

CUPRINS

Nr. crt.		Pag.
	CUPRINS	1
	CUVÂNT ÎNAINTE	2
	PARTEA I CADRUL GENERAL	
1.	Consiliul de Administrație și Comitetul Director	5
2.	Organizare - Resurse umane	7
3.	Relațiile Internaționale	8
4.	Activitatea economico-financiară	13
5.	Evoluția Audienței	21
	PARTEA A II-A ACTIVITATEA DEPARTAMENTALĂ	
1.	Producția editorială	32
2.	Comunicare - Marketing	74
3.	Activitatea Tehnică	81
4.	Premii și diplome obținute	84
5.	Concluzii, perspective	89

CUVÂNT ÎNAINTE

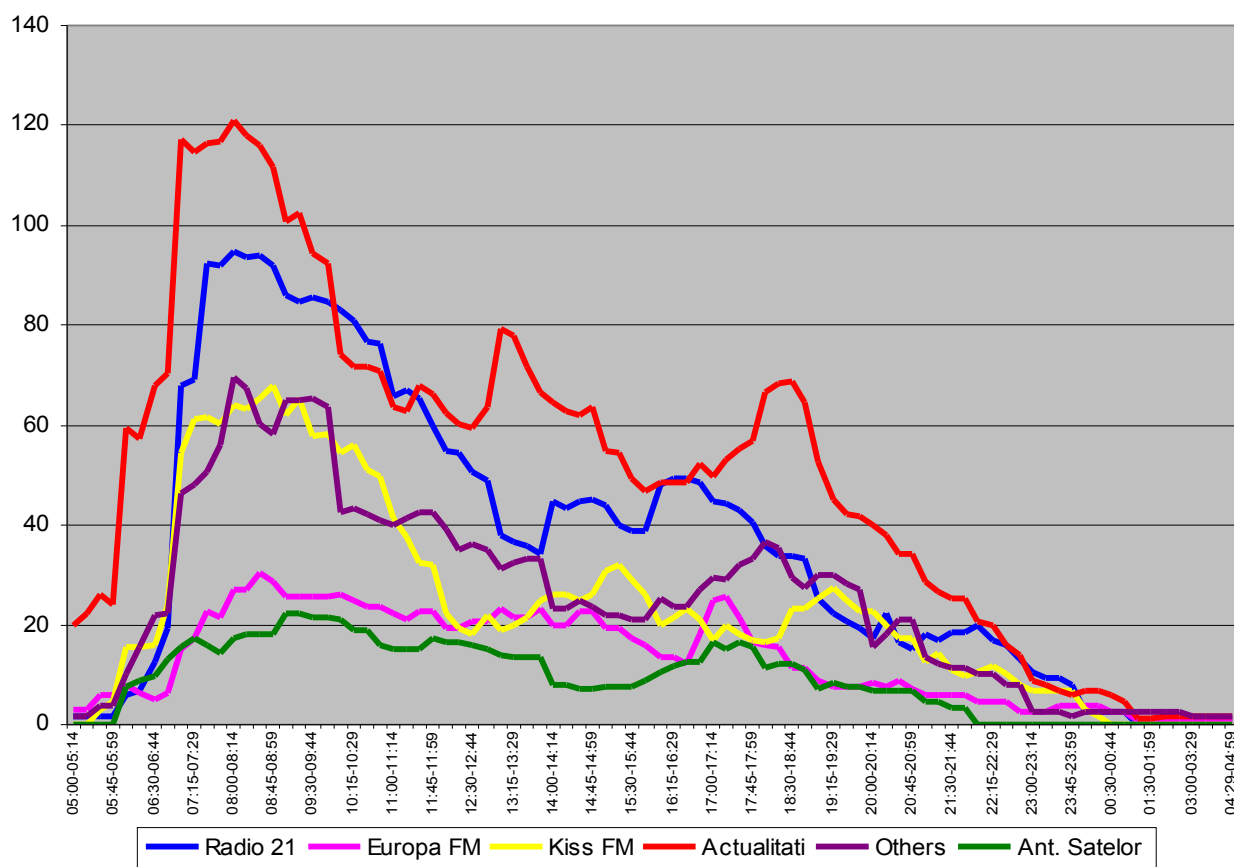
Anul 2008 a fost marcat în activitatea Societății Române de Radiodifuziune de continuarea principalelor preocupări strategice ale Consiliului de administrație investit în iunie 2005 de către Parlamentul României și de o seamă de realizări, confirmări și recunoașteri care au avut darul de a stabiliza performanțele și imaginea radioului public: o creștere de audiență care conferă SRR primul loc pe piața audio din România și, deopotrivă, statutul de cea mai credibilă instituție media, o gestiune bugetară riguroasă și eficientă materializată în redresarea și în stabilizarea financiară a corporației, elaborarea și implementarea unei noi identități vizuale a Radio România, lansată odată cu aniversarea a opt decenii de radiofonie românească, și apropierea de un profil european modern din ce în ce mai bine conturat și recunoscut ca atare.

Gestiunea echilibrată, prin raționalizarea strictă a modului de cheltuire a banului public și prin atragerea de surse suplimentare de venit, diminuarea numărului de angajați în condiții naturale, respectarea drepturilor angajaților și incitarea lor la performanță, reprofesionalizarea și re poziționarea personalului pentru cerințele unui radio modern, înnoirea permanentă a grilelor și a formatelor editoriale, modernizarea prin respectarea dispozițiilor legale, prin racordare la tendințele și la dispozițiile europene și, mai ales, prin respectarea tradițiilor proprii, acestea au fost, în mare, principiile strategice care s-au aflat, și în 2008, la baza modului de conducere a Societății Române de Radiodifuziune, 2008 putând fi considerat, în egală măsură, și anul primelor confirmări publice ale solidității acestei politici de management.

Având ca punct de plecare prevederile legale în baza cărora funcționează Radio România și beneficiind de consultanța oferită de specialiști europeni în domeniu, am reușit să formalizăm, pentru prima oară, într-un document de identitate viziunea, misiunea, valorile și principiile serviciului public de radio: slujirea intersului public, independență editorială, echilibru, echidistanță, corectitudine a informației, pluralismul ideilor și opiniilor, promovarea și crearea de acte culturale, susținerea valențelor educaționale și sociale, afirmarea identității naționale într-o lume a diversității. Strategia pe termen lung „Radio România în viitor” realizată prin conferințe manageriale proiectate pe mai mulți ani, texte de reglementare editorială și organizațională care, pentru prima oară, a inclus în 2008 întregul personal, au fost instrumente utile de lucru la care am recurs pentru o coerență sporită a demersului de reformare și de modernizare a radioului public.

Pe fundalul unei tendințe generale de scădere a numărului de ascultători radio, SRR a urcat treptat în audiență, ajungând la sfârșitul lui 2008 lider la nivel național. Rezultatul cel mai spectaculos l-a reprezentat plasarea principalului post al SRR, Radio România Actualități, pe primul loc în preferințele publicului urban și „cucerirea” Bucureștiului, prindevansarea unor posturi private care dețineau de mulți ani monopolul asupra Capitalei.

CURBE DE AUDIENȚA BUCUREȘTI
sept.-dec. 2008



Introducerea principiilor marketingului modern, prin îmbinarea unui produs editorial creativ și riguros cu o promovare puternică, a făcut ca în a doua jumătate a anului 2008 Radio România să deruleze cea mai amplă campanie de comunicare din istoria sa, cu un evident impact pozitiv asupra imaginii și audienței. Trebuie subliniat însă că atât îmbunătățirea imaginii cât și creșterea audienței au fost obținute fără a se abdică de la misiunea și de la exigențele impuse de statutul de post public: informare, educație, cultură, seriozitate, corectitudine, imparțialitate, credibilitate.

Din punct de vedere editorial, anul 2008 a fost marcat de două importante momente electorale, alegerile locale și cele parlamentare, sondajele de audiență confirmând că și în 2008 „cei mai mulți dintre ascultători și-au luat informațiile de la Radio România”.

Se conturează deja un nou „stil” distinctiv RRA, recunoscut ca atare de ascultători mai ales prin câteva produse de succes și pe anumite tronsoane orare pe care Radio România Actualități le domină: Matinalul sau programele din intervalul drive time (17:00-20:00).

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Deși captarea publicului tânăr continuă să rămână un deziderat, apar și aici primele indicii încurajatoare, cu atât mai demne de remarcat cu cât ele se semnalează inclusiv în zone rezervate, de regulă, unei elite reduse numeric. Prin noile formate jurnalistice moderne, vii, alerte, Radio România Cultural apropie cultura de categorii diverse de public, iar site-ul și blogurile literare stimulează o interactivitate benefică. Radio România Muzical, respectatul partener EBU și reper de marcă al vieții muzicale, nu ezită ca, în paralel cu consolidarea poziției sale prestigioase de post-unicat în audiovizualul românesc, să-și pregătească noi generații de ascultători prin campanii extrem de bine primite în școli și în grădinițe.

Un nou produs al Societății Române de Radiodifuziune, Kids Radio, post online pentru copii lansat în 2008, se adugă ofertei Radio3Net „Florian Pittiș” ca o altă experiență de pionierat în media audio.

Colaborarea pe care Radio3Net „Florian Pittiș” a început-o cu alte posturi ale corporației în proiectul „Radio România Online” va fi un șantier de anvergură, pentru că, de departe, cea mai importantă provocare ce va urma va fi adaptarea tradiției de seriozitate și profesionalism a radioului public la exigențele noilor moduri și obiceiuri de consum media, impuse de digitalizare și generalizarea Internetului. Pentru a avansa la acest capitol, în 2008, pe agendă s-a aflat un proiect realizat cu fonduri europene „Web-design și radio pe Internet” (program Leonardo) și s-a organizat perfecționarea unor specialiști IT. Aceștia sunt profesioniștii care vor urma să lucreze și la marele proiect de digitalizare a arhivei sonore, a cărui primă etapă - livrarea echipamentelor – a fost finalizată în decembrie 2008.

Serviciul Patrimoniu a pregătit demararea acestui proces prin acumularea de informații privind dezvoltarea sistemului de arhivare digitală și a derulat un amplu program de cercetare consacrat aniversării a opt decenii de radio în România, postat de site-ul SRR. Este bine știut că digitalizarea și valorificarea patrimoniului media (SRR fiind depozitarul și legatarul celei mai mari arhive media din România) reprezintă una dintre tendințele cele mai importante la nivelul serviciilor publice de radio din țările Uniunii Europene, un semn al continuității în modernizare și al responsabilității față de tradiția recentă.

Sub semnul aniversării a optzeci de ani de la înființarea Societății Române de Radiodifuziune a fost plasată, de altfel, întreaga activitate a radioului public din 2008, iar această mobilizare exemplară a fost răsplătită de către public, de către oficialități, de către personalități publice din țară și din afara ei. A fost un privilegiu pentru actuala conducere a radioului public să organizeze și să celebreze acest moment, iar recompensele au fost pe măsură. Un număr impresionant de premii au consacrat calitatea jurnalismului practicat la Radio România.

PARTEA I – CADRUL GENERAL

1. CONSILIUL DE ADMINISTRAȚIE ȘI COMITETUL DIRECTOR

1.1. Consiliul de Administrație

În anul în care SRR a aniversat 80 de ani de la primul semnal în eter, membrii Consiliului de Administrație s-au întrunit în 15 ședințe în care au fost adoptate 58 de hotărâri.

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

- aprobarea Bugetului de venituri și cheltuieli al SRR pe anul 2008;
- aprobarea Planului de investiții al SRR pentru anul 2008;
- aprobarea Strategiei de protecție a informației în format electronic (digital) în SRR;
- aprobarea documentului *Radio România - Viziune, misiune, valori și principii*;
- aprobarea campaniei aniversare „Radio România 80”;
- aprobarea campaniei privind noua identitate vizuală a postului public;
- aprobarea rezultatelor inventarierii patrimoniului SRR pe anul 2007;
- aprobarea situațiilor financiare ale SRR, încheiate la data de 31 decembrie 2007: bilanțul și contul de profit și pierderi și notele explicative, raportul la situațiile financiare și execuția bugetară, raportul auditorului extern, propuneri privind repartizarea profitului realizat;
- aprobarea modificărilor aduse Regulamentului privind organizarea și desfășurarea concursurilor pentru ocuparea funcțiilor de conducere;
- aprobarea „Studiului de soluție tehnico-economică pentru conservarea și păstrarea Fonotecii de aur a Radioului”;
- aprobarea proiectului **Kids Radio**;
- aprobarea „Regulamentului privind deplasările în străinătate, organizarea de reuniuni internaționale de către SRR, vizitele delegațiilor străine, participarea la concursuri internaționale, solicitarea și acordarea de asistență tehnică internațională”;
- aprobarea componenței comisiei din partea angajatorului care a negociat noul Contract Colectiv de Muncă;
- aprobarea acordurilor de colaborare dintre SRR și Radiodifuziunea Tunisiană; dintre SRR și Institutul Cubanez de Radio și Televiziune;
- aprobarea afilierii Radio România la Federația Internațională a Arhivelor Audiovizuale;
- ședința comună cu Consiliul de Administrație al Societății Române de Televiziune;

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

- ședințe comune cu Consiliul de Administrație al societății publice bulgare de radio, organizate la Varna și București.

Discuțiile în cadrul ședințelor Consiliului de Administrație, desfășurate în conformitate cu prevederile Legii nr. 41/1994, au vizat exclusiv îndeplinirea misiunii de post public, fiind caracterizate prin bună-credință, profesionalism și colegialitate.

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

Pentru o bună comunicare la nivelul SRR, procesele-verbale ale Consiliului de Administrație, precum și cele ale Comitetului Director au fost afișate la aviziere și pe site-ul instituției.

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

1.2. Comitetul Director

În cursul anului 2008, Comitetul Director a emis un număr de 311 decizii, adoptate în 45 de ședințe; principalele decizii adoptate au avut ca obiect:

- aprobarea grilelor de programe standard ale posturilor naționale și regionale ale Societății Române de Radiodifuziune pentru perioada 2008-2009;
- aprobarea proiectului „Campania Radio România 80”;
- aprobarea proiectului „Lansarea și implementarea noii identități vizuale a Radio România”;
- avizarea „*Studiului de fezabilitate pentru digitalizarea arhivei radio*”;
- avizarea „Regulamentului privind eliberarea de copii de înregistrări sonore din arhivele SRR”;
- avizarea „Studiului de soluție tehnico-economică pentru conservarea și păstrarea Fonotecii de aur a Radioului”;
- avizarea „Regulamentului de conduită privind utilizarea sistemului informatic al SRR” și „Politicile de protecție a informației din sistemul informatic al SRR”;
- avizarea manualului documentului „Standarde jurnalistice la Radio România – Ghid de bune practici”;
- avizarea „Regulamentului de organizare și funcționare a rețelei de corespondenți interni a postului Radio România Actualități din SRR”;
- avizarea „Regulamentului de utilizare a ștampilelor în cadrul SRR”;
- aprobarea noii forme a „Regulamentului de evaluare a activității manageriale”;
- aprobarea proiectului privind organizarea celei de-a XV-a ediții a Adunării Generale a Co.Pe.A.M.;
- aprobarea acordurilor de parteneriat, prin Radio România Internațional, între SRR și:
 - Radioteleviziunea Sârbă, Radio Beograd;
 - posturile Radio Novi Sad, respectiv Radio Serbia Internațional;

- posturile Radio Flash Torino, respectiv Radio Torino Internațional;
- Itlradio – Osservatorio della radiofonia internazionale in lingua italiana, În vederea distribuției a trei programe radiofonice realizate zilnic de secția italiană a RRI;

- Centrul de Dezvoltare Sârbo-Român;
- Asociația „Frăția” a Emigranților Români și Moldoveni, Setúbal, Portugalia;
- realizatorii emisiunii de radio în limba română „Marca-Ro”;
- aprobarea asocierii Societății Române de Radiodifuziune, prin Radio România Internațional, la Comunitatea de Radioteleviziune Italofonă.

Controlul și stadiul realizării hotărârilor și deciziilor Consiliului de Administrație și ale Comitetului Director au fost urmărite permanent prin secretariatul acestor organisme de conducere.

2. ORGANIZARE – RESURSE UMANE

2.1. Structura organizatorică

În cursul anului 2008 **nu au fost aduse modificări organigramei SRR în vigoare de la data de 1 august 2007** (vezi Anexa nr.1).

Pentru o mai bună organizare și funcționare a Societății Române de Radiodifuziune, pe parcursul anului 2008 au fost adoptate o serie de noi reglementări interne. Cele mai importante, în ordine cronologică, au fost:

- **Regulamentul privind organizarea și funcționarea rețelei de corespondenți interni ai SRR;**
- **Regulamentul de organizare și desfășurare a concursurilor pentru ocuparea unei funcții de conducere;**
- **Ghidul de bune practici;**
- **Programul: „Săptămâna noului angajat”;**
- a fost modificat și completat **Regulamentul de evaluare a activității manageriale;**
- ultima parte a anului 2008 a fost marcată de negocierea și înregistrarea la Direcția de Muncă a Municipiului București a unui nou **Contract Colectiv de Muncă în SRR.**

2.2. Evoluția structurii de personal în anul 2008

Urmare politicii consecvente de reducere prin mișcare naturală a numărului de salariați, în cursul anului s-au redus încă 52 de posturi, de la 2521 la 31.12.2007 la 2469 la 31.12.2008.

Urmare acestei strategii, numărul de 2.469 de posturi ocupate este cel mai mic de la apariția Legii nr. 41/1994; angajările au fost orientate majoritar pe activitatea editorială și de tehnologia informației.

Structura personalului angajat în anul 2008 pe departamente și funcții se regăsește în Anexa 2.

În anul 2008 și-au încetat activitatea un număr de 132 de salariați.

Evoluția ieșirilor la pensie este prezentată în Anexa 3.

În ceea ce privește pensionările, politica Societății Române de Radiodifuziune constă în pensionarea salariaților la împlinirea limitei de vârstă.

2.3. Serviciul Pregătire Profesională

Obiectivul major al activității de pregătire profesională în cadrul SRR pe anul 2008 a fost *creșterea calității produsului radiofonic prin includerea salariaților într-un proces de formare profesională continuă, care să corespundă planurilor strategice majore ale instituției.*

Din acesta au derivat două **obiective specifice**:

1. *actualizarea cunoștințelor din domeniile profesionale de bază în SRR, în concordanță cu prioritățile strategice ale instituției;*
2. *îmbunătățirea climatului de lucru și ameliorarea culturii organizaționale.*

Conținutul evenimentelor a fost stabilit cu prioritate în funcție de strategia majoră a instituției. Menționăm cu titlu de exemplu:

- **proiectele de dezvoltare generală a instituției** realizate în colaborare cu experți străini „*Radio România în viitor*”- împreună cu experți de la Deutsche Welle Akademie - și „*Repoziționarea radioului regional pe piață*” - împreună cu experți de la Radio Nederlanden;
- **proiectele de dezvoltare tehnologică**: proiectul realizat cu fonduri europene „*Web-design și radio pe Internet*” (program Leonardo) și perfecționarea unor specialiști IT.

Prin activitățile organizate anul acesta s-a atins pentru prima dată performanța de a include întreg personalul instituției într-o formă de pregătire profesională.

3. RELAȚIILE INTERNAȚIONALE

Strategia de Relații Internaționale a Societății Române de Radiodifuziune s-a înscris și în anul 2008 pe cele trei linii de acțiune, devenite deja tradiționale:

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

- A. Continuarea politicii de integrare în principalele organisme internaționale și obținerea unor poziții de decizie în conducerea acestora;
- 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 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, participând la toate reuniunile și profitând de toate oportunitățile din 2008:

- intensificarea activităților de lobby în grupul central și est-european, având ca efect organizarea la București în 2008 a reuniunii anuale a inginerilor de sunet EBU, cu acest prilej un reprezentant al SRR a fost ales vicepreședinte al Grupului inginerilor de sunet EBU;
- participarea jurnaliștilor SRR la Euro 2008 și la Jocurile Olimpice 2008 Beijing;
- prezența activă a SRR la toate manifestările culturale ale EBU: Radio Day of European Cultures, Prix Europa, Prix Italia etc.;
- înscrierea Radio Romania într-un proiect de coproducție finanțat de EBU: „We live in the Balkans”.

SRR a fost invitată să participe activ la definirea noii structuri de conducere EBU, experiența și aportul reprezentanților SRR fiind deosebit de apreciate.

Referitor la URTI, România are deja o poziție privilegiată, întrucât un reprezentant al său deține funcția de președinte al Comisiei Radio și pe aceea de director al Marelui Premiu.

Activitatea SRR în cadrul URTI în 2008 s-a concretizat în:

- 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 coproduțiile URTI (finanțate de UNESCO), coproduții 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), acest organism de cooperare audiovizuală ce reunește radiouri,

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

televiziuni și producători independenți SRR este inițiator și semnatar al Cartei Co.Pe.A.M., document de referință al deontologiei jurnalistice.

Ca recunoaștere a activității susținute în cadrul acestui organism, SRR a fost gazda Conferinței Co.Pe.A.M din anul 2008, fiind pentru prima oară când această întrunire s-a desfășurat în afara spațiului riveran Mării Mediterane.

Acest eveniment a adus în capitala României peste 200 de reprezentanți ai audiovizualului mediteraneean, jurnaliști, directori generali, reprezentanți ai celor mai importante organisme vizuale europene și internaționale, reprezentanți ai instituțiilor europene, UNESCO etc. La inițiativa președintelui director general al Societății Române de Radio, Adunarea Generală a adoptat Charta multiculturalității (vezi Anexa 4).

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

- Public Broadcasters International;
- 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);
- DAB World Forum.

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 S.R.R. 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 să de sprijine secțiile 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. În anul 2008 Radio România a semnat un contract cu postul de radio „Vocea Basarabiei” prin care se asigură preluarea emisiunilor informative ale Radio România Actualități de către acest post de radio de la Chișinău.

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

- organizarea uneori mese rotunde dedicata noilor provocări ale audiovizualului public cu ocazia „Radio Romania 80”, aniversarea celor 80 de ani de existență ai postului public de radio din România. La eveniment au participat directori de radio din Europa, reprezentanți ai conducerii EBU, Leonard Orban, comisar european pentru multilingvism;

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

- organizarea – în premieră – a unei întâlniri bilaterale, la Varna și București, a consiliilor de administrație SRR și Radiodifuziunii Bulgare – care a avut ca rezultat adoptarea unei declarații comune privind finanțarea posturilor publice;
- vizita delegației conducerii SRR în Israel, la invitația Israel Broadcasting Authority;
- colaborarea cu ambasadele acreditate la București concretizate în participarea Mexicului și Germaniei la Târgul de carte Gaudeamus, finanțarea unor forme de pregătire profesională;
- vizita unei delegații a conducerii Kol Israel, venită pentru soluționarea problemei retransmiterii emisunii în limba română a Israel Broadcasting Authority;

- semnarea unui acord bilateral cu radiodifuziunea tunisiana;
- semnarea unui acord între Radio România Internațional și 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 radioteleviziunea sârbă, document care stabilește o colaborare strategică atât în plan bilateral cât și la nivel regional și european;
- realizarea unor emisiuni duplex cu Radio France și cu ERT3, radiodifuziunea publică din Salonic;
- schimb de experiență și sprijin logistic pentru Compania de radio și televiziune din Transcarpatia;
- acord de prezentare media și colaborare SRR-Deutsche Welle în vederea organizării unui concert susținut de Bundesjugendjazzorchester la Sala de concerte a radiodifuziunii.

4. CONSERVAREA ȘI VALORIFICAREA PATRIMONIULUI SRR

Toate compartimentele implicate în activitățile de **conservare și valorificare** a patrimoniului de bunuri media produs și tezurizat în Societatea Română de Radiodifuziune și-au centrat activitatea pe două coordonate:

1. asigurarea operațiunilor curente ale sectorului;
2. asigurarea perspectivelor de dezvoltare durabilă a sectorului.

Reperetele **dezvoltării durabile**, de perspectivă, ale sectorului au fost trasate prin:

- demararea procesului de digitizare a arhivelor Societății Române de Radiodifuziune prin acumularea de informații privind dezvoltarea sistemului de arhivare digitală;
- prezentarea Arhivei Digitale Audio Media (ADAM) în septembrie 2008;
- achiziționarea aparaturii de stocare digitală (reprezentând cca. 2/3 din bugetul alocat pentru implementarea ADAM);
- normarea activității legate de patrimoniul arhivistic prin aprobarea și validarea unor regulamente și proceduri, indispensabile gestionării corecte a bunurilor media:
 - principii constitutive și rapoarte funcționale în cadrul Serviciului Patrimoniu;

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

- Regulamentul privind eliberarea de copii de înregistrări sonore din arhivele Societății Române de Radiodifuziune;
- tarife de prestări servicii pentru eliberarea de copii de înregistrări sonore din arhivele Societății Române de Radiodifuziune.
- așezarea pe noi fundamente a activității de exploatare a patrimoniului în raporturile cu terți (copieri, licențieri, coproducții, coeditări).

Prin acțiuni consecvente și stăruitoare, s-a ajuns într-un timp relativ scurt la impunerea Societății Române de Radiodifuziune pe piața producătorilor de fonograme ca un actor activ, cu o cotă profesională proporțională cu prestigiul instituției.

Crearea **Oficiului de Licențieri** (ca funcție a Editurii „Casa Radio“) constituie o premisă importantă pentru dezvoltarea coerentă a acestor activități, făcând ca pentru prima dată, în cursul anului 2008, **exploatarea patrimoniului în raporturile cu terți** - desfășurată în conformitate cu legislația în vigoare și în acord cu Principiile și Valorile instituției (GOLD 2008) să genereze beneficii materiale semnificative.

În anul 2008 eforturile SRR au fost concentrate pe realizarea obiectivelor specifice activității de gestionare a bunurilor media din patrimoniul propriu.

I. Conservarea patrimoniului s-a realizat prin:

- asigurarea activității operative curente de alimentare a fluxului curent de producție radiofonică;
- asigurarea activității de colectare și prelucrare a documentelor pe suport scris provenite din Societatea Română de Radiodifuziune, completată de organizarea depozitelor și restaurarea documentelor deteriorate;
- derularea unui amplu proiect de cercetare, desfășurat sub genericul **Radio Romania 80 - o istorie în imagini**, aflat pe site-ul Societății Române de Radiodifuziune din 2 iunie 2008;
- realizarea unui număr de 46 de interviuri pe teme diverse și participarea la programele de valorificare a fondurilor proprii prin emisiuni, cu 38 de ediții din ciclul *Noi suntem istoria*; postarea pe site-ul Societății Române de Radiodifuziune a proiectului *80 de ani de radiofonie românească. O istorie a Radioului prin mărturii sonore*;
- finalizarea în luna aprilie a contractelor de cesiune și de promovare dintre Societatea Română de Radiodifuziune și Editura Humanitas privind o culegere de documente din Fondul de istorie orală, referitoare la mișcarea legionară, ceea ce a făcut posibilă lansarea la Târgul de carte Gaudeamus a volumului cu titlul *Țara, legiunea, căpitanul*.

