

CUPRINS

Nr. crt.		Pag.
	Cuprins	1
	Cuvânt înainte	2
	Partea I - Cadrul general	6
1	Consiliul de Administratie si Comitetul Director	6
2	Organizare - Resurse umane	8
3	Relatiile Internationale	11
4	Evolutia principalilor indicatori economico-financiari pe anul 2006	13
5	Raport privind contul de executie bugetara pe anul 2006	18
6	Evolutia Audientei	20
	Partea a II- a – Activitatea departamentala	24
1	Productia editoriala	24
2	Comunicare - Marketing	79
3	Activitatea Tehnica	88
4	Proiecte majore la nivel de institutie	91
5	Concluzii, prospectii, proiecte	94

Cuvânt înainte

Cadrul general de actiune pentru SRR l-au constituit – si în anul 2006 – normele legale care îi definesc statutul de post public si îi stabilesc misiunile esentiale – informare, educare, divertisment, cultura, coagularea interesul public în jurul temelor majore de convergenta nationala. Si tot ca în fiecare an, echipa manageriala a stabilit ca prioritati strategice etapele necesare evolutiei radioului public, într-un mediu audiovizual în plina expansiune, generator de competitie si provocari. Dupa dificilul efort din 2005 de recucerire a normalitatii si restaurare a unei credibilitati temporar compromise, momentul 2006 a fost al consolidarii acestui curs prin crearea instrumentelor necesare de lucru, reorganizare, inovare si modernizare editoriala, profesionala, tehnica si de imagine.

Regulamente si proceduri, o organigrama simplificata prin reducerea posturilor de conducere si crearea unor structuri suple si eficiente, initierea demersurilor pentru crearea unor instante morale si de respectare a deontologiei ne-au sincronizat cu posturile similare europene, fapt marcat si prin semnarea de catre SRR a Cartei deontologice de la Sevilla.

Atunci când a fost necesar, am avut consultari si schimburi de experienta cu marile grupuri radiofonice europene – Uniunea Europeana de Radio, Radio France, BBC, Deutsche Welle – în materie de cultura corporatista, organizare redactionala, stil radiofonic, formate de emisiuni. Am împartasit preocuparea comuna fata de viitorul posturilor publice, tema de dezbatere extrem de actuala, si am constatat, cu egala satisfactie, ca, în pofida tuturor dificultatilor, serviciile publice de radio își mentin forta si ratiunea de a exista.

Într-o lume concurentiala, invadata de oferte media diversificate la maximum si sustinute de tehnici de productie si difuzare ce înapresc competitia public-privat, Radio România s-a mentinut si în 2006 lider de audienta la nivel national. Cercetarile de piata o confirma, iar oferta celor 5 canale nationale, care mizeaza pe specificitate, respectând însa complementaritatea de corporatie se dovedeste o buna optiune strategica. **Matinalul** de la Radio România Actualitati ocupa, în intervalul de prime time, 6:00-9:00, primul loc în preferintele publicului urban. Pentru cealalta importanta zona sociala – ruralul – o surpriza placuta a constituit-o ascensiunea în sondaje a Antenei satelor, singurul post care a câstigat masiv audienta, în conditiile în care tendinta generala pe piata radio (careia nici SRR nu i se poate sustrage) este de reducere a numarului de ascultatori, deveniti tot mai mobili si mult mai putin fideli.

Atenta la aceste tendinte, echipa de la Radio România Actualitati a început elaborarea grilelor de programe în functie de masuratorile de audienta fara a neglija însa misiunea de la care niciun derapaj nu ne este permis: satisfacerea exigentelor tuturor categoriilor de public, în egala masura platitoare de taxa radio. Tonalitatea programelor de dimineata a devenit mai alerta si atractiva, cu o mult mai profesionista selectare si redactare a informatiei. Fapt posibil prin crearea, în 2006, a Redactiei Informatii, condusa de manageri tineri proveniti din jurnalisti de talent ce si-au impus personalitatea profesionala, si care a beneficiat de o deplina libertate editoriala fara imixtiuni din partea factorului politic sau a top managementului institutiei. Întinerirea este si trasatura definitorie a echipelor de jurnal, a reporterilor si a retelelor de corespondenti din tara si din strainatate – aceasta din urma cea mai puternica si reputata din presa româna. Radiojurnale, buletine de stiri, dezbateri – toate respectând principiul pluralitatii opiniilor, curentelor de gândire, orientarilor politice- constituie oferta acestei redactii noi si dinamice. Pe tot parcursul zilei, programele RRA se completeaza într-o progresie dictata de eveniment, de actualitate pliata pe imperativul unic – adaptarea la agenda ascultatorului. **Studio deschis, Ziua si Evenimentul, Kdrane, Dialoguri europene, Europa din vecini, Obiectiv România, O zi într-o ora**, transmisiile sportive, emisiunile cu tematica religioasa, cele destinate minoritatilor, persoanelor cu dizabilitati, publicului doritor de cultura si divertisment au intrat în constiinta ascultatorilor, care recunosc în Radio România Actualitati o veritabila „nava amiral” a serviciului public de radio.

Pentru Radio România Cultural anul 2006 a avut o importanta miza câstigatoare: pastrarea unei înalte calitati a jurnalismului de gen, dublata de o deschidere catre categorii noi de public, tânar si activ. Sondajele indica o usoara, dar constanta crestere de audienta, desi, se stie, cultura nu e generatoare de cifre spectaculoase de rating si nici de profit. Mutatia cea mai spectaculoasa a fost parasirea transeelor elitiste, atribuite inadecvat consumatorilor de cultura si un stil de abordare mai „popular” ce nu a vulgarizat, ci dimpotriva a întarit mesajul cultural si educativ al postului.

O deschidere similara a practicat Radio România Muzical „George Enescu”, unicat pe piata audiovizualului românesc. Pe lângă Prestigiosul An Mozart sau Anul Francofoniei – repere de prim rang ale agendei culturale 2006, RRM descinde si în alte medii decât cele percepute în mod traditional ca gazduind publicul sau fidel. Concertele si recitalurile cu public de la Librariile Carturesti din capitala au împrospatat si diversificat în mod fericit o prestatie ce presupune, în primul rând, înalta tinuta culturala si intelectuala.

Radio 3 NET, un post cu totul deosebit de conceptiile obisnuite despre radio, a continuat sa fie calauza tinerilor în hatisul numit Internet, oferindu-le cea mai rapida cale catre cât mai multe domenii de interes public.

Cu cele doua canale, RRI 1 (programe în limba româna si în dialectul aromân) si RRI 2 (emisiuni în 10 limbi straine), Radio România International tine legatura cu românii din afara granitelor (comunitati constituite de decenii sau chiar cu o istorie mai veche, la care se adauga comunitatile recent coagulate de românii plecati la lucru în strainatate), constituind în acelasi timp principalul mijloc, aflat la dispozitia României, de ofensiva pe piata informationala externa. În 2006, oferta redactionala s-a adaptat la pregatirile pentru obtinerea noului statut al României, de tara membra a Uniunii Europene, si la previzibila sporire a emigratiei românesti determinate de cauze economice. O remarcabila evolutie a fost vizibila si în modernizarea si diversificarea vectorilor de emisie.

Politica de proximitate a fost servita de studiourile regionale ale SRR, dedicate comunitatilor locale, cu accent pe dialogul intercultural ilustrat prin spatiile largi de emisie alocate programelor în limbile minoritatilor nationale. La Sibiu s-au pus bazele crearii unui post local în FM, „statul major” al acoperirii evenimentului de anvergura nationala si europeana „Sibiu 2007 – capitala culturala europeana”.

Echipa, pe cât de tânara pe atât de dornica de afirmare, a Directiei Comunicare si Marketing si-a propus, din start, obiective pe masura: realizarea unei comunicari transparente si credibile, deschiderea fata de presa si alte institutii, mecanisme moderne de comunicare, organizarea de evenimente nationale si internationale, asumarea rolului de interfata activa între ascultatori si diversele compartimente ale SRR, promovarea imaginii radioului public, vânzarea spatiului de publicitate al SRR pe anul 2007, schimbarea formatului revistei Radio România, un site SRR demn de prestigiul primului grup radio din România. Portalul colaborativ pregatit în 2006 devine deja un instrument de comunicare rapida si transparenta între angajatii SRR si management si o sursa de informatie cu acces instantaneu.

Anul 2006 a confirmat si mentinerea la un standard de competitivitate nealterat a Târgului Gaudeamus. Cu o notorietate atât de pronuntata încât publicul care îi calca pragul uita adesea ca se afla de fapt într-un spatiu al Radio România dedicat cartii, Gaudeamus este o „poveste de succes” cu care ne mândrim. Anul trecut Târgul Gaudeamus a fost considerat indicatorul în functie de care editurile își stabilesc planul de publicatii. Profesioniștii domeniului îl plaseaza printre primele 10 manifestari de acest gen din Europa.

La ora revolutiei digitale, când podcastingul si internetul sunt considerate mutatii la fel de importante ca aparitia FM-urilor în anii '80, radioul public are mult de recuperat în materie de noutati tehnice. Calitatea sunetului ne plaseaza într-o nedorita inferioritate în competitia cu radiourile private, face lipsita de sens acoperirea nationala, daca aceasta acoperire «nu se aude», si anuleaza uneori importante eforturi

editoriale, îndeosebi la Radio România Muzical unde sunetul deficitar nu satisface pretentiile unui public si cunoscator si select.

Corpul tehnic a lucrat la asigurarea functionarii în Casa Radio a sistemelor digitale de emisie si productie – Digimedia, RadioMan, Multinews si Transtel, precum si la implementarea celorlalte componente ale Sistemului Informatic Integrat. Investitiile în acest sector presupun resurse financiare si umane importante care vor trebui asigurate în anul 2007. De la sfârșitul anului 2006 toate posturile de radio publice – nationale si regionale – au program de 24 ore din 24 si în curând vor putea fi receptionate si prin Internet, aflându-se fara întrerupere si prin toate mijloacele în serviciul publicului.

Un cuvânt si despre gestiunea financiara a SRR. Dupa depasirea în 2005 a unui moment dificil, am continuat cu o politica prudenta de cheltuire a banului public, axata pe obiectul de baza al activitatii SRR, productia de programe radiofonice. Rezultatul a fost mentinerea stabilitatii economico-financiare a institutiei, care, în conditiile date, echivaleaza cu o realizare ce merita, credem, semnalata.

În pofida continuarii procesului de reducere a numarului de platitori ai taxei radio si a presiunilor suplimentare asupra bugetului, generate de cresterea exponentiala a cheltuielilor cu plata drepturilor de autor si conexe, managementul institutiei si-a atins obiectivul de a termina anul 2006 cu profit.

Politica de resurse umane, bazata pe valorificarea mai eficienta a capacitatii de munca a salariatilor, a permis reducerea, fara disponibilizari sau repercusiuni asupra functionalitatii compartimentelor, a 40% din functiile de conducere si a 3% din numarul total de angajati.

În planul relatiilor internationale s-a urmarit consolidarea pozitiei Societatii Române de Radiodifuziune ca organizatie media publica europeana, în contextul preconizatei aderari a României la Uniunea Europeana.

Conducerea SRR apreciaza ca activitatea desfasurata în anul 2006, prezentata în continuare, ofera garantia îndeplinirii misiunii sale, potrivit legii, si pentru anul 2007.

PARTEA I – CADRUL GENERAL

1. CONSILIUL DE ADMINISTRATIE SI COMITETUL DIRECTOR

Societatea Româna de Radiodifuziune este organizata si functioneaza în baza Legii nr. 41/1994, republicata – cu modificarile si completarile aduse de Parlamentul României – în Monitorul Oficial nr. 895/15 decembrie 2003.

Conducerea societatii este asigurata, conform legii, de:

- Consiliul de Administratie
- Presedintele Director General
- Comitetul Director

1.1. Consiliul de Administratie

Potrivit art. 24 al.1 din legea 41/1994, „Consiliul de administratie se întruneste lunar si ori de câte ori interesele societatii o impun”.

În cursul anului 2006, membrii Consiliului de Administratie s-au întrunit în 21 de sedinte în care au fost aprobate 102 hotarâri.

În marea majoritate a convocarilor, prezenta membrilor consiliului a fost integrala si numai accidental s-au înregistrat absente motivate (deplasari în tara si strainatate, probleme de sanatate).

Ordinea de zi a fiecărei sedinte si hotarârile adoptate au avut ca obiect problemele majore ale SRR, între care mentionam:

- strategia editoriala si calitatea emisiunilor difuzate pe posturile SRR;
- masurile necesare mentinerii postului public de radio la un nivel ridicat de audienta si notorietate în rândul publicului;
- identificarea unor solutii privind sediul SRR (crearea premiselor pentru construirea unui nou sediu sau consolidarea actualului sediu în conditii de utilizare eficienta a resurselor);
- implementarea Sistemului Informatic Integrat;
- gestionarea situatiilor tensionate la nivel organizational;
- preocuparea pentru continuitatea dialogului cu partenerii sociali, ca masura de prevenire a conflictelor de munca;
- bugetul de venituri si cheltuieli si planul de investitii al Societatii Române de Radiodifuziune pe anul 2006;

- bugetul de venituri si cheltuieli al SRR, rectificat, pe anul 2006;
- achizitionarea unui sediu pentru Studioul Regional Craiova;
- Regulamentul privind organizarea si desfasurarea concursului pentru numirea membrilor în Comitetul Director;
- noua componenta a Comitetului Director al SRR;
- Regulamentul Intern al Societatii Române de Radiodifuziune;
- extinderea programelor posturilor regionale ale SRR în FM, 24 de ore din 24;
- componenta Consiliului Director al Fundatiei Radio România.

Consiliul de Administratie în ansamblu, cât si fiecare membru al sau, si-ar fi dorit realizari mai multe si mai semnificative, însa o serie de restrictii – în primul rând de ordin financiar – au împiedicat împlinirea acestor aspiratii; aceste neîmpliniri afecteaza obligatiile SRR, izvorâte din caracterul sau de societate public, si pot fi solutionate numai prin asigurarea unor surse de venit sigure, stabile si acoperitoare.

Altfel spus, aplicarea unei politici financiare de austeritate (urmare a veniturilor insuficiente) nu poate sa nu afecteze proiectele SRR.

În spiritul transparentei ce caracterizeaza activitatea sa, procesele-verbale ale CA au fost afisate la avizare si pe site-ul SRR.

Dezbaterile din sedintele CA au fost înregistrate si transcrise, pastrându-se în arhiva.

1.2. Comitetul Director

În cursul anului 2006, Comitetul Director a emis un numar de 291 de decizii, adoptate în 51 de sedinte.

Principalele decizii adoptate au avut ca obiect:

- aprobarea Metodologiei privind elaborarea grilelor de program;
- aprobarea grilelor de programe standard ale posturilor nationale, internationale si regionale pentru perioada 1 septembrie 2006-31 august 2007;
- avizarea propunerii de extindere a programelor posturilor regionale ale Societatii Române de Radiodifuziune, în FM, 24 de ore din 24;
- aprobarea proiectelor pe care le va derula SRR în cadrul evenimentului „Sibiu – Capitala Culturala Europeana; în acest scop s-a aprobat înfiintarea unui grup de lucru special;
- aprobarea etapelor necesare constituirii Consiliului de Onoare al SRR;
- aprobarea noii identitati vizuale a Societatii Române de Radiodifuziune;
- stadiul implementarii sistemului informatic integrat;
- avizarea proiectului de buget si al planului de investitii al Societatii Române de Radiodifuziune pe anul 2006;

Raportul de activitate al Societatii Române de Radiodifuziune - 2006

- avizarea proiectului de rectificare a bugetului de venituri si cheltuieli pe anul 2006;
- avizarea proiectului de Regulament Intern al SRR;
- avizarea proiectului „Regulamentului de evaluare a activitatii manageriale”;
- avizarea proiectului „Manualului de proceduri privind administrarea resurselor umane în Societatea Româna de Radiodifuziune”.

La fel ca în cazul Consiliului de Administratie, procesele-verbale ale CD au fost afisate la avizare si pe site-ul SRR.

Controlul si stadiul realizarii hotarârilor CA au fost urmarite permanent prin secretariatul celor doua organisme.

Secretariatul Consiliului de Administratie si Comitetului Director a realizat o baza de date informatizata care ofera posibilitatea accesarii documentelor legate de activitatea celor doua organisme, de catre toti cei în drept.

2. ORGANIZARE – RESURSE UMANE

2.1. Structura organizatorica

La data de 15 februarie 2006 a intrat în vigoare noua structura organizatorica a Societatii Române de Radiodifuziune. Aceasta a fost aprobata de Consiliul de Administratie la sfârșitul anului precedent. Prin noua structura s-a redus numarul posturilor de conducere cu 41, respectiv de la 131 la 90 posturi.

În anexa 1 este prezentata organigrama SRR, în vigoare de la data de 15 februarie 2006.

Modificarea de structura a fost însoțita de completarea cadrului legal, prin adoptarea de noi reglementari interne privind organizarea si functionarea Societatii Române de Radiodifuziune.

Astfel, pe parcursul anului 2006, au fost adoptate:

- a) Regulamentul privind organizarea si desfasurarea concursului pentru numirea membrilor în Comitetul Director
- b) Procedura de lucru privind acoperirea evenimentelor care au loc în zilele de sâmbata si duminica
- c) Regulamentul intern al Societatii Române de Radiodifuziune
- d) Regulamentul de evaluare a activitatii manageriale

Raportul de activitate al Societatii Române de Radiodifuziune - 2006

e) Manualul de proceduri privind administrarea resurselor umane:

- ☒ Încheierea contractului individual de munca
- ☒ Modificarea contractului individual de munca
- ☒ Acordarea concediului pentru îngrijirea copilului până la vârsta de 2 ani
- ☒ Detasarea salariatilor SRR la alte institutii
- ☒ Acordarea concediului fara plata
- ☒ Pensionarea salariatilor SRR
- ☒ Încetarea contractului individual de munca prin acordul partilor sau prin demisie
- ☒ Numirea si eliberarea într-o/dintr-o functie de conducere a salariatilor SRR

2.2. Evolutia structurii de personal în anul 2006

Urmare a unei politici consecvente de rationalizare a numarului de salariatii, dinamica miscarilor de personal pe parcursul anului 2006 a fost :

Luna	Numar angajari (+)	Numar lichidari (-)	Cresteri (+) Diminuari (-)	Numar posturi ocupate
31 decembrie 2005	-	-	-	2.653
Ianuarie 2006	1	9	- 8	2.645
Februarie 2006	3	7	- 4	2.641
Martie 2006	3	8	- 5	2.636
Aprilie 2006	4	12	- 8	2.628
Mai 2006	3	11	- 8	2.620
Iunie 2006	3	6	- 3	2.617
Iulie 2006	-	12	- 12	2.605
August 2006	-	5	- 5	2.600
Septembrie 2006	4	10	- 6	2.594
Octombrie 2006	6	5	+ 1	2.595
Noiembrie 2006	2	7	- 5	2.590
Decembrie 2006	6	22	- 16	2.574
TOTAL	35	114	- 79	

Numarul de 2.574 de posturi ocupate îl egaleaza pe cel înregistrat la 31.12.1999 si reprezinta cel mai mic numar de posturi ocupate de la aparitia Legii nr. 41/1994 si pâna în prezent, înscriindu-se în eforturile SRR de eficientizare a folosirii resurselor umane disponibile si de reducere la strictul necesar a numarului personalului angajat pe perioada nedeterminata.

Raportul de activitate al Societatii Române de Radiodifuziune - 2006

Structura pe departamente si functii a personalului existent în anul 2006 se regaseste în Anexa 2.

În anul 2006 si-au încetat activitatea un numar de 114 salariatii, astfel:

a) dupa forma de încetare a activitatii:

- prin acordul partilor	- 44
- prin pensionare	- 63
- prin desfacerea disciplinara a contractului individual de munca	- 1
- prin deces	- 6
TOTAL	114

b) pe departamente:

- Compartimente subordonate PDG	- 10
- Departamentul productie editoriaa	- 81
- Departamentul tehnic	- 14
- Departamentul economic	- 9
TOTAL	114

Evolutia iesirilor la pensie este prezentata în Anexa 3.

În general, politica Societatii Române de Radiodifuziune, în ceea ce priveste pensionarile, consta în pensionarea la termen a salariatilor pentru limita de vârstă; pensionari anticipate sau pe caz de boala se aproba numai în cazuri deosebite sau la solicitarea persoanei.

2.3. Pregatirea profesionala

În anul 2006, activitatea Serviciului Pregatire Profesionala s-a desfasurat pe doua directii majore:

a) Elaborarea si realizarea Planului de Pregatire Profesionala a angajatilor, având ca obiective:

- ☒ pregatirea salariatilor în vederea integrării în sistemul informatic;
- ☒ actualizarea cunostintelor profesionale în domenii esentiale si prioritare;

- ✍ îmbunătățirea climatului de lucru și ameliorarea culturii organizatorice;
- ✍ sporirea capacității de comunicare în mediul profesional.

b) Dezvoltarea propriei activități și îmbunătățirea metodologiei de lucru

În scopul realizării acestor obiective s-au organizat 81 de evenimente profesionale pentru 700 angajați, reprezentând 1010 participări.

Cu un buget echivalent celui din anul 2005, în 2006 s-au organizat în plus 29 de evenimente profesionale, a crescut numărul participanților cu 278 și al participărilor cu 408.

3. RELATIILE INTERNATIONALE

Strategia de Relații Internationale a Societatii Române de Radiodifuziune s-a înscris și în anul 2006 pe cele patru linii fundamentale de acțiune, devenite deja tradiționale:

3.1. Finalizarea demersurilor SRR de implementare a standardelor europene în vederea aderării la Uniunea Europeană; la acest capitol menționăm vizita în România a unor experți de la Serviciile Permanente EBU de la Geneva: dl Werner Rumphorst, director Departamentul Juridic EBU, dl Julian Ekiert – Finance Controller EBU, și a domnului Michel Poncet, director Resurse Umane EBU. Dovada recunoașterii succeselor înregistrate de Societatea Română de Radio în domeniul implementării standardelor europene o reprezintă invitarea președintelui director general la două conferințe organizate de către Comisia Europeană – în Muntenegro și Turcia – pentru a prezenta strategia SRR.

3.2. Continuarea politicii de integrare în principalele organisme internaționale, obținerea unor poziții de decizie în conducerea acestora și explorarea posibilităților și avantajelor pentru SRR de înscriere în alte organizații internaționale. Principalele organisme internaționale la care SRR este membră sunt: Uniunea Europeană de Radio-Televiziune (U.E.R./E.B.U.) și Universitatea Internațională de Radio și Televiziune (U.R.T.I.). Menționăm că în anul 2006, România, prin Societatea Română de Radio, a ocupat un loc în Consiliul de administrație EBU (pentru anul 2006, președintele director general a avut funcția de supleant). În luna martie 2006, SRR a organizat Reuniunea Grupului Central și Est European EBU, iar în luna septembrie Reuniunea Grupului de Muzică EBU și Seminarul internațional de training pentru juristi. Referitor la URTI, România are deja o poziție privilegiată, întrucât un reprezentant al său detine funcția de președinte al Comisiei Radio.

În ceea ce privește Conferința Permanentă a Audiovizualului Mediteranean (Co.Pe.A.M) dorim să precizăm că acesta este un prestigios organism internațional care reunește radiouri, televiziuni, producători independenți etc., nu numai din aria

geografica mediteraneana, ci din întreg spatiul de influenta al culturii mediteraneene. În anul 2006, doamna Maria Toghina, presedinte director general, a semnat, la Palermo, Carta Co.Pe.A.M., marcând prin aceasta aderarea institutiei noastre la principiile enuntate în acest document: recunoasterea clauzei de constiinta a jurnalistilor, respectarea pluralismului opiniilor, responsabilitate, echidistanta, exactitate si obiectivitate în relatarea faptelor, identificarea si verificarea surselor de informatie, evitarea oricarei forme de discriminare si incitare la violenta, intoleranta si ura rasiala sau religioasa, evitarea oricarei forme de dezinformare prin omisiune, montaj sau oricare alta forma de manipulare etc.

Ca recunoastere a activitatii sustinute a SRR în cadrul Co.Pe.A.M, Comitetul Director al acestui organism a acceptat în anul 2006 propunerea SRR de a fi gazda Conferintei Co.Pe.A.M din anul 2008 (în Anexa 4 este prezentata carta COPEAM adoptata la Sevilla).

3.3.Intensificarea relatiilor de colaborare cu sectiile de limba româna de la posturile de radio din tarile învecinate si cu posturile comunitare românesti. În acest context se înscrie si faptul ca s-a oferit consultanta postului Teleradio Moldova.

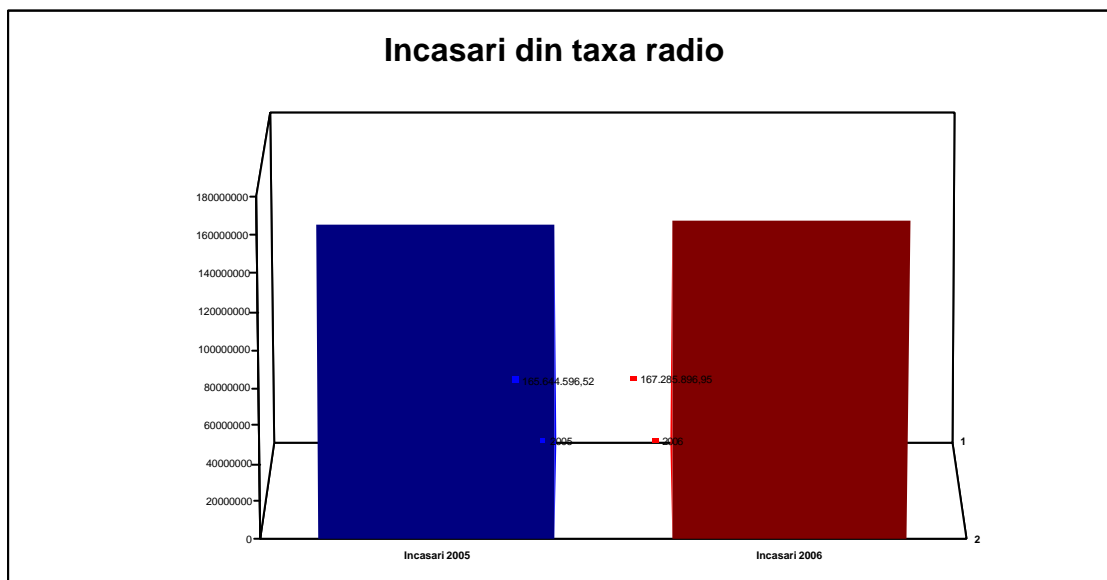
3.4.Intensificarea relatiilor bilaterale, în primul rând cu radiodifuziunile publice din regiune, a colaborarii cu reprezentantele diplomatice, participarea la evenimente culturale creatoare de imagine pentru SRR. În acest context mentionam semnarea unui nou acord bilateral cu Radiodifuziunea Slovaca; a unui nou Acord bilateral cu Teleradio-Moldova; vizita la Bucuresti a doamnei Mariza Fakli, Director Departament Programe Europene ERT – Radioteleviziunea publica din Grecia; vizita la Bucuresti a domnului Hubert Thebault – Radio France-France Bleu, pentru consultanta în domeniul grilelor de programe la studiourile teritoriale; vizita domnului Bruno Denaes, Secretar General France Info – pentru consultanta Camera stirilor; programul de consultanta la nivel de management oferit de Deutsche Welle Training Centre si pregatirea profesionala în domeniul jurnalismului de actualitate, proiect suportat de delegatia Wallonie – Bruxelles la Bucuresti; un loc aparte îl constituie implicarea Relatiilor Internationale în proiectul „Sibiu 2007 – capitala culturala europeana” si demararea proiectului de cooperare în acest domeniu cu Radiodifuziunea Luxembourg.

