

SUNTEM RADIO ROMÂNIA

2015

RAPORT ANUAL



**Radio
România**

din **1928**



RAPORTUL DE ACTIVITATE
AL SOCIETĂȚII ROMÂNE DE RADIODIFUZIUNE
PE ANUL 2015

CUVÂNT ÎNAINTE

Anul 2015 a fost pentru Radio România un an al consolidării, al confirmării, din toate punctele de vedere. O creștere consecutivă și consistentă de trei ani reprezintă un atu ce susține, incontestabil, poziția de lider pe piața media din România a radioului public.

Rezultatul remarcabil din 2015 se regăsește în audiențe solide, într-o misiune culturală și educativă dusă la un nivel de notorietate și recunoaștere fără precedent, un exercițiu financiar foarte bun, cu venituri în continuă creștere și o remarcabilă imagine externă. În 2015, Radio România și-a consolidat prezența și importanța în organismele internaționale din Europa și Asia și rămâne, incontestabil, cel mai important actor cultural media pe plan național, cu ecouri foarte importante în întreaga lume. Radio România își urmează strategia și PERFORMEAZĂ.

Am putea spune simplu că 2015 a fost un an bun, dar am nedreptăți efortul conjugat al administrației, al managementului și al tuturor profesioniștilor din radioul public dacă nu am menționa că anul 2015 a fost în aceeași măsură unul foarte greu și încărcat de tensiuni, un an care a dovedit că radioul public are nu numai prieteni, ci și adversari. Am încheiat cu bine această perioadă, datorită căreia suntem mai puternici, pentru că am devenit mai înțelepți, mai determinați și mai performanți.

Noi, Radio România, am înțeles că misiunea publică este cea care ne pune în slujba ascultătorilor. Această misiune, pe care o respectăm de 87 de ani, este complet îndeplinită doar dacă îi pătrundem înțelesul complex; și tocmai pentru că Radio România are datoria clară de a servi interesul public, de a oferi publicului plătitor programe și proiecte de bună calitate are și datoria să reziste în competiția din piață, în fața impredictibilității economice alimentată de fragilitatea mediului politic și a contextului european și internațional precum și în fața situațiilor dificile generate de lipsa de performanță a serviciului public de televiziune.

Anul 2015 confirmă că suntem pe drumul cel bun, iar creșterile din anii anteriori nu au fost întâmplătoare. Radio România a rezistat unor evidente eforturi de destabilizare și a determinat un impresionant val de solidaritate, care pune între paranteze un lung șir de speculații fără finalitate, generând o reacție publică fără precedent. Publicul ne ascultă și are încredere în noi pentru că suntem onești, echilibrați, conectați la realitate și la agenda cetățeanului, profesioniști, eficienți și inovativi.

Putem vorbi despre anul 2015 ca despre cel mai bun an din istoria modernă a radioului. Avem astfel confirmarea strategiei urmate în ultimii patru ani, o strategie fundamentată pe rigoare, efort și prudență financiară, dar și pe imaginație, curaj editorial și adaptare la standardele în continuă schimbare ale pieței media și la așteptările celor care ne finanțează și ne ascultă.

Aș vrea să mulțumesc colegilor mei din Consiliul de Administrație, din Comitetul Director și întregului management, ca și tuturor colegilor alături de care lucrez zi de zi, pentru eforturile făcute ca Radio România să rămână un reper al calității în media și în cultură, așa cum a fost, continuu, în ultimii ani. Doresc să mulțumesc milioanei de români care ne sunt alături în fiecare zi și care ne dau puterea și determinarea de a performa din ce în ce mai mult. Și, în momentul în care citiți acest Raport anual, să știți că 2016 a început la fel de bine!



Ovidiu Miculescu
Președinte Director General

CUPRINS

1	SINTEZĂ	4-6
2	ACTIVITATEA MANAGERIALĂ	7-13
3	ECONOMIC ȘI FINANCIAR	14-25
4	EDITORIAL	26-47
5	MARKETING ȘI COMUNICARE	48-54
6	INDICATORI DE AUDIENȚĂ	55-60
7	TEHNIC	61-65
8	ORGANIZAȚIONAL ȘI RESURSE UMANE	66-68
9	MONITORIZARE ȘI CONTROL	69-71
10	CULTURĂ ȘI EDUCAȚIE	72-82
11	PATRIMONIU	83-86
12	CONCLUZII ȘI PERSPECTIVE	87
A	Anexele 1-5	88-111



SINTEZĂ

Societatea Română de Radiodifuziune (SRR) a confirmat, prin proiectele derulate în anul 2015, vocația și atașamentul la valorile serviciilor publice de media europene, devenind, prin organizarea Conferinței Media 2020 – *Bringing Media to the Future*, o punte între Asia și Europa. Profesioniști din industria media, experți, conducători de medii publice și private, personalități ale Uniunii Audiovizualului Asia-Pacific (ABU), precum și ale altor organisme internaționale din Asia, Europa, America și Australia au discutat despre provocările industriei media, oportunitățile create de revoluția digitală și progresul erei informației.

La propunerea SRR, ABU a lansat în premieră o platformă de schimburi de programe muzicale între membrii săi. Inițiativa SRR a fost prezentată în cadrul conferinței Uniunii

Audiovizualului Asia-Pacific “RadioAsia Conference”, radioul public din România urmând să joace un rol esențial în dezvoltarea și sistematizarea activității de schimburi de programe muzicale radio în cadrul acestui organism media. Platforma, construită sub directa îndrumare a specialiștilor Societății Române de Radiodifuziune, a fost inaugurată oficial în cadrul la Adunării Generale ABU de la Istanbul (24-31 octombrie) de către președintele interimar al ABU, Hikaru Doumoto, vicepreședinte executiv Japan Broadcasting Corporation (NHK).

Pe plan intern, managementul Societății Române de Radiodifuziune a identificat și aplicat cele mai potrivite strategii în vederea creșterii performanțelor instituției, a audienței, a calității programelor și produselor cultural-educative ale Radio România, precum și pentru menținerea echilibrului economic și financiar, potrivit mandatului încredințat de Parlamentul României.

Într-o piață media care s-a menținut polarizată și partizană, confruntată cu probleme economice, dar în aceeași măsură extrem de concurențială, Consiliul de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune a acționat cu responsabilitate, în spiritul legii de organizare și funcționare a instituției, în scopul îndeplinirii misiunii de serviciu public de interes național.

I. 2015 – pe scurt:

Menținerea standardelor de calitate pentru **conținutul informativ și cultural-educativ**

Întărirea notorietății Societății Române de Radiodifuziune și creșterea audienței în scopul menținerii poziției de **lider în topul național al radiourilor**

Consolidarea și optimizarea proiectelor existente, dezvoltarea unora noi având ca obiectiv promovarea culturii naționale, în vederea confirmării statutului Societății Române de Radiodifuziune de **principal promotor al valorilor culturale și educaționale** în mass-media din România

Continuarea acțiunilor de implementare a valorilor specifice Radio România la nivelul postului Radio Chișinău

Menținerea echilibrului economic și financiar, în condițiile în care mass-media se confruntă în continuare cu serioase probleme, nu numai de finanțare

Organizarea **împreună cu ABU la București, în perioada 30 iunie-1 iulie 2015, a Conferinței Media 2020, cu tema *Bringing Media to the Future*. A fost pentru prima dată în istoria ABU când cea mai puternică organizație media din lume a desfășurat o reuniune într-o capitală europeană.**

II. Politica editorială

Misiunea conferită de Legea nr. 41/1994 privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune a fost îndeplinită în principal prin promovarea valorilor relevante la nivel național, precum limba română, istoria, cultura și tradițiile, într-o manieră dinamică, modernă, adaptată permanent nevoilor de informare ale unui public din ce în ce mai exigent.

Creșterea calității programelor prin activități specifice

industriei radio, cum ar fi dezvoltarea cercetărilor calitative și cantitative, rafinarea mecanicii de program specifică radioului modern, creșterea interactivității în relația cu ascultătorii și menținerea stilului colocvial de adresare, a fost un deziderat urmărit și în anul 2015, ca parte a strategiei de modernizare și optimizare a conținutului editorial.

Radio România Actualități (RRA) își păstrează poziția de lider de audiență pe piața radio, ca urmare a optimizării grilelor de program, menținerii manierei dinamice de prezentare a programelor și trecerii cursive de la un flux editorial la altul. Au fost continuate demersurile de creștere a dinamicii programelor de știri. Ponderea informațiilor culturale și educaționale s-a menținut la 14%, procent ce situează Radio România Actualități pe un loc fruntaș la nivelul radiourilor publice din Europa.

Radio România Cultural și Radio România Muzical – prin calitatea conținutului oferit, comparabil cu cel al partenerilor din EBU (European Broadcasting Union), dar și prin proiectele educative inedite – au devenit un model pozitiv în spațiul media european.

Caracterul de unicitate al Societății Române de Radiodifuziune în peisajul audiovizualului este întregit de **politica față de comunitățile etnice din România și atenția acordată diversității multiculturale** – posturile Radio România emit și în limbi ale minorităților naționale, sau realizează emisiuni pentru minorități.

În 2015, Societatea Română de Radiodifuziune se menține în poziția de cea mai puternică dintre corporațiile românești din domeniu cu aproape 4,5 milioane de ascultători zilnic, reprezentând aproximativ 40% din totalul ascultătorilor de radio la nivel național, conform datelor de audiență (Total Daily Reach – DR la nivelul posturilor SRR măsurate).

III. Situația economică

Pentru Societatea Română de Radiodifuziune, și anul 2015 a fost unul al performanței economice, în care menținerea mecanismului de disciplină financiară și control implementat în anii precedenți și susținut de aplicarea consecventă a procedurilor și normelor legale s-a concretizat în finalizarea exercițiului bugetar cu cea mai bună situație financiară din istoria instituției. Acest lucru

nu ar fi fost posibil fără un management performant, susținut de implicarea Consiliului de Administrație, a Comitetului Director și a întregului personal în gestionarea eficientă a banilor publici.

IV. Organizațional și resurse umane

Consiliul de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune a elaborat și aprobat strategia de dezvoltare pe termen mediu, având ca instrument principal *Obiectivele strategice ale Consiliului de Administrație pe perioada 2015-2018*, susținute de *Obiectivele Operaționale ale Societății Române de Radiodifuziune*, obiective asumate de către manageri. A fost continuată politica de consolidare și eficientizare a sistemului organizațional prin **aprobarea unor proceduri necesare îndeplinirii standardelor de control intern/managerial, în scopul creșterii performanțelor organizației.**

În activitatea sa de serviciu public media, Societatea Română de Radiodifuziune dispune de un personal bine pregătit profesional, capabil să contribuie la îndeplinirea rolului și misiunii conferite de lege.

V. Domeniul tehnic

Identificarea de soluții moderne pentru îmbunătățirea calității recepției posturilor publice de radio pe întreg teritoriul țării prin continuarea demersurilor către Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații și Consiliul Național al Audiovizualului pentru obținerea de noi frecvențe și îmbunătățirea condițiilor de emisie în FM a fost o prioritate și în 2015. Au fost create, astfel, premisele pentru **creșterea acoperirii în FM** în anii următori prin instalarea de noi emițători dedicați în special posturilor regionale. O altă direcție importantă a fost **inițierea proiectului unei platforme multimedia** care să permită desfacerea optimă a conținutului editorial pe căi complementare emisiei on air.

VI. Marketing și comunicare

Strategia de marketing și comunicare a urmărit în principal două obiective importante: **atragera unor noi categorii**

de ascultători prin metode eficiente și moderne de promovare, pe de o parte și, pe de altă parte, **păstrarea credibilității, concomitent cu sporirea notorietății** atât la nivel de corporație, cât și la nivelul fiecărui post.

VII. Dimensiunea cultural-educativă

Societatea Română de Radiodifuziune, prin proiectele inițiate, implementate și dezvoltate an de an, și-a consolidat rolul de actor de prim-plan în peisajul cultural din România.

Totodată, Radio România a urmărit consolidarea poziției sale ca post public de radio european producător de cultură și de proiecte pe termen lung cu valoare educațională, precum și ca **pol cultural mediatic puternic în rândul partenerilor europeni și din arealul Asia-Pacific prin proiecte educațional-culturale inedite apreciate de public, dar și de specialiști.**

Programul LECTURA este un proiect de anvergură națională, inițiat și derulat de Radio România, al cărui principal obiectiv este susținerea culturii scrise din țara noastră prin evenimente de tip expozițional. Palmaresul cumulat al evenimentelor GAUDEAMUS 2015 a însemnat, în cifre, 593 de expozanți, 225.000 de vizitatori și 885 de evenimente editoriale și profesionale.

Societatea Română de Radiodifuziune, sub Înaltul Patronaj al Alteței Sale Regale Principesa Moștenitoare Margareta a României, în parteneriat cu Uniunea Internațională de Radio și Televiziune și Ministerul Culturii, a organizat la București **a treia ediție a Festivalului Internațional de Teatru Radiofonic, Grand Prix Nova.**

Prin întreaga sa activitate, consolidată prin obiectivele strategice stabilite de Consiliul de Administrație și înscrisă pe traseul performanței editoriale, economico-financiare și de gestionare a resursei umane, Societatea Română de Radiodifuziune a dovedit și în 2015 că este lider pe piața media românească, model în industria media europeană și partener dinamic pe piața media globală.



ACTIVITATEA MANAGERIALĂ

I. Consiliul de Administrație

Consiliul de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune a avut următoarea componență: Ovidiu Miculescu, Mirela Fugaru, Ruxandra Săraru, Alexandru Iulian Muraru, Alexandru Bertzi, Radu Alexandru Feldman, Alina Stanciu, András István Demeter, Alexandra Dumitrașcu, Maria Țoghină, Nicoleta Balaci, Adrian Doroș, Ana Florea. Consiliul de Administrație și-a exercitat mandatul în baza Hotărârii Parlamentului României nr. 24/16.06.2014 și a Hotărârii Parlamentului României nr. 45/20.12.2014. În acest cadru, membrii Consiliului de Administrație s-au întâlnit în anul 2015 în 19 ședințe, pe parcursul cărora au discutat și adoptat 46 de Hotărâri și 11 Decizii.

Acțiunile Consiliului de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune au avut ca scop **asigurarea cadrului necesar pentru buna funcționare a Radioului**, vizând atât activitatea curentă, cât și strategiile de viitor. Astfel, au fost dezbătute și aprobate:

- Planul de investiții al Societății Române de Radiodifuziune pe anul 2015;
- Contractele cu Societatea Națională de Radiocomunicații pentru servicii de emisie;

- Contracte cu terți pentru achiziționarea de suport tehnic și întreținere pentru diverse echipamente și sisteme ale Societății Române de Radiodifuziune;
- Modificări ale Regulamentului de organizare și funcționare a Consiliului de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune;
- Modificări ale Regulamentului de organizare și funcționare a Comitetului Director al Societății Române de Radiodifuziune și a Comitetelor Directoare Teritoriale;

Consiliul de Administrație a acordat permanent atenție modului în care posturile Societății Române de Radiodifuziune înțeleg să respecte **misiunea publică, asigurând deplina independență editorială și încurajând diversitatea opiniilor** în programele radio.

În plan **strategic**, Consiliul de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune a elaborat **Planul Obiectivelor Strategice ale Societății Române de Radiodifuziune pentru perioada 2015 – 2018 (POS)**. Acest document stabilește prioritățile și direcțiile de interes ale societății pentru anii următori, din perspectiva unui mediu concurențial și tehnologic extrem de dinamic în care, pe lângă potențialele amenințări la adresa radioului clasic, trebuie urmărite și oportunitățile pe care le deschid noile tehnologii.

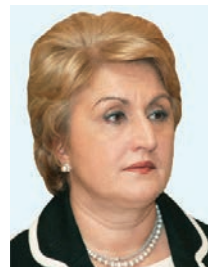
CONSILIUL DE ADMINISTRAȚIE



OVIDIU MICULESCU
Președinte -
Consiliul de Administrație al SRR



MIRELA IOANA FUGARU
Membru -
Consiliul de Administrație al SRR



RUXANDRA SĂRARU
Membru -
Consiliul de Administrație al SRR



ALEXANDRU DUCU BERTZI
Membru -
Consiliul de Administrație al SRR



ALEXANDRU MURARU
Membru -
Consiliul de Administrație al SRR



RADU F. ALEXANDRU
Membru -
Consiliul de Administrație al SRR



ALINA STANCIU
Membru -
Consiliul de Administrație al SRR



ANDRÁS ISTVÁN DEMETER
Membru -
Consiliul de Administrație al SRR



ALEXANDRA DUMITRAȘCU
Membru -
Consiliul de Administrație al SRR



MARIA ȚOGHINĂ
Membru -
Consiliul de Administrație al SRR



NICOLETA BALACI
Membru -
Consiliul de Administrație al SRR



ADRIAN DOROȘ
Membru -
Consiliul de Administrație al SRR



ANA FLOREA
Membru -
Consiliul de Administrație al SRR

OBIECTIVE STRATEGICE ALE CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE PENTRU PERIOADA 2015-2018



În plan **organizatoric**, Consiliul de Administrație a stabilit cadrul de selecție a membrilor Comitetului Director al Societății Române de Radiodifuziune și ai Comitetelor Directoare Teritoriale, a validat componența Consiliului de Onoare al Societății Române de Radiodifuziune, în urma scrutinului desfășurat în rândul plenului jurnaliștilor.

Foarte importante pentru Societatea Română de Radiodifuziune, **proiectele culturale** au beneficiat și de data aceasta de suportul Consiliului de Administrație:

- au fost susținute toate demersurile necesare pentru buna organizare a Târgului de Carte GAUDEAMUS;
- s-a dispus achiziționarea de instrumente muzicale pentru Direcția Formații Muzicale.

Totodată, Consiliul de Administrație s-a implicat în toate etapele preliminare ale organizării **Festivalului Internațional al Orchestrelor Radio RadiRo**, ediția a treia, programat

pentru luna septembrie 2016 (aprobarea bugetului și a contractelor negociate cu participanții).

O direcție specială a dezvoltării operațiunilor Societății Române de Radiodifuziune este considerată Republica Moldova. Consiliul de Administrație, împreună cu Comitetul Director și Președintele Director General, au urmărit cu atenție această zonă a activității Societății Române de Radiodifuziune. În 2015, atenția a fost concentrată în permanență pe problemele Radio Chișinău, au fost elaborate toate documentele necesare funcționării sale în condiții cât mai bune. Este de remarcat faptul că, prin Radio Chișinău, Societatea Română de Radiodifuziune este singurul serviciu public media din România cu o prezență continuă, consistentă și extrem de activă în Republica Moldova.

În anul 2015 au fost aprobate **acorduri de colaborare** între Societatea Română de Radiodifuziune și Institutul Cubanez de Radio și Televiziune, între Societatea Română de Radiodifuziune și Special Broadcasting Service Corporation (SBS), instituția media publică australiană, care realizează programe de radio, televiziune și online. Pentru relațiile cu partenerii din străinătate, Consiliul de Administrație l-a mandatat pe Președintele Director General, Ovidiu Miculescu, pentru a reprezenta societatea la reuniunile internaționale de interes pentru SRR.

În **plan economico-financiar**, Consiliul de Administrație a urmărit cu atenție atât **gestionarea bugetului de venituri și cheltuieli**, reper al stabilității economice a Societății Române de Radiodifuziune, cât și **principalii indicatori economici**, și a creat premisele pentru o bună desfășurare a activității și în anul 2016 prin aprobarea în luna decembrie a Bugetului de venituri și cheltuieli.

Menținerea și consolidarea pe viitor a rezultatelor obținute în 2015 are nevoie de un cadru legislativ stabil și de resurse predictibile. Orice derapaj pe linia inițiativelor care solicită eliminarea taxei radio sau schimbarea contextuală a legii de organizare și funcționare, constituie o vulnerabilitate majoră pentru stabilitatea SRR și, implicit, pentru îndeplinirea misiunii sale de post public.

II. Președintele Director General

Având în vedere componentele esențiale derivate din atribuțiile definite în Legea nr. 41/1994, cea strategică și cea executivă, **în activitatea sa Președintele Director General a acționat pentru buna administrare a societății, având în vedere următoarele direcții importante:**

- creșterea calității programelor pe toate canalele Societății Române de Radiodifuziune, analiza studiilor de audiență, ajustarea grilelor de programe;
- îmbunătățirea calității sunetului și a semnalului recepționat de ascultătorii Radio România; în 2015 au fost solicitate și obținute noi frecvențe, pentru optimizarea acoperirii cu semnal a teritoriului;
- susținerea evenimentelor culturale deja impuse pe piața de Societatea Română de Radiodifuziune:
 - Târgul de Carte **GAUDEAMUS**;
 - Festivalul Internațional de Teatru Radiofonic **Grand Prix Nova**;
 - Festivalul Internațional al Orchestrelor Radio – **RadiRo** (pregătirea ediției din 2016: contactarea și încheierea de acorduri cu radiodifuziunile parteneri, invitarea soliștilor, definitivarea agendei festivalului etc.);
- **asigurarea la timp a resurselor financiare necesare** proiectelor curente și viitoare ale Societății Române de Radiodifuziune; În 2015, Societatea Română de

Radiodifuziune a reușit să asigure resurse financiare care urmează să fie folosite tocmai pentru astfel de proiecte;

- îmbunătățirea organizării interne a structurilor Societății Române de Radiodifuziune, prin modificări ale regulamentelor interne de funcționare, pentru obținerea unor fluxuri ale proceselor de producție cât mai eficiente.

Împreună cu Comitetul Director al Societății Române de Radiodifuziune, Președintele Director General a analizat evoluția pieței media în România și în lume, poziționarea Societății Române de Radiodifuziune în acest peisaj, precum și oportunitățile și necesitățile de adaptare a Radio România în acest domeniu atât de dinamic. Au fost analizate și datele de cercetare demografică a audienței principalelor posturi radio din România și s-a dezbătut prezența Radio România în mediul on air și online.

Președintele Director General al Societății Române de Radiodifuziune a acordat o deosebită atenție susținerii documentării și elaborării proiectului special de dezvoltare a Portalului Radio România Online, proiect al cărui inițiator a fost.

La inițiativa Societății Române de Radiodifuziune, Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU) a lansat o platformă de schimburi de programe muzicale între membrii organizației, prilej cu care SRR a primit președinția primei sesiuni. Obiectivul declarat al proiectului este crearea unei baze de date - numită AME/ABU Music Exchanges - în acord



ACORD DE COLABORARE BILATERALĂ ÎNTRE RADIO ROMÂNIA ȘI RADIO CEHIA



CONFERINȚA ABU MEDIA 2020 "BRINGING MEDIA TO THE FUTURE" 30 IUN-1 IUL 2015, BUCUREȘTI



cu progresul tehnologic, cu accent pe eficientizarea fluxului de lucru, simplificarea procedurilor de editare, eficientizarea motorului de căutare, adresabilitate pentru un număr mai mare de utilizatori, posibilitatea de distribuire a fișierelor sonore și multimedia. Această bază va conține înregistrări muzicale ale membrilor ABU, oferite fără costuri suplimentare, libere de drepturi de autor și conexe, deschizând posibilitatea realizării unor programe culturale cu un conținut divers și valorificării arhivelor proprii.

