

CUPRINS

Nr. crt.		Pag.
	Cuprins	1
	Cuvânt înainte	2
	Partea I – Cadrul general	
1	Consiliul de Administrație și Comitetul Director	11
2	Organizare – Resurse Umane	14
3	Relațiile Internaționale	18
4	Patrimoniu	21
5	Evoluția principalilor indicatori economico-financiar pe anul 2007	24
6	Raport privind contul de execuție bugetară pe anul 2007	27
7	Evoluția Audienței	33
	Partea a II-a – Activitatea departamentală	
1	Producția Editorială	39
2	Comunicare - Marketing	100
3	Activitatea Tehnică	109
4	Premii și diplome obținute	112
5	Concluzii, perspective	113

## CUVÂNT ÎNAINTE

Al treilea an de mandat al actualei echipe manageriale investite de Parlament la conducerea SRR a consemnat două reușite majore: consolidarea poziției radioului public pe piața media și recucerirea statutului de principală instituție de presă a audiovizualului românesc. O vizibilitate mult mai pregnantă, încrederea publicului, cifre încurajatoare în sondaje confirmă efectul unei strategii gândite în etape progresive ale cărei rezultate se afirmă tot mai convingător.

De la bun început trebuie menționată **adoptarea identității instituției** prin definirea misiunii, viziunii, a principiilor și valorilor organizației (v. documentul integral la pag. 6).

Măsurătorile de audiență indică, pentru primăvara lui 2007, stoparea declinului din ultimii ani, iar valul de audiență septembrie-octombrie atestă creșteri clare. Mai mult de jumătate dintre românii care ascultă radioul sunt ascultători ai Radio România. Lider de piață la nivel național, Radio România Actualități redevine ocupant al primului loc și în zona urbană și urcă pe locul doi pe cel mai competitiv spațiu, cel bucureștean. Veritabilul fenomen "Antena Satelor" își menține avansul, exploatând inteligent o piață în general neglijată de posturile comerciale, în care s-a instalat cu autoritate.

Răspunsul la o întrebare din cercetarea de piață CURS pe aceeași perioadă, referitoare la „postul de radio care transmite cele mai de încredere știri politice /informații” plasează RRA pe primul loc, cu un quantum de la dublu la simplu față de al doilea clasat.

„Ora exactă – știrea exactă!” sau „Muzică bună, știri și mai bune!” se dovedesc nu doar sloganuri tot mai des auzite și tot mai familiare publicului, ci enunțuri conținând o realitate validată ca atare de ascultători. Mai ales că programele informative, ca și emisiunile complexe ale RRA (Matinal, Obiectiv România, Studio deschis) și-au deplasat accentul către informația de interes imediat pentru cetățean și tematica socială.

Ameliorarea ofertei de programe și o strategie editorială axată pe exigență și calitate a produsului jurnalistic au fost instrumentele la care au recurs cele 18 posturi de radio (5 naționale, dintre care unul pe Internet, 8 regionale, 3 locale și 2 internaționale) pentru a răspunde așteptărilor publicului și

obligățiilor conferite de lege - informare, educare, divertisment. Respectul pentru o ținută jurnalistică adecvată statutului de serviciu național public a marcat și diferența față de fenomenul tabloidizării presei și generalizarea, practic, a tentației facile către rating cu orice preț de la posturile concurente private.

Cu atât mai stimulatoare și motivante devin pentru noi primele semnale că noi categorii de public tânăr, activ și cultivat încep să caute frecvențele Radio România. Procesul, deocamdată incipient, va fi în continuare principalul șantier de lucru și va necesita noi deschideri și înnoiri editoriale, investiții de creativitate și atractivitate. Accesarea online a tuturor posturilor SRR, devenită posibilă din 2007, va fi un atu suplimentar.

De o atenție egală se vor bucura toate categoriile de public cărora le sunt destinate programe cu specific propriu, încadrate însă sub brandul comun al corporației SRR: generaliste, culturale, muzicale, pentru minorități, regionale, locale, sau pentru ascultătorii din străinătate. Lumea românească de peste granițe devine tot mai consistentă numeric prin emigrația europeană, iar legătura ei cu țara se face, firesc, prin Radio România. Ecourile emisiunilor care îi sunt dedicate și care s-au înmulțit în 2007 arată că oferta este bine primită de această nouă diasporă.

Tot pentru a răspunde așteptărilor publicului și a-i cunoaște cât mai direct posibil cerințele, în 2007 am constituit Comisia de Programe și Consiliul de Programe. Este vorba de un organism ce reunește totalitatea factorilor de decizie editorială din SRR cărora li se alătură, în reuniuni programate cu o periodicitate agreată de comun acord, reprezentanți ai lumii academice, culturale, ai societății civile, personalități publice de prestigiu din medii extrem de variate: uniuni de creație, business, syndicate, culte etc.

Discuțiile din acest for sunt un prilej de consultare asupra politicilor editoriale ale radioului public, derivate din Legea de organizare și funcționare, a grilelor de emisiuni, a programelor și campaniilor inițiate de Radio România și destinate susținerii valorilor și principiilor SRR, axate pe respectarea interesului public, credibilitate și calitatea actului jurnalistic .

Înființarea Consiliului de Programe reia o tradiție a radioului public din perioada interbelică și întregește un demers mai larg de conștientizare a responsabilității pentru un patrimoniu inegalabil pe care suntem datori să îl teaurizăm și să îl oferim publicului.

De aceea, una din deciziile strategice ale anului 2007 a fost crearea Serviciului Patrimoniu, plasat în subordinea directă a președintelui director general, având ca scop începerea procesului de conservare și digitalizare a

fonotecii și a fondului arhivistic ale SRR. Ecoul extraordinar și sprijinul de care s-a bucurat Apelul „Salvați Fonoteca de aur” reflectă oportunitatea și importanța acestei acțiuni de anvergură națională, iar promptitudinea cu care ne-au susținut forurile parlamentare și guvernamentale în obținerea de fonduri ne-a permis demararea proiectului.

Imaginea de creator și difuzor de cultură a radioului public a fost valorificată și prin proiectul editorial major al anului 2007 „Sibiu - capitală culturală europeană”. Misiunea culturală a instituției noastre a găsit în acest eveniment un teren dens și fertil de manifestare; de la reflectarea unui an de cultură vie, diversă, merită a satisface și educa gustul pentru fenomenul artistic al diferitelor categorii de public, la atenția acordată modului în care imaginea României a avut de câștigat din această manifestare de calibru european. A fost un test al capacității SRR de a se mobiliza redacțional, organizatoric, logistic și financiar pentru o operațiune de asemenea anvergură. La final, bilanțul a confirmat așteptările. Înalți responsabili culturali au declarat public că cea mai completă acoperire jurnalistică a Sibiului cultural a oferit-o radioul public, iar ca o recunoaștere simbolică, sigla Radio România a figurat alături de alți parteneri prestigioși la Kulturfabrik, principalul organizator al anului cultural Luxemburg – Marea Regiune cu care Sibiul a împărțit onorantul statut de capitală culturală europeană.

Radioul public românesc – un radio european – rămâne capitolul prioritar pentru acțiunile viitoare. Primele repere au fost marcate și puse în lucru, după modelul unor mari corporații precum BBC, Deutsche Welle, Radio France.

Elaborarea unui cadru strategic care să definească dezvoltarea SRR pe termen mediu și lung a înregistrat în 2007 rezultate palpabile. Dintre cele mai importante au fost trecerea la o abordare metodică, bazată pe criteriile științei managementului și renunțarea la improvizațiile păguboase de până acum.

A fost constituit Grupul de lucru pentru dezvoltare organizațională GOLD, care, cu consultanță din partea unor experți de la Deutsche Welle Akademie, a reușit redactarea unor texte ce definesc identitatea instituției, misiunea, viziunea, principiile și valorile ei - toate decurgând din Legea 41 de funcționare și organizare a SRR. Asemenea documente sunt acte de frontispiciu ale tuturor marilor posturi publice europene și de peste Ocean.

Tot prin comparație cu perioadele anterioare, particularitatea esențială o constituie participarea întregii echipe manageriale, de la nivelele inferioare până la top management, la dezbaterile ce au conturat varianta finală. Acum este în curs prezentarea prevederilor ei tuturor angajaților, 2008 fiind anul

asumării în deplină cunoștință de cauză a acestei identități de către instituție în ansamblu.

Construcția instituțională a continuat cu elaborarea seturilor de reguli și proceduri specifice diverselor compartimente. Printre cele mai valoroase, Ghidul Camerei Știrilor și un veritabil manual de standarde și practici jurnalistice, realizate de Redacția Informații, recuperează o întârziere de ani de zile, racordându-ne la principalele coduri europene de bună practică profesională în domeniu.

Amplul program GOLD are ca proximă etapă proiectarea și prezentarea de noi produse sub brandul SRR. Este în studiu crearea unui post de informație non-stop cu o concepție ce diferă de tot ce oferă piața în acest moment și care va constitui o adevărată provocare pentru jurnaliștii noștri, întrucât va fi o noutate absolută ca mod de organizare și de producție radiofonică.

Similar cu ce se poate vedea în prezent la marile posturi europene, atât producția cât și emisia vor fi în întregime digitalizate. Oportunitățile oferite de sistemul Radioman, folosite parțial și în prezent, vor fi exploatare în totalitate, dar, la viteza de înnoire a tehnicilor radio, nu ne vom putea plasa într-o postură de jucători competitivi decât cu un aport sporit de finanțare.

Până acum, în condițiile în care taxa radio și-a scăzut valoarea, iar conjuncturi ce nu depind de noi nu ne-au permis o colectare acoperitoare nici măcar a acestor sume, am fost nevoiți să reducem achizițiile la strictul necesar securității emisiei, deficitul tehnic rămânând o problemă ce se cronicizează putând genera dificultăți cu efecte greu de anticipat pentru moment. Gestionarea banului public s-a făcut cu maximă rigoare și în 2007, an încheiat în echilibru bugetar, în pofida numeroaselor constrângeri cărora a trebuit să le facem față.

În momentul în care prezentăm acest raport, ne aflăm în mobilizare maximă, cu toate motoarele turate, pentru anul aniversar 2008. Ne dorim ca prin pregătirile, începute încă din 2007, să aniversăm cei 80 ani de radio public în România, pe măsura valorii, tradiției și modernizării în spiritul timpului nostru a unei instituții cu care viața românilor s-a împletit timp de aproape un secol.

## RADIO ROMÂNIA - VIZIUNE, MISIUNE, VALORI ȘI PRINCIPII

### VIZIUNE

- Vrem să fim cel mai credibil și eficient mijloc de informare și formare a publicului.

### MISIUNE

- Oferim programe și produse informative, culturale, educative și de divertisment pentru toate categoriile de public.
- Servim exclusiv interesul public.
- Creăm valori publice importante pentru societatea românească:

*În plan democratic:* stimulăm spiritul civic, dezbateră și participarea la viața publică.

*În plan educațional:* contribuim la educarea și formarea publicului.

*În plan cultural:* promovăm diversitatea culturii românești și universale. Cultivăm limba română și dovedim exigență în folosirea tuturor limbilor în care emitem.

*În plan*

*social:* contribuim la întărirea sentimentelor de coeziune și solidaritate socială.

*În plan național:* promovăm identitatea noastră națională într-o lume a diversității. Suntem principala sursă de informare despre România, atât în țară cât și în străinătate.

## VALORILE NOASTRE

## PRINCIPIILE NOASTRE

### Credibilitatea

- Asigurăm informarea corectă, imparțială și echilibrată a publicului.
- Încrederea publicului se află în centrul preocupărilor noastre.
- Respingem orice asociere cu persoane sau grupuri de interese care ar putea aduce atingere credibilității organizației noastre.
- Oferim publicului informații relevante, verificate conform standardelor profesionale.
- Ne exercităm profesia respectând normele deontologice și în virtutea bunei credințe. Dacă greșim, recunoaștem și facem corecțiile necesare.
- Suntem observatori, nu actori implicați în declarații sau acțiuni controversate.

**Calitatea**

- Garantăm calitatea muncii noastre prin profesionalism, talent și originalitate.
- Selectăm personalul pe baza standardelor profesionale riguroase și asigurăm cadrul pentru dezvoltarea carierelor.
- Recunoaștem și recompensăm lucrul bine făcut, talentul, creativitatea și succesul.
- Sanționăm prompt prestația slabă și comportamentul inacceptabil pentru organizație.
  
- Suntem performanți pentru că ne perfecționăm continuu din punct de vedere profesional.
- Calitatea prestației fiecăruia dintre noi este decisivă pentru performanța organizației în ansamblu.
- Ne asumăm responsabilitatea, efectele și consecințele activității noastre profesionale.

**VALORILE NOASTRE    PRINCIPIILE NOASTRE**



## Independența

- Suntem un serviciu public de interes național, autonom și independent față de orice interese politice, economice sau de altă natură.
- La orice presiune sau imixtiune răspundem numai în acord cu legea și cu interesul public.
- Îndeplinim rolul de forum pentru dezbateră publică. Facilităm pluralismul opiniilor și libera exprimare a ideilor.
- **Suntem independenți și echidistanți în tot ceea ce facem, indiferent de opiniile și interesele personale.**
- Aducem la cunoștința organizației orice conflict de interese care poate apărea în exercitarea profesiei.

## Respectul față de public

- Suntem responsabili față de publicul nostru prin tot ceea ce facem în exercitarea profesiei.
- Oferim produsele noastre prin toate mijloacele și tehnologiile accesibile publicului.
- Dorim să fim prezenți în casele tuturor locuitorilor României cu cât mai multe programe de radio sau produse culturale proprii.
- Folosim cu responsabilitate și eficiență banul public în îndeplinirea misiunii noastre.
- Căutăm permanent să cunoaștem și să respectăm agenda publicului.
- Ascultăm ceea ce are de spus publicul și tratăm cu respect opiniile sale.
- Publicul are o multitudine de voci. Rolul nostru este să le oferim posibilitatea de a se face auzite.

## **VALORILE NOASTRE    PRINCIPIILE NOASTRE**

### **Creativitatea**

- Cultivăm și stimulăm creativitatea ca o condiție a calității și a performanței.
- Dorim să atragem publicul prin produse noi și originale.
- Oferim angajaților posibilitatea de a-și pune în valoare ideile și originalitatea.
  
- Suntem deschiși față de schimbare și acceptăm provocările profesionale.
- Considerăm ideile publicului și ale colegilor ca surse permanente de inspirație.
  
- Susținem toate ideile bune, nu numai pe cele proprii.

## Competitivitatea

- Vrem să ne consolidăm pe piața radio ca o prezență distinctă.
- Vocea noastră trebuie să aibă o audiență pe măsura misiunii asumate.
- Evaluăm impactul muncii noastre asupra publicului pe baza studiilor de piață și a indicatorilor de audiență.
- Acceptăm competiția și ne punem în joc toate resursele pentru a fi cei mai buni.
  
- Ne exercităm profesia folosind cele mai noi cunoștințe și tehnologii pe care le avem la dispoziție.
- Avem ca prioritate modernizarea organizației, a activităților și a produselor noastre.
- Conservarea și valorificarea patrimoniului deținut de radioul public sunt avantaje competitive pentru noi, dar și o datorie de onoare.
  
-

**Spiritul de echipă**

- Împărtășim viziunea, misiunea, valorile și principiile pe care se bazează identitatea SRR.
- Dezvoltăm profilurile distincte ale posturilor de radio, ale redacțiilor și ale departamentelor specializate.
- Toate activitățile și compartimentele sunt importante pentru organizație.
  
- În interior cultivăm diversitatea și dezbateră, în exterior suntem cu toții ambasadorii radioului public.
  
- Obiectivele noastre comune sunt prioritare față de interesele personale sau sectoriale.
  
- Reușita organizației reprezintă succesul fiecăruia dintre noi.

## PARTEA I – CADRUL GENERAL

### 1. CONSILIUL DE ADMINISTRAȚIE ȘI COMITETUL DIRECTOR

#### 1.1 Consiliul de Administrație

În cursul anului 2007, membrii Consiliului de Administrație s-au întrunit în 19 ședințe în care au fost adoptate 95 de hotărâri.

Prezența membrilor consiliului a fost bună și numai accidental s-au înregistrat absențe motivate (deplasări sau probleme de sănătate).

Ordinea de zi a fiecărei ședințe și hotărârile adoptate au avut ca obiect problemele majore ale activității SRR, între care menționăm:

- aprobarea Regulamentului intern;
- bugetul de venituri și cheltuieli și planul de investiții al Societății Române de Radiodifuziune pe anul 2007;
- adoptarea de măsuri privind încadrarea în bugetul de venituri și cheltuieli al SRR și utilizarea mai eficientă a resurselor SRR;
- analiza resurselor umane și materiale, prin raportare la activitățile curente din SRR;
- limitele de competență ale structurilor organizatorice din SRR privind angajarea patrimonială;
- aprobarea lucrărilor privind inventarierea patrimoniului SRR;
- reevaluarea clădirilor din patrimoniul Societății;
- aprobarea formatului muzical al Radio România Actualități;
- înființarea Consiliului de Programe al SRR;
- relansarea Revistei Radio România;
- regulamentul privind activitatea rețelei de corespondenți în străinătate;

- restructurarea Direcției comunicare-marketing și înființarea Serviciului Patrimoniu;
- structura organizatorică a Departamentelor Tehnic și Economic;
- participarea SRR la proiectul de coproducții radiofonice internaționale European Radio Project;
- inițierea discuțiilor privind Statutul jurnalistului;
- încheierea de acorduri de colaborare între SRR și: Radiodifuziunea Națională Bulgară, Radiodifuziunea Maghiară, Institutul pentru Dezvoltarea Audiovizualului din Asia-Pacific-AIBD, Etablissement de Radiodiffusion Socioculturelle din Marele Ducat de Luxemburg.

Discuțiile în cadrul ședințelor Consiliului de Administrație, desfășurate în conformitate cu prevederile Legii 41/1994, au vizat exclusiv bunul mers al instituției, fiind caracterizate prin bună-credință, profesionalism și colegialitate.

Ca o nerealizare poate fi menționat eșecul discuțiilor privind statutul jurnalistului.

Procesele-verbale ale Consiliului de Administrație au fost afișate la avizierele și pe site-ul SRR.

Dezbaterile din ședințe au fost înregistrate și transcrise, păstrându-se în arhiva Consiliului de Administrație.

### **1.2 Comitetul Director**

În cursul anului 2007, Comitetul Director a emis un număr de 309 decizii, adoptate în 52 de ședințe.

Principalele decizii adoptate au avut ca obiect:

- aprobarea grilelor-cadru de programe ale posturilor naționale, internaționale și regionale pentru perioada 2007-2008;
- avizarea proiectului de buget și al planului de investiții al Societății Române de Radiodifuziune pe anul 2007;
- avizarea Regulamentului privind activitatea rețelei de corespondenți în străinătate a Societății Române de Radiodifuziune;

- avizarea măsurilor propuse de către Departamentul Tehnic în vederea îmbunătățirii calității recepției programelor SRR;
- editarea unei broșuri de prezentare a Societății Române de Radiodifuziune;
- aprobarea propunerilor referitoare la modul de îndeplinire a obligațiilor SRR privind protecția și promovarea drepturilor persoanelor cu handicap;
- aprobarea proiectului de organizare a activității redacționale privind reflectarea Jocurilor Olimpice de la Beijing în programele Radio România Actualități;
- avizarea Normelor privind inițierea, încheierea, derularea și păstrarea contractelor în SRR;
- avizarea implementării unui sistem de securitate informatică la nivelul SRR;
- aprobarea Planului de măsuri privind încadrarea în bugetul de venituri și cheltuieli al Societății pe anul 2007;
- aprobarea Regulamentului privind comunicarea la nivelul SRR;
- avizarea Instrucțiunilor privind modul de colectare a informațiilor destinate comunicării la nivelul Societății Române de Radiodifuziune;
- avizarea propunerilor privind instituirea probelor eliminatorii la concursurile pentru ocuparea posturilor de execuție;
- aprobarea constituirii unui grup de lucru pentru proiectul „Radioul public românesc în viitor”;
- adoptarea Regulamentului de organizare și funcționare a Consiliului de Programe;
- avizarea Regulamentului de organizare și funcționare al Grupului de Lucru pentru Dezvoltarea Organizațională (GOLD);
- avizarea Procedurii privind condițiile în care personalul de specialitate din SRR poate colabora cu alte instituții media.

Procesele-verbale ale Comitetului Director au fost afișate la avizare și pe site-ul SRR.

Stadiul realizării hotărârilor Consiliului de Administrație și a deciziilor Comitetului Director a fost urmărit permanent prin secretariatul CA și CD, care a realizat o bază de date informatizată ce oferă posibilitatea accesării

documentelor privind activitatea celor două organisme de către toți cei în drept.

## 2. ORGANIZARE – RESURSE UMANE

### 2.1. Structura organizatorică

În cursul anului 2007, Consiliul de Administrație a analizat și aprobat modificarea organigramei SRR prin optimizarea unor structuri departamentale, astfel :

- a fost constituit serviciul Patrimoniu, pus sub coordonarea directă a președintelui director general, prin comasarea fostului serviciu Fonotecă-discotecă și a colectivului Arhivă;
- tot sub coordonarea directă a președintelui director general au fost trecute colectivele Strategie și Control Financiar de Gestiune;
- a fost restructurată Direcția Comunicare și Marketing;
- la Departamentul Economic s-a renunțat la serviciul Aprovizionare și a fost constituit Serviciul Achiziții-Gestiuni, în concordanță cu prevederile legale în domeniu;
- la Departamentul Tehnic, pentru o mai eficientă coordonare, a fost înființat postul de inginer șef;
- s-a desființat serviciul Centrale telefonice și s-a înființat serviciul întreținere.

În Anexa 1 este prezentată organigrama SRR în vigoare de la data de 1 august 2007.

Modificarea structurii a fost completată prin adoptarea de noi reglementări interne privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune.

Astfel, pe parcursul anului 2007, au fost adoptate:

- Regulamentul intern al SRR (Regulament de Ordine Interioară) care a fost modificat și completat intrând în vigoare începând cu luna aprilie 2007;



- Procedura privind acordarea titlului de profesionist de excepție în SRR, procedură care este utilizată pentru desemnarea profesioniștilor de excepție pentru anul 2008;
- Procedura privind condițiile în care personalul de specialitate din SRR poate colabora cu alte instituții media;
  
- Modificările și completările incluse în Manualul de administrare a resurselor umane, cu privire la:
  - ♦ încheierea Contractului Individual de Muncă
  - ♦ modificarea Contractului Individual de Muncă
  - ♦ numirea și eliberarea într-o/dintr-o funcție de conducere.

Începând cu anul 2007, în cadrul SRR a devenit funcțional Regulamentul de evaluare a activității manageriale, care prevede evaluarea bianuală (în lunile ianuarie și iulie) a tuturor managerilor din SRR.

### 2.2. Evoluția structurii de personal în anul 2007

Ca urmare a unei politici consecvente de raționalizare a numărului de salariați, în cursul anului 2007 a continuat acțiunea de reducere **pe cale naturală** a 54 posturi.

Dinamica mișcărilor de personal pe parcursul anului a fost :

Luna	Număr angajări (+)	Număr lichidări (-)	Creșteri (+) Diminuări (-)	Număr posturi ocupate
31 decembrie 2006	-	-	-	2,574
Ianuarie 2007	3	11	-8	2,566
Februarie 2007	8	6	2	2,568
Martie 2007	5	9	-4	2,564
Aprilie 2007	8	13	-5	2,559
Mai 2007	6	10	-4	2,555
Iunie 2007	5	6	-1	2,554
Iulie 2007	1	10	-9	2,545
August 2007	4	13	-9	2,536
Septembrie 2007	12	7	+5	2,541

## Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2007

---

Octombrie 2007	5	17	-12	2,529
Noiembrie 2007	3	15	-12	2,517
Decembrie 2007	7	4	3	2,520
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>121</b>	<b>-54</b>	

**De remarcat este faptul că numărul de 2.520 de posturi ocupate este cel mai mic de la apariția Legii nr. 41/1994 până în prezent.**

Această reducere a fost obținută printr-o politică de restricționare la strictul necesar a noilor angajări și se datorează eforturilor permanente ale conducerii SRR de gestionare eficientă a resurselor umane.

Defalcarea pe departamente și funcții a personalului angajat în anul 2007 se regăsește în Anexa 2.

În anul 2007 și-au încetat activitatea un număr de 121 salariați, astfel:

### **a) după forma de încetare a activității:**

- acordul părților	54
- pensie	55
- desfacere disciplinară a CIM	3
- prin demisie	1
- deces	8
<b>Total</b>	<b>121</b>

### **b) pe departamente:**

Compartimente subordonate PDG	11
Departamentul Producție Editorială	89
Departamentul Tehnic	19
Departamentul Economic	2
<b>Total</b>	<b>121</b>

### **Evoluția ieșirilor la pensie este prezentată în Anexa 3**

În general, politica Societății Române de Radiodifuziune în acest domeniu constă în pensionarea salariaților la atingerea limitei de vârstă; numai în

cazuri deosebite sau la solicitarea personală se fac pensionări anticipate sau pe caz de boală.

### 2.3. Pregătirea Profesională

În anul 2007, obiectivul major al SRR în domeniul pregătirii profesionale a fost creșterea calității produsului radiofonic prin includerea salariaților într-un proces de formare profesională continuă care să corespundă nevoilor reale identificate de manageri la toate nivelurile.

Din acesta au derivat două obiective specifice:

1. actualizarea cunoștințelor din domeniile profesionale de bază în SRR, în concordanță cu prioritățile strategice ale instituției și în strânsă legătură cu fișele de post;
2. întărirea culturii organizaționale și a comunicării interne.

Pentru îndeplinirea acestor obiective s-a stabilit următoarea distribuție a evenimentelor profesionale, pe domenii:

- *Jurnalism* - 30 %
- *Tehnică și Tehnologie IT* - 15%
- *Management* - 25%
- *Economie* - 3%
- *Juridic* - 2%
- *Marketing* - 4%
- *Altele* - 21% .

În ceea ce privește conținutul evenimentelor, acesta a fost centrat pe susținerea cu prioritate a strategiei majore a instituției prin proiecte adecvate.

Pentru primul obiectiv:

- **proiectele de dezvoltare generală a instituției** realizate în colaborare cu experți străini: „*Radio România în viitor*” – împreună cu experți de la Deutsche Welle Akademie, „*Repoziționarea radioului regional pe piață*” – împreună cu experți de la Radio Nederlanden, și „*Standarde Jurnalistice*” – împreună cu un expert de la BBC.

- **proiectele de dezvoltare tehnologică** realizate fie cu fonduri europene „*Web-design și radio pe Internet*” (program Leonardo), fie cu formatori interni „*RadioMan*” (în cadrul Sistemului informatic integrat) sau pentru utilizarea de aparatura radio nouă.

Pentru al doilea obiectiv:

- **continuarea** proiectului „Stil sănătos de viață profesională”.

Centrarea pe proiecte majore ale SRR a determinat un număr mai mic de evenimente decât în anul precedent (51 de evenimente față de 81 în 2006); totuși, acestea au avut un impact mai mare: 1063 de participări față de 1010 în anul precedent și 750 de participanți față de 700 în 2006, pregătind terenul pentru cuprinderea tuturor angajaților la cursuri în anul următor. În anul 2007, SRR a organizat un număr total de 4.610 ore de curs.

### 3. RELAȚIILE INTERNAȚIONALE

Strategia de Relații Internaționale a Societății Române de Radiodifuziune s-a înscris și în anul 2007 pe cele trei linii de acțiune, devenite deja tradiționale:

**A.** Continuarea politicii de integrare în principalele organisme internaționale și obținerea unor poziții de decizie în conducerea acestora; explorarea posibilităților și avantajelor pentru SRR de înscriere în alte organizații internaționale.

**B.** Intensificarea relațiilor de colaborare cu secțiile de limba română de la posturile de radio din țările învecinate și cu posturile comunitare românești.

**C.** Intensificarea relațiilor bilaterale, în primul rând cu radiodifuziunile publice din regiune, a colaborării cu reprezentanțele diplomatice, participarea la evenimente culturale creatoare de imagine pentru SRR.

**A.** Principalele organisme internaționale la care SRR este membră sunt Uniunea Europeană de Radio-Televiziune (E.B.U.) și Universitatea Internațională de Radio și Televiziune (U.R.T.I.).

În ceea ce privește EBU, Radio România și-a câștigat un statut bine definit în cadrul acestei prestigioase organizații, profitând de toate oportunitățile din 2007:

- participarea la Adunarea Generală (Istanbul și Geneva), care a avut ca urmare demararea unor proiecte de cooperare bilaterală;
- Adunarea Generală Radio EBU (Dublin), având ca rezultat alegerea reprezentantului SRR ca membru al Comisiei Radio;
- prezența la București, la invitația conducerii SRR, a domnului Werner Rumphorst, Director al Departamentului Juridic, pentru consultanță în domeniul legislației europene;
- intensificarea activităților de lobby în grupul central și est-european, având ca efect organizarea la București a diverselor reuniuni EBU;
- acreditarea jurnaliștilor SRR la Euro 2008 și la Jocurile Olimpice 2008;
- prezența activă a SRR la toate manifestările culturale ale EBU: Radio Day of European Cultures, Prix Europa etc.