4. EVOLUTIA PRINCIPALILOR INDICATORI ECONOMICO-FINANCIARI

În pofida dificultatilor întâmpinate, Societatea Româna de Radiodifuziune a reusit si în cursul anului 2006 mentinerea unei diferente pozitive între venituri si cheltuieli, asigurându-se stabilitatea economica a institutiei si realizarea obiectivelor sale.

Pentru aceasta au trebuit depasite o serie de probleme aparute în asigurarea veniturilor, în special în activitatea de colectare a taxei radio. În plus, taxa radio a înregistrat o scadere fata de anul 2005, datorata retragerilor de la plata pe baza declaratiei pe propria raspundere si a scutirilor acordate prin legi speciale; în medie s-au înregistrat aproximativ **10.000** de renuntari lunar.

O usoara crestere a veniturilor din taxa radio (1,6 milioane lei) s-a obtinut ca urmare a initiativelor proprii derulate de SRR de atragere de noi platitori, în special din zona persoanelor juridice.



Situatia comparativa a încasarilor din taxa radio si a numarului de platitori se prezinta astfel :

	2005	2006
Încasari din taxa radio	165.644.596.52	167.285.896.95
Nr. total de platitori taxa radio :	5.302.800	5.095.200
Din care :		
- Nr. platitori persoane fizice	5.068.000	4.850.000
- Nr. platitori persoane juridice	244.800	245.200

Raportul de activitate al Societatii Române de Radiodifuziune - 2006

4.1. Situatia financiara

Întreaga activitate economica a Societatii Române de Radiodifuziune a fost subordonata realizarii politicii editoriale a institutiei si respectarii prevederilor legale privind gestionarea cu maxima eficienta a fondurilor banesti.

În cadrul departamentului de profil s-a urmarit realizarea politicii economice stabilita de Consiliul de Administratie prin bugetul de venituri si cheltuieli si consolidarea stabilitatii economice a institutiei.

Contul de profit si pierdere la data de 30.12.2006 evidentiaza **un profit net de 1.751.227 lei** realizat astfel :

	Din exploatare	Financiare	Extraordinare	Total
Venituri	323.329.741	564.932	-	323.894.673
Cheltuieli	319.165.147	2.265.792	-	321.430.939
Profit/pierdere	4.164.594	-1.700.860	-	2.463.734
Impozit profit	*	*	*	712.507
Profit net	*	*	*	1.751.227

- lei

VENITURI:

Veniturile din exploatare în suma de 323.329.741 lei, se compun din :

- a. venituri proprii 185.721.431 lei
- b. venituri pentru exploatare de la bugetul statului 137.566.957 lei
- c. alte venituri din subventii de exploatare lei 41.353 lei

Veniturile financiare în suma totala de 564.932 lei provin din :

- a. dobânzi bancare 521.858 lei
- b. alte venituri financiare 43.074 lei

CHELTUIELI :

Cheltuielile de exploatare în valoare de 319.165.147 lei sunt formate din :

- a. cheltuieli privind marfurile 222.516 lei
- b. cheltuieli materiale 4.344.733 lei
- c. cheltuieli cu personalul 118.889.602 lei
- d. cheltuieli cu alte impozite si taxe 28.747.775 lei
- e. cheltuieli cu lucrari si servicii prestate de terti 157.326.075 lei
- f. cheltuieli cu amortizarile 8.381.525 lei
- g. alte cheltuieli de exploatare 1.252.921 lei

Raportul de activitate al Societatii Române de Radiodifuziune - 2006

Cheltuieli financiare de 2.265.792 lei sunt formate din :

a. cheltuieli din diferente de curs valutar	74.417 lei
b. cheltuieli cu dobânzile	2.191.375 lei

Prezentarea in detaliu a veniturilor :

Veniturile proprii au avut ca principale surse :

a. taxa radio	177.772.994 lei
b. publicitate	3.112.067 lei
c. sponsorizari si donatii	584.986 lei
d. RADOR	386.433 lei
e. chirii	865.556 lei
f. revista Radio	29.109 lei
g. vânzare marfuri	273.291 lei
h. concerte	132.874 lei
i. mesaje muzicale	208.773 lei
j. despagubiri, amenzi si penalitati	1.575.007 lei
k. productia de imobilizari corporale	45.370 lei
l. prestatii si colaborari	314.795 lei
m. alte venituri din exploatare	420.176 lei

Veniturile pentru exploatare de la bugetul statului au avut urmatoarele destinatii:

a. pentru plata serviciilor SNR	136.151.228 lei
b. pentru functionarea RRI	762.234 lei
c. pentru plata pazei militare	21.280 lei
d. pentru plata cotizatiilor UER	134.000 lei
e. pentru piese de schimb	212.786 lei
f. pentru sala de concerte	285.429 lei

Veniturile financiare în suma totala de 564.932 lei provin din :

a. dobânzi bancare	521.858 lei
b. alte venituri financiare	43.074 lei

Prezentarea in detaliu a cheltuielilor:

Cheltuielile de exploatare :

a. <u>cheltuieli privind marfurile</u> în suma de 222.516 lei reprezinta :	
- cheltuieli marfuri bufet incinta	126.774 lei
- descarcarea gestiunii colectiv marketing si valorificare produse Casa Radio	95.742 lei
b. <u>cheltuieli materiale</u> în suma de 4.344.733 lei, cuprind cheltuielile cu:	
- materiale, piese de schimb, combustibil, rechizite consumate în procesul de productie	3.645.230 lei
- alte cheltuieli materiale- obiecte de inventar	585.233 lei
- materiale nestocate	114.270 lei

Raportul de activitate al Societatii Române de Radiodifuziune - 2006

- c. cheltuielile cu personalul în suma de 118.889.602 lei, cuprind cheltuieli cu :
- | | |
|---------------------|-----------------|
| - salarii si CO | 85.815.857 lei |
| - protectie sociala | 2.310.794 lei |
| - contributii | 2 6.875.271 lei |
| - tichete de masa | 3.887.680 lei |
- d. cheltuielile cu alte impozite si taxe în valoare de 28.747.775 lei cuprind cheltuielile cu :
- | | |
|------------------------------|----------------|
| - impozite cladiri, terenuri | 377.143 lei |
| - taxe auto | 33.751 lei |
| - impozite spectacol | 3.302 lei |
| - TVA | 27.904.285 lei |
| - alte taxe | 429.294 lei |
- e. cheltuielile cu lucrari si servicii prestate de terti în valoare de 157.326.075 lei, cuprind cheltuielile cu :
- | | |
|--|-----------------|
| - energia si apa | 2.102.145 lei |
| - reparatii cladiri | 443.680 lei |
| - reparatii auto | 127.395 lei |
| - chirii | 1.100.698 lei |
| - comision incasare taxa radio | 11.239.301 lei |
| - publicitate si promovare imag. | 807.390 lei |
| - drepturi de autor pers. fizice | 6.142.002 lei |
| - primiri de oaspeti | 67.491 lei |
| - deplasari în tara si strainatate | 2.798.136 lei |
| - statii si circuite | 114.412.796 lei |
| - telefoane si circuite | 6.366.952 lei |
| - transmisii satelit | 482.077 lei |
| - editare revista Radio | 210.810 lei |
| - paza militara | 80.899 lei |
| - abonamente agentii de presa | 586.145 lei |
| - abonamente presa interna si ext. | 195.873 lei |
| - servicii bancare | 273.941 lei |
| - alte lucrari si servicii prestate de terti | 4.331.923 lei |
| - cheltuieli privind drepturile de autor si conexe, drepturi de transmisie | 5.524.447 lei |
| - provizioane | 523.302 lei |
| - reluari de provizioane | 491.328 lei |
- f. cheltuieli cu amortizarile în valoare de 8.381.525 lei reprezinta cota parte din valoarea imobilizarilor trecute pe costuri în conformitate cu prevederile Legii 15/1994 privind amortizarea.

Raportul de activitate al Societatii Române de Radiodifuziune - 2006

g. alte cheltuieli de exploatare în suma de 1.252.921 lei, se compun din :

- despagubiri, amenzi, penalitati	12.235 lei
- premii concursuri radiofonice	369.371 lei
- pregatire profesionala	108.729 lei
- cotizatii internationale	505.542 lei
- alte cheltuieli de exploatare	257.044 lei

Cheltuieli financiare :

a. cheltuieli din diferente de curs valutar	74.417 lei
b. cheltuieli cu dobânzile	2.191.375 lei

Rezultatele economice pozitive se datoreaza si respectarii stricte a prevederilor legale privind achizitiile publice, obtinându-se atât economii substantiale, cât si o crestere a calitatii produselor sau serviciilor.

Întreaga activitate economico-financiara desfasurata în cursul anului 2006 s-a aliniat normelor Uniunii Europene în domeniu, inclusiv cerintelor rezultate din dezvoltarea tehnologiei, în special a tehnicii de calcul si a tehnologiei informatiei si a economiei de piata.

Implementarea noii organigrame a avut efecte si în plan financiar: prin reducerea numarului de manageri s-au facut economii de cca 143.000 lei/lunar la fondul de salarii, economii care la nivelul anului au însumat cca 1.500.000 lei.

Prin masurile adoptate de Consiliul de Administratie al SRR s-a reusit ca la finele anului situatia economica a corporatiei sa fie pozitiva, societatea sa înregistreze profit, realizându-se principalul obiectiv economico-financiar stabilit pentru anul 2006.

5. RAPORTUL PRIVIND CONTUL DE EXECUTIE BUGETARA PE ANUL 2006

În conformitate cu prevederile art.39 din Legea nr.41/1994 republicata, sursele financiare ale Societatii Romane de Radiodifuziune se constituie din alocatii de la bugetul de stat, din venituri proprii si alte surse.

Pentru exercitiul financiar al anului 2006, Societatea Româna de Radiodifuziune a avut aprobate initial credite bugetare în suma de 110.000.000 lei. În baza prevederilor cu privire la rectificarea bugetului de stat pe anul 2006, creditele acordate institutiei noastre au fost de 139.700.000 lei.

-lei-

Denumire	Cod	CREDITE BUGETARE APROBATE INITIAL 2006	CREDITE BUGETARE DEFINITIVE 2006	PLATI EFECTUATE 30.12.2006
TOTAL CHELTUIELI	5001	*	*	*
I CREDITE DE ANGAJAMENT	5001	110.000.000	139.700.000	*
II CREDITE BUGETARE	5001	110.000.000	139.700.000	138.452.589
CULTURA, RECREERE SI RELIGIE	6701	*	*	*
I CREDITE DE ANGAJAMENT	6701	110.000.000	139.700.000	*
II CREDITE BUGETARE	6701	110.000.000	139.700.000	138.452.589
BUNURI SI SERVICII	670120	*	*	*
I CREDITE DE ANGAJAMENT	670120	109.336.000	139.036.000	*
II CREDITE BUGETARE	670120	109.336.000	139.036.000	138.103.968
ALTE TRANSFERURI	670155	*	*	*
I CREDITE DE ANGAJAMENT	670155	134.000	134.000	*
II CREDITE BUGETARE	670155	134.000	134.000	134.000
ACTIVE NEFINANCIARE	670171	*	*	*
I CREDITE DE ANGAJAMENT	670171	530.000	530.000	*
II CREDITE BUGETARE	670171	530.000	530.000	214.621
RATA DE FINANTARE DIN:FONDURI ELIGIBILE	*	*	*	*
I CREDITE DE ANGAJAMENT	*	100	100	100
II CREDITE BUGETARE	*	100	100	100

Raportul de activitate al Societatii Române de Radiodifuziune - 2006

Societatea Româna de Radiodifuziune a avut credite bugetare aprobate pentru anul 2006, în suma de 139.700.000 lei. Platile efectuate de societate în suma de 138.452.589 lei s-au încadrat în valoarea creditelor definitive aprobate. Rezulta un grad de utilizare a creditelor bugetare de 99,10 %. Din totalul creditelor aprobate definitiv societatea a deschis finantarea pentru suma de 139.676.385 lei. Diferenta de 23,615 lei este formata din: 23,134 lei la *capitolul reparatii curente sala de concerte Mihail Jora* si 481 lei la *capitolul asigurarea pazei ca obiectiv de interes national*, sume pentru care societatea nu a deschis finantare deoarece institutia nu a avut angajamente.

Suma de 1.223.795 lei ce nu a fost utilizata de societate în anul 2006 a fost restituita la bugetul de stat la 31.12.2006.

Cheltuielile materiale si servicii reprezinta 99,74 % din totalul platilor si s-au încadrat în valoarea creditelor aprobate, cu un procent de executie bugetara de 99,32 %.

Transferurile s-au încadrat în valoarea creditelor aprobate, cu un procent de executie bugetara de 100 %.

La titlul *Cheltuieli de capital*, societatea s-a încadrat în creditele bugetare aprobate, platile efectuate de institutie fiind în proportie de 40,49 % din creditele bugetare aprobate.

Numarul de minute de emisie în anul 2006 a crescut fata de valoarea estimata de la 7.095.480 la 7.260.078.

Costul mediu al minutului de emisie la Societatea Romana de Radiodifuziune se calculeaza ca fiind costuri de radiocomunicatii (transmisia sunetului de catre Societatea Nationala de Radiocomunicatii) pe perioada 1 ianuarie-30 decembrie 2006 (inclusiv TVA-ul aferent facturilor) raportata la numarul de minute de emisie.

Costul mediu al minutului de emisie = $(114.412.796,44 + 21.738.431,29)/7.260.078$
= 18,75 lei/min.

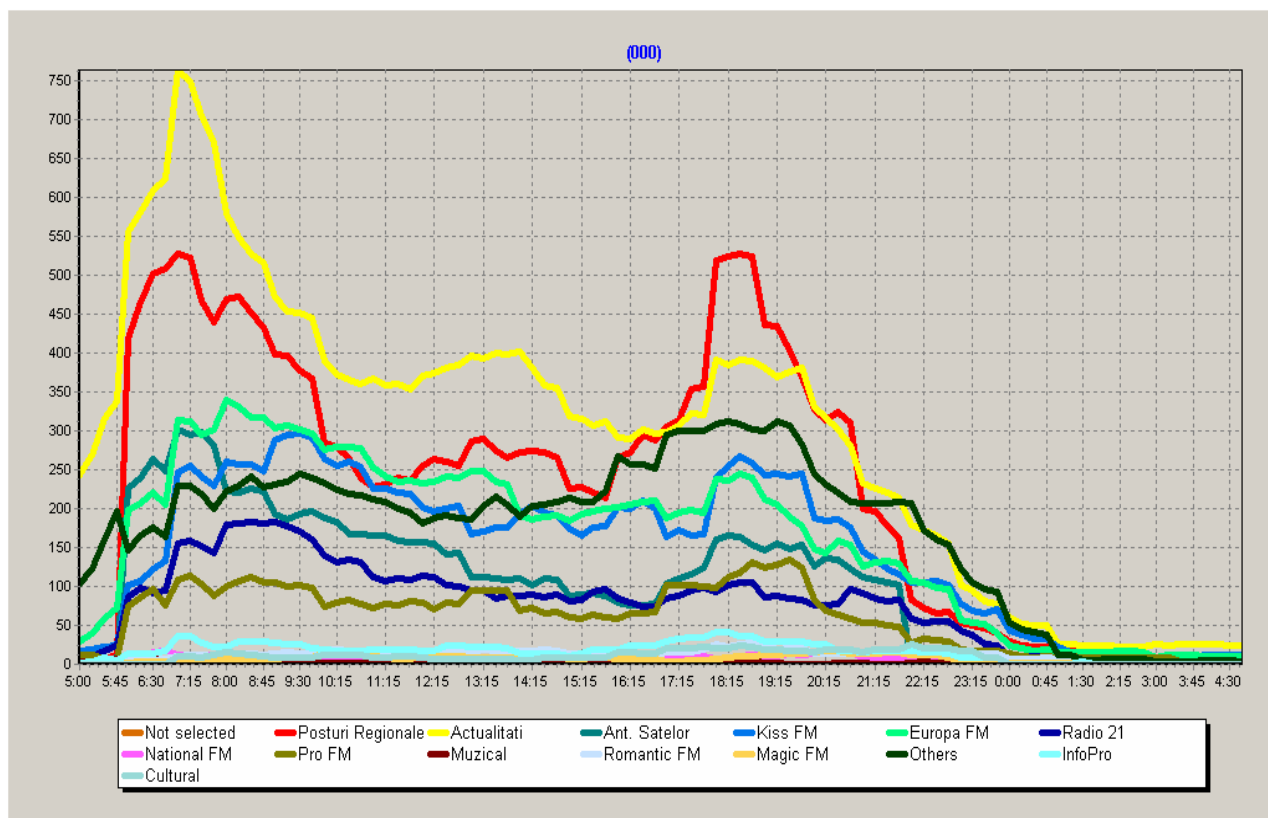
6. EVOLUTIA AUDIENTEI


Audienta medie zilnica - analiza comparativa - martie/ mai - sept/ oct 2006						
Nivel National	Audienta zilnica (mii persoane)		Audienta zilnica (%)		Cota de piata (%)	
	martie-mai 2006	sept.- oct. 2006	martie-mai 2006	sept.- oct. 2006	martie-mai 2006	sept.- oct. 2006
TOTAL RADIO	10.967.900	10.845.800	57	56.5	100	100
Radio România Actualitati	3.053.000	2.683.200	15.9	14	20.2	17.2
Radio Europa FM	2.280.700	2.380.700	11.9	12.4	14.7	15.9
Posturi Regionale SRR	2.461.000	2.320.900	12.8	12.1	14.6	13.6
Radio Kiss FM	2.487.900	2.401.000	12.9	12.5	13.8	14.5
Radio 21	1.192.100	1.443.800	6.2	7.5	6.6	8.3
Radio Antena Satelor	738.000	809.000	3.8	4.2	6.1	6.1
Radio Pro FM	971.700	1.004.800	5.1	5.2	5.6	6.1
Radio Info Pro	232.000	271.600	1.2	1.4	1.2	1.9
Radio National FM	127.400	113.400	0.7	0.6	0.7	0.7
Radio România Cultural	124.500	123.900	0.6	0.6	0.5	0.5
Radio România Muzical	43.800	37.200	0.2	0.2	0.3	0.1
Total SRR	5.289.500	4.986.000	27.5	26	41.7	37.5

- Datele **Studiului de Audienta Radio** pentru anul 2006, furnizate de cele 2 sondaje din lunile martie-aprilie și septembrie-octombrie, indica o ierarhie favorabila posturilor SRR:
- La **nivel de corporatie** (toate posturile componente), SRR a avut în 2006 o medie zilnica de 5.156.800 ascultatori, dintr-un total de 10.909.000 ascultatori de radio (aproximativ 47%) și o cota de piata de 40,1 %.
- Desi la **nivel national** se mentine lider de audienta cu o medie zilnica de 2.865.700 ascultatori și o cota de piata de 18,7%, **Radio România Actualitati** a înregistrat o anumita scadere a numarului de ascultatori. Acest fenomen trebuie pus în legatura atât cu scaderea generala a numarului total al ascultatorilor de radio în perioada martie-octombrie 2006 (aproximativ 120.000), cât și cu faptul ca aproximativ 70.000 de ascultatori au migrat de la Radio România Actualitati la Antena Satelor (care a devenit în 2006 post national, prin alocarea unei frecvente), în urma unor ajustari care au condus la o mai buna pozitionare editoriaa a celor doua posturi.
- **Posturile regionale ale SRR** ramân unul din principalii actori pe piata de radio la nivel national: 2.474.700 ascultatori în medie zilnic și 14,2% cota de piata.
- **Antena Satelor** a crescut pe parcursul anului 2006 (70.000 ascultatori), în special ca urmare a preluarii unor ascultatori ai Radio România Actualitati din zonele rurale.

Urban	Audienta medie zilnica (mii persoane)	
	5.00-6.00	6.00-9.00
RRA	215.900	892.400
Antena Satelor	19.300	127.900
Europa FM	65.300	741.600
Kiss FM	31.900	819.000
Radio 21	35.600	598.500

- Datele de audienta pozitioneaza Radio România Actualitati ca lider de piata în 2006 pe intervalele orare matinale:
 - în intervalul 5.00-6.00 RRA are o medie zilnica de ascultatori net superioara posturilor comerciale;
 - **Matinalul RRA**, în intervalul 6.00-9.00, pastreaza în continuare primul loc în preferintele de ascultare ale publicului din mediul urban, desi în ultima perioada principalele posturi comerciale concurente (Europa FM, Kiss FM, Radio 21) au crescut semnificativ ca numar de ascultatori. Datele de audienta indica o diferenta de circa 73.400 ascultatori pe care Radio România Actualitati o înregistreaza fata de principalul post concurent Kiss FM.



- 
- Datele de audienta pe 2006 indica faptul ca, din punct de vedere al comportamentului de ascultare, Radio România Actualitati este postul de radio preferat pentru ascultarea acasa. Graficul de mai sus ilustreaza cel mai bine diferentele semnificativ mai mari dintre RRA si principalele posturi concurente.
 - Preferinta pentru ascultarea acasa a postului RRA este fireasca, în conditiile în care postului public de radio îi sunt asociate atribute ca: seriozitate, stabilitate, informatie, actualitate (sursa: *Perceptia si opiniile populatiei asupra imaginii Radio România si a programelor sale*, realizat de Metro Media Transilvania în 2006.

PARTEA A II-A – ACTIVITATEA DEPARTAMENTALA

1. PRODUCTIA EDITORIALA

Cresterea calitatii produsului editorial ramâne principala tinta a Consiliului de Administratie si a întregului management al Societatii Române de Radiodifuziune.

Rezultat al unui proces benefic de comunicare si dezvoltare a spiritului de echipa, produsul editorial a capatat, în acest an, o puternica dinamica a schimbarii si adaptarii creative la cerintele unui public tot mai exigent si mai disputat pe una din cele mai expansive piete media din Europa Centrala si de Rasarit.

Societatea Româna de Radiodifuziune a reusit (prin Radio România Actualitati, posturile regionale si posturile specializate – Radio România Cultural si Radio România Muzical, Antena Satelor si Radio 3net sa ramâna cea mai puternica dintre corporatiile românesti din domeniu, cu 40% din piata. Posturile de radio publice nationale si regionale au continuat ofensiva în urbanul mijlociu – mare si ruralul în schimbare, contribuind pe deplin la dezvoltarea noilor mentalitati concomitent cu perpetuarea valorilor traditionale românesti.

Societatea Româna de Radiodifuziune își axeaza, în continuare, programele pe „agenda ascultatorului”, acoperind întreaga gama a preocuparilor acestuia, de la problemele individuale, locale, zonale, pâna la cele nationale si de interes international. Programele noastre de radio ofera teren de dezbatere nationala, regionala sau locala temelor majore din societate (integrarea europeana, dezvoltarea democratica, spiritul civic si comunitar, respectul fata de lege si fata de valorile morale si culturale).

Ceeace conteaza cel mai mult este faptul ca SRR reuseste performanta înnoirii, pastrând coordonatele conferite prin lege – informare, educatie, cultura, pe bazele solide ale echilibrului, seriozitatii, corectitudinii si credibilitatii.

Alte puncte tari ale Departamentului Productie Editoriala sunt: asigurarea diversitatii ofertei jurnalistice prin specializarea posturilor – informatie, cultura, muzica, rural, regional, local, relatia cu diaspora, international; o foarte buna calificare a personalului; o vointa efectiva de realizare a produsului de calitate competitiv prin îmbinarea tineretii cu experienta în management; o vasta retea de corespondenti în tara si strainatate; o buna gestionare a resurselor.

Pe lângă aceste puncte tari s-au constatat si unele puncte slabe: desi dispun de o acoperire nationala a teritoriului cu emittori, posturile Societatii Române de

Radiodifuziune „beneficiaza” de o calitate tehnica slaba a receptiei programelor; s-a recuperat greu ramânerea în urma în ceea ce priveste utilizarea noilor tehnologii de comunicare, în special prin Internet si s-a perpetuat, pâna spre sfârșitul anului, o politica prea prudenta de promovare si marketing.

Proiectele începute în ultima parte a anului, pentru dezvoltarea cercetarii calitative a produsului editorial, promovarea acestuia paralel cu îmbunatatirea parametrilor tehnici de emisie si receptie, își vor putea arata roadele în 2007 si 2008.

Am fi putut face mai multe în domeniile: educatie, divertisment, cultura, promovare si marketing, precum si dezvoltarea unor proiecte de anvergura, cum ar fi digitalizarea „fonotecii de aur”, însa toate acestea necesita resurse financiare suplimentare de care SRR nu a dispus.

Tot la sfârșitul anului 2006, administratia Societatii Române de Radiodifuziune a realizat doua vechi deziderate ale ascultatorilor: toate posturile de radio publice – nationale si regionale – au program de 24 ore din 24 si vor fi receptionate si prin Internet, aflându-se fara întrerupere si prin toate mijloacele în serviciul ascultatorilor.

1.2. Posturile Nationale

Sunt cinci la numar: Radio România Actualitati, Radio România Cultural, Radio România Muzical „George Enescu”, Radio Antena Satelor si Radio 3Net, fiecare având un profil si un public distinct.

A. Radio România Actualitati

Anul 2006 la RRA a fost dedicat preponderent politicii de programe prin care s-a urmarit cresterea calitatii informatiei si contextualizarea ei profesionista, înlocuirea atitudinii si a produsului jurnalistic defensiv cu o atitudine si un produs jurnalistic prospective, obiectiv care face parte dintr-un proiect pe termen mediu si care urmareste crearea unui stil RRA caracterizat prin convivialitate si interactivitate cu publicul. În sprijinul acestui demers editorial complex, efortul managerial s-a concentrat asupra constituirii unui model de lucru pe proiecte editoriale alocate unor echipe complexe.

A.1. Pozitia RRA în cadrul SRR si pe piata radio din România

RRA este, prin prestatia jurnalistica zilnica, un post public de informare de interes national cu format generalist, care reflecta evenimentele cotidiene, faciliteaza înțelegerea actualitatii interne si internationale si afirma unitatea în diversitate a societatii românești.

RRA este prin misiune, rol, cota de piata, rulaj (aproximativ 700 de informatii pe zi) si numar zilnic de clienti (2.683.000 de ascultatori) principalul post de radio din cadrul SRR si o sursa de prestigiu la nivelul imaginii acesteia.

De asemenea, prin structura si complexitatea surselor proprii, RRA este principalul producator de informatie credibila, obiectiva si prompta (cf. studiului efectuat de Metrou Media Transilvania în 2006).

Existenta rețelei cu acoperire nationala în UM si FM asigură postului posibilitatea receptiei pe întreg teritoriul României.

A.2. Politica de programe a urmarit, ca linii strategice:

- Sa adapteze continutul emisiunilor RRA la agenda publicului, cunoscuta postului deocamdata din semnalele venite de la ascultatori pe cai traditionale (scrisori, telefoane) si prin participarea lor la emisiunile interactive ale postului;
- Sa fluidizeze tronsoanele în prime time si sa reconfigureze grila pe principiul „work in progress”;
- Sa creeze un stil RRA prin moderatia conviviala, ceea ce a determinat reconfigurarea bugetului de voci în prime time;
- Sa înlocuiasca produsul jurnalistic defensiv cu un produs prospectiv, cu valoare adaugata, obiectiv pe termen mediu, în plina desfasurare.

