 2015, când Raiffeisen a prelungit linia de credit pe termen scurt (descoperit de cont) pe o perioadă de doar 3 luni.

Datoriile SRTv față de **Uniunile de creație** au scăzut cu 27%, având în vedere că au fost achitate integral tranșele de plată stabilite prin tranzacțiile cu acele uniuni față de care SRTv are cele mai importante datorii (UCMR ADA, Credidam, UPFR și DACIN SARA).

Pe parcursul anului 2015 s-au efectuat plăți către Uniunile de creație în valoare totală de 15 mil lei.

Datoria față de **Centrul Național al Cinematografiei (CNC)** și față de producătorii de filme finanțați direct de SRTv s-a diminuat cu 14% pe parcursul anului 2015. Volumul plăților efectuate în anul 2015 pe aceste destinații totalizează 6,6 mil lei.

### 7.3. EXERCIȚIUL FINANCIAR

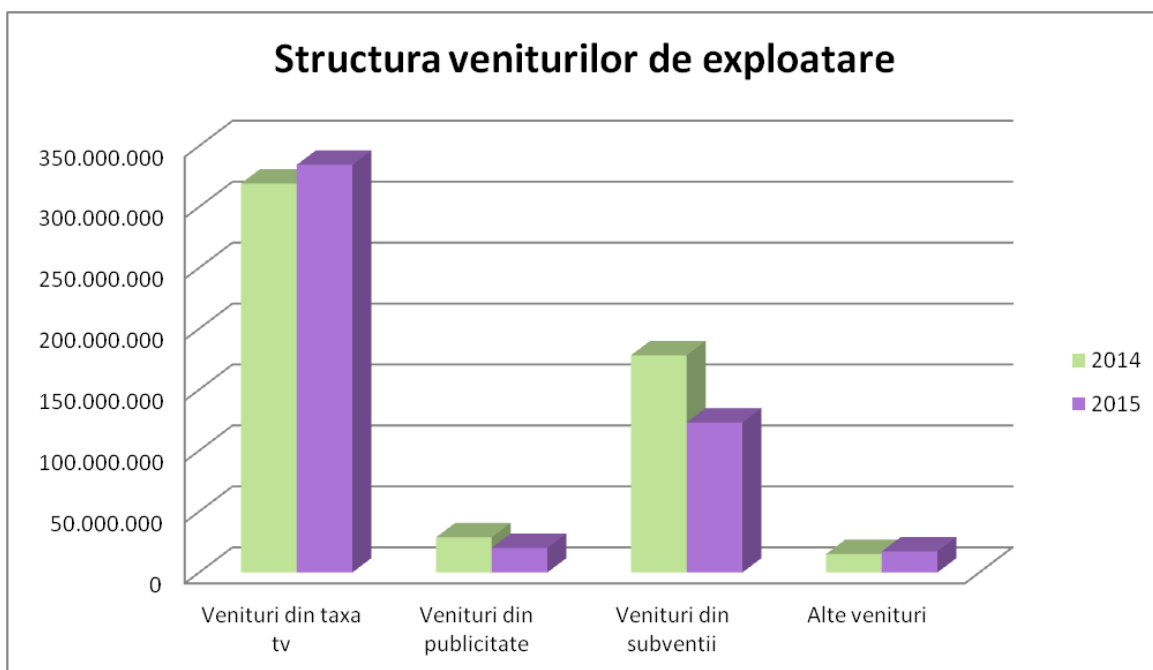
Televiziunea Română și-a încheiat activitatea în anul 2015 cu următorii indicatori economico-financiari:

- **Venituri totale: 501.059.860 lei**, din care **venituri din exploatare: 495.076.982 lei** și **venituri financiare: 5.982.878 lei**;
- **Cheltuieli totale: 525.276.360 lei**, din care **cheltuieli de exploatare: 511.010.504 lei** și **cheltuieli financiare: 14.265.856 lei**;
- **Cifra de afaceri netă: 484.379.534 lei**;
- **Rezultatul net al exercițiului: pierdere în valoare de 24.216.500 lei.**

➤ **Situația contului de profit și pierdere încheiat la 31 decembrie 2015**

#### A. Rezultatul din exploatare

1. **Veniturile din exploatare** realizate de SRTv în anul 2015 au fost de 495.076.982 lei, cu 9,35% mai mici față de anul 2014 și se prezintă în următoarea structură:



a. **Venituri din taxa pentru serviciul public de televiziune:** în valoare de 334.475.150,22 lei, cu o pondere de 67,56% din total venituri din exploatare, cu 4,78% mai mari față de anul 2014 ;

b. **Venituri din publicitate:** în valoare de 20.204.479,35 lei cu o pondere de 4,08% din total venituri din exploatare, cu 29,82% mai mici față de anul 2014, scădere generată de lipsa competițiilor sportive majore;

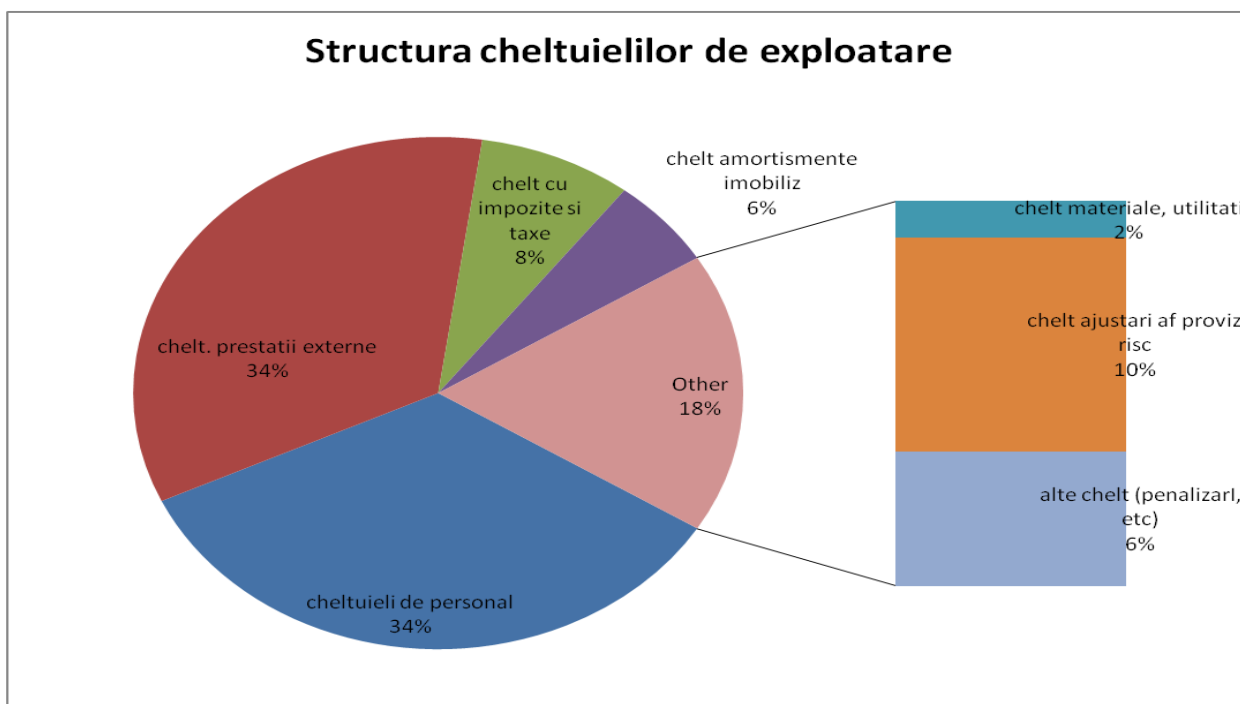
**c. Venituri din subvenții din exploatare:** în valoare de 123.082.844 lei, cu o pondere de 24,86% din total venituri din exploatare, cu 30,95% mai mici față de anul 2014. Din aceste venituri, alocația de la bugetul statului primită conform Legii nr. 41/1994, pentru anul 2015 a fost de 122.759.689,36 lei în conformitate Legea bugetului de stat pe anul 2015 nr. 186/2014, precum și OUG nr.47/2015 și OUG nr.20/2015 cu privire la rectificarea bugetului de stat pe anul 2015;