II. Valorificarea patrimoniului a avut următoarele repere:

- obiectiv prioritar: relansarea producției editoriale. Ediția din acest an a Târgului de carte Gaudeamus a fost momentul mediatic ce a confirmat atingerea

obiectivului propus: impunerea producției de valorificare a patrimoniului și promovarea imaginii de creator și difuzor de cultură a Radioului public;

- asumarea de către instituție a activității de valorificare a patrimoniului sub brandul propriu, prin crearea de noi produse culturale: carte, CD, audiobook;
- aplicarea unei „strategii a excelenței” reflectată în *tematică* (selecția celor mai reprezentative producții radiofonice din cele 8 decenii de creație), *formule editoriale* originale și atractive și *realizare tehnico-artistică*.

În anul 2008, programul de valorificare a patrimoniului prin Editura „Casa Radio” a cuprins un număr de **20 de titluri** (6 titluri carte + CD, 14 titluri CD).

Exploatarea patrimoniului arhivistic în raporturile cu terți (prin documentare, copiere, cesiuni, licențe...) și-a găsit expresia instituțională prin crearea Oficiului de Licențieri (ca funcție a Editurii „Casa Radio”).

Reașezarea activității de documentare în patrimoniul arhivistic pe baze instituționale, reprezintă un răspuns profesionist solicitărilor în continuă creștere: au fost investigate peste 50 teme, însumând peste 250 emisiuni literare și 200 emisiuni muzicale.

Validarea regulamentelor și procedurilor privind accesul la fondurile arhivistice ale SRR a creat noi perspective acestui important segment al gestionării patrimoniului

În concluzie, în anul 2008, Societatea Română de Radiodifuziune și-a urmărit cele două obiective fundamentale:

- **demararea procesului de informatizare a arhivelor și**
- **reconsiderarea activității de valorificare a patrimoniului.**

5. ACTIVITATEA ECONOMICO-FINANCIARĂ

În anul 2008 Societatea Română de Radiodifuziune a reușit, printr-un management auster și eficient, să asigure o gestiune bugetară riguroasă, materializată în menținerea stabilității financiare a instituției.

Eforturile depuse pentru încadrarea în parametrii economici previzionați au fost îngreunate de o serie de factori defavorabili, respectiv:

- menținerea taxei pentru serviciul public de radiodifuziune la un nivel inferior taxei din anul 2001;
- creșterea continuă a costurilor de realizare și difuzare a emisiunilor radiofonice;
- uzura echipamentelor tehnice și a spațiilor aferente realizării și difuzării emisiunilor;
- carențele legislative în ce privește identificarea și impunerea la plata taxei pentru serviciul public de radiodifuziune a persoanelor fizice și juridice obligate prin lege la plata acestei taxe, precum și lipsa unei compensări a veniturilor nerealizate de

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

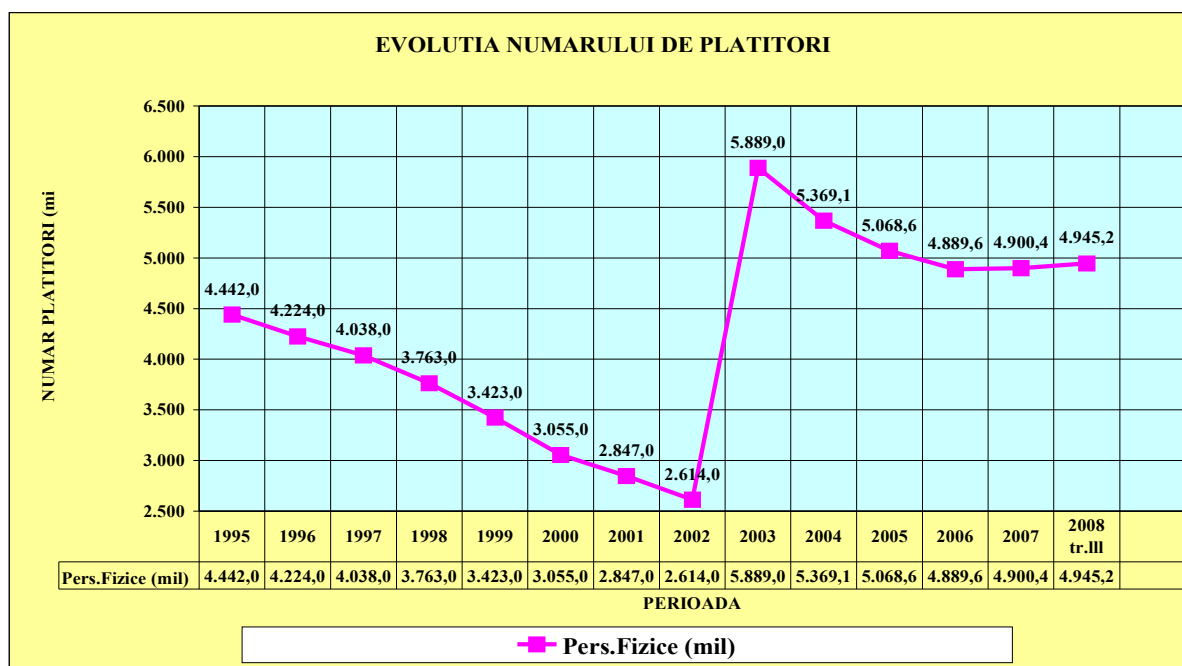
Societatea Română de Radiodifuziune prin scutirile la plata taxei acordate prin legi speciale unor largi categorii de persoane.

Măsurile adoptate în interiorul organizației, corelate cu cele stabilite de Guvern și Parlament, consecvența cu care au fost urmărite și aplicate, au condus la obținerea de **rezultate financiare pozitive la sfârșitul anului, 2008 fiind încheiat cu un profit simbolic.**

Dintre măsurile adoptate și aplicate pe plan intern care au condus la înregistrarea unui rezultat financiar pozitiv la sfârșitul anului menționăm:

- un amplu program de identificare și impunere la plata taxei radio a persoanelor juridice care nu achitau această taxă. În urma acestei acțiuni au fost realizate venituri suplimentare de peste 18.000.000 lei;
- reintroducerea la plata taxei radio a persoanelor fizice care nu și-au reînnoit declarația anuală de nedeținere a unui receptor radio.

Este pentru prima oară după anul 2003 când s-a înregistrat stoparea reducerii numărului de plătitori persoane fizice.



Utilizarea sistemului informatic integrat a creat posibilitatea urmăririi în timp real a veniturilor și cheltuielilor societății, a fluxului de numerar, oferind condițiile necesare pentru luarea de măsuri eficiente în timp real.

Elaborarea unor norme, instrucțiuni, regulamente, referitoare la îmbunătățirea activității economice. Au fost adoptate reglementări referitoare la modul de avizare, gestionare și angajare a patrimoniului Societății Române de Radiodifuziune, proceduri referitoare la achizițiile de bunuri și servicii, proceduri de utilizare și

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

evidența a fondurilor alocate de la bugetul de stat, metodologii și competențe de gestionare și evidență a bugetului de venituri și cheltuieli al Societății Române de Radiodifuziune instrucțiuni privind acordarea-efectuarea vizei de control financiar preventiv propriu.

Întâlniri periodice între personalul cu funcții de decizie în domeniul economic de la centrală și de la studiourile regionale, în cadrul cărora au fost analizate problemele curente și proiectele de perspectivă în scopul gestionării eficiente a finanțelor Societății Române de Radiodifuziune.

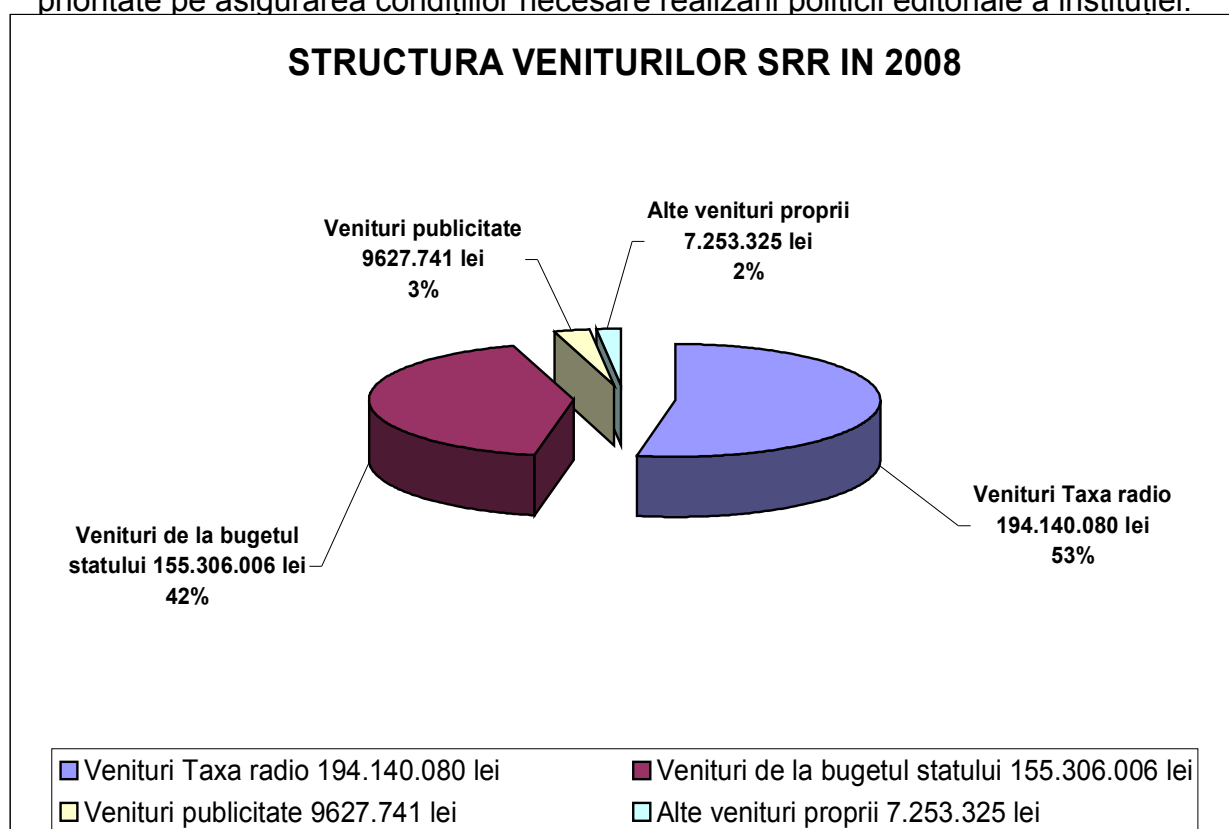
Asigurarea de fonduri pentru achiziții de echipamente, piese de schimb, lucrări și servicii, în scopul funcționării în condiții normale a activității.

Aplicarea consecventă a procedurilor legale privind achizițiile publice și achiziția de bunuri și servicii de calitate superioară la prețuri mai avantajoase.

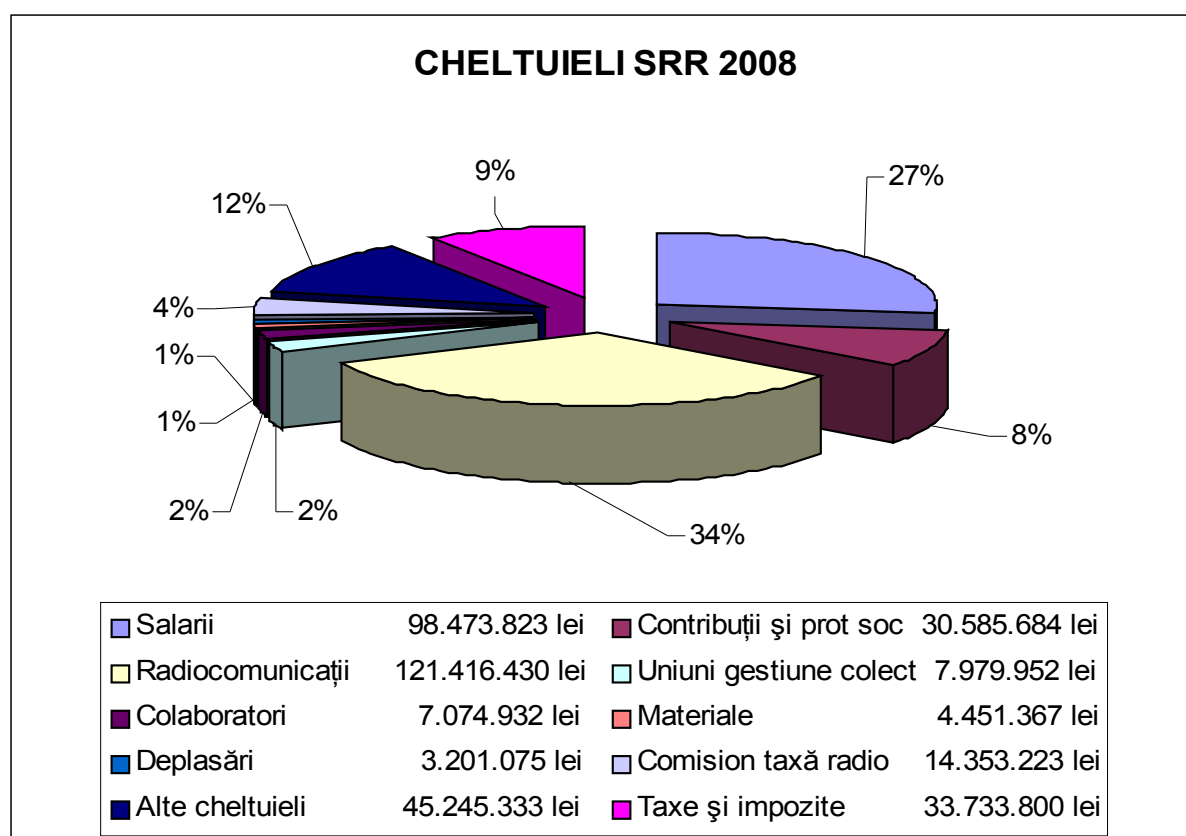
Situațiile financiare ale Societății Române de Radiodifuziune la 31 decembrie 2008, (bilanțul, contul de profit și pierdere, situația fluxurilor de informație, situația modificării capitalurilor proprii și notele explicative) au fost auditate, potrivit legii, **de auditori externi autorizați care au confirmat că situațiile financiare sunt corecte, reflectând o imagine fidelă a poziției financiare, a patrimoniului și a contului de profit și pierdere, precum și a fluxurilor de trezorerie, a mișcărilor capitalurilor proprii, în conformitate cu prevederile standardelor internaționale de audit**, ale Legii nr. 82/1991 republicată cu modificările ulterioare și ale Ordinului Ministerului Finanțelor nr. 1752/2005.

Situația financiară la 31 decembrie 2008

Activitatea economică a Societății Române de Radiodifuziune a fost axată cu prioritate pe asigurarea condițiilor necesare realizării politicii editoriale a institutiei.



Cheltuielile Societății Române de Radiodifuziune în 2008 au fost de 366.505.619 lei, evidențiate pe următoarele capite principale:



Prin gestionarea riguroasă a veniturilor și angajarea eficientă a cheltuielilor, Societatea Română de Radiodifuziune a reușit să înregistreze un profit simbolic la sfârșitul anului, principalul obiectiv strategic economico - financiar pentru anul 2008, așa cum a fost definit de Consiliul de Administrație al SRR, încă de la preluarea mandatului.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Contul de profit și pierdere la 31.12.2008

Contul de profit și pierdere pentru exercițiul încheiat la 31.12.2008 se prezintă astfel:

VENITURI

Veniturile din exploatare în sumă de 366.381.960 lei se compun din:

a. venituri proprii	211.021.954 lei
b. venituri pentru exploatare de la bugetul statului	155.255.130 lei
c. alte venituri din subvenții de exploatare	104.876 lei

Veniturile financiare în sumă totală de 835.674 lei, provin din:

- dobânzi bancare	700.565 lei
- alte venituri financiare	135.109 lei

CHELTUIELI

Cheltuielile de exploatare în valoare de 365.096.592 lei sunt formate din:

a. cheltuieli privind mărfurile	164.584 lei
b. cheltuieli materiale	4.451.367 lei
c. cheltuieli cu personalul	133.157.544 lei
d. cheltuieli cu alte impozite și taxe	33.733.800 lei
e. cheltuieli cu lucrări și servicii prestate de terți	181.589.376 lei
f. cheltuieli cu amortizările	10.761.892 lei
g. alte cheltuieli de exploatare	1.238.029 lei

Cheltuieli financiare de 1.419.027 lei sunt formate din:

- cheltuieli din diferențe de curs valutar	194.750 lei
- cheltuieli cu dobânzile	1.224.277 lei

Contul de profit și pierdere la data de 31.12.2008 evidențiază un profit net de 258.065 lei realizat astfel:

	Din exploatare	Financiare	Extraordinare	Total
Venituri	366.381.960	835.674	-	367.217.634 lei
Cheltuieli	365.096.592	1.419.027	-	366.515.619 lei
Profit/pierdere	1.285.368	-583.353	-	702.015 lei
Impozit profit	*	*	*	443.950 lei
Profit net	*	*	*	258.065 lei

Prezentarea în detaliu a veniturilor

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Potrivit Legii nr. 41/1994, sursele financiare ale SRR se constituie din alocații de la bugetul de stat, din venituri proprii și din alte surse.

Veniturile proprii în sumă de 211.021.954 lei, au avut ca principale surse:

- taxa radio	194.140.888 lei
- publicitate	9.627.741 lei
- sponsorizări și donații	895.324 lei
- Rador	600.424 lei
- chirii	1.486.452 lei
- vânzare mărfuri	142.833 lei
- concerte	145.508 lei
- mesaje muzicale	135.135 lei
- despăgubiri, amenzi și penalități	1.815.014 lei
- prestații și colaborări	839.051 lei
- alte venituri din exploatare	1.193.584 lei

Veniturile pentru exploatare de la bugetul statului, 155.255.130 lei au avut următoarele destinații:

- pentru plata serviciilor SNRadiocomunicații	144.485.552 lei
- pentru funcționarea RRI	10.337.874 lei
- pentru piese de schimb	395.000 lei
- piese de schimb summit NATO	36.704 lei

Veniturile financiare în sumă totală de 835.674 lei provin din:

- dobânzi bancare	700.565 lei
- alte venituri financiare	135.109 lei

Prezentarea în detaliu a cheltuielilor

Cheltuielile de exploatare:

- a. cheltuieli privind mărfurile în sumă de 164.584 lei reprezintă:
- | | |
|---|------------|
| - cheltuieli mărfuri bufet incintă | 80.343 lei |
| - descarcarea gestiunii prin valorificare produse radio | 84.241 lei |
- b. cheltuieli materiale în sumă de 4.451.367 lei din care:
- | | |
|--|---------------|
| - materiale, piese de schimb, combustibil, | 3.498.416 lei |
| - rechizite consumate în procesul de producție - alte cheltuieli materiale - obiecte de inventar | 838.552 lei |
| - materiale nestocate | 114.399 lei |
- c. cheltuielile cu personalul în sumă de 133.157.544 lei din care:
- | | |
|---------------------|----------------|
| - salarii | 98.473.823 lei |
| - protecție socială | 2.954.508 lei |
| - contribuții | 27.631.176 lei |
| - tichete de masă | 4.098.037 lei |
- d. cheltuielile cu alte impozite și taxe în valoare de 33.733.800 lei din care:

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

- impozite clădiri, terenuri	628.624 lei
- taxe auto	55.210 lei
- impozite spectacol	3.967 lei
- TVA	32.692.577 lei
- alte taxe	353.422 lei

e. cheltuielile cu lucrări și servicii prestate de terți în valoare de 181.589.376 lei din care:

- energia și apa	2.401.587 lei
- reparații clădiri	44.274 lei
- reparații auto	85.500 lei
- chirii	1.522.915 lei
- comision încasare taxa radio	14.770.580 lei
- publicitate și promovare imagine	1.898.568 lei
- drepturi de autor persoane fizice	7.074.932 lei
- primiri de oaspeți	237.821 lei

- deplasări în țară și străinătate	3.201.075 lei
- stații și circuite	121.416.430 lei
- telefoane și circuite	5.342.004 lei
- transmisii satelit	889.842 lei
- editare revista Radio	16.670 lei
- pază	83.829 lei
- abonamente agenții de știri	435.517 lei
- abonamente presă internă și externă	122.648 lei
- servicii bancare	339.748 lei
- alte lucrări și servicii prestate de terți	14.353.223 lei
- uniuni de gestionare a drepturilor de autor și conexe	7.979.952 lei
- provizioane	440.742 lei
- reluări de provizioane	1.068.481 lei

f. cheltuieli cu amortizările în valoare de 10.761.892 lei reprezintă cota parte din valoarea imobilizărilor trecute pe costuri în conformitate cu prevederile Legii nr. 15/1994 privind amortizarea.

g. alte cheltuieli de exploatare în suma de 1.238.029 lei se compun din:

- despăgubiri, amenzi, penalități	10.229 lei
- premii concursuri radiofonice	472.733 lei
- pregătire profesională	126.166 lei
- cotizații internaționale	485.132 lei
- alte cheltuieli de exploatare	143.769 lei

Cheltuieli financiare:

a. cheltuieli din diferențe de curs valutar lei	194.750
b. cheltuieli cu dobânzile	1.224.277 lei

Numărul mediu de salariați înregistrați la 31.12.2008: 2.469 persoane.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Execuția alocației bugetare pe anul 2008

Denumirea Indicatorilor	- lei - Sume alocate 2008	- lei - Sume consumate 2008
1	2	3
CHELTUIELI - TOTAL	164.905.000	159.613.552
CULTURĂ, RECREERE ȘI RELIGIE	164.905.000	159.613.552
CHELTUIELI CURENTE	159.325.000	155.790.173
BUNURI ȘI SERVICII	148.969.000	147.449.063
MATERIALE ȘI SERVICII CU CARACTER FUNCȚIONAL	148.518.000	147.001.359
Plata pentru închirierea stațiilor și circuitelor datorate agenților economici din sistemul comunicațiilor	147.073.000	145.919.857

Funcționarea Direcției Radio România Internațional	1.445.000	1.081.502
Bunuri de natura obiectelor de inventar	435.000	431.704
Achiziționarea de echipamente de natura obiectelor de inventar și de piese de schimb	395.000	395.000
Summitul NATO: 2-4 aprilie 2008	40.000	36.704
Deplasări, detașări, transferări	16.000	16.000
TITLUL VII - ALTE TRANSFERURI	10.356.000	8.341.110
Alte transferuri curente interne	10.195.000	8.341.110
Transferuri curente în străinătate (către organizații internaționale)	161.000	0
CHELTUIELI DE CAPITAL	5.580.000	3.823.379
Construcții	500.000	410.803
Dotări independente din care:	5.080.000	3.412.576
Summitul NATO: 2-4 aprilie 2008	230.000	226.627
Conservarea și păstrarea fonotecii de aur a radioului	4.550.000	3.185.949
Mobilier, aparatură birotică	300.000	0

Creditele bugetare aprobate Societății Române de Radiodifuziune pentru anul 2008, au fost în sumă de 164.905.000 lei.

Plățile efectuate de SRR, din creditele aprobate au fost de 159.613.552 lei, sume care s-au încadrat în valoarea creditelor aprobate.

Gradul de utilizare al creditelor bugetare este de 96,79%. Gradul de utilizare a fost influențat de plafonarea plăților lunare.

Creditele deschise și neutilizate de SRR la 31.12.2008, în suma de 46.906 lei au fost restituite la sfârșitul anului bugetului de stat.

Execuția bugetara pe titluri:

Cheltuielile cu materiale și servicii reprezintă 92,37% din totalul plăților, procentul de execuție bugetară, pentru acest capitol, este de 98,97%.

Transferurile, au fost realizate într-un procent de 80,54%.

Cheltuielile de capital, au fost realizate în proporție de 68,51% din creditele bugetare aprobate.

Numărul de minute de emisie în anul 2008 a crescut față de numărul estimat, respectiv de la 7.339.260 la 7.830.720, adică cu 6,6%.

Costul mediu al minutului de emisie la Societatea Româna de Radiodifuziune se calculează ca fiind costurile cu radiocomunicațiile (transmisia sunetului de către Societatea Națională de Radiocomunicații) pe perioada de un an și numărul total al minutelor de emisie.

Costul mediu al minutului de emisie este de 18.45 lei.

Execuția bugetară a fost raportată și înregistrată la Ministerul Finanțelor Publice cu nr. 324.226/02.03.2009.

6. EVOLUȚIA AUDIENȚEI RADIO ROMÂNIA

Între anii 2004-2007, Sondajul de Audiență Radio (SAR) a constat în realizarea anuală a două valuri de câte 10.000 de interviuri la nivel național: primul în lunile martie-aprilie, cel de-al doilea în lunile septembrie-octombrie. Raportarea datelor de audiență s-a făcut după fiecare val de interviuri.

Începând cu anul 2008, Asociația pentru Radioaudiență (ARA) a decis următoarele:

- a. Interviurile nu se vor mai realiza în două valuri separate (primăvara și toamna), ci pe întreg parcursul anului, fără întrerupere;
- b. În perioada ianuarie-aprilie a fiecărui an se vor realiza 10.000 de interviuri pe un eșantion reprezentativ la nivel național (urban+rural);
- c. În perioadele mai-august și, respectiv, septembrie-decembrie ale fiecărui an se vor realiza câte 8.000 de interviuri pe eșantioane reprezentative la nivel urban;
- d. În consecință, începând cu 2008 vor exista trei livrări ale datelor de audiență în fiecare an (comparativ cu două în anii anteriori): prima cu date de audiență

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

raportate la nivel național, celelalte două cu audiența posturilor de radio la nivel urban.

I. Cota de piață (Market Share)

Cota de piață este indicatorul de audiență care exprimă cel mai bine performanța comparativă a posturilor de radio. Valoarea sa depinde atât de numărul mediu zilnic de ascultători ai fiecărui post, cât și de durata ascultării postului respectiv. Acest indicator se calculează ca procent reprezentat de volumul de ascultare pe un anumit post în raport cu volumul total de ascultare pe toate posturile de radio.