A.3. Obiectivele si realizarea acestora în grilele standard ale RRA s-au construit prin doua cai:

- Respectarea, conform legii, a misiunii de a informa, a educa si a relaxa ascultatorii prin formate jurnalistice si tipuri de informatii care sa acopere o cât mai mare arie de preferinte;
- Crearea unor programe complexe cât mai apropiate de preferintele publicului si de misiunea de post public; modalitatile de lucru si managementul informatiilor si al resurselor umane, la RRA, se bazeaza pe trei coordonate importante: echipe organizate pe domenii, rețeaua de corespondenti si echipe organizate pe proiecte.

A.4. Misiunea de post public a RRA si formatul generalist si-au gasit expresie în grila prin urmatoarele tipuri de emisiuni:

- **Emisiuni pur informative: Radiojurnale si buletine de stiri la ore fixe.** Acestea au fost livrate postului ca produse finite, realizate în exclusivitate de Redactia Informatii, din surse proprii redactiei, dar si cu aportul nemijlocit al surselor postului RRA. Pe parcursul anului 2006 **Radiojurnalele** în *prime time* au ramas exclusiv informative, iar pe tronsoanele de dupa amiaza, principalele **Radiojurnale** – de la ora 18:00 si de la ora 22:00 – au fost transformate în emisiuni complexe de sinteza si analiza a principalelor evenimente ale zilei interne si, respectiv, internationale.
- **Radioprogramele tip *news and current affairs*** – dupa model european – au fost cele prin care s-a asigurat acoperirea informatiilor de interes general din toate domeniile de activitate, informatii prezentate în formate jurnalistice moderne, alternate cu muzica: **Ziua buna, România** – flux care se adreseaza ruralului si urbanului mic –, **Matinal** – principalul radioprogram al zilei cu adresabilitate generala -, **Studio deschis** – flux cu format utilitar si componenta interactiva care include doua linii de dezbateri -, **K DRANE** – flux de informatie comentata care include brandul *Sfertul academic*, interviu de personalitate si care în anul 2006 a inclus si o componenta interactiva, **Obiectiv, România** – flux cu adresabilitate generala, cu o puternica componenta sociala -, **Lumea noastra** – flux de informatie culturala si fapt divers.
- **Emisiunile de dezbateri** ale postului au avut ca obiective pe de o parte - aprofundarea evenimentelor zilei – prin emisiunile **Ziua si evenimentul** si **O zi într-o ora**, iar, pe de alta parte, facilitarea înțelegerii fenomenelor socio-economice, cât si a legislatiei în vigoare – **Audienta Radio, Legea pe înțelesul tuturor, Sa trecem la subiect, Sanatate pentru toti** etc. Tematica integrarii a fost aprofundata într-un program de dezbateri de referinta **Dialoguri europene**.
- **Formatele destinate persoanelor cu dizabilitati** – **Ochiul interior, Lumina cuvintelor** sunt doua emisiuni speciale adresate nevăzătorilor pentru care radioul este un mijloc de informare vital.
- **Emisiuni destinate activitatii parlamentare: Antena partidelor parlamentare, Parlamentul în direct.**
- **Emisiunile de cultura si civilizatie** – **Arte în actualitate, Radioul de sâmbata seara, Semnături celebre, Iarba verde de acasa** – sunt menite sa lanseze cultura în agora, s-o faca accesibila publicului larg si sa contribuie prin componenta educativa la formarea de opinie si bun gust la publicul larg.
- **Teatru national radiofonic** este un produs unicat pe piata radio si de traditie pentru SRR, adresându-se publicului matur prin linia de *teatru în serial* si *Comedia de sâmbata seara* si, prin produse specifice, copiilor (*Teatru radiofonic pentru copii, Noapte buna, copii!*).

- **Formatele destinate minoritatilor (Etno Matinal etc.)** urmaresc cunoasterea specificului etnic al celor 19 minoritati prin prezentarea unor evenimente la zi ale comunitatilor respective si contribuie la pastrarea patrimoniului lor cultural specific ca parte integranta a patrimoniului national.
- **Formatele destinate manifestarii vietii religioase (Actualitatea credintei, Sfatul înțeleptului etc.)** conecteaza publicul ascultator la înțelegerea fenomenului religios atât la nivel national, cât si la nivel international.
- **Formatele destinate românilor de pretutindeni** urmaresc viata în comunitatile românesti traditionale, dar si a celor în formare din toata lumea.
- **Emisiuni realizate de ministere: Ora armatei** – emisiune destinata preponderent prezentei României în Alianta Nord-atlantica, cât si prezentei trupelor românesti în teatrele de operatiuni internationale.
- **Emisiunile de divertisment** sunt formate specifice programului mai relaxat de week end. Aceste produse speciale sunt livrate postului de Redactia Teatru – Divertisment.
- **Emisiunile si transmisiile sportive** sunt prezente peste tot în grila de programe, acoperind informatia de specialitate atât în ceea ce priveste competitii nationale, cât si cele internationale.
- **Emisiunile muzicale ale RRA** sunt livrate ca productii finite de catre Redactia Muzicala si urmaresc promovarea valorilor muzicii si educarea publicului în spiritul acestor valori, nefiind tributare, prin statutul de post public, gustului pietei. În anul 2006, s-a urmarit în mod special promovarea creatiilor românesti (circa 50% din continutul emisiunilor muzicale) si cresterea proportiei de muzica europeana (**Euromusica**). Genurile promovate sunt muzica pop, folk, pop-rock si rock, dar si muzica traditionala.

A.5. Organizarea. având în vedere noua organigrama a postului Radio România Actualitati si grila de programe aprobate de conducerea institutiei, managementul RRA a trecut la punerea în aplicare a proiectelor manageriale prezentate si validate de concursurile de ocupare a posturilor de conducere. Conform acestora, productia editoriala la RRA s-a bazat pe trei piloni:

A.5.1. Echipe organizate pe domenii de activitate care asigura colectarea si editarea informatiilor:

Necesitățile de reflectare cu promptitudine, echilibru și claritate a realității au impus crearea unor echipe redactionale pe domenii specifice, aflate în această perioadă în atenția întregii societăți românești: justiție, sănătate, administrație și interne, integrare europeană.

- Reporterii specializați în domeniile **social** și **economic** au acoperit zilnic evenimentele curente, dar și pe cele speciale, ca echipe de intervenție rapidă, în situațiile dificile și imprevizibile ale anului 2006: inundații, gripa aviara, CNSAS etc. Acest corp de reporteri este în curs de reorganizare pe nuclee tematice funcționale ce vizează o schimbare a mentalității prin trecerea de la abordarea reactivă la cea analitică.
- Reporterii specializați în domeniile **cultura**, **civilizație**, **tradiții** și **conviețuirii inter-etnice** au contribuit, pe lângă acoperirea zilnică a evenimentelor din aria tematică specifică, la asocierea brandului RRA cu evenimente culturale majore susținute în regim de proiecte speciale, dintre care amintim: Târgul Internațional de Carte Gaudeamus, Festivalul Internațional de Teatru, seminarul „Zile și nopți de literatură” de la Neptun, prefatarea marelui proiect al anului 2007: „Sibiu – Capitala Culturală Europeană”. De asemenea, au desfășurat și o muncă de teren de documentare în vederea elaborării unor formate jurnalistice care să pună în valoare tradițiile și obiceiurile comunităților românești rurale și a celor ale minorităților etnice, politica editorială care vizează conviețuirea interetnică în spirit multiculturalității europene.
- Echipa **Viata religioasă** a acoperit în programele RRA fenomenul religios românesc și internațional în producții editoriale specializate, dar și în radioprogramele zilnice. În cadrul emisiunilor a fost reflectată activitatea tuturor cultelor din România și au fost prezentate personalități ale vieții religioase interne și internaționale: Patriarhul Teoctist al Bisericii Ortodoxe Române, Arhiepiscopul Ioan Robu al Arhiepiscopiei Romano-Catolice din București, Mitropolitul de Blaj, Lucian Muresan, al Bisericii Române Unite cu Roma Greco-Catolice, Cardinalul Angelo Scola, Patriarhul Venetiei, Monseniorul Elio Sgreca, președintele Academiei Pontificale pentru viața, Secretarul de stat pentru Culte, Adrian Lemeni, reprezentantul comunităților evreiești din România, deputatul Aurel Vainer, Muftiul Cultului Musulman, Iusuf Murat etc. În anul 2006, producția editorială cu subiect religios a totalizat 170 de minute în medie pe săptămână.
- Echipa de **redactori și reporteri sportivi** a acoperit evenimentele sportive naționale și internaționale în transmisiuni directe și reportaje în exclusivitate pe piața radio din România: Jocurile Olimpice de Iarnă de

la Torino, Campionatele Mondiale de de Atletism în sala de la Moscova, Campionatele Mondiale pe echipe la tenis de masa de la Bremen, Campionatele Mondiale de Kaiac-canoe de Szeged din Ungaria, Campionatele mondiale de canotaj de la Eton din Anglia, Campionatele Mondiale de gimnastica artistica de la Aarhus din Danemarca, Campionatele mondiale de haltere din Republica Dominicana, meciuri de fotbal din ambele competitii interne, cât si meciurile din Cupa UEFA si Champions League disputate de echipe românești.

A.5.2. Echipa de corespondenti interni formata din 21 de angajati si 23 de colaboratori, acoperind toate judetele tarii, a reactionat prompt la evenimente, de multe ori RRA având exclusivitate.

Credem ca în acest an, în care România s-a confruntat cu mari probleme create de inundatii, viituri, alunecari de teren etc., rețeaua de corespondenti locali si-a facut datoria.

În plus, corespondentii s-au implicat si în proiectele derulate de RRA: campania „*Mai puternica decât apele este credinta*”, „*Obiectiv, România în zone defavorizate*”, zile speciale (1 Decembrie) etc.

Rețeaua de corespondenti interni este cel mai important corpus redactional al postului RRA care asigura zilnic o viziune de ansamblu a evenimentelor de pe întreg teritoriul României si care împreuna cu reporterii de actualitate din Bucuresti asigura, în grila de programe a RRA, o buna proportie între local si national.

A.5.3. Echipe redactionale pe proiect care produc si prezinta principalele tronsoane si emisiuni ale RRA:

- Relansarea în toamna anului 2006 a principalei emisiuni a RRA – **Matinal** – în jurul unei echipe care a facut translatia de la un program de *infotainment* la un program de *news and current affairs* a condus la o modalitate moderna de abordare a realitatii, la înlocuirea unui produs jurnalistic defensiv cu un unul prospectiv si la prezentarea informatiei în regim contextualizat, vandabila prin convivialitatea comunicarii.
- Echipa de la **Studio deschis** a continuat traditia unui radioprogram utilitar de larg interes cu o importanta coordonata interactiva.

Tronsoanele interactive s-au construit în jurul unor teme la zi de interes social utilitar, administrativ-locativ, medical, protectia consumatorului, educatia parentala, relatiile de munca, asistenta sanitara, protectia sociala etc.

În toamna anului 2006 echipa de la **Studio deschis** a gazduit si a produs emisiuni si rubrici menite sa puna în lumina traditia de 78 de ani a radiofoniei în România si arhiva sonora a SRR, atât printr-un serial

(*Forta cuvântului*) ce a refacut istoria institutiei din secventele sonore ale Fonotecii de aur, cât si prin difuzarea unei dezbaterei despre radiofonie în general (*Vorbeste-mi despre radio*) ai carei invitati au fost directori ai unor posturi private de radio.

- Proiectul K DRANE relanseaza un format jurnalistic îndraznet si mai putin utilizat la RRA, comentariul, ceea ce a oferit posibilitatea unei selectii de tineri jurnalisti cu înclinatie spre acest gen publicistic. Proiectul a mentinut brandul *Sfertul academic*, adaugându-i o componenta inedita – interactivitatea, ceea ce transforma si publicul ascultator în comentator al realitatii..
- Echipa emisiunii **Dialoguri europene** a reusit în anul 2006, an important pentru procesul de comunicare a temelor legate de integrarea europeana, sa ofere ascultatorilor informatii de utilitate publica despre procesul de aderare la UE. Majoritatea emisiunilor au fost interactive, având invitati în studio (ministri, secretari de stat, euroobservatori, experti, membri ai ONG-urilor.) care au raspuns la întrebările ascultatorilor. Tematica a acoperit problematica specifica acquis-ului comunitar, dar si implicarea societatii civile în implementarea acestuia. Prin telefoane si mail-uri, emisiunea a intrat în legatura cu toate judetele si cu ONG-uri care au desfasurat si desfasoara proiecte finantate cu fonduri europene. Dintre invitatii de marca amintim, presedintele Parlamentului European, Josepp Borell, raportorul pentru România, Pierre Moscovici, europarlamentari din mai multe grupuri parlamentare, jurnalisti din statele membre UE.
- Echipa de jurnalisti de la **Obiectiv, România** a reusit sa relanseze interesul ascultatorilor pentru un tronson considerat neatractiv (16:00-18:00), oferind celor care interesati nu atât evenimentele cele mai importante din punct de vedere politic, ci proiectii tematice de larg interes în plan social.

În plus, începând din vara lui 2006, echipa emisiunii a sustinut un proiect editorial special „*Obiectiv, România – în zone defavorizate*”. Cele 12 editii transmise în direct din tara au vizat posibilitatile de relansare ale orasului Moldova Noua, problemele grave ale poluarii la Copsa Mica, starea unor localitati devastate de inundatii (Oltina, Tuzla, Târgu Ocna), relansarea turistica a Vaii Jiului, migratia fortei de munca de la Baia Sprie si Borsa spre Italia, zone ale extremelor, cum ar fi Zimnicea, Har-Cov-ul, comunitatea urbana Aries, Nehoiu-Siriu, dar si zone care au gasit solutii ingenioase de relansare, cum ar fi Novaci-Rînca din judetul Olt.

Jurnalistii au stat de vorba cu oamenii, au identificat principalele probleme ale zonelor vizitate si le-au facilitat locuitorilor legatura cu

autoritatile locale, judetene si centrale, **multe din situatiile investigate gasindu-si rezolvarea sub influenta acestui proiect.**

Echipa emisiunii a coordonat si transmisiunile speciale ale RRA la Alba Iulia de 1 Decembrie, Ziua Nationala a României.

- **O zi într-o ora** – un produs informativ de analiza si sinteza, propus ca o noutate editoriale în grila din toamna anului 2006 la RRA, a reusit sa relanseze un tronson orar care nu-si gasea identitatea si sa acumuleze, în sistem „work in progress”, informatia esentiala a zilei si sa-i adauge valoare prin utilizarea formatelor de dezbatere si reportaj.

A.6. Evenimente

RRA a reflectat evenimentele majore ale vietii politice, sociale si culturale în plan national si international, dar si sarbatori traditionale prin crearea unor „zile editoriale speciale:

- Pastile în case de români, Craciunul în case de români, Armindenii, Ziua Nationala a României;
- Ziua Presei – 3 Mai;
- Ziua Europei, a Independentei si a Victoriei – 9 Mai;
- 1 Iunie – Ziua Copiilor;
- 1 Noiembrie – Ziua Radioului, Ziua Ascultatorului;
- Raportul de tara – 16 mai, 26 septembrie 2006;
- Sommetul francofoniei;
- Sibiu – Capitala Culturala Europeana;
- Revelionul 2007 al Aderarii României la Uniunea Europeana.

A.7. Campanii jurnalistice

În anul 2006, RRA a sustinut mai multe campanii cu implicatie sociala în sprijinul copiilor, în sprijinul persoanelor vârstnice, în sprijinul persoanelor cu handicap, mai ales prin parteneriate încheiate în general cu societatea civila.

Cea mai importanta campanie a fost însa cea a SRR împreuna cu Patriarhia Româna cu titlul „*Mai puternica decât apele este credinta*” care a vizat strângerea de fonduri si constructia de locuinta pentru sinistratii din judetul Dolj, ramasi fara case în urma inundatiilor din 2006.

O atentie deosebita s-a acordat respectarii pluralismului de opinii, conform Legii de organizare si functionare, precum si reglementarilor CNA, aceasta chestiune fiind analizata în mai multe întâlniri ale echipei editoriale a RRA. Încercam sa gasim încontinuu cele mai bune cai de reflectare a opiniilor exprimate de oamenii politici aflati la putere sau în opozitie, astfel încât,

conformându-ne legislației în vigoare, să răspundem și așteptărilor publicului nostru ascultător.

A.8. Audiența RRA

La nivel național Radio România Actualități înregistrează în toamna anului trecut 2.683.000 de ascultători în decursul unei zile și o cota de piață de 17,2%. Pentru București, deși trendul este descrescător, pe o piață audio instabilă și intens concurențială, RRA a reușit să-și păstreze constant numărul de ascultători (circa 300.000 de persoane pe zi), dar înregistrează o ușoară scădere a cotei de piață (19,4% - 18,9%). Cercetările cantitative indică faptul că ar fi vorba de modificări ale obiceiurilor de ascultare, dar și că publicul urban nu a reacționat negativ la schimbările editoriale propuse de RRA. Se resimte absența unor cercetări calitative de piață care să confirme sau să infirme aceste observații.

În anul 2006 postul și-a propus reorientarea către publicul din mediul urban, în condițiile în care publicul din mediul rural reprezenta peste 50% dintre ascultătorii săi. Prin creșterea ponderii programelor informative și scăderea accentului pus pe diversitatea muzicală – muzica populară fiind transferată spre grila postului Antena Satelor - persoanele din rural încep să iasă din audiența RRA. Această politică editorială a fost asumată de RRA chiar dacă ea a dus la o diminuare a audienței cu aproximativ 1%, deoarece pe termen lung politica de piață la nivelul corporației trebuie să valorifice posturile specializate aflate în structura SRR la parametrii maximi. Totodată plecarea publicului din mediul rural spre postul Antena Satelor a dus la o scădere a ponderii persoanelor cu statut social scăzut, cu educație primară, sau din zonele unde ruralul reprezintă o pondere importantă.

B. Radio România Cultural

B.1. Repere ale activității postului Radio România Cultural în 2006

Activitatea postului Radio România Cultural în anul 2006 s-a axat pe extinderea efectelor noii filosofii de programe, bazată pe fluidizarea discursului radiofonic asupra unei arii mai largi a programului, care în grila 2005-2006 a vizat orele 7.30-13.00, iar în grila 2006-2007 a vizat orele 7.30-16.00. În acest scop a fost continuată adaptarea programului zilnic (până la ora 16, de luni până vineri) la formatul și rețetele competitive în FM, menținând specificul cultural al programului, păstrând repere tradiționale în a doua parte a zilei și în week-end. Aceste opt ore și jumătate de program zilnic sunt asigurate ca moderatori prezentatori de un număr redus de voci, aceleași de luni până vineri pe fiecare tronson orar. În paralel, au fost introduse mai întâi trei, ulterior cinci buletine de știri culturale difuzate din două în două ore de la 8 la 16, în lectura crainicilor, buletine bazate deocamdată pe informațiile furnizate

de agentiile de presa. O alta noutate lansata în 2005 dar consolidata în 2006 o constituie modificarea formatului muzical al postului între orele mentionate, urmarind o evolutie catre un format pop-jazz-clasic, pentru a evidentia mai bine complementaritatea posturilor SRR (în mod deosebit fata de celalalt post de factura culturala, Radio România Muzical, care difuzeaza aproape integral muzica clasica).

Un alt element important al anului 2006 a fost introducerea emisiei de noapte din 12 iunie 2006, moment din care Radio România Cultural emite 24 de ore din 24. De asemenea, din noiembrie 2006, Radio România Cultural emite 5 ore pe noapte din sistemul Radioman, pe care intentioneaza sa-l extinda pe parcursul anului 2007.

B.2.Rezultate

Publicarea rezultatelor „valului de toamna” 2006 al cercetarii de audienta oficiale, IMAS-Mercury, reflecta în privinta postului Radio România Cultural o usoara tendinta ascendenta fata de prima parte a anului 2006. Cresterea audientei este destul de mica, dar constanta.

În ceea ce priveste vârsta ascultatorilor RRC, structura este similara cu aceea a RRA – 60.4 % peste 50 de ani –, în cazul RRC înregistrându-se 58 % peste 50 de ani. Publicul pe care îl vizam în acest moment este cel între 20 si 40 de ani, care acum reprezinta doar 23 % din audienta RRC. Acesta se asociaza cu cei 37 % din audienta RRC salariati cu studii superioare si/sau cu functii de conducere si respectiv 38 % public activ. Atentia noastra se îndreapta catre acestia si alti potentiali ascultatori din aceasta categorie, cei 60 % public inactiv, fara ocupatie, cu vârste peste 50 de ani reprezentând un public stabil (sau „captiv”) pe care s-a dovedit ca nu-l pierdem prin acele modificari de politica editoriala sau muzicala care vizeaza realizarea unui program cultural mai atractiv, bransat la tendintele culturale ale anilor în care traим.

Aceste programe au în comun, pe de o parte, dorinta ferma de a se îndeparta de limbajul pretios si/sau „de lemn” care a fost deseori reprodus postului RRC în ultimii ani, iar pe de alta parte dorinta de a pune în discutie, fie si pe un ton polemic (care era evitat de RRC pâna acum), problemele contemporane ale vietii culturale românesti, chiar si cele mai grave, fara a face rabat de la nivelul cultural intrinsec al dezbatelor.

Important este ca rezultatele succesive ale valurilor de audienta denota faptul ca orientarile noi din politica editoriala a postului RRC nu au dus la pierderea publicului (asa cum prevedeau unii pesimisti), ci chiar la un câstig. Luând în considerare vârsta înaintata a cel puțin 50 % din publicul RRC, putem afirma chiar ca publicul câstigat este cel sub 40 de ani – un public care a reusit sa anihileze procesul firesc de împutinare (din motive biologice) a publicului de vârsta înaintata.

Concluziile ar fi ca **modificarea profilului muzical** în spiritul complementarității posturilor SRR și în ideea atragerii publicului între 25 și 40 de ani și **impunerea moderatorilor sau cuplurilor de moderatori unici** de luni până vineri pe același tronson orar este profitabilă și trebuie susținută în continuare, ea dând coerență „pe orizontală” discursului radiofonic. De asemenea, un efect benefic asupra audienței considerăm că o are **creșterea cantității de informație culturală și științifică de actualitate**, reflectată atât în cele 5 buletine de știri culturale zilnice introduse din septembrie 2006, cât și în liniile ce parcurg programul RRC de luni până vineri de la ora 7.30 până la ora 16 și repetarea acestor informații sub diferite forme pentru a fi accesibile publicului diferit care ne ascultă dimineața sau după-amiaza, sistem caracteristic, de altfel, tipului de discurs radiofonic contemporan.

C. Radio România Muzical „George Enescu”

Crearea unei atmosfere optime de liniște, relaxare, meditație, îmbogățirea nivelului de cunoaștere, transmiterea de emoție, stimularea energiilor creatoare, inducerea ideii de comuniune spirituală, dezvoltarea simțului estetic, formarea bunului gust – ar fi succint misiunea postului Radio România Muzical „George Enescu”, unicul post de muzică clasică din România și care aniversază anul acesta 10 ani de la înființare.

Radio România Muzical „George Enescu” emite non-stop:

- a) prin rețea terestră acoperind 25% din teritoriul țării;
- b) prin satelit – preluat de Radio România Internațional, de luni până sâmbătă pe tronsonul orar 11.00 – 13.56 sau 10.00 – 12.56 (în funcție de ora Europei Centrale) și pe zona orară 19.00 – 21.00 (miercuri și vineri, înregistrare și redifuzare);
- c) prin sistem T – DAB (digital) exclusiv în București.

În politica sa de programe Radio România Muzical valorifică **patrimoniul național și universal** atât din sfera compozitorială, cât și din cea interpretativă.

Explorarea atinge marile genuri ale muzicii clasice: simfonic, camera, operă, operetă, vocal-sinfonic, vocal (coral, lied, etc), la care am adăugat jazz-ul și câteva subgenuri de mare accesibilitate: cantoneta, sansoneta, zarzuela, muzica de film, etc.

Radio România Muzical se adresează elitelor ca și unor categorii socio-profesionale cu pregătire medie dar cu un nivel de înțelegere superior calificării.

În anul 2006 eforturile au fost îndreptate către câștigarea ascultătorilor tineri iar politica de program, din dorința atragerii unor noi segmente de vârstă, a suferit câteva

modificari.

Cresterea spatiilor de emisie cu moderatori în direct pe post – cu momente de interactivitate – s-a constituit într-una din acele modalitati prin care am încercat întinerirea publicului ascultator. Spatiul dintre orele 10.00-12.00 de luni pâna vineri s-a adaugat astfel celor existente deja din anii anteriori construite pe tiparul emisiune–magazin cu concursuri incluse si cu prezentari live (**Preludiu la dupa-amiaza unui meloman** de luni pâna vineri, orele 13.25-15.30, **Fantezii cromatice** de luni pâna vineri, orele 18.10-19.00).

Pe de alta parte, derularea în 2006 a proiectului „**Radio România Muzical George Enescu la Librariile Carturesti**” (concerte/recitaluri cu public sub sigla postului în spatiul Librariei) ca si participarea la Ziua presei libere, la Târgul Gaudeamus – au determinat vizualizarea postului România Muzical în alte medii decât cele percepute ca alcatuind publicul nostru fidel din capitala.

O posibila explicatie a **cresterii audientei în Bucuresti** – în oct. 2006 la 0,7 (audienta zilnica), fata de 0,5 din aprilie a aceluiasi an, si a pastrarii sale la 0,2 la nivel national ar putea fi exact **prezenta** (în capitala) si **nonprezenta** (în restul teritoriului unde emite Radio România Muzical) prin concerte publice.

Promovarea valorilor nationale (interpretative si componistice) într-o viziune noua – prin prezentarea acestora integrata în marele repertoriu universal si nu decupata creând dihotomie între cele doua zone (exceptie facând fluxul „Clasic si contemporan în muzica româneasca”), promovarea valorilor europene, cresterea numarului de transmisiuni directe de concerte simfonice, camerale, de jazz, spectacole de opera, ale formatiilor muzicale ale SRR, dar si din strainatate – de la festivaluri, concursuri internationale, din stagiunile unor celebre ansambluri si teatre lirice – prin intermediul Uniunii Europene de Radio, utilizarea fondului patrimonial al Institutiei, cresterea numarului emisiunilor live si implicit a numarului concursurilor pentru ascultatori, promovarea în continuare a tinerilor interpreti si creatori cu înalte performante nationale si internationale, cresterea numarului ofertelor catre UER, controlul asupra calitatii vorbirii si impunerea unui nivel înalt de selectie repertoriala cât si înnoirea acestuia – s-au constituit si în anul 2006 în prioritati ale politicii editoriale.

În planul proiectelor speciale, anul supus analizei a fost dominat de urmatoarele programe tematice:

Anul 2006 – Anul Mozart – derulat în perioada ian.-dec. 2006;

Anul Francofoniei derulat în perioada feb.- sept.2006 ;

George Enescu – 125 de ani de la nastere, derulat în perioada 14 – 20 august 2006.

De o anvergura exceptionala, proiectul „**Anul 2006 – Anul Mozart**” a explorat practic întreaga creatie – de aproximativ 700 de opusuri – a creatorului de la Salzburg, personalitatea sa fiind totodata prezentata în emisiuni de estetica muzicala realizate de Postul România Muzical cu concursul unor muzicologi de renume, preocupati de contributia genialului creator la zestrea culturala universala: prof.dr. Grigore Constantinescu si Ferenc Lazslo – presedintele Asociatiei Mozart din Cluj-Napoca. Difuzarea creatiilor sale în integritatea lor – organizate pe genuri, opusuri într-o selectie interpretativa corespunzatoare fenomenului Mozart – a fost principiul de baza care a stat la construirea strategiei proiectului amintit.