**d. Alte venituri din exploatare:** în valoare de 17.314.508,27 lei, cu o pondere de 3,5% din total venituri din exploatare, cu 14,77% mai mari față de anul 2014 din care:

- prestări servicii, în valoare de 952.751 lei, reprezentând vânzări licențe;
- prestări servicii, în valoare de 5.195.798,61 lei, reprezentând coproducții, producții tv, servicii tehnice, închirieri circuite transmisii etc.;
- alte venituri, în valoare de 10.893.339,30 lei, din care: venituri din sponsorizări (1.268.545,56 lei), venituri din penalizări taxă tv (3.301.711,67 lei), venituri penalizări din publicitate (755.304,91 lei), venituri din subvenții pentru investiții (4.714.747,10 lei) etc.

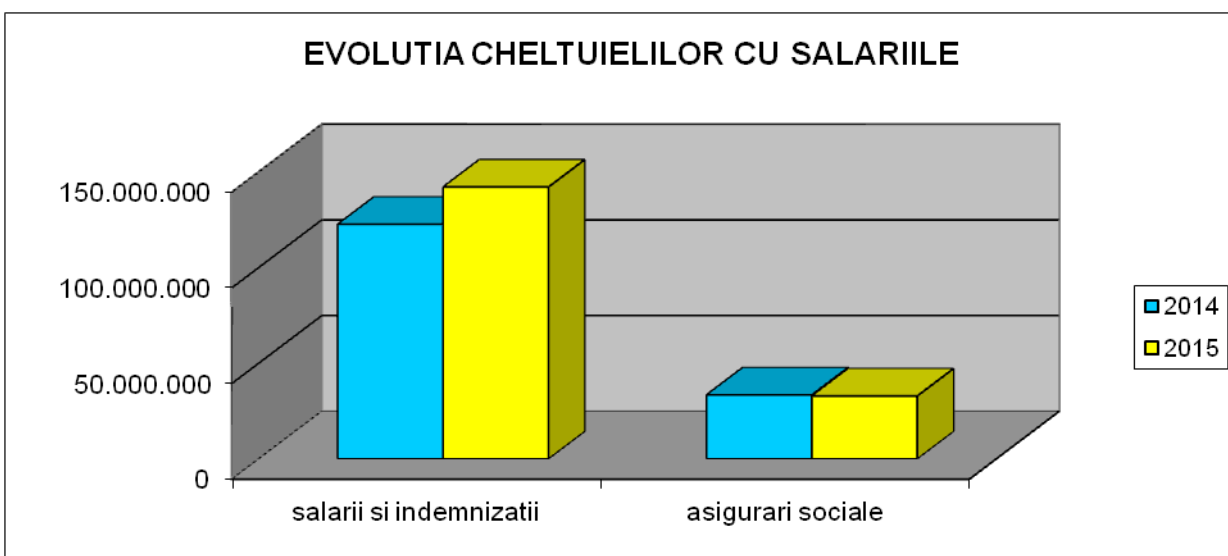
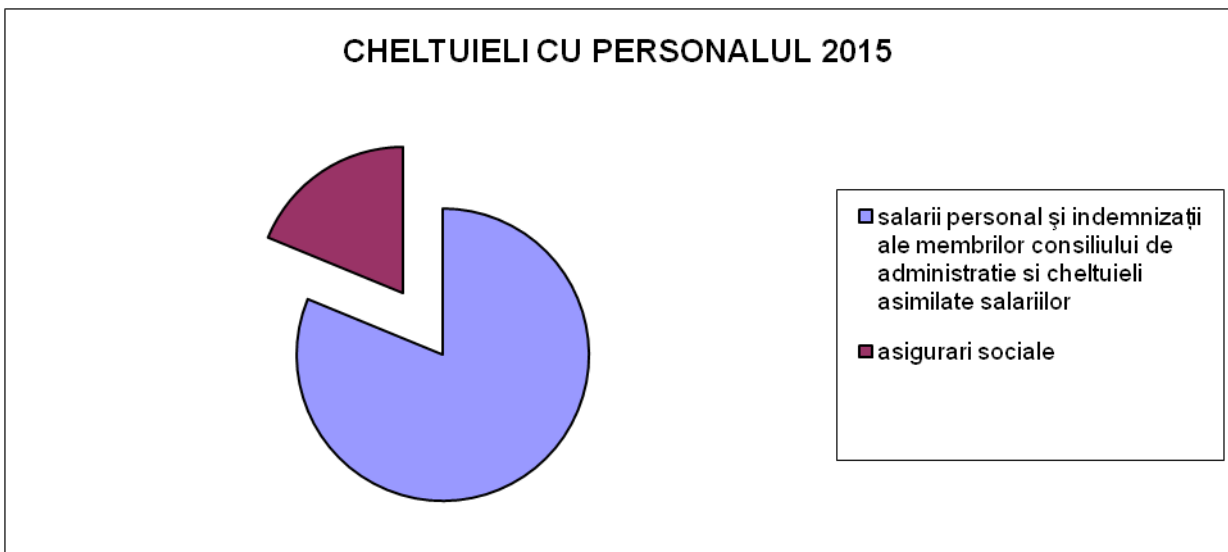
**2. Cheltuielile de exploatare** realizate de SRTv, în anul 2015, au fost de 511.010.504 lei, cu 16,72% mai mici față de anul 2014.

Pe elemente de cheltuieli, cheltuielile de exploatare realizate în 2015 se prezintă astfel :



**a. Cheltuieli cu personalul,** în valoare de 174.885.937 lei, cu o pondere de 34,22% din totalul cheltuielilor de exploatare, și cu 12,12% mai mari față de anul 2014.

Structura cheltuielilor cu personalul:



- salarii personal și indemnizații ale membrilor Consiliului de Administrație și cheltuieli asimilate salariilor: 142.036.754 lei;
- cheltuieli cu asigurările și protecția socială: 32.849.183 lei.