Național (urban + rural)

NAȚIONAL (%)	Martie - Aprilie 2007	Ian. - Aprilie 2008	Ian. - Aprilie 2008 / Martie - Aprilie 2007
RRA	16,6	15,9	-0,7
RR (cumulat)	12,8	14,2	1,4
Kiss FM	13,7	11,1	-2,6
Europa FM	14,9	13,0	-1,9
ProFM	5,9	5,6	-0,3
Radio 21	8,5	10,9	2,4
Antena Satelor	6,9	7,0	0,1
Info Pro	1,2	2,6	1,4
Romantic	1,6	1,8	0,2
Național FM	1,0	0,8	-0,2
Magic FM	1,1	1,1	0,0
RRC	0,4	0,5	0,1
Alții	15,1	14,9	-0,2
SRR (cumulat)	36,7	37,6	0,9

Conform programului stabilit de ARA, în 2008 datele de audiență la nivel național (urban + rural) au fost furnizate de sondajul efectuat la începutul anului (ianuarie-aprilie 2008), celelalte două sondaje oferind date de audiență numai pentru mediul urban. În aceste condiții, o analiză anuală comparativă se poate face doar cu datele din primăvara anului 2007 (deși aceasta nu este riguros exactă, întrucât e vorba de perioade diferite ale anului, în care comportamentul de ascultare - ca și consumul de media în general - sunt diferite).

Deși în ușoară scădere (dar comparativ mai mică față de alte posturi comerciale importante, precum KissFM sau Europa FM), Radio România Actualități a avut în 2008 cea mai mare cotă de piață la nivel național (15.9%) și a păstrat poziția de lider. Radiourile regionale și-au majorat sensibil cota de piață față de 2007, în timp ce

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Radio România Cultural și Antena Satelor au crescut ușor. Cu excepția Radio România Cultural, care a înregistrat și un număr mai mare de ascultători în această perioadă, cotele de piață ale celorlalte posturi publice au fost susținute de creșterea timpului de ascultare, ceea ce indică o fidelizare sporită a ascultătorilor. Pe ansamblu, cota de piață la nivel național a Radio România a crescut de la 36,7% la 37,6%.

În context european, cota de piață a Radio România se situează la un nivel destul de ridicat deși radioul nostru public operează un număr sensibil mai redus de frecvențe naționale comparativ cu radiourile publice din majoritatea țărilor europene. În Europa, audiența posturilor publice de radio este marcată semnificativ de anumite diferențe culturale între țări. Cel mai bine stau posturile publice din țările nordice, unde cotele de piață ale acestora depășesc 60%. Austria este un caz special, în care cota atipică a radioului public (79%) se explică prin politica deliberată a autorităților de consolidare prealabilă a acestuia, înainte de trecerea la liberalizarea pieței de radio.

Urmează câteva țări anglosaxone, în care cota cumulată a posturilor publice se situează între 50%-60% (Regatul Unit, Germania, dar și Belgia flamandă sau zonele corespunzătoare din Elveția). În schimb, în țările mediteraneene posturile publice au o audiență foarte redusă (Italia:19%, Portugalia: 12%, Grecia:16%), la fel ca și în Franța (20%). Performanța radiourilor publice din zona est-europeană este ceva mai bună, dar se situează sub nivelul României: Slovacia: 32%, Bulgaria: 27%, Ungaria și Slovenia: 24%, Cehia: 23%, Croația: 21%, Polonia: 20%.

Mediul urban

URBAN (%)	Sept. - Oct. 2007	Mai - Aug. 2008	Sept. - Dec. 2008	Sep. - Dec. 2008 / Sept. - Oct. 2007	Sept. - Dec. 2008 / Mai - Aug. 2008
RRA	16,5	15,9	16,1	-0,4	0,2
RR (cumulat)	7,8	7,9	8,3	0,5	0,4
Kiss FM	13,7	13,0	14,1	0,4	1,1
Europa FM	16,3	15,4	15,1	-1,2	-0,3
ProFM	7,6	7,1	6,3	-1,3	-0,8
Radio 21	10,4	12,8	10,1	-0,3	-2,7
Antena Satelor	3,5	3,9	4,3	0,8	0,4
Info Pro	1,7	2,2	2,0	0,3	-0,2
Romantic	2,5	2,8			
Național FM	0,9	0,7	0,4	-0,5	-0,3
Magic FM	1,7	1,8	1,8	0,1	0,0
RRC	0,4	0,4	0,7	0,3	0,3
Alții	16,1	15,6	20,8	4,7	5,2
SRR (cumulat)	28,2	28,1	29,4	1,2	1,3

Și la sfârșitul anului 2008 Radio România Actualități a continuat să aibă cea mai mare cotă de piață în mediul urban (16,1%). Ea a fost ușor mai scăzută față de

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

sfârșitul anului 2007 (-0,4), dar a reînceput să crească spre sfârșitul anului 2008 (+0,2). Aceeași tendință pozitivă au înregistrat și celelalte posturi publice, Antena Satelor, Radio România Cultural și radiourile regionale majorându-și cotele de piață față de anul 2007. Ca urmare, la sfârșitul lui 2008 cota de piață cumulată a Radio România în mediul urban a urcat de la 28,2% la 29,4%, infirmând speculațiile referitoare la competitivitatea mai scăzută a posturilor publice pe piețele urbane. Spre deosebire de Radio România, posturi comerciale puternice, precum Europa FM, Pro FM, Radio 21 și-au văzut diminuate cotele de piață în această perioadă.

București

BUCUREȘTI	Sept. - Oct. 2007	Mai - Aug. 2008	Sept. - Dec. 2008	Sept. - Dec. 2008 / Sept. - Oct. 2007	Sept. - Dec. 2008 / Mai - Aug. 2008
RRA	21,0	18,2	22,0	1,0	3,8
Kiss FM	11,3	11,1	10,4	-0,9	-0,7
Europa FM	6,4	7,5	5,6	-0,8	-1,9
ProFM	8,4	8,0	5,7	-2,7	-2,3
Radio 21	23,9	22,9	16,0	-7,9	-6,9
Romantic	5,4	8,2	6,8	1,4	-1,4
Antena Satelor	4,7	3,7	4,4	-0,3	0,7
Magic FM	3,6	4,1	4,1	0,5	0,0
Guerrilla	3,4	2,0	2,9	-0,5	0,9
Vibe	2,2	2,2	3,2	1,0	1,0
Radio București	1,4	1,2	1,1	-0,3	-0,1
RRC	0,7	0,8	1,3	0,6	0,5
One FM		1,4	1,4		0,0
Info Pro	0,6	1,1	0,9	0,3	-0,2
Smart FM		1,0	0,3		-0,7
CityFM	0,3	1,2	0,7	0,4	-0,5
Alții	3,3	6,6	13,9	10,6	7,3
SRR (cumulat)	27,8	23,9	28,8	1,0	4,9

Sfârșitul anului 2008 a consemnat o performanță ce trebuie subliniată: Radio România Actualități a devenit lider cu o cotă de 22,0% în București, cea mai competitivă piață de radio din țara noastră. Această performanță s-a datorat creșterii puternice din ultimele luni ale anului (+3,8), ca urmare atât a schimbărilor editoriale, cât și a puternicelor campanii de comunicare derulate de Radio România în aceste luni: comunicarea noii identități și aniversarea a 80 de ani de când postul public "vorbește serios" tuturor românilor. Și Radio România Cultural și-a mărit cota în preferințele bucureștenilor (+0,6). Radio București și Antena Satelor au avut o ușoară scădere față de anul 2007. Pe ansamblu însă, cota Radio România a crescut în București de la 27,8% la 28,8%, mai ales datorită redresării puternice de la sfârșitul anului 2008 (este cea mai mare cotă de piață de la începutul perioadei de măsurare a audiențelor în 2004).

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Mediul rural

RURAL	Martie - Aprilie 2007	Ianuarie - Aprilie 2008	Ianuarie - Aprilie 2008 / Martie - Aprilie 2007
RRA	18,6	18,9	0,3
RR (cumulat)	20,8	23,4	2,6
Kiss FM	10,5	8,1	-2,4
Europa FM	11,8	8,9	-2,9
ProFM	4,6	4,2	-0,4
Radio 21	4,2	5,5	1,3
Antena Satelor	12,8	11,9	-0,9
Info Pro	1,4	3,1	1,7
Național FM	1,5	1,0	-0,5
RRC	0,1	0,4	0,3
Alții	12,4	13,0	0,6
SRR (cumulat)	52,3	54,6	2,3

Ultimele date de audiență pentru mediul rural datează de la începutul anului 2008, ele putând fi eventual comparate cu cele din primăvara lui 2007 (deși comparația nu este riguros exactă, din cauza perioadelor diferite în care au fost realizate interviurile).

În mediul rural, lider necontestat de audiență rămân posturile noastre regionale, a căror cotă de piață a crescut puternic, de la 20,8% la 23,4%. Radio România Actualități și Radio România Cultural și-au majorat cotele de piață, în timp ce Antena Satelor a scăzut ușor (această scădere fiind compensată însă de creșterea cotei sale în urban, îndeosebi în urbanul mic). În zonele rurale, majoritatea posturilor comerciale au pierdut teren în fața Radio România. Ca urmare, cota de piață cumulată a posturilor publice în zonele rurale a crescut de la 52,3% la 54,6%.

II. Audiența zilnică netă (*Daily Reach*)

Audiența zilnică netă reprezintă numărul mediu de persoane care au ascultat un post de radio pentru cel puțin 15 minute în cursul zilelor săptămânii.

Național (urban + rural)

NAȚIONAL (000)	Martie - Aprilie 2007	Ianuarie - Aprilie 2008	Ianuarie - Aprilie 2008 / Martie - Aprilie 2007
----------------	--------------------------	----------------------------	--

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

TOTAL RADIO	11786,6	11309,1	-477,5
RRA	2739,6	2542,8	-196,8
RR (cumulat)	2438,4	2252,4	-186,0
Kiss FM	2463,3	2071,4	-391,9
Europa FM	2295,8	2080,6	-215,2
ProFM	1114,9	1071,6	-43,3
Radio 21	1550,5	1913,6	363,1
Antena Satelor	925,6	907,2	-18,4
Info Pro	243,1	389,4	146,3
Romantic	264,7	282,3	17,6
Național FM	150,6	159,6	9,0
Magic FM	180,3	159,9	-20,4
RRC	90,1	140,5	50,4
Alții	2722,7	2433,8	-288,9
SRR (cumulat)	6193,7	5842,9	-350,8

În ultimii doi ani a avut loc o scădere continuă a numărului total al ascultătorilor de radio. Față de primăvara anului 2007, la începutul lui 2008 numărul acestora la nivel național era mai mic cu 477.500. În aceste condiții, majoritatea posturilor de radio au înregistrat scăderi ale numărului mediu zilnic de ascultători, de regulă comparativ mai mari decât cele ale posturilor Radio România (Kiss FM: - 392.000, Europa FM: - 215.000 etc.). La începutul anului 2008, singura creștere spectaculoasă față de 2007 a cunoscut-o Radio 21, dar aceasta s-a datorat mai ales extinderii rețelei sale teritoriale (o creștere care ulterior s-a dovedit conjuncturală).

În 2008, Radio România Actualități și-a păstrat poziția de lider la nivel național cu aproximativ 2,54 milioane de ascultători, radiourile regionale au cumulat în jur de 2,25 milioane de ascultători, Antena Satelor și-a menținut un public în jur de 900.000 în medie zilnic, iar Radio România Cultural a crescut până la 140.500 de ascultători. În condițiile scăderii generale a numărului de ascultători la nivel național, Radio România a ajuns la 5,85 milioane de ascultători în medie zilnic.

Mediul urban

URBAN (000)	Sept. - Oct. 2007	Ian. - Apr. 2008	Mai - Aug. 2008	Sept. - Dec. 2008	Sept. - Dec. 2008 / Sept. - Oct. 2007	Sept. - Dec. 2008 / Mai - Aug. 2008
TOTAL RADIO	6884,9	6664,0	6214,6	6318,8	-566,1	104,2
RRA	1514,3	1316,0	1264,9	1375,3	-139,0	110,4
RR (cumulat)	871,7	887,9	721,4	757,9	-113,8	36,5
Kiss FM	1648,1	1466,8	1302,6	1495,1	-153,0	192,5
Europa FM	1706,0	1429,1	1332,7	1354,6	-351,4	21,9
ProFM	967,6	724,0	686,8	670,6	-297,6	-16,2

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Radio 21	1165,2	1485,8	1243,0	1044,4	-120,8	-198,6
Antena Satelor	286,7	312,8	270,2	243,5	-43,2	-26,7
Info Pro	152,8	222,4	177,1	204,4	51,6	27,3
Romantic	245,5	249,5	243,4			
Național FM	103,3	91,4	55,3	44,7	-58,6	-10,6
Magic	128,6	132,1	162,5	197,9	69,3	35,4
RRC	53,4	76,1	61,0	75,8	22,4	14,8
Alții	1583,5	1553,1	1348,5	1745,2	161,7	396,7
SRR (cumulat)	2726,1	2592,8	2317,5	2452,5	-273,6	135,0

Și la nivel urban a continuat tendința de scădere a numărului total al ascultătorilor de radio. La sfârșitul anului 2008, numărul total mediu zilnic de ascultători a fost cu 566.000 mai mic decât cel înregistrat în toamna lui 2007. Pe acest fond, mai ales în prima parte a anului toate posturile de radio au înregistrat scăderi, dar în mod diferențiat, posturi comerciale precum Europa FM, Kiss FM și Pro FM cunoscând scăderi sensibil mai accentuate decât posturile publice. Ultimul sondaj de audiență din 2008 a consemnat însă o inversare a tendinței de scădere din ultimii ani, numărul total al ascultătorilor din mediul urban redresându-se cu aproximativ 104.000. În aceste condiții, spre sfârșitul anului 2008 posturile Radio România au crescut, cu excepția Antenei Satelor (al cărei principal public țintă nu se află, de altfel, în mediul urban). Radio România Actualități a avut cu 110.000 ascultători mai mult decât la sondajul precedent, reușind să depășească Europa FM. Pe ansamblu, în mediul urban Radio România a avut la sfârșitul anului 2008 în medie zilnic 2.45 milioane ascultători, mai puțin decât la sfârșitul lui 2007, dar în creștere cu 135.000 față de sondajul precedent.

București

BUCUREȘTI	Martie - Aprilie 2007	Sept. - Oct. 2007	Ian. -Aprilie 2008	Mai -Aug. 2008	Sept. - Dec. 2008	Sept. - Dec. 2008 / Sept. - Oct. 2007	Sept. - Dec. 2008 / Mai - Aug. 2008
TOTAL RADIO	1159,8	1178,3	1151,8	1076,0	1038,0	-140,3	-38,0
RRA	299,9	319,5	254,5	245,0	264,0	-55,5	19,0
Kiss FM	305,6	247,2	217,4	210,5	246,0	-1,2	35,5
Europa FM	143,5	150,2	136,4	130,6	108,5	-41,7	-22,1
ProFM	158,4	159,8	129,1	124,9	109,6	-50,2	-15,3
Radio 21	434,8	448,2	485,0	410,5	284,1	-164,1	-126,4
Romantic	111,0	104,1	110,8	126,9	105,3	1,2	-21,6
Antena Satelor	52,0	64,0	57,7	55,3	46,2	-17,8	-9,1
Magic FM	32,1	47,5	45,7	68,0	74,4	26,9	6,4
Guerrilla	51,7	66,6	55,6	45,9	41,5	-25,1	-4,4
Radio București	14,5	22,4	21,9	18,3	18,6	-3,8	0,3
RRC	19,2	21,1	15,5	22,4	17,1	-4,0	-5,3
Vibe	68,2	43,6	38,0	44,8	61,6	18,0	16,8

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Radio One FM			18,3	30,5	23,7	23,7	-6,8
Info Pro	11,6	16,2	15,0	15,9	17,4	1,2	1,5
GoldFM	26,0	27,8	16,0	6,8	8,8	-19,0	2,0
CityFM	9,6	3,5	8,8	19,3	12,0	8,5	-7,3
Smart FM		0,9	8,8	12,7	4,9	4,0	-7,8
Național FM	12,5	16,7	8,8	9,7	3,9	-12,8	-5,8
RFI	5,2	4,9	7,0	4,8	1,0	-3,9	-3,8
Pro Dance			2,2	7,5	6,3	6,3	-1,2
Alții	73,9	85,6	74,2	59,5	205	119,4	145,5
SRR (cumulat)	385,6	427,0	349,6	341,0	345,9	-81,1	4,9

În București, numărul total de ascultători a cunoscut aceeași tendință de scădere față de 2007, constatată atât la nivel național, cât și în mediul urban. La sfârșitul anului 2008, numărul total mediu zilnic de ascultători a fost cu 140.000 mai mic decât cel înregistrat în toamna lui 2007. Ca atare, toate posturile de radio au pierdut ascultători, cu excepția câtorva posturi mici, poziționate pe nișe muzicale (Vibe, Smart FM, One FM, Pro Dance). Radio România Actualități s-a înscris pe această tendință în prima parte a anului, dar a reușit să crească din nou în ultimele luni ale lui 2008, cu toate că numărul total al ascultătorilor de radio a continuat să scadă în București (- 38.000), ceea ce a dus la scăderea în continuare a ascultătorilor majorității celorlalte posturi comerciale. Cu 264.000 de ascultători în medie zilnic, Radio România Actualități a ajuns la numai 20.000 în urma Radio 21, post care a dominat piața bucureșteană în ultimii ani. Radio România Cultural, Radio București și Antena Satelor au avut scăderi ușoare. Pe ansamblu, la sfârșitul anului 2008 Radio România avea în medie zilnic aproximativ 346.000 ascultători în București, mai puțin decât la sfârșitul lui 2007, dar cu aceeași tendință de redresare față de sondajul precedent, constatată și în restul mediului urban.

Mediul rural

RURAL (000)	Martie - Aprilie 2007	Ianuarie - Aprilie 2008	Ianuarie - Aprilie 2008 / Martie - Aprilie 2007
TOTAL	4846,0	4645,1	-200,9
RRA	1217,1	1226,8	9,7
RR (cumulat)	1467,7	1364,6	-103,1
Kiss FM	709,0	604,6	-104,4
Europa FM	692,9	651,6	-41,3
ProFM	377,5	347,5	-30,0
Radio 21	333,2	427,9	94,7
Antena Satelor	660,1	594,3	-65,8
Info Pro	108,0	166,9	58,9
Național FM	65,7	68,2	2,5
RRC	15,3	64,4	49,1
Alții	917,1	880,7	-36,4
SRR (cumulat)	3360,2	3250,1	-110,1

Datele de audiență pentru mediul rural au fost furnizate de sondajul efectuat la începutul anului 2008 (ian.-apr.), celelalte două sondaje oferind date de audiență numai pentru mediul urban. În aceste condiții, o analiză anuală comparativă se poate face doar cu datele din primăvara lui 2007 (deși aceasta nu este riguros exactă, întrucât e vorba de perioade diferite ale anului, în care comportamentul de ascultare - ca și consumul de media în general - sunt diferite).

În mediul rural, la începutul anului 2008 ascultau radioul în medie zilnic cu aproximativ 200.000 persoane mai puțin decât în primăvara lui 2007. Această scădere a afectat majoritatea posturilor cu acoperire națională, cu excepția Radio România Actualități, Radio România Cultural, Radio 21 și Info Pro. În acest context, posturile noastre regionale și-au păstrat poziția de lider în mediul rural, deși au avut cu aproximativ 7% mai puțini ascultători decât în urmă cu un an.

Radio România Actualități și-a menținut același număr mare de ascultători în zonele rurale, în timp ce Antena Satelor a coborât cu 66.000 sub vârful de audiență înregistrat în primăvara lui 2007 (dar a rămas relativ aproape de Europa FM și Kiss FM). Deși în ușoară scădere față de anul precedent Radio România deține în continuare 70% din publicul rural (3,25 milioane de ascultători).

III. Concluzii

Radio România Actualități a fost întotdeauna lider la nivel național, la fel cum audiența cumulată a Radio România în mediul urban nu a fost niciodată depășită de vreun post comercial. În ciuda faptului că au apărut posturi private puternice, care funcționează de 8-10 ani sau chiar mai mult. Treptat însă, acestea au câștigat o mare parte din publicul urban și, implicit, supremația pe aceste piețe. La sfârșitul anului 2008, nu corporația în ansamblu, ci unul dintre posturile sale (Radio România Actualități) redevine lider de audiență atât la nivel urban cât și în București (păstrând și o cotă semnificativă în mediul rural), în timp ce posturile regionale domină în continuare zonele rurale.

În 2008, creșterile de audiență ale posturilor Radio România au fost înregistrate mai ales în ceea ce privește cotele de piață, și mai puțin pe seama numărului de ascultători, întrucât numărul total al ascultătorilor de radio a scăzut în ultimii ani. Mărirea cotelor de piață s-a realizat în special pe baza extinderii timpului de ascultare, ceea ce înseamnă că produsele radioului public, cu modificările editoriale operate în ultima perioadă, au fost în mai mare măsură pe placul publicului său fidel.

Nu poate fi trecut cu vederea faptul că, în a doua jumătate a anului 2008, Radio România a derulat cea mai amplă campanie de comunicare din istoria sa, cu un evident impact pozitiv asupra imaginii și audienței postului public. În acest fel, Radio România a reușit să aplice cu succes una din rețetele marketingului modern:

îmbunătățirea a produsului (editorial) trebuie susținută permanent printr-o promovare puternică a acestuia.

Ca urmare a analizei audiențelor zilnice ale programelor se pot desprinde câteva concluzii suplimentare. În momentul de față, Radio România are câteva produse de succes și anumite tronsoane orare în care își depășește toți competitorii:

- Programul de dimineață al Radio România Actualități (6.00-9.00);
- Programele de după-amiază ale Radio România Actualități (din perioada de *drive time*, 17.00-20.00);
- Programele de după-amiază ale radiourilor regionale (din perioada de *drive time*, 17.00-20.00).

Consolidarea unui public fidel este întotdeauna prima etapă în cadrul oricărei strategii de creștere. Însă obiectivele pentru etapele următoare trebuie să vizeze 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 (în paralel cu 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.).

În momentul de față, SRR se află cel mai probabil în faza de tranziție de la etapa de fidelizare a publicului său spre etapa de atragere a unui public nou. Pentru unele posturi ale corporației se lucrează deja pe cele două direcții de acțiune menționate mai sus. Continuarea și extinderea acestor activități trebuie să urmărească într-un mod mai sistematic următoarele puncte:

- Modificarea unor produse/programe pe baza datelor furnizate de sondajele de audiență sau de cercetările calitative (de ex. modificările de grilă sau de conținut ale unor programe ale Radio România Actualități în ultimele luni);
- Stabilirea și respectarea strictă a formatelor muzicale, cu tot ceea ce implică acest lucru, de la alcătuirea și înprospătarea periodică a *play-list*-ului, până la construirea unui *sound* specific pentru fiecare post;
- Lansarea unor produse noi (de exemplu, noile produse în FM ale posturilor regionale sau noi posturi *on line*, cum este Radio Kids);
- Promovarea pe post a produselor noi (autopromovarea): promo-uri noi pentru orice produs/program nou, difuzarea acestora după scheme bine stabilite, formate unitare pentru toate promo-urile unui post (inclusiv voce, jingle etc.), promovarea încrucișată între posturile corporației, "construirea" vedetelor și promovarea lor pe post;

- Promovarea externă prin campanii axate pe produse;
- Susținerea latentă și permanentă pe care trebuie să o ofere campaniile de imagine ale Radio România în ansamblu.

Dacă schimbările editoriale și cele din domeniul marketing/comunicare vor reuși să ducă la creșterea semnificativă a numărului mediu zilnic de ascultători (*daily reach*) vom avea argumente solide pentru a susține că într-adevăr Radio România s-a înscris pe o tendință de creștere durabilă a audienței.

PARTEA A II-A - ACTIVITATEA DEPARTAMENTALĂ

PRODUCȚIA EDITORIALĂ

Creșterea calității produsului editorial, pentru a răspunde în cât mai mare măsură misiunii de serviciu public, rămâne principala țintă 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

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

specificității programelor: generaliste, culturale, muzicale, în limbile minorităților, regionale, locale, pentru zona rurală, pentru tineret, pentru străinătate.

Posturile de radio publice naționale și regionale au continuat și în 2008 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 posturile comerciale, 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 a fi purtate 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, din păcate, viciază, din ce în ce mai des și mai grav, 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, valori 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.

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 interne și externe, devenind un jucător activ pe piața media.

Radio România Actualități și Radio România Internațional în limba română și dialectul aromân au devenit **parteneri privilegiați pentru producția posturilor comunitare din țară, din jurul țării și din emigrație**. În același timp, Radio

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

România s-a integrat în diverse proiecte audio din regiuni ale Europei sau la nivel continental.

Anul editorial a fost marcat de alegerile locale și parlamentare din România, jocurile olimpice, alegerile prezidențiale din Statele Unite, aniversarea SRR, Anul European al dialogului intercultural, precum și de programele speciale pentru Paști, perioada estivală, 1 Decembrie, Crăciun și Anul Nou.

La capitolul „noi produse”, Radio România a lansat un nou post pe internet, dedicat integral copiilor – **KIDS RADIO**. În ultimele ședințe ale Comisiei de Programe și în cursul discuțiilor pentru evaluarea managementului din subordine s-au prefigurat proiectele unor noi produse pentru internet: teatru la microfon, sport, muzică populară, jazz, operă și operetă, care vor fi realizate de Radio3Net în parteneriat cu posturile naționale și redacțiile de specialitate.

Comisia de Programe este un cadru foarte bun pentru lansarea, dezbateră și punerea în practică a unor proiecte editoriale și organizatorice strategice. În perioada analizată, au fost stabilite și difuzate „**standardele jurnalistice**”; s-au elaborat proceduri pentru „**asigurarea calității limbii vorbite**” (română, maghiară, germană etc.) la Radio România; s-au dezvoltat linii de promovare a **muzicii tradiționale** la Radio România Actualități, Radio România Cultural, Antena Satelor și Radio România Internațional; se dezvoltă programe pentru **diseminarea informației economice și financiare** la Radio România cu parteneri strategici cum sunt Banca Națională și comunitățile oamenilor de afaceri.

Tot în cadrul Comisiei de Programe se dezvoltă proiectul „coșului comun de informații” la Radio România și proiectul „**Radio România on line**”, care sperăm că vor putea fi finalizate în primul semestru al anului 2009.