Menționăm că, deși în anul 2007 nu mai deținea un loc în Consiliul de Administrație al EBU, SRR a fost invitată să participe la toate reuniunile Consiliului de Administrație, unde experiența și aportul reprezentanților SRR au fost deosebit de apreciate; o consecință a acestei aprecieri este faptul că doamna Maria Țoghină, președinte director general, a fost invitată să-și depună candidatura pentru un post în noua conducere a EBU.

Referitor la URTI, România are deja o poziție privilegiată, întrucât un reprezentant al său deține funcția de Președinte al Comisiei Radio.

Activitatea SRR în cadrul URTI în 2007 s-a concretizat în:

- organizarea, la București, a Grand Prix de la Radio al URTI, eveniment prestigios care a sporit capitalul de imagine al Radio România. Juriul a avut ocazia să aprecieze standardele profesionale ale Radio România și valorile culturale și tradiționale ale țării noastre;
- valorificarea arhivei radiofonice a URTI în emisiunile SRR;
- participarea unor jurnaliști ai SRR la concursul Grand Prix de la Radio și calificarea acestora;
- participarea unor specialiști ai SRR la prestigiosul workshop organizat de URTI: Atelierul de arhive radio, care a permis crearea unor oportunități de consultanță și consiliere gratuită pentru Radio România în problema digitalizării arhivelor SRR;

- implicarea SRR în coproducțiile URTI (finanțate de UNESCO), coproducții care reprezintă, în fond, o oportunitate gratuită de imagine atât pentru Radio România, cât și pentru România în general.

În ceea ce privește Conferința Permanentă a Audiovizualului Mediteranean (Co.Pe.A.M), acesta reunește radiouri, televiziuni și producători independenți nu numai din aria geografică mediteraneană, ci din întreg spațiul de influență al culturii mediteranene. SRR este semnatar al Cartei Co.Pe.A.M., document de referință al deontologiei jurnalistice.

Ca recunoaștere a activității susținute în cadrul acestui organism, s-a acceptat propunerea SRR de a fi gazda Conferinței Co.Pe.A.M din anul 2008.

SRR desfășoară o bogată activitate internațională și în cadrul altor organisme media:

- Institutul Internațional de Presă (I.P.I.);
- Federația Organizațiilor Festivalurilor Internaționale (FIDOF);
- Conferința Serviciilor Internaționale de Cercetare a Audienței posturilor de Radio și Televiziune (C.I.B.A.R);
- Asociația pentru Audiovizualul Internațional (AIB);
- World DAB World Forum.

În anul 2007 s-a încheiat acordul de colaborare între SRR și Institutul pentru Dezvoltarea Audiovizualului – AIBD, organizație a societăților publice din zona Asia-Pacific.

Afirmarea tot mai puternică a S.R.R. ca un actor matur în peisajul audiovizual internațional a avut ca efect și prezența tot mai numeroasă a unor reprezentanți SRR în juriile internaționale de prestigiu: Prix Europa, Grand Prix de la Radio al URTI, Premios Ondas, Prix Bohemia, Prix Italia etc.

**B.** Radio România a continuat programul său de sprijinire a secțiilor de limba română și a posturilor de radio care emit în limba română din afara granițelor prin invitarea jurnaliștilor acestor posturi la programe de pregătire profesională organizate la sediul SRR, stimularea coproducțiilor și

emisiunilor de tip duplex pe probleme de actualitate, precum și prin oferta de consultanță pentru postul Teleradio Moldova.

**C.** În contextul intensificării relațiilor bilaterale și parteneriatelor SRR menționăm:

- parteneriat cu Deutsche Welle privind organizarea unui concert al Deutsches Symphonie Orchester la Sibiu în cadrul programului cultural „Sibiu – capitală culturală europeană 2007”;
- vizita delegației Radiodifuziunii Bulgare, care a avut ca scop discutarea unor noi proiecte de cooperare între cele două instituții;
- vizita la București a domnului Robert Schwartz – Șef Secția română din Deutsche Welle - pentru demararea unor noi proiecte de viitor;
- semnarea, la Dublin, a unui Acord bilateral cu Radio Luxembourg și demararea unor proiecte de promovare a celor două capitale europene 2007: Luxembourg și Sibiu;
- colaborarea cu ambasadele acreditate la București: participarea Mexicului și Germaniei la Târgul de carte Gaudeamus, donația de fond muzical din partea ambasadei Braziliei, finanțarea unor forme de pregătire profesională;
- semnarea unui nou acord cu radiodifuziunea din Novi Sad, document care impulsionează cooperarea cu colegii sârbi din Voivodina, dar și cu secția română a acestui post de radio;
- semnarea unui nou acord cu radiodifuziunea maghiara, document care stabilește o colaborare strategică atât în plan bilateral, cât și la nivel regional și european;
- participarea conducerii S.R.R. la aniversările unor parteneri tradiționali cum ar fi Radiodifuziunile Bulgară și Turcă;
- semnarea unui acord de colaborare cu Radio Maastricht;
- realizarea unor emisiuni duplex cu Radio France.

#### 4. PATRIMONIUL SRR

Prin înființarea la data de 26 iulie 2007 a Serviciului Patrimoniu, în cadrul SRR s-au pus bazele unei structuri *unice*, care reunește toate

compartimentele implicate în gestionarea patrimoniului arhivistic produs și tezurizat în Societatea Română de Radiodifuziune, cumulând următoarele compartimente: Serviciul Fonotecă/Discotecă, Arhiva Scrisă, Istorie Orală și Editura „Casa Radio“.

Noului serviciu îi revin astfel ca principale obiective *conservarea, evidența și valorificarea* bunurilor media din patrimoniul SRR. Aceste obiective au impus o structură constituită din 2 poli de activitate: **Archive și Valorificare**.

În concordanță cu obiectivele și activitățile menționate, coordonatele fundamentale de desfășurare a activității privind patrimoniul SRR în anul 2007 au fost:

- elaborarea de *proiecte strategice* privind perspectivele de dezvoltare durabilă a noii structuri și asigurarea vizibilității problematicii particulare a patrimoniului arhivistic: *Repere strategice privind conservarea patrimoniului Societății Române de Radiodifuziune, Etapele implementării sistemului informatic pentru digitizarea arhivelor Societății Române de Radiodifuziune*;
- conservarea documentelor, accesul la fonduri, alimentarea fluxului permanent de emisie radiofonică, documentații la cerere, coeditări angajate, participări la târgurile de carte din țară și străinătate;
- evaluarea disponibilităților și potențialului compartimentelor din subordine și identificarea de soluții pentru evitarea disfuncționalităților;
- elaborarea documentelor constitutive ale noii structuri, în concordanță cu valorile promovate și asumate de organizație: *proiect ROF, Normative de exploatare a patrimoniului arhivistic, Principii de valorificare a patrimoniului arhivistic produs și tezurizat în Societatea Română de Radiodifuziune*.

Proiectul major care a asigurat nu numai vizibilitate problematicii patrimoniului, ci și mijloacele necesare demarării procesului de informatizare a fost derulat în perioada august-decembrie 2007 sub genericul „Salvați memoria Radioului“, cuprinzând:

- elaborarea și aprobarea proiectului (august-septembrie);
- organizarea conferinței de presă „Patrimoniul de bunuri media – o cauză comună“ – octombrie 2007;
- redactarea și postarea *Apelului pentru salvarea memoriei Radioului* – octombrie 2007;



- strângerea semnăturilor în favoarea *Apelului pentru salvarea memoriei Radioului* (noiembrie 2007);
- depunerea semnăturilor la Parlament și Guvern – 1 decembrie 2007.

Primul pas important în demararea acestui proiect a fost aprobarea la data de 12 decembrie 2007 a unor resurse bugetare suplimentare destinate digitizării arhivelor Societății Române de Radiodifuziune.

În anul 2007, eforturile SRR au fost concentrate pe realizarea obiectivelor specifice activității de gestionare a bunurilor media din patrimoniul propriu:

- **conservarea** – completată de *evidența primară* a documentelor sonore generate de producția editorială desfășurată în Societatea Română de Radiodifuziune;
- **activitatea de alimentare operativă** a fluxului curent de producție radiofonică;
- **colectarea și prelucrarea** documentelor pe suport scris provenite din Societatea Română de Radiodifuziune, completată de organizarea depozitelor și restaurarea documentelor deteriorate;
- **selecționarea** documentelor cu termen de păstrare depășit, opisarea emisiunilor de politică internă (1951), inventarul a cca 3000 piese de teatru radiofonic;
- **realizarea proiectelor de cercetare/documentare**: vol. IV al lucrării *Bibliografie Radiofonică Românească (1945-1947)*; contribuții documentare la volumul Vasile Ionescu, *Memorii*; site-ul *Radio România 80*; documentații la cerere;
- activitatea **publicistică** din paginile revistei Radio România și a altor publicații;
- **valorificarea** prin emisiuni radio a mărturiilor de istorie recentă: 45 de ediții din ciclul „Noi suntem istoria“;
- punerea în circulație a unor documente radiofonice devenite prin schimbare de suport și prelucrare editorială **carte, CD/audiobook**;
- organizarea de **evenimente**, participarea la târgurile de carte din țară și străinătate;

- activitatea de **documentare** asupra fondurilor arhivate, destinată atât beneficiarilor externi, cât și susținerii planului editorial al SRR;
- activitatea de **cercetare**, vizând alcătuirea programelor de valorificare a patrimoniului.

Eforturile de a promova imaginea de **creator și difuzor de cultură** a Radioului public – prin produsele de valorificare a patrimoniului – s-au concretizat în:

- organizarea meselor rotunde dedicate aniversărilor lui C. Rădulescu-Motru (martie 2007) și Ion Petrovici (iunie 2007), ilustrații universitari, filosofi și oameni de radio (ale căror volume de conferințe radiofonice au fost publicate de Editura „Casa Radio“ în 2003 și 2004);
- coordonarea proiectului „Salvați memoria Radioului“;
- coordonarea participării Societății Române de Radiodifuziune la proiectul GIA (Grupul Internațional pentru Arhivele în Pericol);
- participarea la târgurile de carte din țară (Bookfest, Gaudeamus – București, Craiova, Sibiu, Cluj, Timișoara, Amplus, Librex – Iași, Libris – Brașov...) și străinătate (Paris, Budapesta, Frankfurt, Leipzig, Ierusalim, Barcelona... );
- producția editorială a anului 2007, care a numărat 11 titluri (8 CD-uri, 2 cărți, 1 audiobook) – din care 6 titluri apărute prin surse atrase (coproducții și sponsorizări) – însumând:
  - costuri de producție de 76 481,16 RON;
  - valoare de distribuție de 113 390,4 RON.

Prin crearea acestei structuri (Serviciul Patrimoniu), Societatea Română de Radiodifuziune își orientează prioritar activitatea către transformarea zestrei culturale tezurizată în arhivele sale într-un patrimoniu accesibil, deschis diverselor categorii de beneficiari, recurgând la noile tehnologii, prin asigurarea încă din anul 2007 a premiselor pentru demararea în 2008 a vastului proces de digitizare a documentelor radiofonice – **obiectiv strategic al instituției radioului public.**

## 5. EVOLUȚIA PRINCIPALILOR INDICATORI ECONOMICI-FINANCIARI PE ANUL 2007

În anul 2007, Societatea Română de Radiodifuziune a reușit, în condiții mai puțin favorabile ca în alți ani, să mențină echilibrul între venituri și cheltuieli, asigurându-se stabilitatea economică a instituției și realizarea majorității

obiectivelor pe care și le-a propus. Eforturile depuse au urmărit încadrarea în parametrii economici în condiții mult mai dificile în ceea ce privește colectarea sumelor reprezentând taxa radio:

- creșterea comisionului cedat societăților colectoare de taxă radio la valori mai mari față de anii anteriori;
- menținerea cuantumului taxei radio sub nivelul celui stabilit în 2001, deși în toți acești ani inflația a influențat negativ activitatea economică a instituției;
- scăderea în continuare a numărului de plătitori ai taxei radio – persoane fizice, rata de scădere fiind peste 10.000 de persoane lunar. Acest lucru este posibil ca urmare a prevederilor legale în vigoare, care permit renunțarea la plata taxei pe baza unei declarații pe proprie răspundere, privind nedeținerea unui radioreceptor, fără ca legea să prevadă și posibilități de verificare a realității acestor declarații.

Măsurile stabilite pe plan intern, împreună cu cele puse în aplicare cu sprijinul Parlamentului și al Guvernului, consecvența cu care au fost urmărite și aplicate aceste măsuri, au dus în final la obținerea unor rezultate favorabile.

Dintre măsurile luate și aplicate pe plan intern, care au condus la înregistrarea unei balanțe pozitive la sfârșitul anului 2007, menționăm:

- atragerea în plată a agenților economici din Municipiul București: s-au identificat peste 15.000 de noi plătitori, iar volumul încasărilor a depășit 2.000.000 lei;
- acțiunea Studiourilor Regionale de depistare a agenților economici care se sustrag de la plata taxei;
- menținerea unei legături strânse cu unitățile colectoare a taxei radio, pentru transferul integral și la timp a sumelor colectate;
- creșterea veniturilor financiare prin administrarea atentă a disponibilităților bănești;
- urmărirea permanentă a diminuării costurilor cu serviciile și materialele necesare funcționării instituției;
- și în anul 2007 activitatea economico-financiară s-a aliniat normelor Uniunii Europene în domeniu, cerințelor rezultate din dezvoltarea tehnologiei. Aplicarea sistemului SAP în activitatea de evidență economică a creat condiții de urmărire în timp real a veniturilor și a cheltuielilor instituției. În acest fel au fost oferite datele necesare

pentru efectuarea unor analize economice corecte pe baza cărora au putut fi luate măsuri eficiente și la timp;

- aplicarea procedurilor legale privind achizițiile publice a permis participarea la licitații a unui număr important de furnizori de bunuri și servicii, astfel încât calitatea serviciilor și materialelor achiziționate s-au menținut la un nivel superior și la prețuri corecte.

Parlamentul și Guvernul au sprijinit Societatea Română de Radiodifuziune prin alocarea (în premieră) de la bugetul de stat a sumelor necesare funcționării postului Radio România Internațional și acoperirii cheltuielilor pentru plata stațiilor de emisie.

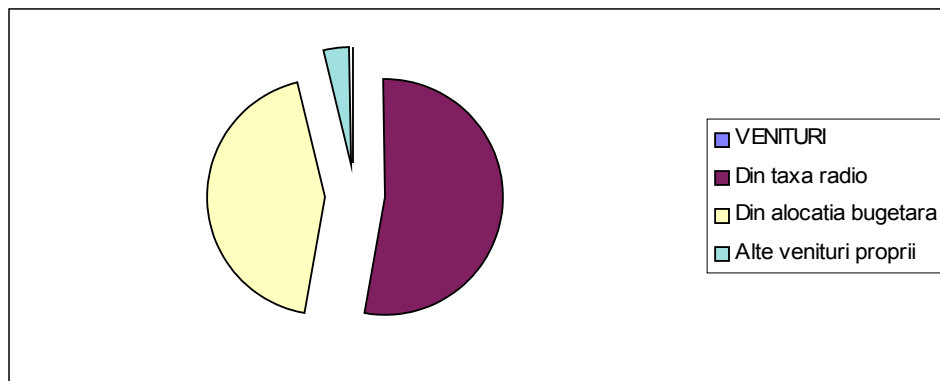
### Situația financiară

Așa cum prevede Legea nr. 41/1994, întreaga activitate economică a Societății Române de Radiodifuziune a fost subordonată realizării politicii editoriale a instituției și respectării prevederilor legale privind gestionarea cu maximă eficiență a resurselor bănești.

Prin activitatea financiar-economică desfășurată s-a urmărit realizarea politicii economice stabilite prin bugetul de venituri și cheltuieli și prin aceasta, la fel ca în anii anteriori, consolidarea stabilității economice. Astfel diferența dintre venituri și cheltuieli este în continuare pozitivă, veniturile depășind cheltuielile cu **0,02 %** (un excedent de **87.961 lei**).

Pentru anul 2007 **veniturile** societății au fost de **331.640.499 lei**, provenind din:

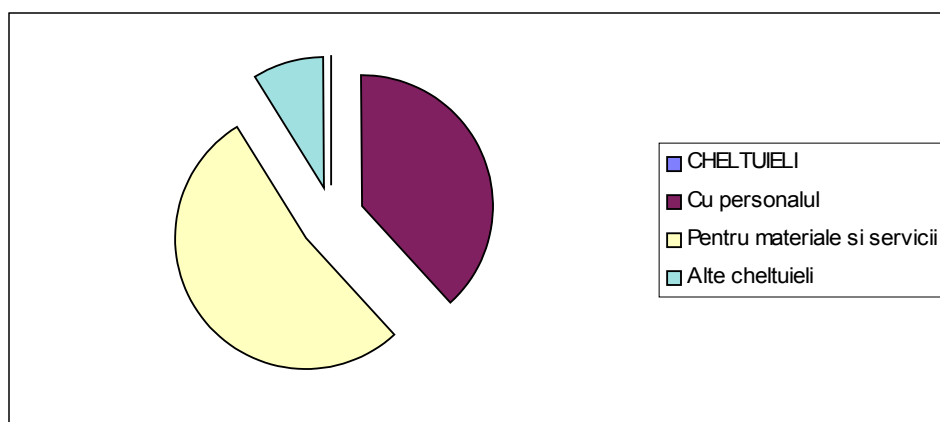
- taxa radio, în proporție de 52,4 %;
- venituri repartizate prin Legea bugetului de stat, în proporție de 44,1 %;
- alte venituri proprii, în proporție de 3,5 %.



**Cheltuielile** Societății Române de Radiodifuziune au fost de **331.552.538 lei**, 99 % față de prevederile bugetului anual.

Cheltuielile efectuate au avut următoarea structură:

- cu personalul - 38%;
- materiale și servicii - 53 %;
- alte cheltuieli - 9 %.



Ca urmare a veniturilor reduse nu au putut fi acceptate unele dintre propunerile partenerului social privind creșterea salariilor, astfel că societatea este în al treilea an în care indexarea salariilor este inferioară indicelui inflației.

Prin aplicarea măsurilor aprobate de Consiliul de Administrație cheltuielile au fost menținute sub nivelul veniturilor, prin aceasta, societatea a înregistrat profit, realizându-se principalul obiectiv economico-financiar stabilit pentru anul 2007.

## 6. RAPORT PRIVIND CONTUL DE EXECUȚIE BUGETARĂ PE ANUL 2007

Contul de profit și pierdere pentru exercițiul încheiat la 31.12.2007 se prezintă astfel:

### Venituri

*Veniturile din exploatare* în sumă de 330.625.055 lei, se compun din:

- venituri proprii	184.124.560 lei
- venituri pentru exploatare de la bugetul statului	146.375.949 lei
- alte venituri din subvenții de exploatare	124.546 lei

*Veniturile financiare* în sumă totală de 557.833 lei provin din:

- dobânzi bancare	481.661 lei
- alte venituri financiare	76.172 lei

### Cheltuieli

*Cheltuielile de exploatare* în valoare de 329.112.959 lei sunt formate din:

- cheltuieli privind mărfurile	183.811 lei
- cheltuieli materiale	3.808.389 lei
- cheltuieli cu personalul	125.211.372 lei
- cheltuieli cu alte impozite și taxe	29.962.791 lei
- cheltuieli cu lucrări și servicii prestate de terți	159.729.012 lei
- cheltuieli cu amortizările	9.151.454 lei
- alte cheltuieli de exploatare	1.066.130 lei

*Cheltuieli financiare* de 1.666.716 lei sunt formate din:

- cheltuieli din diferențe de curs valutar	114.638 lei
- cheltuieli cu dobânzile	1.552.078 lei

**Contul de profit și pierdere** la data de 31.12.2007 evidențiază un profit net de 87.961 lei, realizat astfel:

	Din exploatare	Financiare	Extraordinare	- lei - Total
Venituri	330.625.055	557.833	-	331.182.888
Cheltuieli	329.112.959	1.666.716	-	330.779.675
Profit/pierdere	1.512.096	-1.108.883	-	403.213
Impozit profit	*	*	*	315.252
Profit net	*	*	*	87.961

## Prezentarea în detaliu a veniturilor

*Veniturile proprii* - 184.124.560 lei - au avut ca principale surse:

- taxa radio	173.689.027 lei
- publicitate	5.081.580 lei
- sponsorizări și donații	580.909 lei
- RADOR	402.035 lei
- chirii	1.038.219 lei
- revista Radio România	23.095 lei
- vânzare mărfuri	199.454 lei
- concerte	221.660 lei
- mesaje muzicale	137.539 lei
- despăgubiri, amenzi și penalități	1.649.761 lei
- prestații și colaborări	1.000.401 lei
- alte venituri din exploatare	100.880 lei

*Veniturile pentru exploatare de la bugetul statului*, 146.375.949 lei, au avut următoarele destinații:

- pentru plata serviciilor SNR	136.921.255 lei
- pentru funcționarea RRI	8.910.000 lei
- pentru plata cotizațiilor UER	141.000 lei
- pentru piese de schimb	403.694 lei

*Veniturile financiare* în sumă totală de 557.833 lei provin din:

- dobânzi bancare	481.661 lei
- alte venituri financiare	76.172 lei

## Prezentarea în detaliu a cheltuielilor

*Cheltuielile de exploatare:*

a. cheltuieli privind mărfurile în sumă de 183.811 lei reprezintă:

- cheltuieli mărfuri bufet incintă	105.614 lei
- descărcarea gestiunii colectiv marketing și valorificare produse Casa Radio	78.197 lei

b. cheltuieli materiale în sumă de 3.808.389 lei, cuprind cheltuielile cu:

- materiale, piese de schimb, combustibil, rechizite consumate în procesul de producție	2.988.560 lei
- alte cheltuieli materiale - obiecte de inventar	677.252 lei
- materiale nestocate	142.577 lei

- c. cheltuielile cu personalul în sumă de 125.211.372 lei, cuprind cheltuieli cu:
- salarii 91.627.069 lei
  - protecție socială 2.974.358 lei
  - contribuții 26.705.563 lei
  - tichete de masă 3.904.382 lei
- d. cheltuielile cu alte impozite și taxe în valoare de 29.962.791 lei cuprind cheltuielile cu:
- impozite clădiri, terenuri 634.810 lei
  - taxe auto 57.636 lei
  - impozite spectacol 4.862 lei
  - TVA 29.004.738 lei
  - alte taxe 260.745 lei
- e. cheltuielile cu lucrări și servicii prestate de terți în valoare de 159.729.012 lei, cuprind cheltuielile cu :
- energia și apa 2.268.057 lei
  - reparații clădiri 457.939 lei
  - reparații auto 121.792 lei
  - chirii 743.417 lei
  - comision încasare taxa radio 11.823.457 lei
  - publicitate și promovare imagine 1.179.647 lei
  - drepturi de autor persoane fizice 6.481.154 lei
  - primiri de oaspeți 46.506 lei
  - deplasări în țară și străinătate 2.611.588 lei
  - stații și circuite 115.059.878 lei
  - telefoane și circuite 5.160.782 lei
  - transmisii satelit 563.977 lei
  - editare revista Radio 159.467 lei
  - pază militară 72.483 lei
  - abonamente agenții de presă 386.194 lei
  - abonamente presă internă și externă 172.413 lei
  - servicii bancare 230.162 lei
  - alte lucrări și servicii prestate de terți 5.467.729 lei
  - cheltuieli privind drepturile de autor și conexe, drepturi de transmisie 7.148.532 lei
  - provizioane 31.448 lei
  - reluări de provizioane 457.610 lei



## Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2007

f. cheltuieli cu amortizările în valoare de 9.151.454 lei reprezintă cota parte din valoarea imobilizărilor trecute pe costuri în conformitate cu prevederile Legii 15/1994 privind amortizarea.

g. alte cheltuieli de exploatare în suma de 1.066.130 lei, se compun din:

- despăgubiri, amenzi, penalități	20.967 lei
- premii concursuri radiofonice	378.889 lei
- pregătire profesională	112.339 lei
- cotizații internaționale	442.665 lei
- alte cheltuieli de exploatare	111.270 lei

*Cheltuieli financiare:*

a. cheltuieli din diferențe de curs valutar	114.638 lei
b. cheltuieli cu dobânzile	1.552.078 lei

*Numărul mediu de salariați* înregistrați la 31 decembrie 2007 - 2.521 persoane.

### Execuția alocației bugetare pe anul 2007

Denumirea indicatorilor	Credite bugetare definitive 2007	Plăți efectuate 31.12.2007
CHELTUIELI TOTALE	147.620.000	141.550.628
CULTURĂ, RELIGIE ȘI ACȚIUNI PRIVIND ACTIVITATEA SPORTIVĂ ȘI DE TINERET	147.620.000	141.550.628
CHELTUIELI CURENTE	147.125.000	141.055.628
CHELTUIELI MATERIALE ȘI SERVICII	135.644.000	132.004.628
Plata pentru închirierea stațiilor și circuitelor datorate agenților economici din sistemul comunicațiilor	135.219.000	131.600.934
Achiziționarea de echipamente de natură obiectelor de inventar și de piese de schimb	425.000	403.694
ALTE TRANSFERURI	11.481.000	9.051.000
Alte transferuri curente interne-Funcționarea postului Radio România Internațional	11.481.000	8.910.000
Contribuții și cotizații la organisme internaționale	141.000	141.000

## Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2007

CHELTUIELI DE CAPITAL	495.000	495.000
CONSTRUCȚII	495.000	495.000

**Alocație bugetară primită** **147.620.000 lei**

din care:

- pentru plata stațiilor și circuitelor datorate agenților economici din sistemul comunicațiilor 135.219.000 lei

**Plăți efectuate din alocația primită** **141.550.628 lei**

din care:

- plăți efectuate pentru plata stațiilor și circuitelor 131.600.934 lei

**Credite aprobate și neutilizate** **6.069.372 lei**

din care:

- pentru plata stațiilor și circuitelor datorate agenților economici din sistemul comunicațiilor 3.618.066 lei
- funcționarea postului Radio România Internațional 2.430.000 lei
- achiziționarea de echipamente de natura obiectelor de inventar și de piese de schimb 21.306 lei

**Cheltuielile materiale și servicii** – 132.004.628 lei, reprezintă 93,26 % din totalul plăților și s-au încadrat în valoarea creditelor aprobate și deschise, cu un procent de execuție bugetară de 97,32%, din care:

- pentru plata **stațiilor și circuitelor datorate Societății Naționale de Radiocomunicații** 131.600.934 lei

**Transferuri** – 9.051.000 lei, s-au încadrat în valoarea creditelor aprobate și deschise, cu un procent de execuție bugetară de 78,84%, din care:

- pentru **funcționarea postului Radio România Internațional**, a fost utilizată suma de 8.910.000 lei pentru: salarii și contribuții, abonamente agenții de presă, drepturi de folosință opere muzicale și literare, transmisii prin satelit.

**Gradul de utilizare** pentru capitolele menționate a fost influențat de plafonarea limitelor de cheltuieli pentru luna decembrie 2007. Limitele de cheltuieli au fost impuse de către Ministerul Economiei și Finanțelor.

**Cheltuieli de capital** s-au efectuat plăți în limita prevederilor bugetare, gradul de utilizare a creditelor a fost de 100%. Întreaga sumă a fost repartizată și utilizată pentru obiectivul „Bloc producție Radio Iași”.

**Execuția bugetară a fost raportată și înregistrată la Ministerul Finanțelor Publice cu nr. 265.206/27.02.2008.**

## 7. EVOLUȚIA AUDIENȚEI

Rezultatele sondajelor de măsurare a audienței realizate în perioada aprilie-mai și septembrie-octombrie 2007 demonstrează că SRR a reușit, în prima parte a anului, să stopeze declinul din ultimii ani, după care început să crească.

Sondajul din toamna lui 2007 a adus câteva noutăți importante față de evoluțiile din ultimii 2-3 ani pe piața de radio.

### I. Cota de piață

#### La nivel național

- În toamna anului trecut, cota de piață cumulată a tuturor posturilor SRR a ajuns la 39,1% (față de 36,9% în primăvară). Cota de piață a radioului public este în creștere nu numai față de anul precedent de măsurare, ci și față de toamna anului 2006 (37,3%). Cea mai mare contribuție la creșterea cotei de piață a corporației au adus-o Radio Actualități și Radio România Regional.

NATIONAL	Oct. 06	Apr. 07	Oct. 07
RRA	17.2	16.6	17.9
RR (cumulat)	13.4	12.8	13.6
Kiss FM	14.5	13.7	11.9
Europa FM	15.9	14.9	15.0

ProFM	6.1	5.9	6.0
Radio 21	8.3	8.5	7.7
<b>Antena Satelor</b>	<b>6.1</b>	<b>6.9</b>	<b>6.9</b>
Info Pro	1.9	1.2	2.2
National FM	0.7	1.0	0.7
<b>RRC</b>	<b>0.5</b>	<b>0.4</b>	<b>0.5</b>
<b>RRM</b>	<b>0.1</b>	<b>0.2</b>	<b>0.2</b>
Altii	13.2	15.1	14.4
<b>SRR (cumulat)</b>	<b>37.3</b>	<b>36.9</b>	<b>39.1</b>

- Creșterea cotei de piață a posturilor SRR s-a datorat mai ales extinderii timpului de ascultare (de exemplu, la RRA timpul de ascultare a crescut de la 187 min. la 201 min. în ultimele 6 luni). Aceasta indică o consolidare a fidelității ascultătorilor și creșterea atractivității produselor radioului public.
- Postul de radio cu cea mai mare audiență la nivel național este în continuare Radio România Actualități, cu o cotă de piață de 17,9% (față de 16,6% în primăvară).