Debutul chiar în 1 ianuarie, finalul în 24 decembrie 2006 - au încadrat fluxurile de emisiuni „Instantanee sepiă” - cu rubrica „Perpetuum Mozart” inclusa, „Ora discofilului” - destinat marilor interpreti mozartieni, „Musica sacra” - paginile vocal simfonice religioase, „Integrala operelor mozartiene”, O/ra cu Ligia Ardelean (Dictionar de opera Mozart), „Din tainele liedului”, „Convorbiri si lecturi cu ... muzica” („Doua convorbiri cu G.B.Shan despre Mozart”; „Portretul lui Mozart vazut de Stendhal” - serial), „Musica rara” („Mozart francmasonul” - în serial; „Rapirea ... înainte de Rapirea din serai”; „Înca doua lucrari pentru clarinet de Mozart?”, etc) difuzate dupa un grafic bine organizat.

Realizarea unei imagini complete asupra celui care marcheaza cu coplesitoarea sa existenta istoria culturii universale a fost posibila prin integrarea în cadrul proiectului nostru a ofertelor UER, sarbatoarea Mozart fiind unul din programele importante ale anului 2006 la nivelul întregii Uniuni Europene de Radio.

Astfel zilele de 27 (ziua nasterii lui Mozart) si 29 ianuarie, ca si ziua de 5 decembrie (ziua mortii lui Mozart) au fost afectate unor transmisiuni directe maraton preluate prin satelit de la Salzburg, Lugano, Beijing, Ramallah, Viena, Praga si Berlin, de la Manchester, de la Amsterdam.

Anul francofoniei s-a regasit la nivelul postului în seriale de emisiuni destinate creatorilor si interpretilor din spatiul francofon – în care au fost integrate si nume importante românesti – de la George Enescu la Dinu Lipatti si Clara Haskil ale caror activitati au fost marcate de influenta franceza.

George Enescu – 125 de ani de la nastere – cele doua saptamâni afectate temei mentionate au evidentiat complexitatea personalitatii enesciene: compozitor, violonist, dirijor si pianist.

Prezenta SRR în UER, ca membru cu drepturi depline, de asemenea preocuparea Postului Radio România Muzical „George Enescu” de implicare cât mai sustinuta în proiectele propuse de UER pot fi apreciate în mod special prin rolul pe care-l au în atragerea si pastrarea interesului ascultatorului. Viata muzicala din Europa, si din

lume chiar, constituie un punct de atracție serios pentru intelectualul avid de informare. Practic, începând cu data de 1 ianuarie 2006 – transmisia directă a tradiționalului **Concert de Anul Nou de la Viena** și până în data de 21 decembrie 2006 (de la BBC), Postul România Muzical „George Enescu” a realizat 70 de transmisiuni directe de concerte simfonice și recitaluri cu cei mai mari artiști ai lumii: dirijorii Lorin Maazel, Christoph von Dohnanyi, Myung Whun Chung, Manfred Honeck, Kurt Masur, Sir Simon Rattle, Philippe Herreweghe, Kent Nagano, Thomas Dausgaard, Esa – Pekka Salonen, Sir John Eliot Gardiner, Claudio Abbado, Mariss Jansons, Marek Janowski, Yuri Temirkanov, Christoph Eschenbach; solistii: Aldo Ciccolini, René Fleming, John Relyea, Nikolaj Znaider, Viktoria Mullova, Misha Maiski etc.; din țări ca: Germania, Franța, Cehia, Polonia, Suedia, Anglia, Austria, Finlanda, Elveția, Danemarca, Olanda, Palestina, Austria, China etc.

Pentru o mare parte din aceste transmisiuni directe s-au realizat și interviuri cu artiștii concertelor respective de către redactorii Secției de schimburi muzicale internaționale a Postului România Muzical „George Enescu”, dintre care le amintim pe cele cu: Julia Fischer, François Croze, Bernhard Hartog, Carolyn Sampson, Christoph Eschenbach, Hartmut Welker, Herbert Blomstedt, Philippe Herreweghe, Hilary Summers, Duo-ul de pian Horus, alcatuit din Mora Emody și Ahmed Abou-Zahra, Jeremy Sadler, James Gilchrist, Jenny Evans, Johannes Mannov, Julian Bliss, Kent Nagano, Serghei Khachatryan, Kurt Masur, Lars Vogt, Marek Janowski, Mariss Jansons, Matthias Bamert, Marina Mescheriakova, Myung Whun Chung, Natalia Gutman, Pauliina May, Per Erik Veng, Poul Ruders, Renaud Capuçon, Robert Dean Smith, Ronald Brautigam, Sabine Hengsbach, Simon Trpceski, Stephen Gould, Thomas Dausgaard, Christoph von Dohnanyi, Riccardo Muti, Walter Blovski, Ion Marin etc.

Tot ca oferta a UER trebuie privite și transmisiunile directe de la **Metropolitan Opera House din New York** (12 spectacole de operă), de la Scala din Milano (1 spectacol) ca și cele din **Festivalul Wagner de la Bayreuth** (5 spectacole de operă). Postul România Muzical ofera ascultătorilor săi aceste producții construind adevărate spectacole radiofonice prin participarea live a unor specialiști: cântăreți, regizori, dirijori, esteticieni, psihologi prin ale căror comentarii publicul poate pătrunde în esența creației respective.

În anul 2006 Radio România Muzical și-a propus intensificarea contribuției sale la fondul muzical al Uniunii Europene de Radio, diversificarea ofertelor, ca și mărirea bazei muzicale permanente pentru programul „Euroclasic Notturmo” transmitând materialele direct la BBC, producătorul acestui flux.

În anul 2006, Radio România Muzical a trimis 102 de oferte, însumând 6825 de minute de muzică:

- 5750 min. – genurile simfonic, camera, coral;
- 675 min. – genul popular;

- 400 min. – genul jazz.

Radio România Muzical a participat la următoarele proiecte speciale UER:

- ✍ Bursa Borletti – Buitoni (Cvartetul Contempo);
- ✍ Proiectul „Sostakovici”;
- ✍ Proiectul „A Tribute to Mozart” (2 oferte cu lucrari contemporane românești);
- ✍ Proiectul R. Schumann – 150 de ani de la moarte (6 oferte);
- ✍ Proiect dedicat lucrărilor contemporane bizantine și de tradiție bizantină susținut de Corul Academic Radio, dirijor Dan Mihai Goia;
- ✍ Ziua specială de Craciun.

Ca instituție muzicală de prim rang în cadrul unei societăți media publice, Radio România Muzical și-a asumat rolul de conservare a valorilor momentului, acționând în planul organizării înregistrărilor speciale în studiourile SRR pe capitole clar conturate, acordând în 2006 prioritate următoarelor:

- ✍ prime audii românești (160 minute);
- ✍ interpreți consacrați (206 minute);
- ✍ tineri interpreți valoroși (238 minute);
- ✍ pagini din antologia românească (123 minute);
- ✍ versiuni românești de referință (80 minute);
- ✍ integrala concertelor mozartiene (70 minute);
- ✍ tineri interpreți propuși pentru participare la Concertino Praga (150 minute) totul însumând cca 40 de ore.

Nevoia de cunoaștere a actualității vieții muzicale naționale și internaționale de către ascultătorii noștri a fost servită de redactorii ai postului și ai Redacției Muzicale prin comentarii, relatări, înregistrări de la evenimente al căror partener a fost și Postul România Muzical, dintre care amintim: „Institutul Cultural Român și tinerii interpreți ai lumii”, SONORO, Concursul Național de interpretare Mihail Jora – ediția a XVI-a, „Festivalul de muzică veche – București” ediția I, „Festivalul Național de Teatru București”, „Zilele Secțiunii Naționale Române” – Săptămâna Internațională a Muzicii Noi”, Festivalul „Multisonic Fest”, „Festivalul internațional al muzicii de cameră” – Brașov, Festivalul „Archaeus”, ediția a IX-a, Festivalul Schumann, Festivalul Internațional „Enescu și Muzica Lumii” – Sinaia.

Informarea strictă a ascultătorului Radio România Muzical asupra evenimentelor muzicale din țară și din străinătate se realizează în emisiunile de profil ale Postului, dar și în alte spații, prin modalități jurnalistice de tipul: știre, reportaj, comentariu, interviu.

Prin întreaga sa activitate Radio România Muzical se afirma ca un post de anvergura nationala si chiar universala promovând cu pregnanta valorile europene si raspunzând astfel misiunii ce-i revine din Legea de organizare si functionare a SRR.

D. Antena Satelor

D.1. Repere ale activitatii postului Antena Satelor

Antena Satelor s-a concentrat si în anul 2006 pe informarea prompta, obiectiva, clara si concisa a locuitorilor de la sate cu tot ce este important în spatiul rural, cu accent pe informatiile privind agricultura competitiva, posibilitatile de valorificare eficienta a pamântului, promovarea tehnologiilor la standardele impuse de Uniunea Europeana, orientarea catre activitati performante, pastrarea unui mediu curat.

În acelasi timp, Antena Satelor a continuat sa reflecte în programele sale acele valente care contribuie la pastrarea identitatii nationale: învatamântul, cultura, obiceiurile si traditiile. În plus, în aceasta perioada de analiza, programele Antenei Satelor s-au axat pe agenda ascultatorului, acoperind întreaga gama a preocuparilor acestuia, de la cele individuale, locale, zonale, pâna la cele nationale si de interes international.

Doua schimbari majore, care au intervenit pe parcursul acestui an, au influentat politica editoriala a postului si nivelul audientei:

- Trecerea din organigrama Studioului Teritorial Bucuresti în cea a Departamentului Productie Editoriala, cu statut de program national, a creat în rândul membrilor redactiei o mai mare responsabilitate si o totala independenta editoriala;
- Alocarea frecventei de 153 KHz – unde lungi, cu ajutorul careia acest post de radio poate fi ascultat acum în întreaga tara. Aprobând acest proiect, conducerea SRR a raspuns dorintei exprimate de numerosi ascultatori si, conform ultimului sondaj al audientei, Antena Satelor este un post ce se impune pe zi ce trece în întreaga tara.

D.2. Evolutia audientei

Criteriul de masurare	2005	2006	Diferenta
Analiza medie zilnica la nivel national	638.000	809.000	+171.000
Cota de piata la nivel national	4.9	6.1	+1.2
Analiza medie zilnica la nivel rural	460.800	607.700	+146.900
Cota de piata la nivel rural	8.6	11.7	+3.1
Analiza medie zilnica în Bucuresti	58.500	63.600	+5.100
Analiza medie zilnica la nivel urban	177.600	201.200	+23.600
Analiza medie zilnica Muntenia	537.600	616.900	+79.300
Analiza medie zilnica Transilvania, Banat	25.900	71.400	+45.500
Analiza medie zilnica Moldova	16.400	61.300	+44.900

D.3. Activitatea redactionala

D.3.1. Radioprograme, rubrici, emisiuni

În perioada de analiza, principala misiune a postului a reprezentat-o sprijinirea eforturilor de integrare în Uniunea Europeana a satului românesc în ansamblul sau. În acest context, toate emisiunile au fost reorientate catre aceste obiective:

- Radioprogramele „Clubul fermierului”, „Povestea vorbei”, „Viata la tara”, „Pe ulita satului”, „Satul românesc, sat european” si-au deschis microfoanele pentru ascultatori, alternând materialele publicistice realizate de reporteri sau corespondenti cu interventii în direct ale ascultatorilor.
- În radioprogramul „Buna dimineata, gospodari!”, toate rubricile au fost adaptate în asa fel încât sa raspunda atât cerintelor de moment, cât si celor de perspectiva ale agriculturii. Astfel, informatiile agrometeorologice au fost extinse si în colaborare cu sectia de specialitate a Administratiei Nationale de Meteorologie, prezentam zilnic informatii amanuntite, cu elemente specifice din principalele bazine agricole ale tarii.

A fost introdusa o noua rubrica „De la primarie-n ...jos”, ce vizeaza aspecte privind buna gospodarie a localitatilor si raporturile administratie – cetatean.

- Rubricile care se refera strict la aspecte privind aderarea României la Uniunea Europeana („Politici agricole comunitare”, „Dictionar SAPARD”) s-au realizat sub un alt format, promovând dialogul si raspunsul la întrebări. A fost introdusa o noua rubrica zilnica „Info agro Europa” în care sunt prezentate documentare despre agricultura si viata rurala din tarile membre ale Uniunii Europene.
- Emisiunea interactiva **Orizont 2007**, consacrata dezbaterii problemelor privind aderarea la UE, a constituit vârful de audienta al tronsonului de seara, cu o medie de 190.000 de ascultatori.
- În perioada de vara a fost introdus un nou radioprogram, „În miezul verii”, în cadrul caruia au fost transmise în direct relatari sub genericul „Reporter pe drum de tara”. Tot aici a fost inclusa si rubrica „Vorbe despre fapte” care prezinta aspecte ce înfatiseaza realizari din lumea satului, dar si microanchete ce au la baza sesizarile ascultatorilor.

D.3.2. . Stirile

- În vederea acoperirii cu informatii de actualitate din întreaga tara, a fost încheiat un protocol de colaborare între conducerea Antenei Satelor si cea a postului România Actualitati, prin care corespondentii judeteni furnizeaza postului nostru stiri si alte materiale publicistice din zona lor. Prin acest demers am reusit în parte sa raspundem si nevoilor de informare ale locuitorilor din noile zone în care se receptioneaza Antena Satelor pe frecventa de 153 KHz.
- Din cauza timpului mediu zilnic crescut de ascultare (peste 2 ore), au fost eliminate buletinele de stiri care se difuzau la fiecare jumătate de ora, redactorii concentrându-se asupra buletinelor de la ore fixe si a celor cinci jurnale specifice.
- Toate jurnalele includ si inserturi extrase din interventiile în direct din cadrul radioprogramelor Antenei Satelor.

D.3.3. Muzica

Cea mai mare provocare pentru redactorii nostri muzicali a constituit-o diversificarea programelor în asa fel încât acestea sa corespunda si cerintelor ascultatorilor din noua zona de receptie a frecventei 153 KHz.

- Cu sprijinul redactiilor muzicale de la Studiourile teritoriale Cluj, Târgu Mures, Timisoara, Resita si Iasi a fost completata fonoteca noastra de muzica populara cu piese folclorice reprezentative din zonele respective.
- În program a fost introdusa o noua emisiune „Dor de cântec” în care sunt prezentate si comentate creatii folclorice din toate zonele reprezentative ale tarii.
- S-a intensificat activitatea de promovare a tinerilor solisti de folclor prin introducerea unei noi emisiuni „Topul tinerilor interpreti”.
- Prin participarea redactorilor nostri de specialitate la cele mai importante festivaluri si concursuri folclorice, urmarim descoperirea si promovarea noilor talente si atragerea tinerilor catre acest gen de muzica.
- Am reusit sa includem în mod constant în programul nostru rubrici speciale în care prezentam melodii din folclorul tarilor europene si al minoritatilor nationale din tara noastra.
- Am început o colaborare cu sectia de muzica populara a Redactiei Muzicale ai carei redactori realizeaza zilnic doua emisiuni consacrate traditiilor folclorice si promovarii valorilor interpretative din Fonoteca de folclor a SRR.

D.4. Promovarea

Postul s-a implicat în multe actiuni menite sa ajute la cresterea notorietatii sale. Între acestea:

- zilele comunelor Potlogi, Vulcana Bai, Bezdead, Bucsani (jud. Dâmbovita), Cosesti, Boteni, Berevoiesti, Hârtesti (jud. Arges), Topalu, Cumpana (jud. Constanta);
- manifestari traditionale cum ar fi *Ziua bujorului* (com. Comana, jud. Giurgiu), *Ravasitul oilor* (com Runcu, jud. Dâmbovita), *Sarbatoarea viilor* (Valea Calugareasca, jud. Prahova), Festivalul anual de umor satesc (Berevoiesti, jud. Arges), *Zilele recoltei* (com. Cuza Voda, jud. Calarasi, Cumpana, jud. Constanta, Topolog, jud. Tulcea, Aninoasa, jud. Prahova);

- manifestari aniversare prilejuite de împlinirea a 15 ani de existenta a postului (com. Malu, jud. Giurgiu, com. Brosteni, jud. Vrancea, com. Turia, jud. Covasna);

În toate aceste actiuni, Antena Satelor s-a prezentat publicului cu realizatori cunoscuti si apreciati care s-au întâlnit cu ascultatorii stabilind o relatie apropiata cu acestia. Fara fonduri bugetare speciale, au fost editate si distribuite materiale promotionale si acordate premii ascultatorilor fideli.

E. Radio 3Net

E.1. Strategia, structura programelor si activitatea

RADIO 3NET este o institutie publica media cu totul si cu totul aparte si deosebita de conceptiile obisnuite privitoare la un post de radio, decurgând din formatul de post pentru care am optat si a fost aprobat. Aceste norme respecta obligatiile firesti de **informare, formare/educare, acces la cultura, divertisment, promovarea SRR si promovarea imaginii României în lume** si s-au materializat în cele trei domenii de activitate:

a) **Emisia live**, 24h din 24, cu tronsoane de trei ore (sau multiplu de 3), realizate de salariati ai postului si colaboratori externi (retribuiti sau voluntari), în care legatura cu ascultatorii/utilizatori (interactivitatea) se face instantaneu, prin chat. Temele puse în discutie (una pe ora) sunt, în cea mai mare parte, de actualitate, moderatorii oferind prompt stiri de ultima clipa.

Din punct de vedere muzical, formatul este cel international **Adult Contemporary Rock Easy Listening**.

b) **Biblioteca (Library)** – *colectii de documente scrise, audio si video*.

c) **Link-urile (în sprijinul ascultatorilor/utilizatori)**

Moderatorii, precum si membrii colectivului editorial administrativ (atunci când sunt prezenti pe chat) vor oferi în continuare toate indicatiile de acces catre **link-uri (legaturile utile)**, pentru ca orice doritor sa obtina toate informatiile cerute direct de la sursa. Aceste legaturi sunt, într-un fel, echivalentul emisiunilor de tip „*Audienta Radio*“. Toate aceste servicii functioneaza 24 de ore din 24.

E.2. Activitati curente, în derulare permanenta

- ✍ A continuat activitatea în regim de adevarata Institutie Media, prin afisarea zilnica de noutati pe prima pagina a site-ului.

- ✍ A continuat si s-a extins colaborarea cu diferite departamente si organizatii (Directia Antidrog a Politiei Române, organizatia „Salvati copiii!”, Oficiul National pentru Cultul Eroilor, servicii de utilitate publica (de exemplu Serviciul de urgenta 112, Institutul Cultural Român, CNA etc.).
- ✍ A fost înregistrat zilnic Radiojurnalul Radio România Actualitati (pentru început, doar pe cel de la ora 13:00).
- ✍ A fost îmbogătită colecția *Cele mai bune emisiuni* ale Postului România Cultural.
- ✍ S-a îmbogătit colecția „Teatru la microfon” cu titlurile esențiale pentru dramaturgia românească si universală (Shakespeare, Ibsen).
- ✍ S-a îmbogătit colecția Radio Prichindel – Teatru radiofonic pentru copii.
- ✍ S-a îmbogătit calendarul evenimentelor, aniversarilor si comemorarilor de mare importanță din domeniile general, scriitori, muzicieni, sportivi, în conformitate cu datele trimise de RADOR.
- ✍ Radio 3 NET a transmis toate evenimentele importante: **Ziua României**, **Zilele Revoluției**, **Ziua Radio**, participările la principalele **târguri IT**, târgul de carte **Gaudeamus**, cu ajutorul unor Web Camere puse la dispoziție gratuit de colaboratorii nostri.
- ✍ S-au completat toate site-urile lansate în 2005 cu documente si informații.
- ✍ Radio 3 NET a continuat sa fie calauza românilor în hatisul numit Internet, oferindu-le cea mai rapidă cale către cât mai multe domenii de mare interes public (administrativ, social, legislativ, politic – partide parlamentare si neparlamentare –, financiar, cultural, învățământ-educatie, mass-media, meteo, curs valutar etc.).

E.3. Noutati

- *site-ul în site* **2006 – Anul Mircea Eliade**;
- *site-ul în site* **2006 – Anul Mozart**, distins cu *Premiul de Excelență PC World*;
- *site-ul în site* **Anul Francofoniei**;
- *site-ul în site* **Bob Dylan - Profetul unei generații**;
- un program temporar cu toate informațiile referitoare la aderarea României la Uniunea Europeană;
- în colaborare cu Jurnalul National *site-ul în site* si net-votingul **Desteapta-te Rockule** si seriile **Folk You2**, transmise si stocate audio/video în site;
- stream-urile audio, care pot fi accesate optional si acopera **TOATE** genurile muzicale;
- o colecție aproape completă de rock românesc;
- s-au lansat două noi secțiuni: *Cele mai bune 100 de cântece* si *Cele mai bune 50 de albume ale anului 2006* (conform *Rolling Stone Magazine*);

- s-au realizat **linkuri** catre extrem de numeroase **televiziuni cu emisie online** din lume,
- s-a completat sectiunea **Galerie video** cu **opt spectacole** puse la dispozitie de teatrele bucurestene;
- a fost lansata sectiunea **Search & Play**, care contine o mare parte din înregistrările de care dispunem, cel mai mare depozit online audio/video de gen;
- s-au transmis si stocat în site audio/video **concerte de folk** (Festivalul *Om bun, Ducu Bertzi si invitatii sai*), **rock** (concertul *Compact*) si **Gala Premiilor Rotary Atheneum** în scopul sustinerii tinerelor talente, organizat de Clubul Rotary Bucuresti, cu sprijinul Societatii Române de Radiodifuziune si TVR Cultural;
- s-a realizat, în colaborare cu Editura RAO, site-ul în site **1001 albume de ascultat într-o viata**;
- s-a transmis si stocat în site **Gala Superlativele Anuale VIP**;
- s-a transmis în emisie alternativa audio/video **Proiectul LALERA**, un duplex România-Italia (în colaborare cu Radio România Cultural), **Festivalul Peninsula Târgu-Mures**, **Festivalul Sziget-Ungaria**.
- transmisia serbarii postului Radio 3net si fragmente din Festivalul folk Sighisoara, cu ajutorul unor Web Camere puse la dispozitie gratuit de colaboratorii nostri;
- transmisia **Galelor IDG – 2006**;
- transmisia **Simpozionului EBU-Geneva, Mass Media Meets Radio**;
- participarea în calitate de finaliști si transmisia prezentarii site-ului selectionat si **decernarea premiilor Prix Europa 2006, Berlin**;
- întâlniri lunare cu ascultatorii/utilizatori din Bucuresti;
- monitorizarea activitatii ne arata ca site-ul Trafic.ro reflecta o crestere spectaculoasa a rezultatelor:

✍ **vizitatori**

dec. 2005 – 53.064;

dec. 2006 – 181.623

✍ **afisari**

dec. 2005 – 328.993

dec. 2006 – 1.558.169

F. Agentia de presa RADOR

Credibilitatea oricarui post de radio depinde în cea mai mare masura de calitatea materiei prime, adica a informatiilor pe baza carora își redacteaza programele.

Pornind de la aceasta realitate, Societatea Româna de Radio si-a înfiintat si utilizeaza propria agentie, RADOR, care are ca obiect specific de activitate monitorizarea presei. De asemenea, realizeaza produse radiofonice pentru canalul Radio România Actualitati.

În ultimii ani, RADOR a devenit cel mai important centru de monitorizare din România. Din grila sa fac parte posturi de radio si televiziune care emit în limba româna (17 la numar), dar si 14 posturi care emit în limbi straine.

Totodata, presa scrisa internationala se monitorizeaza din cincisprezece limbi, acoperind, practic, Europa, America de Nord, America Latina si partial Asia, Africa si Australia.

Încasarile RADOR din abonamente, la produsele sale, au fost în 2006 de 386,43 milioane RON, în crestere fata de 2005; abonatii RADOR includ institutii ale statului, ambasade, ziare, posturi de televiziune, firme.

Agentia de presa si-a diversificat oferta, lansând la 1 martie 2006 doua noi buletine tematice: „Balcanii si Marea Neagra” si „Francofonia”.

Selectii de informatii în limbile engleza si franceza sunt postate pe site-ul RADOR.

G. Redactia Informatii

Înfiintata în data de 15 februarie 2006, odata cu implementarea noii organigrame, Redactia Informatii a pus în centrul activitatii asigurarea stabilitatii, predictibilitatii si credibilitatii programelor informative, în paralel cu respectarea legislatiei în vigoare si a normelor CNA.

Functionând ca unitate de lucru autonoma ce deserveste cu stiri toate posturile SRR, Redactia Informatii a mizat pe relansarea profesionalismului si re-atragerea jurnalistilor valorosi în procesul de luare a deciziilor editoriale. Premisa de la care s-a pornit a fost dialogul inter- si intra-departamental iar fundamentul activitatii a fost garantarea si asigurarea pentru toti jurnalistii Redactiei a deplinei libertati în alegerea si tratarea subiectelor, lucru reflectat în mentinerea trendului ascendent al audientei programelor de stiri. A fost stimulata stabilizarea personalului tânar, bine pregatit profesional, dinamic si multilingv de care Redactia Informatii beneficiaza în mare numar si a continuat atragerea de tineri jurnalisti din interiorul SRR în echipa de

lucru de la Camera Stirilor. În 2006 a fost încheiat schimbul de generatii, personalul de acum al Redactiei fiind practic integral angajat dupa 1989.

Definindu-se drept centrul natural de colectare a informatiei din toate domeniile, Redactia Informatii, prin departamentele sale, a pus în centrul activitatii adaptarea continua a agendei stirilor la actualitate, cautând valorizarea subiectelor cu adevarat de interes public si – pe cât posibil – „depolitizarea” si „detabu-izarea” informatiei în raport cu agenda publica. Conceperea si elaborarea stirilor pleaca de la garantarea acuratetei si credibilitatii informatiei, precum si sustinerii acesteia prin rubrici tip „documentar”; în prezentarea stirilor s-a cautat insistent evitarea „tabloidizarii” si pastrarea tinutei de post public.

Prin cele doua componente structurale – Camera Stirilor si sectia Partide Politice, carora li se alatura Corespondentii în Strainatate si Punctele Fixe, Redactia Informatii **a avut drept principala provocare în 2006 asigurarea stabilitatii si formatului programelor informative, în contextul deplinei libertati editoriale de care sa bucurat noua echipa manageriala si întreg personalul redactiei. Exprimarea libera si necenzurata, eliberata complet de intruziunea factorului politic sau a celui administrativ a trebuit dublata de o responsabilizare pe masura a corpului redactional, facându-se pasi semnificativi în conturarea unor prime norme editoriale interne.**

Revenirea deplina la prezentarea gazetareasca a stirilor a fost dublata de eforturi constante pentru gasirea formatului si prezentarii adecvate cerintelor publicului. Agenda stirilor, în special în perioada de prime-time matinal, dar si pentru programele de dupa-amiaza – când se cerea relansarea captarii audientei –, a revenit integral la actualitate si non-partizanat.

Informatia a fost constant si responsabil îmbogata cu comentarii, cautându-se – pe lângă voci consacrate si echilibrate de analisti – folosirea experientei si a cunostintelor propriilor jurnalisti.

Principalele surse de informatii au ramas cele proprii: retelele de **Corespondenti Internazionali** si **Corespondenti Interni** (acreditati pe lângă principalele institutii ale statului, dar si corespondentii teritorialii) au oferit constant programelor informative substanta, credibilitate si notorietate.