Odată cu adoptarea „Grilelor standard de programe septembrie 2008 - septembrie 2009” s-au creat premise pentru consolidarea liniei de informație (buletine de știri, jurnale, emisiuni de dezbateră) la Radio România, liniile de programe din **prime-time** (6.00-10.00 și 18.00-19.00) și din **drive-time** (16.00-18.00). Intervalul 10.00-13.00 a primit un **format de însoțire**, bazat pe informații de interes pentru publicul activ.

O reorganizare cu bune rezultate de audiență au suferit și programele din zilele de sâmbătă și duminică. Radio jurnalele conțin acum rubrici meteo și sport integrate, pe lângă consacratele reviste ale presei, iar cel de la ora 10.00 o revistă a presei economice. Realizarea lor este unitară și se poate observa aplicarea conceptului „work in progress”. De la 1 noiembrie, a fost introdus „Jurnalul de prânz”, care urmează să primească o replică, în 2009, prin difuzarea „Jurnalului de seară” care va înlocui emisiunea „O zi într-o oră”. Se definitivează astfel o linie de informație calificată, cu patru jurnale dimineața, un mare jurnal la prânz, un mare jurnal seara și un talk show la sfârșitul zilei.

Dacă 2008 a consemnat **revitalizarea reportajului** la Radio România, ca gen jurnalistic specific postului public, cu rezultate excepționale, 2009 va fi dedicat

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

consacrării documentarului, ca gen jurnalistic pe care numai posturile publice puternice îl realizează.

Ca evenimente editoriale, se prefigurează alegerile euro-parlamentare și prezidențiale, festivalul George Enescu și lansarea proiectului „După 20 de ani” (România și lumea la două decenii de la schimbările din 1989).

O noutate pentru mentalitatea SRR și pentru piața audio din România a fost **organizarea unei rețele de parteneriat cu posturile private locale și comunitare** preluate de la fostul BBC în limba română. Parteneriatul funcționează și se extinde, deoarece în luna decembrie s-au alăturat stații care nu făceau parte din rețeaua BBC.

În această primăvară vom continua contactele pentru a câștiga și alți parteneri din toate regiunile țării, o schimbare majoră a strategiei SRR, care dorește să ofere oferi emisiuni informative cât mai multor locuitori.

Datele cercetării de audiență din 2008 au constatat o cotă de piață în creștere a posturilor Radio România. Cercetarea exclusivă pentru audiența în urban a dizolvat o prejudecată înrădăcinată și anume că Radio România ar fi lider numai în spațiul rural.

Politica editorială din ultimii trei ani și jumătate a dat roade, Radio România obținând un bun echilibru – se menține lider în rural dar obține pentru prima dată conducerea și în urban.

A. Radio România Actualități

Anul 2008 a fost anul unei poziționări pe piața radio ca un „radio pentru familie”. Astfel, produsele de notorietate ale postului au fost redimensionate pentru a oferi publicului un companion pe tot parcursul zilei, oriunde s-ar afla. Segmentarea pe publicul urban a fost respectată în continuare la nivelul politicii editoriale, dar prin definirea ca un post pentru familie, RRA și-a onorat statutul de post public cu anvergură națională, punând în valoare produsele unicat pe piață cum ar fi teatrul radiofonic sau emisiunile tematice.

Aceste ajustări și noua filosofie la nivelul abordării au păstrat postul pe primul loc la nivel național, atât în rural, cât și în urban.

În 2008 RRA a urmărit cu precădere relansarea unor produse de referință pentru formatul și notorietatea postului, prin ajustări editoriale continue care să mențină poziția de lider la nivel național. Schimbările editoriale și eforturile de promovare au avut ca obiective:

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

- respectarea, conform legii, a misiunii de a informa, a educa și a relaxa ascultătorii prin formate jurnalistice și tipuri de informații care să acopere o cât mai mare arie de preferințe;
- adaptarea conținutului programelor la agenda urbană (fără a renunța la cea privind comunitățile rurale), dar și la agenda familiei și găsirea unor noi modalități de a interacționa cu publicul;
- obținerea unor consolidări și creșteri durabile de audiență;
- corelarea eforturilor editoriale cu cele de promovare, în contextul în care anul 2008 a adus o schimbare a identității vizuale a postului corelată cu o campanie de imagine la 80 de ani a radioului public.

RRA se definește, astfel, ca:

- un post public de informare de interes național, cu un format generalist îndreptat spre tot ceea ce înseamnă valori ale familiei;
- având acoperire națională în FM și UM, digital, pe satelit și prin internet;
- dispunând de o rețea de surse în București, în țară și în marile capitale ale lumii;
- având o poziție puternică pe piața radio;
- utilizând standarde profesionale ridicate și responsabilitate față de public.

Politica editorială a urmărit tratarea informației și difuzarea elementelor educative și de divertisment prin următoarele formate:

- acoperirea informațiilor în regim de actualitate prin **formate de știri** (Radiojurnale și știri din oră în oră), **formate de tip news and current affairs/dezbateri, formate dedicate activității instituțiilor statului conform legii** (*Antena partidelor parlamentare, Parlamentul în direct*, acoperirea campaniilor electorale);
- oferirea de informație publicului activ din România în radioprogramele zilnice – fluxuri de informații și știri;
- emisiunile tematice sau formatele dedicate oricărui membru al unei familii din România (aparținând majorității, minorităților etnice, cât și familiilor mixte) – de la nepoți până la bunici – au fost reprezentate prin emisiuni culturale, de divertisment, teatru radiofonic (de la comedie la teatru pentru copii);
- au fost susținute și formatele dedicate persoanelor cu dizabilități, emisiunile religioase, iar programul *Ora Armatei* și-a găsit o exprimare editorială mai flexibilă prin formate scurte și adaptate editorial la noile obiceiuri de ascultare;
- din toamna anului 2008, RRA a introdus și un radiodesign unitar pentru cele 24 de ore de emisie, prin care s-a urmărit înlăturarea fragmentării și recognoscibilitatea postului;
- autopromovarea a urmărit, de asemenea, informarea constantă și de o manieră activă a publicului despre oferta editorială.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

RRA a urmărit, prin politica sa editorială, să adapteze în continuu produsele sale în funcție de așteptările publicului, cu predilecție pentru populația matură, activă, în special din mediul urban și corelarea cu activități de promovare pentru a crește notorietatea postului. Aceste obiective au fost puse în pagină mai ales prin fluxurile zilnice de actualitate și muzică.

Grila Radio România Actualități lansată în toamna anului 2008 a urmărit câteva puncte strategice în ceea ce privește formatul postului:

- consolidarea tronsoanelor de **prime time** și **drive time** prin mărirea cu o oră a radioprogramelor care acoperă aceste tronsoane orare, respectiv **Matinal** și **Obiectiv România**. În paralel, s-a urmărit și reconfigurarea componentei informative a acestor radioprograme.

Matinalul, împreună cu edițiile de week-end, rămâne principalul radioprogram al postului, lider de piață pe tronsonul său orar, atât la nivel național, cât și la nivel urban, și a continuat, la nivelul abordării editoriale, crearea unui stil RRA în acord cu agenda publicului urban.

Emisiunea **Obiectiv România** a reconfigurat componenta informativă, punând accent pe informația importantă, utilă, interesantă și pe „împachetarea” ei în formate jurnalistice flexibile exprimate în forme moderne. De asemenea, formatul a permis relansarea reportajului ca format jurnalistic „de substanță” prin proiectul **Reporter Special Obiectiv România**. Din grila din toamnă acest tip de reportaj special este anunțat printr-o variantă mai scurtă încă din emisiunea **România Împreună**, devenind astfel un subiect „marca RRA” pentru ziua respectivă;

- consolidarea, în intervalul 10.00-13.00, a unui format de însoțire (*România Împreună*) prin crearea unor repere orare fixe pentru știrile din trafic și cele meteo (informații de interes pentru publicul activ).
- din noiembrie a fost introdus un nou spațiu de news and current affairs - **Jurnalul de prânz** - care a integrat într-un context mai potrivit și prima dezbatere a zilei la Radio România Actualități. *O zi într-o oră* – practic, Jurnalul de seară al RRA – a rămas un format de sinteză a principalelor evenimente ale zilei, iar spațiul de după Radiojurnalul de la ora 22.00 până la ora 23.00 a devenit un format de **talk-show** dedicat problematicei politice și social-economice interne și internaționale;
- sâmbăta de dimineață a fost introdus un radioprogram de divertisment de trei ore cu un titlu care să susțină sloganul postului: **D'ale casei**.
- **Clubul campionilor**, a creat un spațiu radiofonic potrivit pentru un produs foarte apreciat: transmisiile de la meciurile de fotbal.

Creșterea gradului de interactivitate a fost posibilă prin utilizarea noilor tehnologii: utilizarea SMS-urilor în emisie, dar și prin susținerea unor concursuri pe teme de cultură generală, cu un rol activ în promovarea produselor postului.

Acoperirea competițiilor sportive

- **Campionatul European de fotbal** - transmisiuni directe de la meciurile jucate de naționala României, precum și de la semifinalele și finalele competiției;
- **Olimpiada de la Beijing** a fost acoperită în regim de actualitate cu știri din oră în oră și prin jurnale olimpice S-au difuzat și două fluxuri de emisiuni specializate produse și transmise de la Beijing: **Ziua și evenimentul. Jocurile Olimpice 2008** și **K DRANE Olimpice**. Toate aceste informații au însemnat aproximativ 3200 de minute de emisie.
- Transmisiunile în direct ale meciurilor de fotbal ale Ligii I, meciurile echipei naționale și cele ale echipelor de club în cupele europene

Evenimente. Campanii

- Prin continuarea și redimensionarea proiectului „**Folk fără vârstă**” s-a urmărit creșterea notorietății postului în rândul tinerilor prin susținerea muzicii românești de calitate, dar și descoperirea și stimularea talentului acestora;
- Prin proiectul social „**Nu sta deoparte**” s-a încercat activarea dialogului autorități-cetățeni în comunitățile locale;
- Proiectul „**80 de ani de muzică în 80 de ani de radio**” a culminat la 1 noiembrie 2008 cu anunțarea clasamentului celor mai frumoase melodii românești difuzate vreodată la radio.

În plus, activitatea editorială a urmărit și acoperirea în flux continuu și prin formate jurnalistice specifice a tuturor evenimentelor importante ale actualității:

- campaniile electorale pentru alegerile locale și pentru cele parlamentare – au fost acoperite prin rubrici și emisiuni dedicate, conform legii;
- „**zile speciale**” prin care s-a urmărit inserarea firească în programele postului a relatărilor, transmisiunilor și rubricilor speciale dedicate următoarelor zile: *1 Iunie – Maraton electoral local; 1 Noiembrie – Ziua porților deschise la Radio România Actualități, ziua ascultătorilor noștri; 30 Noiembrie – Maraton electoral; Alegeri parlamentare 2008; 1 Decembrie – Ziua Națională a României.*

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

Odată cu lansarea grilei de toamnă a fost introdus și un nou sound și o manieră mai eficientă de autopromovare:

- pachetul sonor de elemente de identificare a postului și a programelor a fost regândit într-o manieră unitară, astfel încât s-a ajuns la un radiodesign coerent;
- materialele de autopromovare au fost de asemenea gândite unitar, pentru a da posibilitatea ascultătorului nu numai să se informeze în legătură cu produsele

postului, dar să și găsească acele elemente de atracție ale unei emisiuni de o manieră originală.

La nivelul reformelor structurale, în anul 2008, în conformitate cu formatul postului, s-a consolidat managementul prin proiecte ca o formă modernă și eficientă de lucru.

Rețeaua de corespondenți interni a fost reconfigurată ca structură pentru eficientizarea fluxului de lucru, astfel încât să-și respecte misiunea de a reflecta 24 de ore din 24 actualitatea din România.

Activități de comunicare și promovare

- campania **Radio România – 80 de ani** a însemnat, în principal, susținerea evenimentelor corporației prin acoperire jurnalistică și promovarea acestora;
- strategii mai eficiente pentru încheierea de parteneriate prin introducerea unor noi criterii: importanța evenimentului/partenerului, posibilul profit de imagine pentru RRA etc.
- au fost încheiate mai multe contracte de sponsorizare prin care au fost organizate concursuri de fidelitate în vederea promovării principalelor emisiuni – *Matinal*, *România Împreună* și *Obiectiv România*.

În concluzie, miza anului 2008 a fost îmbunătățirea produselor jurnalistice pentru a acoperi agenda publicului din mediul urban și pentru a susține poziționarea pe piață ca un radio pentru familie.

B. Radio România Cultural

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

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

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.

Prin urmare, s-a constatat că este necesară întinerirea profilului ascultătorului în special prin vizarea segmentului 20-29 și 30-40 de ani.

Reforma internă și activitățile cu impact la ascultători au vizat:

Grilele de programe

Pentru realizarea grilei standard de programe 2008-2009 au fost luate următoarele măsuri:

- a. au fost actualizate și perfecționate criteriile pentru evaluarea proiectelor de emisiuni noi solicitate în cadrul unui concurs de proiecte;
- b. au fost solicitate proiecte de emisiuni și rubrici pentru evaluarea lor prin concurs. S-a urmărit, astfel, continuarea politicii de programe care a fost inițiată în urmă cu 3 ani, respectiv de a construi linii de programe pentru toată săptămâna lucrătoare (luni-vineri), de a asigura o continuitate de ascultare și a micșora gradul mare de fragmentare a grilei de programe. Alte obiective ale selecției de proiecte au fost valorificarea fonotecii culturale a Radioului, programarea la ore mai adecvate a unor linii de emisiuni (linia literară) ș.a., luându-se în considerație tendințele actuale, europene, dar și particularitățile românești, pentru construirea grilei postului.

Acoperirea editorială a actualității culturale

O preocupare constantă a ultimilor ani a constituit-o reflectarea în programele RRC a actualității culturale naționale și internaționale, cu deosebire a celei europene (dar nu numai). În ceea ce privește viața culturală din țară, aceasta s-a realizat fie prin mijlocirea studiourilor regionale ale SRR, fie prin deplasări ale jurnaliștilor Radio România Cultural la evenimente. Nu în ultimul rând, Radio România Cultural a început să-și dezvolte mai susținut o rețea proprie de corespondenți în țară.

Au fost realizate totodată corespondențe culturale din străinătate (Paris, New York, Orientul Apropiat etc.).

În buna sa tradiție, Radio România Cultural a transmis concerte și spectacole de mare valoare: Gala UNITER, Festivalul de la Bayreuth ș.a., contribuind cu mijloacele sale specifice la succesul acestor evenimente la nivel național.

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

- Carnavalul de la Veneția, care s-a bucurat de o consistentă participare a artiștilor din România;
- Festivalul de film de la Berlin, Festivalul de film de la Cannes, a VII-a ediție a Festivalului Internațional de Film Transilvania TIFF – Cluj-Napoca;
- 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.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Actualitatea culturală a fost acoperită prioritar în emisiunile din *prime time* (*Espresso*, *Oaza de muzică*, *Texte și pretexte*, *Timpul prezent*, *Știința în cuvinte potrivite*, *Expresul de seară*) prin cele cinci ediții zilnice ale buletinului de știri culturale.

Pe parcursul lui 2008, a existat la Radio România Cultural o preocupare constantă pentru ilustrarea interculturalității, care a fost tema esențială a anului (2008 – Anul internațional al dialogului intercultural). Această acoperire editorială s-a realizat prin diferite materiale de la evenimente în cadrul emisiunilor de actualitate, reluate pe larg în alte emisiuni.

În anul 2008 a existat o tendință susținută pentru realizarea unor proiecte de site-uri și bloguri ale postului, cu scopul de a da noi forme de vizibilitate pentru RRC, de a mări audiența postului prin adăugarea traficului de vizitatori pe Internet și de a promova produsele proprii, cu deosebire emisiuni. Astfel, s-a lucrat intens la site-ul **nobel.radiocultura.ro**, a fost realizat **blogul complex al emisiunii Noua revistă vorbită**, **nrv.radiocultura.ro**, a fost realizat conceptul portalului care găzduiește toate aceste site-uri și bloguri, **radiocultura.ro**, a fost realizat portalul **romaneste.radiocultura.ro**, cu rolul de cultivare a limbii române – în prezent, acesta aflându-se în stadiul finalizării.

Promovarea și vizibilitatea mediatică a Radio România Cultural

Promovarea emisiunilor noi și a grilelor noi de programe s-a realizat atât pe post, cât și în cotidienele mari și în periodicele culturale - și totodată prin calendare, obiecte inscripționate, afișe ș.a. Au fost totodată încheiate parteneriate cu manifestări și instituții de prestigiu (Institutul Cultural Român, Filarmonica „George Enescu”, Teatrul Bulandra, Festivalul Internațional de teatru de la Sibiu etc.), care au avut efectul multiplicării imaginii postului Radio România Cultural la evenimente dintre cele mai diverse.

S-au organizat evenimente ale postului Radio România Cultural: dintre care se remarcă tradiționala **Gală a Premiilor Radio România Cultural pentru anul 2007 (desfășurată în martie 2008)**, ce a reunit personalități de marcă din diferite domenii.

C. Radio România Muzical „George Enescu”

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

Emite nonstop prin rețea terestră acoperind 25% din teritoriul țării, prin satelit, în sistem T-DAB (digital) exclusiv în București, prin Internet.

Priorități ale politicii editoriale

Atragerea și fidelizarea unor noi segmente de vârstă (ascultători tineri) a constituit o provocare permanentă și a determinat schimbări în consecință ale grilei de program 2008-2009:

- crearea în premieră a două tronsoane de emisiuni live: matinalul „Musica viva”

(7.15-9.00) și fluxul „Drive-time” (18.10-19.00) – cu informații de actualitate și o paletă muzicală ce acoperă întreaga arie stilistică promovată de Radio România Muzical;

- inițierea de emisiuni care promovează istoria și activitatea muzicală a celor mai importante centre culturale ale țării: Cluj, Iași, Timișoara, București etc. și a orașelor lumii cu bogată tradiție culturală;
- îmbogățirea paletelor de emisiuni dedicate inițierii și educării diverselor categorii de ascultători: „Lección micului meloman” (segmentul 4-8 ani); „Povești pe note” (9-15 ani); „Muzica – o biografie” (peste 16 ani).

Pe parcursul anului 2008, *Radio România Muzical* a derulat 3 proiecte editoriale și de promovare menite a contribui la informarea, formarea și educarea publicului ascultător, dar și la creșterea vizibilității și notorietății postului:

1. Stagiunea itinerantă prin școli și grădinițe bucureștene a emisiunii – spectacol „Lección micului meloman” (proiect deschis astfel unui număr mult mai mare de copii, dar și cadrelor didactice din învățământul preșcolar și primar);
2. „Radio România Muzical prezintă Filarmonicile României” (proiect ce are ca scop popularizarea activității curente a celor mai importante instituții muzicale ale țării, prin transmisia live a evenimentelor din stagiunile de concerte);
3. „Stagiunea tinerilor muzicieni” (serie de concerte și recitaluri desfășurate în parteneriat cu TVR Cultural și Universitatea Națională de Muzică București, având ca obiectiv promovarea celor mai valoroase talente ale tinerei generații de artiști).

Aniversarea a 8 decenii de existență a Radioului public a fost marcată la Radio România Muzical prin două cicluri de emisiuni care au sintetizat cele mai importante momente ale istoriei muzicale a instituției: **„80 de ani de radiofonie muzicală românească”** (pagini din istoria emisiunilor muzicale radio, mărturisiri ale personalităților culturale care au colaborat la Radio România, evenimente muzicale, înregistrări intrate în Fonoteca de Aur); **„Opera pe podiumul de concert”** cu dirijori ai Formațiilor Muzicale Radio – Ludovic Bacs, Carol Litvin, Iosif Conta (interviuri și mărturii din Fonoteca de Aur).

Activitatea de schimburi muzicale internaționale în cadrul Uniunii Europene de Radio

Preocuparea Radio România Muzical „George Enescu” de implicare cât mai susținută în proiectele propuse de UER/EBU și de reflectare a celor mai reprezentative evenimente ale sale în programe și schimbul de oferte a constituit o altă dimensiune a politicii de programe în 2008.

Dintre cele 125 de transmisiuni directe realizate în genurile simfonic, cameral, vocal-sinfonic și jazz sunt de menționat: Concertul de Anul Nou de la Viena, concerte din stagiunile celor mai prestigioase ansambluri europene (Orchestra Națională a Franței, Ansamblurile BBC, Orchestra Radiodifuziunii Daneze, Orchestrele Simfonice ale Radiodifuziunilor Germane), concerte din marile festivaluri europene (Festivalul BBC Proms, Festivalul de la Salzburg, Festivalul Muzicii de cameră de la Delft – Olanda), serii de concerte tematice (seria „Beethoven” de la Teatrul „Champs-Elysées” din Paris, Stagiunea Orchestrei Elveției Italiene la Palatul Culturii și

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Congreselor de la Lugano, seria „Lunchtime Concerts” - BBC); interviuri cu personalități ale lumii muzicale: Roger Wright – noul director al Festivalului BBC Proms, dirijorii Marek Janowski, Riccardo Muti, Leonard Slatkin, pianistul Bernd Glemser, violoniștii Julia Fischer și Frank Peter Zimmerman, violoncelistul Gautier Capucon etc.

În 2008, Radio România Muzical a transmis 55 de oferte de programe către UER/EBU, însumând 2990 minute de muzică dintre care 75% - genurile simfonic, cameră, coral, operă, vocal-sinfonic, 9% - genurile jazz și world music, 16% - muzică contemporană.

În acest schimb de oferte au fost promovate concertele Formațiilor Muzicale Radio, evenimentele muzicale organizate de SRR, tinerii interpreți, creația națională, înregistrări de valoare din Fonoteca Radio.

De asemenea, Radio România Muzical a participat la proiecte speciale ale UER: seria „A la carte” (prin concerte ale Orchestrei Naționale Radio); competiția „Concertino Praga”(oboistul Alexandru Păvăloiu și flautista Teodora Alexandrescu); concursul „New Talents” – Bratislava (violoncelista Mădălina Tudose și baritonul Yuriy Tsiple – calificat în semifinala concursului); Orchestra de jazz de tineret a UER (pianistul Alexandru Racoviță); EBU Folk Music Easter Project 2008; EBU Folk Music Christmas Project 2008; Proiectul „Ocora” al Radio France (înregistrări ale lui Grigore Leșe).

În același context trebuie menționate transmisiunile directe de la Metropolitan Opera House din New York (9 spectacole de operă), Scala din Milano, Opera de Stat din Viena; Festivalul Wagner de la Bayreuth (3 transmisiuni directe și 4 retransmisii), ciclul „Virginia Zeani – Tribut lui Puccini” cu participarea extraordinară a sopranei Virginia Zeani, a renumitului cuplu Angela Gheorghiu – Roberto Alagna, a baritonului Nicolae Herlea, a MS Regina Ana a României și a ASR Principele Radu, cât și prezentarea a 11 opere în primă audiție radiofonică în România.

Activitatea Radio România Muzical, și implicit a SRR, în cadrul Uniunii Europene de Radio a fost deosebit de apreciată în cadrul structurilor acestui organism european, doi dintre membrii postului fiind aleși, în 2008, în grupurile de lucru ale UER:

- Grupul de Cultură (Liliana Staicu, Redactor-șef RRM);
- Grupul Inginerilor de contact (ing. Paul Pop, Șef serviciu tehnic RRM - ales vicepreședinte al acestui grup).

Activitatea de înregistrări speciale pentru îmbogățirea Fonotecii Radio

Ca parte a Radioului public, Radio România Muzical și-a asumat rolul de conservare a valorilor momentului prin realizarea de înregistrări speciale în studiourile SRR, acordând prioritate creațiilor românești reprezentative și primelor audiții (240 de minute), tinerilor interpreți în curs de afirmare (120 de minute), valorilor școlii muzicale românești (160 de minute), versiunilor românești de referință (100 de minute), proiectelor speciale RRM (35de minute).

Acoperirea editorială a actualității muzicale

Reflectarea actualității vieții muzicale naționale și internaționale a continuat să fie, și pe parcursul anului 2008, una dintre prioritățile editoriale ale RRM și a fost realizată prin comentarii, relatări, înregistrări de la evenimente al căror partener media a fost RRM

D. Antena Satelor

Comandamentele editoriale ale postului Antena Satelor s-au axat și în anul 2008 pe cei **trei piloni ai politicii editoriale** a postului: o diversă și țintită paletă informativă, promovarea valorilor tradiționale și o bogată ofertă de programe de divertisment. Totodată, au fost extinse modalitățile de adaptare la cerințele ascultătorilor.

Pentru câștigul de credibilitate în oferta informativă postul a extins sursele primare de informare, încheind parteneriate cu organisme guvernamentale implicate în derularea de proiecte în mediul rural. Mai mult, în programe **au fost difuzate săptămânal corespondențe de la Bruxelles, de la europarlamentari români, care au prezentat măsurile adoptate la nivelul Comisiei de agricultură a UE.**

De asemenea, în linii generale, a fost adaptat conținutul tuturor programelor la particularitățile activităților specifice anotimpurilor și la obiceiurile de ascultare ale grupurilor-țintă.

Dintre elementele de noutate din grilele de programe ale anului 2008, menționăm:

- a fost creată emisiunea **Vrem să știi**, ce-și propune să rezolve problemele ascultătorilor în relațiile lor cu reprezentanții ai instituțiilor statului;
- documentarul radiofonic **Vorbește-mi despre satul tău**, care-și propune o imagine corectă a satului românesc prin radiografierea acestuia în plan economic, social și cultural;
- emisiunea de dezbatere **Fermier european**, care pune față în față fermieri și autorități chemate să răspundă problemelor aflate în discuție.
- *Fonoteca de Aur – memoria unei arhive sonore*, emisiune ce a adus în actualitate, pe firul timpului, documente sonore și mărturii radiofonice despre emisiuni și înregistrări de muzică populară care au făcut istorie, ascultătorii putând redescoperi și prețui tezaurul cultural pe care îl deține Radioul public;
- *Povestea unei vieți. Povestea unui radio* a adus în prim-plan poveștile simple de viață ale unor români născuți în mediul rural și care au vârsta Radioului, 80 de ani;
- *80 de ani de radio, 80 de ani de emisiuni pentru săteni*. Sub acest generic a fost prezentată istoria emisiunilor pentru sate, valorificând sursele documentare din arhiva scrisă și vorbită, inclusiv prelegerile despre agricultură și viața rurală ținute de mari personalități, de la începuturile radioului până astăzi;
- Antena Satelor s-a implicat în campania electorală pentru alegerile locale și

parlamentare, prin realizarea de emisiuni de dezbatere, optând pentru soluția deplasării la fața locului, în județele repartizate, a unei echipe a postului, pentru realizarea emisiunilor.