### Mediul urban

- În toamna anului 2007, Radio România Actualități a redevenit lider cu o cotă de piață de 16,5%.
- Cota de piață cumulată a SRR în mediul urban a înregistrat o creștere în ultimele 6 luni ale anului 2007 (de la 27,4% la 28,4%).

URBAN	Oct. 06	Apr. 07	Oct. 07
<b>RRA</b>	16.7	15.4	<b>16.5</b>
<b>RR (cumulat)</b>	8.5	8.0	7,8
<b>Kiss FM</b>	<b>17.5</b>	15.7	13.7
<b>Europa FM</b>	15.7	<b>16.8</b>	16.3
ProFM	7.0	6.7	7.6
Radio 21	10.9	11.1	10.4
<b>Antena Satelor</b>	<b>2.4</b>	<b>3.3</b>	<b>3.5</b>
Info Pro	1.2	1.1	1.7
National FM	0.9	0.7	0.9
<b>RRC</b>	<b>0.6</b>	<b>0.5</b>	<b>0.4</b>
<b>RRM</b>	<b>0.2</b>	<b>0.2</b>	<b>0.2</b>
Altii	15.5	16.7	16.1
Romantic	1.6	2.4	2.5
<b>SRR (cumulat)</b>	28.4	27.4	28.4

### Mediul rural

- În mediul rural a fost înregistrată cea mai consistentă creștere a cotei de piață la nivel de corporație (de la 52,4% la 55,5%). Locomotivele acestei creșteri au fost Radio Actualități

(de la 17,8% la 20,1%) și Radio România Regional. Posturile regionale își păstrează poziția dominantă în ceea ce privește audiența din mediul rural.

- O performanță demnă de remarcat pe această piață a înregistrat Antena Satelor, care a crescut de la 11,7% la 12,1% (atingând un vârf de 12,8% în primăvara trecută).

RURAL	Oct. 06	Apr. 07	Oct. 07
<b>RRA</b>	17.8	18.6	20.1
<b>RR (cumulat)</b>	<b>22.2</b>	<b>20.8</b>	<b>22.6</b>
Kiss FM	9.8	10.5	9.1
Europa FM	16.1	11.8	12.8
ProFM	4.6	4.6	3.4
Radio 21	4.5	4.2	3.3
<b>Antena Satelor</b>	<b>11.7</b>	<b>12.8</b>	<b>12.1</b>
Info Pro	2.9	1.4	2.9
National FM	0.4	1.5	0.4
<b>RRC</b>	<b>0.4</b>	<b>0.1</b>	<b>0.6</b>
<b>RRM</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>
Alții	9.8	12.4	11.9
Romantic	0.4	0.3	0.2
<b>SRR (cumulat)</b>	<b>52.2</b>	<b>52.4</b>	<b>55.5</b>

## II. Număr mediu de ascultători pe sfert de oră (*rating*)

### La nivel național

- Cu 424.300 de ascultători în medie pe sfert de oră (+ 70.000 față de acum un an), Radio Actualități continuă să fie lider național.
- Radiourile Regionale au crescut și ele în ultimul an (cu peste 40.000), reușind să depășească rețeaua KissFM.
- Și Antena Satelor a avut o bună performanță, câștigând 38.000 de ascultători pe sfert de oră.

NATIONAL	Oct.06	Apr.07	Oct.07
<b>RRA</b>	<b>355.4</b>	<b>389.6</b>	<b>424.3</b>
<b>RR (cumulat)</b>	<b>280.7</b>	<b>301.5</b>	<b>321.8</b>
Kiss FM	299.5	322.2	281.7
Europa FM	328.9	349.5	355.1
ProFM	125.4	138.1	141.7
Radio 21	172.8	199.6	181.6
<b>Antena Satelor</b>	<b>126.4</b>	<b>162.3</b>	<b>163.8</b>
Info Pro	38.5	28.2	51.8
National FM	14.3	23.6	16.9
<b>RRC</b>	<b>11.3</b>	<b>8.4</b>	<b>12.2</b>
<b>RRM</b>	<b>2.6</b>	<b>3.9</b>	<b>4.0</b>
Alții	274.1	353.6	342.3

### Mediul urban

- La ultima măsurătoare de audiență, Radio Actualități a avut cel mai mare *rating* pe sfert de oră, reușind să depășească Europa FM și Kiss FM.
- Pe piața urbană, Radiourile Regionale și Antena Satelor au avut o performanță ceva mai modestă, audiența lor păstrându-se în general la același nivel.

URBAN	Oct. 06	Apr. 07	Oct. 07
<b>RRA</b>	209.2	224.2	<b>237.3</b>
<b>RR (cumulat)</b>	107.0	116.3	111.4
Kiss FM	<b>219.2</b>	228.4	197.0
Europa FM	196.6	<b>244.9</b>	235.5
ProFM	87.8	97.1	110.2
Radio 21	136.3	162.2	150.4
<b>Antena Satelor</b>	<b>30.6</b>	<b>48.4</b>	<b>51.1</b>
Info Pro	14.6	15.7	24.4
National FM	10.8	10.4	13.1
Romantic FM	19.9	35.1	36.7
<b>RRC</b>	<b>8.0</b>	<b>7.5</b>	<b>6.4</b>
<b>RRM</b>	<b>1.9</b>	<b>3.4</b>	<b>2.8</b>
Alții	194.1	242.9	231.9

### Mediul rural

- Mediul rural este dominat de posturile publice. Cel mai mare număr de ascultători pe sfert de oră au posturile regionale (în creștere cu 37.000 în ultimul an) și Radio Actualități (cu 40.000 mai mult ca acum un an).

RURAL	Oct. 06	Apr. 07	Oct. 07
<b>RRA</b>	146.1	165.4	187.0
<b>RR (cumulat)</b>	<b>173.9</b>	<b>185.3</b>	<b>210.4</b>
Kiss FM	80.3	93.8	84.7
Europa FM	132.2	104.6	119.5
ProFM	37.6	41.0	31.4
Radio 21	36.5	37.5	31.2
<b>Antena Satelor</b>	<b>95.8</b>	<b>113.9</b>	<b>112.7</b>
Info Pro	23.9	12.5	27.4
National FM	3.5	13.2	3.8
Romantic FM	3.6	3.1	1.7
<b>RRC</b>	<b>3.3</b>	<b>0.9</b>	<b>5.8</b>
<b>RRM</b>	<b>0.6</b>	<b>0.5</b>	<b>1.2</b>
Alții	80.0	110.7	110.5

### III. Număr mediu zilnic de ascultători (*daily reach*)

#### La nivel național

## Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2007

- Din cele 11,7 milioane de persoane care au ascultat radioul în medie zilnic, aproximativ 6,2 milioane (53,0%) au ales posturile SRR (cu peste 155.000 mai mult ca anul trecut).
- Radio România Actualități a crescut constant în ultimul an, câștigând peste 100.000 de noi ascultători și ajungând la un număr mediu zilnic de aprox. 2,79 milioane ascultători (cu 270.000 mai mult decât Europa FM, care ocupă poziția a doua).

NATIONAL	Oct. 06	Apr. 07	Oct. 07
<b>RRA</b>	<b>2683.2</b>	<b>2739.6</b>	<b>2785.4</b>
<b>RR (cumulat)</b>	<b>2390.4</b>	<b>2438.4</b>	<b>2341.3</b>
Kiss FM	2401.0	2463.3	2360.3
Europa FM	2380.7	2295.8	2513.2
ProFM	1004.8	1114.9	1088.0
Radio 21	1443.8	1550.5	1489.9
<b>Antena Satelor</b>	<b>809.0</b>	<b>925.6</b>	<b>924.9</b>
Info Pro	271.6	243.1	311.0
National FM	113.4	150.6	135.0
<b>RRC</b>	<b>123.9</b>	<b>90.1</b>	<b>103.0</b>
<b>RRM</b>	<b>37.2</b>	<b>36.4</b>	<b>45.0</b>
Alții	2330.0	2722.7	2464.6
<b>SRR (cumulat)</b>	<b>6043.7</b>	<b>6230.1</b>	<b>6199.6</b>

- Antena Satelor a câștigat 116.000 de noi ascultători, ajungând la un număr mediu zilnic de 925.000 de ascultători.
- Creșterea posturilor regionale din prima parte a anului trecut a fost urmată de o scădere în ultimele 6 luni, pe întregul an înregistrând o scădere de aprox. 49.000 de ascultători (2%).

### Mediul urban

- Din cele 6,9 milioane de persoane care au ascultat radioul în medie zilnic, aproximativ 2,75 milioane (40,0%) au fost pe frecvențele posturilor SRR.
- Audiența posturilor Radio Actualități și Antena Satelor este în creștere față de anul trecut (cu 38.000 și, respectiv, 85.000 de ascultători în medie zilnic).

URBAN	Oct. 06	Apr. 07	Oct. 07
<b>RRA</b>	<b>1476.2</b>	<b>1522.5</b>	<b>1514.3</b>
<b>RR (cumulat)</b>	<b>963.3</b>	<b>970.5</b>	<b>871.7</b>
Kiss FM	1755.8	1754.4	1648.1
Europa FM	1535.6	1602.9	<b>1706.0</b>
ProFM	665.7	737.5	967.6
Radio 21	1152.4	1217.3	1165.2
<b>Antena Satelor</b>	<b>201.2</b>	<b>265.5</b>	<b>286.7</b>
Info Pro	138.3	135.1	152.8

## Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2007

National FM	82.4	84.9	103.3
RRC	75.7	74.8	53.4
RRM	22.4	23.7	25.1
Romantic	171.8	249.4	245.5
Altii	1571.4	1805.7	1583.5
<b>SRR (cumulat)</b>	<b>2738.8</b>	<b>2857.0</b>	<b>2751.2</b>

- Radiourile regionale au avut o performanță mai slabă, pierzând aprox. 90.000 de ascultători în mediul urban (9%).

### Mediul rural

- Din cele 4,8 milioane de persoane care au ascultat radioul în medie zilnic, aproximativ 3,45 milioane (72,0%) au fost pe frecvențele posturilor SRR (cu 144.000 mai mult decât cu un an în urmă).
- Ambele în creștere, Radio România Regional (+ 42.000) și Radio Actualități (+ 64.000) au cel mai mare număr mediu zilnic de ascultători în mediul rural.
- Antena Satelor a crescut în ultimul an cu aprox. 30.000 de ascultători.

RURAL	Oct. 06	Apr. 07	Oct. 07
RRA	1207.0	1217.1	1271.1
<b>RR (cumulat)</b>	<b>1427.2</b>	<b>1467.7</b>	<b>1469.6</b>
Kiss FM	645.2	709.0	712.2
Europa FM	845.1	692.9	807.2
ProFM	339.1	377.5	320.5
Radio 21	291.5	333.2	324.7
<b>Antena Satelor</b>	<b>607.7</b>	<b>660.1</b>	<b>638.2</b>
Info Pro	133.4	108.0	158.2
National FM	31.0	65.7	32.1
RRC	48.2	15.3	49.6
RRM	14.8	12.7	19.9
Altii	758.6	917.1	881.2
<b>SRR (cumulat)</b>	<b>3304.9</b>	<b>3372.9</b>	<b>3448.4</b>

## IV. Concluzii

Creșterile de audiență din ultimul an ale posturilor SRR au fost înregistrate mai ales în ceea ce privește cota de piață și, într-o măsură ceva mai mică, prin mărirea numărului de ascultători. Lărgirea cotei de piață s-a realizat în special pe baza extinderii timpului de ascultare. Acest lucru a fost posibil



datorită faptului că produsele radioului public, cu modificările aduse în ultima perioadă, au fost în mai mare măsură pe placul publicului său fidel, care a rămas mai mult pe post, ceea ce înseamnă că fidelitatea acestuia a fost consolidată.

În momentul de față, SRR se află cel mai probabil în faza de tranziție de la etapa de fidelizare a publicului său tradițional spre etapa de atragere a unui public nou. Consolidarea unui public fidel este întotdeauna prima etapă în cadrul oricărei strategii de creștere. Însă obiectivele radioului public pentru etapele următoare vizează atragerea unui public nou. Asemenea obiective nu pot fi atinse decât prin acțiuni concertate pe două direcții principale:

- a) pe de-o parte, lansarea de produse noi (sau modificarea celor vechi) pentru a răspunde nevoilor unor categorii noi de public;
- b) pe de altă parte, lansarea atât a unor campanii susținute de promovare a acestor produse, cât și a unor campanii de comunicare cu obiective mai largi (vizibilitate, creșterea notorietății, îmbunătățirea imaginii etc.).

## PARTEA A II-A – ACTIVITATEA DEPARTAMENTALĂ

### 1. PRODUCȚIA EDITORIALĂ

Creșterea calității produsului editorial, pentru a răspunde în cât mai mare măsură misiunii de serviciu public, rămâne principala țintă a Consiliului de Administrație și a întregului management al Societății Române de Radiodifuziune. A continuat dinamica schimbării și adaptării creative la cerințele unui public tot mai exigent și mai disputat pe una din cele mai expansive piețe media din Europa Centrală și de Răsărit.

Cu 18 posturi de radio (5 naționale, din care unul pe internet; 8 regionale; 3 locale și 2 internaționale), o agenție de presă, o editură și formații muzicale de anvergură, Societatea Română de Radiodifuziune reușește să rămână cea mai puternică dintre corporațiile românești din domeniu. Ne-am propus să oferim fiecărui ascultător cel puțin unul din produsele noastre. De aceea, Societatea Română de Radiodifuziune se îngrijește de asigurarea specificității programelor: generaliste, culturale, muzicale, în limbile

minorităților, regionale, locale, pentru zona rurală, pentru tineret, pentru străinătate. Noutatea anului 2007 a fost difuzarea simultană a emisiunilor tuturor posturilor SRR on-line, prin internet, ceea ce este în măsură să ne facă atractivi și pentru generațiile foarte tinere.

Posturile de radio publice naționale și regionale au continuat și în 2007 ofensiva în urbanul mijlociu – mare și ruralul în schimbare, contribuind la dezvoltarea noilor mentalități concomitent cu perpetuarea valorilor tradiționale românești. Programele posturilor SRR caută să fie cât mai atractive pentru publicurile dinamice, active, creative, reactive, care „integrează România în Europa”, păstrând în același timp interesul maxim față de toate categoriile sociale, ceea ce deosebește serviciul public de firmele private interesate doar de rating.

Remarcabil este faptul că Societatea Română de Radiodifuziune reușește performanța înnoirii, bazându-se pe coordonatele conferite prin lege – informare, educație, cultură, echilibru, seriozitate, corectitudine și credibilitate.

Emisiunile noastre au înregistrat un salt important în abordarea tematicii sociale, depășind etapa simplei relatări și a dezbaterii, reușind o implicare în viața comunităților zi de zi, nu numai atunci când sunt inundații, accidente de mediu sau este secetă. Ascultătorii apreciază deosebit modul în care Societatea Română de Radiodifuziune sprijină spiritul civic, spiritul comunitar, cauzele unor bătălii care merită duse și câștigate.

Serviciul public de radiodifuziune se află în fruntea instituțiilor preocupate de cultivarea energică a acurateții limbii române, acționând tocmai într-un mediu care viciază, de obicei, limba română. În același timp, dezvoltăm o strategie editorială susținută prin crearea de evenimente în comunități (spectacole, concerte, festivaluri, conferințe, gale, concursuri etc.) pentru promovarea adevăratelor valori culturale românești, ale minorităților, europene sau mondiale, pentru consolidarea dialogului între tradiții și culturi. De asemenea, emisiunile noastre își propun să convingă ascultătorul, prin puterea exemplului, că fiecare casă, stradă și localitate sunt parte din România, iar România este parte din Europa.

O atenție specială a fost acordată, în acest an, pregătirii profesionale continue a corpului jurnalistic și tehnic, astfel încât echipele din SRR să se situeze la nivelurile europene de competență și performanță. Premiile

naționale și internaționale obținute de jurnaliștii de la Radio România sunt o confirmare.

Odată cu consolidarea structurilor editoriale ale unui serviciu public de radio dintr-o țară membră a Uniunii Europene și a NATO, cu o democrație și o economie de piață în plină dezvoltare, Societatea Română de Radiodifuziune și-a extins rețeaua de parteneriate externe, devenind un jucător activ pe piața media europeană. Radio România, prin posturile sale s-a integrat în diverse proiecte audio din regiuni ale Europei sau la nivel continental.

Comparativ cu raportul pe anul 2006, se pot observa progresele evidente în utilizarea noilor tehnologii de comunicare, în politica de promovare și marketing, aplicarea rezultatelor cercetării de piață în programarea editorială, lansarea proiectului digitalizării „Fonotecii de aur”.

### **A. Radio România Actualități**

În 2007 Radio România Actualități a urmărit cu precădere relansarea unor produse de referință pentru formatul și notorietatea postului, prin ajustări editoriale continue, care să o mențină în poziția de lider la nivel național.

O rată de creștere de 4% a cotei de piață la nivel național și re poziționarea ca lider de piață la nivel urban cu o cotă de 16,5% în toamna lui 2007 arată că Radio România Actualități este în continuare cel mai important post al corporației și unul dintre actorii de calibru de pe piața radio.

Schimbările editoriale și eforturile de promovare au avut ca obiective:

- respectarea, conform legii, a misiunii de a informa, a educa și a relaxa ascultătorii prin formate jurnalistice și tipuri de informații și emisiuni care să acopere o cât mai mare arie de preferințe;
- adaptarea conținutului programelor la agenda urbană și găsirea unor noi modalități de a interacționa cu publicul;
- obținerea unor creșteri și consolidări durabile de audiență;
- corelarea eforturilor editoriale cu cele de promovare.

Radio România Actualități se definește ca un post public:

- de informare;

- de interes național;
- cu un format generalist;
- cu acoperire națională în FM și UM;
- cu o rețea de surse atât în București, cât și în țară;
- cu o poziție puternică pe piața radio;
- cu standarde profesionale ridicate;
- cu responsabilitate față de public.

### **Politica editorială și urmărirea obiectivelor de audiență**

Specificul de post generalist cu o importantă componentă informativă a fost păstrat și susținut prin diferitele tipuri de programe care sunt distribuite ca structură, astfel:

- Formate de știri – 13,10%;
- Radioprograme – fluxuri de informații și știri – 39,86%;
- Formate de tip *news and current affairs*/dezbateri – 4,98%;
- Formate dedicate activității parlamentare și partidelor politice – 1,64%;
- Formate dedicate persoanelor cu dizabilități – 0,3%;
- Formate dedicate tematicii culturale – 5,26%;
- Teatru național radiofonic – 2,88%;
- Formate dedicate vieții religioase – 1,77%;
- „Ora armatei” – 0,5%;
- Formate muzicale și de divertisment – 22,79%;
- Publicitate și autopromovare – 6,94%.

### **Politica editorială a anului 2007 a fost construită pe două coordonate:**

- continua redimensionare a principalelor produse editoriale pe baza datelor de audiență și a cercetărilor calitative și adaptarea acestora la preferințele publicului activ, din categoriile de vârstă 40-49 și 50-59 de ani;
- coordonarea activităților editoriale cu cele de promovare pentru a crește notorietatea postului în mediul urban.

Aceste obiective au fost urmărite mai ales pentru fluxurile zilnice de actualitate și muzică.

### **Realizări concrete:**

#### **1) Relansarea radioprogramului „Studio deschis”**

Obiectivul care a stat la baza reformării emisiunii a fost schimbarea structurii audienței în favoarea publicului urban de 40-59 de ani. Schimbările făcute au ținut cont de rezultatele studiului calitativ IMAS.

Principala schimbare, care a dus la rezultate peste așteptări, a fost mutarea orei dezbaterilor sociale în cadrul unei emisiuni noi, „Studioul de după-amiază”, un format care combină dezbaterile pe teme sociale cu o emisiune muzicală interactivă.

Tematica socială și utilitarul – „Răspundem ascultătorilor” – a fost păstrat ca un format tradițional, dar nu în formula tradițională. Răspunsurile persoanelor avizate sunt sintetizate și prezentate mai dinamic și cu un alt tonus. Interactivitatea „în timp real”, prin intermediul sms-urilor contracarează impresia „de teme făcute” și adaugă dinamism și ritm emisiunii.

Muzica este diversă și în acord cu formatul AC (Adult Contemporary).

### **2) Consolidarea proiectului „Matinal”**

Radioprogramul „Matinal” a fost lansat într-o formulă nouă încă din toamna anului 2006 și susținut printr-o campanie de promovare mai ales în primăvară. Rodele acestei relansări au putut fi observate în rezultatele studiului de audiență din primăvara lui 2007.

Tot în primăvara lui 2007 a fost realizat și un studiu calitativ având ca obiect emisiunile din prime time ale Radio România Actualități; recomandările acestui studiu au fost puse în practică astfel:

- Tonul mai viu și mai dinamic a fost susținut printr-un stil de moderație mai vivace și mai antrenant, prin informații mai scurte și mai concis prezentate. Prezentarea informațiilor din trafic cu „story in story” și a celor care fac parte din comperaj sunt formule noi și necontaminate de reflexele vechi care caracterizează încă, parțial, reportajele și corespondențele din țară. Aprecierea tematicii abordate arată că un public nefamiliarizat cu Radio România Actualități resimte mai degrabă probleme de formă și va aprecia un plus de UMOR și SPONTANITATE, ceea ce moderatorii de la „Matinal” au introdus odată cu relansarea din septembrie.
- Recomandarea ca muzica să fie mai diversă și să nu se repete într-o săptămână a fost dintotdeauna un atu al postului public față de cele

comerciale iar selecția muzicală pentru acest radioprogram a ținut cont atât de formatul AC, cât și de momentul zilei.

În ceea ce privește obiectivele de audiență asumate în septembrie 2007 la lansarea grilei, și anume „creșterea audienței în urbanul mare și București, grupe de vârstă 40-59 de ani”, datele din octombrie 2007 arată o consolidare a creșterilor din aprilie 2007: ponderea ascultătorilor din urbanul cu peste 200.000 de locuitori crește de la 19 la 22,3 procente, iar în ceea ce privește ratingul mediu și cota de piață în urban se observă o creștere de aproximativ 1%. O ușoară creștere se poate observa și la grupa de vârstă 40-49 de ani: de la 12,9% la 13,2% la nivel național, și de la 13 la 13,4% la nivel urban.

### **3) Consolidarea proiectului „Obiectiv, România!”**

Obiectivul asumat pentru emisiune a fost „păstrarea audienței în urban”, iar toamna anului 2007 a adus o consolidare a creșterii în urban.

În ceea ce privește diferitele tipuri de urban, creșterea cea mai mare se înregistrează în urbanul mai mic de 50.000 de locuitori (de la o pondere de 25,1 la 35,8%), dar și în urbanul între 50.000 și 100.000 de locuitori (de la 8,3 la 11,6%), în urbanul mai mare de 100.000 de locuitori înregistrându-se un regres față de aprilie 2007.

Această creștere în urban a fost susținută printr-o politică editorială care a însemnat un adevărat „asalt” asupra orașelor mici, proiect promovat în primăvara-toamna 2006 și primăvara lui 2007. Începând din toamna lui 2007, prin cea de-a patra serie a edițiilor speciale și zilele tematice au fost extinse zonele radiografiate și tematica socială abordată, propunându-ne să analizăm „fenomene” și nu „orașe”. Am pregătit, astfel, „asaltul” asupra orașelor mai mari. Obiectivul principal a fost înțelegerea în profunzime a actualității românești prin ediții speciale și emisiuni tematice.

#### **Exemple de ediții speciale:**

- „Valea Jiului – 10 ani de la primele disponibilizări masive din minerit” – echipa „Obiectiv, România!” a analizat efectele deciziei politice din septembrie 1997, luată din rațiuni economice, dar cu implicații sociale majore, în contextul în care mineritul redevine o prioritate a strategiei energetice naționale;

- „Bătălia pentru școală” – au fost parcurși mii de kilometri în întreaga țară pentru a surprinde eforturile și sacrificiile pe care le fac unii copii din România pentru a învăța.

### Exemple de **emisiuni tematice**:

- „Soarta industriilor fanion”;
- „Soarta orașelor-târguri din România – un trecut comun, dar cu destine diferite”;
- „Iarna – primul capitol. Căldura din case – la mare preț: cu ce și la ce tarife ne încălzim locuințele?”;
- „Topul afacerilor de succes luate de la zero”;
- „Cât de sănătoși sunt românii. Rezultatele îngrijorătoare ale Programului Național de Evaluare a stării de sănătate a populației”;
- „Pe ce cheltuiesc românii banii”;
- „Din nou schimbări în învățământ: tezele cu subiect unic”;
- „Consilierea educativă în școlile românești”;
- „Crăciun românesc cu produse din import. Cumpărături din țările învecinate”.

Un exemplu de ajustare permanentă și adaptare la dinamica actualității este și rubrica „Români prin Europa”, care a fost creată pentru a surprinde fenomenul complex al mobilității forței de muncă o dată cu aderarea la Uniunea Europeană. Introdusă din septembrie 2007, noua rubrică și-a propus să analizeze fenomenul, tot mai dinamic, al migrației forței de muncă. Temele legate de acest subiect sunt abordate zilnic, de luni până vineri, de la orele 16.40 în relatările, transmisiunile în direct și reportajele corpondenților Radio România Actualități din țară și din străinătate.

#### **4) Consolidarea proiectului „O zi într-o oră”**

Principalul program de *news and current affairs* al zilei a devenit în 2007 un proiect de succes al Radio România Actualități prin abordarea dinamică a principalelor subiecte din actualitate, prin dezbateri scurte și la obiect, ceea ce a adus o rată de creștere a cotei de piață de 15% la nivel național și 25% la nivel urban.

#### **5) Realizarea de reportaje în coproducție cu BBC**

Intenția postului public de a revigora reportajul s-a materializat într-un proiect de coproducție cu BBC, desfășurat pe durata a 5 luni de zile, și care

a cuprins următoarele serii tematice: „Apa” (despre secetă, deșertificare și protecția mediului), „Marginalii” (despre oamenii sau grupurile de oameni care involuntar sunt la periferia societății), „Un an de la aderarea României la Uniunea Europeană”.

### **6) Reconstruirea programelor de week-end**

Principiul care a stat la baza schimbărilor editoriale din week-end a fost acela al introducerii de radioprograme mari.

Alinierea tronsoanelor orare ale „Matinalului de week-end” și introducerea edițiilor speciale în echipă „Maratonul de duminică” s-au dovedit a fi benefice, fiind o decizie menită să ducă la fluidizarea programelor de la sfârșit de săptămână.

„Clubul campionilor” – program susținut cu prioritate de echipa Secției Sport – s-a dovedit o rețetă de succes, cu efect imediat în datele de audiență: a fost înregistrată o creștere de audiență de aproximativ 25% la nivel național și 60% în urban, față de aprilie 2007.

### **7) Radio România Actualități online**

De la jumătatea lui 2007 postul Radio România Actualități poate fi ascultat și pe Internet, acesta fiind primul pas către construcția unui site complex, care să pună în valoare informația postului public și să atragă într-un „spațiu” familiar un public tânăr și activ.

### **8) Acoperirea competițiilor sportive**

În anul 2007, Radio România Actualități a transmis în direct următoarele competiții:

- Fotbal: Liga I, Cupa României (de la 16-imi la finală), Supercupa României, Cupa UEFA INTERTOTO (în exclusivitate în România), Cupa UEFA și Liga Campionilor, precum și meciurile echipei naționale din cadrul Preliminariilor Campionatului European de Fotbal și meciurile de pregătire ale echipei naționale. Pentru toate aceste competiții am avut exclusivitate radio;
- Handbal feminin și masculin: turneele de calificare la Campionatul Mondial, meciurile echipei naționale de la Turneul final al Campionatului Mondial de handbal feminin, Liga Campionilor (meciurile echipei HCM Constanța la băieți și Rulmentul Brașov și



Oltchim Rm. Vâlcea la feminin), Cupa Cupelor, Cupa Challenge, Cupa EHF, Supercupa Europei la handbal feminin (câștigată de Oltchim Rm. Vâlcea). Pentru toate aceste competiții am avut exclusivitate radio;

- Box: finala Campionatului Mondial de Box Profesionist – categoria IBF – transmisiune directă în exclusivitate de la Montreal a meciului lui Lucian Bute;
- Rugby: aspecte în transmisiune directă de la Turneul final al Campionatului Mondial 2007 (meciurile echipei României).

### **9) Consolidarea managementului editorial prin proiecte care să asigure acoperirea actualității și o linie a postului pe tot parcursul zilei**

A intrat în reflexul coordonatorilor și realizatorilor fluxurilor de actualitate și muzică să urmărească un subiect în desfășurare. În plus, s-a ajuns la schimbarea modului de abordare a informației de actualitate, cel mai bun exemplu fiind explicitarea actualității românești în context european (această abordare a fost lansată la „Matinal” și este utilizată atunci când subiectul se pretează în „Studio deschis”, „Obiectiv, România!” și „O zi într-o oră”).

**10) Creșterea gradului de interactivitate** a fost posibilă prin utilizarea noilor tehnologii în dialogul activ cu ascultătorii (utilizarea sms-urilor în emisie, dar și susținerea unor concursuri pe teme de cultură generală care au avut un rol activ și în promovarea produselor postului).