Functionarea retelei **Corespondentilor Internazionali** – cea mai extinsa din media autohtone, factor puternic generator de credibilitate în rândul ascultatorilor – dispune de locatii în Washington (un post de corespondent si unul de colaborator), Londra, Paris, Bruxelles (cu doua posturi de corespondenti), Berlin, Chisinau, Ierusalim si Moscova, a avut drept coordonate de baza: *optimizarea* si *extinderea*. Mentinând corespondenti în ambele capitale, au fost eliminate solutiile editoriale scumpe de la birourile din Berlin si Washington, (care, în schimbul unui beneficiu limitat de

imagine, costau sume echivalente unui post de corespondent) în favoarea atragerii unor voci cu notorietate din presa occidentala de limba româna. Am mizat, de asemenea, pe întinerirea corespondentilor – proces în curs de derulare pentru postul de la Budapesta –, dar și pe extinderea rețelei colaboratorilor, în concordanta cu nevoile generate de integrarea în Uniunea Europeana sau cu acordarea titlului de „Capitala Europeana” Sibiului. În plus, am dezvoltat și extins rețeta *trimisilor speciali*, acoperind de la Beirut (în septembrie 2006) criza din Liban sau monitorizând de la Teheran criza din relațiile Iranului cu Statele Unite și Europa.

Corespondenții la puncte fixe (Presedinție, Guvern, Parlament, Ministerele Aparării și de Externe) și Secția Partide Politice au traversat la rândul lor două tipuri de procese: de re-conceptualizare editorială (iesirea graduală din formatul de „portavoce” a instituțiilor despre care relatează) și de extindere, prin introducerea unor corespondenți „itineranți”, respectiv reporteri, care pot suplimenta la nevoie solicitări speciale, precum evenimente cu participare internațională semnificativă a principalelor instituții ale statului și a formațiunilor politice.

Adaptarea la cerințele ascultărilor și pietei cere crearea unui corp solid de reporteri capabili să se constituie într-un bazin propriu de informație. Circulația informației, deopotrivă internă dar și spre ascultător, a fost și ea îmbunătățită și s-au făcut eforturi constante de corelare a programelor de știri cu celelalte emisiuni care oferă informații în flux constant.

Din perspectiva editorială, a fost acordată o atenție sporită informațiilor legate de Uniunea Europeana, deopotrivă în emisiunile de știri, dar și în cele specializate, precum **Ziua și Evenimentul**, focalizată pe principalele teme ale actualității, dezvoltate în abordări și unghiuri analitice. În lunile noiembrie-decembrie 2006 a fost derulat un proiect special tip „caravana radio”, intitulat **EUROPA DIN VECINI** prin care doi jurnaliști ai Redacției au făcut un circuit în mai multe țări care au aderat la Uniune în 2004 realizând reportaje despre avantajele și greutățile aderării.

În pofida absenței unei cercetări focalizate pe calitatea programelor de știri, evaluări succesive realizate de-a lungul anului de experți de la Deutsche Welle și Radio France, în paralel cu definirea unui contur mai precis al nevoilor de training, au permis definirea cerințelor minime pentru un Cod de Conduită al jurnalistului Radio România, aflat în prezent în curs de elaborare.

H. Redactia Muzicala

Obiectivele activitatii Redactiei Muzicale în anul 2006 au plecat de la obiectivele generale ale Societatii Române de Radiodifuziune: cresterea eficientei activitatii si consolidarea vocatiei europene a SRR, un radio al secolului XXI, un radio dinamic care gândește spre viitor. Pe aceste coordonate, strategia editoriala a urmarit îmbunatatirea calitatii sound-ului, cu accent pe creatia nationala si europeana, particularizata pe fiecare post de radio în parte. De asemenea, o contributie importanta la concretizarea strategiei de complementaritate a posturilor nationale a avut-o alcatuirea distincta a continutului muzical si informational al emisiunilor de specialitate, prin modalitatile si genurile radiofonice abordate, dar si specializarea realizatorilor-comentatori pe posturi.

Totodata Redactia Muzicala a realizat, atât cu formatiile proprii, cât si cu solisti si formatii colaboratoare, înregistrari speciale în toate genurile muzicale, totalizând peste 1500 de minute, înscriindu-se, din punct de vedere tematic, pe urmatoarele coordonate: tineri interpreti de valoare, prime auditii românești, pagini din antologia româneasca, integrala concertelor de W. A. Mozart (cu solistii Formatiilor Radio: Dana Borsan si Alexandru Tomescu).

Pe toate posturile s-au realizat emisiuni interactive, pentru crearea în rândul publicului de toate categoriile a certitudinii ca la Radio România afla raspunsurile cele mai adecvate si prompte pentru satisfacerea gusturilor, preferintelor si asteptarilor sale în domeniul muzical.

H.1. Pe postul Radio România Actualitati, activitatea Redactiei Muzicale s-a eficientizat considerabil în 2006 fata de 2005, atât prin extinderea numarului de minute acoperite, cât si prin sporirea si diversificarea evenimentelor în care s-a implicat, în conditiile în care numarul angajatilor a ramas acelasi.

Redactia Muzicala ca furnizor de produse jurnalistice de profil pentru RRA si-a sporit numarul de minute de emisie. Fata de grila în desfasurare în perioada 01.01.2006 - 31.05.2006, când numarul de minute de emisiuni muzicale în direct era de aprox. 10.600 de minute/lunar, în grila de vara numarul de minute a crescut la aprox. 12.100 minute/lunar prin introducerea emisiunilor Euromuzica si Romanticii, dar si datorita dublarii spatiului de emisie acordat sâmbata si duminica emisiunilor Top 30 RRA, Cocktail SRR si Top 2006, precum si prin aparitia Matinalului Muzical în week-end.

S-a urmarit în mod special promovarea imaginii Redactiei Muzicale prin activitatea sectiei pop-rock-jazz, organizatoare a 3 evenimente de anvergura: s-au reluat, dupa o întrerupere de 2 ani, Premiile Muzicale RRA si s-au realizat în premiera *Seara Radio România Actualitati*, la Festivalul Callatis, în luna iulie, iar în decembrie spectacolul-concurs: *Sarbatorile de iarna la Radio România Actualitati*.

De asemenea s-a urmarit si promovarea imaginii Radio România, prin implicarea jurnalistilor nostri în toate evenimentele importante din viata muzicala româneasca si internationala, 16 lansari discografice, spectacole si turnee pe care le-au mediatizat intens: festivalurile – San Remo, Eurovision, Mamaia, Om bun , Festivalul cântecului de dragoste, Richard Oschanitzky, Artmania, concertele – Uriah Heep, Shakira, Phoenix, Voltaj, Iron Maiden, Therion. Totodata, membrii Redactiei Muzicale au fost initiatorii unor parteneriate media legate de evenimente muzicale de marca.

Un alt obiectiv în anul 2006, în concordanta cu politica editoriala a Radio România în anul premergator integrarii în UE, a fost promovarea valorilor muzicale autohtone si internationale, îndeosebi europene, difuzând cu preponderenta hituri si vedete de pe continent si semnalând constant evolutia si succesele artistilor români în Europa. Întreaga Redactie s-a implicat intens prin emisiuni tematice, participari, corespondente si interviuri realizate în Saptamâna Francofoniei.

H.2. Pentru Radio România Cultural, Redactia Muzicala a realizat în medie 11300 minute/luna emisiuni si programe de specialitate, la care se adauga materialele jurnalistice livrate în regim de actualitate sau realizarea suportului muzical al tronsoanelor de tip emisiuni complexe.

În plan jurnalistic Redactia Muzicala a propus si a concretizat în grila RRC doua proiecte în colaborare cu UCMR. Primul vizeaza promovarea muzicii usoare românesti, în fapt a slagarului autohton si a marilor sai creatori. De aceea în line-ul Ambient sonor, editia de sâmbata a fost dedicata acestui subiect, comentat pe larg de compozitorul Horia Moculescu, sub genericul „Muzica e muzica... usoara, fara frontiere”. Al doilea proiect, numit „Arte Novi”, are ca scop reevaluarea creatiei si interpretarii contemporane românesti. Redactia Muzicala propune un ciclu de emisiuni-dezbateri cu public în care se pune accent pe dialogul dintre muzicieni si compozitori, pe de-o parte, si public, pe da alta parte. Scopul declarat este destramarea barierelor de comunicare existente între creatia muzicala contemporana si publicul meloman.

O constanta a activitatii Redactiei Muzicale pe postul RRC o constituie seria de transmisiuni directe ale concertelor si recitalurilor din Stagiunea Muzicala Radio (miercuri si vineri, orele 19,00-21,30 – în comun cu România Muzical „George Enescu”, în intervalul ianuarie - iunie, octombrie - decembrie, cât si concertele lunare ale Big Band-ului Radio, transmise numai pe RRC. Panorama vietii muzicale românesti este întregita prin seria de retransmisii ale concertelor si recitalurilor din Stagiunea Radioului (altele decât cele difuzate în direct), dar si ale unor manifestari înregistrate în Bucuresti si în tara.

În afara acestora, Redactia muzicala a realizat pentru RRC, în anul 2006, emisiuni cu profil de actualitate muzicala: Oaza de muzica, Diaspora muzicala româneasca

(interviuri cu muzicieni din diaspora), Generatia 2000 (invitati tineri muzicieni si compozitori români cu o sustinuta activitate în tara si strainatate).

De remarcat în cadrul proiectelor muzicale dedicate ascultatorilor Postului România Cultural este si emisiunea de tip concert pentru promovarea tinerilor talente în ciclul consacrat *Muzicieni de azi... muzicieni de mâine*, precum si Concertul extraordinar în colaborare cu Rotary Club Atheneum – cu acordarea unor premii pentru tinerii afirmati si alte manifestari de gen.

Proiectele realizate de Redactia Muzicala în cursul anului 2006 pentru emisiunile specializate ale Postului România Muzical „George Enescu” au fost circumscrise, cu o adecvare specifică a limbajului, nivelului de accesibilitate si modalitatilor de punere în unda.

Pentru Radio România Muzical, Redactia Muzicala a produs în medie 18800 minute/luna.

În cadrul unei panorame complexe a muzicii universale si românesti de la genurile vechi si pâna la valorile epocii moderne sunt de mentionat fluxuri saptamânale ca: Diminetile România Muzical, Perpetuum preclasic, Instantanee sepia, Ora discofilului, Noptile România Muzical, Clasic si contemporan în muzica româneasca. Acestora li se adauga emisiunile cu cadenta periodica: Fara cuvinte, Genuri muzicale, Chitara, creatori si interpreti, Muzica sacra, Interpreti români, Din tainele liedului, Creatori si interpreti francezi sau Muzicieni români în spatiul francofon.

În anul 2006, Redactia Muzicala a participat la realizarea unor proiecte speciale, comandate de RRM: «Anul 2006 – sub semnul lui Mozart» (red. S. Bobeico); 27 ianuarie 2006 – 250 de ani de la nasterea lui Wolfgang Amadeus Mozart; 5 decembrie – ziua Mozart la RRM ; Mozart si á la Mozart; Omagiu lui George Enescu.

Dintre fluxurile dedicate operei si operetei amintim ciclurile: În lumea teatrului liric, Integrala operelor mozartiene, Integrale de referinta din discografia de opera.

În grila Radio România Muzical un loc aparte îl ocupa emisiunile-program cu profil de varietati (în cadrul genurilor specifice postului): fluxuri „live” de traditie, precum Preludiu la dupa amiaza unui meloman (pastrat de la înfiintarea postului) si Fantezii cromatice care au cuprins cel putin un concurs în direct cu ascultatorii, dotat cu premii în CD-uri, carti sau invitatii la concertele Formatiilor muzicale Radio sau la manifestari la care SRR a fost partener; emisiuni de tipul „Calendar muzical”, în care au fost prezentate portrete ale unor mari personalitati ale artei interpretative si componistice de-a lungul timpului, cautând sa valorifice înregistrari-document dar si productiile SRR; emisiuni aniversare sau comemorative.

Emisiunile interactive ocupa de asemenea un loc foarte important în producția Redacției Muzicale pentru RRM, „Olimpiada melomanilor”, „Alo, îmi place opera!” și „Ascultați și recunoașteți”, fiind constante ale grilei RRM, emisiuni prin care se urmărește dialogul direct și constant cu ascultătorii Postului, dar și atragerea publicului mai tânăr către genurile simfonic, cameral, opera.

Pentru genul muzicii populare, Redacția Muzicală a căutat o altă piață de desfacere pentru produsele sale de acest gen la Antena Satelor. Începând cu grila de toamnă-iarnă 2006, echipa secției de Muzică populară din Redacția Muzicală a acceptat provocarea de a proiecta pentru acest post două line-uri de emisiuni: „Lada de zestre” și „Dor de cântec”, emisiunile „Tinerete fără bătrânețe” și „Bucuroși de oaspeți”.

De asemenea, Redacția Muzicală s-a implicat și în proiectele „outdoor”, organizate de postul Antena Satelor (spectacole, în țară, emisiuni speciale de sărbători etc.).

Implicarea pozitivă a secției de folclor din Redacția Muzicală s-a reflectat în creșterea de audiență pe care Postul Antena Satelor a înregistrat-o în sondajul ARA (valul de toamnă).

I. Redacția Teatru

Productiile Redacției Teatru cuprind, săptămânal, un spațiu total de difuzare de **43h și 45min**, distribuit în grilele de program ale posturilor Radio România Actualități (5h și 50min), Radio România Cultural (28h și 40min), Radio România International (4h și 15min), Antena Satelor (5h).

În perioada 1 ianuarie - 31 decembrie 2006, pentru aceste spații de difuzare, au fost realizate un total de **258 de premiere**, din care 121 spectacole radiofonice de teatru și divertisment, 85 emisiuni scenarizate sau teatru document, 52 emisiuni publicistice.

Majoritatea emisiunilor teatrale au o audiență a cărei valoare depășește audiența medie a postului, indiferent de profilul acestuia.

Teatrul National Radiofonic a oferit publicului spectacole radiofonice după creații de referință ale marilor personalități ale culturii române și universale: „Napasta” de Ion Luca Caragiale; „Mansarda la Paris cu vedere spre moarte” de Matei Visniec (spectacol clasat pe locul 5 în cadrul Festivalului „Prix Europa” de la Berlin); „Dialog” de Gabriela Adameșteanu; „Petrecere într-un pian cu coadă” după Mihai Ispirescu; „Anglia și varsatul de vânt” de Dumitru Radu Popescu; „Karate sentimental” de Dina Cocea; „Ceaiul nostru cel de toate zilele” de George Astalos; „Domul din Milano fotografiat de...” de Sorana Coroama Stanca; „O aspirină pentru doi” de Marica Beligan; „Ostinato” de Cristian Juncu; „Portretul doamnei T” de Ana-

Maria Bamberger; „Moartea lui Ivan Ilici” de Lev Tolstoi; „Rosu si negru” de Stendhal; „Timon din Atena” de William Shakespeare; „Asteptându-l pe Godot” si „Toti cei care cad” de Samuel Beckett (centenarul nasterii); „Cinna” de Pierre Corneille (400 de ani de la nastere); „Caruselul” de Vaclav Havel; „Casatoria” de N.V. Gogol; „Sa nu mori înainte de a fi murit” de Evgheni Evtusenko; „Rata salbatica” de Henrik Ibsen (100 de ani de la moarte); „Trecând prin iarna” de Yasmina Reza; „Scrisoare tinerilor actori” de Olivier Py; „Pentru Louis de Funes” de Valère Novarina; – printre alte spectacole create sub egida „Anului International al Francofoniei”. Creatii sustinute si de parteneriatele realizate cu British Council, Atelierul International de Traduceri de la Orleans, Centrul Cultural Ceh, Ambasada Regatului Norvegiei la Bucuresti etc.

Au fost realizate emisiuni scenarizate, teatru-document, dedicate unor mari personalitati culturale (din domeniul teatrului, muzicii, filosofiei etc.): Valeriu Moisescu, Emil Cioran, Mihail Sebastian, Ana Brâncoveanu, Beaumarchais, Benjamin Fondane, Luigi Pirandello, Henrik Ibsen etc.

Au fost realizate nu mai putin de 48 de spectacole pentru copii în cadrul proiectelor „Noapte buna copii” si „Poveste de seara”. Din marile creatii ale literaturii române si universale dedicate copiilor au fost dramatizate: „Tinerete fara batrânete si viata fara de moarte” si „Aleodor împarat” de Petre Ispirescu, „Aventurile lui Buratino” de Alexei Tolstoi, „Piele de magar” de Charles Perrault, „Siegfried si Kriemhilde ” si „Razbunarea Kriemhildei”, dupa celebra legenda germana a nibelungilor, „Abeille” de Anatole France, „Gulliver în Tara Uriasilor” de Jonatan Swift, „Gudrun” legenda germana etc.

Au fost realizate pentru copii scenarii cu texte religioase: „Cei doi Sfinti Dimitrie – viata si faptele lor”, „Matiriul Sfântului Gheorghe, o pilda crestina”, „Trei crai de la Rasarit”.

Pe lângă productiile curente de emisiuni de divertisment, au fost realizate productiile speciale dedicate sarbatorilor.

Redactia Teatru a dezvoltat în colaborare cu Universitatea Nationala de Arta Teatrala si Cinematografica un atelier de creatie radiofonica în care studentii de la actorie si regie teatru a fost implicati în realizarea unui spectacol radiofonic (de la scenariu, interpretare, regie).

A fost continuat proiectul „Voci si spectacole memorabile”, realizat în parteneriat cu UNITER si editura „Casa Radio”.

Au fost realizate parteneriate cu importante organizatii, institutii culturale si nu numai (UNITER, Uniunea Scriitorilor, Muzeul Literaturii Române, teatrele nationale si municipale din întreaga tara, în deplina concordanta si cu studiourile teritoriale ale

SRR, ARCUB, Fundatia Preasfânta Fecioara Maria, scoli, gradinite, ambasade sau centre culturale ale tarilor straine acreditate la Bucuresti, RATB, Casa Capsa, Hotelul Majestic etc.).

Redactia Teatru a preluat initiativa de a asigura difuzarea unei parti a productiilor sale prin sistemul Radioman.

Redactia Teatru si-a continuat programul de creare de eveniment teatral, cultural, social. Stau marturie cele peste 200 de articole, dedicate teatrului radiofonic, publicate anul trecut în presa româneasca si straina.

Proiectele speciale „Un tramvai numit Popescu”, „Brand – la Biserica Lutherana” si-au continuat itinerariul reprezentatiilor de succes la Festivalul International „Henrik Ibsen” de la Oslo, Festivalul International de Teatru de la Sibiu, Festivalurile de Teatru de la Arad si Timisoara.

Documentarul dedicat personalitatii artistice a regizorului Valeriu Moisescu a fost prezentat si lansat în cadrul Festivalului National de Teatru, reprezentând unul din cele mai importante evenimente din cadrul acestui festival.

Spectacolele „Alice Voinescu – arta de a trai” si „Elisabeta Rizea – marturii” au fost reprezentate în forma de spectacole lectura la Centrele Culturale Românesti de la Paris si Budapesta, în cadrul unor parteneriate cu Institutul Cultural Român si Teatrul Odeon.

Spectacolul „Pentru Louis de Funes” de Valère Novarina a participat la Festivalul „Unidrama” de la Târgu Mures.

Redactia Teatru a fost invitata sa participe la Festivalul International de Teatru de la Sibiu, Festivalul de Dramaturgie Româneasca de la Timisoara, Festivalul de Comedie de la Bucuresti, Festivalul de Teatru de la Braila, Gala „Star” de la Bacau etc., în urma carora au fost realizate ample documentare radiofonice difuzate la Radio România Cultural în cadrul unor proiecte intitulate „Thaliafest”, „Carul lui Thespis” sau „Cronica unei premiere anuntate”.

J. Divertisment

În anul 2006 activitatea echipei de divertisment s-a desfasurat pe doua tronsoane: emisiuni in direct si emisiuni scenarizate.

În grila de programe a postului Radio România Actualitati, emisiunile în direct s-au difuzat sâmbata si duminica, în intervalul orar 14.00-16.00, sub titlul „WEEKEND PE CONT PROPRIU”, care includea duminica de la 15.00 la 16.00 si emisiunea scenarizata „ORA VESELA”, pâna la intrarea in vigoare a grilei de vara.

Raportul de activitate al Societatii Române de Radiodifuziune - 2006

În perioada verii, emisiunile de divertisment în direct au functionat sâmbata si duminica, în intervalul orar 13.30-15.00, sub titlul „BONTON”. Emisiunile cuprindeau pe lângă rubricile de informatie mondena si auto si 7 editii, în premiera, de emisiuni scenarizate, intitulate „Fantezii estivale”.

O data cu grila de toamna emisiunile de divertisment s-au restructurat, dupa cum urmeaza:

- sâmbata, între orele 14.00 si 15.00, a continuat difuzarea în direct a emisiunii „BONTON” într-o formula noua de talk-show de divertisment cu invitati din lumea artistica;
- duminica, între orele 14.00 si 15.00, s-au difuzat la început 6 editii în premiera cu emisiuni scenarizate, sub genericul „DISTRACTIS FAN CLUB”. Apoi acestea au continuat cu emisiuni în direct, sub titlul „BONTON, atât sâmbata cât si duminica, în intervalul orar 14.00-15.00 (octombrie-decembrie).

Pe tot parcursul anului 2006, echipa de divertisment a mai asigurat si realizarea a 52 de editii cu „ORA VESELA” pentru Radio România International si 32 de editii, sub sigla Orei Vesele, pentru Antena satelor.

În primul trimestru al anului 2006 au fost realizate si ultimele 4 editii în premiera ale emisiunii scenarizate-pamflet „RACNETUL CARPATILOR”. De asemenea au fost realizate si ultimele 4 editii în premiera ale emisiunii speciale de divertisment cu ocazia sarbatorilor de Paste, Craciun si Anul nou (Revelion 2006-2007).

În concluzie, în anul 2006 au fost difuzate pe postul Radio România Actualitati peste o suta de editii de emisiuni de divertisment live si scenarizate, sub genericile „ORA VESELA”, „RACNETUL CARPATILOR”, „DISTRACTIS FAN CLUB”, „WEEKEND PE CONT PROPRIU” si „BONTON”. Aceste emisiuni s-au bucurat de participarea unor personalitati artistice îndragite de radioascultatorii emisiunilor de divertisment: Tamara Buciuceanu, Horatiu Malaele, Dorel Visan, George Mihaita, Florin Zamfirescu, Stela Popescu, Alexandru Arsinel, Rodica Popescu-Bitanescu, Cristina Stamate, Dan Condurache, Valentin Teodosiu, Adriana Trandafir, Magda Catone, Ileana Stana Ionescu, Tora Vasilescu, Nae Lazarescu, Vasile Muraru, Mihai Malaimare, precum si actori tineri în plina afirmare.

K. Directia Formatii Muzicale

Colective artistice de prestigiu în peisajul artistic al tarii, Formatiile muzicale ale Radioului și-au propus, pentru anul 2006, promovarea în programele concertelor colectivelor artistice clasice a unor opusuri de mare popularitate din creatia simfonica, de camera, vocal simfonica și lirica – asteptate de melomani, opere în concert, lucrari aparținând secolului XX mai puțin cunoscute, precum și lucrari prin care fenomenul muzical românesc își definește actualitatea și originalitatea; selectia atenta a dirijorilor și solistilor români, straini și din diaspora a fost o garanție a unor interpretari alese, reconfirmând înalta tinuta profesionala a formatiilor muzicale.

Aprecierile criticii de specialitate și afluenta de public la cele peste 150 de concerte și recitaluri, sustinute în perioada la care facem referire, sunt o dovada a nivelului stagiunii noastre muzicale, stagiune considerata ca fiind cea mai buna din tara.

Un eveniment de interes, cu totul special, l-a constituit Festivalul „Mozart 250”; programele cuprinzând opusuri celebre, precum și unele creatii mozartiene în prima auditiie; dirijorii și solistii împreuna cu **Orchestra Nationala Radio, Orchestra de Camera Radio și Corul Radio** au asigurat o înalta calitate a interpretarii, făcând din aceasta manifestare un adevarat eveniment muzical al Capitalei, încheiat, spre bucuria melomanilor, cu aparitia pe CD a „Integralei concertelor pentru pian și orchestra” în interpretarea Orchestrei de Camera Radio și a pianistei Dana Borsan.

De asemenea, concertele cu Carmina Burana de Carl Orff, Recviemul german de J. Brahms, Simfonia a IX-a de G. Mahler, la pupitru aflându-se dirijorul Christian Badea, care a dirijat pentru prima data o orchestra din România (Orchestra Nationala Radio), concertul aniversar Georgeta Stoleriu, cu participarea solistilor Elena Mosuc și Ruxandra Donose care evolueaza pe scenele operelor din Viena și Milano, au constituit tot atâtea evenimente cu mare aflux de public.

Mentionam totodata succesul Orchestrei de Camera Radio în turneul întreprins în Japonia, precum și aprecierile concertului sustinut la Strasbourg în cadrul proiectului „România de lângă tine”, organizat de Institutul Cultural Român și Ministerul Afacerilor Externe.

O activitate demna de apreciat a desfășurat și **Big Band-ul Radio**. Concertele sustinute – programe și interpretari de tinuta, solisti straini și români de renume, interpretari care au întrunit sufragiile unui public „de jazz”, din pacate nu prea numeros, asaza acest colectiv în rândul celor mai bune formatii de jazz și blues. Mentionam faptul ca din septembrie 2006, în fiecare luna, Big Band-ul Radio sustine un concert cu lucrari din creatia româneasca de jazz, transmis în direct de postul România Cultural, iar la finele anului trecut au fost încheiate înregistrările pentru un nou CD al formatiei.

În privința **Orchestrai de Muzică Populară Radio** menționăm o diversificare, încă insuficientă, a ofertei cu soliști de tinută și dirijori-colaboratori care au generat prin stilul de muncă și calitatea aranjamentelor muzicale un nivel ridicat de interpretare, cu accent pe respectarea stilului zonei etno-folclorice din care au fost culese piesele.

Din punct de vedere statistic stagiunea 2006 arată astfel:

- Concerte și recitaluri – 146
- Dirijori români – 35
- Dirijori străini – 27
- Soliști români – 140
- Soliști străini – 32
- Lucrari – 530, din care 134 de compozitori români.

1.3. **Rețeaua Studiourilor Regionale**

În ansamblul Societatii Române de Radiodifuziune, posturile regionale de radio alcătuiesc o rețea care acoperă cu programe întreg teritoriul țării.

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

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

Noua organizare a rețelei studiourilor regionale, aplicată cu începere de la 15 februarie 2006, a permis declansarea procesului de eficientizare a activității acestui compartiment.

În acest context trebuie subliniat că rețeaua studiourilor regionale a reușit în această perioadă:

- ☞ Consolidarea poziției fruntase din clasamentele pieței media prin menținerea numărului de ascultători (lucru confirmat de către toate sondajele de audiență).
- ☞ Încadrarea în bugetul rectificat, acordat fiecărui studio, și implicarea activă în atragerea de venituri proprii suplimentare, inclusiv din colectarea taxei de abonament.
- ☞ Definirea și aplicarea unor noi strategii editoriale (din 1.09.2006).

1.3.1. Politica si productia editoriala a retelei studiourilor regionale

În anul 2006, politica editoriala s-a integrat strategiei generale a Societatii Române de Radiodifuziune; rezultatele obtinute ne confirma justetea strategiei editoriale, fiind raspunsul adecvat la nevoile ascultatorilor nostri.

Posturile regionale de radio realizeaza mai mult de jumatate din productia de programe a SRR.

În anul 2006 s-a acordat o atentie speciala modernizarii si descentralizarii programelor, competitiei pentru calitatea emisiunilor si audienta. S-au declansat, de asemenea, proiecte privind apropierea emisiunilor de zone distinct individualizate, de evenimente cu caracter local, care au semnificatie pentru întreaga zona.