- postul a mediatizat în continuare campaniile sociale la nivel național („Păstrați apele curate”, „Violența în familie”, „Sănătatea publică” ș.a.), difuzând spoturi și realizând emisiuni tematice.

Un succes deosebit l-a avut manifestarea complexă „**Radio România 80**” desfășurată în localitatea Nufăru din județul Tulcea, acolo unde Antena Satelor a organizat o zi plină de activități (spectacol folcloric, întreceri sportive, dezbateri, participare la slujba de sfințire a unei biserici, întâlniri ale realizatorilor de emisiuni cu ascultătorii lor), la care au fost implicați marea majoritate a locuitorilor comunei.

A continuat campania de promovare „**Caravana Antena Satelor**”, prin asocierea la manifestări existente ale unor comunități locale, instituții centrale, asociații profesionale, firme cu renume din domeniul agriculturii.

Antena Satelor s-a implicat în organizarea unor evenimente importante din viața unor comunități rurale (ziua comunei respective, sărbătoarea recoltei, întâlniri cu fiii satului).

E. Radio3Net „Florian Pittiș”

Strategia, structura programelor și activitatea Radio3Net „Florian Pittiș” respectă obligațiile firești de informare, formare/educare, acces la cultură, divertisment, promovarea SRR și promovarea imaginii României în lume și se materializează în cele nouă domenii de activitate:

- Emisia live**, 24h din 24, cu tronsoane de trei ore (sau multiplu de 3), în care legătura cu ascultătorii/utilizatorii (interactivitatea) se face instantaneu, prin chat;
- 3Net TV** (varianta beta) - colecții de documente video;
- 3Net Music** - cel mai mare depozit audio online din lume (peste 400.000 de melodii ce se pot asculta gratuit, însoțite, în mare parte, de videoclipuri și versuri);
- Link**-urile (în sprijinul ascultătorilor/utilizatori), pentru ca orice doritor să obțină toate informațiile cerute direct de la sursă;
- 3Net On Demand Media Library** - colecție de materiale text, audio, video, foto ce pot fi utilizate gratuit de orice vizitator al portalului;
- Zona colaborativă** - servicii interactive specifice Web 2.0 (chat, blog, forum);
- 3Net Kids Zone** (varianta beta) - zona de portal dedicată copiilor. Conține un site dedicat produsului SRR “Noapte bună, copii!”, jocuri flash, precum și un server de Counter Strike 1.6, joc mass multiplayer online;
- 3Net Cultura** - conține site-uri utilitar-informative dedicate unor personalități marcante ale culturii (Mircea Eliade, George Enescu, Wolfgang Amadeus Mozart, Florian Pittiș etc.), precum și o bogată colecție de piese de teatru audio-video și teatru la microfon;
- 3Net Live Streams** - transmisii alternative de la evenimentele unde Radio3Net

„Florian Pittiș“ este organizator sau partener.

Realizări 2008

A fost lansat postul online pentru copii Kids Radio.

În momentul de față, serviciile oferite de www.kidsradio.ro sunt următoarele:

- emisie 24/24, 7/7, din care 4 ore pe zi cu moderatori în studio;
- transmisie video live 24/24, din studioul Kids Radio;
- blog-ul Kids Radio (peste 1000 de useri înregistrați);
- canalul de chat #kidsradio, unde se dezbat temele propuse de realizatorii emisiunilor și/sau teme propuse de ascultători/ utilizatori, de interes pentru această categorie de vârstă;
- colecție de povești pentru copii (aproape 1000 de entry-uri);
- colecție de materiale video dedicate copiilor (teatru pentru copii, teatru de păpuși, spectacole etc.);
- colecție de jocuri pentru copii;
- **a fost implementată Platforma Video News**. Această zonă de site atrage zilnic peste 9.000 de utilizatori unici, în peste 35.000 de sesiuni;
- **a fost lansată 3net Hits** – o platformă muzicală ce conține cele mai bune piese ale tuturor timpurilor;
- **a fost lansat site-ul Colinde, tradiții, obiceiuri de iarnă**;
- în cooperare cu Editura Casa Radio, **au fost postate spre ascultare pe Radio3Net colecții de discuri**, dintre care amintim „Integrala Caragiale” și s-au realizat link-uri către sistemul de achiziții online oferit de site-ul Editurii;
- **a fost realizat un site în site dedicat, Olimpiada 2008**;
- **a fost îmbogățită Galeria Audio** cu peste 700 de albume noi, păstrându-ne în continuare statutul de cel mai mare depozit online gratuit de muzică din lume;
- **au fost filmate, transmise și postate în galeria video evenimente culturale, muzicale, artistice** unde postul a fost partener media (Folk You 4, Electrofish, Concerte Old School, piese de teatru la Casa de Cultură a Studenților etc.);

- a continuat emisiunea **Sala de repetiții**, concept de emisiune TV cu public;
- **au fost filmate, transmise și postate în galeria video evenimente Radio România** (Radio România 80, Gaudeamus, Radio3Net - 4 ani, Ziua Florian Pittiș etc.);
- **a fost îmbogățită colecția Galeriei Video** la aproximativ 400 de înregistrări;
- **a demarat proiectul Radio România Online**, urmând caietul de brand aprobat la nivel de corporație.
- a fost upgradată rețeaua de servere Radio 3Net și Kids Radio;
- a continuat și a fost extinsă colaborarea cu diferite departamente și organizații (Direcția Antidrog a Poliției Române, Salvați copiii!, Oficiul Național pentru Cultul Eroilor, servicii de utilitate publică, de exemplu serviciul de urgență 112, Institutul Cultural Român, CNA etc.);

F. Redacția Informații

În anul 2008, Redacția Informații și-a concentrat eforturile și resursele pe o mai bună adaptare a produselor deja consacrate în preferințele audienței la cerința de serviciu public printr-o aplicare riguroasă a rezultatelor cercetărilor de piață. **În plan editorial, principala preocupare a fost asigurarea libertății de exprimare în condiții de totală independență jurnalistică, dar cu respectarea totală a normelor și legislației de specialitate.**

Fără să neglijeze rigoarea profesională, Redacția Informații a încurajat – la cele două compartimente structurale, Camera Știrilor și Secția Partide Politice, precum și la reporterii acreditați la cele mai importante instituții (Administrația Prezidențială, Parlament, Guvern, Ministerele de Externe și al Apărării Naționale) ori la rețeaua corespondenților în străinătate - abordarea dezinhibată a celor mai importante subiecte și tematici, căutând însă permanent să evite tabloidizarea informației.

Aceasta a făcut ca, inclusiv în condițiile unui an care a încheiat un dublu ciclu electoral – local și parlamentar – sondajele de audiență să confirme și în 2008 faptul că (cităm) „**cei mai mulți dintre ascultători și-au luat informațiile de la Radio România**”, dar și dinamica – constant peste media postului – a programelor de știri.

Căutând continuu aducerea pe post a informației în timp real, **Redacția a mizat pe extinderea surselor de informații și a cooptat corespondenți-colaboratori în cele mai importante capitale europene, ceea ce face acum ca, alături de proprii corespondenți de presă, Societatea Română de Radiodifuziune să dețină cea mai extinsă rețea internațională din presa română, cu 26 de jurnaliști în 19 locații din Europa, Statele Unite și Orientul Apropiat.**

Redacția Informații a continuat să urmărească – în perioadele electorale – subiectele de interes pentru românii de peste hotare, un rol important revenindu-le corespondenților din Italia, Germania, Spania, Franța și Marea Britanie, cărora li s-au adăugat în 2008 Finlanda și Portugalia, în vreme ce, în Republica Moldova, postului tradițional de corespondent i-a fost alăturat un colaborator autohton.

A continuat, în același timp, tradiția trimișilor speciali care au acoperit în direct războiul ruso-georgian sau procesul României cu Ucraina de la Curtea Internațională de la Haga.

Date cumulative ale unor studii de specialitate independente au impus, re-conceptualizarea emisiunilor de știri. La fiecare oră exactă Radioul public oferă acum pachete compacte de informație care conțin, pe lângă actualitatea curentă, date de interes general (meteo, trafic, sport) - actualizate în permanență.

În paralel, Redacția Informații a căutat creșterea vitezei cu care informația prelucrată conform celor mai bune norme jurnalistice și preluată din surse de notorietate să ajungă cât mai puțin alterată la ascultători.

Au fost introduse programe informative noi – precum „Jurnalul de prânz” – care mizează pe combinarea transmisiunilor directe de la cele mai importante evenimente cu analizarea lor imediată de vocile relevante implicate. Emisiunea mizează pe

aducerea în prim-plan a informației nealterate, dar prelucrate conform celor mai bune standarde profesionale și, mai ales, pe capacitatea tehnică și editorială a Redacției de a acoperi concomitent și în condiții optime de transmitere a evenimentelor în derulare.

Echipa s-a străduit să abordeze în concordanță cu cele mai bune norme jurnalistice **alegerile locale și parlamentare care au reprezentat pentru Redacția Informații principalele evenimente editoriale ale anului, necesitând nu doar implicarea totală a jurnaliștilor Secției Partide Politice dar, într-o măsură tot mai mare, pe a celor de la Camera Știrilor** – care au acoperit, pentru prima dată cele două campanii în programele de știri curente – sau corespondenții în străinătate. Au fost depuse eforturi deosebite atât pentru respectarea în totalitate și cu strictețe a prevederilor legale și normelor CNA, cât și pentru acoperirea evenimentele de campanie în special cu informații prelucrate de reporterii proprii.

G. Redacția Muzicală

Strategia editorială a Redacției Muzicale în anul 2008 a avut în vedere următoarele **obiective generale**:

- *consolidarea audienței emisiunilor muzicale realizate pentru posturile SRR cu care colaborează;*
- *promovarea cu prioritate a creației și interpretării românești;*
- *creșterea vizibilității SRR prin concepția și producția unor evenimente muzicale care să aducă un important capital de imagine SRR.*

În funcție de obiectivele generale fixate, au fost stabilite și **obiectivele specifice** derivate din cele generale, apoi modalitățile necesare atingerii acestora.

Consolidarea audienței emisiunilor muzicale realizate pentru posturile SRR cu care colaborează.

Redacția Muzicală și-a construit strategia plecând de la analiza pieței muzicale radio; concluziile s-au concretizat într-o ofertă editorială a cărei prioritate a fost și rămâne valoarea artistică înaintea celei comerciale.

Obiective specifice și modalități de îndeplinire:

- un rol important în consolidarea audienței l-au avut **îmbunătățirea și diversificarea modalităților de prezentare a emisiunilor**, exemple revelatoare în acest sens sunt emisiunile **Musica viva, Interpreți de ieri și de azi, Drive Time** pe Radio România Muzical, **Noaptea RRA, Cocktail SRR – Muzica anilor tăi**;

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

- **inițierea de proiecte** care prin originalitate să atragă public și să creeze capital de audiență: emisiunile **Jocul cu măregele de sticlă** pe Radio România Cultural, **Ascultă, răspunde, câștigă** - Antena Satelor;
- **autopromovarea produselor proprii**, prin parteneriate cu UCMR, Muzeul Național „George Enescu”, Muzeul Național de Artă, TVR 1, TVR 2, National Geographic, Discovery Channel, Jurnalul Național, Editura Nemira.

Promovarea cu prioritate a creației și interpretării românești

Pornind de la menirea instituției, de serviciu public, în anul 2008 Redacția Muzicală și-a canalizat activitatea pe promovarea activă a creației și interpretării românești și poziționarea acesteia în contextul artistic european și mondial.

Obiective specifice și modalități de îndeplinire:

- au fost îmbunătățite și extinse proiectele radiofonice complexe destinate expunerii muzicii românești: **Noaptea șlagărului românesc, Top 2008**, la Radio România Actualități, **Arte Novi, Diaspora muzicală românească, Maeștrii pedagogiei muzicale, Cântece patriotice românești, Lumea și muzica tradițională** la Radio România Cultural, **Nunta la români, Bucuroși de oaspeți**, la Antena Satelor, **Muzicieni români, prezențe europene**, la Radio România Muzical;
- au fost realizate numeroase interviuri cu mari personalități ale muzicii românești din țară și diaspora;
- o atenție deosebită a continuat să fie acordată viitorului muzicii românești, prin promovarea valorilor tineri generații; emisiuni dedicate integral lor, **Muzicieni de azi, muzicieni de mâine – Generația XXI și Quo vadis muzica** la Radio România Cultural, **Portativ.ro** la Radio România Actualități;
- de mare importanță a fost și întărirea relațiilor cu instituțiile muzicale românești prin rubrici și emisiuni destinate în exclusivitate: **Instituții Muzicale din România, Antologia Muzicii românești (RRC), Itinerarii muzicale (RRM)**;
- **creșterea vizibilității SRR prin concepția și producția unor evenimente muzicale care să aducă un important capital de imagine SRR, implicarea Redacției Muzicale prin jurnaliștii săi în evenimente naționale și internaționale** de mare anvergură, fie ca reporteri și corespondenți, fie prin prezența în juriile diferitelor concursuri și festivaluri - **parteneriatele media pe discuri și evenimente**;
- în anul 2008, au fost inițiate și derulate **12 parteneriate media**: pentru lansarea albumelor „Costel” – Costel Busuioc (Sony BMG) „Anotimpul șlagărelor 2” (Media Pro), „Fuego - Colindă la poarta raiului”, „Eșarfa” – Mircea

Baniciu, „Sunt tânăr, Doamnă/Florian Pittiș”, „Aniversare” – Direcția 5, „Hiturile Callatis 2008”, Cătălin Crișan – „Aceștia suntem noi”, Gh. Gheorghiu – „Best of” Margareta Pâslaru - „Bucuria de a cânta” și 2 concerte - Gh. Gheorghiu – „Turneu național” și „Mircea Baniciu și prietenii”;

- *organizarea de spectacole-eveniment și implicarea în evenimente prilejuite de aniversarea celor 80 de ani de radiofonie românească:*

- Gala Premiile Muzicale RRA, ajunsă la a VI-a ediție;
- concertele «Arte Novi» difuzate pe RRC, eveniment realizat în colaborarea cu UCMR;
- aniversarea celor 8 decenii ale SRR, marcată prin emisiuni speciale cu un impact deosebit: **80 de ani de muzică la Radio, 80 de ani de radiofonie românească și Radio România 80 – opera pe scena de concert (RRM) și 80 de ani de muzică în 80 de ani de radio (RRA).**

Fără îndoială că acesta din urmă a fost cel mai complex proiect editorial prilejuit de aniversarea celor 8 decenii de activitate a Radioului public.

Difuzat de RRA pe parcursul a 20 de săptămâni, proiectul s-a finalizat cu un clasament al celor mai frumoase 80 de melodii difuzate vreodată la radio.

La dorința expresă a ascultătorilor, proiectul s-a finalizat printr-un dublu eveniment: colecția de 4 CD-uri „80 de ani de muzică în 80 de ani de radio” și concertul prilejuit de lansarea acestei colecții, concert care a adus laolaltă pe aceeași scenă, în premieră, cei mai de valoare artiști ai tuturor genurilor muzicii ușoare.

H. Redacția Teatru

Producțiile redacției Teatru cuprind, săptămânal, un spațiu total de difuzare de 44,5 ore.

În 2008, pentru aceste spații de difuzare au fost realizate 454 premiere, din care 302 spectacole radiofonice de teatru și divertisment, 51 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 10 premiere;
- în cadrul proiectului “Teatrul Național Radiofonic pentru Copii” au fost realizate 6 premiere;
- în cadrul proiectului “Noapte bună copii” au fost realizate 14 premiere.

• La Radio România Cultural

- în cadrul proiectului “Dramaturgi români contemporani” au fost realizate 7 premiere;
- în cadrul proiectului “Dramaturgi străini contemporani” au fost realizate două premiere;
- în cadrul proiectului “Biografii - memorii” au fost realizate 6 premiere în cadrul proiectului “Mari recitaluri actoricești” au fost realizate două premiere;
- în cadrul proiectului “Poveștile și legendele lumii” au fost realizate 4 premiere;
- a fost lansat un nou proiect intitulat “A fost odată ca niciodată – Mircea Albulescu vă spune o poveste la Radio România Cultural”;
- pentru a celebra centenarul Eugène Ionesco (2009), **Redacția Teatru a lansat un proiect dedicat operei dramatice și memorialisticii marelui scriitor Eugène Ionesco**, din ale cărui opere Fonoteca Radioului nu conținea decât două adaptări radiofonice. Editura Humanitas și-a arătat interesul de a edita CD-uri cu aceste spectacole radiofonice;
- au fost realizate emisiuni documentare dedicate tradițiilor teatrale, istoriei teatrului, a dramaturgiei românești și universale, festivalurilor în care secțiunea de teatru-lectură este prezentă;
- au fost realizate săptămânal emisiuni publicistice de prezentare a producțiilor Redacției Teatru.

Redacția Teatru a continuat programul de creare de eveniment teatral, cultural, social. Pe lângă deja tradiționalul proiect „**Ne auzim la Majestic**”:

- s-au organizat audiții în parteneriat cu Uniunea Scriitorilor, Universitatea Națională de Artă Teatrală și Cinematografică, Teatrul de Comedie;
- a continuat realizarea proiectului „Serile Teatrului Național Radiofonic”, în cadrul căruia se organizează audiții și întâlniri cu protagoniștii spectacolelor la Biblioteca Județeană din Râmnicu Vâlcea;
- Teatrul Național Radiofonic a fost invitat să participe la Festivalul Internațional de Teatru de la Sibiu;
- Teatrul Național Radiofonic a fost invitat să participe la Festivalul „Gulliver” de la Galați și a realizat audiții de teatru radiofonic la grădinițele de copii și la școlile speciale;
- Organizatorii Festivalului de teatru „VEDETEATRU” de la Buzău au prevăzut o secțiune specială dedicată spectacolelor radiofonice realizate de Radiodifuziunea Română, care a prilejuit prezența în cadrul festivalului a unor personalități ale teatrului venite special pentru a prezenta, unui public numeros, spectacolele

- audiate și specificul creației la radio;
- spectacolul „Bărbierul din Sevilla” și undocumentar dedicat lui Ion Gavrilă Ogoranu au participat la Festivalul internațional Prix Europa de la Berlin;
- spectacolele „Albă ca Zăpada” și „Stejarul pitic, cel mai bun tătic” au participat la Festivalul internațional Prix Ex-aequo de la Bratislava.

I. Divertisment

În anul 2008 activitatea echipei de divertisment s-a desfășurat pe mai multe direcții și tipuri de emisiuni live, scenarizate - texte în premieră și de montaj:

• La Radio România Actualități

- **sâmbăta**, de la ora 14.00 la 15.00, în grila de programe **ianuarie-iunie**, emisiunea „**BONTON**”, emisiune scenarizată, 15 ediții (3 premiere, din care două ediții speciale);
- **duminica**, în cadrul programului **Lumea noastră** (14.00-17.45), Silvia Cusursuz – realizator, a avut câte un invitat, între care Margareta Păslaru, Florina Cercel, Draga Olteanu-Matei, George Mihăiță, Rodica Mandache, Dorel Vișan;
- echipa de divertisment a realizat un proiect special dedicat Sarbatorilor de iarnă la solicitarea **RRA**. Proiectul a cuprins două premiere de 60 de minute fiecare: **Revelion cu surprize în reprize!** și **Revelioane de altădată!**

• La Radio România Cultural

- în grila de vară, în cadrul proiectului **Mari actori de comedie**, s-au realizat **15 ediții** (emisiuni scenarizate) cu următoarele teme – Nemuritorul Caragiale, Teatrul și viața, Balada maeștrilor, Romanticii comediei, Toma Caragiu – Ipostaze comice, Tamara Buciuceanu – Comicul, profesiune de credință, Revizorul în dublu exemplar, De la Constantin Tănase la Mircea Crișan, Cupluri comice, Comedii satirice – Teodor Mazilu și Tudor Popescu, Horațiu Mălăele, Rodica Popescu Bitănescu;
 - în grila de toamnă-iarnă, proiectul **Mari actori de comedie** a continuat cu 4 ediții difuzate duminica, lunar: Caragiale - Perpetuum amor, De la vodevil la comedia muzicală;
 - din 15 septembrie, în cadrul proiectului **Texte și Pretexte** realizat de Razvan Dolea și Valentin Protopopescu, **de luni până vineri** între orele 10.00-11.00, se difuzează rubrica **Ora veselă – Miniaturi - scenete, monoloage, cuplete din Fonoteca emisiunii „Ora veselă”** (peste 75 de momente vesele).
- **La Radio Romania Internațional** a continuat difuzarea a 48 ediții, în reluare, a producțiilor echipei divertisment difuzate sub genericele Ora veselă și Bonton.

Echipa de divertisment a realizat și **două evenimente speciale**:

- audiție cu public în cadrul întâlnirilor de luni **Ne auzim la Majestic!** cu spectacolul **Fapte bune SRL** de Sebastian Ungureanu. La club Ramada Majestic Hotel au fost invitați realizatorii, actorii și autorul la audiție. Pentru acest eveniment au fost realizate CD-uri promoționale cu spectacolul radiofonic;
- audiție cu public la **Muzeul Literaturii Române** cu spectacolul **Planeta Mediocrilor** de Ioan Groșan. Au fost prezenți la acest eveniment scriitori, regizori, interpreți, realizatori, ziariști. Au fost realizate CD-uri promoționale cu spectacolul radiofonic.

J. Direcția Formații Muzicale

Pentru Formațiile Muzicale ale Radioului, *anul 2008 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.*

Selecția atentă a dirijorilor și a soliștilor români (inclusiv din diasporă) și străini a fost o garanție a unor interpretări alese, reconfirmând ținuta profesională a formațiilor muzicale. Aprecierile criticii de specialitate și afluența de public la multe dintre cele peste 150 de concerte și recitaluri susținute în anul 2008 sunt o dovadă a nivelului Stagiunii Muzicale Radio.

Obiective atinse:

- s-au reușit, îmbogățirea și diversificarea programelor concertelor, lărgirea ariei de cuprindere a tuturor stilurilor și epocilor creatoare, mărirea ponderii lucrărilor vocal-simfonice și a operelor în concert cu mare succes de public, realizându-se adevărate evenimente muzicale, unele în premieră națională concerte de excepție pentru aniversarea a 80 de ani de existență a postului public de Radio;
- anul muzical 2008 a constituit un plus în creșterea calitativă a concertelor, fapt consemnat, în numeroase cronici muzicale apărute în revistele „Actualitatea muzicală” și „Melos”, în cotidiene, consemnări care se regăsesc în volumul *Vocația performanței* apărută cu prilejul aniversării a 8 decenii de Radio;
- a fost redefinită, prin repertoriile abordate și stilul de interpretare, personalitatea Orchestrei de Cameră – formație unicat în peisajul muzical al României, iar Corul Radio și Corul de copii Radio au atins adevărata lor valoare;
- și în anul 2008 mari dirijori români din România și diaspora (Christian Badea, Horia Andreescu, Ilarion Ionescu Galați, Adrian Morar, Victor Dumănescu, Ovidiu Bălan, Camil Marinescu, Alexandru Samoilă, Sabin Pautza) și soliști (Eduard Tumagian, Dan Grigore, Valentin Gheorghiu, Alexandru Tomescu, Dana Borșan, Cristina Anghelescu Gheorghe Crăsnaru, Marius Brenciu, Ruxandra Donose, Adina Nițescu, Ilse Maria Reich, Mihaela Martin, Ileana Tonca, Cătălin Rotaru, Nelly Miricioiu, Dana Ciocârlie, Irina Mureșan, Mihaela Mingheraș Couture) au evoluat

În compania Orchestrei Naționale Radio, a Orchestrei de Cameră Radio și a corului Radio;

- s-a reușit creșterea numărului abonamentelor, creșterea numărului de spectatori la toate concertele și scăderea mediei de vârstă a spectatorilor.

O activitate demnă de aprecieri a desfășurat și **Big Band-ul Radio**. Concertele susținute așază acest colectiv în rândul celor mai bune formații de jazz și blues; menționăm faptul că 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 2008 a apărut un nou CD al formației, bine primit de public.

În privința **Orchestrei de Muzică Populară Radio** menționăm o diversificare 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.

K. Agenția de presă RADOR

Rador este agenția de presă a Radio România și are ca obiect specific de activitate monitorizarea. Prin această activitate se diferențiază de celelalte mari agenții din România - Agerpres, Mediafax și NewsIn.

Agenția de presă Rador și-a continuat procesul de modernizare și eficientizare, propunându-și îmbunătățirea fluxurilor de știri oferite, dar și creșterea încasărilor.

În acest scop, a fost dezvoltată o activitate cu un potențial financiar important, și anume monitorizările personalizate. Rador a realizat monitorizări tematice, pentru un număr de clienți în creștere, pe baza grilelor noastre, care cuprind peste 50 de posturi de radio și televiziune, peste 100 de titluri de ziare naționale și locale, ca și peste 400 de titluri din presa scrisă internațională. De asemenea, a fost întărit grupul de analiză cantitativă și calitativă a acestor monitorizări, ceea ce s-a reflectat în încasările obținute. Încasările Rador au crescut în 2008 cu peste 50% față de anul 2007.

În anul 2008, a fost lansat noul site, care, pe lângă o imagine modernă și un conținut mai interesant, oferă facilități deosebite clienților, care pot vizualiza în timp real produsele cumpărate, pe web.

L. 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.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

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 2 la scară națională și locul 1 în mediul rural);
- definirea și aplicarea unor strategii editoriale flexibile și dinamice;
- declanșarea procesului de elaborare, la nivelul fiecărei stații regionale (în concordanță cu documentul „Radio România - Misiune, Viziune, Valori și Principii”), a unei strategii asumate de întregul colectiv, vizând dezvoltarea pe termen mediu și lung;
- consolidarea spațiilor rezervate emisiunilor în limbile minorităților naționale și a ponderii acestor emisiuni în structura programelor;
- creșterea cu peste 200% a veniturilor proprii și încadrarea în cheltuielile alocate;
- derularea unor proiecte speciale de succes.

Politica și producția editorială a studiourilor regionale

În anul 2008, politica editorială s-a integrat strategiei generale a Societății Române de Radiodifuziune. Posturile regionale de radio realizează mai mult de jumătate din producția totală de programe a SRR. **În anul 2008 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.

Posturile regionale au reflectat campaniile electorale pentru alegerile locale și parlamentare.