***Toate eforturile editoriale au dus la stabilizarea audienței pe toate piețele și la creșterea cotei de piață.***

### **Evenimente. Campanii.**

1) Campaniile electorale pentru cele două referendum-uri naționale (privind destituirea președintelui României, respectiv votul uninominal în două tururi) și alegerile europarlamentare au fost susținute prin proiectarea și gestionarea unei grile flexibile care să cuprindă timpii de antenă prevăzuți în reglementările legislative după care s-au desfășurat cele trei scrutinuri, dar și prin urmărirea atentă în programele zilnice a respectării principiului pluralismului politic.

2) Programul „**Sibiu – capitală culturală europeană 2007**” a însemnat o experiență editorială inedită. Radio România Actualități a susținut și a acoperit integral evenimentele derulate în cadrul programului de la

începutul până la sfârșitul anului, difuzând un număr de aproximativ 3000 de informații și produse jurnalistice complexe.

3) Participarea pentru prima data la un proiect european – „**Maratonul literar european**” –, care a presupus atât familiarizarea cu mecanismele europene de gestionare a fondurilor, cât și o activitate editorială inedită cu scopul de a face cunoscută literatura română în plan european.

4) **Campanii sociale** susținute și avizate de CNA (prevenirea violenței în mass media și a efectelor ei nocive asupra copiilor, reconstrucție a zonelor miniere), dar și **campanii de responsabilizare socială** susținute de instituții ale statului (de exemplu programul privind evaluarea stării de sănătate a populației, campania de informare privind introducerea pensiilor private etc.).

5) Susținerea creației muzicale românești și popularizarea acesteia între tineri a însemnat programul „**Folk în licee**”, susținut de Radio România Actualități pe tot parcursul anului ca o componentă a misiunii de educare a postului public și o formă activă de promovare în rândul tinerei generații.

**În concluzie, miza anului 2007 a fost îmbunătățirea produselor jurnalistice pentru a acoperi agenda publicului din mediul urban.**

## **B. Radio România Cultural**

Radio România Cultural este un post unic ca profil, de dezbatere și producție culturală, muzică și știri (programe de informare, culturale, religioase etc.).

Radio România Cultural emite zilnic, 24 de ore din 24, având acoperire națională în FM.

Publicul Radio România Cultural are o componentă socio-demografică cu un profil echilibrat (componenta pe sexe având un ușor plus masculin) și este puternic diferențiat de publicul care ascultă radio în general, prin vârstă - media 51 de ani - și nivelul înalt de educație.

În anul 2007, Radio România Cultural a acționat în direcția înnoirilor editoriale și pentru organizarea eficientă a activităților interne și de promovare. S-a constatat că un proces de întinerire a profilului ascultătorului Radio România Cultural, în special prin vizarea segmentului 20-29 și 30-40 de ani, este esențial.

Reforma internă și activitățile cu impact la ascultători au vizat:

## **1. Grilele de programe**

Înnoirile editoriale au fost introduse îndeosebi prin intermediul celor două grile, de vară (o versiune estivală a grilei 2006-2007) și grila 2007-2008.

Pentru grila standard de programe 2007-2008 s-au întreprins următoarele măsuri:

- a. au fost elaborate criteriile pentru evaluarea proiectelor de emisiuni noi solicitate în cadrul unui concurs. În acest scop, Radio România Cultural a colaborat cu celelalte posturi și redacții SRR pentru a alcătui un punctaj al evaluărilor, înaintând propriile propuneri și subliniind, totodată, aspectele esențiale pentru specificul Radio România Cultural;
- b. au fost solicitate proiecte de emisiuni și rubrici pentru evaluarea lor în concurs. Au fost preferate emisiunile scurte, alerte, care nu depășesc 15 minute și care au avantajul de a putea fi multiplu difuzate, ritmând astfel programul și fiind, totodată, un element de continuitate: „Comment ça va”, „Biografii”, „Mașina de citit” ș.a. Alte obiective ale selecției de proiecte au fost valorificarea fonotecii culturale a radioului, întregirea unor linii de emisiuni (linia literară) ș.a., tinzându-se către o imagine contemporană a grilei postului.

## **2. Acoperirea editorială a actualității culturale**

O prioritate a constituit-o reflectarea editorială a actualității culturale românești și a celei internaționale. S-a avut în vedere mai ales viața culturală din țară (fie prin mijlocirea studiourilor teritoriale ale SRR, fie prin deplasări ale angajaților și colaboratorilor Radio România Cultural la evenimente – precum cele din cadrul programului „Sibiu – capitală culturală europeană 2007”).

Nu în ultimul rând, au fost realizate corespondențe culturale din străinătate (Paris, New York, Oslo, Stockholm, Moscova, din Bulgaria, Coreea de Sud, India etc.).

De asemenea, Radio România Cultural a transmis concerte și spectacole de mare valoare, precum concertul Ansamblului Scaligero al Operei Scala

din Milano sau Gala UNITER; concertul Angelei Gheorghiu de la Scala (în direct). Au fost transmise și alte evenimente de marcă: Festivalul de la Bayreuth, Festivalul „George Enescu” (în direct și integral), Radio România Cultural fiind postul care a contribuit la succesul acestor evenimente la nivel național împreună cu Radio România Muzical.

Dintre transmisiunile directe sau corespondențele speciale de la mari evenimente menționăm:

- cea de-a 6-a ediție a Festivalului Internațional de Film Transilvania TIFF – Cluj-Napoca, cu invitați în direct (Cristian Mungiu, laureat la Cannes, aflat la primă vizionare în țară cu filmul premiat, organizatorii TIFF, critici de film ș.a.): emisiunile „Timpul prezent” și „Generația 2000 – Film” (iunie);
- emisiuni în direct de la Târgul de carte „Gaudeamus” („Timpul prezent”, „Vorba de cultură”), cu invitați de prestigiu;
- corespondențe de la Oslo și Stockholm ocazionate de decernarea Premiilor Nobel, însoțite de interviuri realizate cu laureații.

Actualitatea culturală a fost acoperită cu deosebire în emisiunile din prime time („Espresso”, „Oaza de muzică”, „Texte și pretexte”, „Timpul prezent”, „Știința în cuvinte potrivite”), dar și prin buletine de știri culturale.

Radio România Cultural a fost pe tot parcursul anului alături de proiectul „Sibiu – capitală culturală europeană 2007”, mediatizând toate evenimentele desfășurate în cadrul acestuia.

Au fost realizate interviuri și reportaje difuzate în cadrul emisiunilor de actualitate culturală „Espresso” și „Matinal de week-end”, o parte dintre aceste subiecte constituind ulterior teme de dezbatere în cadrul emisiunilor „Timpul prezent” și „Vorba de cultură”.

Pe tot parcursul anului 2007 a existat la Radio România Cultural o emisiune dedicată istoriei Sibiului și principalelor evenimente ce au avut loc aici în această perioadă. În cadrul emisiunii „Pașaport european”, difuzate de luni până vineri, între orele 15.30-16.00, au fost interviuate personalități ale vieții culturale interne și internaționale, implicate în proiectele desfășurate la Sibiu.

De la mijlocul anului Radio România Cultural emite nu doar *on air*, dar și *on line*, adresându-se astăzi și publicului cu alte mijloace de recepție decât clasicul aparat de radio. Preocuparea pentru promovarea pe Internet s-a

materializat în promovarea emisiunilor și grilelor de programe pe pagina proprie, în realizarea unui proiect pentru site-ul Radio România Cultural, în înscrierea unor realizatori la cursuri de web design/content/promoting, în promovarea proiectului de bloguri dedicate emisiunilor etc.

### **Promovarea și vizibilitatea mediatică a Radio România Cultural**

Promovarea emisiunilor noi, a proiectelor îmbunătățite sau modificate, a grilelor noi de programe s-a realizat atât pe post, cât și în cotidienele mari și în periodicele culturale dar și prin calendare, obiecte inscripționate, afișe ș.a. O altă modalitate foarte importantă de promovare a constituit-o încheierea de parteneriate cu manifestări și instituții prestigioase, care au produs multiplicarea imaginii Radio România Cultural la diferite evenimente.

Au fost create evenimente ale Radio România Cultural în măsură să impună postul atenției publice. Trebuie amintit aici, în primul rând, tradiționala Gală a Premiilor Radio România Cultural 2006, care s-a bucurat de o presă favorabilă și consistentă și a reunit personalități de marcă din diferite domenii. Al doilea eveniment important al anului organizat de Radio România Cultural s-a desfășurat în Piața Festivalului „George Enescu” 2007, unde, în perioada 14-16 septembrie, s-au desfășurat spectacole cu interpreți de renume, care au mobilizat un public numeros, într-un moment privilegiat și un loc cu foarte mare vizibilitate.

### **C. Radio România Muzical „George Enescu”**

Radio România Muzical „George Enescu” este **unicul post de muzică clasică din România.**

Emite non-stop:

- a) prin rețea terestră acoperind 25% din teritoriul țării;
- b) prin satelit – după obținerea licențelor audiovizuale pentru acest tip de emisie, din luna ianuarie 2007 postul poate fi recepționat în condiții foarte bune;
- c) prin sistem T-DAB (digital), exclusiv în București;
- d) prin Internet – de la 1 iulie 2007.

În cei peste 10 ani de existență, Radio România Muzical și-a consolidat poziția de unicat în audiovizualul românesc prin oferta editorială de calitate, prin ancorarea permanentă în actualitatea muzicală românească și universală, prin aducerea la microfon a personalităților de marcă din toate domeniile vieții culturale românești și, nu în ultimul rând, prin creșterea continuă a numărului de transmisii directe de la evenimentele naționale și internaționale, avându-se permanent în atenție publicul-țintă (alcătuit, pe de o parte, din intelectuali, adevărați formatori de opinie, iar pe de altă parte, din populația cu pregătire medie, dar cu aspirații culturale și muzicale în special).

De aceea, promovarea valorii muzicale, folosind ca instrument un discurs accesibil, cu exprimări firești, lipsite de prețiozitate, constituie principala caracteristică a postului.

În 2007 eforturile au fost îndreptate către **câștigarea unor noi segmente de vârstă (ascultători tineri)**, iar în acest sens politica de program a suferit câteva modificări:

- creșterea spațiilor de emisie cu moderatori în direct și cu momente de interactivitate;
- realizarea în premieră a unui „Matinal muzical” (de luni până vineri între orele 7,15-9,00), care acoperă întreaga arie stilistică promovată de Radio România Muzical;
- inițierea unui flux de emisiuni care aduce în atenția ascultătorului interpretări comparate ale unor opusuri de referință din literatura muzicală universală;
- crearea ciclului de emisiuni educative „Povești pe note” (biografiile scenarizate ale marilor muzicieni), cu adresabilitate către tronsonul de ascultători cu vârste între 8 și 15 ani.

Utilizarea fondului patrimonial al instituției, promovarea tinerilor interpreți și creatori cu performanțe naționale și internaționale, creșterea numărului de oferte către Uniunea Europeană de Radioteleviziune (UER), controlul calității vorbirii – au constituit și în 2007 priorități ale politicii editoriale.

În planul proiectelor de anvergură, un loc important l-au ocupat cele două evenimente culturale majore ale anului: **Festivalul și Concursul internațional „George Enescu”** (de la care Radio România Muzical a efectuat 52 de transmisii directe, înregistrarea integrală a tuturor recitalurilor, concertelor, spectacolelor de operă difuzate în retransmisie și a

tuturor etapelor Concursului) și „**Sibiu – capitală culturală europeană 2007**” (proiect ce și-a găsit concretizarea prin mediatizarea zilnică a manifestărilor incluse în aria tematică a postului, știri, interviuri, reportaje, transmisiuni directe care au oferit ascultătorului toate momentele importante: Concertul Filarmonicii Națiunilor (deschiderea oficială a anului cultural sibian), Spectacolul Operei de Stat din Viena cu „Nunta lui Figaro” de Mozart, seria de concerte susținute de dirijorul Ion Marin și Orchestra de cameră „Simfonieta” a Filarmonicii din Berlin, Concertul Orchestrei Simfonice Germane din Berlin, realizat în parteneriat cu Deutsche Welle.

Preocuparea Radio România Muzical „George Enescu” de implicare cât mai susținută în proiectele propuse de UER și de reflectare a celor mai reprezentative evenimente ale sale în programe a constituit o altă dimensiune a politicii de program în 2007.

Dintre cele 80 de transmisiuni directe în genurile simfonic, cameral, vocal-sinfonic, jazz sunt de menționat evenimente deosebite precum Concertul de Anul Nou de la Viena, concerte din seriile „Influențe folclorice în muzica clasică”, „Concerte în casele compozitorilor”, Festivaluri internaționale: BBC Proms, Festivalul de la Lucerna, Festivalul de la Rheingau – Germania, Festivalul Mării Baltice din Suedia și Danemarca.

Între noile proiecte editoriale speciale inițiate în 2007 se numără seria de concerte „Lunchtime Concerts” – transmisiuni directe săptămânale de la Wigmore Hall din Londra, oferite de Radio 3 BBC.

În cadrul acestor schimburi muzicale Radio România Muzical a avut în anul 2007 cea mai consistentă participare de până acum în cadrul Stagiunilor Euroradio, prin concerte care au demonstrat capacitatea SRR de a organiza manifestări muzicale de anvergură europeană:

- „București – oraș al muzicii” - proiect constând în 8 concerte în luna ianuarie 2007, care au reflectat diversitatea vieții muzicale bucureștene prin intermediul unui repertoriu variat interpretat în săli de concerte ce se constituie în simboluri ale vieții culturale a capitalei (Sala „Mihail Jora” a SRR, Ateneul Român, Aula Palatului Patriarhal, „Sala Cercez” a Muzeului Național Cotroceni);
- „Influențe folclorice în muzica clasică” (martie 2007) – Concertul Orchestrei Naționale Radio. Dirijor Tiberiu Soare, solist Viniciu Moroianu, „Ziua specială de Crăciun” (decembrie 2007) – Concertul corului „Ion Vidu” din Lugoj, dirijor Remus Tașcău.

De asemenea, Radio România Muzical a participat la proiecte speciale ale UER: „Bursa Borletti–Buitoni” (violoncelista Laura Buruiană); Competiția „Concertino” – Praga (pianista Cristiana Mihart – candidata propusă de Radio România Muzical a obținut mențiunea de onoare și a susținut o serie de recitaluri în Boemia); Competiția „Tinere talente” de la Bratislava (pianistul Bogdan Dulu), EBU Folk Music Easter Project 2007, EBU Folk Music Christmas Project 2007.

În același context trebuie menționate transmisiunile directe de la Metropolitan Opera House din New York (9 spectacole de operă), de la Scala din Milano (două spectacole), festivalul Wagner de la Bayreuth (7 spectacole de operă), emisiunile aniversare Pascal Bentoiu, Nicolae Herlea, Placido Domingo sau emisiunea comemorativă Luciano Pavarotti.

În anul 2007 Radio România Muzical a transmis 53 de oferte însumând 3942 de minute de muzică, din care:

- 70% genurile simfonic, cameră, coral, operă, vocal-sinfonic;
- 3% genul popular;
- 6% genurile jazz și world music;
- 21% muzică contemporană.

Ca parte a Radioului public, Radio România Muzical și-a asumat rolul de conservare a valorilor momentului, realizând înregistrări speciale în studiourile SRR, acordând prioritate creațiilor românești reprezentative și primelor audiții (180'), tinerilor interpreți consacrați (180'), valorilor școlii muzicale românești (110'), versiunilor românești de referință (145'), proiectelor speciale (60').

Actualitatea vieții muzicale naționale și internaționale a fost oglindită de către realizatorii Postului și cei ai Redacției Muzicale prin comentarii, relatări, înregistrări de la evenimente al căror partener media a fost și Radio România Muzical: Concursul Național de Interpretare „Mihail Jora”, Festivalul „Meridian”, „SONORO”, Festivalul de Muzică veche – Miercurea Ciuc, Festivalul „Enescu și muzica lumii” – Sinaia, Festivalul „Multisonic Fest”, „Sibiu – capitală culturală europeană 2007”.

Acordând o atenție deosebită tinerilor muzicieni și artiștilor români din diaspora, promovând valorile europene și cele naționale, Radio România Muzical se afirmă în continuare ca un post public de anvergură națională.



## D. Antena Satelor

Potrivit principiilor ce definesc profilul postului, Antena Satelor s-a concentrat și în anul 2007 pe **informarea promptă, obiectivă, clară și concisă a locuitorilor de la sate cu tot ce este important în spațiul rural, cu accent pe informațiile privind agricultura performantă, posibilitățile de valorificare eficientă a pământului, promovarea noilor tehnologii și orientarea către activități eficiente, în condițiile de păstrare a unui mediu curat.** Noile reglementări din agricultură în acest prim an de după aderarea la Uniunea Europeană și îmbunătățirea calității vieții în mediul rural au constituit, de asemenea, teme de dezbatere permanente.

În același timp, Antena Satelor a continuat să reflecte în programele sale acele valențe care contribuie la păstrarea identității naționale: învățământul, cultura, obiceiurile și tradițiile.

Din punct de vedere editorial, principalele obiective ale postului au vizat sprijinirea eforturilor de integrare în Uniunea Europeană a satului românesc în ansamblul său și diversificarea modalităților de adaptare la cerințele ascultătorilor.

În acest context, emisiunile au fost proiectate pentru a îndeplini aceste obiective, după cum urmează:

- în emisiunea „Satul românesc, sat european”, rubricile care se referă strict la aspecte privind aderarea României la Uniunea Europeană („Politici agricole comunitare” și „Info agro Europa”) s-au realizat sub un format nou, promovând dialogul și răspunsul la întrebări. Au fost prezentate, de asemenea, documentare despre agricultura și viața rurală din țările membre ale Uniunii Europene. Emisiunea interactivă “Orizonturi europene”, consacrată dezbaterii problemelor privind integrarea în UE, a constituit vârful de audiență al tronsonului de seară;
- radioprogramele „Povestea vorbei” și „De toate pentru toți sătenii” și-au deschis microfoanele pentru ascultători, alternând materialele publicistice realizate de reporteri sau corespondenți cu intervenții în direct ale ascultătorilor. A crescut interactivitatea cu ascultătorii prin creșterea numărului de emisiuni realizate în direct, în mijlocul ascultătorilor, prilejuite de evenimente la care participau atât locuitori ai satelor (ascultători ai postului nostru), cât și specialiști;

- în emisiunea „Viața la țară”, zilnic, 30 de minute au fost consacrate aspectelor privind buna gospodărire a localităților și raporturile administrație-cetățean;
- în radioprogramul „Bună dimineața, gospodari!”, au fost create rubrici care să răspundă atât cerințelor de moment, cât și celor de perspectivă ale agriculturii. Astfel, informațiile agrometeorologice au fost extinse, iar în colaborare cu secția de specialitate a Administrației Naționale de Meteorologie prezentăm zilnic informații amănunțite, cu elemente specifice din principalele bazine agricole ale țării.

Pentru acoperirea cu informații de actualitate din întreaga țară, a continuat colaborarea cu Radio România Actualități, prin care corespondenții județeni furnizează postului nostru știri și alte materiale publicistice.

Cea mai mare provocare pentru redactorii noștri muzicali a constituit-o diversificarea programelor în așa fel încât acestea să corespundă și cerințelor ascultătorilor din noua zonă de recepție a frecvenței în unde lungi de 153 KHz. Cu sprijinul redacțiilor muzicale de la Studiourile teritoriale Cluj, Târgu-Mureș, Timișoara, Reșița și Iași a fost completată fonoteca de muzică populară cu piese folclorice reprezentative din zonele respective.

S-a intensificat activitatea de promovare a tinerilor soliști de folclor prin introducerea emisiunii „Cântecul românului”. Prin participarea redactorilor Antenei Satelor la cele mai importante festivaluri și concursuri folclorice s-a urmărit descoperirea și promovarea noilor talente și atragerea tinerilor către acest gen de muzică.

Au fost incluse în mod constant în program rubrici în care s-au prezentat melodii din folclorul țărilor europene și al minorităților naționale din România.

Activitatea din anul 2007 a vizat și implicarea mai activă în organizarea de evenimente în spațiul rural. Antena Satelor a fost prezentă la numeroase evenimente tradiționale (zile ale recoltei, zile ale comunelor, sărbători religioase), târguri agricole locale și naționale, festivaluri folclorice în diverse locuri din țară. Postul s-a implicat și în organizarea și mediatizarea festivalurilor internaționale de folclor și tradiții de la Cumpăna – prima ediție (județul Constanța), Tulcea și Bistrița Năsăud.

**Păstrarea trendului crescător al audienței:** anul 2007 a însemnat pentru Antena Satelor un plus de 114.000 de ascultători, ajungând, potrivit ultimului sondaj de audiență, la 924.900 de ascultători în medie, pe zi. Pe lângă bazinul de audiență tradițional al postului (mediul rural), Antena Satelor a crescut semnificativ și în mediul urban, cu aproximativ 75.000 de ascultători. La nivel național postul ocupă locul 6 ca număr de ascultători, iar în cadrul SRR poziția a doua, după Radio România Actualități.

2007 a adus Antenei Satelor consolidarea percepției favorabile în rândul ascultătorilor, postul bucurându-se de o notorietate în creștere și aprecieri în presă.

**Difuzarea pe Internet:** a fost creată o nouă structură a paginii de Internet a postului (ce permite actualizarea zilnică a știrilor), oferindu-se și posibilitatea recepției live.

A continuat procesul de selecție a muzicii populare existente în fonotecă, în vederea difuzării. Selecția se face de către o comisie formată din reprezentanți ai Institutului Național de Folclor și redactori muzicali de specialitate și are ca scop promovarea și difuzarea exclusiv a muzicii valoroase, în buna tradiție românească.

### **E. Radio3net „Florian Pittiș”**

Strategia, structura programelor și activitatea Radio3net (care, din august se numește „Radio3net Florian Pittiș”, în amintirea neprețuitului nostru coleg) respectă obligațiile de informare, formare/educare, acces la cultură, divertisment și se materializează în cele 4 domenii de activitate:

- a) emisiile live, 24h din 24, cu tronsoane de trei ore (sau multiplu de 3), în care legătura cu ascultătorii/utilizatori (interactivitatea) se face instantaneu, prin chat. Din punct de vedere muzical, formatul este cel internațional Adult Contemporary Rock Easy Listening;
- b) biblioteca (Library) – colecții de documente scrise, audio și video;
- c) link-urile (în sprijinul ascultătorilor/utilizatori), pentru ca orice doritor să obțină toate informațiile cerute direct de la sursă. Aceste legături sunt, într-un fel, echivalentul emisiunilor de tip „Audiența Radio“;
- d) servicii interactive specifice Web 2.0 (chat, blog, forum).

### **Realizări 2007**

- afișarea zilnică de noutăți pe prima pagină a site-ului;

- extinderea colaborării cu diferite departamente și organizații (Direcția Antidrog a Poliției Române, „Salvați copiii!”, Oficiul Național pentru Cultul Eroilor, servicii de utilitate publică, de ex. Serviciul de urgență 112, Institutul Cultural Român, CNA etc.);
- îmbogățirea colecției Galeriei Video la aproximativ 400 de înregistrări: toate evenimentele importante din 2007 se află stocate în această galerie;
- transmisiile de la evenimente: Ziua României, Zilele Revoluției, Ziua Radio, participările la principalele târguri IT, târgul de carte Gaudeamus;
- o pagină web actualizată din 3 în 3 ore: „Reperete zilei”;
- site-ul Florian Pittiș – „Sunt cel mai frumos din orașul acesta...” – ce conține înregistrări audio și video inedite cu Florian Pittiș, o galerie foto și o biografie completă;
- colaborarea cu Clubul „Prometheus” din București, fiind transmise live (audio și video) manifestările culturale din programul său;
- parteneriat media cu Casa de cultură a studenților „Grigore Preteasa”, fiind transmise live (audio și video) timp de 27 de zile, toate evenimentele prilejuite de împlinirea a 75 de ani de la înființarea instituției;
- parteneriatul media „Delta Music Fest”, cel mai mare festival de muzică electronică din România. Acest eveniment a crescut audiența Radio 3Net „Florian Pittiș” pe cele 8 ore de transmisie live zilnice (timp de 3 zile) cu peste 300%;
- a fost pus în operă conceptul editorial „Nicio zi fără un invitat în emisie”;
- a fost elaborat un sistem de realizare a emisiunilor de către colaboratori din afara României (proiect aflat încă în variantă beta); au fost realizate două emisiuni, din Olanda și din Canada;
- s-a relansat net-voting-ul „Deșteaptă-te rock-ule” (în colaborare cu Jurnalul Național), în urma căruia a rezultat un clasament al celor mai bune 100 de piese rock românești ce vor fi editate pe o colecție de compact discuri;
- „Ziua Florian Pittiș”, o emisiune-maraton de 12 ore, în care au fost prezenți peste 90 de colaboratori, prieteni și cunoscuți ai lui Pittiș;
- s-a lansat proiectul „MODELrator la Radio 3Net”, în cadrul căruia o persoană publică, prezentă în studioul Radio 3Net, realizează o oră de program;
- campania de informare „Radio România despre Parlamentul European”, prin realizarea unui site pe care s-au postat în format mp3

înregistrări ale emisiunilor „Europa în 5 minute” și „Descoperind Parlamentul European”;

- „Folk You 3”, realizată în colaborare cu Jurnalul Național, ediție dedicată memoriei lui Florian Pittiș, inițiatorul și amfitrionul acestor spectacole;
- un site de colinde, cu ocazia sărbătorilor de iarnă 2007;
- emisii live din standul Radio România, cu ocazia Târgului Gaudeamus.

**Din punct de vedere al monitorizării activității, site-ul Trafic.ro reflectă o creștere spectaculoasă a rezultatelor:**

### **vizitatori**

decembrie 2006 – 181.623

decembrie 2007 – 321.541

### **afișări**

decembrie 2006 – 1.558.169

decembrie 2007 – 2.854.320

## **G. Redacția Informații**

Redacția Informații și-a confirmat în 2007 statutul de motor al difuzării actualității, cu produse preluate de către toate posturile naționale și regionale ale Societății, pe fondul mutațiilor semnificative suferite de piața media românească dar și al unei crescânde fluidități a circumstanțelor politice, sociale și economice care au trebuit să fie reflectate.

Prin cele două compartimente structurale, Camera Știrilor și Secția Partide Politice, alături de rețeaua corespondenților în străinătate și de cea a reporterilor acreditați la cele mai importante instituții (Președinția României, Parlament, Guvern, Ministerele de Externe și al Apărării) – principala preocupare a jurnaliștilor și managementului redacției a fost creșterea dinamicii și adaptabilității produselor oferite la cerințele publicului, astfel încât tot mai mulți ascultători să poată beneficia de un serviciu public modern, adaptat preferințelor lor. A fost încurajat profesionalismul, punând calitatea și precizia pe primul loc, diversificând constant oferta, dar protejând de orice intruziune libertatea de exprimare jurnalistică și de manifestare a opiniilor profesionale.

Evoluții importante au intervenit în planul conceptualizării și standardizării modului în care este tratată informația la postul public, cel mai important demers fiind „Ghidul Camerei Știrilor”, elaborat în concordanță cu principalele coduri europene de bună practică profesională în domeniu, dar având la bază valorile și principiile care au făcut din știrile Radio România un brand pe piața media autohtonă. Astfel, exprimarea profesională liberă este dublată de principii care dau coerență și asigură repetitivitatea performanțelor jurnalistice.

De asemenea, prin eforturile unei echipe interdisciplinare la care au luat parte deopotrivă corpul redacțional și reprezentanți ai managementului, precum și cu sprijinul unor experți de la BBC, au fost puse bazele unui cod de proceduri profesionale, aplicabil tuturor jurnaliștilor din Societate.

A fost elaborat, totodată, un nou Regulament al corespondenților internaționali, care asigură o mai bună conectare inter-departamentală, eficiență și mai multă predictibilitate unui compartiment în continuă extindere, care rămâne unic în presa românească prin viteza de reacție. Capacitatea corpului de corespondenți în străinătate de a împrăști știrile cu perspective și abordări noi a fost îndeosebi utilă în reflectarea primului an de după aderarea României la Uniunea Europeană.

În egală măsură, Redacția Informații a adus în timp real informații cât mai complete și complexe despre viața tot mai numeroasei diaspore românești din Europa, extinzându-și rețeaua colaboratorilor externi în special spre Italia și Germania, alături de deja consacratele posturi de corespondenți europeni (Spania, Franța și Marea Britanie), din Statele Unite, Rusia, Israel sau Bulgaria. A continuat să se acorde o atenție specială actualității din Republica Moldova, prin corespondentul la Chișinău și, totodată, evoluțiilor proceselor democratice din țările riverane Mării Negre (deplasând trimiși speciali la alegerile din Ucraina și Georgia), precum și contenciosului legat de construirea Canalului Bâstroe. Au fost urmărite îndeaproape teme cu impact regional, precum traiectele magistralelor de transport ale energiei sau situația din Serbia și problematica provinciei Kosovo.

În căutarea justei proporții între respectarea rigorilor impuse de Legea de organizare a SRR și provocările concurenței, s-au depus eforturi semnificative pentru creșterea valorii editoriale a minutului de emisie și de corelare cu agenda publicului, în paralel cu evitarea „tabloidizării” știrilor, măsuri cu vădit potențial major în atragerea audienței.