Emisiunile realizate si prezentate în direct tind sa ajunga la 85 la suta din totalul programelor difuzate, ceea ce asigura prezentarea operativa a evenimentelor si relatarea acestora, de multe ori concomitent cu desfasurarea lor. Pe lângă avantaje economice, faptul asigura autenticitatea programelor care beneficiaza astfel de un mare numar de interlocutori credibili, autori ai evenimentelor, factori de raspundere din administratia locala sau cetateni obisnuiti, personalitati în viata comunitatilor urbane si locale.

Toate posturile regionale au inclus în grila emisiuni distincte, rezervate partidelor politice parlamentare, potrivit legii, precum si parlamentarilor care reprezinta zonele respective în Senat si Camera Deputatilor.

În anul 2006 s-au consolidat si extins spatiile rezervate emisiunilor în limbile minoritatilor nationale, incluse în grilele de programe la posturile regionale Cluj, Constanta, Resita, Timisoara si Târgu Mures.

Anul 2006 a confirmat ca întreaga politica editoriala a posturilor regionale de radio este deschisa spre ascultatori, spre realitatile locale, concretizându-se prin prezentarea corecta, protejata de orice partizanat sau influenta, a faptelor de viata.

A fost perioada în care posturile regionale au consolidat în grilele de programe emisiuni consacrate cunoasterii legilor tarii, cu prioritate a celor care reglementeaza administratia locala, drepturilor si obligatiilor cetatenilor, relatiilor acestora cu autoritatile si normele de convietuire civilizata.

În rubrici de stiri, dar si în emisiuni speciale au fost promovate valorile europene, eforturile României de integrare în Uniunea Europeana, avantajele si costurile acesteia pe termen mediu si lung.

În prezent, de cinci ori pe saptamâna, acest lant de statii difuzeaza, în regim de acoperire nationala, timp de o ora, radioprogramul *De zece ori România*, realizat în

comun de toate cele opt posturi regionale: Bucuresti, Cluj, Constanta, Craiova, Iasi, Resita, Timisoara si Târgu Mures.

În anul 2006 s-a accentuat procesul complex si firesc de apropiere a posturilor regionale de posturile nationale prin intermediul bursei editoriale zilnice (schimburi de materiale radiofonice).

La rândul lor, posturile regionale preiau zilnic de la România Actualitati radiojurnalele de la orele 7:00, 13:00, 16:00, 18:00 si 22:00, pe care le integreaza în rețeaua proprie de stiri locale. Sunt preluate, de asemenea, emisiuni culturale, muzicale, transmisii directe de la evenimente de interes national.

Totodata, prin potentialul lor editorial, tehnic si organizatoric, posturile regionale au sprijinit toate actiunile organizate în teritoriu de catre Societatea Româna de Radiodifuziune.

Rezultatele înregistrate în 2006 au confirmat justetea strategiei editoriale adoptate. Astfel, studiul national de audienta (singurul recunoscut de CNA) crediteaza studiourile regionale cu o pozitie fruntasa la scara nationala, dupa Radio România Actualitati, cu o cota de piata de 14,1 % market-share si un numar mediu de ascultatori de 2,4 milioane.

Va prezentam câteva repere de succes care au individualizat în anul 2006 politica editoriala a posturilor regionale de radio.

A. Radio Bucuresti

Radio Bucuresti, componenta a Rețelei Studiourilor Regionale Publice, emite zilnic, 24 de ore din 24, pe frecventa 98,3 FM, având ca arie de acoperire municipiul Bucuresti si judetul Ilfov.

Radio Bucuresti si-a propus sa fie un post al familiei bucurestene, cu preocuparile, bucuriile, preferintele si, de ce nu, cu modul ei de relaxare.

Pe parcursul întregii zile, buletinele de stiri si jurnalele de Bucuresti au completat din ora în ora oferta informationala, nationala si internationala cu stirile orasului, furnizate de o echipa consolidata de reporteri.

Actualitatea zilei a fost reflectata si în cadrul celor trei tronsoane mari: „Buna Dimineata, Bucuresti”, „Miezul zilei”, „În drum spre casa”. Emisiunile de autor „100% european” (emisiune de integrare europeana), „Al 5-lea element” (emisiunea familiei bucurestene), „Firul în patru” (social-economic), „Pasaport pentru stiinta”, „Oameni de lânga noi” (personalitati ale culturii), „Întâlnire de gradul III” (emisiunea oamenilor singuri), precum si linia de emisiuni difuzate între orele 21:00 si 02:00, de luni pâna duminica, au constituit o oferta alternativa viabila la asaltul emisiunilor TV.

Integrarea europeana, problemele cu care se confrunta zi de zi cetateanul, relatia cu autoritatile, marile proiecte de dezvoltare ale Bucurestiului au constituit principalele teme ale celor 3 tronsoane de dezbatere radiofonica ale Radio Bucuresti: „Cafeaua de dimineata”, „Orele cetatii” si „Idei în trafic”, precum si ale rubricilor specializate. Linia melodica a postului a corespuns preferintelor ascultatorilor, fara însa a promova nonvaloarea, facilul sau prostul gust.

S-a reusit, astfel, consolidarea statutului de radio public local pentru Bucuresti, un radio de care familia bucuresteana are atâta nevoie. Confirmarea acestei afirmatii vine din rezultatele obtinute de Radio Bucuresti în 2006:

- a) cresterea numarului mediu de ascultatori în Bucuresti de la 21.000 în 2005 la 31.500;
- b) mentinerea cotei medii market-share la aproximativ 1,7 %;
- c) situarea în primele 12 posturi de radio în FM-ul Capitalei, în conditiile în care în Bucuresti emit peste 30 de posturi de radio;
- d) dublarea, lunar, a numarului de ascultatori (utilizatori) ai site-ului Radio Bucuresti, de la 7.000 la 14.000.

B. Radio Cluj poate fi receptionat în Sibiu, Sighet, Oradea si în Cluj, precum si în mai multe judete din Transilvania: Alba, Cluj, Bistrita-Nasaud, Maramures, Satu-Mare, Bihor, si are în structura posturi locale la Sibiu si Sighet.

Grila de programe pentru anul 2006 a preluat linia emisiunilor de succes si a inclus noutati editoriale dedicate în primul rând tinerilor, realitatilor din localitatile rurale, precum si categoriilor sociale defavorizate.

Aceste aspecte s-au reflectat si în trendul ascendent al audientei. Astfel, numarul ascultatorilor postului regional Radio Cluj a crescut cu 50.000 fata de 2005, iar cota de piata se afla si ea pe o traiectorie ascendenta.

În domeniul tehnic, mentionam: amenajarea unei noi cabine si dotarea acesteia cu aparatura necesara, dezvoltarea retelei I.T. a studioului, instalarea unui emitor în FM în orasul Sibiu. Postul local Radio Sibiu, componenta a structurii postului regional, a primit licenta de emisie în FM si a fost dotat cu aparatura moderna, fiind integrat prin studioul sau multi-media în infrastructura aferenta proiectului „Sibiu – Capitala Culturala Europeana 2007”.

C. Radio Constanta acopera cu programe judetele Dobrogei, dar si zone limitrofe aparținând judetelor Ialomita, Calarasi, Galati, Braila.

În anul 2006, Radio Constanta a realizat si difuzat 11.000 de ore de programe pe postul regional si pe cel estival Radio Vacanta. Prin introducerea a patru jurnale regionale, ponderea informatiei a crescut la 10 % din programul zilnic difuzat. Anul

2006 a însemnat și extinderea emisiunilor-dezbatere dedicate integrării în UE, precum și a celor cu tematica economico-socială.

Cel mai important și specific mod de promovare a imaginii postului îl reprezintă Radio Vacanța, singurul post de radio din România care are o politică coerentă și consecvență de promovare a turismului de pe litoral și din Delta Dunării. În cele 3.360 de ore de program s-au înscris spectacolele multiculturale, cu participarea ansamblurilor și artiștilor din țară și străinătate, programul Radio Vacanța Copiilor, transmis prin stația de radiofrecvență a plajei Taberei Navodari, ca și concursuri cu caracter preventiv-educativ, pe teme anti-drog, traficul de persoane, organizate în stațiunile de pe litoral și în Tabara Navodari.

Radio Constanța a fost partener media la toate manifestările culturale de anvergură de pe litoral, terasa sediului Radio Constanța fiind în sezonul estival scena unor spectacole cu program permanent.

În cadrul investițiilor și realizărilor în domeniul tehnic, trebuie menționată începerea demersurilor necesare funcționării unei subredacții la Tulcea; de asemenea a continuat activitatea de modernizare a studioului și s-au executat lucrări de reconfigurare a rețelei IT.

D. Radio Oltenia Craiova are o largă acoperire teritorială (judetele Olteniei și zona de Vest a Munteniei), cu un program zilnic de 16 ore, a extins în anul 2006 ponderea emisiunilor realizate în direct la circa 90 la sută, un loc distinct revenind programelor interactive.

Postul este ascultat în mod deosebit de persoane de peste 26 de ani, grupa de vârstă predominantă fiind cuprinsă între 45 și 55 de ani. Numărul ascultătorilor a crescut în acest an, ajungând la 662.000, iar cifra de market share la scara națională este de 3,7%.

Structura grilei de programe și formatul emisiunilor și-au propus atragerea ascultătorilor tineri în primul rând prin coloana muzicală a postului, dar și prin tematica abordată.

Flexibilizarea și dinamizarea grilei, precum și conceperea acesteia pe principiul modular au dat fluiditate programelor, cu posibilitatea de adaptare operativă la evenimentele actualității.

În anul 2006, Radio Oltenia Craiova și-a extins aria parteneriatelor cu consiliile județene și prefecturile, implicându-se în viața economico-socială a zonei, în primul rând prin ciclul de emisiuni *Audiența la dumneavoastră acasă*.

Proiectele privind conservarea și valorificarea creației populare a valorilor culturale autentice au beneficiat de parteneriate ale postului cu direcțiile județene pentru

cultura, filialele judetene ale uniunilor de creatie si cu centrele judetene pentru conservarea si valorificarea creatiei populare.

Realizarile tehnice din anul 2006 la postul Radio Oltenia Craiova includ modernizarea infrastructurii de transport al semnalului audio între Studioul Craiova si Studiourile Centrale SRR, precum si modernizarea retelei digitale de productie audio si realizarea unei legaturi performante pe Internet prin fibra optica, toate acestea regasindu-se în calitatea emisiunilor.

Totodata, printr-un efort bugetar al SRR, s-a reusit achizitionarea cladirii în care își desfasoara activitatea studioul, de la vechii proprietari, carora le fusese retrocedata.

E. Radio Iasi, cel mai mare studio regional al SRR, a fost în 2006 postul cu cea mai mare audienta din zona Moldovei, impunându-se în constiinta ascultatorilor ca principalul mijloc de informare, educatie si divertisment.

Audienta medie se afla în crestere fata de 2005, cifra de market share (scara nationala) este de 5,2%, iar numarul mediu de ascultatori a crescut cu 30.000, ajungând la 822.700.

Temele economice si sociale, relevarea valorilor spiritualitatii românesti, spatiile acordate dezbatelor pe probleme actuale, inclusiv integrarea în Uniunea Europeana, emisiunile consacrate scolii, artelor si cultivarii modelelor morale au întregit grila de programe specifica unui post public regional.

În anul 2006 a fost semnat Acordul de colaborare între S.R.R. si Compania Publica Teleradio-Moldova. Conform prevederilor acordului, Radio Iasi va colabora în regim permanent cu Radio Moldova, în vederea schimbului de informatii si materiale jurnalistice care vor fi difuzate pe baza de reciprocitate în emisiunile celor doua posturi. Astfel, Radio Iasi se adreseaza prin programele sale si locuitorilor Republicii Moldova, fapt ce implica o mare raspundere în alegerea temelor si formularea mesajelor adresate românilor de dincolo de Prut. În plus, partile vor organiza cursuri de pregatire profesionala.

Realizarile tehnice ale anului 2006 la Radio Iasi au însemnat în primul rând efectuarea unor lucrari de constructii la obiectivul „Bloc Productie Radio Iasi”. Trebuie mentionat proiectul privind conversia fonotecii Radio Iasi în format digital, precum si dezvoltarea infrastructurii IT, destinate productiei audio digitale.

E. Radio Resita se adreseaza locuitorilor din Banatul Montan (judetul Caras Severin), dar si celor din zonele limitrofe, precum si comunitatilor de români din Voivodina si de la Sud de Dunare.

La 10 ani de la difuzarea primelor emisiuni, Radio Resita este lider de audienta în zona si cel mai ascultat post de limba româna în Voivodina si în Sudul Dunarii.

În anul 2006 grila de programe a inclus, alaturi de informatii locale, emisiuni de cel mai mare interes cetatenesc, dialoguri cu autoritatile locale, proiecte culturale, realizate în parteneriat cu institutii de prestigiu, si “Caravana Radio Resita la sate”.

Anul 2006 a consolidat si integrat în circuitul publicistic subredactiile postului de la Baile Herculane si Poiana Rusca Teregoava, de unde în lunile de vara s-au realizat radioprograme sub genericul „Vacanta cu Radio Resita, Radio Semenic”.

Realizarile tehnice din 2006 au inclus în punerea în functiune a unui car de reportaj dotat cu tehnica de ultima ora si amenajarea unui centru multimedia. S-a finalizat transferul materialelor audio de pe suport analogic pe suport digital pentru întreaga fonoteca a postului regional Radio Resita. A fost schimbata în totalitate structura de baza a site-ului si designul acestuia a fost trecut în administrare proprie.

F. Radio Târgu Mures acopera cu programe judetele Mures, Brasov, Harghita si Covasna, în limbile româna, maghiara si germana. Are în structura un post local la Brasov.

Radio Târgu Mures este lider de audienta în zona Transilvaniei, fiind desemnat în 2006 ca fiind cel mai ascultat post de radio din Tg.Mures si zona rurala pe care o acopera. Sondajul realizat de Metro Media Transilvania a situat Radio Tg.Mures si pe locul I în topul popularitatii.

Parteneriatele postului au adus un plus de vizibilitate atât pentru Radio Târgu Mures, cât si pentru Societatea Româna de Radiodifuziune.

Proiectul „Teatrul la tine acasa” a avut un ecou deosebit. Au fost difuzate premiere radiofonice în limbile româna si maghiara, parteneri fiind teatrele nationale din Târgu Mures si Cluj Napoca, precum si teatrele „Andrei Muresanu” din Sf. Gheorghe, „Radu Stanca” din Sibiu si „Ariel” din Târgu Mures. „Cabaret”, spectacol traditional de satira si divertisment în limba maghiara, realizat în colaborare cu Teatrul National din Tg.Mures a constituit un eveniment ca si spectacolul „In memoriam” care a comemorat pe Madaras Gabor, artist important al comunitatii maghiare din Transilvania.

Printre realizarile tehnice din 2006 se numara echiparea si instalarea unei cabine de productie self, care este si rezerva de emisie, modernizarea studioului 2 de emisie din

cadrul Radio Târgu-Mures prin înlocuirea a cca 75-80% din echipamentele existente, precum si dotarea studioului din Brasov cu noi echipamente necesare acestui punct de lucru.

G. Radio Timisoara se adreseaza ascultatorilor din judetele Arad, Timis si Hunedoara cu programe variate, specifice actualitatii regionale, directionate prin grila cetatenilor de toate vârstele, profesiile si categoriile sociale.

În anul 2006, postul a difuzat zilnic emisiunea *Orizont 2007*, consacrata promovarii valorilor europene, cunoasterii si înțelegerii demersurilor de integrare a României în UE, evolutiilor necesare, avantajelor si costurilor acestei optiuni.

Rubricile de informatii locale au fost integrate într-un ansamblu de emisiuni si dezbateri care au dat raspunsuri problemelor de cel mai larg interes privind viata politica, economica, sociala, culturala, precum si problemelor de educatie si moralitate.

Radio Timisoara a fost prezent pe tot parcursul anului 2006 în evenimente de amploare, dintre care mentionam: „Târgul de carte Gaudeamus”, „Zilele Timisoarei”, „Vacanta copiilor – la Navodari” în colaborare cu Radio Constanta.

Partener la un program Phare, Radio Timisoara a desfasurat actiuni de promovare a imaginii postului si a obtinut aparatura tehnica necesara procesului de productie.

Trebuie mentionata si intrarea în functiune a unui emitor în FM, transmiterea programelor si pe satelit si relansarea paginii de internet, ca si punerea în functiune a unui grup de emisie si a unei noi cabine modernizate.

1.3.2. Programe în limbile minoritatilor nationale

În conformitate cu prevederile legislatiei române si în acord cu cele ale legislatiei internationale, Societatea Româna de Radiodifuziune acorda o importanta deosebita emisiunilor pentru minoritati, realizând un pachet de servicii complet pentru minoritatile etnice.

Aceste emisiuni își propun sa cultive limba si valorile culturale ale minoritatilor nationale, traditiile si obiceiurile acestora, sa prezinte viata si preocuparile comunitatilor etnice integrate în ansamblul societatii românesti.

Programele sunt realizate de o redactie specializata, Redactia emisiunilor în limbile maghiara si germana, aflata în sediul central al SRR, care produce emisiuni în limbile maghiara si germana, preluate apoi si de posturile regionale de radio Târgu Mures, Cluj si Timisoara.

Emisiuni în limbile minoritatilor nationale produc si difuzeaza si posturile regionale Cluj, Constanta, Iasi, Resita, Târgu Mures si Timisoara.

Redactia emisiunilor în limbile maghiara si germana, realizeaza saptamânal 380 de minute în limba maghiara si 370 de minute în limba germana.

Studiourile regionale de radio realizeaza si difuzeaza cea mai mare parte a emisiunilor în limbile minoritatilor nationale: productia totala saptamânala a acestora însumeaza 7260 de minute.

Pe ansamblu, emisiunile în limbile minoritatilor nationale sunt foarte bine reprezentate: 7,15% din totalul programelor SRR si 10,77% din totalul programelor posturilor regionale.

În continuare prezentam datele detaliate pe studiouri:

Radio Cluj în limba maghiara – 2100 de minute pe unde medii, 1680 de minute pe unde ultrascurte iar în limba ucraineana, 15 minute pe unde ultrascurte.

Radio Constanta: în limba greaca – 30 de minute, în limba turca – 30 de minute, în limba ruso-lipoveana – 30 de minute, în limba tatara – 30 de minute, în limba armeană – 30 de minute, în dialectul aromân – 30 de minute.

Radio Iasi: 15 minute saptamânal în limba ucraineana.

Radio Timisoara: 840 de minute în limba maghiara, 840 de minute în limba germana, 840 de minute în limba sârba, 60 de minute în limba slovaca, 30 de minute în limba ceha, 30 de minute în limba bulgara, 30 de minute în limba ucraineana si 30 de minute în limba rromanes.

Radio Târgu-Mures: limba maghiara – 3000 de minute în FM, din care 2220 de minute si pe unde medii, limba germana – 200 de minute pe unde medii, limba rroma – 60 de minute, în saptamânile I, II si III ale lunii.

Radio Resita: în limbile ucraineana, sârba, maghiara, germana, slovaca, croata, rromanes – câte 30 de minute fiecare.

Pe tot parcursul anului 2006, reprezentantii studiourilor regionale, care emit si în limbile minoritatilor nationale, au avut numeroase întâlniri cu reprezentantii acestora, în cadrul unor evenimente culturale, sociale, economice, religioase.

Festivalul International de Radio si Televiziune de la Ujgorod, Ucraina, a prilejuit, ca în fiecare an, întâlniri între studiourile regionale din SRR si colegii nostri de la radiourile din Europa Centrala si de Est, care emit în limbi ale minoritatilor din tarile respective.

De asemenea, un alt exemplu de colaborare fructuoasa dintre redactii din diferite tari este realizarea în comun a unor emisiuni bilunare în limbile maghiara si germana cu studiourile publice din Ungaria, Slovacia, Ucraina, Serbia, Croatia, Slovenia.

Cu ocazia unei reuniuni EBU de la Geneva, din mai 2006, radioul public din România, respectiv radiourile regionale au fost apreciate pentru felul în care trateaza problema minoritatilor, dând posibilitatea si totala deschidere în realizarea de emisiuni în 14 limbi. Radiourile regionale au fost, de asemenea, apreciate, pentru emisiunile realizate în limba rromani.

Aceasta abordare deschisa a studiourilor regionale catre multiculturalitate a avut si are un efect deosebit prin solicitarile primite de a participa la numeroase actiuni si evenimente în calitate de partener media.

1.3.3. Proiecte speciale derulate de retea posturilor regionale

Prin realizarea unor parteneriate cu mass media s-a accentuat promovarea imaginii fiecarui studio regional. Aceasta s-a demonstrat si prin succesul de care s-a bucurat în acest an Caravana Gaudeamus în Craiova, Sibiu si Timisoara. La Craiova s-a înregistrat recordul absolut al vânzarilor, 70.000 de lei noi, la Sibiu (prima editie în acest an) s-au strâns 1.300 de volume din donatii, în timp ce la Timisoara a avut loc o crestere generala a manifestarilor cu aproximativ 10 %, ca anvergura si impact asupra publicului.

În anul 2006, împreuna cu organizatii neguvernamentale românesti si din Serbia si Muntenegru, Radio Resita a derulat si finalizat proiectul transfrontalier „Phare CBC – Cuvântul fara frontiere”, prin care s-au asigurat mijloace tehnice necesare noului car de reportaj si s-a amenajat un Centrul multimedia pentru Europa Centrala si de Est.

Dintre proiectele postului Radio Constanta care au dat relief anului 2006 amintim: *Ziua Europei* - un complex de manifestari culturale si sportive, Festivalul international *Zile si Nopti de Literatura*, Festivalul *Mamaia Copiilor*, *Delfinul de Aur*, *Callatis*, *Gala Tânarului Actor*, *Românii de pretutindeni*, precum si festivaluri nationale de film, muzica usoara si folclor.

Subredactia Calafat a postului Radio Craiova realizeaza în cadrul parteneriatului cu Agentia de Dezvoltare Regionala Sud-Vest Oltenia si cu Euroregiunea 21 (Calafat-Vidin), radioprograme care promoveaza dezvoltarea mediului de afaceri, a comunitatilor rurale, precum si a programelor europene aferente zonei (*Interferente culturale* si *Economia transfrontaliera*).

Proiectul „Teatrul la tine acasa”, initiat si derulat de Radio Târgu-Mures, a avut un ecou deosebit; piesa „Amalia respira adânc”, de Alina Nelega, a obtinut Premiul Galei UNITER 2006 la sectiunea „Teatru radiofonic”.

Posturile regionale de radio au fost alaturi de sinistratii din mai multe judete, în urma inundatiilor care au avut loc în anul 2006, organizând actiuni de colectare a mai multor miliarde de lei, precum si a unor importante cantitati de materiale de constructii, aparatura de uz casnic, îmbracaminte, distribuite apoi sinistratilor pe baza prioritatii stabilite de autoritatile locale.

S-a initiat un parteneriat Radio Cluj - Primaria Municipiului Sibiu privind colaborarea la manifestarile „Sibiu – Capitala culturala europeana 2007”.

Prin reusitele editoriale, actiunile derulate si încrederea de care se bucura, Reteaua Studiourilor Regionale a constituit si în anul 2006 unul dintre pilonii corporatiei Radio România, contribuind la consolidarea prestigiului si notorietatii de care se bucura institutia noastra.

1.4. Posturile internationale

A. Radio România International în limba româna

RRI 1 a reprezentat prin emisiunile în limba româna si dialectul aromân **o punte de legatura cu comunitatile românesti si aromânesti din lume**, cu ascultatori din vechea emigratie, dar si cu noile comunitati de români plecati la munca sau la studii. Din martie 2001, SRR emite prin intermediul RRI un **program nonstop în limba româna** – „În direct România”, o sinteza bine echilibrata a programelor proprii ale RRI, alaturi de cele realizate de alte posturi si redactii din Radio România.

Emisiunile în limba româna pot fi receptionate de **românii plecati la munca** în Europa, de **celelalte comunitati românesti importante** din Europa Occidentala, America de Nord si de Sud, Israel, Australia, ca si de românii din Republica Moldova, Serbia si Ucraina.

Serviciul Român a realizat programe **în direct sau preînregistrate, de moderatie sau de analiza si dezbateri. De luni pâna vineri programele au un continut informativ mai ridicat, iar cele de week-end un continut cultural, muzical, educativ mai pronuntat.**

Au continuat cu succes, în 2006, **emisiunile saptamânale multiplex** ale Serviciului Român, realizator George Prodescu, cu posturi regionale ale SRR si posturi de radio din jurul granitelor care emit în limba româna (din Serbia, Ungaria, Ucraina, Republica Moldova - *Radio Novisad, Radio Far Alibunar, Radio Doina Gârbovita, Radio Szeged, Radio Ujgorod, Radio Cernauti, Antena C Chisinau, Vocea Basarabiei* - si cu asociatii si reprezentanti ai românilor din Bulgaria.

Rubricile saptamânale de **informatii utile pentru românii aflatii la munca** în Italia, Spania, Portugalia etc. („Muncind în Europa” si „RRI la dispozitia Dvs.”) au capatat o noua consistenta, prin prisma valului de români plecati la munca peste hotare.

În contextul aderarii la UE, am procedat la înlocuirea emisiunii bilunare „România sub lupa” (dezbateri si analiza politica interna) cu câte o editie suplimentara a emisiunilor „Românii de lângă noi” si „Asociatii românești din lume”, pe fondul maririi spatiului alocat de RRA dezbaterilor si analizelor pe teme interne, dar si al multiplicarii subiectelor legate de comunitatile românești din lume, respectiv de etnicii români din jurul României, nou stat membru UE. În acelasi sens, am introdus în grila o noua emisiune lunara, „Muncind în Europa”, consacrata românilor plecati la munca si problemelor lor specifice. Emisiunea lunara „Unda româneasca” a devenit bilunara, ca urmare a multiplicarii programelor de radio în româna realizate de conationalii de peste hotare.

Sectia Aromâna a realizat zilnic 3 emisiuni de 26 de minute în dialectul aromân, consacrate comunitatilor de aromâni din lume. O mare parte dintre materialele radiofonice sunt realizate pe specific, cu vorbitori ai dialectului, din tara si din strainatate.

B. Radio România International în limbi straine

RRI 2 a produs zilnic emisiuni de 26 sau 56 de minute în limbile araba, chineza, engleza, franceza, germana, italiana, rusa, sârba, spaniola si ucraineana.

Menirea acestor programe este sa dezvolte o **punte informatională** între România, spatiul nostru geografic si auditoriul strain din zonele-tinta, care cuprind practic toate marile aglomerari urbane de pe mapamond.

RRI 2 a oferit informatii la zi, analize impartiale, rapide si relevante despre actualitatea social-politica, diversitatea opiniilor din societatea româneasca, procesul de democratizare si reforma, potentialul economic, patrimoniul cultural si atractiile turistice ale României, performantele sportive, viata spirituala, relatiile cu zona de destinatie a programelor, creionând o imagine a României ca **parte a culturii si civilizatiei europene**.

Formatul „Adult Contemporary” este adecvat publicului-tinta compus din ascultatori cu limba, educatie, vârste si experiente de viata foarte diferite, al caror element comun îl constituie dorinta de **a obtine direct de la sursa informatii** «calde» si corecte despre România. Emisiunile RRI au un **caracter generalist**, o structura în general fixa, un continut usor de înțeles pentru ascultatori cu alte experiente culturale, axat pe **informatie explicata si pusa în context**.

Posturile RRI 1 si RRI 2 ofera zilnic peste 50 de ore de programe difuzate pe trei canale, 7 zile din 7, în limbile româna, engleza, franceza, germana, spaniola, rusa, araba, chineza, italiana, sârba, ucraineana si dialectul aromân.