Campaniile electorale au constituit o mare provocare pentru studiouri, datorită regionalizării și localizării mesajului electoral. Au fost difuzate peste 400 de buletine de știri și aproape 200 de emisiuni conținând mesaje electorale ale competitorilor. Suplimentar, au fost organizate aproape 80 de dezbateri radiofonice pentru alegerile președinților Consiliilor Județene și în cazul alegerilor parlamentare, corespunzătoare fiecărui județ al României.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Anul 2008 a confirmat că politica 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.

Totodată, Rețeaua Regională în colaborare cu Academia Română a lansat în decembrie 2008, prin intermediul emisiunii multiplex „România de nota 10” (difuzată în fiecare sâmbătă, între orele 07.30-08.00), proiectul „**România se prezintă, descoperă excelența!**”, menit să mediatizeze inițiativele și personalitățile de excepție din domeniul cercetării și educației.

A fost declanșat procesul de elaborare la nivelul fiecărei stații regionale a unei strategii asumate de întregul colectiv vizând:

- dezvoltarea pe termen mediu și lung;
- elaborarea unor proiecte pentru diversificarea ofertei radiofonice regionale (FM/AM, subredacții, noile media etc.)

Repere 2008 în activitatea posturilor regionale de radio:

1. Radio București, componentă a Rețelei Studiourilor Regionale publice, emite zilnic, 24 de ore din 24, pe frecvența 98,3 FM, având ca arie de acoperire municipiul București și județul Ilfov.

În anul 2008, principalele provocări ale postului au fost reprezentate de cele două campanii electorale pentru alegerile locale și parlamentare (cu noutatea reprezentată de votul uninominal). Oferta postului, agreată de reprezentanții partidelor politice reuniți în cadrul Consiliului Consultativ al SRR, a constat din buletine de știri electorale, emisiuni de mesaje electorale și emisiuni-dezbateri. În plus, la alegerile din lunile iunie și, respectiv, noiembrie, postul a reflectat desfășurarea propriu-zisă a alegerilor cu echipe lărgite de reporteri, care au fost prezente pe tot parcursul zilei la Biroul Electoral Municipal și la diferite secții de votare din toate sectoarele Capitalei.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Radio București a continuat colaborarea cu instituții din Capitală: primării, Ministere, organizații, Camera de Comerț și Industrie, Opera Națională, ONG-uri), precum și parteneriatele cu teatrele din București.

În prima jumătate a acestui an, Radio București a marcat împlinirea a 18 ani de la prima emisiune realizată pe 98,3 FM (numită pe atunci „Antena Bucureștilor”).

În decembrie 2008, Radio București a încheiat un acord de parteneriat cu Radio Sofia, întărind astfel colaborarea pe care SRR o are cu Radioul public din Bulgaria. Acordul presupune schimburi de experiență între cele două părți și realizarea unor emisiuni duplex.

2. Radio Cluj a reprezentat și în 2008 unul dintre elementele de forță pentru rețeaua regională publică. Echipa Radio Cluj (incluzând aici și subredacțiile posturilor locale subordonate, Antena Sibiului și Radio Sighet) s-a angrenat într-un amplu proces de restructurare a ofertei editoriale. Rezultatele analizei SWOT efectuate în luna octombrie 2008 în atelierul de lucru „Planuri de dezvoltare: Radio Cluj în viitor” au definit prioritățile reformei interne.

Radio Cluj și-a menținut statutul de instituție media generatoare de evenimente: în 2008 în studioul clujean s-au montat două piese radiofonice în limba română și două lucrări dramatice în limba maghiară, au avut loc 17 concerte de muzică clasică, 6 concerte de muzică tînă și genuri alternative, 5 alte spectacole-eveniment, 4 spectacole ale Corului de Copii Radio Cluj.

Radio Cluj a fost partener media la Transilvanian International Film Festival, Toamna Muzicală Clujeană, Festivalul Internațional de Teatru organizat sub egida Uniunii Teatrelor Europene.

Din punct de vedere tehnic, una din prioritățile 2008 a fost îmbunătățirea calității sunetului la receptor. Astfel, s-a realizat dotarea corespondenților cu aparatură de lucru mobilă (înregistrare, editare digitală și transmitere materiale sonore), iar pentru ameliorarea calității emisiei și fidelizarea audienței s-a intercalat un procesor în lanțul de emisie și a fost introdusă – experimental – o matrice digitală de comutare în Controlul Tehnic General. În același context al parteneriatelor au continuat înregistrările de la Opera Română, Opera Maghiară de Stat din Cluj, precum și la concertele susținute de Filarmonica de Stat Transilvania.

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.

Oferta de programe pentru atragerea publicului țintă (activ, ocupat, cu nivel de educație mediu și peste mediu, cu vârste între 35 și 55 de ani), dar și pentru menținerea pe frecvențe a publicului consacrat, a continuat să se diversifice și a crescut gradul de adaptabilitate a materialelor informative și a modului de tratare

jurnalistică a evenimentelor la nevoile punctuale ale publicului, odată cu separarea emisieii pe frecvențele de unde ultrascurte, respectiv medii.

A fost perfecționată emisia online și a fost îmbunătățită calitatea recepției pe Internet (servere mai performante și lărgirea benzii de streaming), odată cu prezentarea noilor pagini web **Radio Constanța** și **Radio Vacanța**.

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. În Anul European al Dialogului Intercultural și totodată aniversar pentru 80 de ani de radiofonie românească, Studioul Regional Radio Constanța a organizat Gale ale Premiilor pentru Dialog Multietnic și Excelență în județele Constanța și Tulcea. Pe tot parcursul anului, Radio Constanța și Radio Vacanța au fost organizatori, co-organizatori sau parteneri media la aproximativ 70 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.

Studioul a pus accent pe realizarea unei grile modulare de programe, care permit abordarea întregii problematice economice, politice, sociale și cultural-educative, fără a ignora divertismentul, muzica și sportul în plan regional.

Experiențe notabile și trecute cu bune rezultate au fost campaniile electorale din 2008, pentru care studioul a primit mulțumiri de la reprezentanții din zonă ai partidele politice.

5. Radio Iași s-a transformat într-o organizație media aptă pentru integrarea autentică în Uniunea Europeană ce promovează diversitatea (etnică, religioasă, culturală, lingvistică), manifestă interes pentru concentrarea pe agenda cetățeanului/cunoașterea realităților din Moldova și are reacții rapide la evenimente/capacitatea de a genera evenimente, urmărește permanent eficientizarea activității. În 2008 au fost atinse următoarele ținte:

- continuarea procesului de scădere a mediei de vârstă a ascultătorilor;
- consolidarea numărului de ascultători și a cotei de piață.

Studioul Regional Iași a organizat evenimente extraordinare (spre exemplu, spectacolele „Suntem acasă în toată Moldova”, concertele Bad Boys Blue, Radio Iași - Direcția 5, Smokie, Vienna Magic); a fost, în repetate rânduri, co-organizator și partener media.

6. Radio Reșița

Studioul Regional Radio Reșița a înregistrat în anul 2008 rezultate foarte bune, conservând astfel tendința ascendentă manifestată în majoritatea domeniilor (editorial, economic, tehnic, marketing și PR).

Grila de programe a fost permanent flexibilă, făcând loc ideilor apărute din comunicarea cu ascultătorii sau unor oportunități ale momentului. Au fost marcate,

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

prin emisiuni speciale, prin transmisii în direct și organizarea de evenimente – Anul Internațional al Planetei Pământ și cel al dialogului intercultural.

Și în 2008 a continuat, săptămânal, „Caravana Radio Reșița la sate”, având alături specialiști de la Direcția Agricolă și de la Oficiul de Consultanță Agricolă. A crescut numărul de emisiuni, rubrici din viața școlară, a tinerilor – realizate de ei. Cu aceeași măsură s-a operat în mediul universitar, cu Liga studenților, Asociația „Cogito”, sau „Bike Attack”.

Este de remarcat activitatea derulată la subredacțiile din Băile Herculane și Poiana Rusca Teregova (studiourile „Hercules” și „Cozia”), de unde s-a realizat, pe perioada verii, radioprogramul „Vacanța cu Radio Reșița, Radio Semenic”.

A fost diversificată oferta informațională furnizată de către subredacțiile din Caransebeș, Bocșa, Oțelu Roșu, Oravița. Totodată corespondențelor zilnice din Voivodina, Banatul Sârbesc, li s-au alăturat colaborări cu lideri ai românilor vlahi, de la sud de Dunăre (Valea Timocului), prin corespondențe săptămânale cu informații din acest spațiu.

S-au realizat periodic emisiuni de promovare a proiectului transfrontalier Phare CBC (derulat în colaborare cu trei organizații neguvernamentale românești, din Serbia și Muntenegru) și a activităților presupuse de acesta.

Cea mai mare parte din achizițiile realizate prin fonduri europene s-au îndreptat spre dotarea tehnică a studioului, cu calculatoare, reportofoane digitale, alte echipamente electronice (fax-uri multifuncționale, copiator, retroproiector). A fost pus în funcțiune centrul multimedia, pentru întâlniri profesionale și pregătirea jurnaliștilor, cu deschidere națională și internațională.

7. Radio Târgu-Mureș a împlinit, la 2 martie 2008, 50 de ani de la prima transmisie în eter. Pentru acest eveniment, de o mare importanță atât pentru organizație, cât și pentru comunitatea pe care o servește, Studioul Regional de Radio Târgu-Mureș a organizat numeroase manifestări, atât în interiorul, cât și în exteriorul instituției, pe parcursul întregului an 2008.

S-a elaborat strategia pe termen mediu și lung: menținerea în topul preferințelor ascultătorilor în zona de audiență, prezentarea unei oferte de programe care să evidențieze caracterul multicultural al zonei și emisia de 24 de ore cu programe în limbile română, respectiv maghiară, germană și rromanes, păstrându-se unicitatea sound-ului postului.

Ponderea emisiunilor pentru minorități, în totalul programelor este 44,61%, pe AM și 39,70%, pe FM din care:

- maghiară, 3000 de minute în FM, din care 2220 de minute și pe unde medii;
- germană, 200 de minute pe unde medii;
- rromani, 60 de minute, în săptămânile 1-3 ale lunii.

În cel de-al doilea semestru al anului 2008 Redacția pentru Minorități, din cadrul RTM, a consemnat două momente importante:

- lansarea a trei CD-uri sub denumirea generică de „**Povești populare săsești**”;
- organizarea celei de a doua ediții a concursului de producții radiofonice intitulat “Diversitatea – o șansă în plus spre viitor”.

În structura Studioului de Radio Târgu-Mureș funcționează **subredacția Antena Brașovului**, având programe proprii pe frecvența de 1197 AM. Începând cu anul 2008 am demarat realizarea unui parteneriat cu Universitatea Transilvania din Brașov.

Prin acest parteneriat, subredacția Antenei Brașovului își completează menirea sa de serviciu public reușind o creștere atât numerică, dar mai ales calitativă, a audienței.

8. Radio Timișoara se adresează ascultătorilor din județele Arad, Timiș și Hunedoara cu programe ce acordă prioritate actualității regionale.

Și în anul 2008 s-a extins politica de separare, pe anumite segmente orare, a emisiilor pe frecvențele AM/FM. Motivația acestui demers, început în anii precedenți, este atragerea publicului activ din Timișoara, coroborată cu menținerea publicului tradițional al Radio Timișoara, pe frecvența AM, în mediul rural și în urbanul mic.

În anul 2008, pentru prima dată în istorie, ascultătorii Radio Timișoara au putut recepționa, pe parcursul întregii zile, emisiuni în limba română, pe una dintre cele două frecvențe.

Radio Timișoara a emis în 2008 în 10 limbi, alături de română difuzând emisiuni pentru 9 minorități (germană, maghiară, sârbă, cehă, slovacă, bulgară, ucraineană, rromani și italiană).

În cursul anului 2008, a fost prelungit până la ora 24.00 și programul propriu pe unde medii (AM).

Programe în limbile minorităților naționale

Legea de ratificare a Cartei Europene a limbilor regionale sau minoritare oferă protecție unui număr de 10 limbi minoritare folosite pe teritoriul României în domeniile reglementate de Partea a III-a a din Carta Europeană a limbilor regionale sau minoritare: învățământ, justiție, autorități administrative și servicii publice,

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

mijloace de comunicare, activități și facilități culturale, viața economică și socială, schimburi transfrontaliere.

Limbile minoritare astfel protejate sunt umătoarele: bulgară, cehă, croată, germană, maghiară, rusă, sârbă, slovacă, turcă și ucraineană.

Reamintim că studiourile regionale Radio România, au emisiuni în aceste limbi după cum urmează:

- Bulgară - Radio Timișoara;
- Cehă - Radio Timișoara, Radio Reșița;
- Croată - Radio Timișoara;
- Germană - Radio București, Timișoara, Târgu-Mureș, Reșița;
- Maghiară - Radio București, Tg-Mureș, Cluj, Timișoara, Reșița;
- Rusă - Radio Constanța;
- Sârbă - Radio Timișoara, Reșița;
- Slovacă - Radio Timișoara, Reșița;
- Turcă - Radio Constanta;
- Ucraineană - Radio Timișoara, Reșița, Cluj.

În afară de aceste 10 limbi, studiourile regionale mai emit și în alte limbi:

- Armeană - Radio Constanța;
- Greacă - Radio Constanța;
- Italiană - Radio Timișoara;
- Rromani - Radio Târgu-Mureș, Timișoara, Reșița;
- Tătară - Radio Constanța.

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 programe 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, produse în București, 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:

- **Radio Cluj:** în limba maghiară - 1.680 de minute în unde medii, 1980 de minute în FM, iar în limba ucraineană - 15 minute în FM;

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

- **Radio Constanța:** câte 60 de minute în limbile greacă, turcă, ruso-lipoveană, limba tătară, armeană și în dialectul aromân;
- **Radio Iași:** câte 10 minute în limbaâile ucraineană și 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), câte 60 de minute în limba slovacă, câte 30 de minute în limbile cehă, bulgară, ucraineană și rromani, respectiv 60 minute pe lună în limba italiană;
- **Radio Târgu-Mureș:** limba maghiară - 3.000 de minute în FM, din care 2.220 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.

Pe tot parcursul anului 2008, 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.

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.

Proiecte speciale

La nivelul conducerii Rețelei regionale, a fost elaborat și pus în aplicare proiectul paginii web: www.radioromaniaregional.ro. Există link-uri atât pentru site-ul fiecărui studio regional, cât și pentru audiția live a programelor acestora.

Sunt prezentate de asemenea știrile zilei furnizate de studiourile regionale, emisiunile multiplex ale rețelei regionale, parteneriatele în care aceasta este implicată, dar și evenimentele organizate de către rețea în ansamblul ei sau de către fiecare studio regional.

Există și o secțiune Forum pentru dialogul cu ascultătorii noștri care se adaugă opțiunilor deja existente: e-mail, sms-uri, telefoane sau scrisori.

În decembrie s-a desfășurat a doua ediție a concursului dedicat „Zilei minorităților”, la care au participat 18 realizatori din cadrul rețelei regionale Radio România.

M. Radio România Internațional

Radio România Internațional realizează **54 de ore de programe pe zi**, transmise pe trei canale, **7 zile din 7, în romană, 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, iar muzica difuzată și prezentată este românească în proporție de peste 90%, din toate genurile.

Serviciul român - RRI oferă 24 de ore de emisiuni și programe, producție proprie, coproducții cu alte posturi sau preluări, în direct sau preînregistrat, ale unor emisiuni ale celorlalte posturi și redacții din SRR (RRA, RRM, RRC, RRR, Redacția Muzicală, Redacția Teatru, Redacția Viața Spirituală, Redacția Militară). Din cele 24 de ore de programe în limba română, circa jumătate sunt producție RRI de luni până vineri, respectiv 35-40% în week-end.

Secția Aromână - RRI 1 realizează 3 emisiuni/zi (3 x 26 de minute).

Radio România Internațional în limbi străine difuzează zilnic circa 21 de ore de program în următoarele limbi: arabă, chineză, engleză, franceză, germană, italiană, rusă, sârbă, spaniolă și ucraineană. Programele sunt structurate în 16 emisiuni cu o durată de 56 de minute și 19 emisiuni cu o durată de câte 26 de minute fiecare.

RRI primește anual mesaje scrise din peste 100 de țări, cele mai multe de la ascultători și utilizatori Internet de limba engleză, apoi de limba arabă, spaniolă, franceză, germană, rusă și italiană.

Obiective majore pentru 2008

- emisiunile RRI în română și dialectul aromân să rămână **o voce pentru lumea românească**, de la fostul exil anticomunist, la noii funcționari europeni și la muncitorii români;
- emisiunile RRI în limbi străine să fie aceeași **punte informațională spre România** și spațiul nostru geografic.

Misiunea RRI

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.

RRI 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 de peste hotare, plecați la muncă sau la studii.

Emisiunile în limba română pot fi recepționate de **românii plecați la muncă** în Italia, Spania, 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, Serbia și Ucraina.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Rubricile de **informații utile pentru românii aflați la muncă, preponderent în Europa** („**Muncind în Europa**” și „**RRI la dispoziția Dvs.**”) au continuat, prin prisma numărului mare de conaționali plecați peste hotare.

Românilor din lume le sunt dedicate două rubrici speciale pe site: „**Muncind în Europa**”, respectiv „**Util pentru românii de pretutindeni**”, alături de mai generala rubrică „**Practic ghid**”.

Emisiunile „**Românii de lângă noi**” și „**Asociații românești din lume**” au continuat să fie bilunare, pe fondul multiplicării subiectelor legate de comunitățile românești din lume, respectiv, de etnicii români din jurul României.

Emisiunea „**Unda românească**” a continuat să fie bilunară, ca urmare a multiplicării programelor de radio în limba română realizate de conaționali de peste hotare, iar „**Publicații românești din lume**” și-a păstrat cadența de o ediție pe lună.

„**Curierul românesc**”, care țintește mai ales marinarii români din lume, emisiune realizată de Serviciul Român, a continuat să fie produsă și difuzată duminica, între 8.00 și 11.00, ora României, respectiv redifuzată, duminică, între orele 15.00 și 16.00, în cadrul ofertei non-stop în limba română.

O noutate a anului 2008 este emisiunea de tip magazin „**Panoramic punct ro**”, realizată de luni până vineri, între orele 10.15 și 11.00, de Serviciul Reportaj-Panoramice RRI 1. Este o emisiune informativă tip „matinal”.

RRI în limbi străine (RRI 2)

RRI 2 realizează zilnic emisiuni în 10 limbi străine. Menirea acestor programe este să creeze și să dezvolte o **punte informațională** între România, spațiul nostru geografic și auditoriul străin din zonele-țintă, care cuprind practic toate marile aglomerări urbane de pe mapamond.

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

În emisiunile în **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 democratizare și 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**.

Echipele

RRI are **circa 20-24 de colaboratori externi, unii dintre ei fiind vorbitori nativi** în limbi străine. Majoritatea redacțiilor în limbi străine au beneficiat, cel puțin temporar, de **colaborarea unor vorbitori nativi ai limbilor de emisie**. Bursieri voluntari din

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Spania, Germania, Italia și Franța, tineri care se pregătesc pentru o carieră jurnalistică, au fost oaspeții redacțiilor RRI pentru mai multe săptămâni.

Correspondenți peste hotare

A continuat trimiterea de ziarști de la RRI pe post de corespondenți SRR peste hotare, cu **foarte bune rezultate**: **Cristina Tiberian** este corespondent al SRR la Londra, **Nicolae Mircea Năstase** și **Răzvan Emilescu** au fost corespondenți la Chișinău, **Roxana Vasile** este corespondent la Paris, **Ștefan Nețina** fost corespondent la Belgrad.

Deplasări în comunitățile românești sau armânești

Au continuat deplasările redactorilor RRI în comunitățile românești/de aromâni din lume, ca și participările la evenimente organizate de respectivele comunități (la Montreal și Laval, Quebec, Canada - Mihaela Dincă, la Mălăinița și Negotin, Serbia - Grozdana Blagojevic, la Balcic și Viena – Veronica Ioniță, la Skopje (FYROM) – Lala Tașcu, la Madrid – Roxana Iorgulescu.

Grilele de programe

Grilele RRI sunt **rezultatul unor evoluții și decantări continue**, multianuale, care au răspuns solicitărilor ascultătorilor și Internet user-ilor, evoluțiilor din România, dar și schimbărilor de accente și de mijloace tehnice din ultimii ani.

Din aceste motive, grilele suferă schimbări destul de lente. Principalele modificări au vizat adaptarea mai bună a ofertei redacționale la **noul statut de țară UE** a României și creșterea numărului de cetățeni **români aflați la muncă** peste hotare.

Cicluri de emisiuni în 2008

- **alegerile parlamentare**: RRI a realizat emisiuni electorale proprii, pentru circumscripția nr. 43, pentru românii cu drept de vot de peste hotare; RRI a postat operativ pe site-ul propriu informații utile pentru cetățenii români cu domiciliul în străinătate privind legislația electorală, secțiunile de votare, tehnica votării, calendarul campaniei, cu trimitere către site-urile instituțiilor abilitate, dar și știri despre rezultatele alegerilor
- summit-ul NATO;
- integrarea în Uniunea Europeană;
- stadiul ratificării Tratatului de la Lisabona;
- alegerile locale;
- lupta globală antiteroristă;

- situația militarilor români din teatre de operațiuni militare;
- alegerile prezidențiale din SUA și Rusia;
- independența provinciei Kosovo;
- rutele petrolului caspic, ale gazelor naturale, prețul petrolului;

- Anul european al dialogului intercultural;
- sportivii români în competiții internaționale, inclusiv Campionatul European de fotbal din 2008 din Austria și Elveția, Jocurile Olimpice de vară de la Beijing, Cupele europene de fotbal, respectiv de handbal feminin și masculin, meciurile profesionale de box în care au fost angrenați sportivi români etc.

A continuat în prima duminică din noiembrie „Ziua ascultătorului”, o zi în care programele RRI sunt realizate mai ales pe baza contribuțiilor scrise sau înregistrate ale publicului. Ediția din 2008 a răspuns la întrebările „De ce ascultați radioul? De ce ascultați RRI?”, subsumându-se anului aniversar al SRR.

„Omul Anului 2008 la RRI” a devenit, pe baza propunerilor ascultătorilor și utilizatorilor Internet, cu circa două treimi din opțiuni, președintele SUA **Barack Obama**.

În vara anului 2008, RRI a reflectat, prin rubrica „**EURO 2008**”, Campionatul European de fotbal din Elveția și Austria. În timpul Olimpiadei de la Beijing a fost relizată rubrica zilnică „**Agenda olimpică**”, iar redactorul RRI Florin Orban s-a integrat foarte bine în echipa SRR, oferind interviuri în exclusivitate pentru RRA.

Emisiunile în engleză, franceză, germană, română și pagina de Internet a RRI în spaniolă au inclus preluări și difuzări de rubrici proprii și programe pe teme europene, produse în cadrul proiectului **EURANET**, cu finanțare de la Bruxelles. Din noiembrie 2008 este activă **pagina EURANET în limba română, una dintre cele mai dinamice, mai dezvoltate și mai accesate (www.euranet.eu/rum)**.

În strategia pentru captarea interesului unui număr cât mai larg de ascultători străini RRI a avut în vedere mai multe aspecte:

- conținuturile și intervalele orare ale programelor sunt structurate după profilul de interese și bugetul de timp liber al grupurilor-țintă;
- urmărirea constantă a impactului programelor (feedback prin e-mailuri, telefoane, scrisori etc.) asupra acestor principale grupuri-țintă și adaptarea “din mers” a ofertei pentru a da curs așteptărilor ascultătorilor/utilizatorilor;
- urmărirea ofertei posturilor concurente și configurarea unor puncte forte pentru propriile programe în comparație cu strategia concurenților etc.

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 cele mai diferite domenii, promovând prin 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. Atutul este punerea în context a știrilor și evenimentelor.**

Relația cu ascultătorii/utilizatorii

A fost dinamizat dialogul cu ascultătorii și utilizatorii Internet prin:

- **scurtarea timpului de răspuns** la mesaje;
- introducerea rubricii **Forum** pe site, a unui formular de recepție și a unui formular de feed-back;
- o **autopromovare mai bună** a RRI în emisiuni și pe site, precum și în afara instituției;
- **organizarea mai multor concursuri** cu premii.

Multe dintre emisiuni sunt un **răspuns la solicitările sugestiile și ideile ascultătorilor**, care comunică tranșant ce-i interesează să afle.

Ascultătorii/utilizatorii trimit scrisori, rapoarte de recepție și e-mail-uri, dau telefon în redacții și trimit faxuri, iar **RRI răspunde la mesaje**. Pe lângă răspunsurile scrise, RRI ține legătura cu ascultătorii prin intermediul rubricilor „**Poșta Radio**” și „**Club DX**”, foarte apreciate.

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 2008, RRI a primit peste 14.600 de mesaje scrise** (cu aproximativ 1.850 mai multe decât în 2007), din peste 105 țări.

Chestionarul RRI

La 1 octombrie 2008 RRI a lansat un nou chestionar printre ascultători și utilizatorii Internet, cu sprijinul unui sociolog; chestionarul va releva schimbările în obiceiurile de consum de programe radiofonice, dar va sintetiza și sugestiile de la ascultători și utilizatorii Internet.

RRI încearcă să ajungă la noi ascultători și internauți printr-un ansamblu de acțiuni complementare:

- modernizarea și diversificarea mijloacelor de difuzare sau redifuzare de programe;
- dinamizarea componentei de jurnalism online;
- parteneriate cu posturi de radio mici sau cu portaluri Internet, care să preia emisiunile noastre, rubrici și emisiuni în parteneriat, pentru a pătrunde cu producții RRI pe mijloacele de difuzare ale partenerilor.

Unde scurte

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Radiocom a modernizat cele 5 emițătoare pentru unde scurte folosite pentru emisiunile RRI. Emițătoarele de la Galbeni și Țigănești (de câte 300 de kW), respectiv Săftica (de 100 de kW) au adus un plus de calitate sesizabil recepției emisiunilor RRI. **Reacțiile ascultătorilor au fost extrem de favorabile, cei mai mulți catalogând calitatea recepției ca excelentă.**

Rebroadcasting

A intrat în vigoare la 1 martie 2008, în urma unei licitații internaționale, un contract de 4 ani cu firma britanică WRN Ltd pentru un pachet de servicii de redifuzare de programe: transport și distribuție prin satelit către Europa, America de Nord, Orientul Mijlociu, Africa, Asia, Pacific, distribuție prin relee terestre în unde ultracurte și unde medii, transmisie în sistem digital (Digital Radio Mondiale, în engleză și germană), distribuție în sistem podcasting (în engleză), a unor programe RRI în limbile engleză, germană, franceză, rusă, arabă, ucraineană, sârbă, italiană și dialectul aromân.