Soluțiile manageriale adoptate și-au găsit confirmarea în creșterea audienței programelor de știri, relevată atât prin valurile succesive ale studiilor de audiență, cât și de sondajele institutelor de profil (ex. INSOMAR), care au demonstrat că și în 2007 „cei mai mulți dintre ascultători și-au luat informațiile de la Radio România”.

În eforturile constante de înnoire, o mutație esențială a suferit în special perioada de prime time unde, pornind de la statutul de produs-vedetă, al Radiojurnalului de la ora 7, au fost create o serie de Radiojurnale mai concentrate și cu personalitate bine individualizată, difuzate la fiecare oră a dimineții (6.00; 8.00; 9.00; 10.00); prin aceasta s-a urmărit ca tot mai mulți ascultători să-și poată regăsi cele mai importante informații despre evenimentele zilei care începe și sinteza știrilor din ziua precedentă atunci când doresc.

Pentru programele de sinteză ale după-amiezii au fost relansate formule de complementaritate între știrile de la orele 18.00 și 22.00 și emisiunile cu pronunțată tematică de actualitate („O zi într-o oră” și „24 de Ore”).

O schimbare semnificativă a intervenit la nivelul conținutului programelor de știri: s-a acordat o atenție sporită evenimentelor care afectează direct viața de zi cu zi (știrile din trafic, despre evoluțiile meteorologice, sociale și utilitare au căpătat tot mai multă pregnanță), fără să fie neglijate evoluțiile dominante din viața politică și economică, internă și internațională.

Abordarea după criteriile jurnalistice a evenimentelor din actualitate a fost și criteriul aplicat în tratarea celor două evenimente majore de politică internă detașate deopotrivă prin ineditul lor, dar și cu semnificativă încărcătură emoțională: referendumul privind destituirea președintelui României și cuplarea campaniilor pentru alegerile europarlamentare cu referendumul privind votul uninominal. Redacția Informații a decis să pună ascultătorii în legătură cu principalii actori politici implicați în evenimente prin acreditarea reporterilor Secției Partide Politice, care au asigurat transmisiuni directe de la cele mai importante mitinguri și declarații atât din țară, cât și din comunitățile românești din străinătate.

A fost asigurată în prime time continuitatea unui spațiu unic în media de profil, care oferă spații pentru dezbaterea celor mai relevante idei, readaptând actualității imediate consacrată emisiune „Ziua și evenimentul”. Interviuurile organizate de-a lungul anului cu mari personalități și analiza

dezinhibată a celor mai importante teme ale actualității, adesea preluate *in extenso* de media concurente, au transformat emisiunea într-o adevărată sursă de informație și opinie a programelor postului public.

## H. Redacția Muzicală

Strategia editorială a Redacției Muzicale în anul 2007 a fost aceea de creștere a eficienței activității, de consolidare a vocației europene a SRR ca o corporație media a secolului XXI - care dezvoltă conceptul de radio public dinamic, orientat spre viitor - și a urmărit atingerea a trei obiective majore:

1. Consolidarea și creșterea audienței emisiunilor muzicale realizate pentru posturile SRR cu care colaborează;
2. Implicarea activă în cele mai importante manifestări culturale din 2007;
3. Creșterea vizibilității SRR, prin conceperea și producția unor evenimente muzicale care să aducă un important capital de imagine instituției.

**1. Consolidarea și creșterea audienței emisiunilor muzicale** s-a concretizat prin realizarea unor proiecte editoriale de succes, plecând de la misiunea radioului public în societatea românească, coroborată cu analiza pieței radio și a agendei zilnice a ascultătorului.

Ținând seama de toate aceste elemente, Redacția Muzicală a conceput proiecte de emisiuni în care s-a urmărit în primul rând **promovarea celor mai valoroase producții muzicale românești și universale, cu accent pe cele europene**. Feed-back-ul pozitiv al acestei concepții a fost primit încă de la raportarea primelor măsurători de audiență, din aprilie 2007; de exemplu, cea mai mare creștere de audiență înregistrată la Radio România Actualități a fost obținută de emisiunea „Euromusica”.

Postul Antena Satelor – singurul din peisajul radiourilor din România care și-a dublat audiența – a realizat acest lucru și ca urmare a emisiunilor muzicale nou introduse în grilele anului 2007, emisiuni realizate în marea lor majoritate de către specialiștii Redacției Muzicale, precum și datorită coordonării sound-ului muzical de către acest compartiment.



Pentru obținerea unei creșteri constante a audienței **au fost monitorizate și reevaluate permanent toate proiectele Redacției Muzicale incluse în grilele posturilor**. În funcție de constatările primului val de audiență s-au analizat rezultatele pozitive obținute și s-au re poziționat proiectele mai slab cotate. A fost urmărită, în același timp, îmbunătățirea compoziției publicului posturilor SRR, în conformitate cu strategia editorială pe care fiecare post și-a asumat-o.

S-a pus accent deopotrivă pe **creșterea interactivității producțiilor muzicale, ca și pe îmbunătățirea selecției repertoriale, în special pe promovarea creației și interpretării românești** în contextul contribuției sale la îmbogățirea culturii muzicale europene și universale. Parte importantă a acestui set de măsuri a fost facilitarea comunicării dintre marile personalități din domeniu și publicul ascultător.

În emisiunile muzicale din 2007 au fost invitate la microfon personalități marcante, dintr-un spectru larg al culturii și vieții sociale românești, în ideea de a face „propagandă” muzicii de calitate. Totodată, strategia editorială a urmărit promovarea sistematică a activității artiștilor noștri din țară și din diaspora, artiști care ne-au oferit interviuri în exclusivitate din care amintim nume ca soprana Angela Gheorghiu, pianistul Dan Grigore, directorul Operei de Stat din Viena – Ioan Holender, violoniștii Sherban Lupu și Eugen Sârbu, pianista Mihaela Ursuleasa, dirijorii Christian Badea și Ion Marin, baritonul Nicolae Herlea, cântărețele Aura Urziceanu, Margareta Pâslaru, Mihaela Mihai ș.a.

Tot în cursul anului 2007, Redacția Muzicală a inițiat și elaborat primul proiect destinat unității de sound și coerenței muzicale a postului Radio România Actualități. Conceput în concordanță cu strategia editorială a postului, „**Profilul muzical al sound-ului Radio România Actualități**”, proiectul specialiștilor din Redacția Muzicală a fost aprobat de Comitetul Director și de Consiliul de Administrație și se află în faza de aplicare a rețetelor de sound pe unele tronsoane orare, în paralel cu alcătuirea bazei computerizate de date muzicale.

Confirmarea justității strategiei alese a venit odată cu raportările măsurătorilor celui de-al doilea val de audiență, care au evidențiat contribuția directă și substanțială a emisiunilor muzicale la creșterea audienței posturilor naționale Radio România Actualități, Radio România Cultural, Radio România Muzical și Antena Satelor.

Line-uri ca „Romanticii”, „Terra Musica”, ca și emisiunile de week-end „Matinal de week-end”, „Top 30” și „Cocktail SRR” s-au situat pe primele locuri în măsurătorile cotei de piață pe postul Radio România Actualități; de asemenea, „Oaza de muzică” și „Ambient” pe Radio România Cultural; pe Radio România Muzical: „Musica Viva” și „Preludiu la după amiaza unui... Meloman”, iar pe Antena satelor „Un cântec pentru cei dragi”, „Lada de zestre, „Bucuroși de oaspeți” etc.

Pe lângă consolidarea audienței tronsoanelor existente, Redacția Muzicală a propus un proiect nou, „Studioul de după-amiază”, emisiune complexă care a mărit considerabil audiența tronsonului 14.30-16.00 prin muzica difuzată și problematica socială abordată în rubrici de specialitate.

**Măsurile aplicate au dus și la îmbunătățirea calității audienței prin scăderea mediei de vârstă a ascultătorilor, activarea publicului cu studii medii și superioare, dar și la creșterea numărului ascultătorilor din mediu urban.**

O atenție specială în cursul anului 2007 a acordat-o Redacția Muzicală activităților specifice de înregistrări, emisiunile și programele incluzând constant producțiile oferite de Formațiile Muzicale Radio. În fapt, jurnaliștii Redacției Muzicale reprezintă interfața dintre concertele și recitalurile din stagioni și ascultătorii posturilor SRR. Aceeași atenție a fost acordată și promovării înregistrărilor speciale ale ansamblurilor muzicale ale corporației.

Descoperirea și susținerea tinerelor talente constituie o altă preocupare constantă a Redacției Muzicale, care a acordat și în 2007 o atenție deosebită promovării unor artiști foarte tineri, din genuri muzicale diferite: pianiștii Alina Elena Bercu și Bucur Mihăescu, copiii Alina Eremia, Noni, precum și grupul „4 Kids”, cel care a reprezentat România la Eurovision Junior, formația rock „Trupa Veche” și interpreta pop Lucia Dumitrescu. Aceasta din urmă a confirmat rapid capitalul de încredere investit în promovarea ei cucerind, chiar de la prima participare, Premiul I la interpretare și Marele Trofeu al Festivalului Mamaia 2007.

**B. Cel de-al doilea obiectiv urmărit în strategia editorială a Redacției Muzicale în 2007 – implicarea activă în cele mai importante manifestări culturale ale anului 2007 – s-a legat de cele două**

evenimente de importanță națională și europeană: „Sibiu – capitală culturală europeană 2007” și ediția a XVIII-a a Concursului și Festivalul Internațional „George Enescu”.

Prin intermediul emisiunilor muzicale, ascultătorii posturilor Radio România Muzical și Radio România Cultural au fost conectați în direct la principalele evenimente muzicale din cadrul proiectului Sibiu 2007, între care concertele Filarmonicii Națiunilor, dirijate de Justus Franz, Ansamblului Scaligero, Klazz Brothers & Cuba Percussion, Orchestrei de jazz a landului Baden Wurthenberg, Sinfonietta Filarmonicii din Berlin dirijată de Ion Marin, Opera de Stat din Viena, Orchestra simfonică germană din Berlin etc.

În calitatea sa de coproducător, SRR și-a asumat, prin activitățile desfășurate de Redacția Muzicală, sarcina de a mediatiza (promovare editorială, înregistrare și difuzare) toate manifestările celei de-a XVIII-a ediții a Concursului și Festivalului Internațional „George Enescu”. Au fost realizate numeroase interviuri în exclusivitate cu artiștii români și străini invitați, peste 50 de transmisiuni directe simultan pe Radio România Muzical și Radio România Cultural, precum și emisiuni de informare, comentariu, cronică și analiză a tuturor manifestărilor cuprinse în festival difuzate de posturile Radio România Actualități, Radio România Muzical și Radio România Cultural. De altfel SRR a fost singura instituție media din România care a reușit performanța de a conecta în direct întreaga țară la manifestările de excepție ale Festivalului „George Enescu”, pe întreaga sa durată (1-23.09.2007).

**3.** În ceea ce privește cel de-al treilea obiectiv urmărit, **creșterea vizibilității SRR prin concepția și producția unor evenimente muzicale** care să aducă un important capital de imagine instituției, strategia editorială a Redacției Muzicale s-a orientat către producțiile-eveniment destinate promovării muzicii românești de valoare.

În acest sens, Redacția Muzicală a inițiat, proiectat și coordonat spectacole de mare anvergură: „Premiile Muzicale Radio România Actualități”, Seara Radio România Actualități la „Festivalul Callatis 2007” și cele 3 concerte în aer liber, din cadrul proiectului „Radio România Estival” (Iași, Cluj-Napoca, Mamaia), „Seratele folk Radio România Actualități”, spectacolul artistic din cadrul proiectului „Crosul Loteriei Române”, spectacolul-concurs de creații în primă audiție „Sărbătorile de iarnă la Radio România Actualități”, dar și

ciclul de ateliere de muzică contemporană „Arte Novi” la Radio România Cultural, realizat în colaborare cu UCMR.

Redacția Muzicală a acționat pe direcția asocierii brand-ului instituției cu proiecte muzicale valoroase și cu un puternic impact la publicul ascultător. În acest sens s-au inițiat și dezvoltat parteneriate media cu o serie de case producătoare și organizatori de evenimente, finalizate cu prezența siglelor SRR și Radio România Actualități pe CD-uri precum: „Callatis 2007” și „Te iubesc – cele mai frumoase duete de dragoste”, „Angela Similea - Anii 70 vol. I și II” „1907 Km” – al formației „Trupa Veche” și albumul „Dă mai departe” al formației „Proconsul”.

Tot în scopul creșterii și consolidării imaginii SRR, Redacția Muzicală a continuat și în 2007 strânsa colaborare cu avantaje editoriale cu Uniunea Compozitorilor și Muzicologilor, cu Ministerul Culturii și Cultelor, cu Institutul Cultural Român și toate instituțiile muzicale de prestigiu din țară. Nu în ultimul rând, menționăm asocierea și parteneriatele media cu manifestări muzicale de nivel național cum ar fi „Săptămâna Muzicii Contemporane” (ale cărei producții au fost înregistrate integral pentru Fonoteca Radio), „Festivalul Mamaia 2007”, „Eurovision Junior”, „Festivalul Mamaia copiilor”, Festivalul folk „Om Bun” etc.

### I. Redacția Teatru

Producțiile Redacției Teatru cuprind, săptămânal, un spațiu total de difuzare de 49 de ore distribuit în grilele de programe ale posturilor Radio România Actualități (5h și 50min), Radio România Cultural (32h și 25min), Radio România Internațional (3h și 45min), Antena Satelor (7h). Pentru aceste spații de difuzare au fost realizate, în anul 2007, 201 premiere, din care 99 spectacole radiofonice de teatru și divertisment, 50 emisiuni scenarizate sau teatru document, 52 emisiuni publicistice.

**Teatrul Național Radiofonic a oferit publicului spectacole radiofonice după creații de referință ale marilor personalități ale culturii române și universale.**

La Radio România Actualități:

- în cadrul proiectului „**Comedia de sâmbătă seară**” au fost realizate nouă premiere: „Ulciorul sfărâmat” de Heinrich von Kleist; „4 comedii satirice” de Teodor Mazilu; „Frumoasa poveste a TIR-ului portocaliu

- cu verde” de Cornel Udrea – spectacol realizat în parteneriat cu studiourile teritoriale de la Cluj și Târgu Mureș; „Burghezul gentilom” de Molière; „Zâna trotuarelor” de Ioan Drăgoi; „Extraordinarele istorii și aventuri ale baronului d'Ormesan” de Guillaume Apollinaire; „Omul subteran” de Hristo Boicev; „Dunărea albastră” de Florin Gabrea; „Moș Crăciun la poliție” de Ioan Drăgoi;
- în cadrul proiectului „**Teatrul Național Radiofonic serial**” a fost realizată o premieră dedicată centenarului nașterii lui Mihail Sebastian: „De două mii de ani” de Mihail Sebastian;
  - în cadrul proiectului „**Teatrul Național Radiofonic pentru Copii**” au fost realizate 5 premiere: „Amintiri din copilărie” și „Povestea porcului”, de Ion Creangă – la 170 de ani de la nașterea autorului; „În căutarea oului minunat colorat” de Ina Sterescu; „Pădurea albastră” de Elorin Pretorian și Dumitru Lupu; „Sfântul Ion Apostolul iubirii” de Ina Sterescu;
  - în cadrul proiectului „**Bună dimineața, copii!**” au fost realizate 7 ediții în direct ale emisiunii de mare succes „Bună dimineața copii” moderată de Alexandrina Halic;
  - în cadrul proiectului „**Noapte bună, copii!**” au fost realizate 32 premiere, dramatizări ale unor povești populare, povești ale unor autori consacrați, mari basme ale literaturii universale pentru copii. Muzicalul „Albă ca zăpada”, realizat în cadrul acestui proiect, a fost selecționat în finala Festivalului de teatru radiofonic organizat de Radiodifuziunea din Turcia cu ocazia aniversării a 8 decenii de la înființare.

### La Radio România Cultural:

- în cadrul proiectului „**Mari clasici**” au fost realizate 5 premiere: „O noapte furtunoasă” de Ion Luca Caragiale - la 155 de ani de la nașterea autorului; „Amadeus” de Peter Shaffer – la 250 de ani de la nașterea lui Mozart; „1241” de Mircea Eliade; „Oameni și pietre” de Eliade – două premiere absolute în anul centenar Mircea Eliade; „Îmblânzirea scorpiei” de William Shakespeare; în cadrul aceluiași program de elogiare a marelui Will a fost realizat și spectacolul post-modern „Ieri după Shakespeare sau visul unui președinte” de Pușca Roth;
- în cadrul proiectului „**Dramaturgi români contemporani**” au fost realizate opt premiere: „Cam târziu, domnule Godot” de Doru Moțoc; „Dumnezeul de a doua zi” de Cornel Mimi Brănescu; „Domnul Telescop” de Iosif Naghiu – la 75 de ani de la nașterea regretatului

- dramaturg; „Întâlnirea” de Gabriela Adameșteanu; „Elogiul nebuniei” de Dumitru Solomon – la 75 de ani de la nașterea dramaturgului; „Sectorul S” de Emanuel Pârvu; „Ava și Don” de George Genoiu, „Victoria și crocodilul” de Costin Manoliu;
- în cadrul proiectului **„Dramaturgi străini contemporani”** au fost realizate 4 premiere: „Scrisori de dragoste către Stalin” de Juan Mayorga; „Drumul lui Orfeu” de Ursula Rami Sarma; „Soluții la solicitări singulare” de Dimitris Dimitriadis; premiere realizate în parteneriat cu Atelierul European de Traduceri/Scéne Nationale d’Orléans - Franța, cu concursul Teatrului Național Timișoara și al Editurii Omonia - București, program Cultura 2000, finanțat de Uniunea Europeană, Institutul Cervantes și Ambasada Irlandei la București, ca și „Profesorul” de Jean Pierre Dopagne;
  - în cadrul proiectului **„Biografii - memorii”** au fost realizate 6 premiere: „Ochii arhanghelului din vis” – o biografie poetică a lui Mihai Eminescu după un ciclu de poeme de Liviu Ioan Stoiciu; „Jaques Brel – visând un imposibil vis” de Flavia Buref; „Infinitul Brâncuși” de Valeriu Butulescu – la 50 de ani de la moartea marelui sculptor român; „Shakespeare’s files” de Emil Lungeanu – spectacol realizat în parteneriat cu studioul teritorial Craiova; „Modigliani – un înger cu chipul grav” – o biografie poetică a lui Amedeo Modigliani de Sanda Socoliuc; „Ion Gavrilă Ogoranu – Timpul se găbea” – o biografie a luptătorului anticomunist, de Ion Costin Manoliu;
  - în cadrul proiectului **„Mari recitaluri actoricești”** a fost realizată premiera „Discurs într-un ciorap” – o dramatizare radiofonică a povestirilor Ninei Cassian din volumul „Confidențe fictive” în interpretarea actriței Ruxandra Sireteanu;
  - în cadrul proiectului **„Poveștile și legendele lumii”** au fost realizate 6 premiere: „Povestea anului” de Hans Christian Andersen; „Prințul din adâncul pământului” după un basm popular suedez; „Facerea lumii” – o legendă mayașă din cartea Popol Vuh – spectacol realizat în parteneriat cu Ambasada Mexicului; „Ziua de naștere a infantei” de Oscar Wilde; „Ioan cel sărac” după un basm popular românesc; „Robinson Crusoe” – de Daniel Defoe.

Au fost realizate **emisiuni documentare dedicate tradițiilor teatrale, istoriei teatrului, dramaturgiei românești și universale**, festivalurilor în care secțiunea de teatru-lectură este prezentă și la care Teatrul Național Radiofonic este partener – emisiuni difuzate sub generice ca „Thalia-fest”, „Clasicii dramaturgiei universale”, „Carul lui Thespis”, „În căutarea teatrului

pierdut”, „Chipuri și măști”, „Cronica unei premiere anunțate”, „De la arlechin”, „Oglinda firii”.

Au fost realizate, săptămânal, emisiuni publicistice de prezentare a producțiilor Redacției Teatru, a programului de difuzare a acestora, interviuri cu actorii, fragmente prezentate în avanpremieră – sub genericul: Revista Teatrului Național Radiofonic.

**Redacția Teatru și-a continuat programul de creare de eveniment teatral, cultural, social.** Cele mai importante premiere au fost lansate în avanpremieră cu prilejul organizării unor audiții, în prezența publicului iubitor de teatru, dar și a oamenilor de cultură, a jurnaliștilor de la revistele culturale sau din presa cotidiană, atrăgând astfel atenția asupra fenomenului teatral radiofonic, asupra fenomenului artistic difuzat la posturile naționale ale SRR, asupra întregii corporații ca producător al actului cultural de înaltă ținută.

Pe lângă tradiționalul proiect **„Ne auzim la Majestic”** mai menționăm:

- **„Serile Teatrului Național Radiofonic”** în cadrul cărora se organizează audiții și întâlniri cu protagoniștii spectacolelor la Biblioteca Județeană din Râmnicu Vâlcea;
- participarea la Festivalul „Lucian Blaga” de la Alba Iulia și realizarea de audiții de teatru radiofonic la cămine de bătrâni, în biblioteci;
- prezentarea proiectelor teatrale dedicate recitalurilor actricești în cadrul „Galei Star” de la Bacău;
- parteneriatul în realizarea secțiunii „lectură” a Festivalului Internațional de Teatru de la Sibiu, a Festivalului de Comedie „FestCo” de la Teatrul de Comedie din București;
- difuzarea în premieră la Radio România Actualități a unui spectacol radiofonic realizat după un text selecționat în ediția de anul trecut și care a făcut parte din programul ediției 2007 a „FestCo”;
- audiții în parteneriat cu Uniunea Scriitorilor, Universitatea Națională de Artă Teatrală și Cinematografică, Teatrul de Comedie, Teatrul Național Timișoara;
- participarea la Festivalul „Gulliver” de la Galați și realizarea de audiții de teatru radiofonic la grădinițele de copii și la școlile speciale.

Proiectele **„Un tramvai numit Popescu”** și **„Caviar vodcă și bye-bye”**, inițiate de Redacția Teatru, au ajuns să se autofinanțeze, reprezentarea acestor spectacole, sub egida Teatrului Național Radiofonic, a Radio

România, în diferite manifestări, festivaluri din țară, pe diferite meridiane ale globului făcându-se exclusiv pe banii organizatorilor.

Cercetările de audiență au confirmat succesul producțiilor teatrale la toate posturile unde sunt difuzate (Radio România Actualități, Radio România Cultural, Antena Satelor).

Redacția Teatru continuă inițiativa de a asigura difuzarea unei părți a producțiilor sale prin sistemul RadioMan.

### **J. Divertisment**

În cadrul emisiunilor de divertisment au fost realizate două tipuri de emisiuni - live și scenarizate -, difuzate sub genericul BONTON în zilele de sâmbătă și duminică de la ora 14.00 la 15.00.

1. Bonton – emisiuni-live (18 ediții) cu invitați de marcă: Cătălina Mustață, Florin Zamfirescu, Magda Catone, Claudiu Bleonț, Adriana Trandafir, Valentina Fătu, Stela Popescu, Alexandru Arșinel, Mihai Bisericanu, Anca Sigartău, Alexandru Bindea, Daniel Făt, Vera Linguraru, George Mihăiță, Cătălin Mihuleac, Delia Seceleanu, Cornel Udrea, Cristina Stamate, Rodica Popescu Bitănescu, Adrian Lustig, Valentin Teodosiu, Virginea Mirea, Mircea Constantinescu, Dorel Visan, Toma Enache, Mihai Bendeac, Dragoș Stoica, Raluca Rusu.
2. Bonton – emisiuni scenarizate: au fost realizate 14 premiere, din care 7 ediții speciale – de Revelion, Paști, 1 Mai și Crăciun.

În luna mai a fost aprobat un proiect special – primul sitcom radiofonic de divertisment intitulat „NIET CAFE” – autor Adrian Lustig. Sitcomul a debutat în 5 iunie 2007. Cele 25 de episoade au fost difuzate marți, miercuri și joi – dimineața în avanpremieră de la 9.56 și seara întregul episod de la 21.50.

### **K. Direcția Formații Muzicale**

Pentru Formațiile Muzicale ale Radioului, anul 2007 a fost un an al unui mare succes de public și de reconfirmare a nivelului performant al



producțiilor artistice susținute în cadrul unor manifestări muzicale naționale și internaționale.

**S-a acordat atenție promovării în programele concertelor colectivelor artistice clasice a unor opusuri de mare popularitate din creația simfonică, de cameră, vocal-sinfonică și lirică, opere în concert, lucrări aparținând secolului XX mai puțin cunoscute, precum și lucrări prin care fenomenul muzical românesc își definește actualitatea și originalitatea;** selecția atentă a dirijorilor și a soliștilor români, străini și din diasporă a fost o garanție a unor interpretări alese, reconfirmând ținuta profesională a formațiilor noastre muzicale. Aprecierile criticii de specialitate și afluența de public la multe dintre cele peste 150 de concerte și recitaluri susținute în 2007 sunt o dovadă a nivelului Stagiunii Muzicale Radio, probabil cea mai bună din țară.

Un eveniment cu totul special l-a constituit ediția 2007 a Festivalului Internațional „George Enescu”, în cadrul căruia au evoluat pe scena Sălii Palatului, Ateneului Român și în Piața Festivalului toate colectivele artistice clasice, precum și Big Band-ul Radio, presa consemnând în cronică cu remarci pozitive evoluția artiștilor noștri, cu accent pe înaltul nivel al interpretării muzicale.

Un succes deosebit l-au avut concertele Orchestrei de Cameră, Corului Academic, Corului de Copii și Orchestrei de Muzică Populară Radio, susținute în cadrul manifestărilor care au avut loc sub genericul „Sibiu – capitală culturală europeană 2007”.

Menționăm, totodată, alte trei manifestări muzicale importante organizate în anul 2007 sau la care au participat formațiile noastre artistice: Festivalul „București - oraș al muzicii”, organizat de Uniunea Europeană de Radio prin intermediul căreia 5 concerte susținute de Formațiile Muzicale Radio au fost preluate de mai multe posturi europene, Festivalul Internațional de Chitară – ediția 2007; Festivalul Internațional „Săptămâna Muzicii Contemporane” – ediția a VIII-a, în cadrul căreia au fost promovate, cu prioritate, creații muzicale semnate de compozitori români.

O activitate demnă de aprecieri a desfășurat și Big Band-ul Radio. Concertele susținute – programe și interpretări de ținută, soliști și dirijori străini și români de renume, interpretări care au întrunit sufragiile unui „public de jazz”, din păcate nu prea numeros, așază acest colectiv în rândul celor mai bune formații de jazz și blues; menționăm faptul că și în anul

2007, în fiecare lună, Big Band-ul a susținut un concert cu lucrări din creația românească de jazz transmis, în direct, de Radio România Cultural; tot în 2007 a apărut un nou CD al formației, bine primit de public.

În privința Orchestrei de Muzică Populară Radio menționăm o diversificare, încă insuficientă, a ofertei cu soliști de ținută și dirijori-colaboratori, care au generat prin profesionalism și prin calitatea aranjamentelor muzicale un nivel apreciat în interpretare, cu accent pe respectarea stilului zonei etno-folclorice din care au fost culese piesele.

### **Din punct de vedere statistic stagiunea 2007 arată astfel:**

Concerte și recitaluri - 154

Dirijori români - 37

Dirijori străini - 32

Soliști români - 143

Soliști străini - 52

Lucrări - 560, din care 145 de compozitori români

Abonamente - 492

## **L. Agenția de presă RADOR**

În anul 2007, Agenția a continuat procesul de transformare început în 2006, axându-se pe îmbunătățirea fluxurilor de știri și pe creșterea numărului de abonați.

Accesul compartimentelor editoriale ale SRR la produsele Agenției a crescut. Astfel, în interiorul Societății se pot vizualiza în prezent două foldere – RADOR și RADOR Draft – care conțin materialele în forma finită și, respectiv, brută. Acest dublu acces a fost gândit pentru a oferi o vizualizare imediată - mai ales pentru Redacția Informații -, dar și pentru a livra un produs profesional, care poate fi utilizat de realizatorii din SRR mai eficient.

Grilele noastre de monitorizare s-au îmbogățit cu cinci posturi de radio comerciale: Europa FM, InfoPro, Kiss FM, Radio Total, Radio Guerrilla.

Această suplimentare este un răspuns la cerințele pieței, din ce în ce mai concurențială pe segmentul nostru de activitate.

A fost finalizat manualul de scriere al Agenției, un instrument indispensabil pentru profesionalizarea activității.

Agenția de presă RADOR a demarat (de la 1 noiembrie 2006) informatizarea completă a arhivei de știri. În prezent, o parte a arhivei este pe suport hârtie (1990-1993), o altă parte în vechiul program Wordstar, utilizat de Rador în prima perioadă a introducerii tehnicii de calcul moderne (1993-2000) și restul în Multinews. Scopul este crearea unei baze de date unitare și accesibile, cu un motor de căutare modern.

Totodată, a început și informatizarea arhivei Centrului de Documentare „Dimitrie Gusti”. Într-o primă etapă vor fi trecute în formă electronică dosarele cu informații despre personalități. Va fi un proces lung și laborios, din cauza cantității uriașe de informații stocate. La final Radioul public va avea una dintre cele mai complexe baze de date din țara noastră, de la sfârșitul anilor 1950 și până în prezent.