Din totalul cheltuielilor cu personalul pe anul 2015, în sumă de 174.885.937 lei lei, putem face următoarele distincții:

**A).** cheltuieli cu personalul aferent anului 2015, conform bugetului aprobat în suma de 156.766.453,67 lei se compune din:

- salarii personal și indemnizații ale membrilor Consiliului de Administrație și cheltuieli asimilate salariilor: 130.728.973,07 lei;



- cheltuieli cu asigurările și protecția socială: 26.037.480,60 lei;
- Creșterea față de 2014, se explică astfel:
- modificarea salariului minim pe economie corelat cu prevederile CCM 2015 a fost de 3.158.447 lei,
  - primele de vacanță aferente anului 2014 au fost de 3.538.532 lei, achitate conform protocolului încheiat cu Comisia Paritară din data de 16.01.2015.
  - despăgubirile salariaților reîncadrați – decizii ale instanței în favoarea unor salariați disponibilizați și reintegrați la restructurarea din 2012-2013 - au fost de 1.604.101 lei.

**B).** cheltuieli cu personalul în legătură cu inflația, plăți făcute conform titlurilor executorii realizate în cursul lunilor septembrie, octombrie, noiembrie, decembrie 2015 inclusiv obligatii, în sumă de 18.119.483,33 lei și se compune din:

- inflație - salarii personal și indemnizații în sumă de 11.307.780,93 lei,
- inflație - cheltuieli cu asigurările și protecția social în sumă de 6.811.702,40 lei.

*Notă: La aceste cheltuieli se adaugă cheltuielile cu executările judecătorești care se identifică la capitolul corespunzător .*

Începând cu anul 2014, un număr total de 2.088 salariați și foști salariați ai SRTv au acționat în instanța societatea pentru majorarea salariilor de bază cu indicii prețurilor de consum aferenți unor perioade anterioare, precum și pentru plata diferențelor salariale rezultate în urma acestor majorări.

Până la această dată 31.12.2015, 394 persoane au câștigat definitiv, 1.588 persoane au câștigat în primă instanță, 106 persoane au pierdut definitiv.

Totodată, un număr de 929 de persoane au acționat în instanță societatea pentru sporul de fidelitate pentru perioada anilor 2010-2013, prevăzut de art.30 lit.b). din CCM la nivel de ramură mass-media.

Având în vedere numărul mare de salariați implicați în procesul de inflație precum și faptul că în situația în care sentințele s-ar fi pus în aplicare după pronunțarea soluțiilor pe fond ar fi însemnat sume mari de plată care ar fi generat, pe de o parte perturbarea întregului cash-flow aprobat și pe de altă parte probleme de recuperare a sumelor avansate în cazul în care instanțele ar fi schimbat soluția, SRTv a acționat cu prudență și a solicitat suspendarea temporară a executării, urmând ca punerea în executare să se facă după stabilirea unor sentințe definitive.

Până la data de 31.12.2015, SRTv a fost executat silit de 412 persoane cu sentințe favorabile, cu o sumă de 11.307.780,93 lei la care se adaugă obligațiile fiscale în sumă de 6.811.702,40 lei.

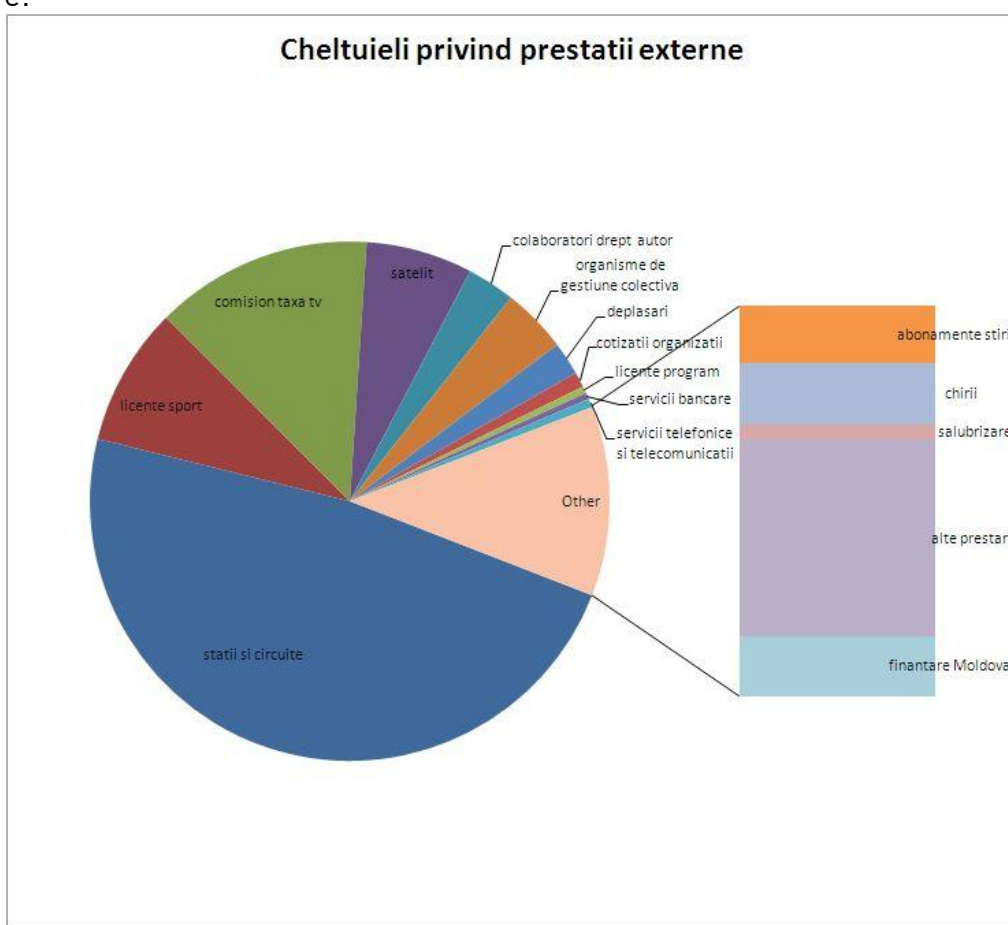
În cursul anului 2015, SRTv a achitat în termen obligațiile curente la bugetul statului, dar conform Codului de Procedura Fiscală debitele s-au stins în ordinea vechimii, astfel încât la totalul datoriei fiscale existente s-au adăugat penalitățile generate de neplata debitelor neachitate. Astfel, față de 448.768.199 lei la data de 31.12.2014, datoria fiscală a ajuns la 31.12.2015 la suma de 470.147.061 lei, diferența constând în dobânzi și penalități de la ANAF.

În anul 2015, SRTv a achitat silit către ANAF 10,4 milioane lei datorii istorice, ca urmare a activării unor titluri executorii emise în 2010 și ajunse la termenul de prescriere în iulie 2015.

Cheltuielile cu personalul nu includ indemnizațiile suplimentare de concediu de odihnă aferente anului 2015, care vor face obiectul unei înțelegeri ulterioare între administrație și sindicate (motiv pentru care a fost constituit un provizion).

Cheltuielile cu colaboratorii în anul 2015 au fost în sumă de 5.226.590 lei, cu 17,99% mai mici decât în anul 2014.