În același sens, al relațiilor internaționale, cel mai important eveniment al anului 2015 a fost **Conferința Media 2020 – Bringing Media to the Future**, organizată la București de Societatea Română de Radiodifuziune în parteneriat cu Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU), în perioada 30 iunie -1 iulie. Evenimentul a fost o inițiativă a Radio România, generată și promovată de Președintele Director General, Ovidiu Miculescu. Conferința a reprezentat o punte între Orient și Occident, un spațiu al ideilor îndrăznețe și al analizelor media globale, în care s-a pus accent pe reculul resimțit de media clasice în fața ofensivei internetului. Evenimentul a reunit reprezentanți și personalități ai instituțiilor de profil din Europa și Asia, temele și subiectele propuse fiind stabilite de Radio România, în colaborare cu ABU. **”Media 2020 – Bringing Media to the Future” a adus la București cele mai noi idei și tehnologii ale deceniului pe care îl parcurgem. Plașa subiectelor abordate a acoperit de la tendințele de dezvoltare în industria media și valoarea muzicii bune în atragerea unei audiențe din ce în ce mai mari și variate până la importanța teatrului radiofonic și asaltul asupra mediei sociale.**

Prin organizarea acestei conferințe, Societatea Română de Radiodifuziune s-a consacrat ca pivot important și membru activ în cele două mari organizații continentale, EBU și ABU, confirmând astfel poziția sa de actor dinamic în industria globală media.

III. Comitetul Director

Comitetul Director al Societății Române de Radiodifuziune a urmărit cu atenție obiectivele strategice și operaționale și a continuat îndeplinirea atribuțiilor conferite prin Legea nr. 41/1994 și prin Regulamentul de organizare și funcționare

propriu, monitorizând activ atingerea obiectivelor specifice stabilite pentru anul 2015 în toate domeniile de activitate. Principalele direcții de acțiune ale Comitetului Director al Societății Române de Radiodifuziune au vizat atingerea următoarelor obiective:

- urmărirea execuției Bugetului de venituri și cheltuieli al societății, asigurându-se că toate structurile Societății Române de Radiodifuziune administrează în mod responsabil resursele financiare alocate;
- analiza datelor furnizate de studiile și sondajele de audiență, precum și adaptarea grilelor în raport cu aceste informații, pentru îmbunătățirea rezultatelor pe palierul editorial, în spiritul și cu respectarea Legii nr. 41/1994, cu atenție pentru conținutul informativ, cultural, educativ și de divertisment;
- asigurarea controlului procedural și de fond al inițiativelor conducătorilor de compartimente;
- avizarea proiectelor de hotărâri și a deciziilor Consiliului de Administrație, precum și avizarea documentelor de reglementare internă care au fost supuse aprobării Președintelui Director General;
- urmărirea procesului de implementare a obiectivelor derivate din *Prioritățile și Obiectivele Strategice ale Consiliului de Administrație*.

Grilele de program au fost construite pentru îndeplinirea misiunii publice atât prin calitatea producțiilor editoriale, difuzarea de conținut cultural, educativ, informativ și de divertisment, dar și pentru menținerea și creșterea audiențelor înregistrate în anul precedent. Comitetul Director al Societății Române de Radiodifuziune a vizat obținerea unor audiențe bune pentru toate posturile Radio România, obiectiv ce a constituit un reper important al îndeplinirii misiunii publice. Grilele posturilor Societății Române de Radiodifuziune au beneficiat în faza de proiect de o serie de îmbunătățiri, în funcție de informațiile furnizate de studiile de calitate și de audiență. Aceste eforturi, susținute și de Consiliul de Administrație, au condus la modernizarea grilelor de program, care au fost implementate din luna septembrie 2015 (respectând însă principalele repere ale grilelor precedente). Demersul a fost reflectat în creșterile de audiențe puse în evidență de sondajele efectuate în ultima parte a anului.

Au fost parcurse demersurile legale pentru informarea Consiliului Național al Audiovizualului (CNA) în legătură cu orice modificare sau adaptare a grilelor de program.

Radio Chișinău a fost în atenția Comitetului Director, fiind inițiate demersuri pentru identificarea unor soluții de îmbunătățire a emisiei postului în scopul extinderii acoperirii (cu semnal herțian) a teritoriului Republicii Moldova. Rezultatul acestor demersuri, precum și rapoartele întocmite de compartimentele de specialitate din cadrul Societății Române de Radiodifuziune au fost înaintate Consiliului de Administrație în vederea fundamentării deciziilor care privesc mai buna funcționare a Radio Chișinău.

Prezența Societății Române de Radiodifuziune în mediul online a reprezentat o direcție prioritară de acțiune la nivelul Comitetului Director al Societății Române de Radiodifuziune, fiind și unul dintre obiectivele strategice ale instituției. Toate site-urile de reprezentare ale programelor Radio România au înregistrat progrese importante ca audiență online măsurată în număr de utilizatori și vizitatori și s-a îmbunătățit, cu o eficiență reflectată în trafic, în interacțiunea cu principalele canale *social media* (Facebook, Twitter, YouTube etc.). Tot pe palierul online, Comitetul Director a analizat și înaintat către Consiliul de Administrație spre aprobare principalele documente pentru dezvoltarea proiectului special de dezvoltare în online, proiect care urmează să fie concretizat printr-un portal modern. **Un proiect complex, cu funcții multimedia și reprezentare de conținut adaptate la prezentul și viitorul mediului online, cu o reprezentare optim interactivă pentru platformele digitale (computer, tabletă, smartphone etc.) și în rezonanță cu profilul utilizatorului sau vizitatorului.** Raportul de evaluare a domeniilor online ale posturilor Societății Române de Radiodifuziune și Strategia de dezvoltare a unui portal Radio România au fost analizate de Comitetul Director împreună cu managerii posturilor.

Modul de conservare a **arhivelor sonore** aflate în patrimoniul Societății Române de Radiodifuziune, accelerarea ritmului de digitalizare a arhivelor și valorificarea acestora prin editura proprie sau prin parteneriate cu alte organizații au făcut obiectul unor analize și rapoarte de stadiu în cadrul sesiunilor Comitetului Director. Un demers important a fost acela de a demara discuțiile cu principalele organisme

din domeniu pentru o mai bună protejare a patrimoniului arhivistic al Societății Române de Radiodifuziune.

Circumscrișă domeniului editorial, **componenta culturală** a activităților Societății Române de Radiodifuziune a fost prezentă pe agenda de lucru a Comitetului Director în numeroase informări, analize și, după caz, aprobări.

Tot în zona îndeplinirii misiunii publice, cu accent pe zona de cultură, Comitetul Director a aprobat și susținut proiectele GAUDEAMUS care, menținând trendul din anii precedenți, au atins un record de peste 125.000 de vizitatori la Târgul Internațional de carte din luna noiembrie.

În legătură cu **protecția personalului, dar și a patrimoniului** Societății Române de Radiodifuziune, o preocupare constantă a fost monitorizarea implementării măsurilor de protecție în cazul apariției unor **situații de urgență**, măsuri care au fost corelate cu procedurile și analizele făcute de Inspectoratul pentru Situații de Urgență “Dealul Spirii” București-Ilfov. Toate măsurile impuse de acest domeniu au fost respectate și implementate, Societatea Română de Radiodifuziune numărându-se printre puținele instituții din București care au avut toate avizele necesare, inclusiv pentru funcționarea sălii de concerte “Mihail Jora”.

În fundamentarea dispozițiilor sale, Comitetul Director a consultat permanent Direcția Economică, s-a asigurat că toate dispozițiile aprobate optimizează costurile și contribuie la menținerea echilibrului bugetar la nivelul societății. Achizițiile aprobate de către Comitetul Director, precum și proiectele și evenimentele culturale/editoriale aprobate au fost avizate de către Direcția Economică și de către Serviciul Juridic și s-au încadrat în parametrii bugetari stabiliți prin bugetul anual aprobat de Consiliul de Administrație. În cele mai multe cazuri, valorile achizițiilor prevăzute inițial în Programul Anual al Achizițiilor Publice au fost ajustate/diminuate de Comitetul Director în momentul aprobării, în sensul adaptării acestora la studiile recente de piață, ceea ce a contribuit la realizarea unor importante economii.

Prin activitatea sa, **Comitetul Director** a contribuit la un bun echilibru bugetar al Societății Române de Radiodifuziune, la menținerea și creșterea audiențelor, la dezvoltarea prezenței în mediul online și la buna administrare și protejare a patrimoniului instituției.

ECONOMIC ȘI FINANCIAR

Activitatea economică din Societatea Română de Radiodifuziune s-a desfășurat în scopul asigurării suportului necesar îndeplinirii, în condiții optime, a politicilor editoriale ale serviciului public de radiodifuziune, cu respectarea prevederilor de ordin legislativ și în considerarea **obiectivelor strategice** definite de Consiliul de Administrație al SRR pentru perioada 2015-2018.

Prin **gestionarea cu maximă responsabilitate** a resurselor financiare disponibile, politica economico-financiară a Societății Române de Radiodifuziune a vizat cu prioritate **asigurarea stabilității financiare și a echilibrului bugetar**, continuând în anul 2015 seria rezultatelor economice pozitive obținute în ceea ce privește îndeplinirea Țintelor stabilite pentru acest domeniu.

În cadrul compartimentelor de resort din SRR au fost efectuate atât **activități de planificare bugetară** pe capitole și de **monitorizare permanentă a execuției** veniturilor și cheltuielilor, cât și **analize și raportări periodice** (lunare și trimestriale) privind realizarea principalilor indicatori economico-financiar, astfel ca, pe durata exercițiului financiar încheiat, să poată fi menținută o **diferență pozitivă între venituri și cheltuieli**.

În plus, activitățile din domeniul economico-financiar au urmărit:

- realizarea corectă și la timp a contractelor economice, prin monitorizarea permanentă a derulării acestora;
- achitarea în termenele legale sau contractuale a tuturor obligațiilor de plată ale SRR.

Factorii principali care, pe parcursul anului 2015, au determinat rezultatele obținute au fost:

- creșterea** valorii încasărilor din taxa radio și publicitate

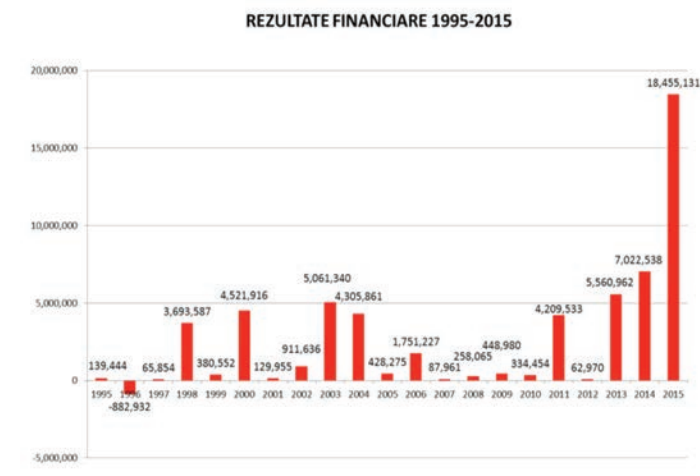
față de nivelul planificat;

- menținerea** cheltuielilor proprii la același nivel sau **reducerea** lor, acolo unde a fost posibil.

Coordonarea eforturilor pentru menținerea stabilității financiare a SRR a fost asigurată cu ajutorul **cadrelor procedurale existente** și a **setului de măsuri și acțiuni specifice privind încadrarea cheltuielilor în plafoanele de finanțare aprobate**, astfel:

- repartizarea bugetului instituției pe compartimente și responsabilizarea acestora în angajarea cheltuielilor, cu respectarea disciplinei financiare și numai pe măsura asigurării resurselor;
- respectarea Programului Anual de Achiziții Publice atât în ceea ce privește categoriile de produse, cât și nivelurile valorice planificate;
- aplicarea procedurilor de achiziții publice de bunuri și servicii, conform legii și cu încadrarea în fondurile disponibile;
- analizarea periodică a stocurilor de materiale și reducerea nivelului și valorii acestora;
- identificarea și reducerea cheltuielilor neeconomice și eliminarea posibilității de a face cheltuieli nejustificate - prin exercitarea controlului financiar preventiv propriu asupra fiecărui document prin care se angajează patrimonial SRR;
- armonizarea politicilor financiar-contabile la nivelul instituției;
- angajarea cheltuielilor numai după efectuarea activităților de avizare preventivă privind respectarea criteriilor legale

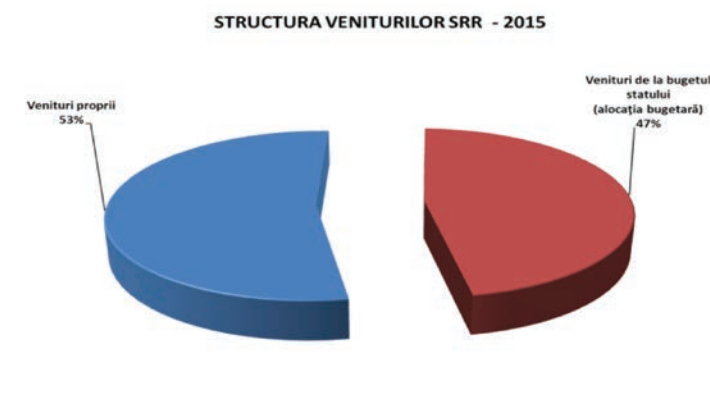
Administrarea eficientă a resurselor financiare ale SRR, ca o coordonată definitorie a domeniului economic, a permis încadrarea în limitele de cheltuieli prevăzute de Bugetul de venituri și cheltuieli aprobat pentru anul 2015 și înregistrarea celui mai bun rezultat financiar din ultimii 20 ani, așa cum reiese din grafic:



Raportat la anul precedent, valoarea **veniturilor totale** ale SRR a înregistrat o creștere de 1 %, respectiv 4.070.699 lei.

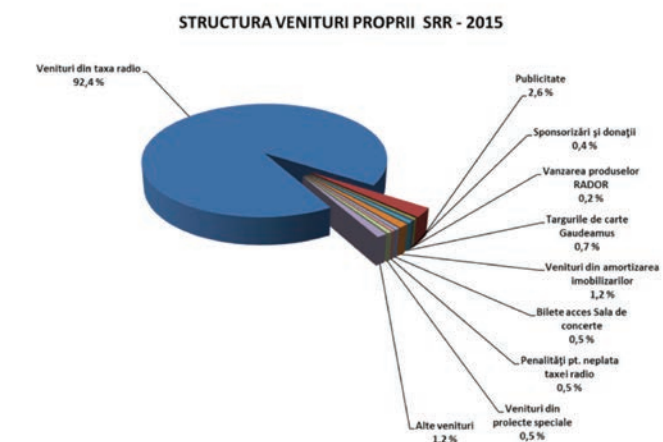
Structura pe **surse de proveniență** a veniturilor totale ale SRR în anul 2015 este prezentată valoric și grafic după cum urmează:

- venituri proprii 223.767.197 lei
- venituri de la bugetul de stat 195.529.157 lei



Veniturile proprii ale SRR au fost realizate din următoarele surse:

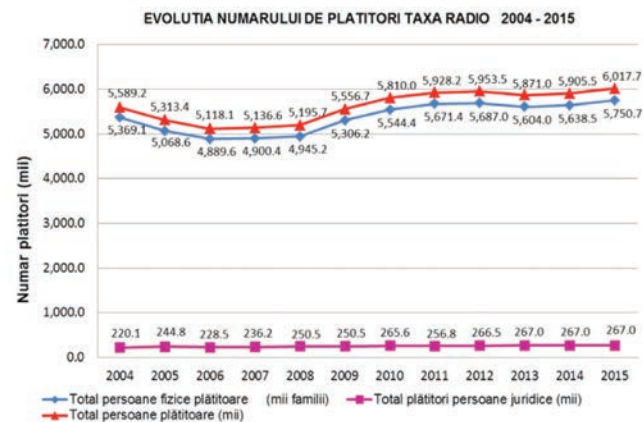
- taxa pentru serviciul public de radiodifuziune 206.731.871 lei
- publicitate 5.718.800 lei
- sponsorizări și donații 869.745 lei
- vânzarea produselor RADOR 472.125 lei
- târgurile de carte GAUDEAMUS 1.482.461 lei
- penalități pentru neplata taxei radio 1.013.464 lei
- bilete acces Sala de concerte 1.044.479 lei
- venituri din amortizarea immobilizărilor finanțate din credite bugetare sau finanțări externe 2.607.818 lei
- venituri din proiecte speciale 1.176.750 lei
- alte venituri 2.649.684 lei



Principala sursă de venit a SRR o constituie **taxa pentru serviciul public** de radiodifuziune care reprezintă peste **49%** din totalul veniturilor și peste **92%** din veniturile proprii ale Societății Române de Radiodifuziune.

Corespunzător numărului actual de plătitori și nivelului taxei lunare pe categorii de plătitori, media lunară a veniturilor din taxa radio înregistrate în anul 2015 a fost cu **2%** mai mare față de anul 2014 (aprox. 381 mii lei). În structura pe categorii de plătitori, 84% provin de la persoanele fizice și 16% de la persoanele juridice.

Evoluția pe ani a numărului de plătitori persoane fizice și juridice se regăsește în graficul următor:



Din păcate, tot mai multe persoane juridice, îndeosebi cele care nu au contract de furnizare a energiei electrice încheiat cu unul dintre mandatarii SRR, declară că nu beneficiază în mod efectiv de serviciul public de radiodifuziune deoarece fie nu dețin receptoare radio, fie susțin că „nu au calitatea de beneficiar al serviciului public de radiodifuziune”, apreciind, în actualul context legislativ, ca „nelegală obligația persoanelor juridice de a plăti taxa lunară pentru serviciul public de radiodifuziune”, pe considerentul că dreptul constituțional la informare nu poate fi transformat într-o obligație.

Aceste aspecte au fost constatate și de auditorii Curții de Conturi a României, care, în rapoartele întocmite cu ocazia controlului efectuat la Societatea Română de Radiodifuziune în anul 2015, au concluzionat că sunt necesare revizuirea și modificarea prevederilor Legii nr. 41/1994 și a HG 977/2003 în vederea reglementării statutului juridic al SRR, respectiv identificării soluției celei mai avantajoase pentru SRR în ce privește atât modul de colectare a sumelor din taxa radio, cât și reflectarea corectă și reală a veniturilor și creanțelor care au izvorât din neplata la timp a taxei pentru serviciul public de radiodifuziune.

Din această perspectivă, dar și sub imperativul reglementărilor europene în ce privește liberalizarea pieței de energie electrică, SRR a continuat programele proprii de atragere a veniturilor suplimentare, implementate de către compartimentul de resort prin acțiuni concrete care au vizat:

- păstrarea și recâștigarea clienților, dar și atragerea în plată a celor care nu au încheiate contracte de furnizare

a energiei electrice cu unul din mandatarii SRR;

- recuperarea creanțelor de natura taxei radio rezultate din facturile societăților mandatare, neîncasate odată cu contravaloarea energiei electrice;
- extinderea colaborării cu toți furnizorii de energie electrică în ceea ce privește colectarea taxei pentru serviciul public de radiodifuziune.

Veniturile din publicitate, reprezentând 2,6 % din veniturile proprii și 1,4 % din veniturile totale ale SRR, au înregistrat o **creștere cu 1.128.015 lei (24,6%)** comparativ cu anul 2014.

O a doua sursă de venit ca importanță au constituit-o, ca în fiecare an, **creditele bugetare alocate prin bugetul de stat**, potrivit prevederilor art. 41 și 42 din Legea nr. 41/1994.

În cuantum total de **195.529.157 lei**, veniturile de la bugetul de stat în anul 2015 au avut următoarea structură de alocare:

- 169.826.406 lei plata pentru închirierea stațiilor și circuitelor datorată agenților economici din sistemul comunicațiilor (Societatea Națională de Radiocomunicații);
- 8.336.526 lei pentru funcționarea postului Radio România Internațional;
- 16.166.225 lei pentru funcționarea Direcției Formații Muzicale;
- 1.200.000 lei pentru funcționarea postului de radio Radio Chișinău.

Este pentru al treilea an consecutiv când pentru funcționarea postului de radio **Radio Chișinău** au fost primite fonduri din alocație bugetară. În acest sens, în anul 2015, SRR a încheiat un contract de finanțare cu SC PAJURA ALBĂ SRL, societate care deține postul de radio. Realizarea contractului de finanțare, plata tranșelor lunare, urmărirea cheltuielilor efectuate și verificarea documentelor justificative prezentate de beneficiar pentru decontare au fost activități în responsabilitatea compartimentului de resort din cadrul SRR.

Până la încheierea exercițiului bugetar 2015, **plățile** efectuate de SRR din creditele bugetare aprobate au fost utilizate **conform destinațiilor** prevăzute în Legea nr. 41/1994, **gradul de utilizare** a fondurilor fiind de **99,93 %**.

Cheltuielile totale înregistrate în anul 2015 de Societatea Română de Radiodifuziune au fost în valoare de 396.659.175 lei, reprezentând o **scădere cu 2,4 %** față de cheltuielile

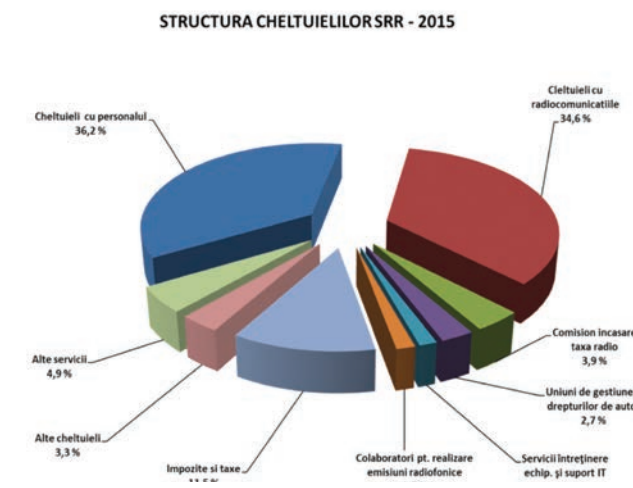
realizate în anul 2014. Chiar și în aceste condiții, SRR a continuat să fie unul dintre susținătorii majori ai creatorilor și artiștilor naționali, remunerația achitată în anul 2015 uniunilor de gestiune colectivă a drepturilor de autor și conexe (UCMR-ADA, CREDIDAM, UPFR, COPY-RO etc). depășind 10,5 milioane de lei (2,7% din totalul cheltuielilor efectuate).

În structură, cheltuielile efectuate de Societatea Română de Radiodifuziune se prezintă astfel:

- Cheltuieli cu personalul: 143.496.879 lei
- Cheltuieli cu materiale și servicii 194.609.755 lei, din care:
 - cheltuieli cu radiocomunicațiile: 137.327.192 lei
 - comision încasare taxa radio 15.483.847 lei
 - uniuni de gestiune a drepturilor de autor 10.555.687 lei
 - servicii support IT 5.759.028 lei
 - colaboratori pentru realizarea emisiunilor radiofonice 5.993.653 lei
 - alte servicii 19.490.348 lei

- Impozite și taxe: 45.523.644 lei
- Alte cheltuieli: 13.028.897 lei

Ponderile principalelor categorii de cheltuieli sunt prezentate prin intermediul graficului următor:



SITUAȚIILE FINANCIARE ALE SOCIETĂȚII ROMÂNE DE RADIODIFUZIUNE LA 31 DECEMBRIE 2015

Situațiile financiare ale SRR la 31.12.2015 au fost întocmite în conformitate cu cadrul legal de raportare financiară aplicabil în România și cu respectarea principiilor legalității și regularității, pentru a oferi o imagine reală și fidelă a poziției financiare, a performanței și a celorlalte informații referitoare la activitatea postului public de radio.