Digital+

Programul nonstop în limba română este difuzat, gratuit, de la începutul lunii octombrie 2007 cu acordul CD, de către operatorul de televiziune prin satelit Digital+ din Spania, ajungând în casele a numeroși români din Spania. Programul de radio oferit de RRI este inclus într-un pachet pentru românii din Peninsula Iberică, alături de programul PRO TV Internațional.

Internet

Site-ul www.rri.ro se dezvoltă ritmic, prin adăugarea de rubrici/butoane sau facilități. Odată cu dezvoltarea prezenței Radio România în Internet, RRI intenționează să crească interactivitatea paginilor și să ofere on demand fișiere audio și, poate, video.

RadioMan

RRI produce și emite zilnic în sistem RadioMan, integral, emisiunile în toate limbile străine, cu excepția rusei, și emite în RadioMan circa 8,5 ore pe zi în limba română, fiind cel mai avansat compartiment SRR în domeniu.

Radiovacanța

A continuat, după reluarea cooperării în iunie 2007, difuzarea zilnică de scurte buletine de știri în limbi străine (engleză, franceză, germană, rusă și italiană), la postul estival Radiovacanța Mamaia.

Buletinele de știri au fost redactate în limba română, de la fața locului, de către un redactor RRI, traduse și citite la București de redactorii RRI de la cele 5 imbi străine și transmise prin FTP (File Transfer Protocol), ca fișiere audio, care au fost plasate în emisie.

Cooperarea la emisiuni în limba română de peste hotare

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

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

Au continuat **emisiunile săptămânale multiplex** (joia seara) realizate de Serviciul Român **RRI** în sistem duplex sau multilex **cu studiourile regionale sau locale ale SRR** (*Radio Craiova, Radio Reșița, Radio Timișoara, Radio Cluj, Radio Sighet, Radio Târgu Mureș, Radio Iași, Radio Constanța*) 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*) și cu asociații și reprezentanți ai românilor din Bulgaria. Aceste programe sunt **consacrate problemelor românilor de dincolo de hotare**.

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 programe în limba română ale 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”, realizat de Forumul German-Român din localitate) (**și în limba germană**), Radio „România Mea”, din Schwaebisch Hall, Germania) (**și în limba germană**), Radio CKDG 105,1 FM, Montreal, Canada (Programul „MarcaRo”), Radio Flash Torino (**și în limba italiană**), Radio Torino Internațional (**și în limba italiană**).

Perspectivile sunt încurajatoare prin prisma numărului tot mai mare de astfel de realizatori de programe de radio care **solicită cooperarea**.

Practic, RRI trimite zilnic prin FTP (File Transfer Protocol) fișiere audio mp2 încărcate automat sau manual din sistemul RadioMan, conținând rubrici și emisiuni RRI în limbile română, germană, spaniolă, italiană, ca și – prin e-mail - fișiere text în limbile română, germană, italiană și spaniolă partenerilor săi. Săptămânal sunt încărcate în serverul FTP aproape 30 de rubrici diferite.

RRI încercă, astfel, și reușește să-și **diversifice mijloacele** prin care programele sale sunt redifuzate și ajung în casele cât mai multor ascultători și Internet useri români, inclusiv ale celor plecați legal la muncă, sau străini.

Acorduri de parteneriat

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

RRI a încheiat în 2008 acorduri de parteneriat cu:

- **Rete Mondiale Virtuale, prin Itlradio – Osservatorio della radiofonia internazionale in lingua italiana**, din Florența, pentru distribuția prin portalul www.italradio.org a celor trei programe radiofonice realizate zilnic de Secția Italiană RRI;
- **Radio Flash Torino**, pentru cooperarea la un program de radio săptămânal în limbile română și italiană;
- **Radio Torino Internațional**, pentru cooperarea la un program de radio zilnic în limbile română și italiană;
- **Radio Serbia Internațional**, pentru realizarea de rubrici și programe în comun în limba sârbă;
- **Radio Novi Sad**, pentru cooperări în limbile sârbă, română și ucraineană;
- **Centrul de Dezvoltare Sârbo-Român (prin Radio Banat Link)** din Timișoara, pentru preluarea zilnică a două emisiuni în sârbă și a uneia în română produse de RRI;
- **Asociația „Frăția” a emigranților români și moldoveni din Setubal, Portugalia;**
- realizatorii Programului „MarcaRo”, difuzat de **Radio CKDG 105,1 FM, Montreal, Canada.**

De asemenea, RRI a obținut aprobarea Comitetului Director pentru **afilierea la Comunitatea italofonă de radio și televiziune**, cu sediul la Roma.

Secția Aromână a cooperat periodic cu echipele care realizează emisiuni în aromână la **Radio ZZZ** din Sidney, Australia, și **TV Makedonia** din Skopje, FYROM.

Serviciul Rus a realizat o serie de **emisiuni duplex cu Radio Azerbaidjan**, proiect-pilot. În emisiuni au fost prezentate aspecte interesante din realitatea română și azeră, materiale de cultură, istorie, tradiții.

Secția Ucraineană a avut colaborări și schimburi de experiență cu serviciile ucrainene ale **Radio Ucraina Internațional** și **Radio Polonia**.

Academia Radio România

În luna noiembrie 2008 a fost organizat un curs de inițiere în jurnalism pentru tinerii angajați ai RRI, la care au participat, în premieră, și 3 colaboratoare ale RRI: Cristina Popi, din Graz, Austria, Daiana Mătieș, din Stuttgart, Germania, și Maria Iancu, din Setubal, Portugalia, care reprezintă asociații românești și lucrează benevol la posturi de radio cu emisiuni în limba română, adresate conaționalilor din respectivele zone. Respectivele asociații sunt partenere ale RRI.

EURANET (European Radio Project)

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

RRI este puternic implicată în proiectul de cooperare radiofonică internațională EURANET, finanțat de către Comisia Europeană. În proiect, coordonat editorial de Deutsche Welle și financiar de Radio France Internationale, iau parte circa 15 posturi de radio internaționale, regionale și locale din 12 țări europene.

Consiliul de Administrație și Comitetul Director au aprobat participarea RRI la proiect, cu producții proprii în limbile engleză, franceză și germană și cu adaptări în română și spaniolă.

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 RRI de a-și mări și fideliza audiența. Astfel, în 2008:

- au fost desemnați câștigătorii concursului „**100% Delta Dunării**”;
- a fost finalizat concursul „**Mit și realitate în județul Bistrița-Năsăud**”;
- s-a derulat concursul „**Fascinația Radioului**”, consacrat celor 80 de ani de radiofonie românească.

PROIECTE PENTRU VIITOR

Radio România Actualități

- derularea, în cadrul grilei standard, a campaniei pentru alegerile europarlamentare și prezidențiale;
- reconsiderarea proiectelor de implicare socială;
- acordarea Premiile Radio România Actualități, devenite tradiționale;
- conceperea formatelor, a radiodesign-ului și a materialelor de autopromovare, conform specificului postului, în vederea pregătirii și lansării grilei estivale 2009 și a celei standard 2009-2010;
- introducerea în grila de programe a genului publicistic *features* pentru a onora statutul de post public și în vederea participării la competiții internaționale de profil;
- proiectarea și lansarea unui proiect ecologist: „Dunărea de la izvoare până în Deltă”, care depinde însă de atragerea de sponsori;
- extinderea în țară a proiectului „Folk fără vârstă”;
- continuarea proiectului strategic „muzica tradițională”.

Radio România Cultural

- organizarea Galei Premiilor Radio România Cultural 2008, la data de 21 martie 2009 – o manifestare deja de tradiție care a ajuns la cea de-a noua ediție. Gala Premiilor este, în fiecare an, manifestarea de maximă vizibilitate mediatică pentru postul RRC;
- organizarea Zilelor Radio România Cultural în Piața Festivalului Internațional „George Enescu”, manifestare asociată, aflată la cea de-a doua ediție – în perioada 19-21 septembrie. Aceste zile vor fi dedicate centenarului Eugen Ionescu;
- realizarea unui sistem integrat de informare și coordonare a agendei culturale, atât externe, cât și interne, pentru o mai bună comunicare internă și structurare a ședințelor de sumar, dar totodată ca mijloc de informare a publicului larg, în cadrul emisiunilor radio și a site-urilor/blogurilor dezvoltate de RRC;
- realizarea unui portal de actualitate culturală și a unui număr de bloguri ale diferitelor emisiuni și de site-uri pe diferite proiecte;

Radio România Muzical

- organizarea și promovarea turneului „Orchestra de jazz tineret a UER” care se va încheia la București cu două concerte susținute la Teatrul „Metropolis” și la Sala de Concerte „Mihail Jora” a Radio România;
- Radio România (prin Radio România Muzical și Serviciul Relații Internaționale) va găzdui „Intâlnirea anuală a producătorilor de jazz a UER” (6-7 mai 2009);
- organizarea, promovarea pe toate posturile SRR și preluarea în direct sau înregistrat pe RRM și RRC a tuturor manifestărilor din cadrul ediției 2009 a Festivalului și Concursului Internațional *George Enescu* (30 august-26 septembrie).

Radio3Net

- finalizarea proiectului Radio România Online;
- colaborarea cu Eurochannel TV;
- introducerea de albume noi în Galeria Audio a Radio3Net;
- transmiterea, înregistrarea și postarea în Galeria Video a tuturor evenimentelor la care vom fi parteneri media și ni se va permite acest lucru;
- redesenarea www.radio3net.ro;
- finalizarea portalului www.kidsradio.ro;
- montarea sistemului TV chroma în studiourile Radio3Net și Kids Radio;
- participarea la “Multimedia Meets Radio 2009”;
- demararea site-ului în site “Programa Școlară”;
- introducerea de noi entry-uri în categoria “Teatru la microfon”.

Antena Satelor

- difuzarea întregului program zilnic de pe stațiile de emisie Radioman;
- realizarea unui site nou al postului, care să ofere mai multă informație, atractivitate și interactivitate cu utilizatorii;
- difuzarea online a unui program nonstop de muzică populară (internet only).

Redacția Informații

- **acoperirea alegerilor europarlamentare și prezidențiale:** pregătirea campaniei, prin emisiuni, de prezentare a Parlamentului European, explicarea rolului europarlamentarilor;
- organizarea emisiunilor cu specific electoral; organizarea dezbaterilor între candidați;
- **îmbunătățirea fluxului știrilor la Radio România Actualități, prin elaborarea unui „Jurnal de seară”** (echivalentul editorial al „Jurnalului de prânz”);
- sprijinirea rețelei de corespondenți în străinătate;
- organizarea, împreună cu Serviciul Pregătire Profesională, a unui sistem de pregătire continuă a jurnaliștilor.

Redacția Muzicală

- Gala Premiilor Muzicale RRA, a VII-a ediție;
- Mediatizarea Festivalului Internațional “George Enescu”, ediția 2009.

Redacția Teatru

- realizarea unor evenimente artistice și mediatice dedicate aniversării a 80 de ani de la difuzarea primei emisiuni de umor „Ora veselă” și a primei piese de teatru radiofonic;
- realizarea unui festival sau turneu de audiții cu spectacolele radiofonice realizate de Redacția Teatru din opera lui Eugen Ionescu, cu ocazia centenarului “Eugen Ionescu”;
- inițierea proiectului de studiere a pieței de spectacole pentru copii și de dezvoltare a unor formule noi radiofonice pentru realizarea emisiunilor dedicate acestora.

Direcția Formații Muzicale

- Festivalul internațional de chitară, ediția a III-a;
- Festivalul Internațional “George Enescu”, ediția 2009; Formațiile muzicale ale radioului vor prezenta, în cadrul festivalului, cinci concerte;
- Festivalul Internațional de Muzică Contemporană (creații românești și din repertoriul internațional).

Agenția de presă RADOR

- îmbunătățirea producției editoriale, în continuare, astfel încât să livreze posturilor și redacțiilor Radio România o informație diversificată, care să satisfacă cerințele publicului plătitor de taxă;
- să ajungă la un statut de agenție multimedia;
- organizarea celei de-a IV-a ediții a Zilei agențiilor de presă;
- creșterea încasărilor din abonamente.

Rețeaua Studiourilor Regionale

- derularea proiectului „România se prezintă, descoperă excelența”, realizat de către rețeaua regională în colaborare cu Academia Română. Vor fi prezentate personalități și inițiative de succes în domeniul cercetării și educației în cadrul a 50 de emisiuni multiplex difuzate de către rețea și aproape 800 de rubrici difuzate de studiourile regionale în ansamblu;
- înființarea, în colaborare cu Universitatea Transilvania Brașov, a Centrului Regional Multimedia prin dezvoltarea actualului post local Antena Brașovului (cu accent pe new media);
- înființarea unor cluburi ale copiilor la nivelul fiecărui studio regional și înființarea subredacțiilor pentru noul canal media al Societății Române de Radiodifuziune – www.kidsradio.ro;
- coorganizator în colaborare cu Radio România Cultural, Radio3Net și Kids Radio a festivalurilor naționale Cerbul Copiilor și Mamaia Copiilor;
- planificarea, organizarea și derularea activităților legate de proiectul Radiovacanța copiilor – Năvodari, ediția a IX-a;
- finalizarea proiectului de modernizare și diversificare a ofertei editoriale a Studioului Regional Cluj – proiect realizat în colaborare cu specialiști de la Radio Olanda;
- organizarea celei de-a III-a ediții a concursului național dedicat realizatorilor emisiunilor pentru minoritățile naționale din SRR.

Radio România Internațional

- angajare de personal în secțiile de limbi străine, în măsura în care criza economică și resursele financiare ale SRR o vor permite;
- cuprinderea unor vorbitori nativi (angajați, colaboratori externi, practicanți, stagiați, bursieri) în echipele jurnalistice;
- continuarea producției de conținuturi audio și online în cadrul EURANET în limbile română, engleză, franceză, germană și spaniolă; RRI intenționează să-și mărească participarea la EURANET în 2009 și anii următori, în special în limba română, on air și online, dar și în limba italiană;
- realizarea de noi parteneriate cu posturi de radio sau asociații ale românilor de peste hotare și cu posturi și portaluri în limbi străine;
- participarea la noi coproducții radiofonice internaționale;

- finalizarea chestionarului sociologic lansat în 2008 și elaborarea unui proiect de aplicare a recomandărilor;
- dezvoltarea site-ului (galerii virtuale, fișiere audio etc.) și a componentei de jurnalism online la RRI;
- trecerea la producția digitală și emisia în sistem RadioMan a emisiunilor în limba rusă;
- realizarea unui Newsletter lunar al RRI în limbile română și engleză;
- continuarea deplasărilor în comunitățile românești și armânești;
- lansarea concursului „Aurul Apusenilor”;
- lansarea unui concurs de cultură generală, dedicat ediției 2009 a Festivalului și Concursului Internațional „George Enescu”.

2. COMUNICARE-MARKETING

În anul 2008, Direcția Comunicare și Marketing s-a concentrat pe atingerea unor obiective importante de creștere a vizibilității Radio România în spațiul public și de cucerire de către acesta a pieței media din România printr-o re poziționare strategică.

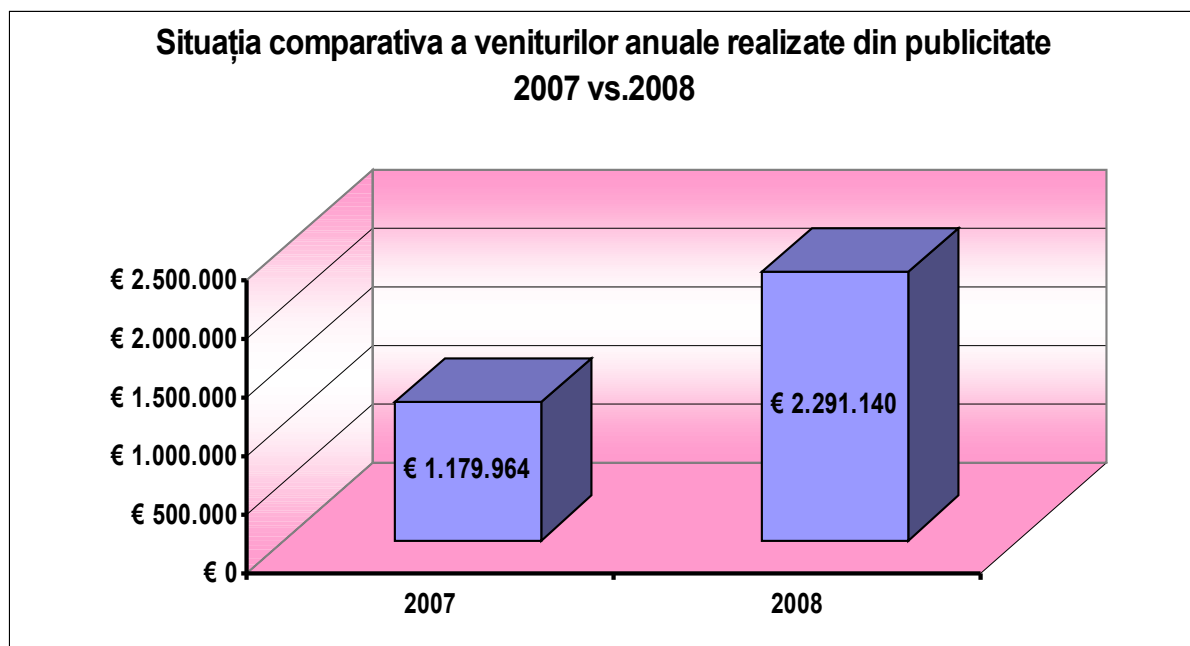
Această intenție a fost concretizată prin realizarea, implementarea și promovarea intensivă, prin mijloace de marketing și PR, a noii identități vizuale realizată în conformitate cu documentul „Misiune - Viziune - Valori - Principii” adoptat la nivel de instituție.

Activitatea postului public de radio a beneficiat de o puternică reflectare în presă datorită unor campanii susținute de promovare a produselor vedetă prin mijloace de PR.

Sfârșitul de an a coincis cu desfășurarea campaniei aniversare „Radio România 80” ce a beneficiat de o promovare fără precedent în presa românească. În finalul acestei campanii a fost realizat spectacolul și CD-ul aniversar „80 de ani de muzică în 80 de ani de radio”, evenimente care au constituit rodul colaborării interne între Direcția Comunicare și Marketing și Redacția Muzicală, bucurându-se de un real succes.

Vânzări

Ca urmare a externalizării vânzării spațiului publicitar al SRR, aferent posturilor Radio România Actualități, Radio România Cultural, Antena Satelor, precum și 50% din spațiul de publicitate al fiecăruia dintre Studiourile Regionale, încasările din publicitate în anul 2008 aproape s-au dublat față de anul 2007, înregistrându-se cea mai mare creștere de până acum a veniturilor din publicitate.



În anul 2008, venitul brut anual realizat din publicitate, de către regia de vânzări, este de 2.291.140 euro față de anul 2007, când venitul brut anual realizat din publicitate a fost de 1.179.964 euro (2,5% reprezentând venituri realizate de compartimentul propriu de vânzări al SRR în perioada 1 ianuarie 2007-15 martie 2007, iar 97,5% sunt venituri realizate de agenția de vânzări începând cu data 15 martie 2007 și până la sfârșitul anului).

Creșterea încasărilor din publicitate în anul 2008 se reflectă prin difuzarea a 6.749 de minute, care au conținut 13.016 spoturi publicitare.

În acest an, Societatea Română de Radiodifuziune a realizat un număr de 283 de spoturi de promovare a evenimentelor externe, a concertelor și a evenimentelor interne, totalizând 4.378 de minute.

Numărul calupurilor de publicitate difuzate a crescut de la 4.900 în 2007 la 5.524 în 2008, iar numărul spoturilor publicitare a crescut de la 9.525 în 2007 la 13.016 în 2008.

Sponsorizări

În anul 2008 s-au obținut în continuare venituri semnificative din sponsorizări.

Evenimentele din cadrul proiectului aniversar Radio România 80 au fost susținute de Primăria Sectorului 1, în calitate de partener oficial, reprezentând unul dintre cei mai importanți sponsori ai proiectului, precum și de alți sponsori ca: Eximbank, Petrom, CEC etc.

Spectacolul aniversar Radio România 80 a fost realizat cu sprijinul Băncii Comerciale Române, în calitate de coproducător.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Prin tradiție, Loteria Română a fost prezentă și în anul 2008 alături de Radioul public la evenimentele cu mare impact la publicul larg: „Gala Premiilor RRA” „80 de ani de muzică în 80 de ani de radio” etc.

Evenimentele „Povestirile Peleşului”, „Gala Premiilor Radio România Cultural” și „Ziua Agenților de Presă Rador” au fost organizate cu fonduri oferite de Camera Notarilor Publici.

Radiocom a fost sponsorul evenimentelor „Gala Premiilor RRA” și „80 de ani de muzică în 80 de ani de radio”.

Evenimentele interne au fost susținute de Carrefour România, Pizza Hut și KFC.

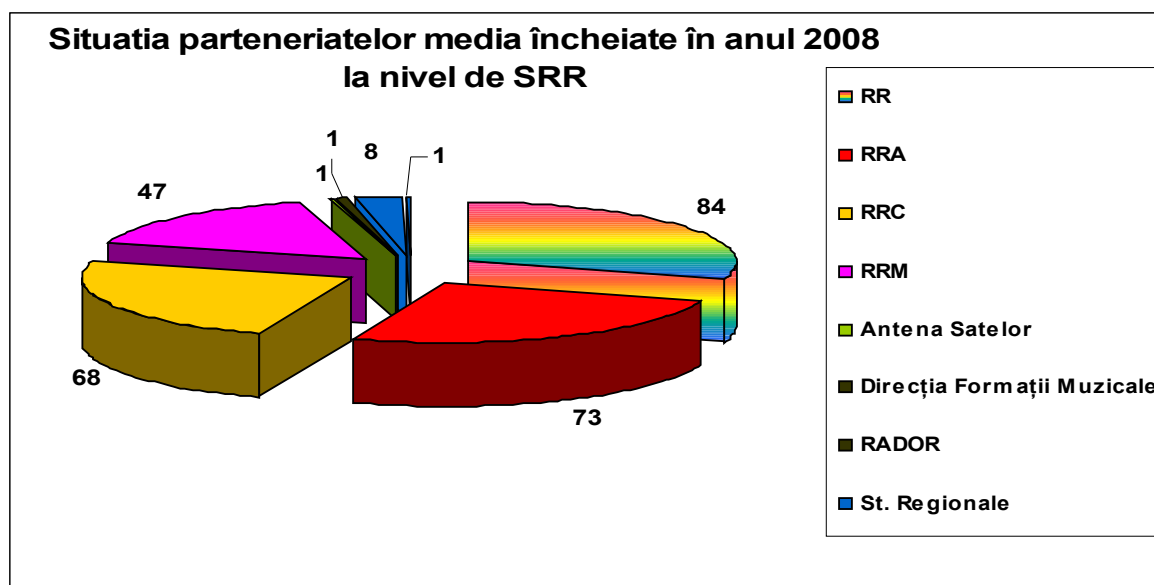
Târgul Internațional Gaudeamus a adus sponsorizări de aproximativ 22.000 de euro la ultima ediție a târgului.

Parteneriate

Pe parcursul anului 2008, la nivelul Societății Române de Radiodifuziune au fost încheiate 283 de parteneriate.

În acțiunea de promovare a proiectului aniversar Radio România 80 apreciem contribuția Televiziunii Române, Antena 1, Realitatea TV, Prima TV care au fost alături de Radioul public.

Televiziunea Română, partener tradițional și loial evenimentelor organizate de instituția radioului public, a promovat campania aniversară Radio România 80 cu fidelitate și promptitudine, contribuind la creșterea notorietății acestui eveniment, prin transmiterea în direct a celor mai importante evenimente: „Gala Premiilor Radio România Actualități”, „Gala Premiilor Radio România Cultural”, „80 de ani de muzică în 80 de ani de radio”, spectacolul dedicat Zilei Radioului etc.



Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Dintre acestea menționăm: Gala UNITER, Mamaia Copiilor, Festivalul de Muzică Ușoară Mamaia, Festivalul Național de Teatru, Festivalul de Artă Medievală Sighișoara, Muzeul Național Cotroceni, Administrația Națională Apele Române etc.

Printre cele mai importante campanii organizate s-au numărat:

- În domeniul sănătății: „Programul Național de control al sănătății”, la inițiativa Ministerului Sănătății; „Avertizare consum alcool, sare, zahăr și grăsimi”, promovată de Ministerul Sănătății;
- Campaniile de mediu „Reabilitarea zonelor miniere”, „REGIO” au fost lansate de Ministerul Agriculturii, Pădurilor și Dezvoltării Rurale, Agenția Națională pentru Dezvoltarea Zonelor Miniere și Ministerul Dezvoltării Lucrărilor Publice și Locuințelor;
- Campaniile de educație ale Asociației Alternative Sociale și ale CNA care vizează educația copiilor „Copii singuri” și „Ai grijă de copiii tăi, oriunde ai fi”;
- Campaniile asociației „Salvați copiii” împotriva violenței - „Violența naște violență”;
- Campanii non-violență „Oprăți violența domestică împotriva femeilor” inițiate de Ministerul Muncii, Familiei și Egalității de Șanse;
- Campanii de informare a populației cu privire la dreptul fiecărui cetățean de a fi corect informat despre utilizarea fondurilor europene „Finanțare europeană pentru afacerea ta, localitatea ta, agricultură”;
- Campanie de sprijinire a populației române pentru întocmirea actelor de identitate, inițiată de Fundația „Romani - Criss”;
- Campanii de informare cu privire la îmbunătățirea sistemului de asistență juridică;
- Campanii inițiate de Asociația Prodemocrația privind dreptul de a alege și de sesizare a neregulilor la secțiile de votare;
- Campanii antidrog organizate de Agenția Națională Antidrog.

Promovare

Unul dintre principalele obiective ale Societății Române de Radiodifuziune în anul 2008 a fost schimbarea identității vizuale Radio România, care a inclus schimbarea siglei Radio România, în luna iunie 2008, acțiune care s-a efectuat **pro bono** de specialiști ai Companiei McCann Erickson.