**b. Cheltuieli privind prestațiile externe**, în valoare de 174.955.651 lei, cu o pondere de 34,24% din totalul cheltuielilor de exploatare, cu 31,19% mai mici față de anul 2014, din care:



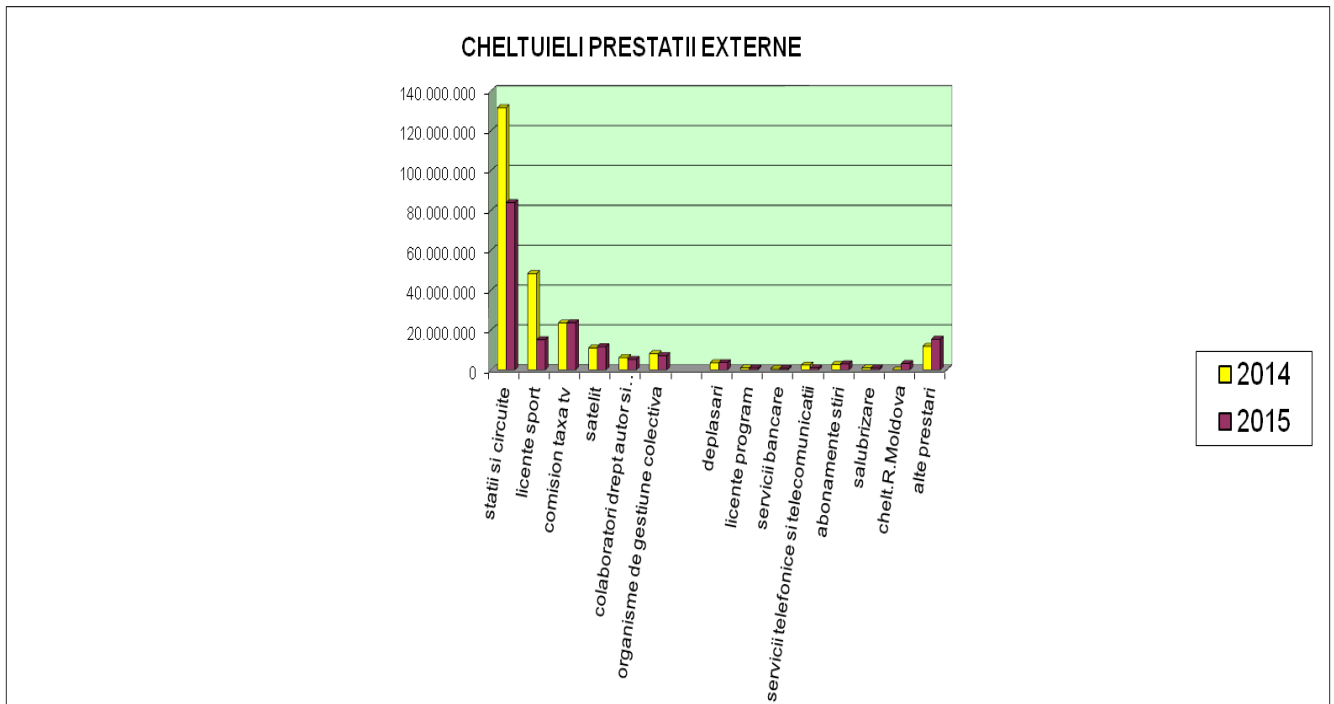
- cheltuieli cu stații și circuite datorate Societății Naționale de Radiocomunicații, în valoare de 83.922.515,02 lei – din alocații bugetare;
- cheltuieli licențe interne și externe sport, în valoare de 15.127.620,95 lei;
- cheltuieli privind comisionul convenit societăților Electrica pentru colectarea taxei TV, în valoare de 23.648.314,28 lei;
- cheltuieli canalul satelit, în valoare de 11.602.374,20 lei – din alocații bugetare;

- cheltuielile cu colaboratorii reprezentând drepturi de autor și contracte civile de prestări servicii, în valoare de 5.226.590 lei;
- cheltuieli cu drepturile de radiodifuzare a operelor, interpretărilor sau execuțiilor artistice cuvenite organismelor de gestiune colectivă, în valoare de 7.095.506,75 lei;
- cheltuieli cu deplasările, în valoare de 3.631.615,71 lei – din care suma de 1.024.964,68 lei suportată din alocații bugetare ;
- cheltuieli servicii telefonice și telecomunicații, în valoare de 945.445,02 lei din care suma de 44.569,82 lei suportată din alocații bugetare;
- cheltuieli cu finanțarea în Republica Moldova - suma de 3.096.091,75 lei suportată din alocații bugetare;
- cheltuieli abonamente agenții știri, în valoare de 3.008.979,84 lei;
- cheltuieli privind licențele de programe interne și externe, în valoare de 757.357,15 lei (de ex. interne – „Starea Nației”, „Destine ca-n filme”, „Profesioniștii”, externe – licență program „Concert aniversar Eurovision 60”, licență program Concert Viena);
- cheltuieli cotizații organizații interne și externe, în valoare de 1.641.633,64 lei, din care menționăm - EBU – UER -1.020.140 lei, Euronews – 473.340 lei, EGTA-35.693 lei, Circom – 22.827 lei, URTI-22.129 lei, ERNO EUROVISION-25.641 lei;
- cheltuieli comisioane bancare, în valoare de 712.315,66 lei, din care suma de 6.181,47 lei suportată din alocații bugetare;
- cheltuieli cu chiriile, în valoare de 3.282.016,55 lei, printre care menționăm 2.607.394 lei chirie leasing operațional – auto, 63.177 lei-chirie corespondenți, închiriere utilaje pentru amenajare parcare-19.310 lei, 67.950 lei - închiriere vestimentație pentru emisiuni, 14.616 lei - închiriere purificatoare apă.

Din totalul de mai sus, suma de 96.497,74 lei este suportată din alocații bugetare;

- cheltuieli salubritate, în valoare de 827.433,33 lei;
- alte prestații externe, în valoare de 10.429.841,15 lei, din care:
  - 487.641,69 lei întreținere și reparații,
  - 291.633,76 lei prime de asigurare,
  - 14.514,11 lei pregătirea personalului,
  - 2.047.730 lei - cheltuieli executări judecătorești personal SRTv,
  - 1.377.963 lei contracte de asistență juridică pentru contestații executare în legătură cu drepturile personalului conform CCM, litigiu SRTv Illirios, recuperare în instanță taxa tv etc,
  - 274.571,35 lei protocol, reclamă și publicitate,
  - 172.090,95 lei transport de bunuri și personal,
  - 145.830,76 lei mandate poștale și taxe expedieri,
  - 909.143,32 lei servicii de sondaje și măsurarea audienței,
  - 4.440 lei servicii access sintact online-agendă legislativă,
  - 297.454,54 lei servicii artistice-figurație,
  - 553.825 lei taxă participare Eurovision-EBU,
  - 514.269 lei închiriere CARE TV,

- 349.420 lei suport și mentenanță sistem digital producție știri,
- 221.974 lei suport și mentenanță sistem producție integrată,
- 346.923,62 lei servicii tehnice transmisii externe,
- 66.454,71 lei casete film,
- 12.636,03 lei protecția muncii și PSI etc.