La finele anului 2015 valoarea **activelor SRR** a crescut comparativ cu anul 2014, mai ales ca urmare a majorării disponibilităților aflate în depozite bancare la termen, așa cum rezultă din tabelul următor:

ACTIVE	2014 (lei)	2015 (lei)
Active imobilizate (în valori nete)	113.690.249	113.638.841
I. Imobilizări necorporale	573.635	411.527
II. Imobilizări corporale	109.834.184	109.938.528
III. Imobilizări financiare	3.282.430	3.288.786
Active circulante	77.471.798	97.696.404
I. Stocuri	1.737.657	1.820.538
II. Creanțe	30.101.152	30.563.761
III. Investiții financiare pe termen scurt	29.746.290	54.400.866
IV. Casa și conturi la bănci	15.886.699	10.911.239
Cheltuieli în avans	417.276	505.462
TOTAL ACTIVE	191.579.323	211.840.707

Comparativ cu anul 2014, **pasivele** Societății Române de Radiodifuziune se prezintă conform următorului tabel:

PASIVE	2014 (lei)	2015 (lei)
Datorii ce trebuie plătite într-o perioadă de până la un an	31.734.363	29.494.828
Datorii ce trebuie plătite într-o perioadă mai mare de un an	0	53.770
Provizioane	4.440.724	7.663.597
Venituri în avans	13.190.574	10.728.948
- subvenții pentru investiții	13.168.268	10.534.034
- venituri înregistrate în avans	22.306	194.914
Capitaluri proprii	141.434.145	163.120.047
I. Capital	6.828.064	6.828.064
II. Prime de capital	-	-
III. Rezerve din reevaluare	93.498.596	96.626.857
IV. Rezerve	34.401.266	41.273.791
V. Rezultatul reportat	1.378.100	1.480.610
VI. Profit	7.022.538	18.455.131
Repartizarea profitului	1.694.419	1.544.406
Patrimoniul public	779.517	779.517
TOTAL PASIVE	191.579.323	211.840.707

Creșterea valorii capitalurilor proprii ale SRR în anul 2015 cu 21.685.902 lei a avut ca principale premise:

- reevaluarea la 31.12.2015 a terenurilor și clădirilor aflate în proprietatea, administrarea și folosința SRR, conducând la creșterea rezervelor din reevaluare cu suma de 3.128.261 lei;
- valoarea profitului realizat în 2015 comparativ cu anul 2014;
- creșterea în anul 2015 a valorii rezervelor cu 6.872.525 lei, prin repartizarea la rezerve a sumei de 5.328.119 lei

din profitul anului 2014 și a sumei de 1.544.406 lei din facilități fiscale (profit reinvestit).

Societatea Română de Radiodifuziune a încheiat anul 2015 înregistrând un **profit contabil brut în cuantum de 22.637.179 lei**, ca diferență între veniturile totale realizate în sumă de 419.296.354 lei și cheltuielile totale efectuate în valoare de 396.659.175 lei. **Profitul net** înregistrat a fost de **18.455.131 lei**.

Situația este prezentată în **Contul de profit și pierdere**, care la finele anului 2015 se prezintă astfel:

INDICATORI FINANCIARI REALIZAȚI	2014	2015
1 Venituri din exploatare	414.288.871	418.574.244
2 Cheltuieli de exploatare	406.171.436	396.474.045
3 Profitul din exploatare (1-2)	8.117.435	22.100.199
4 Venituri financiare	936.784	722.110
5 Cheltuieli financiare	242.493	185.130
6 Profitul financiar (4-5)	694.291	536.980

7 Venituri totale (1+4)	415.225.655	419.296.354
8 Cheltuieli totale (2+5)	406.413.929	396.659.175
9 Profitul brut (7-8)	8.811.726	22.637.179
10 Impozitul pe profit	1.789.188	4.182.048
11 Profitul net al exercițiului financiar (9-10)	7.022.538	18.455.131

VENITURI

Veniturile din exploatare în sumă de 418.574.244 lei, se compun din:

	2014	2015
a. Venituri proprii	217.811.008	221.868.337
b. Venituri de la bugetul statului (alocația bugetară)	195.387.253	195.529.157
c. Venituri aferente proiectelor speciale	1.090.610	1.176.750
TOTAL	414.288.871	418.574.244

Veniturile financiare în sumă totală de 722.110 lei, reprezintă venituri proprii și provin din:

	2014	2015
a. Venituri din dobânzi bancare	654.526	408.430
b. Alte venituri financiare	282.258	313.680
TOTAL	936.784	722.110

CHELTUIELI

Cheltuielile de exploatare în valoare de 396.474.045 lei, în structură se prezintă astfel:

	2014	2015
a. Cheltuieli cu materialele	3.630.375	3.556.157
b. Cheltuieli cu utilitățile	3.389.185	3.249.589
c. Cheltuieli aferente produselor vândute (CD, audio-book)	155.239	184.127
d. Cheltuieli cu personalul inclusiv colaboratori persoane fizice	147.417.595	143.496.879
e. Ajustări pentru creanțe incerte	690.735	294.103
f. Cheltuieli cu impozite și taxe	47.438.820	45.523.644
g. Cheltuieli cu lucrări și servicii prestate de terți	193.220.082	187.804.009
h. Cheltuieli cu amortizările	6.626.269	6.428.134
i. Alte cheltuieli de exploatare	2.698.922	2.714.530
j. Ajustări din provizioane	904.214	3.222.873
TOTAL	406.171.436	396.474.045

Cheltuieli financiare de 185.130 lei au următoarea componență:

	2014	2015
- cheltuieli din diferențe de curs valutar	228.681	176.525
- cheltuieli cu dobânzile	13.812	8.605
TOTAL	242.493	185.130

Prezentarea în detaliu a veniturilor:

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

veniturile proprii realizate, în sumă de 221.868.337 lei, au avut următoarele surse:

	2014	2015
- venituri din taxa pentru serviciul public de radiodifuziune	203.030.371	206.731.871
- venituri din publicitate	4.590.785	5.718.800
- venituri din sponsorizări și donații	982.054	869.745
- venituri din valorificarea produselor RADOR	405.892	472.125
- venituri din chirii (GAUDEAMUS)	1.444.916	1.482.461
- venituri din vânzare produse (CD, audio-book)	247.825	282.145
- venituri din vânzare bilete concerte	1.177.996	1.044.479
- venituri din mesaje muzicale	115.148	105.588
- venituri din penalități taxa radio	1.060.632	1.013.464
- venituri din prestații și colaborări	420.460	475.539
- alte venituri din exploatare	4.334.929	3.672.120
<i>din care: venituri din amortizarea imobilizărilor primite din credite bugetare, finanțări externe</i>	<i>3.057.412</i>	<i>2.607.818</i>
TOTAL	217.811.008	221.868.337

veniturile de la bugetul statului (creditele bugetare) - 195.529.157 lei, au avut următoarele destinații:

	2014	2015
- pentru plata serviciilor S.N.Radiocomunicații	169.387.600	169.826.406
- pentru funcționarea Direcției Formații Muzicale	15.741.674	16.166.225
- pentru realizarea și difuzarea emisiunilor Radio România Internațional	9.057.979	8.336.526
- pentru funcționarea Radio Chișinău	1.200.000	1.200.000
TOTAL	195.387.253	195.529.157

Venituri aferente proiectelor speciale

Pe parcursul anului, în Societatea Română de Radiodifuziune au fost derulate mai multe proiecte cu surse externe de finanțare, valoarea acestora s-a ridicat la suma de 1.176.750 lei, dintre care amintim:

- Proiectul Euranet (postul Radio România Internațional)
- Proiect Fundația Comunitas (Studioul Regional Târgu Mureș)

Prezentarea în detaliu a cheltuielilor:

Cheltuieli de exploatare:

a. Cheltuieli materiale în sumă de 3.556.157 lei, din care:

	2014	2015
- materiale, piese de schimb, combustibil, rechizite consumate	2.786.360	2.719.452
- alte cheltuieli materiale - obiecte de inventar	750.242	748.495
- materiale nestocate	93.773	88.210
TOTAL	3.630.375	3.556.157

b. Cheltuieli cu utilitățile:

	2014	2015
- cheltuieli cu energia electrică, gaze, apă	3.389.185	3.249.589

c. Cheltuieli privind produsele vândute (CD, audio-book) în sumă de 184.127 lei provin din descărcarea gestiunii de produse radio, prin valorificarea acestora

	2014	2015
- cheltuieli aferente produselor vândute (cărți, CD, audio-book)	155.239	184.127

d. Cheltuieli cu personalul inclusiv colaboratori persoane fizice în sumă de 143.496.879 lei, din care:

	2014	2015
- cheltuieli cu salariile personalului	109.161.068	110.553.446
- cheltuieli privind participarea salariaților la profit	637.654	607.424
- cheltuieli contribuții sociale aferente salariilor	29.725.230	25.804.997
- cheltuieli protecție socială	2.597.861	1.459.254
- cheltuieli cu tichetele de masă	4.304.854	4.177.743
- cheltuieli convenții civile dependente persoane fizice	990.928	894.015
TOTAL	147.417.595	143.496.879

e. Ajustări pentru creanțe incerte:

	2014	2015
- Diferența dintre veniturile din ajustările, realizate la finele anului precedent și cheltuielile cu ajustările înregistrate la finele anului curent pentru acoperirea riscurilor de neîncasare a clienților și debitorilor incerți. Ajustări realizate potrivit principiilor contabile.	690.735	294.103

f. Cheltuielile cu impozite și taxe în valoare de 45.523.644 - lei, din care:

	2014	2015
- impozite clădiri, terenuri	630.984	623.057
- taxe auto	29.772	13.835
- impozite spectacol	32.161	38.372
- TVA	46.188.805	44.305.726
- alte taxe	557.098	542.654
TOTAL	47.438.820	45.523.644

g. Cheltuielile cu lucrări și servicii prestate de terți în valoare 187.804.009 -lei, din care:

	2014	2015
- reparații clădiri	48.458	29.361
- reparații auto	109.011	123.150
- chirii	2.040.657	1.832.291
- comision pentru încasarea taxei radio	15.300.145	15.483.847
- publicitate și promovare imagine	891.365	1.155.254
- primiri de oaspeți	102.847	232.836
- deplasări în țară și străinătate	2.590.711	2.106.355
- stații și circuite pentru radiodifuzare	136.602.903	137.327.192
- telefoane și circuite telefonice pentru transmisii	3.448.399	1.890.384
- transmisii prin satelit	2.808	4.257
- servicii de pază	161.597	97.303
- abonamente agenții de știri	316.392	302.934
- abonamente presă internă și externă	35.162	19.928
- servicii bancare	256.788	207.847
- servicii întreținere echip. și servicii suport IT	6.620.276	5.759.028
- cesiunea drepturilor de autor și servicii conexe pentru realizarea de emisiuni, persoane juridice	767.991	637.333

- cesiunea drepturilor de autor și servicii conexe/ contracte civile prestări servicii PFA	1.581.479	1.076.390
- cheltuieli cu drepturi de autor și contracte/convenții civile indendente persoane fizice	4.600.170	4.279.930
- prestații artistice Festivalul RadiRo	2.704.040	0
- alte lucrări și servicii prestate de terți	3.243.869	3.195.613
- uniuni de gestiune colectivă a drepturilor de autor și conexe	10.437.091	10.555.687
- drepturi de transmisii sportive	1.357.923	1.487.089
TOTAL	193.220.082	187.804.009

h. Cheltuieli cu amortizările în valoare de 6.428.134 lei reprezintă cota parte din valoarea imobilizărilor trecute pe costuri, în conformitate cu prevederile Legii nr. 15/1994 privind amortizarea capitalului imobilizat în active corporale și necorporale.

	2014	2015
- cheltuieli cu amortizările	6.626.269	6.428.134

i. Alte cheltuieli de exploatare, în sumă de 2.714.530 -lei, se compun din:

	2014	2015
- despăgubiri, amenzi, penalități	14.825	48.952
- premii concursuri radiofonice	327.545	322.517
- cotizații organizații interne și internaționale	1.004.057	785.973
- alte cheltuieli de exploatare	1.309.077	1.557.088
TOTAL	2.698.922	2.714.530

j. Ajustări din provizioane:

	2014	2015
- Diferența dintre veniturile din provizioane, constituite la finele anului precedent și cheltuielile cu provizioanele create la finele anului curent pentru acoperirea riscurilor din litigii în curs. Provizioane constituite potrivit principiilor contabile.	904.214	3.222.873

Cheltuieli financiare:

	2014	2015
- cheltuieli din diferențe de curs valutar	228.681	176.525
- cheltuieli cu dobânzile	13.812	8.605
TOTAL	242.493	185.130

UTILIZAREA ALOCAȚIEI BUGETARE PE ANUL 2015

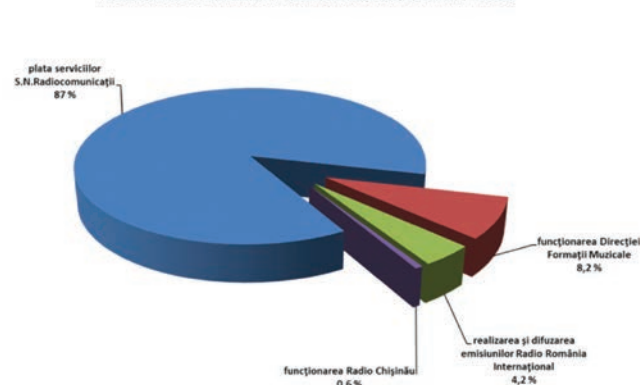
Potrivit art. 41 și art. 42 din Legea nr. 41/1994, prin legea bugetară anuală se aprobă fondurile de la bugetul de stat alocate Societății Române de Radiodifuziune pentru acoperirea integrală a cheltuielilor cu stațiile de emisie, a radioreleelor și a circuitelor fonice, datorate agenților economici din sistemul comunicațiilor, pentru finanțarea necesară producerii și difuzării emisiunilor radiofonice adresate străinătății, precum și pentru finanțarea necesară acoperirii cheltuielilor Direcției Formații Muzicale.

Pentru aceste domenii de activitate, Societatea Română de Radiodifuziune a primit în anul 2015, prin Legea bugetului de stat nr. 186/2014, credite bugetare în valoare de 195.848.000 lei.

Plățile efectuate de SRR, din creditele aprobate, au fost de 195.709.329 lei, din care:

- 170.282.322 lei către Societatea Națională de Radiocomunicații pentru servicii de închiriere a stațiilor și circuitelor fonice
- 8.248.000 lei pentru funcționarea Radio România Internațional
- 15.979.007 lei pentru funcționarea Direcției Formații Muzicale
- 1.200.000 lei pentru funcționarea postului de radio Radio Chișinău

MODUL DE UTILIZARE A CREDITELOR BUGETARE - 2015



În vederea realizării **Planului de Investiții** (aprobat prin HCA nr. 181/28.01.2015, modificat și actualizat prin HCA nr. 199/14.05.2015 și HCA nr. 217/21.10.2015), precum și a **Programului Anual al Achizițiilor Publice**, pentru anul 2015 au fost alocate fonduri în valoare de 8.431.595 lei, fiind inițiate și derulate proceduri de achiziție publică și atribuite contracte de furnizare a bunurilor cu următoarele destinații:

- echipamente de studio portabile și conexe;
- echipamente IT și dezvoltări software;
- instrumente muzicale;
- ascensoare, pentru înlocuirea celor ce nu mai corespund normelor ISCIR;
- alte echipamente și utilaje.

Toate procedurile s-au derulat cu respectarea prevederilor legale în materie, echipamentele contractate fiind livrate și plătite.

Nu au fost depuse contestații și nu s-au înregistrat cazuri de proceduri de achiziții anulate.

Pe tot parcursul perioadei supuse raportării, respectarea legislației și a reglementărilor interne în vigoare au constituit reperul activităților derulate în SRR în domeniul economico-financiar, astfel:

- elaborarea și fundamentarea proiectului de buget propriu s-au efectuat în conformitate cu prevederile legale în vigoare;
- angajarea, lichidarea, ordonanțarea și plata cheltuielilor s-au făcut cu respectarea dispozițiilor legale, în limita creditelor bugetare aprobate și repartizate și numai în legătură cu activitatea SRR; angajarea și utilizarea creditelor bugetare s-au efectuat pe baza bunei gestiuni financiare;
- a fost asigurată integritatea bunurilor din domeniul public al statului utilizate de SRR;
- situațiile financiare au fost întocmite în conformitate cu cadrul legal de raportare financiară aplicabil, și în cadrul acestora a fost asigurată prezentarea fidelă a bunurilor aflate în administrare precum și utilizarea creditelor bugetare alocate;
- a fost organizat sistemul de monitorizare a programului de achiziții publice și a planului de investiții;

- evidența patrimoniului a fost organizată conform prevederilor legale;
- a fost organizat, implementat și menținut un sistem de control intern corespunzător pentru întocmirea și prezentarea corectă și fidelă a situațiilor financiare;
- s-au monitorizat cu regularitate performanțele financiare și nefinanciare ale entităților din interiorul SRR.

În cursul anului 2015, au fost noi reglementări interne, dintre care amintim:

- *Normele metodologice privind organizarea și exercitarea controlului financiar preventiv propriu în SRR;*
- *Metodologia privind calcularea costului de producție și stabilirea prețului de vânzare pentru produsele Editurii „Casa Radio”;*
- armonizarea *Manualului de Politici Contabile* al SRR cu noile prevederi cuprinse în OMFP nr. 1.802/2014 pentru aprobarea Reglementărilor contabile privind situațiile financiare anuale individuale și situațiile financiare consolidate.

Rapoartele încheiate în urma acțiunilor de control din cursul anului 2015 ale Curții de Conturi și Ministerului Finanțelor Publice – DGIEF au semnalat aspecte care, în opinia auditorilor, constituie carențe, inadvertențe sau imperfecțiuni de ordin legislativ (regăsite și în rapoartele din anii anteriori), precum și unele aspecte legate de perfecționarea cadrului procedural intern, în urma cărora s-au dispus măsuri de remediere. Dintre acestea menționăm:

- continuarea demersurilor necesare, atât în vederea modificării anexei nr. 1 a Legii nr. 41/1994 *privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și Societății Române de Televiziune*, cât și a actualizării informațiilor cuprinse în inventarul bunurilor din domeniul public al statului cuprins în HG

nr. 1705/2005, astfel încât acestea să reflecte o imagine fidelă a bunurilor din domeniul public al statului utilizate de către Societatea Română de Radiodifuziune;

- întreprinderea, de către managementul SRR, a demersurilor în vederea elaborării unei „proceduri interne cu privire la documentele care se întocmesc, a circuitului acestora și responsabilităților privind înregistrarea și ștergerea în/din evidența SRR, precum și păstrarea bunurilor culturale mobile din arhiva sonoră a Societății Române de Radiodifuziune”.

Pentru a fi duse la îndeplinire măsurile dispuse de Curtea de Conturi și de Ministerul Finanțelor Publice, singurele instituții cu competențe în actualizarea cadrului legal referitor la organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune sunt Parlamentul și, în anumite situații concrete, Guvernul României.

În acest context, în cursul anului 2015, Societatea Română de Radiodifuziune a făcut demersuri către cele două comisii de cultură din Parlamentul României, precum și către Ministerul Finanțelor Publice în vederea demarării unei inițiative legislative care să presupună actualizarea inventarului bunurilor din domeniul public al statului aflate în administrare/folosința SRR.

Respectarea principiilor legalității, regularității, economicității, eficienței și eficacității în modul de administrare a patrimoniului, precum și consecvența și responsabilitatea manifestate în exercitarea atribuțiilor din domeniul economico-financiar, au constituit tot atâtea avantaje ce au determinat evoluția pozitivă a serviciului public de radio, în concordanță cu scopul, misiunea și obiectivele prevăzute în actele normative în vigoare care reglementează activitatea Societății Române de Radiodifuziune.

EDITORIAL

Activitatea editorială a Societății Române de Radiodifuziune în anul 2015 s-a raliat obiectivului de menținere și întărire a poziției incontestabile de lider național în topul celor mai ascultate radiouri, concomitent cu deschiderea spre noile mijloace de acces la conținuturile editoriale.

Societatea Română de Radiodifuziune are în componență mai multe structuri cu roluri editoriale, de furnizor de conținut și de suport, coordonate din punct de vedere al strategiei editoriale de către Direcția de Programe:

- posturi naționale – Radio România Actualități, Radio România Cultural, Radio România Muzical, Antena Satelor, Radio 3Net Florian Pittiș;
- posturi regionale – Radio România București FM, Radio România Cluj (cu posturile locale Sighet și Sibiu), Radio România Constanța, Radio România Oltenia-Craiova, Radio România Iași, Radio România Reșița, Radio România Târgu Mureș, Radio România Timișoara (cu postul local Arad);
- posturi internaționale – Radio România Internațional și Radio Chișinău.

În cadrul Direcției de Programe se regăsesc structuri cu rol de furnizor de conținut pentru posturile de radio, între care menționăm:

- Redacția Minorități;
- Agenția de Presă RADOR;
- rețelele proprii de corespondenți în țară și în străinătate;

Obiectivul principal al posturilor noastre de radio a fost **creșterea ofertei de conținut și adaptarea acesteia la cerințele actuale**, în concordanță cu obiceiurile de ascultare și cu evoluția la nivel național și internațional a pieței radio. În acest sens, **strategia editorială** a urmărit modernizarea structurilor de program pe baza datelor de audiență ale fiecărui post de radio, astfel încât programele radio să corespundă cerințelor ascultătorilor. De asemenea, strategia editorială a avut în vedere ca posturile de radio ale Societății Române de Radiodifuziune să fie complementare pentru ca publicul să poată alege programul care se circumscrie cel mai bine nevoilor și preocupărilor sale.

Punctul de referință al posturilor în 2015 și elementul care pune în evidență atributul de serviciu public al Radio România este **specificul local/regional**, reprezentat de știri, emisiuni și corespondențe transmise din țară sau din străinătate.

Strategia editorială a urmărit și prin programele Radio

România Internațional furnizarea de conținut util pentru românii care trăiesc și muncesc în străinătate, astfel încât aceștia să fie permanent informați despre ceea ce se întâmplă în țară.

Trebuie menționat faptul că Radio România a reușit să se mențină ca o **sursă de informații credibilă**, jurnaliștii Societății Române de Radiodifuziune fiind prezenți în toate zonele de interes pentru ascultători, asigurând cu echidistanță și obiectivitate informarea ascultătorilor.

În acord cu misiunea publică și în direcția respectării obligațiilor ce revin SRR conform statutului său, cu prilejul sărbătorilor naționale, identitare, religioase, culturale, istorice, toate posturile Radio România au marcat importanța acestor evenimente prin adaptarea grilelor de programe, realizarea unor emisiuni și transmisiuni în direct, contribuind și pe această cale la menținerea coeziunii naționale. Formulele editoriale abordate cu aceste prilejuri au vizat în principal identificarea celor mai potrivite modalități de exprimare, astfel încât semnificația mesajului transmis să fie receptată la nivelul publicului larg.

În continuare sunt prezentate principalele linii de acțiune pentru fiecare post și redacție în parte.

Radio România Actualități

Reprezintă cel mai important post de radio din cadrul Societății Române de Radiodifuziune, fiind unicul post din țară cu acoperire de aproape 98% din teritoriul național. Emite 24 de ore din 24, 7 zile din 7 și are cea mai extinsă rețea de corespondenți interni, externi precum și trimiși speciali în zone de conflict.