Pe lângă preocuparea pentru mărirea vizibilității RADOR în cadrul Radio România, prin semnarea unor protocoale de colaborare și promovare cu toate posturile, RADOR a inițiat și participat la mai multe campanii de imagine. Cea mai importantă acțiune a fost organizarea ediției a II-a a Zilei agențiilor de presă (15-16 iunie 2007), la Palatul Parlamentului, un eveniment unic în România. Această conferință internațională s-a bucurat de participarea unor nume importante ale vieții publice românești, a responsabililor principalelor agenții de presă, a corespondenților agențiilor de presă internaționale acreditați la București, a unor jurnaliști de prestigiu, ca și a unor specialiști internaționali.

### **M. Rețeaua Studiourilor Regionale**

În structura Societății Române de Radiodifuziune posturile regionale de radio alcătuiesc o rețea care acoperă cu programe întreg teritoriul țării.

**Unități media cu tradiție și prestigiu, lideri de audiență în zona lor de acoperire, posturile regionale de radio s-au impus în conștiința ascultătorilor prin politica lor editorială, inspirată din realitățile locale, din viața comunităților urbane și rurale, din actualitatea zonelor pe care le acoperă cu programe.**

Rețeaua include studiourile regionale București, Cluj, Constanța, Craiova, Iași, Reșița, Târgu-Mureș și Timișoara. Acestea sunt unități media complexe, cu compartimente editoriale (actualități, cultural, divertisment etc.), tehnice, economice și administrative.

Rețeaua studiourilor regionale a reușit în această perioadă:

- consolidarea poziției fruntașe în clasamentele pieței media (locul 3 la scară națională și locul 1 în mediul rural);
- definirea și aplicarea unor strategii editoriale flexibile și dinamice;
- diversificarea ofertei editoriale;
- creșterea numărului de ore de program produs și difuzat;
- extinderea duratei emisiunilor în limbile minorităților naționale și a ponderii acestor emisiuni în structura programelor;
- derularea unor proiecte speciale de succes.

### **Politica și producția editorială a rețelei studiourilor regionale**

În anul 2007, politica editorială s-a integrat strategiei generale a Societății Române de Radiodifuziune; rezultatele obținute confirmă justetea strategiei editoriale aplicate, fiind răspunsul adecvat la nevoile ascultătorilor noștri. Posturile regionale de radio realizează mai mult de jumătate din producția totală de programe a SRR. **În anul 2007 s-a acordat o atenție specială modernizării și descentralizării programelor, competiției pentru calitatea emisiunilor și audiență. S-au declanșat, de asemenea, proiecte privind apropierea emisiunilor de zone distinct individualizate, de evenimente cu caracter local, care au semnificație pentru întreaga zonă.**

Emisiunile realizate și prezentate în direct reprezintă aproximativ 85% din totalul programelor difuzate, ceea ce asigură prezentarea operativă a evenimentelor și relatarea acestora, de multe ori concomitent cu desfășurarea lor. Pe lângă avantajele economice, faptul asigură autenticitatea programelor, care beneficiază astfel de un mare număr de interlocutori credibili, autori ai evenimentelor, factori de răspundere din administrația locală sau cetățeni obișnuiți, personalități în viața comunităților urbane și locale.

Toate posturile regionale au inclus în grilă emisiuni distincte, rezervate partidelor politice parlamentare, potrivit legii, precum și parlamentarilor care

reprezintă zonele respective în Senat și Camera Deputaților. Oferta de spații de emisie a fost în mare măsură utilizată de partide, cu o medie 60-70% din timpul total alocat. Totodată studiourile regionale au reflectat cu maximum de obiectivitate și promptitudine toate aspectele legate de campaniile pentru cele două referendum-uri. Stau mărturie, în acest sens, aprecierile exprimate de reprezentanții tuturor formațiunilor politice, legate de profesionalismul dovedit de rețeaua regională a radioului public.

În anul 2007 s-au consolidat spațiile rezervate emisiunilor în limbile minorităților naționale, incluse în grilele de programe la posturile regionale Cluj, Constanța, Reșița, Timișoara, Târgu-Mureș și Iași – înregistrându-se o creștere de la 7260 la 8480 ore de program, reprezentând 17,40% din totalul producției de programe de la studiourile respective. S-au alocat noi spații în programe minorităților italiană și evreiască.

Anul 2007 a confirmat că întreaga politică editorială a posturilor regionale de radio este deschisă spre ascultători, spre realitățile locale, concretizându-se prin prezentarea corectă, protejată de orice partizanat sau influență, a faptelor de viață.

Studiourile au cuprins în grilele de programe emisiuni consacrate cunoașterii legilor țării (cu prioritate a celor care reglementează administrația locală), drepturilor și obligațiilor cetățenilor, relațiilor acestora cu autoritățile, normelor de conviețuire civilizată.

În rubricile de știri, dar și în emisiuni speciale, au fost promovate proiecte europene la care România este parte, avantajele și costurile acestora pe termen mediu și lung.

A crescut ponderea, în totalul orelor de program, a emisiunilor de tip multiplex, care integrează posturile regionale într-un regim de acoperire națională. Astfel, radioprogramul “De zece ori România”, realizat în comun de toate cele opt posturi regionale și difuzat timp de o oră, de cinci ori pe săptămână pe lanțul de stații Radio România Regional, reprezintă deja o marcă a radioului regional.

Au fost realizate și difuzate noi emisiuni sportive în sistem multiplex, de către studiourile din Craiova, Timișoara, Cluj, Târgu-Mureș și Reșița pentru zona de nord și vest a țării, respectiv Iași și Constanța pentru zona de est și sud.

A continuat procesul complex și firesc de apropiere a posturilor regionale de posturile naționale prin intermediul bursei editoriale zilnice (schimburi de materiale radiofonice).

Posturile regionale preiau zilnic, de la România Actualități, Radiojurnalele de la orele 7.00, 13.00, 16:00, 18.00 și 22.00, pe care le integrează în rețeaua proprie de știri locale. Sunt preluate, de asemenea, emisiuni culturale, muzicale, transmisiile directe de la evenimente de interes național.

Totodată, prin potențialul lor editorial, tehnic și organizatoric, posturile regionale au sprijinit numeroase acțiuni organizate în teritoriu de către Societatea Română de Radiodifuziune.

Repere ale anului 2007 în activitatea posturilor regionale de radio:

**1. Radio București:** postul și-a mărit numărul de ascultători și s-a menținut în primele 12 FM-uri din București. În plus, s-a constatat creșterea credibilității postului în rândul ascultătorilor (un studiu CURS comandat de CNA plasează Radio București pe locul 7 în rândul posturilor care difuzează știri de încredere, la nivel național), precum și o creștere a audienței Radio București (un studiu INSOMAR comandat de CNA poziționează postul pe locul 9 în rândul celor mai populare stații, la nivel național).

Postul a elaborat și a pus în undă o grilă flexibilă, cu accent pe informațiile sociale, culturale, sportive și legate de administrația locală. De altfel, Radio București a continuat să aibă o bună colaborare cu administrația locală, facilitând dialogul zilnic între ascultători și autoritățile administrației locale și centrale (primari de sector, primar general, prefect de București și localitățile din județul Ilfov).

Pentru a spori gradul de interactivitate, pentru cabina de emisie a fost alocat un număr de telefon mobil, astfel încât ascultătorii să poată trimite mesaje scurte. Ideea s-a dovedit una de succes, numărul mare de sms-uri primite zilnic dovedind faptul că ascultătorii vor să ia parte la realizarea programelor prin oferirea de informații din trafic, participarea la concursuri sau prin intervențiile din cadrul dezbaterilor.

Radio București a continuat colaborarea cu instituții de prestigiu și autoritate implicate în viața socială, culturală, economică, politică a Capitalei (Opera Națională, ONG-uri, Primării, Ministere, organizații). În plus, au fost încheiate în premieră parteneriate cu teatrele din București, având dublu scop – creșterea vizibilității postului nostru și conștientizarea publicului asupra rubricilor culturale de la Radio București și asupra importanței pe care postul o acordă valorilor culturale și educative.

În anul 2007, Radio București a încheiat un acord de parteneriat cu Radio Maastricht, relansând astfel colaborarea pe care rețeaua studiourilor regionale o are cu radioul regional olandez. Colaborarea presupune pregătirea personalului și schimburi de experiență între cele două părți și a început cu un workshop desfășurat în luna noiembrie, la care au participat redactorii șefi și jurnaliști de la toate radiourile locale și regionale ale SRR.

Trebuie menționate acțiunile de promovare a imaginii și implicare în evenimente speciale, cum ar fi „Ziua Familiei” (concursuri pentru copii și un concert al trupelor „Simplu”, „Voltaj” și „Ricchi e Poveri”) sau „Folk fără vârstă” (serie de concerte în liceele bucureștene realizate în colaborare cu Radio România Actualități și Inspectoratul Școlar al Municipiului București).

Din punct de vedere tehnic, au fost realizate pregătirile necesare implementării noului sistem RadioMan (transferul bazei de date, pregătirea personalului).

**2. Radio Cluj** poate fi recepționat în Sibiu, Sighet, Oradea și în Cluj, precum și în mai multe județe din Transilvania: Alba, Cluj, Bistrița-Năsăud, Maramureș, Satu-Mare, Bihor. Studioul are în structură posturi locale la Sibiu și Sighet.

Sub aspect editorial, s-a realizat extinderea programului propriu al Radio Cluj prin introducerea tronsonului de noapte (24.00 – 06.00), iar la începutul anului 2007 a fost inaugurat și a început să emită program propriu, timp de 7 ore/zi, postul local Radio Antena Sibiului.

Procesul de digitalizare a înregistrărilor din fonotecă aflate pe suport analog s-a efectuat în proporție de 55%, iar baza de date impusă de legea copyright-ului într-o proporție de 72%.

Au fost lărgite relațiile de parteneriat pe plan internațional prin participarea la pregătirea semnării protocolului de colaborare cu Radioteleviziunea Novi Sad și a fost asigurată producția unei noi piese de teatru radiofonic, participantă la concursuri internaționale.

În plan tehnic, în 2007 a continuat implementarea software-ului de emisie automatizată și a fost asigurată intrarea în funcțiune, cât și exploatarea Radio Antena Sibiului.

Referitor la programele pentru minorități, a fost introdus un nou tronson (nocturn) în limba maghiară, în intervalul orar 02.00-04.00, iar structura internă a emisiunii matinale „Hangoló” a fost redimensionată, ea devenind un produs radiofonic tip „magazin”.

Oferta editorială a postului în planul emisiunilor pentru minorități s-a diversificat, mai ales în tronsoanele orare când Radio Cluj emite doar în FM, avînd în vedere faptul că pe piața media a apărut un post comercial de limbă maghiară.

Emisiunile în limba ucraineană (luni, orele 12.45-13.00) sunt realizate în continuare prin aportul unor colaboratori externi, respectiv cadre didactice și studenți de la Facultatea de Filologie a Universității „Babes Bolyai”.

Radio Cluj a difuzat, în 2007, 42 de concerte de muzică clasică, 12 concerte de muzică tânără și genuri muzicale alternative, 6 alte spectacole – eveniment, 6 spectacole ale corului de copii.

La preselecțiile concursului „Mamaia Copiilor” s-au calificat în faza superioară doi candidați, iar la concursul „Nufărul de Aur” au participat 7 copii, dintre care doi au obținut mențiuni.

**3. Radio Constanța** emite pe frecvențele de 909 KHz Constanța și 1530 KHz Tulcea, precum și pe 100,1 MHz, în banda de unde ultracurte (FM), pentru ascultătorii din județele Constanța și Tulcea, însă este recepționat, în condiții bune sau acceptabile, și în județele Brăila, Buzău, Vrancea, Galați, Ialomița și Călărași.

Audiența Radio Constanța a cunoscut, în ultimul an, o creștere constantă, în special în zona urbanului mare (orașe cu mai mult de 200.000 de locuitori, exceptând Bucureștiul), de la 5,6% la 7,4% și, chiar la 13%, în contextul schimbării formale și structurale a conținutului emisiunilor, al



modului de culegere, tratare și prezentare a informației, al reorganizării activității personalului redacțional și tehnic.

Radio Constanța și-a definit publicul-țintă și a realizat, cu ajutorul consultanților de la Bradley College, Illinois SUA, profilul ascultătorului actual, dar a stabilit și profilul ascultătorului pe care dorește să-l atragă și să-l fidelizeze.

Oferta de programe pentru atragerea publicului țintă (activ, ocupat, cu vârste între 35 și 55 de ani), dar și pentru menținerea pe frecvențe a publicului consacrat s-a diversificat, odată cu separarea emisiei pe frecvențele de unde ultrascurte, respectiv medii, în funcție de interesul ascultătorilor din diversele zone (urban foarte mare și mare, urban mediu și mic, rural).

Radio Constanța continuă să fie principalul actor media din zona rurală, fapt confirmat și de creșterea audienței cu un 0,3 % la nivel național și cu mai mult de 5 procente la nivelul regiunii. În zona urbanului mic, Radio Constanța marchează o creștere constantă a cifrelor de audiență.

La 15 iulie 2007 a fost inaugurată emisiia on-line, odată cu lansarea noii pagini de Internet pentru programul estival Radiovacanța, iar noua pagină web Radio Constanța a fost inaugurată la 17 septembrie.

Din punct de vedere tehnic s-a reușit realizarea unui program de emisie cu personal minim, pe frecvențe separate, fără costuri suplimentare și a început implementarea softului de emisie Studio 2000 Professional Q Sound, achiziționat din fonduri proprii.

Pe lângă programele în limba română, Radio Constanța difuzează emisiuni în limbile greacă, turcă, rusă, tătară, armeană și dialect aromân. Aceste emisiuni însumează 2,8% din totalul orelor de program și sunt realizate de colaboratori valoroși, instruiți în activitatea redacțională de către personalul de specialitate din Radio Constanța.

La prima ediție a concursului radiofonic dedicat Zilei Minorităților, la care Radio Constanța a participat cu 4 producții editoriale, cea a etnicilor tătari, realizată de Ghiușen Ismail, s-a clasat pe locul al doilea. De asemenea, emisiunea în dialect aromân, realizată de Mariana Budeș, a fost solicitată

spre redifuzare, alături de cea a colegilor de la Radio România Internațional, de un site Internet.

În 2007, Radio Constanța și Radiovacanța au fost organizatori, co-organizatori sau parteneri media la aproximativ 60 de evenimente.

**4. Radio Oltenia Craiova** are o largă acoperire teritorială (județele Olteniei și zona de Vest a Munteniei), cu un program zilnic de 18 ore.

Pe parcursul anului 2007 Radio „Oltenia” Craiova și-a consolidat audiența, situându-se pe locul I în aria sa de acoperire și pe locul al 8-lea la nivel național. Numărul ascultătorilor este de peste 650.000, îndeosebi din județele Dolj, Gorj, Mededintți, Olt, Vâlcea, Argeș și Teleorman, cărora li se adaugă cei de la sud de Dunăre, pe Valea Timocului sârbesc și din nord-vestul Bulgariei.

Studioul a pus accent deosebit pe realizarea unei grile modulare de programe, care permite abordarea întregii problematici economice, politice, sociale și cultural-educative, fără a ignora divertismentul, muzica și sportul în plan regional. A crescut numărul emisiunilor interactive, pentru a da ascultătorilor posibilitatea să se adreseze autorităților și să-și spună cuvântul. O parte a emisiunilor – sub forma dezbaterilor, radioaudienței, spectacolelor cu public și întâlnirilor cu ascultători – a fost realizată sau transmisă în direct din județele ariei de acoperire.

Experiențe notabile și trecute cu bune rezultate au fost campaniile pentru cele două referendum-uri ale anului 2007 și alegerile europarlamentare, pentru care studioul a primit telefoane sau scrisori de mulțumire de la partidele politice.

Continuarea preocupărilor pentru dezvoltarea tehnică s-au materializat în digitalizarea cabinei rezervă emisie și modernizarea alimentării cu energie electrică pe surse multiple. A fost extinsă banda pentru transmisia live, pe Internet, a programelor studioului și s-a dublat numărul accesărilor.

În anul 2007 studioul a primit Diploma de Excelență a Consiliului Local al municipiului Craiova, pentru implicarea obiectivă în viața comunității; mai multe diplome au fost obținute pentru unele emisiuni sau de către unii realizatori.

**5. Radio Iași** acoperă cu programe zona Moldovei, respectiv județele Iași, Suceava, Botoșani, Vaslui, Neamț, Bacău, Vrancea, Galați.

Producția editorială îmbracă toate genurile jurnalistice și toate domeniile. Managementul editorial implică apelul permanent la noțiunile de comunicare, eficiență, suplețe, considerarea receptorului ca partener și beneficiar.

Grila de programe Radio Iași este deschisă tuturor grupurilor, minorităților și opiniilor, asigurând cadrul larg de exprimare – în ton cu menirea unui post public european, de a transmite și forma opinii echilibrate, în spiritul respectării diversității. Minoritățile, comunitățile etnice au la dispoziție 20 de minute, de luni până joi („Evreii din târgurile Moldovei”, „Viața rromilor”, „Ucrainenii”, alte comunități - ruși lipoveni, ruteni, maghiari, ceangăi, armeni, polonezi, italieni, greci, albanezi etc.).

Singura posibilitate de conciliere a celor două obiective – creșterea cotei de piață și a numărului general de ascultători, respectiv scăderea vârstei medii a publicului – a fost separarea plajei de audiție AM de plaja FM (se pot aborda segmentele mai tinere de populație, diminuându-se, considerabil, riscul pierderii de ascultători ai segmentului 61-75 ani, prin păstrarea și reconstrucția AM-ului). Pe fiecare plajă de audiție s-a realizat o grilă de programe adecvată segmentelor-țintă; s-a pornit dinspre așteptările publicului vizat, rezolvându-se astfel problema de a găsi un format care să se adreseze, în aceeași măsură, categoriei 18-25 ani, cât și categoriei 65-71 de ani.

Conform studiului comandat de ARA (Asociația pentru Radio Audiență) și realizat de firmele de cercetare IMAS și Mercury Research, Radio Iași este cel mai căutat în Moldova, având, în fiecare zi, un număr de 826.000 de ascultători. Înregistrând, în ultimele 6 luni, o creștere cu peste 16% a numărului de ascultători, Radio Iași „detronează” Europa FM din poziția de lider regional în Moldova.

În ceea ce privește activitatea tehnică, au fost prevăzute lucrări de construcții destinate „Blocului de Producție Radio Iași”, ajungându-se la finalizarea lucrărilor în privința centralei termice, punerea în funcțiune și autorizarea ISCIR, cât și la finalizarea lucrărilor de arhitectură și instalații la mansardă, etajul 3, etajul 2, parter, casa scării principale și alimentarea cu energie electrică.

A fost modernizată emisia în FM (doar prin eforturi proprii) și optimizată linia de modulație FM spre linia de RR (radio releu) prin procurarea și punerea în funcțiune a unui processor audio OMNIA-3 FM Turbo.

**6. Radio Reșița** se adresează locuitorilor din Banatul Montan (județul Caraș Severin), dar și celor din zonele limitrofe, precum și comunităților de români din Voivodina și de la Sud de Dunăre.

2007 a fost un an cu mari provocări, lansate de publicul ascultător. Astfel a apărut necesitatea unui program propriu de 24 de ore din 24, în ciuda numărului redus de salariați. De la 1 martie 2007 acest lucru a devenit realitate.

Pe plan editorial s-a urmărit ca grila de programe să fie flexibilă, să răspundă cerințelor ascultătorilor, aducând ajustări „din mers” ale unor rubrici sau emisiuni.

Reporterii și redactorii au fost cuprinși în două activități de pregătire profesională: curs de învățare rapidă a limbilor franceză și engleză (în funcție de opțiune) și curs de perfecționare a dicției și expresivității orale. Din punct de vedere tehnic, s-a soluționat problema privind emisia stereo, de o foarte bună calitate, pe Internet și s-au făcut demersuri pentru transmisia digitală a emisieii, din studio spre releul de pe Muntele Semenic, eliminând cablul de 500 de metri, care crea disconfort, mai ales în condiții de instabilitate meteo.

La cele șase emisiuni pentru minorități s-au mai adăugat (la cererea reprezentanților minorităților) două emisiuni: în limbile cehă și română.

Radio Reșița a participat la concursuri cu emisiuni pentru etnii, la Ujgorod și București, obținând aprecieri și premii.

În domeniul parteneriatelor, s-a încheiat un act adițional de continuare a colaborării cu Radio Tlaxcala din Mexic (schimbul de emisiuni lunare), s-a perfectat și realizat un proiect cu postul public Radio Zrenjanin (Serbia – Voivodina).

A fost încheiat un proiect transfrontalier Phare CBC și s-a derulat un altul (fiecare de câte 50 000 euro), prin colectivul redacțional, condus de Oana

Glăvan Cenan, prin care s-au realizat manifestări culturale, de jurnalism, în spațiul Banatului istoric, care au condus la creșterea notorietății, notabilității și credibilității Radio Reșița.

Prin procurarea unor echipamente IT și de producție a crescut patrimoniul tehnic în cadrul studioului, pentru o activitate cât mai profesională. Au fost realizate alte două proiecte transfrontaliere, care, se speră, vor putea fi puse în aplicare în 2008.

În privința audienței, studiile sociologice dau Radio Reșița ca radio favorit în partea de vest, sud-vest a țării (cu extensie în comunitățile de români din Voivodina – Serbia).

**7. Radio Târgu-Mureș** acoperă cu programe județele Mureș, Brașov, Harghita și Covasna, în limbile română, maghiară și germană. Are în structură un post local la Brașov. Postul emite în limbile română, maghiară, germană și romanes, pe frecvențele: 102,9 FM, 98,9 FM, 94,9 FM, 1323, 1197, 1593 AM.

Emisiunile pentru minoritățile naționale au un loc distinct în cadrul programelor Radio Târgu-Mureș, postul fiind distins cu premiul special al Consiliului Național al Audiovizualului „pentru cel mai bun program local de radio din țară și pentru promovarea multiculturalității”.

Radio Târgu-Mureș este cel mai ascultat post de radio din Târgu-Mureș și zona rurală pe care o acoperă, prin frecvențele de care dispune și este, de asemenea, un actor important pe piața media din Transilvania. Printre cele mai importante realizări se numără prezența pe un loc fruntaș în Transilvania, în urbanul mediu (50.000 – 20.000 de locuitori). În sondajele paralele de audiență, Radio Târgu-Mureș se menține pe poziția I, referitor la clasamente de market-share și rating. Radio Târgu-Mureș deține locul I și în clasamentele calitative, din punctul de vedere al programelor de știri, economice, culturale și de muzică populară.

Primul obiectiv vizat în 2008 este promovarea brandului Radio Târgu-Mureș ca parte a SRR în contextul aniversării a 5 decenii de activitate, cu menținerea în „top 3” al celor mai ascultate posturi de radio din zonă.

În acest context, câteva repere editoriale individualizează postul:

- „Eminesciana 2008”, cu participarea Filarmonicii Târgu-Mureș; emisiune cu public;
- „Seara excelenței” la Radio Târgu-Mureș, cu participarea celor mai importanți oameni de cultură din județul Mureș, Harghita și Covasna-emisiune cu public;
- „Timpul amintirilor” – serie de emisiuni de evocare, cu reluări din Fonoteca de Aur Radio Târgu-Mureș, cu participarea actualilor și foștilor radiofoniști și a celor mai fideli colaboratori;
- „Linia de contur” – editarea a 5 CD-uri cu cele mai valoroase interviuri din cei 50 de ani ai Radio Târgu-Mureș;
- „Prima verba” – reuniunea scriitorilor care au debutat la Radio Târgu-Mureș – emisiune cu public;
- „Studioul talentelor” – festival al copiilor supradotați artistic din județul Mureș, Harghita și Covasna;
- „Serile de poezie de la Târgu-Mureș” – cu participarea poezilor de primă mărime ai României – emisiuni cu public la Teatrul Național din Târgu-Mureș și la Casa „G. Enescu” din Reghin;
- Colocviul Național de Folclor, ediția I, „Tipologia bocetului”, cu participarea redacțiilor muzicale de la toate studiourile regionale;
- „Radiodrama” - proiect de teatru radiofonic ce vizează noua dramaturgie, demarat în 2003 în scopul promovării textului nou de teatru, valorificat în producții radiofonice care urmăresc inovația în acest gen de teatru;
- „Fabrica de povești” – este un capitol „Radiodrama”, care are în vedere producția de scenarii radiofonice pentru copii. A fost lansat în decembrie 2006, în cadrul Festivalului Internațional de Teatru „UNIDRAMA” și este rodul parteneriatului cu teatrul ARIEL din Târgu-Mureș.

**8. Radio Timișoara** se adresează ascultătorilor din județele Arad, Timiș și Hunedoara cu programe variate, specifice actualității regionale, adresate cetățenilor de toate vârstele, profesiile și categoriile sociale.

În 2007 a fost separată, pe anumite segmente orare, emisia AM/FM, în încercarea de a cuceri public activ din Timișoara, în paralel cu menținerea publicului tradițional al Radio Timișoara.

A fost reorganizată Secția de Actualități, pentru creșterea dinamismului, a promptitudinii și a corectitudinii producțiilor radiofonice.

În domeniul tehnic se pot menționa: modernizarea dotării tehnice a unei cabine tehnice de producție, dotarea cu 5 reportofoane digitale Marantz. S-a primit aprobarea de modificare a polarizării antenei emițătorului FM 105,9 MHz Timișoara (orizontal – vertical) și s-a solicitat trecerea frecvenței de 103,6 MHz din amplasamentul Făget (Coșevița) din portofoliul Radio România Cultural către Radio Timișoara.

Radio Timișoara emite în prezent în 9 limbi ale minorităților naționale (germană, maghiară, sârbă, cehă, slovacă, bulgară, ucraineană, rromani și italiană). În 2007 a fost introdusă în grila Radio Timișoara, o dată pe lună, emisiunea în limba italiană, realizată pentru minoritatea italiană din vestul României (care numără, conform unor estimări, peste 10.000 de persoane).

În zona proiectelor speciale ale studioului se poate menționa încheierea unui acord de colaborare cu Radioteleviziunea Novi Sad, care vine să completeze bunele relații cu Szeged-ul, Bratislava și Ujgorod. Prin colaborarea cu Universitatea Politehnică și Universitatea de Vest au fost promovate două teme de licență, un aparat combinație radio-telefon mobil pentru determinarea audienței și o cercetare sociologică, pentru cunoașterea obiceiurilor timișorenilor.

Conform studiilor de audiență, se constată o creștere semnificativă a audienței din mediul urban, în special pentru că frecvența de FM din Timișoara a devenit din ce în ce mai cunoscută și mai ascultată. Conform studiului de audiență din toamna 2007, creșterea pe urban este, în medie, de 25% față de ultimele cercetări de audiență, iar în prime time este de 30%.

### **Programe în limbile minorităților naționale**

În conformitate cu prevederile legislației române și în acord cu cele ale legislației internaționale, Societatea Română de Radiodifuziune acordă o importanță deosebită emisiunilor pentru minorități, realizând un pachet de servicii complet pentru minoritățile etnice.

Aceste emisiuni își propun să cultive limba și valorile culturale ale minorităților naționale, tradițiile și obiceiurile acestora, să prezinte viața și preocupările comunităților etnice integrate în ansamblul societății românești.

Programele sunt realizate de o redacție specializată, Redacția emisiunilor în limbile maghiară și germană, aflată în sediul central al SRR, care produce emisiuni în limbile maghiară și germană, preluate apoi și de posturile regionale de radio Târgu-Mureș, Cluj și Timișoara. Redacția emisiunilor în limbile maghiară și germană realizează săptămânal 380 de minute în limba maghiară și 370 de minute în limba germană.

Totodată, emisiuni în limbile minorităților naționale produc și difuzează posturile regionale Cluj, Constanța, Iași, Reșița, Târgu-Mureș și Timișoara.

Producția totală săptămânală a acestor emisiuni însumează 8480 de minute, reprezentând 17,40% din totalul programelor produse de posturile regionale.

În continuare prezentăm datele detaliate pe studiouri, referitoare la numărul de minute transmise în limbile minorităților naționale în fiecare săptămână:

**Radio Cluj** în limba maghiară – 2940 de minute pe unde medii, 1680 de minute pe unde ultrascurte, iar în limba ucraineană – 20 minute pe unde ultrascurte.

**Radio Constanța** în limba greacă – 60 de minute, în limba turcă – 60 de minute, în limba ruso-lipoveană – 60 de minute, în limba tătară – 60 de minute, în limba armeană – 60 de minute, în dialectul aromân – 60 de minute.

**Radio Iași** – 10 minute în limba ucraineană, 10 minute în limba rromani și 10 minute pentru minoritatea evreiască, în unde medii.

**Radio Timișoara** – câte 840 de minute în limbile maghiară, germană și sârbă (în FM și AM), 60 de minute în limba slovacă, 30 de minute în limba cehă, 30 de minute în limba bulgară, 30 de minute în limba ucraineană, 30 de minute în limba rromani și o oră pe lună în limba italiană.

**Radio Târgu-Mureș** în limba maghiară – 3000 de minute în FM, din care 2220 de minute și pe unde medii, limba germană – 390 de minute pe unde medii, limba rromă – 45 de minute.