**c. Cheltuieli cu impozite și taxe,** în valoare de 41.571.213 lei, cu o pondere de 8,14% din totalul cheltuielilor de exploatare, cu 17,82% mai mici față de anul 2014, 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 36.837.208,22 lei din care suma de 23.539.173,08 lei suportată din alocații bugetare;

- cheltuieli reprezentând contribuții pentru constituirea fondului cinematografic, către CNC, în conformitate cu OG nr.39/2005, în valoare de 3.030.671 lei;

- impozite pe teren, clădiri și mijloace de transport, în valoare de 610.815 lei;

- impozit pe redevențe în valoare de 159.239 lei;

- alte taxe, în valoare de 933.279,78 lei, (taxe timbre - 415.324 lei, roviniete - 40.806 lei, cheltuieli cu vărsăminte de la persoane juridice pentru persoane cu handicap neîncadrate-319.102 etc.

**d. Cheltuieli cu amortismentele și ajustările la imobilizările corporale și necorporale**, în valoare de 29.114.802 lei (amortizare licențe film interne, externe și programe – 23.227.263 lei, amortizare mijloace fixe – 5.400.125 lei etc.), cu o pondere de 5,70% din totalul cheltuielilor de exploatare, cu 7,75% mai mici față de anul 2014;

**e. Alte cheltuieli din exploatare** (dobânzi și penalități de la ANAF și penalizări la contractele comerciale încheiate cu furnizorii), în valoare de 31.389.261 lei (din care accesorii bugetul de stat și bugetul local, suma de 30.417.961,79 lei), cu o pondere de 6,14% din totalul cheltuielilor de exploatare, cu 50,2% mai mici față de anul 2014;

**f. Cheltuieli cu materialele consumabile, obiectele de inventar, energie, apă etc.**, în valoare de 8.649.854 lei (din care combustibil 1.211.993 lei, piese de schimb 784.169,57 lei, alte materiale consumabile 1.138.077,39 lei, obiecte de inventar 583.812,42 lei, energie, apă, gaze 4.825.882,94 lei), cu o pondere de 1,69% din totalul cheltuielilor de exploatare, cu 1,64% mai mici față de anul 2014;

**g. Cheltuieli privind ajustările și provizioanele de risc și cele aferente activelor circulante**, în valoare de 50.443.786 lei (din care: provizioane pentru despăgubiri salariați – cu indicele de inflație 28.392.842 lei, spor de fidelitate – litigii aflate pe rol 8.526.149 lei, disponibilizați și reintegrați 3.370.704 lei, provizioane pentru concedii de odihnă neefectuate și prime de vacanță aferente anului 2015 – 5.510.652 lei etc.) cu o pondere de 9,87% din totalul cheltuielilor de exploatare, cu 2,29% mai mari față de anul 2014;

Rezultatul de exploatare al anului 2015, calculat ca diferență între veniturile din exploatare și cheltuielile din exploatare, reprezintă pierdere în sumă de 15.933.522 lei.

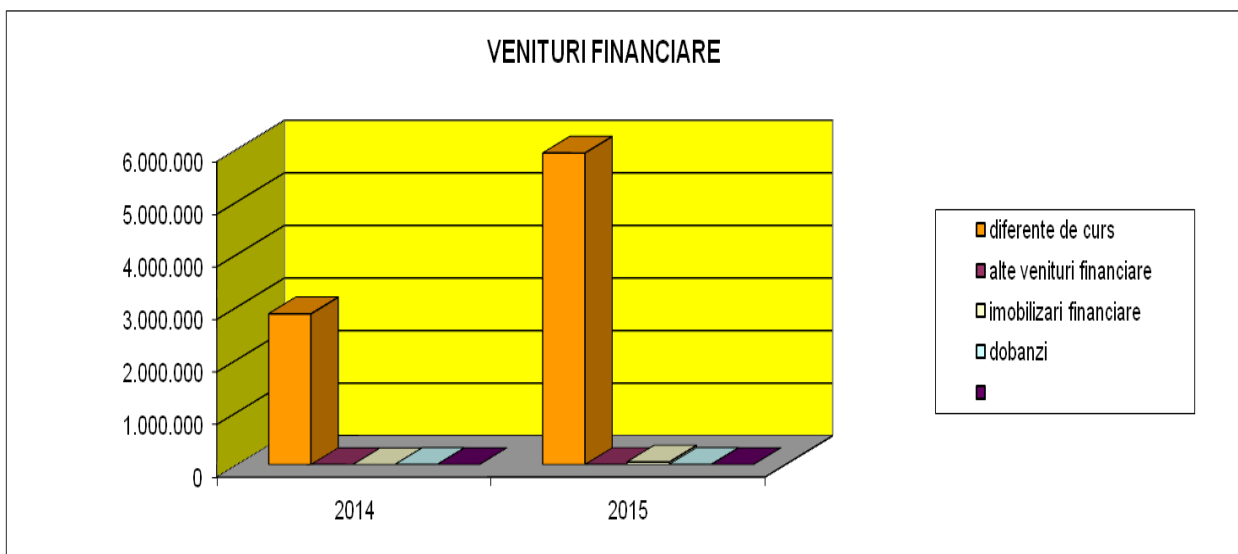
## ***B. Rezultatul financiar***

1. Veniturile financiare ale anului 2015 au fost în valoare de 5.982.878 lei și sunt constituite din:

a. Venituri din diferențe de curs, în valoare de 5.926.203 lei, cu o pondere de 99,05% din totalul veniturilor financiare, cu 106,54% mai mari față de anul 2014;

➤ în lunile în care valutele au înregistrat diminuări de curs, s- au generat venituri din diferențe de curs valutar în valoare de 4.775.282,56 lei. Reevaluare datoriilor și creanțelor exprimate în valută în cursul anului 2015, a generat o pierdere de 4.314.192,52 lei.

b. Alte venituri financiare în valoare de 56.675 lei, cu o pondere de 0,95% din totalul veniturilor financiare.



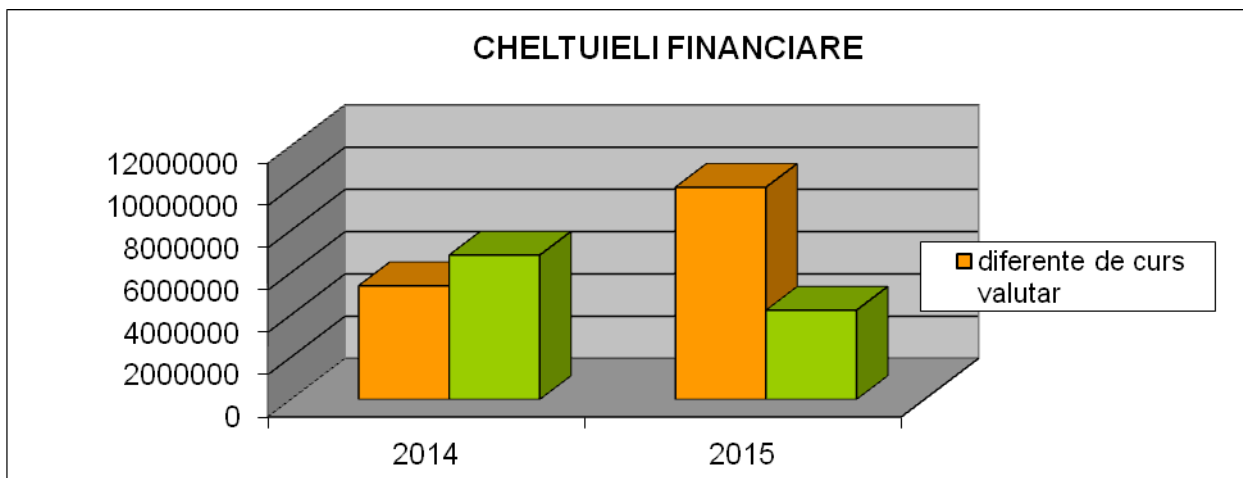
2. Cheltuielile financiare ale anului 2015 au fost în valoare de 14.265.856 lei și sunt constituite din:

a. Alte cheltuieli financiare – cheltuieli din diferențe de curs, în valoare de 10.042.308 lei, cu o pondere de 70,39% din totalul cheltuielilor financiare, cu 86,65% mai mari față de anul 2014.

Acestea provin din:

- diferențele de curs valutar înregistrate la stingerea drepturilor de creanță și a datoriilor, în sumă de 534.686 lei,
- diferențele de curs valutar din evaluarea la cursul BNR a disponibilităților bănești, în sumă de 400.515 lei,
- diferențele de curs valutar din evaluarea la curs BNR lunare a soldurilor a creanțelor și datoriilor în valută, în sumă de 9.089.480 lei,
- în cursul lunii ianuarie 2015 cursul CHF a crescut de la 3,7273 lei/CHF la data de 31.12.2014 la 4,2438 lei/CHF la data de 31.01.2015, în cursul lunii ianuarie CHF atingând chiar nivelul de 4,5817lei/CHF. Cursul acestei valute a variat foarte mult în cursul anului 2015, ajungând la data de 31.12.2015 la cursul de 4,1797 lei/CHF. Toate aceste fluctuații ale CHF au generat diferențe mari de curs valutar (reamintim că la data de 31.12.2014, datoriile SRTv pentru facturi emise de furnizori externi în CHF erau de 3,1 milioane lei ).

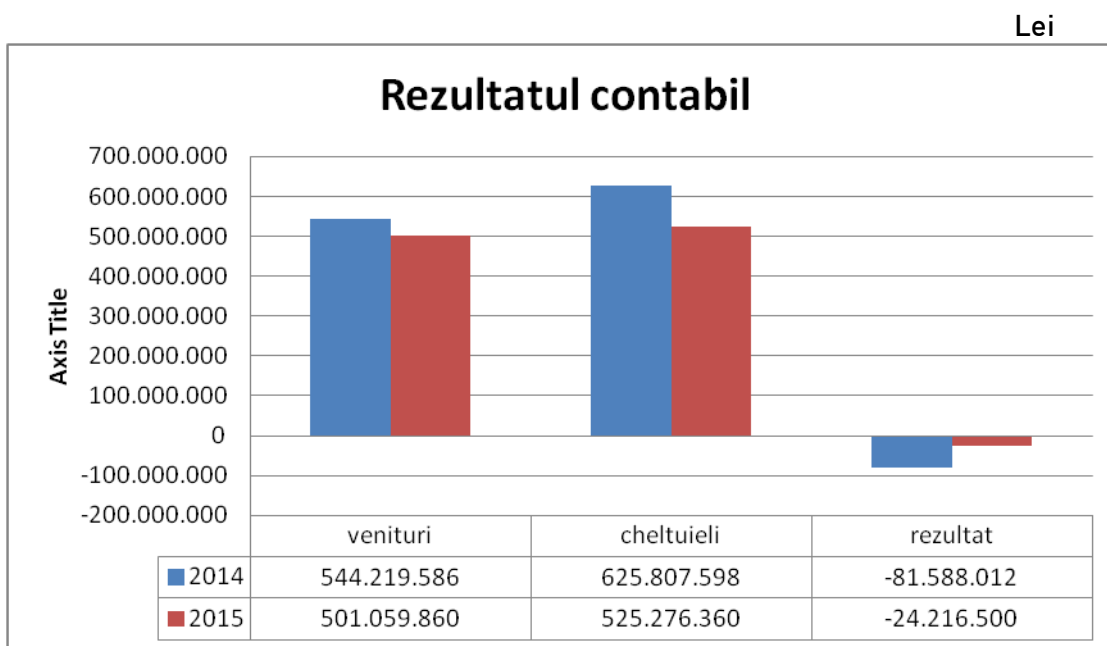
b.Cheltuieli privind dobânzile pentru creditele pe termen lung și scurt, în valoare de 4.223.548 lei, cu o pondere de 29,61% din totalul cheltuielilor financiare.



Rezultatul financiar al anului 2015, calculat ca diferență între veniturile financiare și cheltuielile financiare, reprezintă un deficit de 8.282.978 lei.

#### *C.Rezultatul exercițiului 2015*

La finele anului 2015, SRTv a înregistrat venituri totale în sumă de 501.059.860 lei și cheltuieli totale în sumă de 525.276.360 lei, rezultând o pierdere contabilă în valoare de 24.216.500 lei.



În principal, pierderea contabilă a fost cauzată de înregistrarea în anul 2015 a următoarelor cheltuieli în cuantum de **77.284.158** lei, astfel:

- a.- 28.392.842 lei - constituirea de provizioane pentru cheltuieli salariale ce decurg din procesul cu inflația, pentru sumele care au rămas neachitate la 31.12.2015,

b.- 8.526.148 lei - constituirea de provizioane pentru cheltuieli cu sporul de fidelitate, ce decurg din acțiunile în instanță referitoare la CCM la nivel de ramură mass-media,

c.- 30.417.962 lei accesorii (dobânzi și penalități) la plata obligațiilor fiscale,

d.- 9.947.206 lei ajustări din depreciere creanțe și penalități din taxa TV (2012) cu termen de prescriere expirat.

Starea de dificultate înregistrată de SRTv și în 2015 a fost generată și de o serie de factori obiectivi ce vin din anii anteriori:

a. 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 – 2015, TVR să NU se realizeze un venit în cuantum de 504,5 mil. lei, adică 125,8 mil. euro;

b. neindexarea taxei tv cu indicele de inflație în perioada 2003 – 2015 și menținerea nivelului de 4 lei/lună a condus ca în perioada 2003- 2015 să nu se realizeze un venit de 3.099,6 mil.lei, adică 748,6 mil. euro;

c. 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;

d. nerespectarea de către SRTv a obligațiilor asumate prin CCM, în perioada 2008 - 2012, fapt ce a condus la deschiderea unui număr mare de procese de către salariați pentru obținerea în instanță a acestor drepturi și la generarea unor cheltuieli rezultate în urma procesului cu inflația declanșat de fenomenul executărilor silite instituite de salariați și foști salariați pentru plata diferențelor din indexarea salariilor cu indicii de creștere a prețurilor de consum;

e. asumarea de obligații contractuale în anii anteriori cu impact semnificativ negativ atât asupra rezultatelor financiare, cât și asupra posibilităților de plată în anul 2015 - în principal față de furnizorii de licențe de film și sport;

f. 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;