Audiența zilnică înregistrată de Radio România Actualități la nivel național a fost pe parcursul anului 2015 de aproape două milioane de ascultători (1.956.000 de ascultători), ceea ce-l situează în poziția unuia dintre cei mai importanți vectori de informare și formare din mass-media românească.

Radio România Actualități a oferit publicului său programe complexe de știri, dar și programe cu conținut social, cultural, politic, economic, sportiv și de divertisment.

Pentru Radio România Actualități, ca post cu anvergură națională, prioritatea anului 2015 a constituit-o menținerea unei audiențe ridicate, în condițiile respectării misiunii publice, și adaptarea politicilor editoriale în acord cu așteptările și cerințele ascultătorilor.



HORIA TECAU, UN PROASPĂT NUMĂR UNU ÎN ELITISTA LUME A TENISULUI, INVITATUL EMISIUNII "CONTRACRONOMETRU" DE LA RADIO ROMÂNIA ACTUALITĂȚI

Obiectivele editoriale al anului 2015:

- creșterea audienței la nivel urban, precum și atragerea publicului tânăr au reprezentat principalele obiective ale postului, acestea regăsindu-se și în strategia generală a corporației. Susținerea editorială pentru atingerea acestor obiective a presupus continuarea modernizării și restructurării programelor radio pe orizontala grilei, pentru a răspunde mai bine cerințelor exigente de pe o piață pe care oferta este bine reprezentată, iar concurența pe măsură.
- modernizarea grilei de program, elaborată pentru a

răspunde necesităților de informare a publicului fidel, dar și pentru a determina întinerirea acestuia prin atragerea de noi categorii de ascultători, cu vârste spre 35-45 de ani.

Toate aceste eforturi au condus la stabilizarea și întărirea audienței postului. Astfel, unul dintre principalele repere de audiență, cota de piață (Market share – MS), susține poziționarea Radio România Actualități pe locul întâi, atât la nivel național (MS 14,3%), cât și la nivel urban (MS 14,7%) și, în același timp, o foarte bună poziție în București (MS 13,4%).

Repere editoriale maxime în anul 2015:

- **Matinal**, Radio România Actualități – una dintre cele mai ascultate și apreciate emisiuni, cu peste un milion de ascultători zilnic și o cotă de piață de aproape 15%;
- **Prietenii de la 10** și **Probleme la zi** – emisiuni de maximă audiență.

Ascultătorii Radio România Actualități au putut urmări transmisiuni în direct sau interviuri, reportaje, relatări de la cele mai importante evenimente mondiale ale lumii sportului:

- turneele de tenis de la Roland Garros, US Open, Turneul Campionilor;
- Campionatul european de gimnastică;
- Youth Olympics;
- Campionatul european de rugby;
- preliminariile Campionatului european de fotbal;
- meciurile echipelor românești din ligile europene de fotbal;
- Cupa Federației la tenis;
- meciuri ale echipelor românești din Liga Campionilor la handbal feminin;
- Campionatul național de fotbal.

Anul 2015 a fost și din punct de vedere muzical anul de vârf al Radio România Actualități. La microfon au fost pe rând marile vedete ale muzicii de divertisment din întreaga lume, alături de vocile de marcă ale muzicii românești.

Pentru a-și îndeplini rolul de educare și formare pe care Societatea Română de Radiodifuziune îl are conform Legii 41/1994, pe parcursul anului 2015 Radio România Actualități a desfășurat numeroase campanii:

campanii editoriale:

- „365 de muzee în 365 de zile”;
- „Premiile muzicale Radio România – ediția XIII” (FOTO);
- „România în vacanță”;
- „10 povești de spus mai departe”;
- „Săptămâna radioului”;

campanii sociale:

- „Cardul de sănătate”;
- „Vaccin pentru viață”;
- „Nu tremur la cutremur”;
- „Telefonul vârstnicului”;
- „Respect pentru medici”.

Componenta online a postului Radio România Actualități a venit în sprijinul susținerii și atragerii de public ascultător/vizitator tânăr prin cele două site-uri ale postului:

- www.romania-actualitati.ro – site-ul oficial al postului;
- www.politicaromaneasca.ro – conține o importantă arhivă de interviuri și dezbateri pe domeniul politic din România, înregistrate în format audio-video, la care accesul publicului este gratuit.

Radio România Actualități a fost remarcat de ascultători pentru modul de acoperire editorială și pentru corectitudinea, echilibrul și profesionalismul cu care a informat publicul, mai ales în contextul evenimentelor legate de tragedia de la clubul Colectiv și de atentatele teroriste de la Paris.

Radio România Cultural

Este **unicul post național cu profil cultural complex**, care difuzează producție originală culturală și informație din toate zonele culturii, la nivel național și internațional, fiind complementar în cadrul corporației cu Radio România Muzical, un post dedicat exclusiv muzicii clasice și jazzului. Principala reușită a anului 2015 a fost atingerea obiectivului de atragere a unui public mai tânăr, lucru posibil prin modernizarea și adaptarea grilei de programe la așteptările și exigențele ascultătorilor.

Ascultătorii au apreciat în mod deosebit formatul editorial modern și dinamic, în care au fost cuprinse știri culturale, radiojurnale, transmisiuni directe și corespondențe de la marile evenimente culturale, festivaluri și gale importante din România și din lume, piese de teatru celebre, biografii scenarizate, emisiuni pentru copii, emisiuni educative etc.



SCRIITORUL EVGHENI VODOLAZKIN, CONSIDERAT REVELAȚIA LITERATURII RUSE, ÎN EMISIUNEA "ORAȘUL VORBESTE", DE LA RADIO ROMÂNIA CULTURAL



Dăm tonul culturii



www.radioromaniacultural.ro

O notă aparte au adus exclusivitățile cu mari personalități artistice dintre care amintim: Elizabet Gilbert, Evgheni Vodolazkin sau Eric Emmanuel Schmitt. Nume importante ale științei au fost invitate la *Cafeneaua de știință*, proiect cu public desfășurat la Librăria Humanitas din București.

Înregistrările prețioase de fonotecă au continuat și în cadrul proiectului *Ascultă vocile de azi*, fiind teaurizate interviuri biografice cu mari personalități precum Tamara Buciuceanu, Marcel Iureș, Marin Cazacu, Stela Popescu sau Gigi Căciuleanu.

Radio România Cultural a fost din nou în 2015, singurul post de radio din România prezent la ceremoniile Nobel (Nobel Prize Award Ceremony) de la Stockholm, înregistrând și difuzând emisiuni cu importanții laureați ai celebrelor distincții.

Deși Radio România Cultural este un post dedicat exclusiv domeniului, a acordat atenție editorială și evenimentelor care au ținut capul de afiș al actualității, cum ar fi accidentul din Clubul Colectiv de la București, atentatele de la Paris sau protestele de stradă de la București, emisiunile realizate având un impact deosebit asupra publicului, mai ales prin abordarea dimensiunilor culturale colaterale ale respectivei evenimente.

Direcțiile principale de acțiune, în vederea implementării strategiei editoriale specifice postului Radio România Cultural au fost, pe lângă realizarea și difuzarea emisiunilor din grila de programe, apropierea de publicul său prin participarea la evenimente și acțiuni extrem de apreciate de public. În acest sens, programele speciale, parteneriatele, dar mai ales dezvoltarea activității online au dovedit potențialul acestui post de apropiere față de publicul mai tânăr.

Transmisiuni directe

Evenimentele organizate de **Centrul Cultural Media Radio România** au beneficiat de o mediatizare intensă pe Radio România Cultural: Târgul Internațional de Carte GAUDEAMUS, Festivalul Internațional de Teatru Radiofonic Grand Prix Nova și turneele naționale *Pianul Călător*, *Duelul Viorilor* sau *Vioara lui Enescu la sate* au fost în centrul atenției editoriale.

Gala Premiilor Radio România Cultural a recunoscut, prin premiile și distincțiile acordate în ediția sa din 2015, meritele și realizările unor personalități ale vieții culturale românești. Evenimentul, găzduit în mod tradițional de Teatrul Odeon, a

contribuit la creșterea notorietății postului.

Programe speciale

Ziua Culturii Naționale, Ziua Națională a României și alte sărbători cu rezonanță culturală și istorică au fost reflectate editorial prin proiecte speciale, precum *24 de ore de cultură și creații românești*, foarte bine primit de public.

O sumă de proiecte editoriale dedicate unor evenimente semnificative din societate au fost nu puține și de mare succes. Un impact deosebit au avut *Avatar Enescu*, *Noaptea Muzeelor*, *Sinatra 100 de ani*.

O premieră a anului 2015 a fost itinerarea documentarelor produse de Radio România Cultural la singurul festival dedicat documentarului românesc – *DocuArt Fest*. Prin intermediul unei aplicații special create, publicul din București, Iași, Cluj și Timișoara a putut asculta documentare realizate de Radio România Cultural.

Parteneriate

În anul 2015 postul Radio România Cultural a încheiat parteneriate cu importante instituții de cultură și spectacol și cu case de editură, în scopul mediatizării evenimentelor, premierelor și lansărilor culturale de anvergură. Printre acestea amintim: ARCUB, Teatrul „Lucia Sturdza Bulandra”, Teatrul „Constantin Nottara”, Teatrul Metropolis, Teatrul Evreiesc de Stat, Teatrul „Ion Creangă”, Teatrul „Țândărică”, Teatrul Maghiar de Stat din Cluj-Napoca, Teatrul Național de Operetă „Ion Dacian”, Opera Națională București, Teatrul German de Stat Timișoara, Teatrul Național Cluj-Napoca, Teatrul Național „Marin Sorescu” din Craiova, Teatrul Național Târgu Mureș, Teatrul Național „Vasile Alecsandri” din Iași, Muzeul Național al Țăranului Român, Muzeul Municipiului București, Muzeul Brăilei „Carol I”, Muzeul Național de Istorie Naturală „Grigore Antipa”, Muzeul Național al Literaturii Române, Muzeul Național de Artă al României, Forumul Cultural Austriac, Institutul Cultural Român, Fundația Astra Film, Centrul Național al Dansului din București, Editura Polirom, Editura Humanitas, Editura RAO ș.a.

Criteriile care au stat la baza încheierii acestor parteneriate au fost relevanța, impactul și eficiența.

Activitate online

Site-ul oficial, www.radioromaniacultural.ro, este una dintre cele mai bogate și updatate platforme ale Radio România.

În 2015 au fost adăugate produse exclusiv online și a fost extinsă arhiva audio unde publicul poate asculta programele pierdute în momentul difuzării on air. Acest conținut este accesibil și pe aplicația mobilă a postului Radio România Cultural, oferită gratuit publicului în Appstore și GooglePlay. În premieră, Radio România Cultural a transmis, alături de Radio România Muzical, în streaming video, majoritatea concertelor de la Festivalul Internațional George Enescu, preocuparea pentru conținutul video devenind una dintre prioritățile zonei noastre de online.

Postarea selectivă, atentă și rapidă a evenimentelor și produselor noastre a adus, în 2015, numai pe Facebook, un plus de aproape 9.000 utilizatori, cifra actuală a fanilor apropiindu-se de 21.200.

Radio România Cultural a avut, de-a lungul anului 2015, un public stabil în preferințe, lucru evidențiat de cifrele de audiență furnizate de Studiul de Audiență Radio 2015. Radio România Cultural a atras publicul cu cea mai mică medie de vârstă dintre toate posturile Societății Române de Radiodifuziune, este un public educat, cu statut social înalt, provenind mai ales din mediul urban.

Radio România Muzical

La Radio România Muzical **au fost ascultate în direct cele mai importante evenimente muzicale naționale și internaționale** – spectacole și concerte de la Milano, Londra, Paris, Frankfurt, New York, Viena sau Berlin. Astfel, Radio România Muzical și-a menținut în 2015 statutul de companion plăcut în FM și în online – pe site-ul www.romania-muzical.ro –, rămânând totodată un mijloc important de educare a publicului.

Principalele obiective ale postului Radio România Muzical au fost:

- menținerea credibilității și ridicarea notorietății postului în peisajul media intern și internațional, care duc la consolidarea poziției Radio România de post public cu o importantă și relevantă componentă culturală;
- creșterea competitivității Radio România Muzical și diferențierea lui prin calitatea produselor oferite on air și online; furnizarea unui produs jurnalistic specializat, recognoscibil, indispensabil pentru formarea cultural-artistică;

- dezvoltarea proiectelor educative cu componente multiple (on air, online și off air), capabile să atragă și să formeze un viitor public;
- asigurarea bunei funcționări a lanțului de producție și difuzare a emisiunilor, atât din punct de vedere al producției specifice, cât și din punct de vedere tehnic;
- gestionarea eficientă a resursei umane și a celei bugetare;
- dezvoltarea de parteneriate cu cele mai importante instituții de cultură din România și evenimente muzicale de amploare, colaborare în calitate de partener media sau co-organizator; crearea de evenimente în scopul consolidării notorietății.

O atenție deosebită a fost acordată proiectelor speciale, dintre care amintim:

- **proiecte editoriale speciale** (linii de emisiuni sau proiecte speciale):
 - "RRM la majorat" – marcarea împlinirii a 18 ani de existență a postului;
 - "Ziua Culturii Naționale" (15 ianuarie 2015) – marcată on air și off air;
 - "Dirijorul Marin Constantin – 90 de ani de la naștere" (27 februarie);
 - "Centenar Sviatoslav Richter" (20 martie);
 - "Vladimir Cosma – 75" (13 aprilie);
 - "Zilele speciale George Enescu" – 60 de ani de la moarte (4 mai) și 134 de ani de la naștere (19 august);
- proiecte editoriale dedicate promovării creației și artei interpretative românești, pentru a asigura îndeplinirea misiunii publice prin respectarea prevederilor Legii 41/1994 și a celor legate de valorificarea patrimoniului Societății Române de Radiodifuziune prin difuzarea înregistrărilor din Fonoteca de Aur. Unul dintre cele mai importante momente a fost marcarea primei audiții londoneze a Simfoniei a III-a de G. Enescu printr-un reportaj de la fața locului.
- Continuarea dezvoltării proiectelor cu dublă expunere (on air și online) "Seara de operă – ediție specială" și "Interviurile RRM". Emisiunile au fost difuzate live audio-video, iar ulterior au fost stocate pe site-ul Radio România Muzical și încărcate pe canalul Youtube al Radio România Muzical.



CORUL DE COPII RADIO, LA ANIVERSAREA A 70 DE PRIMĂVERI

Punctul forte al grilei de program a postului Radio România Muzical a fost în 2015 coordonarea fluxului de transmisiuni directe naționale și internaționale. În acest sens, postul a realizat 52 de transmisiuni directe internaționale ale unora dintre cele mai interesante concerte susținute în centre muzicale de tradiție, între care și cele 2 concerte anuale ale Orchestrei Filarmonicii din Viena – Concertul de Anul Nou și Concertul de vară din gradina Palatului Schonbrunn, anualul concert de la Waldbuhne (Berlin) al Filarmonicii din Berlin, dar și, în premieră, Concertul de Anul Nou al Filarmonicii din Berlin. Au fost transmise în direct, între altele: Concertul de deschidere și alte 10 concerte din cadrul Festivalului BBC-Proms, Gala Sibelius prin care s-au marcat 150 de ani de la nașterea compozitorului, concerte din cadrul festivalurilor de la Verbier, Lucerna, Schlesswig – Holstein și Finala concursului *Let the Peoples Sing* în care a evoluat și Corul de copii Radio. Radio România Muzical a efectuat și 8 transmisiuni

directe din stagiunea 2014-2015 a Operei Metropolitan din New York, una din stagiunea Operei de Stat din Viena, în care protagonistă a fost soprana Valentina Naforniță și una din stagiunea Teatrului Liceo din Barcelona, în care protagonistă a fost soprana Elena Moșuc. De asemenea, au fost transmise și deschiderile de stagiune 2015-2016 de la Scala din Milano, Opera Metropolitan din New York și seria de 7 spectacole ale Festivalului de la Bayreuth. De asemenea, la Radio România Muzical au fost reflectate cele mai importante evenimente muzicale din România:

- Festivalul Internațional "George Enescu" (39 de concerte transmise live, 27 de concerte înregistrate și retransmise a doua zi, 22 de agende ale festivalului, interviuri cu 48 dintre artiștii invitați în festival, reportaje, opinii, cronici etc);
- concertul susținut de Angela Gheorghiu la Ateneul Român în noiembrie 2015;
- concertele Orchestrelor și Corurilor Radio.

O atenție deosebită s-a acordat activității online, pentru a pune în valoare atât produsele on air, cât și pe cele ale arhivei radio, una dintre cele mai bogate arhive audio din România.

Site-ul www.romania-muzical.ro a găzduit numeroase transmisiuni live de la cele mai importante evenimente și emisiuni muzicale, precum și 11 stream-uri *on demand* și publicând un mare volum de informație variată și de calitate, multimedia, despre lumea muzicală.

Site-ul Radio România Muzical a oferit acces și către cele două proiecte importante: „Ascultă 5 minute de muzică clasică”, devenit un program național în școlile din România, și „Votează discul de muzică clasică al anului 2015”, dedicat celor mai noi și valoroase discuri de muzică clasică apărute în România și în străinătate. În mediul online, Radio România Muzical a putut fi accesat și prin aplicația pentru *smartphones* și tablete din Google Play și Appstore, iar ultimele noutăți au putut fi consultate și în rețelele social media Facebook și Twitter. Aprecierea deosebită a publicului pentru RRM este susținută și de statisticile de trafic pentru site-ul Radio România Muzical, care înregistrează 492.835 accesări, 207.869 vizitatori, 1.354.810 pagini vizualizate, dar mai ales un procentaj foarte bun de vizitatori fideli (returning visitors) 56,1%.

Radio România Antena Satelor

Antena Satelor este **singurul post public dedicat spațiului rural românesc**. Prin oferta sa editorială, accesibilă atât on air, cât și online, Antena Satelor reflectă actualitatea și promovează valorile naționale, concretizate în cultura, obiceiurile și tradițiile poporului român.

Pentru Antena Satelor, 2015 a fost un an al înnoirii și al calității. Iată câteva repere:

- **audiența** – valoarea indicatorului de audiență ATS (timp mediu de ascultare) confirmă că Antena Satelor este cel mai ascultat post de-a lungul unei zile (4.5 ore) din întreaga piață radio din România. Au fost derulate mai multe proiecte de promovare a imaginii postului, pe parcursul cărora sute de mii de potențiali ascultători au făcut cunoștință cu echipa Antena Satelor și oferta editorială, generoasă și atractivă.
- **on air** – grila de programe 2015 a adus elemente structurale noi, concepute pe principii care urmăresc îmbinarea informației practice (social-utilă) cu reflectarea spațiului etno-folcloric (pe palierele sale



EVENIMENT RADIO ROMÂNIA ANTENA SATELOR

vitale: tradiție, cultură, spiritualitate) și, nu în ultimul rând, cu actualitatea (domeniu vast, care acoperă atât zona agriculturii românești, cât și zona politică, economică și socială, de la nivel local până la cel regional și național).

- **muzica** – formatul muzical al postului este construit pe un set profesionist de repere: autenticitate, selecție, calitate, specific, acoperitor. Zestrea muzicală a satului românesc a fost „etalată” meșteșugit în spațiul on air și online al Antenei Satelor, aprecierile publicului, cifrele de audiență și de prezență online fiind o confirmare incontestabilă în acest sens.
- **online** – prin prezența sa în spațiul virtual, Antena Satelor a urmărit interconectarea conținutului on air cu cel specific online, pentru a veni în întâmpinarea preferințelor și nevoilor tuturor categoriilor de ascultători, pentru atragerea de noi ascultători și mai ales pentru realizarea unei audiențe (trafic, în cazul internetului) din ce în ce mai mari în spațiul urban. O consecință a eforturilor în acest sens este creșterea înregistrată în 2015 la capitolul trafic online: 600% mai mulți vizitatori pe site-ul nostru, www.antenasatelor.ro. Rezultatele superlative au fost posibile și datorită strategiei de promovare a ofertei editoriale prin asocierea cu parteneri media selectați după criteriile de trafic online semnificativ.
- **multimedia** – Antena Satelor a acordat o atenție deosebită acestui domeniu, care cucerește din ce în ce mai mult mediile clasice. Anul 2015 a însemnat, așadar, îmbogățirea componentei multimedia a platformei online cu peste 80 de noi producții video, postate pe canalul Youtube al postului, sub umbrela unui proiect amplu, intitulat “Video la Antena Satelor”.

Înscris pe o traiectorie ascendentă în ultimii ani, având drept repere cardinale respectarea misiunii de post public conferită de Legea nr. 41/1994, pe de o parte, și întâmpinarea exigențelor publicului, pe de altă parte, Antena Satelor a obținut în 2015 rezultate deosebite, care fac onoare atât postului, cât și Societății Române de Radiodifuziune și, nu în ultimul rând, publicului beneficiar și culturii românești.

Radio România Internațional

Radio România Internațional reprezintă un **spațiu al dialogului cu comunitățile de români și aromâni din lume**.

Emisiunile Radio România Internațional se înscriu în misiunea publică a Societății Române de Radiodifuziune (informare, cultură, educație, divertisment de calitate, construcția europeană, promovarea limbii române, promovarea valorilor românești în toate domeniile etc.) și în misiunea specifică conferită prin Legea nr. 41/1994, de promovare a imaginii României, a politicii sale interne și externe.

În anul 2015 **principalele obiective** au fost:

- creșterea vizibilității în vederea atragerii unui public cât mai tânăr;
- accentuarea ponderii informațiilor utile pentru românii de peste hotare;
- dezvoltarea ofertei editoriale în toate limbile de emisie prin folosirea intensă a platformelor sociale online (*social media*);
- creșterea complementarității emisiunilor Radio România Internațional în limba română cu cele preluate de la Radio România Actualități, cu accent pe informație utilă conaționalilor care trăiesc în alte țări ale lumii.

Radio România Internațional folosește intensiv rețelele de socializare, precum și site-uri și platforme de partajare de conținuturi (Facebook – cu un profil principal în limbile română și engleză și cu profiluri separate pentru celelalte limbi și dialectul aromân, dar și Twitter, Google+, Flickr, Pinterest, YouTube, SoundCloud, LinkedIn și Instagram). Programele Radio România Internațional pot fi recepționate pe platforma online Seenow. Programele în limbile română, engleză, spaniolă, chineză și în dialectul aromân sunt disponibile pe telefonul fix și mobil în SUA, iar cele în limba spaniolă și în Mexic, prin platforma AudioNow.

Chiar dacă programele internaționale nu sunt incluse



SECȚIA FRANCEZĂ DIN CADRUL RADIO ROMÂNIA INTERNAȚIONAL

în sondajele de audiență realizate prin metode clasice de măsurare, managementul și jurnaliștii RRI acționează permanent în direcția cunoașterii audienței și evaluării calității programelor difuzate. Un exemplu și, în egală măsură, o confirmare este participarea la sondajul de popularitate organizat de DX Clube Sem Fronteiras din Brazilia, ale cărui obiective au fost desemnarea celui mai bun post de radio la nivel internațional care transmite pe unde scurte în limbile spaniolă și portugheză, celui mai bun realizator de programe și a celui mai bun program radio de răspunsuri la scrisorile primite din partea ascultătorilor. În urma acestui sondaj, Radio România Internațional a obținut locul al II-lea pentru programul de dialog cu ascultătorii „Rincón Diexista”, realizat de Victoria Sepciu (au fost înscrise 11 programe), la categoria „cel mai bun realizator” Victoria Sepciu s-a situat pe locul al II-lea, dintr-un total de 22 de moderatori, în timp ce programele Radio România Internațional în limba spaniolă au ocupat locul 4 (din 24 înscrise în sondaj) între posturile de radio internaționale care transmit pe unde scurte.