RRI înseamna: informatii la zi *stiri românesti si internationale, cu background, complete, concise, corecte si comprehensibile *analize rapide si relevante despre România, parte a culturii si civilizatiei europene *comentarii si actualitati *dezbateri cu interlocutori de marca *emisiuni de sinteza *societate *economie *turism *politica *istorie *ecologie si mediu *arta si cultura *personalitati românesti *religie *timp liber *meteo *sport *traditii si obiceiuri *informatii utile *bucatarie româneasca *integrare europeana *IT *filatelie *muzica româneasca din toate timpurile si de calitate.

1.4.1. Misiunea RRI

RRI este **principalul mijloc** aflat la dispozitia României de ofensiva pe piata informationala externa.

RRI a reflectat pe larg în ultimii ani demersurile românesti de apropiere de NATO, apoi de UE, de democratizare a tarii si reinserare completa în civilizatia europeana.

RRI încearca sa intre deplin în **noul rol** ce se contureaza pentru un post de radio international - **mijloc direct de acces** la valorile democratice si dialogul intercultural.

Atu-urile radioului international în competitia cu suporturile traditionale (ziare, TV) si cele noi (Internet, multimedia) se bazeaza, în principal, pe **accesibilitate, atractivitate, credibilitate**. O strategie construita pe acesti trei piloni poate garanta RRI supravietuirea decenta într-un mediu concurential acerb, în care solutiile tehnice diversificate de a ajunge la tinta depasesc cu mult posibilitatile actuale ale RRI.

1.4.2. Obiective majore

Emisiunile RRI în româna si dialectul aromân s-au dorit a fi **o voce pentru lumea româneasca**, de la fostul exil anticomunist, la noii functionari europeni si la muncitorii români.

Emisiunile RRI în limbi straine s-au constituit într-o **punte informationala spre România** si spatiul nostru geografic.

În perspectiva integrarii în UE ne-am orientat, prin emisiunile în **engleza, germana, franceza, spaniola, italiana**, spre aprofundarea dialogului intercultural direct cu statele cu democratie consolidata.

În emisiunile în **ucraineana, sârba, araba, chineza, rusa** ne-am focalizat pe dezvoltarea proceselor democratice din zone învecinate sau mai îndepartate.

Suporturi mediatice utilizate:

- **unde scurte** (34 de ore pe zi în Europa, inclusiv Rusia europeana, coasta de Est a Americii de Nord, nordul Africii, Orientul Apropiat, Extremul Orient, China, Australia, subcontinentul indian, coasta de Est a Americii de Sud);
- **via satelit** (în Europa, coasta de Est a Americii de Nord, nordul Africii, Orientul Apropiat, zona Golfului Persic, Australia, subcontinentul indian etc.);
- **Internet** la www.rri.ro (Real Audio si în format mp3);
- **Internet** la **World Radio Network** (WRN) www.wrn.org;
- **podcasting** (www.wrn.org/podcasting) în limba engleza;
- **telefonul mobil** (în SUA), la www.mymbn.com;
- **coproductii** radiofonice internationale cu RFI, DW, Radio Netherlands etc.;
- **sistemul digital DRM** (Digital Radio Mondiale), în Europa Occidentala;
- **redifuzari în unde medii si FM**, în orase europene si nord-americe si prin intermediul unor **operatori de cablu**, inclusiv în lanturi de hoteluri (Europa, SUA, Canada);
- **posturile partenere** de peste hotare, din Europa, America de Nord si Australia.

1.4.3. Echipele

La RRI s-a pus accentul pe **dinamism redactional**, pe **munca de echipa si în echipa**, pe brainstorming pentru gasirea celor mai relevante teme si subiecte.

Fluctuatia de personal a fost destul de mare în 2006, în contextul implementarii noii organigrame din SRR si al evolutiilor de pe piata muncii, afectând adesea functionarea unor echipe din RRI.

1.4.4. Corespondenti peste hotare

A continuat activitatea unor ziaristi de la RRI ca trimisi sau corespondenti ai SRR, cu **foarte bune rezultate**: Londra (Razvan Emilescu, Cristina Tiberian), Kiev (Vasile Captaru), Belgrad (Ionela Mengher), Podgorita (Stefan Netin) .

1.4.5. Grilele de programe

Grilele RRI sunt **rezultatul unor evolutii si decantari continue**, multianuale, care au raspuns solicitarilor ascultatorilor si Internet user-ilor, evolutiilor din România, dar si schimbarilor de accente si de mijloace tehnice din ultimii ani.

În strategia pentru captarea interesului unui numar cât mai larg de ascultatori straini RRI a avut în vedere mai multe aspecte:

- continuturile si intervalele orare ale programelor sa fie structurate dupa profilul de interese si bugetul de timp liber al principalelor grupuri-tinta;
- urmarirea constanta a impactului programelor (feedback prin e-mailuri, telefoane, scrisori etc.) asupra acestor principale grupuri-tinta si adaptarea „din mers” a ofertei pentru a da curs asteptarilor grupurilor de ascultatori/useri;
- urmarirea ofertei posturilor concurente si configurarea unor puncte forte pentru propriile programe în comparatie cu strategia concurentilor etc.

Din reactiile ascultatorilor si utilizatorilor Internet a rezultat ca grilele sunt percepute ca **echilibrate si solid construite**, acoperind practic toate domeniile de interes pentru publicul nostru.

Principalele modificari au vizat, în 2006, adaptarea ofertei redactionale la **noul statut de tara UE** al României si la asteptata crestere a numarului de cetateni **români plecati la munca** peste granite. Am marit numarul de programe consacrate asociatiilor si comunitatilor românesti din lume.

Am început mai devreme decât posturile interne reflectarea Programului „Sibiu 2007 – Capitala Culturala Europeana”.

1.4.6. Directiile strategice ale grilelor de programe

- Politica de programe a fost întemeiata pe **primatul informatiei**;
- RRI s-a constituit într-un mijloc **rapid, accesibil si credibil** de promovare a României, a politicii sale interne si externe;
- **RRI a diseminat valorile românesti** din cele mai diferite domenii, promovând prin emisiuni respectul reciproc, toleranta si înțelegerea
- RRI si-a axat programele pe „**agenda ascultatorului**”;
- RRI a abordat problemele si subiectele de interes **rapid, sintetic, concis, cuprinzator si cald**.

Evenimentele Anului Francofoniei în România și Sommet-ul Francofoniei (septembrie 2006) au fost reflectate pe larg, în toate programele în limbi străine ale RRI 2, precum și în programele în româna și dialectul aromân ale RRI 1.

1.4.7.. Relatia cu ascultatorii/utilizatorii

Dialogul cu ascultatorii și userii Internet a fost **dinamizat** prin:

- lansarea, în luna octombrie 2006, a unui **nou chestionar de opinie** printre ascultatori și Internet useri, pentru a contura mai clar așteptările lor și modificările în obiceiurile de ascultare și a colecta sugestii și idei privind calitatea și conținutul emisiunilor, calitatea tehnica a recepției programelor. Chestionarul a fost alcatuit împreună cu 2 sociologi, iar rezultatele sunt așteptate la sfârșitul lunii martie 2007;
- **scurtarea timpului de raspuns** la mesaje;
- introducerea experimentală a rubricii **Forum** pe site;
- o **autopromovare mai bună** a RRI în emisiuni și pe site, ca și în afara institutiei;
- trimiterea mai rapidă de **materiale informative și promotionale**;
- **organizarea mai multor concursuri cu premii**.

Relatia cu ascultatorii a fost bună, după cum o demonstrează reacțiile prietenilor noștri din lume, care nu ezită să-și spună părerea.

Cea mai importantă formă de comunicare au oferit-o **emisiunile în direct**, pe diverse teme de interes, în timpul cărora ascultatorii telefonează și intra, astfel, în dialog cu invitații din studio și cu moderatorul. Tot ei trimit SMS-uri în emisie. Multe dintre emisiuni sunt, practic, un **raspuns la solicitari, sugestii și idei ale ascultătorilor**.

Principalul mod de cercetare a audienței la un post de radio internațional de dimensiuni mici sau medii este prin intermediul mesajelor primite de la ascultatori sau utilizatori. Ascultatorii/userii ne trimit scrisori, rapoarte de recepție și e-mail-uri, ne dau telefon în redacție și ne trimit faxuri, iar **noi le raspundem la fiecare mesaj**. Pe lângă răspunsurile scrise, ținem legătura cu ascultatorii prin intermediul „Postei Radio”, rubrica extrem de bine apreciată.

Numărul de mesaje s-a menținut practic constant, cu o creștere foarte mică, de **1-2%**, ca și distribuția scrisori – e-mail-uri (34% la 66%) față de anul precedent. Apreciem că menținerea constantă a numărului de mesaje în 2006 constituie, mai degrabă, o reușită, prin prisma faptului că audiența pe Internet și pe unde scurte a fost deficitară.

1.4.8. Mijloace de difuzare si redifuzare

Pentru a face fata evolutiilor de pe piata radiourilor internationale, **RRI este obligat sa-si modernizeze si sa-si diversifice vectorii de emisie.**

În afara posibilitatilor de receptie actuale, ascultatorii si userii ar dori sa urmareasca emisiunile prin retransmisie în unde scurte din locatii mai apropiate si pe frecvente mai bune, prin retransmisie în FM sau în unde medii, la posturi locale sau prin Internet, on demand (arhiva de fisiere audio).

✍ **World Radio Network**

Pe baza economiilor realizate la capitolul Comunicatii, a fost diversificata prezenta RRI în lume prin intermediul partenerilor nostri britanici de la **World Radio Network (WRN)**:

✍ **WRN Arabic**

De la 1 iulie 2006 a început retransmisia zilnica a unui program RRI în limba araba, de 30 de minute, pe noul canal WRN Arabic (via satelit, în zona Golfului si nordul Africii). Aceasta **face ca RRI sa fie sincron** cu evolutiile de pe piata media, pentru care lumea araba, musulmana, prezinta un potential foarte mare de atractie. **Feed-back-ul este excelent.**

✍ **WRN Podcasting Service**

✍ Din mai 2006 a început participarea RRI cu un program saptamânal de 30 de minute în limba engleza pe portalul Podcast al WRN (www.wrn.org/podcasting). **Podcastingul** reprezinta o platforma de distributie multimedia, folosita de zeci de radiouri, care permite utilizatorilor sa descarce de pe Internet radioprograme, pe care sa le asculte când, unde si cum doresc, pe telefonul mobil, PDA-uri, iPOD-uri si alte mp3 playere, ca si pe computere personale. **Feed-back-ul este bun.**

✍ **WRN Moscow AM**

De la 16 octombrie 2006 a început retransmisia zilnica a unui program RRI în rusa, de 30 de minute, pe un post de radio moscovit, Mayak, în unde medii, pe frecventa 738 kHz, **feed-back-ul fiind bun.**

✍ **DRM**

De la 16 octombrie 2006, RRI este **primul post de radio din România care ofera un program în sistem DRM, Digital Radio Mondiale**, printr-o emisiune zilnica de 30 de minute, în engleza, spre Marea Britanie si Europa Occidentala, prin intermediul WRN. **RRI s-a alaturat, astfel, radiourilor internationale care fac pionierat în domeniu. Feed-back-ul este bun, iar auditia foarte buna** da sperante ca DRM va revolutiona ascultarea pe unde scurte, medii si lungi.

☞ Parteneriatul „clasic” cu WRN

World Radio Network retransmite programe RRI în limbile engleza, franceza, germana, rusa si araba via satelit, prin Internet, pe unde medii si în FM, prin cablu, telefonul mobil, în sistem podcasting, în sistem DRM.

Aceste programe au fost incluse în Canalele în limbi straine ale WRN distribuite prin satelit si Internet (în formula Real Audio, respectiv cu arhivare timp de o saptamâna pentru accesarea sub forma „audio on demand”). Continutul emisiunilor este popularizat de catre WRN prin spoturi promo si prin paginile proprii pe Internet, respectiv în „Network Live!”, revista editata semestrial.

☞ Internet

Media zilnica de accesari de la ID-uri diferite ale site-ului RRI, pentru ascultarea programelor sau pentru navigarea pe pagini, a crescut de la circa 700-800 înainte de sfârșitul lui 2004, când am schimbat continuturile si grafica, la 2000-2200 de accesari la începutul anului 2006 si la circa 2800 acum, cu vârfuri de 3500-4000 de accesari în timpul meciurilor internationale de fotbal.

- ☞ Printre performantele anului 2006 la nivelul RRI s-a numarat: **îmbogățirea site-ului cu material documentar** (inclusiv fotografii) despre România, cu informatii culturale, turistice si stiri din actualitate. O asemenea oferta este pentru moment singulara în România (**este singurul portal românesc în zece limbi straine, în româna si dialectul aromân, actualizat zilnic**).

În domeniul emisiei prin **Internet**, instalarea în CGT a **noului encoder cu 8 canale audio**, a permis diversificarea modurilor în care putem fi ascultati. Pe lângă Real Audio, **emitem în format mp3, iar viteza de transfer a fost marita**, cu efect benefic asupra calitatii sunetului receptionat.

1.4.9. Cooperarea la emisiuni de radio în limba româna de peste hotare

Un **capitol special, în certa dezvoltare**, l-a constituit **cooperarea cu** posturile de radio ale comunitatilor românesti din lume si cu asociatiile, publicatiile, persoanele care realizeaza **programe de radio în limba româna**, difuzate de posturi de radio proprii sau locale, de obicei comunitare, dar si **portaluri Internet** pentru românii de pretutindeni.

În emisiunile noastre am intrat periodic în legatura directa cu **posturi cu care emit si în limba româna, din cele mai diferite zone**, între care: *Radio Z Nurnberg, Planet Radio Auckland, Radio Flash Torino, Radio Nostalgia Toronto, RoPlus Radio si Radio 27 Online, ambele din Chicago, Vocea Comunitatii Românesti din Stuttgart, Radio «România Mea» din Schwaebisch Hall, Germania etc.*

În același timp, RRI a fost **prezent ritmic (zilnic, bisaptamănal, saptamănal sau bilunar) cu rubrici, stiri, interviuri, interventii în direct, în limba română, în emisiunile și programele difuzate de posturile:**

- SBS Australia (postul public australian) (Florin Orban)
- RK 20 Madrid (Programul «Român în Lume») (Roxana Iorgulescu)
- RKM Madrid (și în limba spaniolă) (colaborare în echipă)
- Vocea Setubalului, Portugalia («O îmbrățișare din România») (Nicoleta Dandu)
- Radio Helsinki (Graz, Programul «România astăzi») (colaborare în echipă)
- Radio 27 Online Chicago (colaborare în echipă)
- Freies Radio für Stuttgart («Vocea Comunității Românești din Stuttgart») (și în limba germană) (colaborare în echipă).

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

Practic, am trimis ritmic partenerilor noștri prin serverul FTP fișiere audio mp2 încărcate automat din sistemul Digimedia, cu rubrici și emisiuni RRI în limbile română și germană, ca și prin e-mail – fișiere text în română, germană și spaniolă.

Demersurile RRI au încercat să fie sincrone cu evoluțiile internaționale, de exemplu BBC World Service declarând oficial că o treime dintre cei 163 de milioane de ascultători ai săi provin din parteneriate cu alți broadcasteri, care difuzează programele BBC. **Este vorba de posturi de radio în FM în zonele-tinta, către care se îndreaptă, de altfel, toți marii radiodifuzori internaționali,** pentru care strategiile locale, centrate pe retransmisii în FM, sunt esențiale.

1.4.10. Acorduri de cooperare jurnalistică

RRI a încheiat în 2006 acorduri aprobate de Consiliul de Administrație sau Comitetul Director, cu:

- **Asociația REMAR España și postul Radio RKM Madrid**, pentru cooperarea la programul de radio saptamănal în română și la programul zilnic în spaniolă de la postul citat, difuzate în FM în aproximativ 30 de ore spaniole;
- **Asociația Culturală și Sportivă AUT PRO ROM din Graz**, Austria, pentru cooperarea la programul de radio bilunar «România astăzi», difuzat în FM și prin Internet, de **Radio Helsinki din Graz**, pe care Asociația îl realizează în română;
- **Radio 27 Online Chicago și Agenția de Presă RADOR** pentru cooperarea la programul de radio nonstop în limba română, difuzat prin Internet, de postul citat;

- **Societatea Comerciala «Român în Lume», din Madrid, Spania**, pentru cooperarea la programul de radio bisaptamânal în româna «Român în lume», difuzat în FM și prin Internet de **Radio RK 20 Madrid**;
- **Forumul German-Român Stuttgart**, pentru cooperarea la programul de radio bisaptamânal în româna și germana «Vocea comunitatii românești – Stuttgart» difuzat în FM, prin Internet și pe cablu de **Freies Radio fur Stuttgart**;
- **Revista online «Ghidul Românilor» www.GhidulRomanilor.info**, cu sediul în SUA, pentru promovarea reciprocă a imaginii, inclusiv prin schimb de linkuri pe paginile de Internet, schimb periodic de informații și preluarea unui canal audio RRI nonstop în limba română, în format mp3, pe portalul «Ghidul Românilor».

S-au purtat discutii exploratorii cu:

- Radio FAR Alibunar, Serbia, pentru o eventuală preluare de rubrici și emisiuni RRI în limbile română și sârba;
- Asociația «Fratia» a românilor și moldovenilor din Portugalia pentru a extinde cooperarea la programul de radio saptamânal «O îmbrățișare din România», difuzat de „Vocea Setubalului”;
- Radio Z Nurnberg, Germania;
- posturi de radio românești din Canada și SUA, care emit în FM sau pe Internet;
- organizații și asociații ale românilor din Italia, Spania și Franța;
- portaluri românești din Italia pentru a le oferi rubrici scrise și fișiere audio.

1.4.11. Parteneriate

Una dintre **caile de creștere a vizibilității și notorietății RRI** l-a constituit încheierea de parteneriate media cu instituții prestigioase. Aceste parteneriate aduc promovare încrucișată, servicii gratuite, scăderea costurilor cu deplasările și unele venituri, sub formă de premii în obiecte pentru ascultători.

Am încheiat în 2006 acorduri de parteneriat media sau colaborare cu:

- Institutul Cultural Român, la cererea ICR;
- Regia Natională a Padurilor ROMSILVA;
- Fundația Natională pentru Românii de Pretutindeni și Romanian Global News (agentie de presă online);
- Oficiul National pentru Cultul Eroilor.

Intentionam sa încheiem în 2007 parteneriate media sau de colaborare cu:

- Departamentul pentru Relatiile cu Românii de Pretutindeni, din MAE;
- Institutul National pentru Memoria Exilului Românesc.

1.4.12. Cooperarile internationale în limbi straine

- Contributii saptamânale pentru coproductiile europene „Network Europe” coordonate de Deutsche Welle;
- Colaborarea la emisiunea internationala „Accents d’Europe”, coordonata de Radio France Internationale si Deutsche Welle pentru realizarea, în franceza, a emisiunii saptamânale bazate pe coproductie internationala „Radio E”.
- Contributii cu materiale si la realizarea coproductiei internationale „Europe Magazine” coordonata de Deutsche Welle.
- Serviciul German va participa alaturi de colegi de la BBC, Radio Bratislava, Radio Budapesta, Radio Suedia International, Radio Vlaanderen International s.a. la realizarea coproductiei „Treffpunkt Europa/Meeting Europe”.

Concursurile de cultura generala dotate cu premii, inclusiv cu sejururi în România, în zone cu mare încarcatura culturala, istorica si turistica, sunt unul dintre pilonii eforturilor noastre de a ne mari si fideliza audienta. La aceste concursuri ne raspund corect si complet câte 250-400 de ascultatori din cele mai diferite regiuni ale lumii.

1.4.13. De notat, la nivelul anului 2006:

- finalizarea unor concursuri de cultura generala, dotate cu premii si adresate ascultatorilor si utilizatorilor nostri de Internet. În 2006 au petrecut sejururi în România mai multi ascultatori RRI: în judetul Vâlcea, **Igor si Marina Mokrov din Rusia**; la Poiana Brasov, **Wu Xuan din China**; concursul „De la Brâncusi la Guguianu” 1a avut câstigator pe **suedezul Lennart Holm**, 69 de ani, DX-ist pasionat (ne-a ascultat prima data acum peste 50 de ani!); concursul „Vacanta si sanatate în România”, consacrat turismului balnear, a oferit 6 sejururi. Au fost la Covasna **Riek si Henk Poortvliet din Olanda**, iar la Baile Felix ascultatorii nostri **italieni Cristina Benini si Gabrielle Bomben**. În mai 2007 va veni la Saturn un ascultator polonez.

1.4.14. Noi concursuri

La 1 septembrie 2006 s-a lansat un concurs destinat Programului „Sibiu 2007 – Capitala Culturala Europeana”, dotat cu premii ; marile premii vor fi doua sejururi, cu pensiune completa, în zona Sibiu.

2. COMUNICARE - MARKETING

Directia Comunicare si Marketing (DCM) a luat fiinta odata cu aplicarea noii organigrame SRR, la 15 februarie 2006; înca de la început, aceasta si-a asumat obiective ambitioase, de importanta majora în dezvoltarea SRR ca post public de radio într-o tara în pragul aderarii la Uniunea Europeana.

2.1. Structura organizatorica a Directiei Comunicare si Marketing include patru compartimente specializate: **comunicare, marketing, publicatii radio si organizare evenimente si protocol.**

2.2. Obiectivele pe care DCM le-a urmarit pe parcursul anului 2006 sunt: realizarea unei comunicari transparente si credibile, deschiderea fata de presa si institutii, eficientizarea mecanismelor de comunicare, organizarea unor evenimente nationale sau internationale, asumarea rolului de interfata activa între ascultatori si diversele compartimente ale SRR, promovarea imaginii SRR, integrarea activitatilor de marketing la nivel de corporatie, realizarea procedurilor interne privind evenimentele SRR, vânzarea spatiului de publicitate al SRR pe anul 2007, schimbarea formatului revistei Radio România, dezvoltarea site-ului SRR, furnizarea datelor statistice ale SRR catre Institutul National de Statistica. Toate acestea au ca scop (si rezultat) final plasarea în modernitate a Societatii Române de Radiodifuziune.

2.3. Comunicarea s-a concentrat pe activitatile specifice unei structuri de **comunicare interna si externa**: redactarea de comunicate de presa, organizarea conferintelor de presa, acreditarea jurnalistilor SRR la manifestari sau institutii, organizarea întâlnirilor interne, conceperea si realizarea de campanii de imagine si de promovare ale corporatiei.

Newsletter-ul a fost o noua forma de comunicare adoptata la data de 17 februarie 2006.

Pe parcursul anului 2006 s-au remis 271 de comunicari catre intern, extern si international dintre care 250 acopera subiecte de interes pentru angajatii SRR, 170 acopera si subiecte de interes pentru presa iar 50 si pentru international. Newsletter-ul intern a fost receptat de aproape 1000 de angajati.

2.4. Prin **site-ul SRR** au fost promovate evenimentele în care a fost implicata institutia, în timp util, într-un mod dinamic, cu cât mai multe informatii si imagini de la fiecare eveniment în parte.

Pentru o mai mare transparenta, toate informatiile publice si comunicatele importante au fost postate pe site, în asa fel încât toti cei interesati sa acceseze cu usurinta aceste informatii.

2.5. Pentru îmbunatatirea calitatii comunicarii interne, DCM s-a implicat în anul 2006 în activitatea de analiza si pregatire a unui **portal colaborativ**, ce va reprezenta un instrument de comunicare rapida si transparenta între angajatii SRR si management si va permite cresterea eficientei prin faptul ca angajatii SRR vor putea sa acceseze informatia necesara în momentul în care au nevoie de ea.

Portalul va intra în exploatare în cursul anului 2007 urmând sa contribuie la construirea unei identitati coerente a postului public de radio.

Ca urmare a masurilor luate în domeniul comunicarii, se remarca o îmbunatatire generala a climatului de munca.

2.6. Activitatea de **relatii cu publicul** consta în stabilirea unei interfete active între ascultatori si diversele compartimente ale SRR, si presupune:

- gestionarea împreuna cu **registratura SRR** a întregii corespondente a institutiei, respectiv primirea si redistribuirea acesteia catre redactii si alte compartimente;

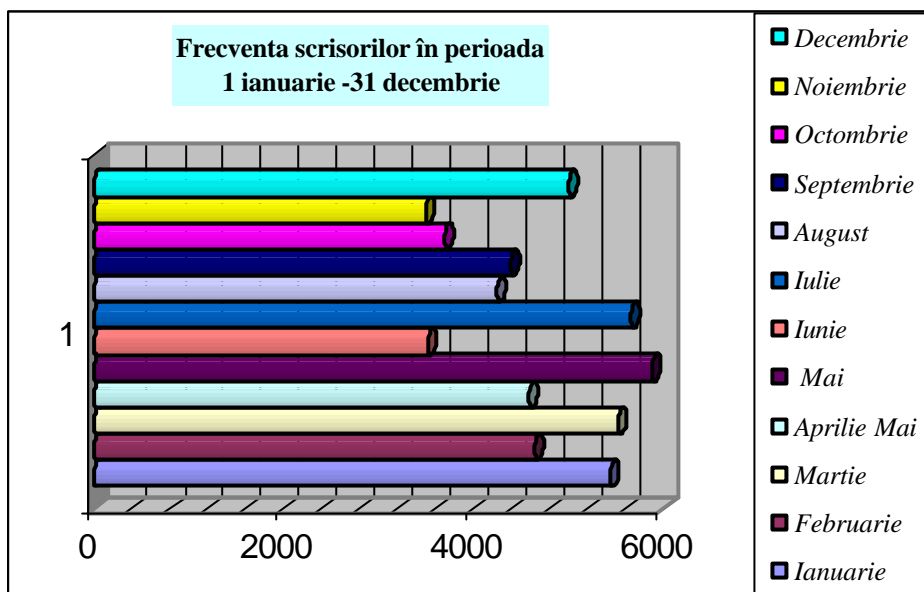
- gestionarea apelurilor telefonice primite la colectivul Relatii cu publicul si redirectionarea acestora catre compartimente;

- audiente;
- e-mail-uri;
- faxuri.

În anul 2006, pe adresa Societatii Române de Radiodifuziune, s-a primit un numar de 56.141 de scrisori, asa cum rezulta din graficul de mai jos :

Ascultatorii au manifestat interes pentru emisiunile care trateaza:

- probleme cu caracter juridic; legislatia muncii, Legea fondului funciar, legislatia privind asociatiile de proprietari, drepturile chiriasilor, Legea caselor nationalizate, succesiuni mosteniri;

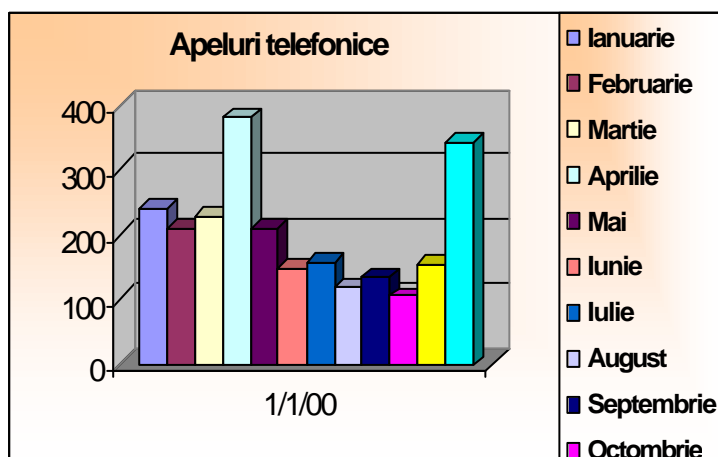


- probleme cu caracter social cetatenesc: locuri de munca, asistenta sociala pentru persoane defavorizate, anunturi umanitare, probleme privind veteranii de razboi, pensii, locuinte, probleme edilitare;
- scrisori care contin raspunsuri la concursurile radiofonice;
- probleme medicale: sfaturi medicale, adrese ale institutiilor de profil;

Pe parcursul anului 2006 s-au înregistrat 2434 de apeluri telefonice.