- g. precum și creșterea cotei de TVA de la 19% la 24%;
- h. 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%;
- i. remunerațiile restante datorate organismelor de gestiune colectivă începând cu anul 2005, care au generat acțiuni de executare silită și penalități de întârziere;
- j. 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.;
- k. 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;
- l. 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 2014/2015

<b>DATORII TOTALE:</b>	<b>Suma datorată (lei) 31.12.2014</b>	<b>Suma datorată (lei) 31.12.2015</b>
Alte datorii cu bugetul statului (majorări, penalizări dobânzi)	201.074.418	227.545.120
Datorii la bugetul asigurărilor sociale	142.887.267	137.567.262
Datorii comerciale	120.028.477	106.526.906
Credite pe termen lung	59.022.781	41.142.747
TVA	65.554.134	66.382.119
Impozit pe salarii	38.065.927	36.867.586
Datorii uniuni de creație	21.721.526	15.746.952
Datorii la bugetul fondurilor speciale din care:	27.026.911	22.503.882
din care CNC	26.284.899	22.503.882
Credite pe termen scurt	16.825.499	18.877.796
Personal salarii datorate	3.547.486	3.509.826
Alte impozite, taxe și vărsăminte	1.186.453	1.784.974
Alți creditori	493.745	718.132

Alte datorii cu salariații	659.614	722.941
Sume datorate entitatilor afiliate	1.327.595	787.796
<b>DATORII TOTALE</b>	<b>700.592.354</b>	<b>680.684.040</b>
din care: datorie fiscală	448.768.199	470.147.061
Datorii de recuperat de la bugetul asig. sociale CCI	1.132.460	110.745
<b>Principalele categorii de furnizori față de care SRTv are cele mai mari datorii:</b>		
Deținători de licențe de film	28.417.741	21.134.393
Deținători de licențe sportive	68.642.782	71.544.387
Prestatori de servicii de mentenanță	295.157	655.133
Furnizori de stiri Euronews	1.295.484	1.235.031
<b>TOTAL :</b>	<b>98.651.164</b>	<b>94.568.944</b>
<b>Lista sumelor datorate Uniunilor de Creație</b>		
	<b>Suma datorată (lei)</b>	<b>Suma datorată (lei)</b>
<b>Furnizor</b>	<b>31.12.2014</b>	<b>31.12.2015</b>
UCMR ADA	6.198.766	3.150.507
CREDIDAM	12.194.389	10.979.908
UPFR	2.805.059	1.365.066
Dacin Sara	305.667	126.730
Copyro Societate de Gest.Colectivă	172.897	46.079
Asociația Română Artiști Independenți	34.326	48.288
Visarta Societate de Gest.Colectivă	10.422	650
UNART	0	29.724
<b>TOTAL :</b>	<b>21.721.526</b>	<b>15.746.952</b>

Precizare: în cursul anului 2015, s-a reușit recuperarea sumei de 1.358.292 lei, prin rambursarea de la Casa de Asigurări de Sănătate a Municipiului București, a sumelor avansate de SRTv în perioada 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 ianuarie, februarie, pentru plata concediilor medicale ale salariaților din fonduri proprii.

#### 7.4. SITUATIA ACTIVEI, DATORII SI CAPITALURILOR PROPRII LA 31 DECEMBRIE 2015

A. Activele imobilizate sunt în sumă de <b>920.582.716 lei</b> și sunt compuse din:	
a. imobilizări necorporale	20.205.256 lei
b. imobilizări corporale	898.674.676 lei
c. imobilizări financiare	1.702.784 lei
B. Activele circulante sunt în sumă de <b>82.490.158 lei</b> și sunt compuse din:	
a. stocuri	1.898.247 lei
b. creanțe	72.188.774 lei
c. casa și conturi în bănci	8.403.137 lei
C. Cheltuieli în avans	24.884.940 lei
D. Datorii totale	680.684.040 lei
E. Provizioane pentru riscuri și cheltuieli	47.017.431 lei
F. Venituri înregistrate în avans	238.993 lei
G. Subvenții pentru investiții	18.511.676 lei
H. Capitaluri proprii	281.505.674 lei

#### 7.5. CREANȚE SI DATORII LA 31 DECEMBRIE 2015

A. Creanțele S.R.Tv. sunt în sumă de <b>72.188.774 lei</b> , din care:	
1. Clienți – creanțe comerciale	18.932.889 lei
din care:	
o Furnizori debitori:	131.270 lei
o Clienți :	17.535.269 lei
o Clienți incerți:	26.492.718 lei
o Clienți facturi de întocmit:	897.620 lei
o Alte creanțe imobilizate:	680.915 lei
o Provizion pentru deprecierea creanșelor	-26.804.900 lei
o Sume de încasat de la entitățile afiliate	124.304 lei
2. Alte creanțe - <b>53.131.582 lei</b> din care, principale	
a.Subvenții pentru investiții	4.997.249 lei
b.Debitori diverși	56.856.307 lei
c.Provizion pentru deprecierea creanșelor	-12.197.902 lei

d.alte creanțe

3.475.928lei

**B. Datoriile sunt în sumă de 680.684.040 lei, din care:**

Datoriile comerciale au fost în sumă de 106.526.906 lei, cea mai mare fiind către EBU, în valoare de 67.643.977 lei.

Relația cu **Centrul Național al Cinematografiei** este una *singulară* pe piața de televiziune românească: conform legii, SRTv trebuie să vireze 15% din veniturile din publicitate pentru finanțarea producției cinematografice românești. Lipsa disponibilităților bănești a generat acumularea unei datorii.

La finele anului 2015, debitul restant către **CNC** se ridică la 22.503.882 lei.

Alte datorii ale SRTv la 31 decembrie 2015:

1. Personal salarii datorate	3.509.826 lei
2. Datorii față de bugetul asigurărilor sociale	137.567.262 lei
3. TVA	66.382.119 lei
4. Datorii față de bugetul fondurilor speciale (CNC)	22.503.882 lei
5. Alți creditori	718.132 lei
6. Credit pe termen scurt	18.877.796 lei
7. Sume datorate entităților afiliate	787.796 lei

Datoria fiscală înregistrată la 31 decembrie 2015 este în sumă totală de 470.147.061 lei.

În cursul anului 2015 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 milioane lei ca urmare a încetării acestor contracte ar fi condus la o gravă perturbare a cash-flow-ului, contractul cu BCR a fost prelungit prin actul adițional nr. 2/277/8/24.04.2015 / SRTv 22845/13.05.2015 scadență credit pe termen scurt (5 mil lei) 30.06.2016, dar anulat unilateral de banca în 09.03.2016, cu 30 de zile termen de rambursare, iar contractul cu Raiffeisen cu actul adițional nr. 2/2015 / SRTv 23245/27.11.2015 valabil până la 29.02.2016.

Din cursul anului 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 31.12.2015 s-a rambursat suma de 36,1 milioane lei, din care 18,6 milioane lei în anul 2015.