Programele Radio România Internațional acordă un loc principal informației și diseminează valori ale societății românești din cele mai diferite domenii. Radio România Internațional abordează problemele și subiectele de interes într-un mod rapid, sintetic, concis, cuprinzător și cald. Atul postului este punerea în context a știrilor și a evenimentelor.

Radio România 3Net “Florian Pittiș”

Radio 3Net “Florian Pittiș” s-a concentrat în anul 2015 pe **crearea de conținut propriu cu potențial maxim de multiplicare** pe platformele *social media* – identificate ca fiind principala sursă de informare a noii generații – și adaptat comportamentului/nevoilor utilizatorului de online. Astfel:

- a fost lansat (1 noiembrie 2015) un nou portal, www.radio3net.ro, adaptat la tehnologiile actuale, în rezonanță cu obiceiurile de consum și tendințele globale ale publicului, dar și cu piața vastă a “gadgeturilor” de profil;
- a fost dezvoltată o strategie multiplatformă (audiolive, video live, audio on demand, video on demand, podcast audio, podcast video, RSS feed, widgets, player audio/video embedabil, aplicații mobile, aplicații pentru schimbul de conținut);
- au fost implementate soluții de codare audio/video FullHD la nivelul site-ului www.radio3net.ro atât pentru emisia live, cât și pentru zona de on demand.
- au fost atrași lideri de opinie din diverse zone ale vieții social-culturale în echipa Radio 3Net “Florian Pittiș” pentru producerea de emisiuni live sau on demand.

Radio Chișinău

Radio Chișinău, prin conținutul său editorial, **respectă și oglindește relația României cu Republica Moldova** pe cel puțin două coordonate majore:

- afirmarea caracterului special al acestei relații, conferit de comunitatea de limbă, istorie, cultură, tradiții, realități, care nu pot fi eludate sau negate;
- dimensiunea europeană a cooperării bilaterale, având la bază obiectivul strategic al integrării Republicii Moldova în Uniunea Europeană.

Actul jurnalistic s-a menținut în coordonatele echilibrului și echidistanței, fiind axat preponderent pe eveniment, cu respectarea normelor deontologice proprii Societății Române de Radiodifuziune. Și pe parcursul anului 2015 s-a urmărit fidelizarea unui public cu vârste cuprinse între 35 și 55 de ani și îmbunătățirea ofertei pentru tinerii de până la 35 de ani, având ca țintă crearea unei noi generații de ascultători: tineri, educați, vorbitori de limba română, atașați valorilor autentice românești (din Basarabia, din România,



MISTERIOȘII DE LA CARLA'S DREAMS ÎN EMISIUNEA “FETZE DE W.W.W.” LA RADIO ROMÂNIA 3 NET “FLORIAN PITTIȘ”



INTERVIU RADIO CHIȘINĂU CU MARIUS LAZURCA, AMBASADORUL ROMÂNIEI LA CHIȘINĂU

din vecinătatea imediată), valorilor europene, în încercarea "vindecării" unei curențe cronice, create de o istorie vitregă, care se întinde pe cel puțin două sute de ani.

Prin conținutul și succesiunea programelor, **Radio Chișinău urmărește să ofere o alternativă reală publicului din Republica Moldova, un public asaltat de posturi care emit în limba rusă, sau în limba rusă și în limba română deopotrivă.** Folosirea limbii ruse în comunicarea de fiecare zi, în particular sau în mod oficial, de către o parte destul de importantă a populației, în special a celei urbane, reprezintă un handicap pentru Radio Chișinău, dar și oportunitatea de a avea o contraofertă de calitate. Ca și în anii precedenți, s-a acordat o atenție specială în 2015 exprimării corecte în limba română, atât sub aspect gramatical, cât și al pronunției.

Totodată, a fost stabilită ca **prioritate editorială**, în conformitate cu obiectivele stabilite de Consiliul de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune, dezvoltarea online-ului și dinamizarea comunicării prin intermediul rețelelor sociale. Pentru îndeplinirea acestor obiective, schimbările intervenite la nivelul atribuțiilor de serviciu începute încă din 2014 au continuat și în 2015 și au avut ca efect o creștere substanțială față de perioadele similare anterioare a numărului de vizitatori unici ai site-ului Radio Chișinău.

Radio România Regional

Activitatea desfășurată în domeniul editorial de studiourile regionale a urmărit principalele direcții ale strategiei de dezvoltare adoptată de Radio România pentru 2015, având

ca țintă atingerea unor performanțe remarcabile de audiență și notorietate, în paralel cu respectarea misiunii de posturi publice. Cele mai importante demersuri s-au concentrat pe următoarele coordonate:

1. Continuarea procesului de modernizare a programelor radio regionale, prin:

- elaborarea și implementarea grilelor de programe 2015-2016 (orientate pe adaptarea conținutului editorial conform cu așteptările publicului țintă și obiceiurile de ascultare);
- rafinarea formatelor muzicale;
- creșterea dinamismului și interactivității programelor;
- diversificarea produselor editoriale pentru mediile de difuzare on-air și online;
- asigurarea complementarității tematiche cu programele posturilor naționale ale Societății Române de Radiodifuziune.

O trăsătură caracteristică programelor regionale este difuzarea unor **emisiuni în limbile minorităților naționale din România**, destinate comunităților din zonele arondate, majoritatea emisiunilor fiind difuzate pe frecvențele AM regionale, pentru acoperirea unei zone geografice cât mai extinse. Studiourile regionale produc și difuzează săptămânal programe, totalizând 225,5 ore de emisie, pentru 16 minorități naționale:

- Radio Constanța – în limbile greacă, tătară, turcă, armeană, ruso-lipoveană și în dialectul aromân;
- Radio Iași – în limbile rromani, ruso-lipoveană și ucraineană;
- Radio Târgu Mureș – în limbile maghiară, germană și rromani;
- Radio Cluj – în limbile maghiară și ucraineană;
- Radio Timișoara – în limbile germană, maghiară, sârbă, cehă, slovacă, bulgară, ucraineană, rromani și italiană;
- Radio Reșița – în limbile ucraineană, sârbă, maghiară, rromani, germană, croată, slovacă și cehă.

Un alt element specific concepției editoriale a rețelei este menținerea în structura programelor regionale a emisiunilor consacrate în percepția publicului, devenite de tradiție:

- "De 10 x România" – emisiune multiplex;
- "România de nota 10" – emisiune difuzată de toate posturile regionale;
- programul de Revelion comun pentru întreaga rețea regională.

2. Dezvoltarea cantitativă și calitativă a segmentului mediatic online al programelor regionale (pe site-uri, rețele de socializare), creșterea complexității structurale a platformelor și a produselor online regionale, urmărind corelarea permanentă a conținutului din online cu cel on air, asigurând astfel un plus de vizibilitate și câștigarea unor noi segmente de public pentru programele și produsele media regionale.

Un număr considerabil de producții radio din on air se regăsesc în prezent și pe site-urile studiourilor regionale, conținutul fiind adaptat specificului din online. Toate site-urile posturilor regionale oferă vizitatorilor posibilitatea de a urmări programele proprii în format audio/video live, conținutul fiind atrăgător, dinamic, foarte potrivit pentru generația tânără. Dezvoltările de infrastructură web efectuate pe parcursul anului au vizat îmbunătățirea parametrilor calitativi specifici mediului online, exprimați prin timpul mediu de accesare, numărul de accesări concomitente, precum și numărul de materiale vizualizate în cadrul unei accesări. Toți acești indicatori au înregistrat evoluții pozitive, reflectate și în creșteri de impact mediatic:

- numărul total de utilizatori pe site-urile regionale a crescut cu aproape 250%; în luna decembrie 2015 s-au înregistrat 638.000 vizitatori, comparativ cu luna decembrie a anului 2014, când s-au înregistrat 281.000;
- numărul de afișări pe toate site-urile rețelei a crescut de la 423.000/lună în 2014 la 909.000/lună în 2015;
- impactul în rețeaua Facebook (elemente vizualizate) a crescut în 2015 la 6.235.000, față de 1.350.000 în 2014;
- numărul de minute vizionate pe canalele YouTube ale rețelei regionale a crescut de la 150.000 în 2014 la 750.000 în 2015.

3. Creșterea notorietății, audienței și a interactivității cu publicul, prin derularea unor proiecte editoriale cu larg impact mediatic la nivelul întregii rețele regionale, difuzate on air și online, cu conținut multimedia (text, audio, video), orientate pe teme de interes public general.

"EU aleg România – 100 de români pentru istoria lumii" – proiect editorial difuzat la nivelul rețelei regionale, cu reflectare on air și online. Este a 2-a ediție a campaniei "EU aleg România" (prima ediție, dedicată locurilor din România care merită să fie cunoscute, a fost difuzată în 2014). Timp de 4 luni (septembrie-decembrie) campania a fost reflectată

zilnic, prin intermediul filmelor, articolelor și rubricilor audio, pe site-urile, paginile de Facebook, canalele YouTube ale rețelei și pe site-ul dedicat, www.eualegromania.ro. În cadrul programelor de radio regionale, în cele 100 de zile au fost prezentate 100 de personalități din cultura și știința română consacrate în istoria lumii. **Noutatea absolută a campaniei din 2015 a fost producerea și prezentarea materialelor dedicate celor 100 de personalități în format video, pe site-ul dedicat www.eualegromania.ro, cât și pe site-urile studiourilor regionale.** Campania a avut un grad ridicat de interactivitate (pe site-uri și rețele de socializare) și s-a bucurat de succes în rândul publicului, impactul on air fiind de 1.600.000 ascultători (DailyReach), iar cel online de peste 1.500.000 utilizatori (pe perioada de desfășurare). **"România de nota 10"** – proiect editorial cu tradiție în rețeaua regională, reflectat mediatic on air prin emisiuni difuzate săptămânal de toate posturile regionale și online (pe www.romaniadenota10.ro) prin prezentări video. În 2015, acest proiect a fost reconfigurat, urmărindu-se atragerea unui public mai tânăr către Radio România prin prezentarea unor inițiative de succes ale elevilor și studenților, în cadrul parteneriatului cu Junior Achievement România (ONG care derulează proiecte împreună cu Ministerul Educației și Cercetării). La finele anului a fost demarată renovarea site-ului www.romaniadenota10.ro într-o formulă mult mai atractivă pentru tânără generație, urmând ca în 2016 să fie accesibile, cu sprijinul Junior Achievement România și a partenerilor săi, aplicații pentru tablete și telefoane mobile.

În 2015, Radio România a pus un accent important pe dezvoltarea infrastructurii de difuzare și extinderea ariilor acoperite cu programe pentru rețeaua regională, cea mai importantă realizare în acest sens fiind includerea a șase noi frecvențe FM în portofoliul studiourilor din Constanța, Iași, Târgu Mureș, Cluj, Timișoara și Craiova. Perspectivele sunt, în acest sens, promițătoare pentru creșterea audienței programelor regionale, ulterior intrării în exploatare a stațiilor de emisie pe frecvențele respective, în cursul anului 2016.

Radio România București FM

București FM se poziționează pe piața media ca un **radio al comunităților**, dat fiind caracterul eterogen al locuitorilor din Capitală. Postul difuzează program propriu 24 de ore



din 24, cu o grilă de programe ce cuprinde emisiuni de actualitate, muzicale, culturale (inclusiv cultură urbană), cu realizatori dedicați pe fiecare linie de emisiuni, care corespund formatului CHR al postului, caracterizat prin voci testate, dinamism. Grupajele de știri sunt proprii și difuzate din oră în oră, cu jurnale extinse la orele 08:00, 12:00, 17:00 și 20:00. În prime-time, intervalul de difuzare al știrilor este de 30 de minute.

Activitatea București FM s-a concretizat în 2015 în:

- **emisiuni și știri** în care sunt abordate atât teme de interes pentru publicul-țintă al postului – conform studiilor de piață, publicul este alcătuit cu preponderență din femei cu vârsta medie de 35 ani, cu un nivel mediu de educație –, cât și actualitatea bucureșteană, în condițiile respectării statutului de post public local;
- **oferta culturală** – prin produsele media on air și online este susținută zona culturală veritabilă în toate formele ei de exprimare (tradițională, sfera underground și artiștii valoroși la început de drum);
- **inițiative de dezvoltare urbană**, prin proiecte de educație instituțională și alternative, proiecte care pledează pentru un stil de viață sănătos;
- **proiecte regionale** – București FM a fost parte în proiectul rețelei regionale "EU aleg România",

participând, în realizare completă (video-audio, on air și online), cu 14 materiale și cu editarea întregului pachet de 100 de materiale video al campaniei. Campanie a fost prezentată și în cadrul Târgului de carte GAUDEAMUS, printr-o lucrare dedicată și prin afișarea de panouri cu și despre cele 100 de personalități prezentate în cadrul campaniei. Panourile au fost expuse la Muzeul de Istorie al Municipiului București, în perioada 1 decembrie 2015-1 februarie 2016;

- **oferta online** – București FM a acordat o atenție specială dezvoltării componentei mediatic online, prin schimbarea platformei, organizarea unei echipe responsabile de activitatea web, colaborarea între toate colectivele studioului și participarea angajaților la cursuri de training;
- **prezența pe rețelele de socializare** – impactul postărilor pe pagina de Facebook București FM a crescut constant pe parcursul anului 2015, în special cel al vizualizărilor materialelor video încărcate în social media. Atât pe Facebook, cât și pe canalul de Youtube București FM, înregistrările emisiunilor "Buna dimineața, București", "De 10 X România", "Pauza de prânz", "În comunitate", "Sens unic", "Linia de noapte" și "City Break", precum și materialele video realizate de reporterii și redactorii București FM au înregistrat creșteri consistente de vizualizări în 2015.

Din iulie 2015, emisiunea București FM funcționează parțial în sistem "self DJ", o premieră în sediul central al Societății Române de Radiodifuziune pentru un radio care emite în principal on air.

Radio România Cluj

Radio Cluj a urmărit **creșterea competitivității** pe o piață media regională ofertantă și dinamică, prin realizarea unor produse editoriale de calitate, modernizarea și fluidizarea programelor, adaptarea conținutului editorial la mediul online, printr-o politică editorială coerentă în ceea ce privește informarea corectă și promptă a publicului din zona de acoperire, cu respectarea standardelor profesionale din audiovizual.

Studioul a obținut o nouă frecvență FM pentru transmiterea în Cluj a unui program dedicat minorităților, permițând astfel separarea programelor în limbile română și maghiară.



Au fost elaborate noile grile, concepute pentru 24 ore de program/zi, urmând ca emisiunea propriu-zisă pe noua frecvență să înceapă în prima parte a anului 2016.

În condițiile unei foarte mari concurențe în zonă, s-a încercat menținerea postului în preferințele ascultătorilor ca principală sursă de știri, informații, educație, cultură și divertisment. A fost accentuat caracterul regional al postului prin sloganul adoptat – *Radio Cluj - Ascultă Transilvania!*, prin noi cortine și semnale de post, precum și prin postarea pe site-ul www.radiocluj.ro și pe rețelele de socializare a informațiilor de interes regional difuzate on air.

Radio Cluj a aplicat strategii de creștere a numărului de vizitatori ajustate la exigențele anului 2015 și conforme cu obiectivele strategice stabilite de Consiliul de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune:

- **continua optimizare a site-ului www.radiocluj.ro** în raport cu motoarele de căutare, fiind alocate spații extinse celor mai solicitate articole de publicul din mediul online;
- **introducerea produselor editoriale în format video** – pentru a accentua interactivitatea cu publicul, a crescut cu 40% numărul transmisiilor video live de la evenimentele importante din zonă;
- **corelarea produselor din on air cu cele din online**, precum și un sistem de promovare reciprocă a celor două tipuri de conținut media; în a doua jumătate a anului 2015 a fost amenajat un studio TV pentru online, unde au fost înregistrate peste 20 de emisiuni de tip

talk-show, care ulterior au fost încărcate pe site-ul www.radiocluj.ro.

Radio Cluj este un factor important în cadrul demersului Radio România de a menține identitatea românilor care trăiesc în comunitățile din afara țării. Astfel, stația locală Radio Sighet (care funcționează în structura studioului Radio Cluj), emite în AM, timp de 7 ore/zi (de luni până vineri), un program dedicat românilor din Transcarpatia, oferind informații relevante din și pentru această comunitate.

Rolul de promotor și susținător al comunităților locale este însoțit și de postul local Antena Sibiului, aflat de asemenea în structura studioului regional Radio Cluj, care emite programe proprii în FM, recepționate în municipiul Sibiu timp de 5 ore/zi, de luni până vineri.

În cadrul campaniei Radio România Regional "EU aleg România - 100 de români pentru istoria lumii", consacrată prezentării a 100 de personalități din cultură sau știință ale căror realizări sunt un beneficiu prețios pentru cultura și știința universale, Radio Cluj a realizat 12 documentare pentru on air și online.

Prin proiectul editorial "Ascultă oameni de poveste!", Radio Cluj a adus în centrul atenției oameni și poveștile lor de viață. Titlul campaniei editoriale (derulată prin difuzarea unei rubrici zilnice) a fost asociat sloganului de post pe care Radio Cluj l-a adoptat în urmă cu un an. Finalul acestei campanii a coincis cu debutul unei noi: "O zi din viața...", cu mare impact la publicul tânăr.

Studioul a adus o contribuție importantă în cadrul proiectelor editoriale derulate de Radio România, generând teme preluate la nivelul întregii corporații, un exemplu în acest sens fiind campania "Vaccin pentru viață", coordonată la nivel național de Radio Cluj, desfășurată în perioada 1-5 iunie 2015 și având ca scop informarea populației cu privire la imunizarea prin vaccinare.

Radio România Constanța

Radio Constanța emite în FM și AM în județele Constanța și Tulcea iar în perioada estivală, prin tradiție, studioul emite și programul de divertisment "Radio Vacanța".

În anul 2015, activitatea s-a concentrat pe **consolidarea și continua modernizare a producției editoriale**, pe extinderea modalităților de difuzare a conținutului editorial către ascultători.



Ca repere pot fi menționate:

- **“Radio Vacanța”** – program realizat în colaborare cu Radio 3Net “Florian Pittiș”, a fost difuzat pe frecvențele de 100,1 MHz și 106,2 MHz. Cele două programe cumulează, în perioada iunie-septembrie, un număr de 48 ore de emisie zilnic. Ediția a 48-a “Radio Vacanța” a fost gândită în 2015 astfel încât să promoveze litoralul românesc ca destinație de vacanță pentru turiștii români și străini, prin emisiuni dinamice și atractive, realizate pe plajă, prin competiții sportive și spectacole transmise în direct.
- **Dezvoltarea și promovarea site-urilor www.radioconstanta.ro, www.radiovacanta.ro și a conturilor social media (Facebook și Twitter)** – preocupările prioritare în 2015. Prin gestionarea optimizată a componentei media online s-au realizat obiectivele de performanță propuse și au fost efectuate primele transmisiuni video în direct.

Radio Constanța a oferit ascultătorilor săi emisiuni de informație, emisiuni culturale, muzicale și de divertisment în limba română, precum și emisiuni preponderent culturale și muzicale în limbile greacă, turcă, tătară, ruso-lipovenească, armeană și în dialectul aromân, cuprinse în pachetul “Multiculturalitate dobrogeană”.

La nivel regional, Radio Constanța a fost parte integrantă a campaniei “EU Aleg România”, realizând producții video despre 12 personalități din România care au adus contribuții importante la patrimoniul universal.

Radio România Oltenia Craiova

Radio Oltenia Craiova și-a valorificat potențialul de captare și menținere a audienței în regiunea Oltenia (județele Dolj, Gorj, Olt, Mehedinți și Vâlcea), unde postul este recepționat pe frecvențele 102,9 MHz, 105 MHz, 603 KHz și 1314 KHz, fiind și în 2015 lider de piață la nivel regional.

Din punct de vedere editorial, anul 2015 a însemnat:

- consolidarea elementelor de referință ale grilei de program;
- perfecționarea în elaborarea radiojurnalelor proprii;
- schimbarea formatului muzical;
- dinamizarea produsului jurnalistic;
- creșterea interactivității on air și online.

Radio Oltenia Craiova s-a pliat pe realitățile tehnologice ale primei părți a mileniului trei și, renunțând la prejudecățile privind radioul clasic, a făcut trecerea către multimedia, integrând mediile audio și video:

- camera web instalată în singura stațiune montană din zonă (Rânca) oferă în timp real informații pentru turiști pe www.radiocraiova.ro;
- amenajarea unui mini-studio TV a oferit posibilitatea realizării primelor producții video pentru online.

Anul 2015 rămâne un reper în evoluția Radio România, în general, și a Radio Oltenia Craiova, în special, în primul rând pentru că s-a obținut o nouă frecvență de emisie (99,8 FM) pentru acoperirea județului Vâlcea, vitregit până acum



1 DECEMBRIE LA RADIO ROMÂNIA OLTENIA - CRAIOVA

din acest punct de vedere. Rămâne, însă, în continuare problema acoperirii în zona riverană Dunării, cu localitățile Calafat și Corabia.

De-a lungul întregului an, radioul public regional Radio Oltenia Craiova a fost o prezență vie și activă în rândul publicului și prin campaniile sale, prin schimbarea continuă a modului de adresare, prin modernizarea progresivă a manierei de abordare – pe toate planurile – și captivare a ascultătorului.

Radio România Iași

Rămâne unul dintre cele mai ascultate și apreciate posturi din regiunea Moldovei, fiind, prin audiență și notorietate, una din cele mai importante instituții media din zonă. Programul Radio Iași **acoperă un spectru editorial generalist**, difuzând în zona arondată (cele opt județe ale regiunii tradiționale Moldova: Iași, Suceava, Botoșani, Neamț, Bacău, Vaslui, Vrancea și Galați) emisiuni informative, culturale, educative și de divertisment, realizate în limba română și în limbile minorităților naționale din regiune.

În plan editorial, activitatea s-a axat pe:

- consolidarea ofertei editoriale prin menținerea standardelor de calitate;
- adaptarea conținutului editorial la mediul online;
- accentuarea importanței emisiunilor folclorice în structura grilei de programe 2015-2016;
- implementarea formatului muzical Adult Contemporary, vizând populația rurală și urbană de peste 35 de ani cu educație medie;



EVENIMENT RADIO ROMÂNIA IAȘI

- creșterea schimburilor informaționale în plan editorial cu celelalte posturi din cadrul Societății Române de Radiodifuziune.

Ca urmare a dezvoltării produselor pentru mediul online (ex. introducerea stream-urilor audio/video), Radio Iași a obținut în 2015 o creștere a audienței, înregistrând cele mai bune rezultate din ultimii ani

Radio Iași s-a implicat și în organizarea evenimentelor locale, regionale și a campaniilor derulate de Societatea Română de Radiodifuziune, a fost organizatorul mai multor concerte și spectacole, care s-au desfășurat la sediul din str. Lascăr Catargi nr. 44 și în alte locații, realizând 28 transmisiuni video live pe site-ul www.radioiasi.ro de la astfel de evenimente. Cele patru campanii editoriale derulate online și on air – “EU Aleg România-100 de români pentru istoria lumii”, “România frumoasă”, “De ce m-am întors în România” și “Tânăr fermier în România” – au avut un feedback foarte bun din partea publicului din zona Moldovei.