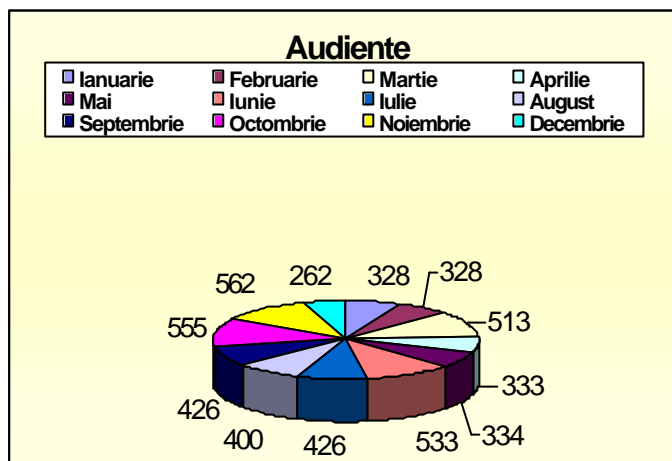
Tematica apelurilor telefonice :

- informatii de interes public;
- observatii privind emisiunile si prestatia unor realizatori;
- opinii si propuneri referitoare la emisiunile si programele radio;
- cereri de ajutor din partea si prin intermediul radioului;
- informatii de larg interes difuzate in cadrul emisiunilor.



Prin cele 5000 de audiente solicitate pe parcursul anului 2006, abonatii au obtinut informatii difuzate în cadrul unor emisiuni radio, precum **Studio deschis, Bursa Radio, Matinal, Buna ziua, România, Audienta Radio**.

Persoanele venite în audienta au primit consultanta pentru rezolvarea problemelor prezentate si li s-au stabilit contacte directe sau telefonice cu compartimentele de profil.



În 2006 s-a constatat o crestere fata de anul anterior a numarului de ascultatori care au ales sa intre în legatura cu compartimentele SRR prin posta electronica.

Raspunsurile au vizat: informatii de interes public, opinii despre programele si emisiunile radio, oferte, comunicate de presa.

Au fost încheiate atât acorduri de **parteneriat** pentru diverse manifestari, cât si contracte de sponsorizare.

Pe parcursul anului 2006 s-au realizat 271 de spoturi, 3.962 de calupuri publicitare însumând 7.683 minute. Pe lângă acestea s-au realizat spoturi de promovare pentru toate evenimentele organizate de SRR.

Având în vedere exigentele sporite asumate de **Directia Comunicare si Marketing**, s-au monitorizat zilnic calupurile de publicitate, promourile, dar si structura emisiunilor cu posibil caracter de publicitate mascata.

Obiectivele DCM în domeniul **cercetarii de piata** s-au concretizat prin realizarea cu Metro Media Transilvania a unui studiu de piata pentru posturile de radio ale SRR.

2.7. Întâlniri ale PDG cu angajatii

În perioada 26 septembrie-20 octombrie 2006, presedintele director general al Radio România a avut programate întâlniri cu toate compartimentele SRR, în cadrul carora au fost evaluate rezultatele obtinute în anul 2006 si au fost comunicate principalele obiective ale managementului pe termen scurt si mediu.

2.8. Conferinte

În decursul anului 2006, au fost organizate conferinte de presa pentru marcarea unor evenimente importante din activitatea radioului public: prezentarea noii organigrame si împlinirea unui an de mandat.

2.9. Publicatii Radio

Organizarea unor campanii intensive de promovare si prezentare a produselor **Editurii Casa Radio** în cadrul manifestarilor de profil a avut ca rezultat cresterea încasarilor din vânzarea produselor editurii care, în anul 2006, au depasit 200.000 RON.

Au fost editate 14 titluri, prezentate în tabelul urmator, printre acestea se remarca integralele Mozart si Cehov.

Raportul de activitate al Societatii Române de Radiodifuziune - 2006

<i>Nr.crt.</i>	<i>Data realiz.</i>	<i>Denumire titlu</i>	<i>Tip suport</i>	<i>Tiraj</i>	<i>Observatii</i>
1	23 I.	Eugene Labiche-Calatoria dl.Perichon	CD dublu	1000	Coproducie incasat: 9725,5 RON
2	31 I.	Gabriel Tepelea-Credinta si speranta	Carte	500	Buget,extraplan
3	24 III	Quatuor Concordia-Pagini contemporane	CD	500	Coproducie incasat: 4668,7 RON
4	28 IV	Mircea Cartarescu-Poeme în garantie-REEDITARE	Audio-book	1000	Buget
5	29 V	Memorial Oschanitzky-vol. I	CD dublu	200 (cota)	Coproducie (SRR-coproducaror)
6	8 IX	Instrumentisti virtuozii	CD	1000	Buget, plan
7	19 X	A.P.Cehov-Teatru	Wallet 8 CD	1000	Buget, plan
8	13 XI	M.Sadoveanu.Maria sa, puiul padurii	Audio-book 2 CD	1000	Buget, plan
9	15 XI	N.Stanescu - Cartea vorbita-REEDITARE II	Audio-book	1000	Buget, plan
10	30 XI	M.Eminescu-Poeme necunoscute-REEDITARE	Audio-book	1000	Buget, plan
11	30 XI	Ion Moanta-Sus la masa raiului-REEDITARE	Audio-book	1000	Buget extraplan, la comanda ferma client
12	4 XII	Dana Borsan-Integrala concertelor pt.pian si orchestra-Mozart	Wallet 8 CD	1000	Buget, plan
13	18 XII	Laura Manolache-Theodor Rogalski	Carte	250 (cota)	Coproducie (SRR-coproducaror)
14	28 XII	Romanian Women Composers II-PROMOTIONAL	CD triplu	500	Coproducie incasat: 10465 RON

Total	An 2006	Carte-2; Audio-book-5; CD-7	750	
		Total-14, din care:	5000	Total încasari din cote coprod.: 24859,2 Ron
		titluri noi-10; reeditari-4 sau:	5200	
		productii proprii-9; coprod.(SRR- producator)-3; coprod.(SRR- coproducator)-2	10950	

2.10. Revista Radio România

În ceea ce privește difuzarea revistei de programe radio, pe parcursul anului 2006 s-a menținut tirajul și s-a păstrat constant numărul de abonamente.

În anul 2006 s-a trecut la elaborarea unui nou layout și a unei noi structuri editoriale pentru revista de programe radio.

2.11. Organizari de evenimente

Directia Comunicare și Marketing a participat la **organizarea sau mediatizarea unor evenimente** naționale sau internaționale, precum: Sommet-ul Francofoniei, Legal Seminar EBU, Reuniunea Grupului de Muzica EBU, deschiderea stagiunilor orchestrelor naționale, Festivalul National de Muzica Usoara „Mamaia”, „Ziua Agentiilor de Presa”; pe aceeași linie se înscrie și semnarea acordului de parteneriat dintre Radio România, Ministerul Culturii și Cultelor și Primăria Municipiului Sibiu (3 iulie 2006) pentru manifestarea „Sibiu – capitala culturală europeană 2007”.

Directia Comunicare și Marketing s-a mai implicat în evenimente, precum: participarea jurnaliștilor SRR la Prix Europa, organizarea Târgului Gaudeamus, Ziua Radioului și Ziua Porților Deschise organizată cu ocazia zilei Radioului, Festivalul și Concursul Internațional „George Enescu”, Festivalul Internațional „Callatis” etc.

Campania lansată de Patriarhia Română și Radio România „*Mai puternică decât apele este credința*”, a avut drept scop strângerea de fonduri pentru construirea de locuințe pentru familiile afectate de revarsarea Dunării în primăvara anului 2006 și a sensibilizat mii de români. Pentru familiile sinistrate au fost construite 18 case împreună cu mitropolia Olteniei în localitățile Cârna și Rast, județul Dolj.

Raportul de activitate al Societatii Române de Radiodifuziune - 2006

Prin Colectivul **Târguri si Expozitii** s-a asigurat derularea **Programului LECTURA – Târgurile GAUDEAMUS**.

Initiate si organizate din 1994 de catre Societatea Româna de Radiodifuziune, Târgurile GAUDEAMUS se numara printre putinele proiecte culturale care au reusit sa își mentina, timp de 13 ani, o dinamica ascendenta. Târgul International GAUDEAMUS Carte de învățatura a atins un bun grad de maturitate, fiind cotate de catre multi dintre profesionistii domeniului drept unul dintre primele 10 evenimente de acest gen din Europa, cu perspective certe de a se impune drept un reper al pietei regionale; din punctul de vedere al aflentei de public, Târgul GAUDEAMUS se situeaza pe unul dintre primele locuri.

Din anul 2001, Târgul International GAUDEAMUS este inclus în calendarul târgurilor internationale de carte realizat de organizatorii Târgului de carte de la Frankfurt, iar în Legea privind promovarea culturii scrise, nr. 186/2003, Târgurile GAUDEAMUS sunt denumite „evenimente de importanta nationala”.

Palmaresul anului 2006

Eveniment	Perioada	Suprafata mp	Numar expozanti	Numar vizitatori	Evenimente *
Târgul GAUDEAMUS Craiova, editia a V-a	28.02 – 4.03	260	50	14.000	36
Târgul GAUDEAMUS Sibiu, editia I	29.03 – 2.04	264	60	12.500	42
Târgul GAUDEAMUS Timisoara, editia a II-a	3 – 7.05	300	67	17.500	30
Târgul GAUDEAMUS Cluj – Napoca, editia a VII-a	24 – 28.05	318	81	16.200	45
Eveniment	Perioada	Suprafata mp	Numar expozanti	Numar vizitatori	Evenimente *
Târgul GAUDEAMUS Carte Scolara, editia a IV-a	20 – 30.09		50		50
Târgul GAUDEAMUS Carte de învățatura, editia a XIII-a	22 – 26.11	10.000	400	92.000	430

* lansari si prezentari de carte si colectii, demonstratii de oferta, dezbateri

Întregul program a fost reflectat de catre mass-media (circa 180 de jurnalisti acreditati) prin intermediul a 296 de articole si mentiuni difuzate de 71 de publicatii si agentii de presa si a 205 de articole publicate pe 73 de site-uri internet.

Raportul de activitate al Societatii Române de Radiodifuziune - 2006

Programul LECTURA	2005	2006
Expozanti	642	708
Evenimente	612	633
Vizitatori	circa 150.000	circa 170.000
Dosar de presa	334	501

Si în anul 2006, organizarea Târgurilor GAUDEAMUS s-a realizat pe baza unor bugete autocreate, fara a se apela, prin cheltuieli directe, la bugetul institutiei. Excedentul financiar înregistrat în anul 2006 a crescut cu circa 40% fata de anul precedent.

Prin închirierea **Salii de Concerte** si a **Centrului de Presa** ale SRR, s-au atras **venituri suplimentare** catre SRR însumând cca. 20.000 EURO.

S-a intensificat mediatizarea evenimentelor sustinute pe spatiul Salii de Concerte „Mihail Jora”, realizându-se astfel o crestere a încasarilor cu 50,80 % comparativ cu anul anterior.

Prin organizarea unor activitati complementare celor radiofonice, prin participarea activa la realizarea obiectivului fundamental al Societatii Române de Radiodifuziune, activitatea **Directiei Comunicare si Marketing** a contribuit, prin mijloace specifice si activitati specializate, la îmbunatatirea modului de perceptie a SRR în anul 2006.

3. ACTIVITATEA TEHNICA

În sprijinul îndeplinirii obiectului de activitate si a misiunii Societatii Române de Radiodifuziune, activitatile tehnice s-au desfasurat în cadrul **Departamentului Tehnic** cu participarea compartimentelor de profil existente în celelalte departamente, corespunzator structurii organizatorice în vigoare în anul 2006.

Aceste activitati au fost orientate în urmatoarele directii:

- realizarea si difuzarea programelor de radio nationale, locale si pentru strainatate, conform grilelor de program;
- activitati curente de exploatare a bazei tehnice si de întretinere a infrastructurii Radioului;
- derularea proiectelor de investitii si dezvoltare.

3.1. Activitati curente care pot fi sintetizate astfel :

• Coordonarea tehnica a emisiei programelor de radio difuzate de Societatea Româna de Radiodifuziune din Casa Radio. În Controlul General Tehnic, sunt coordonate si monitorizate 24 de ore pe zi programele:

România Actualitati	24 ore zilnic
România Cultural	24 ore zilnic,(începând cu jumatatea anului2006)
România Muzical	24 ore zilnic
Radio Bucuresti	24 ore zilnic
Antena Satelor	16 ore zilnic
Programul pentru minoritati	2 ore zilnic
Programul Extern 1 al RRI (PEC 1)	24 ore zilnic
Programul Extern 2 al RRI (PEC 2)	24 ore zilnic
Programul Extern 3 al RRI (PEC 3)	6 ore zilnic

• Asigurarea functionarii în Casa Radio a sistemelor digitale de emisie si productie radio – Digimedia, RadioMan, Multinews si Transtel.

• Stabilirea legaturilor permanente între S.R.R. si institutiile implicate în functionarea sistemului de difuzare a programelor de radio: Consiliul National al Audiovizualului, Societatea Nationala de Radiocomunicatii, Inspectoratul General pentru Comunicatii si Tehnologia Informatiei, Agentia Nationala de Reglementari în Comunicatii, Romtelecom, în vederea respectarii reglementarilor în vigoare în domeniul radio. Aceasta activitate este desfasurata în cadrul Colectivului de coordonare frecvente si masuratori radioelectrice.

- Asigurarea functionarii retelei de telecomunicatii S.T.S. ce realizeaza legaturile cu studiourile regionale si locale si punctele fixe de transmisii.

3.2. Activitati de suport tehnic pentru realizarea elementelor de continut al programelor:

- transmisii difuzate în direct sau înregistrate, provenind de la corespondentii interni si din strainatate ai Societatii Române de Radiodifuziune, transmisii de evenimente cu caracter de actualitate sociala si culturala, transmisii în cadrul schimburilor muzicale cu strainatatea;

- productii muzicale realizate în studiourile de înregistrari ale Societatii Române de Radiodifuziune si în Sala de concerte „Mihail Jora”, respectiv 230 concerte si spectacole cu public, din care 160 transmise în direct si peste 3800 de ore de înregistrari muzicale, editari si copieri;

- transmisii ale productiilor muzicale ce s-au desfasurat în afara Casei Radio, preluate cu ajutorul carelor de reportaj muzicale, însumând 100 de zile de deplasare;

- productii complexe de teatru radiofonic si emisiuni de divertisment.

3.3. Activitati desfasurate pe o durata limitata de timp:

- pentru solutionarea unor probleme complexe, precis definite, cu participarea specialistilor din colective diferite;

- pentru stabilirea programelor de **dezvoltare strategica** ale Departamentului Tehnic, a proiectului de cheltuieli aferent;

- pentru întocmirea documentatiilor care stau la baza achizitionarii de mijloace fixe, obiecte de inventar, piese de schimb sau materiale consumabile, lucrari si servicii pentru activitatile cuprinse în planul pe de investitii si de reparatii.

3.4. Activitati permanente, pe baza unor proceduri de prevenire si asigurare a functionarii fara întreruperi necontrolate, de operare eficienta a sistemelor cladirilor si mentinerea în stare nedeteriorata a structurilor fizice ale cladirilor, pentru inspectarea si identificarea naturii sau cauzelor unor defectiuni, a celor mai bune cai pentru a le corecta, activitati desfasurate de oameni calificati, specializati pe un domeniu sau altul.

3.5. Activitati permanente pentru asigurarea transporturilor destinate realizarii emisiunilor de radio, efectuarea transportului echipelor redactionale si tehnice, a materialelor si a aparaturii mobile pentru executarea transmisiilor directe, precum si alte activitati care necesita mijloace auto (interventii, aprovizionare etc.).

3.6. Activitati permanente de gestionare a mijloacelor fixe si obiectivelor de inventar, **de urmarire a lucrarilor si a derularii contractelor** pentru:

- lucrari de reparatii hidroizolatii la terasele corpurilor de cladire ale sediului S.R.R.;

- lucrari de refacere a hidro-izolatiei si a sistemului de evacuare a apelor meteorice la terasa Sali de Concerte „Mihail Jora”;
- amenajari constructive la un depozit de carte al bibliotecii institutiei;
- amenajarea si modernizarea a trei grupuri sanitare din zona Sali de Concerte „Mihail Jora”;
- lucrari de constructii si de instalatii pentru „Blocul de Productie Radio Iasi”;
- amenajarea constructiva la nivelul Controlului General Tehnic – „Camera IT”.

3.7. Derularea proiectelor de investitii si dezvoltare:

- modernizarea Controlului General Tehnic din Casa Radio Bucuresti, continuarea procesului de retehnologizare;
- proiectul Sistem Informatic Integrat (SII) pentru managementul activitatilor Societatii Române de Radiodifuziune, a continuat în 2006 cu desfasurarea urmatoarelor activitati:
 - trecerea retelei Digimedia în noua infrastructura de retea din SII;
 - instalarea serverelor Digimedia din vechiul CGT în Data Centre;
 - reconfigurarea stelajului de Autorecordere Digimedia;
 - pregatirea profesionala a personalului tehnic si redactional în vederea utilizarii sistemului Radioman;
 - punerea în exploatare – partiala - a sistemului Radioman la posturile:
 - Radio România Actualitati - 24 iulie 2006;
 - Radio România Cultural - 7 noiembrie 2006;
 - Radio România Muzical - ianuarie 2007.
- actualizarea Licentelor audiovizuale ale posturilor de radio difuzate de Societatea Româna de Radiodifuziune;
- punerea în functiune a doua emitatoare noi la Sibiu si Timisoara si obtinerea Licentelor audiovizuale pentru difuzarea în gama de unde ultracurte a posturilor Radio Timisoara (105,9MHz) si Antena Sibiului (95,4 MHz);
- obtinerea Licentelor audiovizuale pentru difuzarea pe satelit a posturilor România Muzical si Radio Timisoara.

4. PROIECTE MAJORE SI EVENIMENTE REALIZATE LA NIVEL DE INSTITUTIE

4.1. Proiecte:

- ✍ **1 mai – 1 noiembrie: „Mai puternica decât apele este credinta”** - Campanie umanitara lansata de Patriarhia Româna si Radio România. A avut drept scop construirea de case pentru sinistratii afectati de revarsarea Dunarii.

Suma ce va fi folosita la reconstructia caselor a fost de peste 12 miliarde de lei vechi.

- ✍ **15 decembrie 2006 - inaugurare 18 case**, construite împreuna cu mitropolia Olteniei în localitatile Cârna si Rast, judetul Dolj, pentru familiile sinistrate, dupa revarsarea Dunarii în primavara acestui an. Fondurile pentru constructia caselor au fost colectate în urma campaniei „*Mai puternica decât apele este credinta*”, initiata de Patriarhia Româna si Radio România).
- ✍ **4-6 mai – Festivalul International de muzica electronica si de calculator ACUSMANIA**
- ✍ **5 mai - 1 iunie: „Radio Romania - ai un prieten. Pe viata”** Radio Romania Actualitati – de luni pâna vineri la ora noua fara zece dimineata si seara, dar si în week-end la ora noua fara un sfert dimineata - Alexandrina Halic
- ✍ **3 iunie** – Radio România a transformat Foisorul din Parcul Cismigiu într-o **lume a copiilor** – actorii teatrului Ion Creanga, clovnul Pompilica, formatiile „Sunetul Muzicii”, „Miracol”, „Arpegii”, „Rainbow Kids”, „Quatro Mix”, „Bim Bam”, ansamblul „Alunelul”, trupa „GMN”, NONI (Razvan Ene)
- ✍ **10 august – Ziua Radio România** din cadrul Festivalului Callatis
- ✍ **15 septembrie** – În localitatea Ionel, judetul Timis, a fost inaugurata scoala construita cu sprijin financiar din partea Societatii Române de Radiodifuziune. Contributia SRR se ridica la aproximativ 300.000 RON; sumele respective au fost colectate de postul Antena Satelor si de studiourile regionale din Timisoara si Târgu Mures.

4.2. Campanii de promovare a valorilor europene

În anul 2006, Radio România s-a implicat activ în derularea și promovarea unor evenimente, nivel extern, adresându-se atât ascultatorilor, cât și partenerilor săi, cu scopul de a promova valorile europene sau mesajele sociale:

- ✍ Autoritatea Nationala pentru Protectia Drepturilor Copiilor – acord de colaborare.
 - campania: „Drepturile copiilor sunt lege”
 - perioada de difuzare: octombrie 2005 – ianuarie 2006
 - posturile la care s-a difuzat: RRA – 3 difuzari/zi.

- ✍ SNSPA – prin Centrul de Studii Institutionale si Politici Publice - CESINP - acord de parteneriat privind aderarea și postaderarea la Uniunea Europeana (în colaborare cu Parlamentul European):
 - campania: „Europa mea”
 - perioada de difuzare: 1 – 31 mai 2006
 - posturile la care s-a difuzat: RRA – 2 difuzari/zi.

- ✍ Asociatia pentru Implementarea Democratiei – AID România – acord de parteneriat sprijinit de Ambasada Marii Britanii:
 - campania: „Campania de Responsabilizare Anticoruptie”
 - perioada de difuzare: 14 mai – 14 iulie 2006
 - posturile la care s-a difuzat: RRA, Antena Satelor, Radio Bucuresti – 2 difuzari/zi.

- ✍ Salvati Copiii România – acord de colaborare:
 - campania: „Bataia NU e rupta din rai!”
 - perioada de difuzare: mai – decembrie 2006
 - posturile la care s-a difuzare: RRA – 2 dif./zi

- ✍ Ministerul Integrării Europene – acord de parteneriat:
 - campania: „ E.U. nu dau și nu iau spaga”
 - perioada de difuzare: 13 iunie-9 iulie
 - posturile la care s-a difuzat: RRA, RRC, RRM, Studiourile Regionale – 1- 2 dif./zi.

- ✍ UNICEF – acord de colaborare – campanie de informare a populației cu privire la măsurile ce trebuie luate pentru prevenirea răspândirii infecției cu gripa aviara de la pasare la om; campanie sociala:
 - campania: Gripa aviara
 - perioada de difuzare: iunie-august 2006
 - posturile la care s-a difuzat: RRA, Studiourile Regionale – 2 dif./zi.

- ✍ Agentia de plati si interventii pentru Agricultura – acord de colaborare:
 - campania: „Legatura cu fermierii – identificarea parcelelor agricole”
 - perioada de difuzare: 21 iulie – 30 noiembrie 2006
 - posturile la care s-a difuzat: RRA – 1 dif./zi; Antena Satelor si Studiourile Regionale – 2 dif./zi.

- ✍ Centrul de Resurse pentru Comunitatea de Romi din Cluj – campanie sociala – finantare program PHARE:
 - campania: „Chiar diferiti - acelasi sânge!”
 - perioada de difuzare: 18 septembrie – 18 noiembrie 2006
 - posturile la care s-a difuzat: RRA – 2 dif./zi.

4.3. Premii si diplome obtinute de Societatea Româna de Radiodifuziune, generic sau prin angajatii si colaboratorii sai, în anul 2006

- **Premiul de excelenta pentru promovarea „non-violentei”**, oferit Radio România de catre Comisia pentru egalitatea de sanse pentru femei si barbati din Camera Deputatilor
- **Ordinul National pentru merit în grad de Mare Cruce** – Horia Andreescu
- **Premiul UNITER** pentru cel mai bun spectacol radiofonic **Ecaterina cea mare** de George Bernard Shaw
- **Premiul II** la concursul *Reporter European*, a 5-a editie – Cristian Ivanescu, pentru emisiunea **Ideea europeana: România la Strasbourg**
- **Premiul III** la concursul *Reporter European*, a 5-a editie – Denise Theodoru, pentru emisiunea **Dialoguri europene**
- **Premiul Uniunii Compozitorilor si Muzicologilor pentru publicistica si media: George Enescu - Istorie si legenda** de Ada Brumaru
- locul 5 la **Festivalul Prix Europa de la Berlin**, cu spectacolul **Mansarda la Paris cu privire spre moarte** de Matei Visniec, spectacol în care se evoca personalitatea lui Emil Cioran.

Celelalte premii obtinute de compartimentele si angajatii SRR sunt prezentate în Anexa 5.

5. CONCLUZII, PROSPECTII, PROIECTE

Statisticile arata ca în lume sunt peste 4.500 de posturi de radio fara a mai socoti podcast-urile sau blog-urile carora nimeni nu se mai oboseste sa le afle numarul. Exista si aproximativ 4 miliarde de receptoare radio. Radioul se dovedeste, de departe, cea mai accesibila forma media. Analogic sau digital, captat prin traditionalul tranzistor de acasa mutat din baie în bucatarie, montat la masini, prezent pe masa de la birou, prin televizor, computer, walkman, Ipod, telefon mobil- radioul e peste tot. La noi este de aproape 8 decenii, iar în 2008 vom numara exact 80 de ani de radiofonie româneasca. Pregatirea momentului va începe înca din acest an pentru ca raportul de aniversare sa onoreze cum se cuvine evenimentul.

În acest context, printre prioritatile organizatiei se numara si salvardarea patrimoniului documentar – prin crearea cadrului institutional care sa permita digitalizarea arhivelor si – implicit – accesul la memoria radioului.

Actiunile noastre se vor concentra pe plasarea în modernitate a radioului public. Proces de durata, initiat deja, dar dificil si plin de responsabilitati ce se cer evaluate ca anvergura si resurse. De altfel, viitorul radioului public în era digitalizarii mobilizeaza în prezent potentialul conceptual si de executie al profesionistilor radio pretutindeni în lume si acestui curs ne vom alinia si noi.

Sub aspect editorial si al competentei profesionale anticipam efecte benefice ale programelor si investitiilor în resurse umane, pe care le-am declansat si care indica de pe acum un plus de calitate în redactare, prezentare, voci. Cum însa avansul vertiginos al tehnicii impune noi standarde de lucru, jurnalismul de radio va deveni o meserie în evolutie continua, exigenta careia activitatile de training vor trebui sa-i gaseasca raspunsuri adecvate.

Odata evaluata, fiabilitatea tehnica a sistemului informatic integrat, în curs de implementare, va clarifica multe din nelamuririle actuale si va permite optiuni ulterioare vizând investitiile si sursele de finantare. Sustinerea financiara va fi vitala pentru ca e vorba de recuperarea unui deficit de tehnicitate, fara de care radioul public nu va putea tine pasul cu noile sisteme de productie si difuzare.

Ca proiecte în desfasurare, colaborarea cu Ministerul Culturii si cu asociatia Sibiu 2007, în cadrul anului cultural european, a implicat Radio România într-un amplu program de mediatizare a acestui eveniment de mare anvergura, si la care SRR participa inclusiv cu productii proprii. Postul public de radio este recunoscut ca principalul vehicul media al capitalelor culturale europene Sibiu si Luxemburg.

Si în anul 2007 SRR va fi coproducatorul Festivalului si Concursului International „George Enescu”, editia a XVIII-a, eveniment cultural de amploare internationala pe care, prin efortul editorial al posturilor sale, dar si prin contributia artistica a Formatiilor Muzicale Radio, SRR își propune sa-l ofere publicului ascultator de radio.