**Radio Reșița** în limbile ucraineană, sârbă, maghiară, germană, slovacă, croată, cehă, rromanes – câte 30 de minute fiecare.



Pe tot parcursul anului 2007, reprezentanții studiourilor regionale care emit și în limbile minorităților naționale au avut numeroase întâlniri cu reprezentanții acestora, în cadrul unor evenimente culturale, sociale, economice, religioase.

Festivalul Internațional de Radio și Televiziune de la Ujgorod, Ucraina, a prilejuit, ca în fiecare an, întâlniri între studiourile regionale din SRR și colegii noștri de la radiourile din Europa Centrală și de Est, care emit în limbi ale minorităților din țările respective.

De asemenea, un alt exemplu de colaborare fructuoasă dintre redacții din diferite țări este realizarea în comun a unor emisiuni bilunare în limbile maghiară și germană cu studiourile publice din Ungaria, Slovacia, Ucraina, Serbia, Croația, Slovenia.

Această abordare deschisă a studiourilor regionale către multiculturalitate a avut și are un efect deosebit prin solicitările primite de a participa la numeroase acțiuni și evenimente în calitate de partener media.

### **Proiecte speciale derulate de rețeaua posturilor regionale**

Pe toată durata anului 2007 s-a derulat un parteneriat Radio Cluj - Primăria Municipiului Sibiu legat de manifestările „Sibiu – capitală culturală europeană 2007”. Astfel, programul propriu al postului local Antena Sibiului a fost extins la 7 ore/zi. Au fost create condițiile editoriale, tehnice și organizatorice necesare astfel încât acoperirea mediatică a evenimentelor desfășurate în cadrul proiectului „Sibiu – capitală culturală europeană 2007” în rețeaua regională, precum și la Radio Cluj și Radio Antena lui a fost foarte bună.

În decembrie s-a desfășurat prima ediție a concursului dedicat „Zilei minorităților”, la care au participat 23 de realizatori din cadrul rețelei regionale Radio România.

În 2007 a fost reluat programul de colaborare cu Rețeaua radiourilor regionale publice olandeze (ROOS), fiind derulat primul proiect, seminarul „Managementul schimbării – sunt pregătite studiourile regionale pentru

schimbările din piața media?”, la care au participat, alături de lectorii olandezi, redactori șefi și realizatori de la toate studiourile regionale.

De un succes deosebit s-au bucurat și edițiile din acest an ale Caravanei Gaudeamus de la Craiova, Sibiu, Cluj și Timișoara, ediția estivală Radiovacanța Mamaia sau concertele cu public organizate în București, Constanța, Iași, Cluj, Târgu-Mureș în colaborare cu parteneri prestigioși.

A fost acordată o mai mare atenție promovării proiectelor speciale derulate, precum și imaginii posturilor regionale, prin parteneriate cu alte instituții media. Au fost dezvoltate modalități alternative de comunicare („noile media” – internet, sms, blog etc.).

Prin reușitele editoriale, acțiunile derulate și încrederea de care se bucură, Rețeaua Studiourilor Regionale a constituit și în anul 2007 unul dintre pilonii Radio România, contribuind la consolidarea prestigiului și notorietății de care se bucură instituția.

## N. Radio România Internațional

### RRI pe scurt:

- **54 de ore de programe pe zi, transmise pe 3 canale, 7 zile din 7, în română, engleză, franceză, germană, spaniolă, rusă, arabă, chineză, italiană, sârbă, ucraineană și dialectul aromân;**
- RRI este un post generalist, cu format „Adult Contemporary”, ca toate posturile internaționale; muzica difuzată este românească în proporție de peste 90%, din toate genurile;
- Serviciul Român transmite zilnic, nonstop, emisiuni și programe producție proprie, coproducții cu alte posturi SRR sau preluări, în direct sau preînregistrat, ale unor emisiuni ale altor posturi și redacții din SRR (Radio România Actualități, Radio România Muzical, Radio România Cultural, Redacția Muzicală, Redacția Teatru, Redacția Viața Spirituală, Redacția Militară);

- din octombrie 2007, Serviciul Român produce și emisiunea duminicală „Curierul românesc”, destinată mai ales marinarilor români de pe diferite nave din lume;
- Secția Aromână realizează 3 emisiuni pe zi (3x26’);
- Radio România Internațional în limbi străine difuzează zilnic 21 de ore de program în 10 limbi străine. Programele sunt structurate în 16 emisiuni de câte 56 de minute și 19 emisiuni de câte 26 de minute.

**- RRI primește anual mesaje scrise din peste 100 de țări.**

### **Misiunea Radio România Internațional**

**RRI este principalul mijloc la dispoziția României de ofensivă și atac pe piața informațională externă**, deoarece aria de acoperire a altor media românești în limbi străine este limitată, iar mijloacele de informare străine acoperă doar sporadic și superficial evenimentul românesc.

RRI încearcă să intre deplin în noul rol ce se conturează pentru un post de radio internațional - **mijloc direct de acces la valorile democratice și dialogul intercultural.**

### **Radio România Internațional în limba română (RRI 1)**

RRI 1 reprezintă prin emisiunile în limba română și dialectul aromân **o punte de legătură cu comunitățile românești și aromânești din lume**, cu ascultători din vechea emigrație, dar și cu noile comunități de români plecați la muncă sau la studii.

Emisiunile în limba română pot fi recepționate de românii plecați la muncă, în special în Italia și Spania, dar și în Portugalia, Germania, Marea Britanie etc., ca și de celelalte comunități românești importante din lume - din Europa Occidentală, Israel, SUA, Canada, Australia, America de Sud, de românii din Republica Moldova, Ungaria, Serbia și Ucraina.

Au continuat emisiunile săptămânale multiplex (joia seara) ale Serviciului Român cu posturile regionale sau locale ale SRR de la Craiova, Reșița, Timișoara, Cluj, Sighet, Iași, Constanța și posturi de radio din jurul

granițelor care emit în limba română (din Serbia, Ungaria, Ucraina, R. Moldova), dar și cu asociații ale românilor din Bulgaria. Programele sunt consacrate problemelor românilor de dincolo de hotare.

Rubricile de informații utile pentru românii aflați la muncă („Muncind în Europa” și „RRI la dispoziția Dvs.”) au căpătat o nouă consistență, prin prisma numărului mare de români de peste hotare. Să notăm și rubricile speciale de pe site-ul RRI, [www.rri.ro](http://www.rri.ro): Muncind în Europa și Util pentru românii de pretutindeni.

Cu ocazia alegerilor europene, a referendumului național privind votul uninominal de la 25 noiembrie 2007, dar și a referendumului național din 19 mai, privind destituirea președintelui României, au fost inserate pe site butoane speciale, cu informații utile pentru cetățenii români cu drept de vot aflați peste hotare. Aceste rubrici online au completat rubricile din emisiuni.

Au continuat emisiunile „Românii de lângă noi” și „Asociații românești din lume”, devenite bilunare pe fondul multiplicării subiectelor legate de comunitățile românești din lume sau din jurul României. A continuat emisiunea bilunară „Unda românească”, ca urmare a creșterii numărului programelor de radio în limba română realizate de conaționali de peste hotare.

### **Radio România Internațional în limbi străine (RRI 2)**

Menirea acestor programe este să dezvolte **o punte informațională între România, spațiul nostru geografic și auditoriul străin** din zonele-țintă, mari aglomerări urbane din lume.

Odată cu integrarea în UE, RRI se orientează, prin emisiunile în limbile engleză, germană, franceză, spaniolă, italiană spre **aprofundarea dialogului intercultural** direct cu statele cu democrație consolidată.

În emisiunile în limbile ucraineană, sârbă, arabă, chineză, rusă, RRI focalizează pe **dezvoltarea proceselor democratice** din zone învecinate sau mai îndepărtate.

RRI 2 oferă informații la zi, analize imparțiale, rapide și relevante despre actualitatea social-politică, diversitatea opiniilor din societatea românească,

procesul de reformă, potențialul economic, patrimoniul cultural și atracțiile turistice ale României, performanțele sportive, viața spirituală, relațiile cu zona de destinație a programelor, creionând o imagine a României ca parte a culturii și civilizației europene.

### Correspondenți peste hotare

A continuat, cu foarte bune rezultate, trimiterea în străinătate de corespondenți SRR dintre ziaristii RRI: Cristina Tiberian, Serviciul Englez, la Londra; Nicolae Mircea Năstase și Răzvan Emilescu, Serviciul Român, la Chișinău; Roxana Vasile, Serviciul Publicistică-Analize-Sinteze, la Paris. Ștefan Nețin, Secția Sârbă, a fost trimis special al SRR la Belgrad, cu ocazia diferitelor evenimente politice din Serbia și provincia Kosovo.

### Deplasări în comunitățile românești

Au continuat deplasările redactorilor în comunități românești și aromâne, ca și participările la evenimente organizate de respectivele comunități (la Stuttgart, Nurnberg și Paris, Mihaela Dincă, Serviciul Român; la Cernăuți, Vasile Captaru, Secția Ucraineană; în Macedonia, la „Zilele culturii române”, Veronica Ioniță, Serviciul Român, și Toma Enache, Secția Aromână).

### Direcțiile strategice ale grilelor de programe

- Politica de programe este întemeiată pe **primatul informației**;
- RRI este un mijloc rapid, accesibil și credibil de promovare a României, a politicii sale interne și externe;
- **RRI diseminează valori românești** din toate domeniile, promovând în emisiuni respectul reciproc, toleranța și înțelegerea;
- RRI își axează programele pe „**agenda ascultătorului**”;
- RRI abordează problemele și subiectele de interes **rapid, sintetic, concis, cuprinzător și cald**. Atuul este punerea în context a știrilor și evenimentelor.

### Grilele de programe

Grilele RRI sunt rezultatul unor evoluții și decantări continue, multianuale, care au răspuns solicitărilor ascultătorilor și Internet useri-lor, evoluțiilor din

România, dar și schimbărilor de accente și de mijloace tehnice din ultimii ani.

Din reacțiile ascultătorilor și utilizatorilor Internet rezultă că grilele sunt percepute ca echilibrate și solid construite, acoperind practic toate domeniile de interes pentru publicul nostru.

Grilele de programe ale emisiunilor RRI în limbi străine au fost adaptate așteptărilor, ideilor și sugestiilor ascultătorilor și utilizatorilor internet, precum și evoluțiilor din societatea românească și internațională.

Principalele modificări au vizat **o mai bună adaptare a ofertei redacționale la noul statut de țară UE a României și la creșterea numărului de cetățeni români care pleacă la muncă peste hotare**. A fost mărit numărul de programe consacrate asociațiilor și comunităților românești din lume. Printre recomandările publicului s-a aflat și tratarea mai amplă a rubricilor și emisiunilor de istorie, muzică, pe teme sociale, de IT și informații utilitare.

Au fost introduse în 2007 noi rubrici săptămânale sau periodice care vin în sensul celor solicitate de publicul nostru: „Info Terra” (lunea), „Actualități” culturale și sociale (luni - vineri), „Mituri și legende” (miercurea), „Vizitați România” (miercurea), „Oaspeți la microfon” (joia, majoritatea invitaților fiind oameni de cultură), „Secretele bucătăriei românești” (sâmbăta). Din toamna lui 2007 au fost operate alte câteva schimbări în grilă: am scurtat la 6 minute (de la 8) și au fost dinamizate prin folosirea de inserturi de voce mai scurte rubricile strategice de tip „Panoramic”, de luni până duminică; s-a introdus (luni – vineri) „Melodia zilei”, cu maximum 1 minut de vorbă și 3-4 minute de muzică; se tratează mai mult subiecte de IT în rubricile de business, se difuzează rubricile sportive zilnice, „Practic ghid” și „Eveniment cultural” în mai multe limbi de emisie și emisiuni, pentru a valorifica mai bine aceste tipuri de rubrici, solicitate de ascultători.

### **Cicluri principale de emisiuni în 2007:**

- integrarea în Uniunea Europeană;
- alegerile pentru Parlamentul European și referendumul național pentru votul uninominal în două tururi;
- referendumul național pentru destituirea președintelui României;
- Sibiu – capitală culturală europeană 2007;

- Festivalul și Concursul Internațional „George Enescu 2007”;
- lupta globală antiteroristă;
- relațiile României cu vecinii;
- Cupele Europene la fotbal, preliminariile Europeanelor de fotbal 2008, calificările pentru Jocurile Olimpice de la Beijing etc.;
- Ziua Ascultătorului;
- Omul Anului 2007 la RRI.

A fost reflectat pe larg, prin emisiuni și rubrici speciale, Programul „Sibiu – capitală culturală europeană 2007”. RRI a realizat un ansamblu de 3 sub-proiecte, în perioada 1 octombrie 2006 -31 decembrie 2007, care să evidențieze valoarea culturală, istorică, turistică, economică a Sibiului și a zonei:

- 1) organizarea unui concurs de cultură generală, dotat cu peste 100 de premii substanțiale, obținute de la sponsori. Marile Premii au fost sejururi cu pensiune completă în zona Sibiu: ascultătorul Nikolai Loghinov, din Rusia, împreună cu soția sa, Liudmila, au petrecut o săptămână la o pensiune din Gura Râului, iar Brian Kendall, din Marea Britanie, împreună cu soția sa, Elisabeth, un sejur de o săptămână la o pensiune din Cisnădioara;
- 2) editarea a 500 de serii de câte 12 QSL-uri RRI 2007 despre Sibiu (cărți poștale ilustrate, oferite ca premii ascultătorilor care ne trimit rapoarte de recepție a emisiunilor RRI);
- 3) editarea pliantelor RRI cu frecvențele pentru perioadele de toamnă/iarnă (2006/2007) și de primăvară/vară 2007, ilustrate cu colaje de imagini din Sibiu și din împrejurimi.

A continuat în prima duminică din noiembrie „**Ziua Ascultătorului**”, în care programele RRI sunt realizate mai ales pe baza contribuțiilor scrise sau înregistrate ale auditoriului. Tema aleasă pentru dezbateri și discuții: amintiri sau întâmplări legate de aparatul de radio sau de emisiunile de radio.

„**Omul Anului 2007 la RRI**” a devenit, pe baza propunerilor ascultătorilor și utilizatorilor Internet, regizorul de film Cristian Mungiu, câștigătorul a 15 premii pentru excepționalul „4, 3, 2... ”.

### **Relația cu ascultătorii/utilizatorii Internet**

A fost dinamizat dialogul cu ascultătorii și userii Internet prin:

- chestionarul de opinie printre ascultători și Internet useri, alcătuit împreună cu 2 sociologi și finalizat în aprilie 2007;
- scurtarea timpului de răspuns la mesaje;
- introducerea rubricii Forum pe site, a unui formular de recepție și a unui formular de feed-back;
- autopromovare mai bună a RRI în emisiuni, pe site și în afară;
- organizarea mai multor concursuri cu premii.

Relația cu ascultătorii este activă, după cum demonstrează reacțiile prietenilor RRI din lume, care nu ezită să-și spună părerea, atunci când ceva nu le place.

Cea mai importantă formă de comunicare este în emisiunile în direct, pe diverse teme de interes (de la politică la muzică), în timpul cărora ascultătorii telefonează și intră în dialog cu invitații și cu moderatorul sau ne trimit sms-uri în emisie. Ascultătorii/userii trimit scrisori, rapoarte de recepție și e-mail-uri, dau telefon în redacții și ne trimit faxuri, iar jurnaliștii RRI le răspund la toate mesajele. Pe lângă răspunsuri scrise, se ține legătura prin „Poșta Radio”, rubrică foarte bine apreciată.

Principalul mod de cercetare a audienței la un post de radio internațional de dimensiuni mici sau medii este prin intermediul mesajelor primite de la ascultători sau utilizatori (mai ales e-mail-uri, dar și scrisori și faxuri). În 2007 RRI a primit peste 12.500 de mesaje scrise.

### **Chestionarul RRI**

În lunile martie și aprilie 2007 s-a finalizat o anchetă în rândul propriilor ascultători și utilizatori Internet, care să ajute la fundamentarea deciziilor menite să asigure îmbunătățirea calității, a conținutului și structurii jurnalistice a programelor, respectiv a calității recepției și a comunicării cu auditoriul.

Studiul a scos în evidență că audiența RRI este formată în principal din oameni pentru care radioul în sine reprezintă o pasiune. Respondenții au provenit din 48 de țări, de pe toate continentele. **Ascultătorii programelor RRI sunt în continuare în majoritate bărbați, cu studii medii și superioare.**

**Ascultătorii și utilizatorii Internet dovedesc o puternică fidelizare față de programele RRI**, marea majoritate declarând că ascultă emisiunile cel



puțin o dată pe săptămână. Calitatea slabă a recepției în unde scurte, respectiv preocuparea lor de a asculta și alte posturi de radio se numără printre factorii care scad frecvența accesării programelor RRI.

De cealaltă parte, calitatea programelor, interesul pentru România și calitatea relației RRI cu ascultătorii sau internet userii contribuie în mod semnificativ la fidelizarea audienței.

Emisiunile axate pe dialogul cu ascultătorii, cele informative, respectiv cele pe teme de artă și cultură, dar și cele turistice, se situează în topul preferințelor audienței RRI. Deși preferate, emisiunile pe teme de istorie, muzică și societate par a fi mai puțin reprezentate în programele RRI, comparativ cu așteptările ascultătorilor sau utilizatorilor Internet.

**Pe de altă parte, emisiunile RRI continuă să fie receptate pozitiv în proporție covârșitoare, fiind caracterizate de marea majoritate a respondenților ca informative, obiective, moderne și calde. Datele documentează o consolidare a aspectelor pozitive și o diminuare vizibilă a celor negative asociate emisiunilor RRI.**

**Un lucru extrem de important pentru atragerea de tineri este utilizarea și perfecționarea noilor mijloace de emisie prin Internet, satelit etc., care sunt utilizate cu precădere de către acest segment de ascultători și useri.**

**Ascultătorii definesc relația lor cu RRI ca fiind una bună și foarte bună.** Dacă până acum comunicarea dintre RRI și ascultători a presupus îndeosebi transmiterea de către RRI a unor tipărituri, lansarea unor concursuri sau oferirea de răspunsuri la întrebări, în cadrul emisiunilor, pentru viitor opțiunile se îndreaptă cu precădere spre utilizarea unor mijloace de relaționare ca newslettere, întâlniri directe, discuții pe Internet. Atrage atenția în special nevoia ascultătorilor ca relaționarea cu RRI să aibă loc nu doar în contextul emisiunilor, ci și în afara lor.

### **Mijloace de difuzare și redifuzare**

Pentru a face față evoluțiilor de pe piața radiourilor internaționale, **RRI este obligat să-și modernizeze și să-și diversifice vectorii de emisie.** Procesul este grăbit de situația precară a emițătoarelor în unde scurte, intrate la 15 iunie 2007 în modernizare.

Dincolo de ascultarea pe unde scurte, specifică radioului internațional, publicul RRI are și alte modalități de recepție: prin Internet, prin retransmisii via satelit, pe unde medii și FM, on demand, prin intermediul operatorilor de cablu, pe telefonul mobil, în sistem podcasting și în sistem DRM, Digital Radio Mondiale. Publicul ar dori să urmărească emisiunile și prin retransmisie în unde scurte din locații mai apropiate și pe frecvențe mai bune ori prin retransmisie în FM sau UM, la posturi locale.

### **Unde scurte**

Radiocom a început modernizarea celor 5 emițătoare pentru unde scurte folosite pentru emisiunile RRI. Există promisiuni ca în 2008, la jumătatea anului, emițătoarele noi să fie în funcțiune.

### **Rebroadcasting**

A fost finalizată o licitație internațională pentru achiziționarea pentru Radio România Internațional, conform prevederilor legale în vigoare, a unui pachet de servicii, pe 4 ani, de redifuzare/distribuție de programe către Europa, America de Nord, Orientul Mijlociu, Africa, Asia, Pacific, prin satelit, pe unde ultrascurte și medii, podcasting, în sistem digital (Digital Radio Mondiale), a unor programe RRI în engleză, germană, franceză, rusă, arabă, ucraineană, sârbă, italiană și dialectul aromân. Licitația a fost câștigată de firma britanică World Radio Network Ltd, iar valoarea contractului este de 1 milion de euro pentru 4 ani.

### **Parteneriatul „clasic” cu WRN**

A continuat redifuzarea de către WRN, de două/trei ori pe zi, a unor emisiuni de câte 30 de minute fiecare, în limbile engleză, franceză, germană, arabă și rusă. Conținutul emisiunilor este popularizat de către WRN prin spoturi, în paginile proprii pe Internet, respectiv în „Network Live!”, revista proprie semestrială.

### **Digital+**

Programul nonstop în limba română este difuzat de la începutul lunii octombrie, gratuit, de către operatorul de televiziune prin satelit Digital+. Programul RRI este inclus într-un pachet pentru românii din Spania, alături de PRO TV Internațional.

## **UPC**

Programul nonstop în română „În direct, România” este distribuit gratuit de către operatorul de televiziune digitală UPC.

## **Internet**

Este unul dintre succesele RRI în 2007. La 15 aprilie au fost schimbate scripturile, grafica și conținutul site-ului RRI, [www.rri.ro](http://www.rri.ro), care se încarcă acum cu o viteză foarte bună, este mai bogat și mai prietenos. Reacțiile userilor au fost pozitive. Site-ul se dezvoltă ritmic. După intrarea în exploatare a Data Center-ului SRR, RRI intenționează să crească interactivitatea și să ofere fișiere audio.

## **Sistemul Informatic Integrat**

Există un număr mare de computere depășite fizic și moral care nu pot fi integrate în noul Sistem Informatic Integrat; se speră ca Guvernul României să aprobe solicitarea repetată de a acorda fonduri pentru achiziționarea a 80 de computere cu monitor, pentru RRI, efortul financiar estimat fiind de 300.000 de lei.

## **Modernizarea dotării tehnice**

Sunt necesare reportofoane digitale noi pentru RRI; și la acest capitol se speră ca Guvernul României să acorde SRR fonduri suplimentare pentru cumpărarea a 100 de reportofoane digitale, cu microfon exterior, pentru cei peste 125 de jurnaliști RRI.

## **„Radiovacanța”**

A fost reluată în iunie 2007, după o întrerupere de 13 ani, difuzarea zilnică de scurte buletine de știri în limbi străine (engleză, franceză, germană, rusă și, în premieră, italiană), la postul estival „Radiovacanța” Mamaia. Buletinele au fost redactate de Radio Constanța, traduse și citite de redactori RRI și transmise prin FTP.

## **Cooperarea la emisiuni în limba română de peste hotare**

Un capitol special, în certă dezvoltare, este cooperarea cu posturi de radio ale comunităților românești din lume și cu asociații, publicații sau persoane care realizează programe de radio în limba română și limba țării respective, difuzate de posturi proprii sau locale, de obicei comunitare, dar și cu portaluri Internet destinate românilor de pretutindeni.

Au continuat emisiunile multiplex realizate de Serviciul Român RRI cu posturi regionale sau locale ale SRR și cu posturi din jurul granițelor (Radio Novisad, Radio Far Alibunar, Radio Doina Gârbovița, Radio Szeged, Radio Ujgorod, Radio Cernăuți, Antena C Chișinău, Vocea Basarabiei).

În emisiunile periodice se intră în legătură directă cu posturi care emit și în limba română din cele mai diferite zone, respectiv cu realizatori de programe de la: Radio Z Nurnberg, Planet Radio Auckland, Radio Nostalgia Toronto, RoPlus Radio Chicago etc.

În același timp, RRI este prezent ritmic (zilnic, bisăptămânal, săptămânal sau bilunar) cu rubrici, știri, interviuri, intrări în direct, în limba română, în emisiuni și programele posturilor:

- SBS Melbourne, Australia (a fost extinsă cooperarea)
- RK 20 Madrid (Programul „Român în Lume”)
- RKM Madrid (și în limba spaniolă)
- Vocea Setubalului, Portugalia („O îmbrățișare din România”)
- Radio Helsinki (Graz, Programul „România astăzi”)
- Radio 27 Online Chicago
- Freies Radio fur Stuttgart („Vocea Comunității Românești din Stuttgart”) (și în limba germană)
- Radio „România Mea”, „Schwaebisch Hall, Germania” (și în limba germană)
- Radio CKDG 105,1 FM, Montreal (Programul „MarcaRo”)
- Radio Flash Torino (și în limba italiană).

Perspectivile sunt bune, prin prisma numărului mare de realizatori de programe de radio care solicită cooperarea RRI. Practic, se trimit zilnic prin FTP (File Transfer Protocol) fișiere audio (rubrici și emisiuni RRI) și prin e-mail fișiere text partenerilor noștri. Săptămânal sunt încărcate în serverul FTP aproape 30 de rubrici.

RRI încearcă, astfel, și reușește să-și diversifice mijloacele prin care este redifuzat și ajunge în casele cât mai multor ascultători și useri români, inclusiv ale celor plecați la muncă.

### **Acorduri de parteneriat**

Au fost încheiate în 2007 Acorduri de parteneriat cu:

- Asociația „LINGUA-ROM”, din Germania, pentru cooperarea la programul de radio în limbile română și germană difuzat sub genericul „Radio România Mea” la Scwaebisch Hall;
- Portalul „Hoara Armânească”, pentru ca RRI să fie prezent cu sunet în dialectul aromân pe acest portal din SUA dedicat aromânilor;
- Site-ul „Radio Makedonia”, pentru ca RRI să fie prezent cu sunet în dialectul aromân pe acest site din România dedicat aromânilor.

### **Coproducțiile europene**

Serviciul Englez a contribuit în medie cu 2-3 reportaje pe lună la coproducția internațională „Network Europe”, coordonată de Deutsche Welle (DW). Serviciul Francez a continuat colaborarea la coproducția internațională „Accents d’Europe”, coordonată de RFI, și la emisiunea „Carrefour Europe”, realizată de DW. Serviciul German a continuat colaborarea cu Deutsche Welle în cadrul proiectului „Treffpunkt Europa”. Aceste emisiuni au fost postate și pe internet.

### **European Radio Project**

RRI este puternic implicată în proiectul de cooperare radiofonică internațională European Radio Project, finanțat în mare parte de către Comisia Europeană, alături de alte 12 posturi de radio internaționale și regionale din 11 țări europene.

Consiliul de Administrație a aprobat participarea RRI la proiect, cu producții proprii în limbile engleză, franceză și germană și cu adaptări în română și spaniolă. RRI intenționează să-și mărească participarea la ERP în anii următori.

### **Radioul școlar**

Merită menționată cooperarea RRI, prin Ștefan Baciu, publicist-comentator, la înființarea unui post de radio experimental, „Vocea școlii”, la Școala nr. 1 din Chitila. RRI a contribuit cu know-how, iar experimentul ar putea fi extins.

### Concursurile de cultură generală

Concursurile de cultură generală, dotate cu premii, inclusiv cu sejururi în România în zone cu mare încărcătură culturală, istorică și turistică, sunt unul dintre pilonii eforturilor noastre de a ne mări și fideliza audiența. Să notăm, în ultimele 12 luni:

- finalizarea concursului „Sibiu – capitală culturală europeană 2007”, dotat cu premii extrem de generoase și care s-a bucurat de un mare succes;
- finalizarea concursului „Cultură și aventură în România”. Marele Premiu – un sejur în zonele Curtea de Argeș (turism cultural, religios) și Târgu Jiu (turism religios, cultural și de aventură) – a fost câștigat de Sabrina Cerini și Marco Sanmartino, din Italia;
- finalizarea concursului „Festival George Enescu 2007”, sponsorizat sau sprijinit de Electrecord, Editura „Casa Radio” și Agenția pentru Strategii Guvernamentale.

### Un nou concurs

La 1 decembrie 2007 a fost lansat concursul „Mit și realitate în județul Bistrița-Năsăud”. Marile Premii: **sejururi cu pensiune completă, în iunie 2008, în zona Bistrița.**

## 2. COMUNICARE-MARKETING

În anul 2007, Direcția Comunicare și Marketing a regândit fluxurile de activitate în vederea atingerii obiectivelor strategice. Ajustarea organigramei a avut drept scop creșterea importanței activităților de comunicare derulate în SRR (prin înființarea Serviciului Comunicare) și organizarea logică a

activităților de organizări de evenimente (prin trecerea acestui compartiment în subordinea Serviciului Marketing).

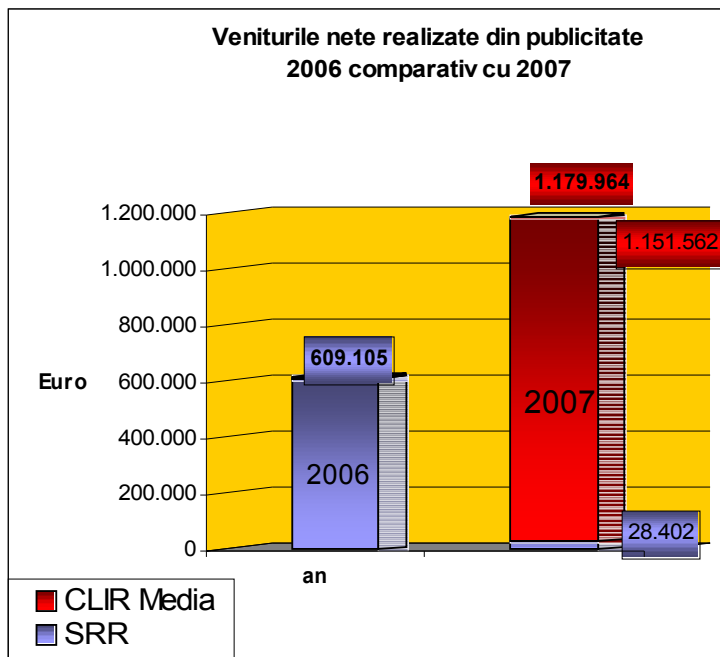
Creșterea spectaculoasă a încasărilor din vânzarea publicității, în paralel cu desfășurarea primelor campanii de marketing intensive, la nivel național, comunicate prin outdoor, au fost doar două dintre proiectele de marketing de succes. În planul comunicării instituționale, atingerea obiectivelor – comunicare eficientă, transparentă, promptă – este cuantificată în cele 1062 de articole apărute, dintre care doar 18 negative.