Radio România Reșița

În anul 2015, un aport semnificativ în consolidarea poziției postului în piața media din Banat prin creșterea cotei de piață (MS) l-au avut **modernizarea și diversificarea modalităților de prezentare a emisiunilor**, de planificare a comunicării eficiente cu publicul țintă, cu accent pe **creșterea interactivității programelor**.

Directiva principală a anului 2015 a fost dezvoltarea, prin:

- optimizarea site-ului www.radioresita.ro – dezvoltarea platformei online, implicat a prezenței în mediile de socializare online, devenind complementară emisiunilor on air;
- strategia de dezvoltare video – a jucat un rol important, fiind realizate peste 300 de emisiuni video și fiind încărcate pe site aproximativ 10.000 de materiale, fapt care a condus la creșterea traficului în mediul online. Dacă în 2014 Radio Reșița a fost primul studio regional care a instalat un studio video pentru online, în 2015 a fost completată dotarea acestuia și a crescut complexitatea activității prin realizarea transmisiunilor *visual radio* zilnic, de luni până sâmbătă;
- inaugurarea studioului din stațiunea Băile Herculane. Pentru a-și îndeplini rolul de educare și formare, Radio Reșița a desfășurat campanii editoriale cu un puternic caracter social, educativ și cultural:

- "Lasă ceva în urma ta, dar nu gunoaietele!";
- "Dacă tu citești, ajută-i și pe alții să citească" – în urma acestei campanii, s-au adunat aproximativ 2.000 de volume care au fost donate Bibliotecii municipale din Kladovo-Serbia, eveniment istoric declarat de oficialii sârbi, deoarece a fost prima donație de carte românească într-o instituție a statului sârb.

Întreaga activitate editorială, continuarea procesului de modernizare, promovarea valorilor regionale și ale minorităților naționale din zonă, grija pentru păstrarea tradițiilor, a obiceiurilor și a identității românilor din Banatul Sârbesc și de pe Valea Timocului au consolidat poziția postului Radio Reșița deținută în topul preferințelor ascultătorilor din Banat.

Radio România Târgu Mureș

Radio Târgu Mureș este un **post multicultural care oferă publicului două programe cumulând 40 ore de emisie/zi**: un program cu emisiuni în limbă română (24 ore/ zi) și unul pentru minorități, cu durata de 16 ore/zi (în limbile maghiară, germană și rromani). Complementare la programele difuzate on air sunt produsele media online, care includ și video live, începând din decembrie 2015.

Radio Târgu Mureș emite într-un peisaj media unde concurența este foarte ridicată (în zonă emit peste 60 de posturi radio publice sau comerciale, cu acoperire națională, regională, zonală sau locală) în contextul creșterii semnificative a publicului mediilor de informare alternative.

Durata medie de ascultare a programelor Radio Târgu



"SERI DE JAZZ" LA RADIO ROMÂNIA TG. MUREȘ

Mureș urcă la peste 3 ore/zi, ceea ce confirmă atașamentul publicului față de programele și emisiunile generale, informative, utilitare sau specializate difuzate de Radio Târgu Mureș.

Programele Radio Târgu Mureș sunt urmărite și în mediul online, pe site-urile în limbile română (www.radiomures.ro), maghiară (www.marosvasarhelyiradio.ro) și germană (www.radioneumarkt.ro), pe paginile de [facebook.com/radiomures](https://www.facebook.com/radiomures), respectiv [facebook.com/marosvasarhelyiradio](https://www.facebook.com/marosvasarhelyiradio), înregistrând și aici creșteri semnificative de public în ultimul an.

O realizare importantă a fost realizarea primei transmisii video live din studioul videoFM în data de 14 decembrie 2015, accesibilă pe secțiunea video a site-ului.

Programele Radio Târgu Mureș pentru minorități au inclus:

- 18 înregistrări de teatru radiofonic și opere literare (audiobook) cu actori de la teatrele de limbă maghiară din zonă;
- concursul literar de proză scurtă, în parteneriat cu revista de cultură "Látó" din Târgu Mureș;
- evenimentele culturale și sociale importante din comunitate, reflectate în programele postului, cu un impact deosebit în rândul ascultătorilor.

În septembrie 2015, Radio Târgu Mureș a obținut o nouă frecvență în FM pentru zona Târgu Mureș, astfel că în curând populația de etnie maghiară din zonă va putea recepționa programele în limba maternă (difuzate în prezent pe AM) și în această bandă de frecvențe.

În cadrul misiunii publice asumate, Radio Târgu Mureș răspunde unei palete largi de nevoi și așteptări ale ascultătorilor săi prin programele difuzate, informațiile prompte și corecte, prin producțiile exclusiv audio-video din online, cât și prin evenimentele organizate în și pentru comunitate:

- „Seri de jazz și Muzică Clasică la Radio Târgu Mureș” (în limba română) și „Kotta” (în limbile minorităților), emisiuni spectacol de mare succes organizate lunar, transmise live on air și online (audio/video), devenite brand-uri ale postului;
- proiectul Radio România Regional „EU aleg România – 100 de români pentru istoria lumii” a oferit Radio Târgu Mureș ocazia de a realiza 12 producții video despre 12 personalități române care au contribuit la patrimoniul universal al culturii și științei.

Producerea a două programe simultan, dezvoltarea site-urilor postului, modernizarea și îmbogățirea lor cu conținut exclusiv (text, foto, video), dar și corelarea conținutului programelor on air cu produsele online au reprezentat obiective importante, îndeplinite în mod profesionist de-a lungul anilor, cu atât mai mult în 2015.

Radio România Timișoara

Radio Timișoara acoperă cu programe radio în AM aproape tot vestul țării (de la Oradea până la Oravița), iar în FM zonele Timișoara, Arad și Făget – Valea Mureșului. Pe anumite tronsoane orare, programele Radio Timișoara sunt separate AM/FM, pe unde medii fiind difuzate emisiuni adresate în general satelor, iubitorilor de folclor sau minorităților. Pentru arădeni este transmis zilnic Arad FM, un program local de 3 ore. Radio Timișoara emite în limba română și alte nouă limbi ale minorităților naționale care trăiesc în zonă (germană, maghiară, sârbă, cehă, slovacă, bulgară, ucraineană, rromani și italiană).

Instalarea unei noi platforme online în 2014 a condus la o creștere considerabilă a numărului de utilizatori ai site-ului, care a continuat în 2015, pe www.radiotimisoara.ro, prioritate având informațiile culturale. Multe dintre emisiuni au fost puse integral la dispoziția publicului pe site, în format audio.

Pe lângă transmisiunile video din studioul de emisie, în 2015 au fost accesibile pe site atât transmisiuni de la evenimentele organizate de Radio Timișoara, cât și de la evenimente sportive, concerte coral-simfonice, slujba de Crăciun și alte evenimente ale comunității.



EVENIMENT ANIVERSAR - RADIO ROMÂNIA TIMIȘOARA 60 DE ANI

Redacția Minorități

Pentru Redacția Minorități a constituit o prioritate **îmbunătățirea activității editoriale conform standardelor profesionale** adecvate:

- prin stabilirea și aplicarea obiectivelor, a strategiei și politicii de programe care să corespundă cerințelor postului public și așteptărilor ascultătorilor;
- în scopul creșterii credibilității, notorietății și a audienței;
- prin creșterea cantității de informații și extinderea timpului alocat muzicii minorităților naționale.

În această an s-au împlinit **70 de ani de la debutul emisiunii în limba maghiară** la Radio România, moment marcat prin realizarea de conținut editorial special care a pus în valoare longevitatea acestei emisiuni la Radio România.

Agencia de Presă Rador

În anul 2015, Agenția de presă Rador și-a concentrat eforturile pe **producerea de informații de calitate, profesionale, transmise rapid, destinate în primul rând canalelor Radio România**, pentru a răspunde, prin aceasta, cerințelor publicului.

Totodată, Agenția de presă Rador a continuat să își eficientizeze activitatea, oferind un număr mai mare de subiecte premium canalelor Radio România și, în același timp, crescând calitatea și cantitatea monitorizărilor personalizate pentru clienții externi.

O nouă direcție de activitate, pe care Rador a reușit să o dezvolte și să o consolideze, a fost difuzarea unui număr în creștere de materiale originale și premium pe site-ul propriu, www.rador.ro, la care publicul are acces liber:

- rubrici de interes larg – "Doctorul de weekend", "Auto", "Life Style", "Inedit";
- valorificarea atentă și modernă a materialelor din arhiva de istorie orală, realizate de grupul specializat al redacției;
- materiale-premieră – serialul de mare interes „Ea” este difuzat începând cu luna martie 2015 și este dedicat femeilor – femeia politician, femeia om de știință, femeia din umbra unei mari personalități, femeia pilot, femeia artist, măicuța, femeia victimă a regimului comunist etc.

Site-ul Rador, www.rador.ro, cu facilități destinate vizitatorilor, se integrează în ce privește conținutul în trendul lansat de marile agenții de presă mondiale. El reunește rubrici de actualitate din România și din lume,



numeroase zone cu informații culturale, științifice, curiozități – răspunzând, astfel, și misiunii noastre publice –, dar și informații de calitate din zona de life style și showbiz. În anul 2015, site-ul a înregistrat o creștere semnificativă a numărului de vizitatori, acesta dublându-se comparativ cu anul 2014.

În domeniul muzical, Strategia Direcției Programe a avut în vedere 3 obiective generale:

- menținerea audienței emisiunilor muzicale realizate pentru posturile Societății Române de Radiodifuziune prin consolidarea formatului muzical modernizat al postului Radio România Actualități;
- promovarea cu prioritate a creației și interpretării românești;
- creșterea vizibilității Societății Române de Radiodifuziune, prin concepția și producția unor evenimente muzicale care să aducă un important capital de imagine.

Un rol important în consolidarea audienței posturilor Societății Române de Radiodifuziune l-a avut modernizarea și diversificarea modalităților de prezentare a emisiunilor și de selectare a conținutului muzical, de planificare a comunicării eficiente cu publicul țintă, cu accent pe creșterea gradului de interactivitate. Exemple revelatoare în acest sens sunt emisiunile: „Pieșe pe alese” „Omul cu chitara” și „Sâmbătă noaptea între prieteni” la Radio România Actualități, cât și „Lada de zestre”, „Bucuroși de oaspeți”,

„Dedicații Muzicale” de la Antena Satelor, „Colecția de jazz” de la Radio Cluj și Radio Târgu Mureș și, nu în ultimul rând, emisiuni realizate și difuzate la Radio Chișinău.

Organizarea Galei Premiile Muzicale Radio Romania, ajunsă la a 13-a ediție, a avut ca obiectiv principal promovarea și susținerea creației și interpretării românești contemporane din genurile muzicii difuzate de posturile Societății Române de Radiodifuziune. Proiectul-eveniment a fost transmis în direct de Radio România Actualități și Radio România Internațional și a fost preluat și difuzat de TVR 1 și TVR Internațional, fiind considerat de presa de specialitate drept cel mai important eveniment muzical pop-rock al anului.

Promovarea încrucișată, prin mediatizarea extinsă - on air și online, a evenimentelor de importanță națională, ale fiecărei entități Radio România, a înregistrat o dezvoltare fără precedent. Astfel, evenimentele Centrului Cultural Media: GAUDEAMUS, Festivalul Internațional de Teatru Radiofonic Grand Prix Nova, lansările produselor Editurii “Casa Radio” și nu numai, au beneficiat de susținere și promovare prin reportaje, interviuri, on air și online, pe toate platformele de comunicare ale Radio România. Prin această manieră modernă și unitară de autopromovare se urmărește menținerea audienței și atragerea unui public nou.



DELIA, DESEMÎNATĂ CEA MAI BUNĂ INTERPRETĂ LA PREMIILE MUZICALE RADIO ROMÂNIA 2015

MARKETING ȘI COMUNICARE



Anul 2015 se distinge printr-o serie de **acțiuni și proiecte în premieră** în ceea ce privește comunicarea instituțională sau campaniile de promovare a Radio România la nivel național. Accentul a fost pus pe procesele de modernizare și profesionalizare a activităților de marketing și comunicare, în scopul promovării și consolidării imaginii de brand a corporației.

Marketing-ul – motor al promovării Radio România

Activitatea de **marketing** s-a concentrat pe atragerea de public nou, în paralel cu fidelizarea celui existent, prin campanii și parteneriate, folosind metode moderne, eficiente și flexibile de promovare:

1. Campania de promovare a Radio România Actualități. Pentru postul de radio fanion al societății s-a realizat o campanie de marketing desfășurată în perioada 18 septembrie-23 octombrie 2015, în București și alte 6 mari orașe (Constanța, Iași, Timișoara, Cluj-Napoca, Brașov, Craiova). Campania a utilizat elemente de promovare moderne, urmărind o bună acoperire teritorială în fiecare dintre orașele selectate.

2. Promovarea brandurilor Societății Române de Radiodifuziune în București și alte 12 orașe pe ecrane LCD. Pe parcursul întregului an 2015 au fost utilizate **26 ecrane LCD** amplasate în zone de impact, intens circulate, din București (10 locații), Constanța, Iași, Timișoara, Cluj-Napoca, Brașov, Craiova, Ploiești, Alba Iulia, Deva, Sibiu, Târgu Mureș, Satu Mare. Pentru spoturile publicitare rulate au fost folosite mesaje noi, de impact, create integral de specialiștii Radio România.

3. Parteneriatele și implicarea în campanii sociale – vector eficient de promovare a imaginii Radio România. Evenimentele de anvergură și partenerii de prestigiu au fost criteriile principale care au selectat partenerii și campaniile la care Radio România a fost parte, atât la nivel central, cât și regional (la studiouri teritoriale).

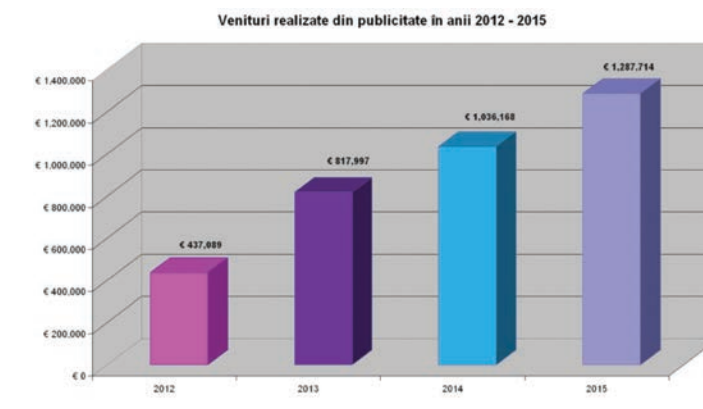
Campaniile sociale au vizat informarea publicului în domenii precum sănătatea, educația, cultura, promovarea mesajelor anticorupție și anti-violență sau susținerea proiectelor umanitare (de exemplu, campanii de informare și prevenire a criminalității derulate de Inspectoratul General al Poliției

Municipiului București, de asigurare a locuințelor, de ajutorare a copiilor defavorizați – „Fiecare copil în grădiniță”, „Nu putem alege între lacrimi”, „Un gest pentru demnitate” etc).

Trend ascendent al vânzărilor din publicitate

Țintind maximizarea veniturilor proprii, s-a reușit în anul 2015 atragerea a circa 9% din totalul veniturilor pieței de publicitate radio. Astfel, venitul total net realizat din publicitate în anul 2015 a fost de 1.289.403 Euro exclusiv TVA, (față de 1.036.180 Euro exclusiv TVA în 2014).

Veniturile din publicitate au continuat trendul ascendent din anii precedenți. Îmbunătățirea calității grilei de programe a posturilor Radio România s-a reflectat într-o creștere de cca. 24% față de nivelul anului 2014.



Transparență și eficiență în comunicare

Obiectivul principal în **comunicare și relații publice** a fost acela de a consolida și promova, transparent și eficient, imaginea de brand a Societății Române de Radiodifuziune, materialele de promovare realizate, precum și acțiunile derulate de Radio România subsumându-se acestui obiectiv.

1. Broșura de prezentare a corporației: „Suntem Radio România” - un produs modern, de calitate, bilingv (în română și engleză), cu o grafică excelentă și un conținut comprehensibil. Broșura prezintă Radio România așa cum este astăzi, o instituție media de top în România, oferind imaginea completă și complexă a posturilor radioului public, a produselor, evenimentelor și activității acestuia.



FESTIVALUL INTERNAȚIONAL DE TEATRU RADIOFONIC "GRAND PRIX NOVA" - FESTIVITATEA DE PREMIERE



TÂRGUL INTERNAȚIONAL GAUDEAMUS CARTE DE ÎNVĂȚĂTURĂ - EDIȚIA XXII



2. **Filmul de prezentare** a Radio România a fost realizat în premieră folosind o tehnică modernă – typography – ce permite o foarte bună reflectare a conținutului, fără a folosi fotografia. Filmul are un ritm alert și oferă, pe lângă istoric, o imagine concisă și actuală a societății, fiind produs în limbile română și engleză.

3. **Newsletter-ele periodice (308)** au fost transmise către un număr de beneficiari crescut cu peste 10% față de anul precedent.

4. **Organizarea întâlnirii dintre Președintele Director General și reprezentanții principalelor agenții de presă, televiziuni, presă scrisă și online**, în cadrul căreia a fost prezentat bilanțul Societății Române de Radiodifuziune în 2015, dar și perspectivele anului 2016.

5. **Dezvoltarea culturii organizaționale și îmbunătățirea coeziunii întregii echipe Radio România** a fost accelerată odată cu lansarea, în luna noiembrie, a „**Atelierului de timp liber**”, un newsletter săptămânal dedicat angajaților. **Activitatea constantă de informare rapidă și transparentă între managementul instituției și angajații Societății Române de Radiodifuziune** s-a concretizat prin redactarea și transmiterea informațiilor interne referitoare la activitatea instituției pe toate canalele aflate la dispoziție: newslettere (347), portal SRR, afișaj intern, website-ul www.radioromania.ro, asigurând astfel un flux constant și operativ de informații.

6. **Optimizarea mecanismelor de comunicare între ascultători și diversele compartimente ale Societății Române de Radiodifuziune** a continuat printr-o activitate eficientă de gestionare a scrisorilor, audiențelor, fax-urilor, a e-mail-urilor și apelurilor telefonice primite, în strânsă legătură cu departamentele editoriale.



"ȘCOALA ALTFEL" LA RADIO ROMÂNIA



INTERPRETA LIVIA BUBLE ALĂTURI DE UN GRUP DE ȘCOLARI

Implicare în evenimentele importante ale SRR

Aniversarea Radio România a fost și în 2015 un element de referință în activitatea de comunicare și marketing. La nivelul Societății Române de Radiodifuziune s-au desfășurat **acțiuni specifice de promovare**, s-a realizat **strategia de comunicare și s-au gestionat evenimentele din cadrul acesteia. Ziua Porților Deschise la Radio România** s-a organizat și anul acesta simultan la toate posturile Societății Române de Radiodifuziune. Manifestările aniversare s-au încheiat printr-un concert dedicat Zilei Radioului.

Pe întreg parcursul anului, toate marile proiecte derulate au contribuit la creșterea vizibilității Radioului public prin activitățile specifice de marketing și comunicare întreprinse cu ocazia unor evenimente punctuale:

- **Concertul Regal;**
- **Caravana și Târgul Internațional de carte GAUDEAMUS;**
- **Festivalul Internațional de Teatru Radiofonic Grand Prix Nova;**
- **Conferinței Media 2020 – Bringing Media to the Future;**

"ORA ARMATEI" 75 DE ANI



■ 75 de ani de Radiofonie Militară – eveniment aniversar.

Radio România s-a alăturat și în acest an programului Ministerului Învățământului "Școala altfel: să știi mai multe, să fii mai bun", peste 1.000 de elevi din școli generale și licee din întreaga țară alegând "Școala altfel la Radio România!"

Rețeaua regională a fost implicată activ în diverse campanii sociale, culturale sau de interes public, prin care s-a urmărit atât creșterea notorietății Radio România, cât și apropierea de aspirațiile și nevoia de informare a publicului regional:

- campania "EU aleg România, ediția a II-a – 100 de români pentru istoria lumii";
- proiectul "România de nota 10", cu prima ediție

Innovation Day în care peste 100 de elevi de la licee din zona metropolitană București și-au prezentat invențiile sau inițiativele antreprenoriale;

- parteneriatul cu Biroul Parlamentului European în România, în cadrul căruia angajații ai Radio România au efectuat vizite la Parlamentul European;
- Tabăra de Film, unde peste 5.000 de copii au participat la preselecțiile organizate cu suportul rețelei regionale în peste 11 orașe.

Anul 2015 a însemnat și împlinirea a 25 de ani de la prima emisie a Radio București, aniversare marcată printr-o serie de evenimente, campanii și concursuri puse sub sigla „București FM 25”. Pentru prima dată, București FM a organizat o serie de flash-mob-uri, în stația de metrou Unirii 1

și în Centrul Vechi. Cele două postări au generat 150.000 de vizualizări pe Facebook, un record pentru corporație pentru acest gen de acțiune.

Imaginea Radio Cluj a fost promovată atât prin acțiuni proprii, cât și prin stabilirea de parteneriate pentru evenimente derulate în arealul de acoperire al acestui studio regional. Pot fi menționate manifestări precum:

- Festivalul National pentru copii și tineret Armonia;
- spectacole de muzică și dans "Primăvara pe portativ";
- concerte corale (Corul Colegiului Unitarian din Cluj, formațiile Voces din Sf. Gheorghe și Melodeus din Cluj, Corul studentesc Visszhang, Corul de cameră Praetorius din Budapesta);
- Festivalul de Teatru în Limba Engleză pentru Copii „Dramaland”;
- campania „Deschide o carte, citește unui copil, schimbă o lume!”;
- proiecțiile de film și acțiunile derulate în cadrul proiectului educațional național „Școala Altfel”;
- concertele de muzică de cameră, rock sau muzică populară, care au constituit o ofertă variată pentru public;
- în 2015 a fost sprijinită deschiderea unui muzeu de artă și tradiții românești în Villarobledo, Spania, iar românii din această zonă, cu poveștile lor de viață, au fost văzuți de familiile rămase în țară pe site-ul www.radiocluj.ro.

În conformitate cu misiunea de post public, Radio Constanța a acordat o atenție deosebită componentei cultural-educative, prin parteneriatele media cu instituțiile de cultură și învățământ, dar și prin organizarea unor evenimente care să aducă publicul mai aproape de actul artistic și de valorile românești (participare activă la Târgul de Carte GAUDEAMUS, Conferințele Radio Constanța în județele Constanța și Tulcea).

Și în acest an a continuat campania „Copiii nu se pierd, ajung la Radio Vacanța – Brățara de Vacanță”, desfășurată în perioada 1 iunie-1 septembrie pe plajă, în toate stațiunile, cu ajutorul voluntarilor de la Crucea Roșie filiala Constanța. Valoarea totală a proiectului s-a ridicat la suma de 25.000 de euro, acoperită exclusiv din sponsorizări atrase. În cadrul campaniei au fost realizate materiale promoționale

inscripționate cu sigla „Radio Vacanța” (34.000 de brățări de vacanță, 1.000 de brățări dotate cu senzor care indică dacă este benefică sau nu expunerea la soare, 1.000 de prosoape de plajă, 2.000 de baloane, 1.500 de colaci de plajă, 1.500 de mingi de plajă, 500 de genți de plajă, 25.000 de hărți de informare turistică, sute de tricouri, șepci, rucsacuri și veste).