Ca urmare a primirii titlurilor de executare silită în perioada august-decembrie 2015 pentru diferențele salariale câștigate în instanță, la expirarea liniei de credit pe termen scurt de la Raiffeisen la data de 29.11.2015, în lipsa unui Consiliu de Administrație care să aprobe linia, în lipsa unui plan concret de măsuri pentru

reeșalonarea datoriilor cu ANAF-ul, precum și a unui plan a executărilor silite, Raiffeisen a prelungit linia de credit pe termen scurt, de 14 milioane lei, doar până la data de 29.02.2016.

La sfârșitul anului, disponibilitățile bănești ale societății au fost de 8.403.137 lei.

Pe parcursul primelor 6 luni ale anului 2015, s-au respectat toate obligațiile de plată reeșalonate, s-au achitat utilitățile și obligațiile comerciale curente la nivelul previzionat și, de asemenea, a fost posibilă știngerea în proporție de 40% a datoriilor istorice.

În luna iulie 2015 ANAF-ul a executat silit instituția pentru datorii istorice în valoare de 10,4 milioane lei. Începând cu luna august s-a declanșat fenomenul executărilor silite instituite de salariați și foști salariați pentru plata diferențelor din indexarea salariilor cu indicii de creștere a prețurilor de consum. Până la sfârșitul anului 2015, valoarea acestor executări a ajuns la 11,3 milioane lei la care se adaugă și obligațiile fiscale de 6,8 milioane lei.

Consecințele acestor plăți neprevăzute constau în neplata datoriilor istorice și acumularea de noi datorii, prin neachitarea la termen a următoarelor obligații:

- organisme de gestiune colectivă: 2,9 mil.lei,
- obligații asumate reeșalonate: 10,2 mil.lei,
- obligații comerciale curente: 7,4 mil.lei.

Obligațiile fiscale curente constituite pe parcursul anului 2015 au fost achitate integral și la termen, la fel și ratele de rambursare și dobânzile aferente creditelor bancare.

\*

\* \*

#### 7.6. CONTUL DE EXECUȚIE AL CHELTUIELILOR PE ANUL 2015. DESTINAȚIA SUMELOR/CHELTUIELILOR ALOCATE DIN BUGETUL DE STAT

- lei -

DENUMIRE INDICATOR	COD	PREVEDERI INIȚIALE 2015	PROGRAM ACTUALIZAT 2015	REALIZAT 31.12.2015	SUME NEUTILIZATE 2015
<b>CHELTUIELI TOTAL</b>	-	<b>185.835.000</b>	<b>135.354.000</b>	<b>134.747.463</b>	<b>606.537</b>
<b>Cultură, recreere</b>	<b>67.01</b>	185.835.000	135.354.000	134.747.463	606.537

<b>și religie</b>					
Alte servicii în domeniul culturii, recreeri și religiei	67.01.50	185.835.000	135.354.000	134.747.463	606.537
<b>Cheltuieli curente</b>	<b>67.01.01</b>	183.571.000	131.940.000	131.347.748	592.252
<b>Bunuri și servicii</b>	<b>67.01.20</b>	177.614.000	127.195.000	126.974.457	220.543
Bunuri și servicii	20.01	177.614.000	127.195.000	126.974.457	220.543
-Materiale și prestări de servicii cu caracter funcțional	20.01.09	177.614.000	127.195.000	126.974.457	220.543
-Plata pentru închirierea stațiilor și circuitelor datorată ag. ec. din sist. comunicat.		163.200.000	112.676.710	112.470.200	206.510
-Închirierea canalului satelit		14.050.000	14.386.944	14.386.944	0
-Închiriere transmisii Video over Ip		364.000	69.346	69.345	1
- Radiocomunicații Chișinău		0	62.000	47.968	14.032
<b>ALTE TRANSFERURI</b>	<b>67.01.55</b>	5.957.000	4.745.000	4.373.291	371.709
Transferuri interne	55.01	5.957.000	4.745.000	4.373.291	371.709
Alte transferuri curente interne	55.01.18	5.957.000	4.745.000	4.373.291	371.709
-Funcționarea Direcției TV România Internațional		957.000	676.000	611.731	64.269

-Funcționarea postului SRTv Chișinău		5.000.000	4.069.000	3.761.560	307.440
Active nefinanciare	67.01.71	2.264.000	3.414.000	3.399.715	14.285
Active fixe	71.01	2.264.000	3.414.000	3.399.715	14.285
Mașini, echipamente și mijloace de transport	71.01.02	2.264.000	2.264.000	2.263.873	127
-Echipamente specific activității de televiziune	C.b)	2.264.000	2.264.000	2.263.873	127
Alte active fixe	71.01.30	0	1.150.000	1.1358.842	14.158
-Funcționarea Dir. TVRi achiziționarea de licențe de filme, știri și reportaje	C.e)	0	500.000	485.842	14.158
-Funcționarea Dir.TVRi achiziționarea de licențe de filme, știri și reportaje pentru R.Moldova		0	650.000	650.000	0

Alocațiile bugetare, primite în conformitate cu Legea bugetului de stat pe anul 2015 nr. 186/2014, OUG nr.47/2015 și OUG nr.20/2015 cu privire la rectificarea bugetului de stat pe anul 2015, au fost în sumă totală de 135.354.000 lei din care au fost efectuate plăți în valoare de 134.747.463 lei. Diferența de 606.537 lei neutilizată a fost restituită conform prevederilor legale în vigoare.

Creanța reprezentând subvenția nealocată, aferentă prestațiilor efectuate până la 31 decembrie 2015, în sumă de 4.997.249 lei urmează a se încasa în anul 2016, în baza Legii bugetului de stat pe anul 2016, nr. 339/2015.

Situațiile financiare anuale încheiate la 31.12.2015 compuse din bilanț, cont de profit și pierdere, situația modificărilor capitalurilor proprii, situația fluxului de

trezorerie, notele explicative la situațiile financiare anuale, au fost întocmite în conformitate cu Politicile contabile aplicabile în Societatea Română de Televiziune aprobate prin Hotărârea Consiliului de Administrație nr. 204/2009 și revizuite în anul 2015, Legea contabilității nr. 82/1991 republicată, Ordinul ministrului finanțelor nr. 1802/2014 pentru aprobarea Reglementărilor contabile conforme cu directivele europene, cu modificările și completările ulterioare și Ordinului ministrului finanțelor publice nr. 123/2016 privind principalele aspecte legate de întocmirea și depunerea situațiilor financiare anuale și a raportarilor contabile anuale ale operatorilor economici la unitățile teritoriale ale Ministerului Finanțelor Publice.

\* \* \* \*

Salvarea televiziunii publice nu se poate face fără o reformă legislativă și o finanțare corectă.

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 TVR în fața unui risc financiar permanent.

Televiziunea Română nu mai poate funcționa după rigorile unei legi vechi de mai bine de 20 de ani, timp în care au avut loc schimbări fundamentale nu numai în societatea românească, dar mai ales pe piața media, în obiceiurile de consum ale telespectatorilor, în tehnologie.

Adoptarea unui cadru legislativ modern și adaptat realităților actuale este o sarcină care îi revine Parlamentului României.

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 pentru a asigura dreptul cetățenilor la informație.