Tot în această etapă s-au făcut demersuri pentru campania de comunicare a noului logo Radio România și a celei de promovare Radio România 80. Campania de comunicare a noii identități și cea de promovare Radio România 80 s-au desfășurat în București și în 10 orașe din țară (Constanța, Iași, Cluj, Craiova, Brașov, Baia Mare, Timișoara, Suceava, Sinaia, Bacău).

Evenimente speciale

Pe parcursul anului 2008 au fost organizate prin implicarea Serviciului Marketing evenimente de o importanță deosebită pentru Societatea Română de Radiodifuziune: Gala Premiilor Muzicale Radio România Actualități, Gala Premiilor Radio România Cultural, Ziua Agențiilor de Presă, Târgul Internațional de Carte Gaudeamus.

Cu ocazia aniversării a 80 de ani de existență a radioului public, au fost organizate o serie de evenimente:

- spectacolul Stagiunea, eveniment dedicat primei emisiuni radiofonice;
- concert aniversar Radio România 80, organizat de Primăria sectorului 5 în Piața Constituției;
- concert aniversar Radio România 80, eveniment realizat în colaborare cu TVR;
- Gala Premiilor Radio România 80, eveniment în cadrul căruia au fost decernate premii de excelență personalităților marcante din lumea culturală și politică românească;
- lansare timbru aniversar realizat de Romfilatelia și monedă aniversară oferită de Banca Națională a României;
- „Ziua Culturii la Radio România”, campanie prin care ascultătorii postului public au fost invitați la spectacole de teatru, operă, circ și film.

PROGRAMUL LECTURA 2008 TÂRGURILE GAUDEAMUS

Programul LECTURA, inițiat și derulat de Radio România a împlinit în anul 2008 15 ani de existență, interval în care au avut loc, sub sigla GAUDEAMUS, 47 de evenimente expoziționale dedicate cărții și educației.

Programul este format din: Târgul Internațional gaudeamus - Carte de Învățătură, Caravana Gaudeamus (serie de evenimente organizate în principalele centre universitare din țară), Târgul Internațional Gaudeamus - Carte Școlară și alte proiecte conexe.

Edițiile organizate pe parcursul anului 2008 s-au derulat sub semnul aniversării a 80 de ani de la înființarea Radio România, campania de organizare corelându-se cu cea de schimbare a identității vizuale a instituției.

TÂRGUL INTERNAȚIONAL GAUDEAMUS - CARTE DE ÎNVĂȚĂTURĂ

Ediția 2008 a Târgului Internațional Gaudeamus, inclusă de Comisia Europeană în programul evenimentelor derulate în cadrul Anului European al Dialogului Intercultural, a confirmat statutul evenimentului, pe plan național și internațional, fiind unanim cotate, de către specialiști, jurnaliști și public, drept cel mai important târg de carte din România. De asemenea, a fost confirmat statutul de cel mai important eveniment de tip expozițional în domeniul educației.

Statistica ediției

Suprafața târgului a ajuns la circa 14.000 mp - capacitatea maximă a Pavilionului Central Romexpo, cu un număr de peste 400 de expozanți. Programul de manifestări al ediției a cuprins peste 400 de evenimente dintre care 57,5% au fost lansări sau prezentări de volume ale unor autori români. Târgul a fost vizitat de peste 105.000 persoane.

PUBLICAȚII RADIO

În anul 2008 colectivul responsabil cu realizarea Publicațiilor Radio s-a preocupat de îndeplinirea următoarelor obiective:

- realizarea broșurilor de prezentare a posturilor Radio România Actualități, Radio România Cultural, Radio România Muzical, Antena Satelor;
- realizarea și lansarea la 1 noiembrie a Almanahului Radio România 80, produs după un concept aparținând în exclusivitate SRR - Colectivul Publicații Radio;
- realizarea în luna noiembrie 2008 a revistei Târgului Internațional de Carte Gaudeamus.

COMUNICARE

În anul 2008, Serviciul Comunicare s-a implicat în implementarea celor trei proiecte majore pentru consolidarea imaginii organizaționale:

- diseminarea, la nivel intern și extern, a documentului „Radio România – Viziune, Misiune, Valori și Principii” (vezi Anexa 6);
- comunicarea schimbării identității vizuale a radioului public;
- campania aniversară „Radio România 80”.

În planul comunicării instituționale, atingerea obiectivului – comunicare eficientă, transparentă, promptă – este cuantificată în cele peste 850 de articole apărute în mass-media scrisă.

Comunicare externă

În anul 2008, SRR a trimis către presă aproximativ 400 de comunicate de presă și s-a implicat în organizarea unor evenimente și conferințe de presă.

Comunicare internă

Obiectivele comunicării interne pe parcursul anului 2008 au fost:

- comunicarea transparentă a deciziilor managementului;
- diseminarea documentului „Radio România – Viziune, Misiune, Valori și Principii” la nivel intern;

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

- comunicarea noii identități vizuale la nivel intern (vezi Anexa 5 - siglele noi);
- comunicarea aniversării celor 80 de ani de radiofonie românească;
- eficientizarea mecanismelor de comunicare.

Mijloacele utilizate pentru comunicarea internă au fost:

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

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

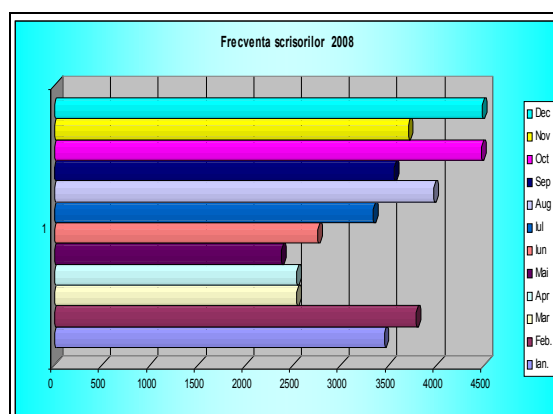
- organizarea sărbătoririi de către angajați a împlinirii celor 80 de ani ai Radio România;
- proiecte interne (Mărțișor, Paște, 1 Noiembrie, Crăciun);
- materiale informative interne (documentul „Radio România – Viziune, Misiune, Valori și Principii”, materiale digitale cu noile elemente de identitate, personalizate pe departamentele SRR);
- comunicarea hotărârilor Consiliului de Administrație și a deciziilor Comitetului Director;
- scrisori personalizate;
- activități de protocol.

Gestionarea întregii corespondențe adresate SRR prin cele patru căi de comunicare: scrisori, telefoane, e-mail-uri, faxuri.

În anul 2008, pe adresa Societății Române de Radiodifuziune **s-a primit un număr de aproximativ 162 de mii de scrisori și s-au expedit cca 170 de mii de scrisori**. Comparativ cu anul 2007, se poate observa o creștere semnificativă: cu 46 de mii mai multe scrisori primite și cu peste 100 de mii de scrisori expediate.

Din conținutul lor rezultă preferințele ascultătorilor pentru emisiunile care tratează:

- subiecte cu caracter social-cetățenesc: locuri de muncă, asistență socială pentru persoane defavorizate, anunțuri umanitare, probleme privind veteranii de război, pensii, locuințe, probleme edilitare;
- subiecte cu caracter juridic; legislația muncii, Legea fondului funciar, legislația privind asociațiile de proprietari, drepturile chiriașilor, Legea caselor naționalizate, succesiuni moșteniri;
- probleme medicale: sfaturi medicale, adrese ale instituțiilor de profil.



S-a primit un mare număr de apeluri telefonice și de audiențe; s-a constatat o creștere a numărului de e-mail-uri față de anul anterior.

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 2008.

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:

- coordonarea tehnică a emisiei 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
Radio3Net	24 ore zilnic

- asigurarea funcționării în Casa Radio a sistemelor digitale de emisie și producție radio – Digimedia, RadioMan, Multinews și Transtel;
- dezvoltarea și menținerea de funcțiuni în cadrul sistemului informatic integrat dedicat managementului activităților Societății Române de Radiodifuziune prin:
 - asigurarea serviciilor de mentenanță;
 - asigurarea de servicii Internet (inclusiv pentru facilitarea ascultării programelor Radio România și pe internet);
 - asigurarea protecției datelor informatice.
- stabilirea legăturilor permanente între S.R.R. 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;
- 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:
 - peste 6.000 de înregistrări;
 - peste 800 de transmisii în direct;
 - peste 4.600 transmisii de materiale pentru diverse emisiuni.

- transmisii și producții cu grad ridicat de importanță și dificultate:
 - summit-ul NATO din București și activitățile conexe, organizate de către German Marshall Fund;
 - manifestările din cadrul conferinței permanente a audio-vizualului mediteranean (COPEAM);
 - jocurile olimpice de vară din China;
 - campania electorală și alegerile parlamentare;
 - producții muzicale realizate în studiourile de înregistrări ale Societății Române de Radiodifuziune și în Sala de concerte „Mihail Jora”, respectiv 190 de concerte și spectacole cu public, din care 140 transmise în direct și peste 1.466 de ore de înregistrări muzicale, suprapuneri și mixaje, 1.300 de ore de editări, prelucrări și ascultări, 360 de ore copieri.

- transmisii ale producțiilor muzicale ce s-au desfășurat în afara Casei Radio, preluate cu ajutorul cavelor de reportaj muzicale, însumând 56 de zile de deplasare;
- producții complexe de teatru radiofonic (190) și emisiuni de divertisment (25), producții-înregistrări, fonotecări, copieri în format digital – pentru Redacția Muzicală (260), spoturi publicitare (20);
- producții-reconstrucții primare, copieri, multiplicări – pentru Patrimoniul (190);
- monitorizarea și înregistrarea programelor difuzate de posturile radio proprii (8.736 de ore), copieri (230 de ore) și înregistrări (1650 de ore) diverse.

Activități desfășurate pe o durată limitată de timp

- pentru soluționarea unor probleme complexe, precis definite, cu participarea specialiștilor din colective diferite:
 - înlocuirea agregatelor frigorifice și a pompelor din Centrala frigorifică a Casei Radio;
 - înlocuirea principalei centrale de tratare a aerului din Centrala de climatizare a Casei Radio.

- 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 și a celor mai bune căi pentru a le corecta.

Activități permanente pentru asigurarea transporturilor, efectuarea transportului echipelor redacționale și tehnice, a materialelor și a aparaturii mobile pentru executarea transmisiilor directe, precum și alte activități (intervenții, aprovizionare etc.). S-a asigurat întreținerea și repararea autovehiculelor din dotare, 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:
 - finalizarea procesului de re tehnologizare prin darea în exploatare a spațiilor tehnice dedicate activităților de monitorizare și control vizând operațiile de comutare și distribuție semnale audio și telefonice pentru realizarea și difuzarea programelor de radio naționale;
- amenajări constructive, reparații, sistematizare rețele, consolidare panouri de zidărie și finisaje la holul etajului 3, corp B, în vecinătatea Controlului General Tehnic;
- achiziția echipamentelor și soluțiilor software, inclusiv a serviciilor și lucrărilor accesorii pentru obiectivul „Conservarea și păstrarea fonotecii de aur a radioului”;
- expertiza acustică, studiu de soluție tehnico-economică și proiect de amenajări interioare pentru Sala de Concerte “Mihail Jora”.

PROIECTE PENTRU VIITOR

- Implementarea proiectului ce urmărește realizarea Arhivei Digitale Audio și dezvoltarea facilităților de valorificare multimedia a tezaurului audio cultural și științific acumulat în arhiva SRR în cei 80 de ani de existență. Proiectul își propune stocarea permanentă, cu ajutorul noilor tehnologii, a producțiilor sonore, asigurându-se, astfel, păstrarea, conservarea, identificarea și accesarea rapidă, în condiții de securitate, a documentelor audio digitale.

- Achiziția și implementarea la nivel național a unui sistem de monitorizare a stațiilor de emisie FM ce difuzează programele Radio România, ceea ce va conduce la un control riguros și o mai bună gestionare a fondurilor provenite din alocație bugetară, precum și îmbunătățirea calității serviciilor prestate către ascultători.

Funcționalitățile care justifică necesitatea implementării sistemului, sunt:

- îmbunătățirea eficienței în exploatarea rețelei de emisie FM prin semnalizarea în timp real a disfuncționalităților apărute la oricare stație de emisie FM, de pe amplasamentele SNRadiocom, ce difuzează programele Radio România;
- controlul obiectiv, centralizat, în timp real, a calității și coerenței semnalului emis;
- înregistrarea în timp real, în cazul apariției unui eveniment declanșator, a unor componente specifice: semnalul emis, semnale perturbatoare precum și alți parametri tehnici care să permită identificarea cauzelor anomaliilor apărute;
- înregistrarea și semnalizarea automată a duratei și a tipului deficiențelor constatate precum și alarmarea prin multiple mijloace (e-mail, fax, sms);
- posibilitatea de intervenție la distanță asupra parametrilor tehnici ai echipamentelor din stația de emisie (procesoare de sunet, amplificatoare RF și alte echipamente care permit controlul de la distanță).

- Organizarea unei structuri interdepartamentale pentru definirea cerințelor și stabilirea soluțiilor tehnologice necesare viitoarei case radio *New Media*.

Concepția noii case radio va fi orientată către noi produse: servicii on-line, multimedia și programe la cerere (on-demand):

- noi procese și fluxuri de producție radio; implicarea personalului editorial în activitățile tehnice de producție radio;
- noi tehnologii digitale, IT&C: editare cu ajutorul calculatorului, producții stereo - multicanal pe diferite medii de stocare, televiziune virtuală;
- noua organizare necesară pentru integrarea activităților de producție radio și on-line cu noile tehnologii de comunicare.

Structura noii case radio va trebui să răspundă cerințelor moderne de protecție a mediului prin:

- soluții de climatizare pentru birouri de tip *open space*;
- soluții optimizate de iluminare care să combine lumina naturală cu cea artificială;
- fațade duble și ventilație naturală;
- integrarea soluțiilor neconvenționale de captare și valorificare a energiei;
- utilizarea materialelor fără impact nociv asupra mediului înconjurător;
- reutilizarea apelor pluviale și managementul apelor reziduale;
- respectarea noilor standarde de sănătate și siguranță în exploatare.

4. PREMII, DECORAȚII ȘI DISTINCȚII OBȚINUTE ÎN ANUL 2008

A. Premii acordate Radioului Public ca instituție

Premiul acordat de Ministerul Afacerilor Externe și MIMMCTPL **pentru implicarea constantă și informarea corectă a românilor de pretutindeni în decursul celor 80 de ani de existență.**

Premiul acordat de Comitetul Olimpic și Sportiv Român pentru sprijinul Echipei Olimpice a României în vederea participării la Jocurile Olimpice de la Beijing 2008.

Premiul VIP la secțiunea „Radio”, acordat pentru succesul de care s-a bucurat noua identitate vizuală a Radioului public, lansată pe 2 iulie 2008.

Camera de Comerț și Industrie a Municipiului București a acordat Radioului public **Premiul Special pentru 80 de ani de activitate.**

Diploma de excelență pentru cei 80 de ani de activitate acordată de Asociația Veteranilor de Război M.I.R.A.

Diploma aniversară cu ocazia primei sărbătoriri a Zilei Veteranilor de Război din România acordată de Asociația Veteranilor de Război M.I.R.A.

Premiul acordat de Academia Română pentru importanța și constanta activitate în slujba României, pentru rolul pe care și l-a asumat și spațiile acordate în difuzarea culturii, pentru activitatea sa față de Academia Română.

Discul de Platină primit din partea Casei de Discuri Roton pentru **colecția „80 de ani de muzică în 80 de ani de radio”,** lansată de Radio România la sfașitul anului 2008, în urma vanzării a peste 20 de mii de exemplare în mai puțin de trei luni de la lansare.

Ordinul Ziariștilor, clasa I aur, acordat de Uniunea Ziariștilor Profesioniști pentru contribuția adusă la dezvoltarea presei române și impunerea deontologiei în emisiunile radiofonice, pentru inițiativă și remarcabilă activitate, cu ocazia aniversării a 80 de ani a postului Radio România.

Diploma de onoare acordată de Consiliul Local Ploiești, Primaria Ploiești și Teatrul “Toma Caragiu” din Ploiești, pentru contribuția adusă promovării și valorificării operei marelui dramaturg I. L. Caragiale cu prilejul împlinirii a 156 de ani de la nașterea acestuia.

Premiul Multimedia și **Diploma pentru participarea de înaltă ținută** la Târgul Național de Carte *Librex* din partea Sedcom Libris S.A. Iași și a Primăriei Municipiului Iași acordat Editurii „Casa Radio”.

B. Premii acordate posturilor SRR

Academia de Științe Agricole și Silvicultură „Gheorghe Ionescu Sisești” a acordat postului **Antena Satelor „Meritul Academic”**, pentru implicarea în dezvoltarea așezărilor rurale, prima distincție de această valoare care se atribuie unei instituții media.

Premiul pentru cea mai eficientă promovare a rezultatelor cercetării acordat de către Autoritatea Națională pentru Cercetare Științifică colectivului de știință al **Radio România Cultural**. Radio România Cultural a fost singurul post de radio premiat cu această ocazie.

Antena Satelor a fost distinsă cu **Marele Premiu al Fundației „Niște Țărani”**, pentru contribuția la apărarea, promovarea și progresul civilizației rurale românești, pentru profesionalism și pentru rolul emisiunilor în consacrarea identității naționale.

Premiile obținute de **Rador** în anul 2008: **Diploma de excelență** pentru „Cel mai documentat stil jurnalistic implicat în campania de informare europeană”, din partea Fundației Eurolink - Casa Europei, și **Premiul aniversar UZP** cu prilejul împlinirii a 80 de ani de radiofonie.

Radio Constanța a primit **Premiul Special al Organizației Culturale Yafem** din Yalova, Turcia, pentru promovarea spiritului multiethnic în Dobrogea și pentru difuzarea de emisiuni în limbile turcă și tătară, în vederea menținerii tradițiilor celor două minorități etnice în regiune.

Radio Oltenia Craiova a primit **Diploma de Excelență** a Ministerului Internelor și Reformei Administrative și **Diploma de Excelență** a Muzeului de Artă Craiova, pentru implicarea obiectivă în viața comunității și promovarea valorilor culturale.

Radio Târgu-Mureș a fost răsplătit în anul 2008 prin premii și distincții:

- **Premiul special al Consiliului Național al Audiovizualului**, “pentru cel mai bun program local de radio din țară și pentru promovarea multiculturalității”;
- **Diploma pentru fructuoasa colaborare acordată de Uniunea Scriitorilor din România – Editura Ardealul**;
- **Locul II** la Festivalul Internațional de Radio și Televiziune „Floare de Colț” desfășurat la Ujgorod (Ucraina).

Radio Târgu-Mureș și Radio Timișoara au fost premiate la Festivalul de programe de televiziune și de radio pentru minorități „Plaiul meu natal”.

C. Premii acordate jurnaliștilor

Președintele României a decorat, la 5 noiembrie, 16 redactori ai Societății Române de Radiodifuziune, în semn de înaltă apreciere pentru profesionalismul, imparțialitatea și constanța cu care au fost promovate valorile culturii și spiritualității românești, de către Radio România.

Ceremonia de decernare a decorațiilor a fost prilejuită de împlinirea a 80 de ani de la primul semnal radiofonic.

Au primit decorații jurnaliști de la Radio România Actualități, Redacția Informații, Redacția Muzicală, Radio România Muzical, Radio România Internațional: Maria Țoghină, președinte-director general al SRR, Paul Grigoriu și Octavian Vintilă au primit **Ordinul Național „Serviciul Credincios” în grad de Cavaler**; Titus Andrei, Ilie Dobre, Marilena Dumitrescu, Gheorghe Enache, Cătălin Gomboș și Adrian Valentin Soare Mihai au primit **Ordinul Național „Pentru Merit” în grad de Cavaler**; Ruxandra Arzoiu, Grigore Constantinescu, Irina Hasnaș și Despina Viorica Petecel au primit **Ordinul „Meritul Cultural” în grad de Cavaler**, categoria muzică; Roza-Claire Jeanne Lutic, Ioana Măsariu și Carmen Adriana Velcu au primit **Ordinul Cultural în grad de Cavaler**, categoria promovarea culturii.

Marele Premiu pentru Radio la Premiile Clubului Român de Presă, ediția a IX-a, 27 mai 2008, a fost câștigat de **Mihaela Enache și Roxana Dumitrescu**, Radio România Actualități.

Câștigătorul **Premiului Clubului Român de Presă pentru emisiune de știri radio** a fost **Sorin Croitorescu**, Redacția Informații, în numele echipei care a realizat *Radiojurnalul de la ora 7.00*.

Câștigătorul **Premiului Clubului Român de Presă pentru interviu** a fost **Sebastian Crăciun**, Radio România Cultural, pentru emisiunea *Diaspora muzicală românească*.

Premiul Parlamentului European pentru Jurnalism - Secțiunea Radio a fost câștigat de **Mircea Radu Lipovan și Andreea Mînzat** de la Radio Iași.

Reporter European 2008 - Premiul Reprezentanței Comisiei Europene și al Biroului de Informare al Parlamentului European în România a fost acordat **Petronelei Cotea Mihai**, Radio Iași, pentru *Sat românesc, sat european* și lui **Cristian Ivaneș**, Radio Cluj, pentru documentarul *Podul*.

Medalia de argint a Premiilor URTI 2008 a fost câștigată de **Ileana Țăroi și Andrei Popov**, Serviciul Francez, Radio România Internațional, pentru o emisiune despre deportarea din Bărăgan din anul 1945.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2008

Locul al IV-lea pentru teatru radiofonic la ediția 2008 a Festivalului Internațional de documentar și radio drama „Marulic”, de la Hvar, Croația, a fost obținut de **Toma Enache**, regizor și actor de teatru, Secția Aromână Radio România Internațional, care s-a calificat **în finala Prix Europa**, Berlin, octombrie 2008, în ambele competiții cu *Bărbierul din Sevilla*, coprodus cu Redacția Teatru.

Premiul Musica viva, acordat de Forumul Muzical Român, a fost obținut de **Luminița Arvunescu**, Radio România Muzical, pentru emisiunea *Seară de operă*.

Premiul UCMR pentru muzicologie pe anul 2008 a fost obținut de **Ruxandra Arzoiu**, Redacția Muzicală, pentru volumul *Timpul nemântuit - Paradigme culturale în muzica lui Aurel Stroe*, apărut la Editura ICR, 2007;

Premiul Revistei „Melos” și Premiul Revistei Actualitatea Muzicală au fost obținute de **Sorina Goia**, Redacția Muzicală, pentru linia de emisiuni *Oaza de muzică*.

Premiul UCMR pentru întreaga activitate, a fost obținut de **Gabriela Scraba**, Redacția Muzicală.

În cadrul **Galei premiilor Manuscriptum**, **Teodora Stanciu** a fost distinsă cu **Premiul pentru Media Culturală** pentru emisiunile pe care le realizează la Radio România Cultural.

Gala Premiilor UNITER a desemnat „**Dumnezeul de a doua zi**” de Cornel Mimi Brănescu, în regia lui Claudiu Goga, ca fiind **Cel mai bun spectacol de teatru radiofonic al anului 2007**.

Printre câștigătorii premiilor pentru anul 2008, acordate de **Forumul Muzical Român** (9 decembrie, Palatul Cotroceni), se regăsesc trei foști și actuali membri ai echipei Radio România Muzical: **Luminița Arvunescu**, **Mihaela Doboș** și **prof. univ. dr. Grigore Constantinescu**.

Corina Negrea și **Teodora Stanciu**, realizatoare ale postului Radio România Cultural, au primit **distincțiile pentru promovarea imaginii Academiei Române, științei și valorilor culturale**, în cadrul evenimentului de decernare a **Premiilor Academiei Române pe anul 2008**.

5. CONCLUZII ȘI PERSPECTIVE

După patru ani de mandat al actualului Consiliu de Administrație, Radioul public se prezintă ca o instituție consolidată **editorial, financiar** și ca **image publică**.

- **Preluată cu deficit bugetar, Societatea Română de Radiodifuziune a încheiat fiecare an din intervalul 2005-2008 cu profit.** În condițiile unei taxe radio al cărei quantum s-a diminuat valoric și cu dificultăți de colectare, reechilibrarea s-a produs prin gestionarea cu maximă rigoare și eficiență a banului public. Recentul raport de audit independent conține date edificatoare, ce confirmă această conduită financiară responsabilă.
- O politică editorială adaptată continuu preferințelor ascultătorilor, indiciilor de consum pe piața radio, fără a abdica de la misiunea de post public și de la calitatea actului jurnalistic, a adus serviciului public **o creștere permanentă de audiență**, validată convingător de ultimul val de măsurare: primul loc la nivel național, inclusiv în zona urbană și în București. **Credibilitatea** este atul suplimentar acordat de ascultători informației difuzate de posturile noastre.
- Promovate după metode moderne de marketing, produsele jurnalistice Radio România au devenit o marcă prețuită de public, iar noua identitate vizuală lansată la aniversarea a 8 decenii de radiofonie în România a conferit vizibilitate maximă serviciului public.
- Afirmarea tot mai puternică a SRR ca un **actor matur în peisajul audiovizual internațional**, sprijinirea posturilor de radio care emit în limba română din afara granițelor, un statut din ce în ce mai bine definit în organisme precum EBU și URTI au evoluat în sens pozitiv, confirmând vocația europeană și cursul spre modernizare ale SRR.

Programe de anvergură, inițiate și proiectate pe mai mulți ani, își așteaptă continuarea și finalizarea în perioada imediat următoare:

- **Arhiva digitală audio** și dezvoltarea facilităților de valorificare multimedia a tezaurului cultural acumulat de SRR în cei 80 de ani de existență.
- **Radio România on line** destinat reconfigurării actului jurnalistic cu instrumentele digitalizării și ale new media, capitol la care avem de confruntat o concurență acerbă, bine mobilizată și cu un grad superior de reactivitate.

- Organizarea unei structuri interdepartamentale pentru definirea cerințelor și stabilirea soluțiilor tehnologice necesare **viitoarei case radio *New Media***.

- Un nou produs Radio România: **Kids Radio**.

- **Retehnologizarea studiourilor teritoriale** la același nivel cu cel al Casei Radio de la București.

- **Radio România în viitor**, proiect realizat cu consultanța externă a unor experți specializați în reconstrucția instituțională a Radioului public pe baza criteriilor moderne de management. Concretizarea lor presupune:
 - asumarea efectivă de către toți angajații a documentului de identitate *Radio România - Viziune, misiune, valori și principii*;

 - asigurarea și administrarea eficientă a resurselor;

 - reducerea numărului de personal, concomitent cu întinerirea corpului redacțional și tehnic și pregătirea lui la nivelul exigențelor profesionale ale radioului erei digitale.