La Radio Reșița au avut loc mai multe acțiuni desfășurate off air, cu mare impact și în zona editorială. Dintre acestea pot fi amintite caravanele „Ascultă cum te ascult” și „Vacanța cu Radio Reșița”, care au avut ca scop promovarea turismului în Banat, sau „Marșul ciclist” organizat cu ocazia împlinirii a 19 de ani de funcționare a studioului. Au fost promovate și susținute manifestări culturale (Festivalul de Jazz de la Gărâna, Festivalul de Folk de la Gărâna), sportive sau sociale (Gala Pomului de Crăciun, unde peste 300 de copii au primit cadouri).

La Radio Târgu Mureș, proiectul „Caravana Bicicleta” ajuns în 2015 la ediția a XV-a, a urmărit dezvoltarea turismului activ nemotorizat, identificarea obiectivelor turistice din județele Brașov, Covasna, Harghita, Mureș și Sibiu, creșterea interesului pentru cunoașterea și protejarea patrimoniului natural, precum și a celui arhitectonic. Bilanțul turului de biciclete din 2015 s-a concretizat în peste 600 de km pedalați, reflectarea radiofonică on air și online fiind de 12 ore în fiecare zi (prin relatări în direct, știri, interviuri, emisiuni cu ascultători și invitați, reportaje new-media audio-foto-video pe platformele de internet și socializare), realizându-se, în afara transmisiunilor în direct, peste 100 de materiale sonore înregistrate în limbile română și maghiară.

Pentru Radio Timișoara, 2015 a fost anul aniversării a 60 de ani de la prima emisiune transmisă, iar cu aceasta ocazie a fost organizat cel mai amplu eveniment aniversar din istoria postului, în Piața Victoriei.

Cercetarea de piață

Informațiile periodice privind audiența, notorietatea sau profilurile ascultătorilor, studiile sociologice și analiza audienței posturilor se numără printre principalele instrumente de lucru pe care radioul le utilizează în procesul de modernizare a programelor editoriale.

În anul 2015 a fost elaborat Planul de Cercetare pentru perioada 2015-2018, având, printre altele, următoarele obiective:

- adaptarea stilului și conținutului posturilor Societății Române de Radiodifuziune la așteptările și cerințele publicului actual;
- atragerea de noi ascultători din categoria de public activ 30-49 ani;
- obținerea de informații cu privire la așteptările și cerințele acestui public potențial.

În cadrul Studiului de Audiență Radio, unicul acceptat pe piața radio din România, sunt culese informații pentru 11 posturi radio ale Societății Române de Radiodifuziune,

respectiv: Radio România Actualități, Radio România Cultural, Antena Satelor și cele opt posturi regionale ale Radio România.

Radio România conștientizează deplin importanța menținerii unei activități constante de cercetare de piață, atât calitativă cât și cantitativă, aceasta fiind, de altfel, una dintre direcțiile strategice importante ale instituției.

Eficientizarea/optimizarea activității de marketing și comunicare a contribuit la menținerea radioului public în poziția de lider în topul instituțiilor media din România și la consolidarea imaginii de serviciu public de radio cu statură europeană.



INDICATORI DE AUDIENȚĂ



Radio România a demonstrat și în anul 2015 că este principalul vector de informare și unul dintre importanții jucători din piața mass-media. Posturile radioului public sunt apreciate în mod deosebit pentru credibilitate, echidistanță și performanță în domeniile cultural, social și educațional, ceea ce a atras o cifră cumulată a audienței de aproximativ 4,5 milioane de ascultători.

De asemenea, numărul mare de ascultători ai posturilor Radio România a fost corelat, în această analiză, cu valoarea indicatorului Market Share (MS), din care reiese că atenția acestora este menținută mai mult timp decât oricare dintre posturile din piața radio, în toate mediile de rezidență – urban, rural, București și, implicit, la nivel național.

Radio România Actualități, postul fanion al radioului public, se situează pe primul loc în ceea ce privește cota de piață, cu MS 14,3 la nivel național, MS 14,7 la nivel urban și MS 13,4 în București. Această performanță este dublată de valorile foarte bune înregistrate pe indicatorul – număr mediu de ascultători zilnici (Anexele A, C, E și G). **Antena Satelor**, post care se adresează cu preponderență ascultătorilor din mediul rural, își păstrează publicul și rămâne în topul preferințelor acestuia în ceea ce privește opțiunea de ascultare a radioului. **Radio România Cultural** își menține cota de piață și înregistrează chiar o ușoară creștere a audienței, având un public nișat, interesat de produsele radiofonice culturale, cât și de evenimentele în care acest post s-a implicat în calitate de producător sau partener mass-media. **Radio România Regional** a urmărit, prin posturile rețelei, atingerea unor performanțe de audiență și notorietate, în paralel cu respectarea misiunii publice.

RADIO ROMÂNIA ACTUALITĂȚI

Printre caracteristicile importante ale acestui post este de menționat loialitatea și stabilitatea în preferințe a ascultătorilor din piața radio, care rămân zilnic pe frecvențele Radio România Actualități un timp considerabil. Valoarea indicatorului **Market Share** atinsă de Radio România Actualități demonstrează acest lucru, fiind cea mai mare din întreaga piață de radio, indiferent de mediul de rezidență al ascultătorului – național, urban sau București (Anexele B, D, și H). Pe baza indicatorului **Daily Reach** putem concluziona că Radio România Actualități, un radio de cursă lungă, a

atras zilnic cca. 2 milioane de ascultători, ceea ce îl situează în ierarhia pieței de radio pe locul al doilea, în toate mediile de ascultare. De asemenea, **timpul mediu de ascultare** (Average Time Spent - **ATS**) este și el **foarte ridicat – peste 3,5 ore** de ascultare (cumulată) zilnic, ceea ce vine în confirmarea fidelității și a interesului acordate de publicul ascultător (Tabel 1).

RADIO ROMÂNIA CULTURAL

În 2015, acest post s-a implicat intens în mediatizarea evenimentelor culturale produse de **Centrul Cultural Media**, fiind partenerul de bază al tuturor instituțiilor de cultură importante din țară. Radio România Cultural a înregistrat în ultimii ani o tendință ușor ascendentă în ceea ce privește numărul de ascultători zilnici și a păstrat, în același timp, cota de piață, fără a fi remarcate fluctuații majore în ultimii ani (Anexele B, D, F). De remarcat că, la nivel național, chiar dacă este un post de nișă, având un public mai exigent, cu educație înaltă, care provine mai degrabă din mediul urban și are un statut social înalt, Radio România Cultural a avut capacitatea de îmbunătățire a indicatorului demografic de vârstă prin atragerea unui public mai tânăr.

ANTENA SATELOR

Utilitatea de post public dedicat spațiului rural, demonstrată și în 2015 de Radio Antena Satelor, a fost relevată în primul rând prin durata cea mai mare de ascultare în toate mediile de rezidență analizate (ATS – național, urban, rural, București) – Tabel 1, Tabel 3, Tabel 5, Tabel 7, de mai jos.

RADIO ROMÂNIA REGIONAL

Cifrele de audiență obținute de Rețeaua Studiourilor Regionale în cursul anului 2015 au confirmat trendul ascendent înregistrat în ultimii ani (Anexele A, C și E), și consolidarea notorietății posturilor regionale, prin implicarea în evenimente sociale și culturale foarte bine apreciate și primite de public.

Posturile regionale care s-au remarcat la nivel **național** sunt **Radio Oltenia Craiova, Radio Iași și Radio Timișoara. În 2015**, comparativ cu 2014, acestea au înregistrat, în cifre

absolute, un număr mai mare de ascultători zilnici, și chiar, de apreciat, o creștere semnificativă statistic la **Radio Târgu Mureș** (Anexa A – dinamică val III 2014/val III 2015), creștere de 43,3%. Toate posturile regionale ale Societății Române de Radiodifuziune își mențin audiența câștigată în anii anteriori, neînregistrându-se fluctuații semnificative ale indicatorului Daily Reach.

AUDIENȚA LA NIVEL NAȚIONAL

1. Daily Reach (DR - număr mediu de ascultători zilnici)

Posturile **Radio România** au avut succes și în anul 2015 în fidelizarea publicului, menținându-și numărul mediu de ascultători zilnici față de anul precedent (Anexa A).

Fidelitatea ascultătorilor este confirmată și de indicatorul **Timp Mediu de Ascultare (ATS - Average Time Spent)** exprimat în minute. În acest sens, exemple elocvente sunt date de posturile Antena Satelor, Radio România Actualități, Radio Târgu Mureș și Radio Iași, frecvențe preferate de public până la patru ore zilnic (Tabel 1).

TIMP MEDIU DE ASCULTARE (ATS) – NAȚIONAL	SAR 2015
TOTAL PIAȚA RADIO	266,4
Antena Satelor	259,5
RR Actualități	221,8
RR Tg. Mureș	209,2
RR Iași	192,9
RR Craiova	177,1
Europa FM	173,5
Magic FM	160,4
București FM	157,1
Rock FM	155,8
RR Reșita	154,9
Național FM	152,4
Radio ZU	143,3
RR Cluj	142,5

Radio 21	140,6
RR Timișoara	140,1
ProFM	139,6
Kiss FM	138,5
RR Constanța	135,7
RR Cultural	121,0

Tabel 1: Timpul mediu de ascultare 2015 (ATS) exprimat în minute – Național

2. Market share (MS – cota de piață / procent din volumul total de ascultare)

Radio România cumulează cea mai mare cotă de piață, fiind de remarcat valoarea de **30,2% MS** (aproape o treime din volumul total de ascultare de la nivel național) – Tabel 2.

Toate posturile Radio România, luate individual, și-au păstrat în anul 2015 cotele de piață înregistrate în anul anterior. Este important de menționat, în acest sens, creșterea semnificativă statistic, vorbind, a acestui indicator pentru studioul regional din **Târgu Mureș**.

Ca în fiecare an, și în 2015 postul principal al Societății Române de Radiodifuziune – **Radio România Actualități** – ocupă **locul întâi** în clasamentul alcătuit în funcție de **cota de piață**, atingând valoarea de 14,3%, la o distanță de aproape cinci puncte procentuale față de locul al doilea.

MARKET SHARE - NAȚIONAL	SAR 2015
RR Actualități	14,3%
Kiss FM	9,6%
Radio România Regional	8,9%
Europa FM	8,5%
Radio ZU	8,5%
ProFM	7,1%
Antena Satelor	6,2%
Magic FM	3,8%

Radio 21	2,7%
Rock FM	1,3%
Național FM	1,2%
RR Cultural	0,8%
SRR	30,2%

Tabel 2: Market share – Național – 2015

AUDIENȚA ÎN MEDIUL URBAN

1. Daily Reach (DR - număr mediu de ascultători zilnici)

Publicul Radio România Actualități rămâne constant în alegerea frecvențelor specifice și a opțiunilor de ascultare, cele mai apreciate fiind grupajele informative. Dintre ascultătorii de radio din **mediul urban**, aproape **28%** sunt **ascultători ai posturilor Societății Române de Radiodifuziune. Radio România Actualități** este în continuare pe locul al doilea, publicul său din orașe rămânând constant în alegeri și păstrându-și opțiunile de ascultare. **Radio Oltenia Craiova** atrage, în 2015, noi ascultători (Anexa C), iar celelalte posturi își dovedesc capacitatea de menținere a fidelității publicului.

Antena Satelor și **Radio România Actualități** sunt posturile cu cele mai mari valori ale indicatorului ATS, publicul lor acordând zilnic peste trei ore (cumulat) audierii programelor preferate - Tabel 3.

TIMP MEDIU DE ASCULTARE (ATS) - URBAN	SAR 2015
Antena Satelor	234
RR Actualități	219
Europa FM	176
Magic FM	162
Radio România Regional	158
Național FM	150
Rock FM	147

Radio ZU	136
ProFM	136
Radio 21	134
Kiss FM	126
RR Cultural	117

Tabel 3: Timpul mediu de ascultare (ATS) exprimat în minute – Urban

2. Market share (cota de piață / procent din volumul total de ascultare)

În 2015, în mediul urban, **Radio România Actualități** este **lider de piață** în clasamentul alcătuit în funcție de cota de piață, cu un nivel de **14,4%** (Tabel 4). Toate posturile Radio România își mențin cu succes nivelul acestui indicator și, mai mult, **Radio Oltenia Craiova** cunoaște chiar o creștere semnificativă statistic (cota de piață crește cu 27% - 0,3 puncte procentuale în 2015, comparativ cu 2014).

MARKET SHARE - URBAN	SAR 2015
RR Actualități	14,4%
Europa FM	9,9%
Kiss FM	8,8%
Radio ZU	8,7%
ProFM	6,9%
Radio România Regional	6,5%
Magic FM	5,1%
Antena Satelor	2,9%
Radio 21	2,8%
Rock FM	1,7%
Național FM	1,4%
RR Cultural	0,9%
SRR	23,6%

Tabel 4: Market share – Urban – 2015

AUDIENȚA ÎN MEDIUL RURAL

1. Daily Reach (număr mediu de ascultători zilnici)

Radio România este lider incontestabil în mediul rural, unde indicatorul DR înregistrează un procent de peste 43% din totalul pieței de radio. Emblematic pentru mediul rural, Antena Satelor surclasează toate posturile din piața radio din România, fiind ascultat de-a lungul unei zile, în medie patru ore și jumătate cumulativ, conform indicatorului ATS (timp mediu de ascultare) - Tabel 5.

TIMP MEDIU DE ASCULTARE (ATS) - RURAL	SAR 2015
Antena Satelor	271
Rock FM	227
RR Actualități	227
Radio România Regional	200
Europa FM	167
Național FM	159
Kiss FM	159
Radio ZU	157
Radio 21	155
Magic FM	154
ProFM	145
RR Cultural	130

Tabel 5: Timpul mediu de ascultare (ATS) exprimat în minute – Rural

2. Market share (cota de piață / procent din volumul total de ascultare)

În mediul **rural**, **posturile Radio România**, analizate împreună, dețin **cea mai mare cotă de piață – 40,8%**. **Primele trei locuri** în clasamentul întocmit pe baza acestui indicator sunt ocupate de **Radio România Regional, Radio România Actualități și Antena Satelor** (Anexa F). Radio România Regional își păstrează cu succes cota de piață înregistrată în 2014, un exemplu în acest sens fiind Radio Târgu Mureș, care înregistrează o ușoară creștere.

MARKET SHARE - RURAL	SAR 2015
Radio România Regional	14,6%
RR Actualități	14,2%
Antena Satelor	11,4%
Kiss FM	10,9%
Radio ZU	8,1%
ProFM	7,5%
Europa FM	6,4%
Radio 21	2,5%
Magic FM	1,8%
Național FM	1,0%
RR Cultural	0,7%
Rock FM	0,5%
SRR	40,8%

Tabel 6: Market share – Rural – 2015

AUDIENȚA ÎN BUCUREȘTI

1. Daily Reach (număr mediu de ascultători zilnici)

Piața radio din Capitală este influențată atât de caracterul eterogen al locuitorilor, cât și de mediul concurențial care impune o dinamică specifică din punctul de vedere al consumului de radio, în acest areal. Radio România a atras un procent de 23% din publicul de radio, în primul rând cu postul Radio România Actualități. Acesta este ascultat în medie timp de peste trei ore cumulativ într-o zi obișnuită (ATS - Tabel 7).

Interesant și de remarcat este faptul că Antena Satelor se află și în București pe primul loc în clasamentul alcătuit în funcție de indicatorul ATS (timp mediu de ascultare), fiind singurul post ascultat, în medie, timp de peste 4 ore zilnic.

TIMP MEDIU DE ASCULTARE (ATS) - BUCUREȘTI	SAR 2015
Antena Satelor	255
RR Actualități	224
Tănăna	220
Europa FM	199
Magic FM	174
București FM	169
Romantic FM	166
Gold FM	162
Smart FM	156
Radio ZU	146
Național FM	136
Rock FM	136
ProFM	135
Radio 21	134
Kiss FM	119
RR Cultural	109
Vibe FM	95
Itsy Bitsy	76

Tabel 7: Timpul mediu de ascultare (ATS) exprimat în minute – București

2. Market share (cota de piață / procent din volumul total de ascultare)

Acest indicator, cu o valoare de 18,8%, înregistrată pe parcursul anului 2015, demonstrează că posturile Radio România dețin procentul cel mai mare din volumul total de ascultare radio din București.

Performanța Radio România Actualități atât la nivel național, cât și urban sau rural, este replicată și în Capitală, poziția de lider fiind obținută cu o valoare de 14,2% a indicatorului Market Share. Acest procent îl situează la o distanță considerabilă față de ocupantul locului secund (aproximativ patru puncte procentuale, conform Tabel 8).

MARKET SHARE - BUCUREȘTI	SAR 2015
RR Actualități	14,2%
Radio ZU	10,5%
Europa FM	7,5%
Magic FM	7,5%
Kiss FM	5,4%
ProFM	4,9%
Romantic FM	4,2%
Rock FM	3,5%
Radio 21	3,0%
Antena Satelor	2,9%
Gold FM	2,1%
Național FM	1,8%
RR Cultural	0,9%
Smart FM	0,9%
Vibe FM	0,8%
București FM	0,8%
Radio Tănăna	0,6%
Itsy Bitsy	0,5%
SRR	18,8%

Tabel 8: Market share – București – Studiul de Audiență Radio 2015

Analiza datelor de audiență pe anul 2015 scoate în evidență performanța posturilor Societății Române de Radiodifuziune și potențialul acestora de a-și fideliza publicul ascultător. Gestionarea corectă și adaptarea ofertei editoriale la așteptările publicului este demonstrată atât de numărul mediu de ascultători – daily reach (DR), timpul mediu de ascultare (ATS), cât și de cota de piață (MS), indicatori care susțin poziția de lider câștigată în ultimii ani, pentru piețele pe care le reprezintă, fie că vorbim despre piețe de nișă sau pentru publicul larg.



TEHNIC

Activitatea specifică din cadrul Societății Române de Radiodifuziune este asigurată de Direcția Tehnică prin departamentele sale – Emisie-Control General Tehnic, Dezvoltare, IT&C, Întreținere, Transporturi –, cărora li se adaugă serviciile tehnice din cadrul Direcției Programe, Centrului Cultural Media și Studiourilor Regionale.

Pe parcursul anului 2015, scopul întregii echipe a fost asigurarea suportului adecvat în realizarea programelor radio și a produselor complementare ale Societății Române de Radiodifuziune, pentru îndeplinirea obiectivelor societății și misiunii sale de serviciu public media.

Coordonarea tehnică a programelor de radio ale Societății Române de Radiodifuziune

Prin Controlul General Tehnic au fost asigurate, în flux continuu, coordonarea tehnică a emisie și condițiile tehnice necesare pentru difuzarea programelor: România Actualități, România Cultural, România Muzical, Antena Satelor, București FM, Programul Maghiar-German, România Internațional 1, 2 și 3. Totodată, au fost asigurate interconectările cu studiourile regionale și locale: Radio Cluj, Radio Constanța, Radio Oltenia Craiova, Radio Iași, Radio Reșița, Radio Târgu Mureș, Radio Timișoara, Arad FM, Radio Sighet, Antena Sibiului, cu punctele exterioare de transmisii mobile și permanente instalate la Palatul Cotroceni, sediul Guvernului, Camera Deputaților, Senat și Aeroportul Otopeni. Au fost difuzate în direct peste 3.600 de transmisii radio de la importante evenimente politice, culturale, muzicale și religioase, cum ar fi: Târgul de carte GAUDEAMUS, Festivalul Național George Enescu, Ziua Națională a României, concertele Metropolitan Opera New York, concertele difuzate pe satelit de către Uniunea Europeană de Radio, slujbele religioase de la Patriarhia Română, iar peste 4.000 de transmisii au fost înregistrate și difuzate ulterior.

Controlul General Tehnic a asigurat, în condiții de continuitate, distribuția programelor către Societatea Națională de Radiocomunicații în vederea difuzării pe rețelele de emițătoare. În vederea asigurării celor mai bune condiții tehnice de difuzare și continuitate a emisie programelor Societății Române de Radiodifuziune, în Controlul General Tehnic au fost efectuate activități de dezvoltare și instalare a unor noi echipamente cu sprijinul Serviciului Dezvoltare și

Întreținere, în urma cărora a fost pusă în funcțiune o nouă rețea de comunicații pentru transmisia digitală a semnalelor de programe, rețea care asigură interconectarea Casei Radio cu studiourile regionale și punctele fixe de transmisii.

Monitorizarea funcționării rețelelor de emițători ai Societății Române de Radiodifuziune

Monitorizarea funcționării rețelelor de emițătoare FM se efectuează cu ajutorul sistemului centralizat de monitorizare a recepției stațiilor de emisie FM (SMC-FM), care semnalizează în timp real disfuncționalitățile apărute, prin trimiterea automată de alarme în situația neîncadrării în parametrii tehnici de calitate ai semnalului difuzat pe stațiile de emisie FM. În cursul anului 2015 au fost asigurate condițiile pentru extinderea sistemului SMC-FM, prin achiziția de noi stații de monitorizare. Rapoartele zilnice de monitorizare obținute pe baza analizei evenimentelor raportate de sistem constituie un instrument de control al funcționării stațiilor de emisie și implicit al monitorizării derulării contractului de prestări servicii de radiocomunicații cu Societatea Națională de Radiocomunicații.

În perioada august-septembrie 2015, au fost derulate 3 sesiuni de măsurători radioelectrice privind recepția posturilor pe întreg teritoriul țării, cu prioritate în cele 41 orașe reședință de județ. Rezultatele măsurătorilor din teren vor sta la baza demersurilor pe care Societatea Română de Radiodifuziune le va efectua în perioada următoare către Consiliul Național al Audiovizualului și Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații pentru obținerea de noi frecvențe FM, în vederea asigurării recepției posturilor publice de radio în cele mai bune condiții de către toți ascultătorii.

Îmbunătățirea posibilităților de recepție a programelor Societății Române de Radiodifuziune

Conform Planului de Obiective Strategice Anuale al Societății Române de Radiodifuziune, unul dintre cele mai importante obiective îl constituie extinderea pachetului de frecvențe alocat Societății Române de Radiodifuziune. În acest sens, în vederea identificării de soluții pentru îmbunătățirea calității recepției posturilor publice de radio pe întreg teritoriul țării, în cursul anului 2015 au fost transmise către Consiliul

Național al Audiovizualului și Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicații zece solicitări pentru completarea rețelelor de emițători cu noi frecvențe FM.

Prin Decizia nr. 473/29.09.2015, Consiliul Național al Audiovizualului a alocat Societății Române de Radiodifuziune un pachet de 10 frecvențe FM. Pentru utilizarea celor 10 noi frecvențe FM alocate Societății Române de Radiodifuziune au fost efectuate demersuri, cu respectarea reglementărilor din domeniul audiovizual, pentru obținerea Licențelor audiovizuale și a Licențelor de emisie corespunzătoare frecvențelor alocate Societății Române de Radiodifuziune. Totodată, au fost întocmite documentațiile pentru achiziția de echipamente necesare: emițători FM, codecuri AOIP pentru transportul de semnal și receptoare profesionale pentru asigurarea rezervării transportului de modulație. Au fost efectuate și studii de acoperire pentru identificarea amplasamentelor finale pentru noii emițători FM, urmând ca anul 2016 să fie puși în funcțiune.