### **Serviciul MARKETING**

#### **Vânzări**

Cel mai important proiect al anului 2007 a fost externalizarea integrală a vânzării spațiului de publicitate al posturilor Radio România Actualități, Radio România Cultural și Antena Satelor și în proporție de 50% a spațiului aferent studiourilor regionale.

Decizia de externalizare a fost luată ca urmare a prognozelor care au identificat oportunități de piață de creștere a încasărilor SRR din vânzarea publicității cu aproximativ 50% și a imposibilității de a atinge acest obiectiv prin intermediul compartimentului propriu de vânzări. Ca urmare a externalizării, încasările din publicitate au crescut față de anul 2006 cu 93,6%, aceasta fiind cea mai mare creștere înregistrată de Societatea Romana de Radiodifuziune de-a lungul anilor.



De menționat că din totalul veniturilor din publicitate (1.179.964 lei) realizate la nivelul anului 2007, 2.5% reprezintă venituri realizate de compartimentul propriu de vânzări al SRR în perioada 1 ian 2007 – 15 martie 2007 (adică înainte de intrarea în vigoare a contractului de externalizare), iar 97.5% sunt venituri realizate de agenția de vânzări pe parcursul celor aproximativ 10 luni de colaborare (15 martie – 31 decembrie 2007).

Numărul spoturilor de publicitate și al spoturilor de promovare a evenimentelor, concertelor și evenimentelor interne și publicitate a fost de 300, fata de 201 realizate în 2006.

Numărul minutelor de publicitate a crescut de la 7683 în anul 2006, la 9146 în 2007, iar numărul calupurilor publicitare difuzate, de la 3962 în 2006 la aproximativ 4845 în 2007.

### Parteneriate

Pe parcursul anului 2007 au fost încheiate aproximativ 150 de parteneriate, 26 de acorduri de promovare culturală și 36 de acorduri și contracte de colaborare. Dintre aceste evenimente menționăm: „Gala UNITER”, „Sibiu – capitală culturală europeană 2007”, „Mamaia Copiilor”, Festivalul „George Enescu” etc., contribuția SRR în aceste proiecte constând nu numai în promovarea evenimentelor, dar și în susținerea editorială a acestora.



Pe parcursul anului 2007, Societatea Română de Radiodifuziune a susținut un număr de 20 campanii sociale, făcând să ajungă la public mesaje de responsabilizare și informare care au vizat toate domeniile: sănătate („Sănătatea în școli”, „Avertizare consum alcool, sare, zahăr și grăsimi” etc.), educație („Copii singuri” și „Nu-ți lăsa copilul cu televizorul” etc.), mediu („Cere-ți banii”, „Reabilitarea zonelor miniere” etc.), informare („Informarea corectă – dreptul fiecărui cetățean” etc.), campanii anticorupție („Nu lua șpagă!”, „Nu da șpagă!”) și antiviolență, fiind realizate atât de ministere cât și de organizații non-guvernamentale și agenții sau fundații.

### **Promovare**

Campanii de promovare a valorilor europene

Direcția de Comunicare și Marketing, a desfășurat în cursul anului 2007, mai multe proiecte specifice, în vederea promovării valorilor europene, prin încheierea de parteneriate media și acorduri de coproducție, cu diseminare editorială pe posturile corporației.

Dintre acestea menționăm:

Acordul de parteneriat cu organizația „Salvați Copiii” – având drept obiectiv schimbarea mentalității referitoare la educarea copiilor, prin promovarea unor metode educaționale, adoptate la nivel european și care exclud violența; festivalul internațional de muzică EUROPAfest 2007; promovarea festivalului și concursului internațional de muzică George Enescu.

În cadrul proiectului Sibiu – capitală culturală europeană 2007, au fost promovate mai multe evenimente de teatru (Festivalul B Fit), muzica (concertul filarmonicii din Berlin, ImproVisions, România Centru Iradiant de Cultură), promovarea turneului național Best Of Vienna al Johann Strauss Ensemble, proiectul Cercul Literar de la Sibiu în Europa.

Un alt parteneriat important, l-a constituit prezentarea culturilor neolitice autohtone și popularizarea acestora prin intermediul unei expoziții itinerante europene în cadrul proiectului „A l’aube de l’Europe, les grandes cultures neolitiques de Roumanie”.

Direcția Comunicare și Marketing prin intermediul echipei „GAUDEAMUS”, ca urmare a participării acesteia la târgul internațional de carte de la Saarbrücken - Germania, a contribuit efectiv la promovarea valorilor culturale românești în spațiul european.

Totodată, 2007, primul an al integrării României în Uniunea Europeană și anul în care Sibiu a fost Capitală culturală europeană, a reprezentat o excelentă platformă pentru posturile naționale, regionale și internaționale ale Societății Române de Radiodifuziune în strategia lor de promovare a valorilor europene.

La Radio România Actualități, linia editorială „Dialoguri europene”, în 23 de ediții speciale, a dezbătut întreaga problematică a integrării europene, atât din perspectiva României, cât și din cea a Uniunii Europene, pe toate domeniile de activitate. La dezbateri au participat atât oficiali români și europeni cu competențe în domeniu, europarlamentari, specialiști, dar și oameni obișnuiți care au trăit diverse experiențe legate de integrarea europeană, de la întreprinzători până la români care trăiesc în țările Uniunii Europene.

Serialul de reportaje realizate în coproducție de Radio România Actualități și BBC, în șase episoade, a venit în completarea dezbaterilor cu „sunetul” realității de la fața locului.

Tot în această perioadă au avut loc și primele alegeri pentru Parlamentul European, o experiență interesantă care și-a găsit reflectarea în perioada electorală, cât și după aceea, referitoare la activitatea parlamentarilor români care vor reprezenta interesele țării.

Din luna septembrie, a fost difuzată o rubrică specializată – „Europa în 5 minute”.

Radio România Cultural și Radio România Muzical au programat emisiuni de cultură și civilizație europeană, cursuri de limbi străine, informație și interviuri, rubrici de actualitate privind proiecte culturale românești cu finanțare europeană, concerte prin rețeaua EBU.

Studiourile regionale au derulat programe de promovare a valorilor europene cu accent pe zonele de interes specifice și spiritul comunitar: „100% european”, „Uniunea Europeană pe înțelesul tuturor”, „Valori și tradiții europene” etc. Tematica europeană a fost promovată atât în cadrul emisiunilor în limba română, cât și în cel al limbilor minorităților naționale. Experiențele regionale pozitive care se constituie în modele de urmat au fost mediatizate la scară națională în emisiunile multiplex ale rețelei regionale, precum și în programele posturilor naționale.

Radio România Internațional, prin programele în limba română pentru emigranții români și pentru comunitățile din vecinătate, în dialectul aromân și în limbile de circulație internațională, a relatat permanent despre actualitatea integrării României în Uniunea Europeană în toată complexitatea acestui proces.

### Campanii de promovare internă

Principalul obiectiv de promovare stabilit în anul 2007 a vizat creșterea notorietății postului Radio România Actualități în mediul urban și revenirea postului în poziția de lider pe acest segment din punct de vedere al cotei de piață (atingerea acestui din urmă obiectiv a fost confirmată de studiile de audiență, după cum se poate vedea în capitolul „Audiență”). Serviciul Marketing a derulat pe parcursul anului 2007, cu preponderență în outdoor, două campanii de promovare a Radio România Actualități: „Ești pe frecvența câștigătoare” și „Muzică bună. Știri și mai bune”.

Campaniile s-au desfășurat în 10 orașe mari și în București. Mesajele campaniei au fost expuse pe 71 de panouri și 10 citylights, 10 troleibuze din București.

În 10 trenuri intercity cu rute spre orașele mari din țară au fost difuzate câte 2 spoturi pe oră.

Alte obiective de promovare au vizat consolidarea imaginii tuturor posturilor SRR, aceasta incluzând și promovarea evenimentelor speciale ale compartimentelor și corporației (menționate în subcapitolul „Evenimente”).

### Evenimente

Cel mai important eveniment organizat de Societatea Română de Radiodifuziune în anul 2007 a fost Târgul Internațional GAUDEAMUS – Carte de învățătură.

Ediția din acest an, a paisprezecea, a avut loc în perioada 21-25 noiembrie 2007, în colaborare cu Romexpo S.A.

Evenimentul, realizat an de an de Colectivul Târguri și Expoziții, denumit intern „Echipe Gaudeamus”, a avut următorul bilanț:

- aproape 450 de expozanți (comparativ cu 400 la ediția precedentă);
- suprafața târgului a ajuns la 10.000 mp, cu circa 10% mai mult decât la ediția precedentă, Pavilionul Central fiind în acest an acoperit integral;
- 96.000 de vizitatori, conform aprecierilor noastre și ale operatorilor care au realizat studiul de trafic în rândul vizitatorilor (față de 92.000 la ediția 2006);
- 450 evenimente - lansări și prezentări de carte, dezbateri, seminarii, mese rotunde, colocvii (față de 430 la ediția precedentă);
- 136 de articole, mențiuni și știri apărute în 34 de publicații, 77 de știri difuzate de 3 agenții de presă și 243 articole și știri publicate pe 81 de site-uri;
- peste 100 de ziariști acreditați.

Pe parcursul anului 2007, Societatea Română de Radiodifuziune a mai organizat evenimente precum: Caravana GAUDEAMUS 2007 (27 februarie-27 mai, în orașele Craiova, Cluj-Napoca, Sibiu, Timișoara), Târgul „GAUDEAMUS - Carte școlară” ediția a V-a, 20-30 septembrie 2007, Gala Premiilor Muzicale Radio România Actualități, ediția a V-a, Gala Premiilor Radio România Cultural, Ziua Agențiilor de Presă, Ziua Radioului (concert aniversar).

### **Închirieri Sala Radio**

În urma schimbării politicii tarifare, în 2007 s-au semnat 25 de contracte pentru închirierea Sălii de Concerte Radio, a Foaierului și a Centrului de Presă, veniturile provenite din aceste închirieri fiind duble față de anul anterior.

### **Revista Radio România**

Pe parcursul anului 2007 au existat mai multe încercări de re poziționare a Revistei Radio, fără a se găsi, până în prezent, o soluție convenabilă.

### **Serviciul Comunicare**

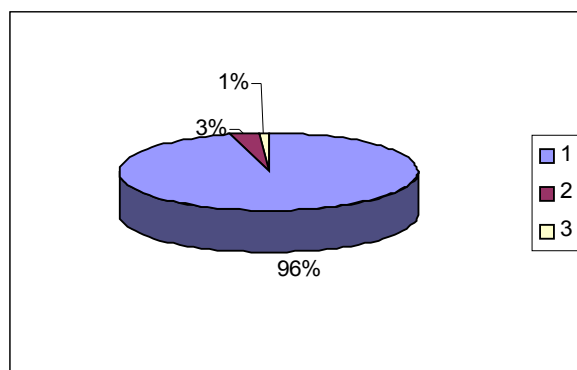
Transformarea Colectivului Comunicare în Serviciul Comunicare s-a făcut simțită nu doar la nivelul fluxului de activitate, ci și la nivelul obiectivelor. Dacă în anul 2006 obiectivele de comunicare aveau o plajă largă de acoperire și vizau aspecte generale, odată cu aplicarea noii organigrame, serviciul a căpătat o structură mai clară și și-a concentrat atenția pe îndeplinirea unor obiective strategice, specifice comunicării.

### Comunicare externă

În anul 2007, Colectivul Comunicare a remis presei 293 de comunicate de presă și s-a implicat în organizarea unor conferințe de presă: „București, oraș al muzicii” (colaborare cu Radio România Muzical), „Ziua Agențiilor de Presă” (colaborare cu agenția de presă RADOR), „Sistemul de pensii private”, „Maraton literar” (colaborare cu Radio România Actualități), „Săptămâna Mircea Eliade la Radio România”, Lansare de carte Nicholas Sarkozy, „Salvați Fonoteca de Aur” (colaborare cu Serviciul Patrimoniu), „Seara Radio România Actualități la Callatis” (la Mangalia).

Ca urmare a activităților de PR, a colaborării cu o firmă de specialitate, Arena Communications, a diseminării informației prin comunicatedepresa.ro, în anul 2007 au apărut un număr de 588 articole pozitive în presă și 474 articole pe publicații online. Numărul articolelor cu tentă negativă apărute în presă a fost de 18.

Din totalul de 615 articole apărute în presa despre SRR, compartimente SRR sau angajați SRR, 588 (96% din total) au fost pozitive, emise în principal de către Serviciul Comunicare prin newsletter și comunicatedepresa.ro, și preluate de publicații. 19 (3% din total) articole au fost negative, apărute din surse externe SRR, însă acestea au fost aplanate tot prin comunicare și transparență, astfel încât nu au avut replici pe termen lung. De asemenea, s-au identificat și 8 articole (1% din total) neutre din punct de vedere al creării de imagine, apărute din alte surse decât Serviciul Comunicare.



### Comunicare internă

Obiectivele comunicării interne pe parcursul anului 2007 au fost:

- comunicarea transparentă a deciziilor managementului;
- continuarea procesului de restabilire a încrederii angajaților în informația primită;
- eficientizarea mecanismelor de comunicare.

Comunicarea internă s-a realizat prin:

- anunțuri interne afișate la avizier;
- portalul intern;
- newsletter către intern, cu subiecte de interes pentru salariații instituției.

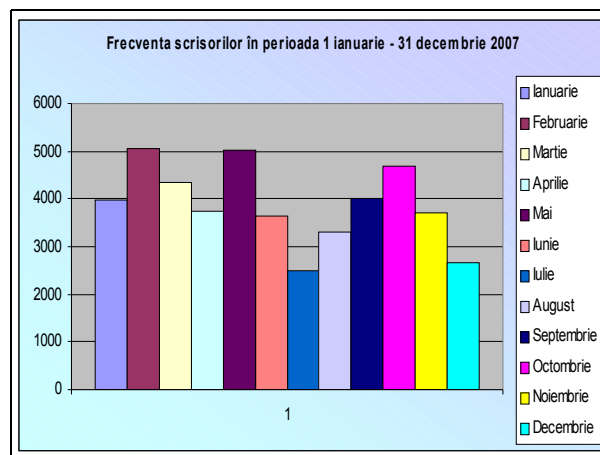
Pentru dezvoltarea comunicării interne și îmbunătățirea climatului organizațional, s-au derulat o serie de acțiuni precum:

- organizarea petrecerii angajaților cu prilejul Zilei Radioului;
- realizarea broșurii de prezentare Radio România (varianta în limba română și limba engleză);
- alte proiecte interne (Mărțișor, Paști, 1 Iunie, 1 Noiembrie, Crăciun);
- întâlnirea seniorilor (200 persoane);
- materiale informative interne (Regulamentul intern);
- crearea de birouri speciale pentru întâlnirile angajaților cu invitații;
- adoptarea regulamentului de colectare a informațiilor la nivelul SRR;
- utilizarea paginii de Portal Comunicare;
- comunicarea hotărârilor Consiliului de Administrație și deciziilor Comitetului Director;
- scrisori personalizate;
- activități de protocol.

**Biroul Relații cu publicul** are ca obiect de activitate gestionarea întregii corespondențe adresate SRR prin cele patru căi de comunicare respectiv: scrisori, telefoane, e-mail-uri, faxuri.

În anul 2007, pe adresa Societății Române de Radiodifuziune s-a primit un număr de **46.662 scrisori**. Din conținutul lor s-a constatat că ascultătorii au manifestat interes pentru emisiunile care tratează:

- subiecte cu caracter juridic, legislația muncii, Legea fondului funciar, legislația privind asociațiile de proprietari, drepturile chiriașilor, Legea caselor naționalizate, succesiuni, moșteniri;



- subiecte cu caracter social cetățenesc: locuri de muncă, asistență socială pentru persoane defavorizate, anunțuri umanitare, probleme privind veteranii de război, pensii, locuințe, probleme edilitare;
- scrisori care conțin răspunsuri la concursurile radiofonice;
- probleme medicale: sfaturi medicale, adrese ale instituțiilor de profil.

De asemenea, s-a înregistrat un mare număr de apeluri telefonice și de audiențe.

Față de anul anterior, s-a constatat o creștere a numărului de e-mail-uri. Acestea au fost direcționate către departamente și redacții, iar unora li s-a răspuns direct.

### Biroul Registratură

În anul 2007 s-au primit aproximativ 75.000 de scrisori și s-au expediat peste 60.000.

### 3. ACTIVITATEA TEHNICĂ

În sprijinul îndeplinirii obiectului de activitate și a misiunii Societății Române de Radiodifuziune, activitățile tehnice s-au desfășurat în cadrul **Departamentului Tehnic**, cu participarea compartimentelor de profil existente în celelalte departamente, corespunzător structurii organizatorice în vigoare în anul 2006.

Aceste activități au fost orientate în următoarele direcții:

- realizarea și difuzarea programelor de radio naționale, locale și pentru străinătate, conform grilelor de program;
- activități curente de exploatare a bazei tehnice și de întreținere a infrastructurii Radioului;
- derularea proiectelor de investiții și dezvoltare.

**Activități curente, care pot fi sintetizate astfel:**

- **coordonarea tehnică a emisieii programelor de radio** difuzate de Societatea Română de Radiodifuziune din Casa Radio.

În Controlul General Tehnic sunt coordonate și monitorizate 24 de ore pe zi programele:

România Actualități	24 ore zilnic
România Cultural	24 ore zilnic
România Muzical	24 ore zilnic
Radio București	24 ore zilnic
Antena Satelor	16 ore zilnic
Programul pentru minorități	2 ore zilnic
Programul Extern 1 al RRI (PEC 1)	24 ore zilnic
Programul Extern 2 al RRI (PEC 2)	24 ore zilnic
Programul Extern 3 al RRI (PEC 3)	6 ore zilnic

- **asigurarea funcționării în Casa Radio a sistemelor digitale de emisie și producție radio** – Digimedia, RadioMan, Multinews și Transtel.
- **dezvoltarea și asigurarea de funcțiuni în cadrul sistemului informatic integrat dedicat managementului** activităților Societății Române de Radiodifuziune prin:



- ✓ achiziționarea serviciilor de mentenanță;
- ✓ achiziționarea de servicii Internet (inclusiv pentru facilitarea ascultării programelor Radio România și pe internet);
- ✓ achiziționarea sistemului antivirus.
  
- **stabilirea legăturilor permanente între SRR și instituțiile implicate în funcționarea sistemului de difuzare a programelor de radio:** Consiliul Național al Audiovizualului, Societatea Națională de Radiocomunicații, Inspectoratul General pentru Comunicații și Tehnologia Informației, Agenția Națională de Reglementări în Comunicații, Romtelecom, în vederea respectării reglementărilor în vigoare în domeniul radio. Această activitate este desfășurată în cadrul Colectivului de coordonare frecvențe și măsurători radioelectrice.
  
- **asigurarea funcționării rețelei de telecomunicații S.T.S. și EuroWeb** ce realizează legăturile cu studiourile regionale și locale și punctele fixe de transmisii.

### **Activități de suport tehnic pentru realizarea elementelor de conținut al programelor:**

- **transmisii difuzate în direct sau înregistrate**, provenind de la corespondenții interni și din străinătate ai Societății Române de Radiodifuziune, transmisii de evenimente cu caracter de actualitate socială și culturală, transmisii în cadrul schimburilor muzicale cu străinătatea;
- **producții muzicale realizate în studiourile de înregistrări ale Societății Române de Radiodifuziune și în Sala de concerte „Mihail Jora”**, respectiv 224 concerte și spectacole cu public, din care 187 transmise în direct și peste 1420 de ore de înregistrări muzicale, suprapuneri și mixaje, 2150 ore de editări, prelucrări și ascultări, 210 ore copieri;
- **transmisii ale producțiilor muzicale ce s-au desfășurat în afara Casei Radio, preluate cu ajutorul carelor de reportaj muzicale**, însumând 100 de zile de deplasare, dintre care se pot menționa:
  - ✓ înregistrarea Concursului Internațional de Canto – Brăila, organizat de D-na Mariana Nicolesco;

- ✓ participarea la proiectul „Sibiu – capitală culturală europeană 2007” concretizată în 27 de zile de deplasare și transmisia în direct a 11 mari concerte;
- ✓ realizarea înregistrărilor și transmisia în direct a 52 de concerte de la Sala Mare a Palatului și Ateneul Român din cadrul Festivalului Internațional „George Enescu”.
- **producții complexe** de teatru radiofonic (220) și emisiuni de divertisment (80), producții-înregistrări, fonotecări, copieri în format digital-pentru Redacția Muzicală (400), spoturi publicitare (60), producții-recondiționări primare, copieri, multiplicări-pentru Patrimoniul (300);

### **Activități desfășurate pe o durată limitată de timp:**

- pentru soluționarea unor probleme complexe, precis definite, cu participarea specialiștilor din colective diferite;
- pentru stabilirea programelor de **dezvoltare strategică** ale Departamentului Tehnic, a proiectului de cheltuieli aferent;
- pentru întocmirea documentațiilor care stau la baza achiziționării de mijloace fixe, obiecte de inventar, piese de schimb sau materiale consumabile, lucrări și servicii pentru activitățile cuprinse în planurile de investiții și de reparații.

**Activități permanente, pe baza unor proceduri de prevenire și asigurare a funcționării** fără întreruperi necontrolate, de operare eficientă a sistemelor clădirilor și menținerea în stare nedeteriorată a structurilor fizice ale clădirilor, pentru inspectarea și identificarea naturii sau cauzelor unor defecțiuni, a celor mai bune căi pentru a le corecta, activități desfășurate de oameni calificați, specializați pe un domeniu sau altul.

**Activități permanente pentru asigurarea transporturilor** destinate realizării emisiunilor de radio, efectuarea transportului echipelor redacționale și tehnice, a materialelor și a aparaturii mobile pentru executarea transmisiilor directe, precum și alte activități (intervenții, aprovizionare etc.) care necesită mijloace auto. Astfel, pentru un parcurs total realizat de 2.341.000 km, au fost desfășurate activități specifice la nivelul parcului auto atât pentru reînnoirea acestuia, cât și pentru întreținerea și repararea autovehiculelor din dotare, cu respectarea proceselor tehnologice specifice, în condiții de calitate și eficiență economică.

**Activități permanente de gestionare** a mijloacelor fixe și obiectivelor de inventar, **de urmărire a lucrărilor și a derulării contractelor** pentru:

- lucrări de construcții și de instalații pentru „Blocul de Producție Radio Iași”;
- modernizarea Controlului General Tehnic din Casa Radio București, continuarea procesului de re-tehnologizare;
- amenajări constructive ale unor spații tehnice pe etajele 1, 4 și 10, spații destinate instalațiilor electroacustice aferente Controlului General Tehnic.

#### **4. PREMII ȘI DIPLOME OBȚINUTE DE SOCIETATEA ROMÂNĂ DE RADIODIFUZIUNE – GENERIC SAU PRIN ANGAJAȚII ȘI COLABORATORII SĂI – ÎN ANUL 2007 (Anexa 4)**

##### **Radio România Actualități**

Denise Theodoru – *Premiul III la Concursul Reporter european pentru corecta mediatizare a problematicii europene*, oferit de Comisia Europeană de la Bruxelles;

Cătălin Cîrnu – *Premiul Ioan Chirilă pentru cel mai bun comentator sportiv radio*;

Daniel Neguț – *Premiul de Excelență pentru originalitatea emisiunii Radio-Chat* oferit de Uniunea Ziariștilor Profesioniști din România.

##### **Radio România Cultural**

Imaginea postului a fost promovată prin obținerea unor premii pentru emisiunile realizate: *premierea postului în cadrul Salonului Național de Psihologie pentru emisiunea „Dosarele PSI”* (realizator Dorin Liviu Bîțfoi), două nominalizări la *Premiile „Cuvântul”* pentru emisiunea zilnică „Vorba de cultură” (realizatori Atila Vizauer și Ema Stere), *Premiile Clubului Român de Presă*, *premiul revistei „Actualitatea Muzicală”* pentru emisiunea zilnică „Oaza de muzică” (realizator Sorina Goia).

##### **Radio România Internațional**

Roxana Iorgulescu, redactor Serviciul Român, și Mihai Pelin, redactor Serviciul Publicistică-Analize-Sinteze, au câștigat *Premiul pentru talk-show radiofonic* la a 8-a ediție a Galei Premiilor Clubului Român de Presă, pentru

emisiunea „Stare de fapt: România văzută prin ochi de regizor”, a patra oară când Radio România Internațional câștigă acest premiu.

Toma Enache, redactor Secția Aromână, regizor și actor de teatru, a câștigat *Marele Premiu pentru teatru radiofonic la ediția 2007* a Festivalului Internațional de documentar și radio „Marulic”, de la Hvar, Croația, cu piesa radiofonică „Bucharest Underground”, pe care a regizat-o și a scris-o împreună cu dramaturgul de origine română Saviana Stănescu; piesa, coproducție cu Redacția Teatru, a fost selecționată, dintre peste 600 de producții, și în finala de 40 a Prix Europa, organizat de Uniunea Europeană de Radio și Televiziune (UER/EBU);

Alexandra Fenoghen, redactor Serviciul Rus, a obținut *Distincția specială pentru simț jurnalistic* pentru reportajul „Tanti Uliana”, la concursul internațional de programe de radio și televiziune „Plaiul meu natal”, de la Ujgorod, Ucraina.

Iulian Mureșan, redactor Serviciul Englez, a realizat documentarul „Vânătoarea de Mistreți” cu care a obținut *Golden Umbrella Award* pentru cel mai bun documentar la Festivalul International Mediamixx 2007 de la Albena, Bulgaria.

Ileana Țăroi și Andrei Popov (realizator, respectiv redactor Serviciul Francez) au participat la concursul Grand Prix de la Radio, organizat de UER/EBU, unde s-au clasat pe locul cinci.

## 5. CONCLUZII, PERSPECTIVE

În ultimii trei ani, Societatea Română de Radiodifuziune s-a menținut pe linia de plutire din punct de vedere financiar cu prețul renunțării sau amânării unor proiecte importante de dezvoltare.

Taxa radio, cea mai scăzută din Europa, este nemodificată din anul 2004. Menținerea ei în continuare la acest nivel începe să pericliteze însăși îndeplinirea rolului de post public al radioului public.

Prin crearea unui compartiment specializat (Serviciul Patrimoniu), s-au creat premisele atingerii **obiectivului strategic al instituției radioului public** - salvarea, sistematizarea și valorificarea zestrei culturale, a documentelor radiofonice tezurizate în arhivele sale, într-un fond

documentar organizat pe baze informatice, accesibil, deschis pentru posteritate unor largi categorii de beneficiari.

În anul 2008, Societatea Română de Radiodifuziune, prin Departamentul Producție Editorială, dezvoltă un program amplu de proiecte vizând creșterea atractivității și adresabilității emisiunilor la toate posturile naționale, regionale și internaționale, bazată în primul rând pe cercetarea interesului ascultătorilor.

Consiliul de programe al Societății Române de Radiodifuziune, format din redactori-șefi din SRR, personalități ale vieții publice și academice, reprezentanți ai asociațiilor civice, cultelor, uniunilor profesionale și sindicale, are în derulare o serie de proiecte, între care: „Asigurarea calității limbii române și a limbilor minoritare în programele Radio România”, „Promovarea valorilor tradiționale”, „Strategia informației economice și financiare la Radio România”, „Calendarul integrat al evenimentelor și fluxul informației în interiorul Radio România” (care folosește avantajele sistemului informatic integrat), „Radio România dezbate și se implică în social”. O preocupare specială există în legătură cu lansarea unor noi produse pe piața audio. Consiliul de Administrație va stabili prioritățile, agenda și bugetarea acestora, în funcție de resursele financiare.

Aceste noi produse, cu precădere posturi de radio naționale în FM și prin INTERNET, au menirea să valorifice „fonoteca de aur” și resursele umane și tehnice, capacitatea Societății Române de Radiodifuziune de a oferi publicului informație continuă, 24 ore din 24, muzică de cea mai bună calitate, toate genurile dramatice în interpretări clasice și contemporane, emisiuni pentru copii.

Consiliul de Administrație va continua procesul de implementare a documentului identitar **Radio România – Viziune, misiune, valori și principii** prin cunoașterea și asumarea acestuia de către fiecare angajat și colaborator, cu scopul de a întări convingerile unei noi culturi organizaționale a serviciului public și mândria apartenenței. În anul 2008 ne propunem să continuăm dezvoltarea organizației prin adoptarea „Ghidului jurnalistului radioului public”, „Statutul jurnalistului”, precum și a altor reglementări decurgând din documentul identitar.