Pentru creșterea calității și a zonei de recepție a postului Radio România Muzical în București și județele limitrofe, la finalul anului 2015 a fost pus în funcțiune noul emițător de putere 5kW în amplasamentul Herăstrău. Acest obiectiv a răspuns numeroaselor solicitări primite din partea publicului ascultător.

Principalele activități de proiectare, montaj și instalare pentru asigurarea producției și difuzării programelor în sediul central și la studiourile regionale, au fost:

- finalizarea celei de-a doua etape de implementare a soluției tehnologice de captare-mixare-distribuție din regia tehnică T4S a sălii de concerte “Mihail Jora” prin configurarea finală a sistemului audio de mixare și încheierea activităților de conectare, testare și verificare a circuitelor de captare de pe scenă și din podul sălii de concerte;



- pentru reabilitarea Controlului General Tehnic de la studiourile regionale Timișoara și Cluj s-au finalizat documentațiile de execuție a instalațiilor electroacustice aferente sistemelor de comutare audio achiziționate în 2014, au fost inițiate și finalizate principalele etape conexe, de proiectare, de achiziții de echipamente auxiliare, subansambluri și materiale. A fost finalizată instalarea, configurarea, testarea-verificarea și punerea în funcțiune de sistemului de comutare audio din Controlul General Tehnic-studioul regional Timișoara.
- încheierea procedurilor de achiziție echipamente și accesorii având ca scop asigurarea condițiilor necesare schimbării tehnologiei și îmbunătățirea fluxurilor de activități pentru realizarea și difuzarea programelor Radio România Muzical și Radio România Cultural;
- efectuarea studiului de soluție, contractarea echipamentelor necesare și demararea lucrărilor pentru instalarea de codec-uri în Controlul General Tehnic București pentru asigurarea condițiilor tehnice de difuzare a programelor radio și asigurarea continuității serviciilor de telecomunicații cu studiourile regionale, locale și diferite puncte de transmisie din București și din țară;
- executarea unor lucrări de reabilitare funcțională prin completarea instalației electroacustice (stații de lucru, procesoare audio digitale) din cabina 33, utilizată la realizarea programelor Radio România Actualități;
- organizarea atelierului de prezentare a caracteristicilor sistemelor audio digitale LAWO, concepute pentru activitățile de producție „virtual & visual” radio pe baza tehnologiei AoIP, prin împărțirea resurselor audio și video și prin integrarea de funcții și soluții software și hardware.

În domeniul IT&C prioritare au fost gestionarea și alocarea resurselor necesare pentru realizarea de noi soluții informatice, dezvoltarea de aplicații de gestiune economică, dezvoltarea de aplicații web, de extinderea și modernizare infrastructură, extinderea sistemului de înregistrare, difuzare și monitorizare online a canalelor de emisie, a sistemelor de comunicație și a sistemului e-learning implementat în Societatea Română de Radiodifuziune.

S-au achiziționat 500 de calculatoare în vederea înlocuirii stațiilor de lucru cu durată de funcționare mai mare de 12 ani și 16 servere necesare creșterii capacității de procesare și stocare a datelor. Scopul investiției a fost acela de a asigura:

- putere de procesare;
- viteză de răspuns;
- multitasking;
- interconectare;
- compatibilizate cu noile echipamente periferice;
- compatibilitate cu noile sisteme de operare;
- compatibilitate cu noile aplicații;
- reducerea consumurilor și a cheltuielilor de exploatare;
- creșterea facilităților de conectare și de interacțiune cu utilizatorul sau cu mediul de lucru.

Specialiștii Societății Române de Radiodifuziune în realizarea transmisiunilor radio au realizat numeroase înregistrări, transmisii, sonorizări, streaming audio-video și iluminat festiv în București, în țară și de peste hotare. Activitatea acestora, s-a concretizat în:

- peste 1.300 de transmisii în direct;
- peste 3.150 de înregistrări;
- peste 1.000 de sonorizări;
- peste 105 transmisii de streaming video;
- peste 260 de înregistrări video.

Pentru situații de urgență, SRR are în dotare un car de transmisii pe satelit și o instalație portabilă de satelit, echipamente care se utilizează și pentru transmisii în direct curente.

Dintre producțiile cu grad de dificultate ridicat și importanță deosebită menționăm:

- transmisiile în direct(audio și video) de la slujbele religioase de Paști (ortodox și catolic), de la diverse evenimente desfășurate în zone rurale de către Antena Satelor;
- suportul tehnic pentru proiectele „Clubul Dramaturgilor”, „Ne auzim la Majestic”, „Stagiunea de Jazz” de la Teatrul Act, „Maraton de poezie”, „Cafeneaua de Știință”, Festivalul Internațional de Teatru Radiofonic Grand Prix Nova, Proiectul de promovare ARCUB „Hanul

Gabroveni”, Festivalul Internațional de Teatru de la Sibiu, „Pianul Călător”, Noaptea Muzeelor, spectacolul radiofonic „Biblia Neagră” a lui William Blake, Ziua Veteranilor de Război, Târgul de Carte GAUDEAMUS, Festivalul și concursul național al liedului românesc;

- suportul tehnic pentru manifestări sportive;
- suportul tehnic pentru conferința internațională Media 2020 – *Bringing Media to the Future*, manifestările legate de sărbătorirea Zilei Naționale a României și comemorării Revoluției din 1989;
- suportul tehnic pentru desfășurarea unor congrese ale diferitelor partide politice, manifestațiile de protest în urma tragediei din Clubul Colectiv, summit-ul Marea Neagră.

La nivelul **studiourilor regionale**, anul 2015 a fost marcat de continuarea eforturilor de modernizare tehnologică în vederea asigurării instrumentelor necesare pentru menținerea competitivității pe piața media. Astfel:

- Studioul Regional Radio Timișoara – s-au realizat lucrări de modernizare a Controlului General Tehnic Timișoara și instalarea unui sistem digital de comutare a programelor către emițătoare – lucrare efectuată cu sprijinul DDT. S-a instalat un grup generator de 30kW care să asigure continuitatea emisie și a activității redacționale de știri în situația lipsei alimentării cu energie electrică. În urma solicitării SRR-RTM pentru mărirea ariei de acoperire și recepție în FM a programelor Radio Timișoara în zona Valea Jiului, s-a primit, prin Decizia CNA nr. 473 din 29.09.2015, frecvența de 101,5MHz – Petroșani.
- Studioul Regional Târgu Mureș – a demarat proiectul Video Fm începând cu luna decembrie 2015, fiind primul studio regional din rețeaua Societății Române de Radiodifuziune care face transmisie video live. Pentru Studioul VideoFM s-a configurat pupitrul audio și router-ul CGT în vederea asigurării sunetului pe canalul video și s-a realizat o infrastructură wireless pentru conectarea echipamentelor IT la rețeaua de date a instituției. Infrastructura beneficiază de un management centralizat al echipamentelor și al zonelor de acces permise. Totodată, infrastructura permite accesul la

internet (nivel guest) al echipamentelor tip telefon, tabletă grafică sau notebook. S-a conceput, instalat, configurat și testat întreaga infrastructură IT și AV necesară funcționării studio-ului video. Echipamentele asigură atât transmisia directă în mediul on-line a emisiunilor RTM, cât și realizarea de materiale video complexe. Echipamentele sunt proiectate pentru a permite transmisiile directe atât din studio-ul dedicat, cât și din sala de spectacole, ceea ce aduce un plus de valoare emisiunilor cu public. Studioul Video Fm este construit pe principiul producției live, având trei zone: una cu background de regie tehnică, alta cu background familiar (loc unde se pot spune “povești”) și o zonă de producție cu background chroma key, pentru producții și procesare în studio, lumină profesională rece, dimabilă, pupitru on air 1500, producție și broadcast wirecast.

- Studioul Regional Iași – a asigurat suportul necesar realizării emisie postului fără incidente, cu o calitate a sunetului în parametri normali, precum și suportul necesar funcționării platformei online, în condiții optime de securitate, precum și conservarea arhivei Radio România prin extinderea spațiului de stocare a datelor.
- Studioul Regional Craiova – din punct de vedere tehnic, a evoluat constant în 2015, în vederea modernizării modalităților de transmisie a sunetului de calitate spre receptor și a însemnat depășirea prejudecăților privind radioul clasic: camera web instalată în singura stațiune montană din zonă (Rânca) oferind în timp real informații pentru turiști. Amenajarea cu minimul necesar a unui studio TV a permis realizarea primelor producții video.

Activitatea depusă în anul 2015 în domeniul tehnic a fost o continuare a eforturilor concertate a specialiștilor din acest domeniu de a răspunde cerințelor consumatorului final – ascultătorul –, prin creșterea calității emisie, mărirea ariei de recepție a semnalului, prin obținerea de noi frecvențe și licențe de emisie și, nu în ultimul rând, diversificarea produselor în concordanță cu evoluția acestora pe piața media.



ORGANIZAȚIONAL ȘI RESURSE UMANE

Continuarea procesului de modernizare a structurii organizatorice, utilizarea eficientă a resursei umane, stabilirea și realizarea obiectivelor specifice în scopul ducerii la îndeplinire a obiectivelor strategice ale Societății Române de Radiodifuziune pentru perioada 2015-2018 au fost **principalele direcții de acțiune** în cadrul acestui domeniu.

Stabilirea și aprobarea obiectivelor strategice la nivelul Consiliului de Administrație (aprobat prin HCA nr. 201/2015), precum și a obiectivelor operaționale ale

Societății Române de Radiodifuziune (HCA nr.202/2015), ca pârghii de responsabilizare a managerilor Societății Române de Radiodifuziune și repere de evaluare a activității anuale a acestora, au generat un impact semnificativ asupra domeniului organizațional și resurse umane, determinând linii de acțiune concrete.

Astfel, **a fost continuat procesul de revizuire și consolidare a cadrului normativ intern, precum și de armonizare a acestuia cu prevederile legale în vigoare.**

Dintre reglementările interne elaborate în această perioadă amintim:

- normele subsecvente privind punerea în aplicare a procedurilor de elaborare, monitorizare, raportare și evaluare a obiectivelor în cadrul Societății Române de Radiodifuziune;
- procedura privind circulația documentelor în Societatea Română de Radiodifuziune;
- regulamentul privind accesul în Societatea Română de Radiodifuziune.

Pe parcursul anului 2015, s-a desfășurat procedura de negociere și semnare a unui nou Contract Colectiv de Muncă, conform prevederilor legale. Noul **Contract Colectiv de Muncă aplicabil la nivelul Societății Române de Radiodifuziune, înregistrat la Inspectoratul Teritorial de Muncă București, cu o valabilitate de 24 de luni**, a fost încheiat și a intrat în vigoare în luna decembrie 2015.

În direcția **sănătății și securității în muncă**, s-a pus accentul pe aspectele ce țin de controlul și verificarea condițiilor de muncă în Societatea Română de Radiodifuziune atât la nivel central, cât și la nivel local, efectuându-se măsurătorile/determinările de noxe fizico-chimice și cele de putere ale câmpului electromagnetic la nivelul sediului central al Societății Române de Radiodifuziune și al studiourilor regionale, care au indicat încadrarea în parametrii legali.

De asemenea, a continuat activitatea de monitorizare a stării de sănătate a angajaților, în scopul prevenirii bolilor profesionale și a altor afecțiuni, prin controale periodice de medicina muncii. Ca urmare a măsurilor pe linia sănătății și securității muncii, în anul 2015 nu a fost semnalat niciun caz nou de îmbolnăvire profesională.

Și în anul 2015 **activitatea din sectorul juridic** a urmărit în principal apărarea și protejarea intereselor patrimoniale și nepatrimoniale ale Societății Române de Radiodifuziune, reprezentarea drepturilor și intereselor instituției în fața instanțelor judecătorești și a altor organe de jurisdicție, precum și în raporturile cu alte organisme, persoane fizice și juridice, asigurând permanent cadrul de legalitate, conform spiritului și literei legii.

Printre principalele direcții urmărite în cadrul activității juridice, amintim domeniile:

- **contencios**, cu un volum mare de activitate în recuperarea creanțelor, în special taxa aferentă serviciului public de radiodifuziune;
- **drepturi de proprietate intelectuală**, unde s-a acționat pentru protejarea celor 116 mărci existente în portofoliul Societății Române de Radiodifuziune, dintre care 6 mărci noi;
- **drepturi de autor și drepturi conexe**;
- **achiziții publice prin oferirea de consultanță de specialitate în domeniu**;
- **consilierea managementului Societății Române de Radiodifuziune** în domeniul reglementărilor interne și a activității curente.

Activitatea de **relații internaționale** a Societății Române de Radiodifuziune în anul 2015 s-a circumscris următoarelor **direcții de acțiune**:

- **creșterea rolului și ponderii Societății Române de Radiodifuziune în cadrul principalelor organisme internaționale prin**:
 - lansarea, la propunerea Societății Române de Radiodifuziune, a unei platforme de schimburi muzicale între membrii Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU), inițiativă prezentată în cadrul conferinței RadioAsia Conference de la Yangon (Myanmar);
 - organizarea în perioada 30 iunie-1 iulie a **Conferinței "Media 2020 – Bringing Media to the Future"**, organizată de către Societatea Română de Radiodifuziune în parteneriat cu Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU).
- **participarea la procesul intern de selecție a ofertei muzicale a Societății Române de Radiodifuziune către organismele partenere, respectiv organismele internaționale (European Broadcasting Union, Asia-Pacific Broadcasting Union), precum și trimiterea înregistrărilor muzicale către beneficiari**;
- **consolidarea și dezvoltarea parteneriatelor Societății Române de Radiodifuziune în plan bilateral și multilateral cu parteneri din diverse arii geopolitice**:
 - semnarea acordului de colaborare bilaterală între Radio România și Radio Cehia;

- semnarea noului acord bilateral între ICRT (Institutul Cubanez de Radio și Televiziune) și Societatea Română de Radiodifuziune.

II. Managementul Resurselor Umane

Analiza evoluției numărului de personal angajat relevă o **continuare a tendinței de scădere**, astfel că la data de 31.12.2015 se înregistra cifra de 2.151 salariați, cu aproximativ **2,4% mai puțini decât în anul precedent**, menținându-se trendul descrescător al ultimilor 10 ani. Aceasta, în condițiile în care nu s-au operat măsuri de disponibilizare sau concedieri colective.

În privința **calificării personalului**, este de subliniat faptul că se menține la un nivel ridicat ponderea personalului cu pregătire superioară, 64 % dintre angajați având studii superioare și 36 % studii medii. De asemenea, ponderea ridicată a personalului de specialitate în numărul total de personal reprezintă un argument care pledează pentru menținerea unui raport just între activitatea de bază și cea de suport.

Alte aspecte pozitive vizează media de vârstă care se menține scăzută, ponderea salariaților sub 50 de ani fiind de 64 % și raportul echilibrat dintre numărul de femei și cel de bărbați.

Este de evidențiat și faptul că **Societatea Română de Radiodifuziune se menține printre cei mai importanți angajatori ai forței de muncă în domeniul cultural-artistic, cu un număr de 208 artiști angajați.**

Verificarea aptitudinilor și competențelor angajaților s-a concretizat în cadrul procesului de evaluare a angajaților Societății Române de Radiodifuziune, efectuat conform prevederilor statuate prin Regulamentul Intern. Astfel, 93,64% din totalul angajaților a fost supus evaluării anuale, diferența fiind reprezentată de salariații care nu au îndeplinit condițiile pentru a fi supuși procesului de evaluare.

Rezultatele finale ale procesului de evaluare (**94% din**

totalul celor evaluați au obținut calificative de bine, foarte bine și excepțional) arată că **Societatea Română de Radiodifuziune dispune de un personal competent și calificat**, capabil să îndeplinească misiunea publică conferită prin lege.

III. Pregătirea Profesională

Din perspectiva **formării profesionale**, accentul a fost pus pe intensificarea contribuției la creșterea performanței salariaților în domeniile profesionale de profil prin dobândirea de noi cunoștințe (jurnalism radio, jurnalism online, tehnică radio, new media, management), sau prin actualizarea cunoștințelor (economie, juridic, meserii), în strictă și directă relaționare cu obiectivele anuale ale Societății Române de Radiodifuziune. Aceste aspecte s-au reflectat și concretizat în Planul anual de formare profesională a salariaților din Societatea Română de Radiodifuziune.

Tot în scopul intensificării contribuției formării profesionale la îmbunătățirea performanțelor, în 2015 a fost utilizată **platforma proprie de e-learning**, care permite accesibilitate sporită și rapidă a salariaților la activitățile de formare profesională.

În cadrul Planului de formare profesională a salariaților din Societatea Română de Radiodifuziune s-au realizat 34 de evenimente de formare profesională – cu una sau mai multe ediții – la care au participat 681 de salariați. Preponderent, cursurile au fost realizate cu resurse interne și au fost apreciate de participanți ca fiind utile și necesare la locul de muncă.

Activitățile din domeniul organizațional și al managementului resurselor umane au urmărit îndeaproape realizarea obiectivului strategic al Societății Române de Radiodifuziune privind modernizarea structurii organizatorice instituționale și valorificarea eficientă a resursei umane.

MONITORIZARE ȘI CONTROL

Societatea Română de Radiodifuziune a continuat și în anul 2015 demersurile în vederea implementării standardelor de control intern/managerial. În decursul anului, legislația națională privind standardele de control intern/managerial s-a modificat prin abrogarea OMFP 946/2005, republicat, cu modificările și completările ulterioare, și aprobarea OSGG 400/2015, care a introdus o variantă revizuită a Codului controlului intern/managerial al entităților publice, implicând impunând noi standarde, cu noi criterii de implementare.

Schimbarea legislației a condus la luarea de **măsuri suplimentare** pentru îndeplinirea noilor criterii și, în urma analizelor realizate la nivelul societății:

- a fost actualizat, avizat și aprobat Programul de dezvoltare a sistemului de control intern/managerial al Societății Române de Radiodifuziune pentru perioada 2016-2017;
- a fost actualizată reglementarea internă în baza căreia funcționează structura constituită în scopul monitorizării, coordonării și îndrumării metodologice a dezvoltării sistemului de control intern/managerial al Societății Române de Radiodifuziune, pentru a corespunde noilor cerințe.

În vederea implementării Standardului 5 – Obiective, Consiliul de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune a aprobat obiectivele strategice și operaționale ale societății prin HCA nr. 201/17.06.2015 și HCA nr. 202/17.06.2015. La nivelul compartimentelor, obiectivele au respectat prevederile documentelor:

- Principiile și criteriile de elaborare a obiectivelor;
- Procedura de elaborare, monitorizare și evaluare a obiectivelor;
- Metodologia și etapele de elaborare a obiectivelor specifice anuale (OSA) derivate din obiectivele strategice.

Pentru respectarea Standardului 7 – Monitorizarea performanțelor, a fost aprobată Metodologia și etapele de monitorizare, raportare și evaluare a obiectivelor Societății Române de Radiodifuziune.

Ca urmare a modificării legislației referitoare la sistemele de control intern/managerial și în vederea pregătirii implementării Standardului 8 – Managementul riscului, a fost organizat programul de pregătire profesională cuprinzând:

- instruirea privind modificările legislative introduse prin Ordinul Secretariatului General al Guvernului nr. 400/2015;
- Managementul riscului și completarea Registrului de riscuri la nivelul compartimentelor și al Societății Române de Radiodifuziune (ateliere de lucru).

De acest program au beneficiat 48 de participanți, manageri și personal de execuție, din toate compartimentele societății.

În vederea respectării criteriilor de implementare a Standardului 13 – Gestionarea documentelor, au fost aprobate:

- Instrucțiunile privind utilizarea, păstrarea, procesarea și transportul informațiilor clasificate;
- Normele interne de aplicare a măsurilor privind protecția informațiilor secrete de stat în Societatea Română de Radiodifuziune.

De menționat faptul că Standardul 14 – **Raportarea contabilă și financiară, introdus prin noua legislație, a fost implementat la nivelul societății, fiind aprobate atât actualizarea Manualului de Politici Contabile ale Societății Române de Radiodifuziune, cât și actualizarea Normelor metodologice privind organizarea și exercitarea controlului financiar preventiv propriu.** În plus, a fost aprobată Procedura privind scoaterea din funcțiune/evidență a activelor imobilizate, scoaterea din folosință a obiectelor de inventar, declasarea altor bunuri materiale din patrimoniul societății și casarea acestora.

Îmbunătățirea monitorizării și controlului a constituit o preocupare permanentă a managementului superior al societății, în acest sens fiind completat și actualizat Regulamentul de organizare și funcționare a Comitetului Director al Societății Române de Radiodifuziune. Astfel este **accentuat și consolidat rolul de monitorizare și control pe care Comitetul Director al Societății Române de Radiodifuziune** îl are în cadrul organizației, asigurând controlul procedural și de fond al inițiativelor conducătorilor compartimentelor din cadrul societății. Prin atribuțiile conferite de Legea nr. 41/1994 și regulamentul mai sus menționat, este conturat cadrul prin care Comitetul Director monitorizează sau, după caz, controlează, execuția bugetară, activitatea editorială online, aplicarea hotărârilor Consiliului de Administrație, implementarea procedurilor, normelor și instrucțiunilor în vigoare la nivelul societății.

Întregul proces de monitorizare și control la nivelul societății a fost susținut de activitățile desfășurate de compartimentele **Audit Intern (API) și Control Financiar de Gestiune**, conform reglementărilor legale și interne în vigoare la nivelul anului 2015.

Activitatea de **Audit Intern (API)** este o activitate independentă și obiectivă, dimensionată în concordanță cu Planul anual de activitate, în cadrul strategiei de management și control intern, sub directa subordonare a Președintelui Director General al Societății Române de Radiodifuziune.

Principalele misiuni au vizat certificarea Contului de execuție bugetară și implementarea Controlului Financiar Propriu Preventiv, conform OMFP 923/2014. Scopul misiunilor de audit, de evaluare și îmbunătățire a sistemului de management al riscului și controlului intern din structurile auditate, conform prevederilor din Legea 672/2002 republicată în 2011 și a Normelor Metodologice prevăzute în HG 1086/2013, a fost realizat pentru fiecare misiune în parte.

Ca urmare a Rapoartelor de Audit Intern, s-a constatat că în Societatea Română de Radiodifuziune există un mediu de control prielnic consolidării auditului intern prin:

- creșterea gradului de implementare a controlului intern/managerial;
- implementarea de către manageri a recomandărilor auditorilor, a propunerilor Curții de Conturi și/sau altor instituții de control abilitate.

Fiind un atribut esențial al actului managerial, activitatea de **Control Financiar de Gestiune**, desfășurată pe baza programelor de lucru și a tematicilor de control documentar și faptic, dispuse și aprobate de președintele director general al Societății Române de Radiodifuziune, a urmărit respectarea dispozițiilor legale cu privire la gestionarea și utilizarea mijloacelor materiale și bănești ale instituției.

În anul 2015, Controlul Financiar de Gestiune a efectuat verificări economico-financiare ce au vizat 21 de obiective, atât la nivelul direcțiilor, serviciilor și structurilor societății, cât și la nivelul studiourilor regionale, cu privire la:

- ordinele de deplasare internă și deconturile aferente;
- ordinele de deplasare externă și deconturile aferente;
- cuantumul garanțiilor constituite în funcție de valoarea gestiunilor;

- inventarierea bunurilor.

La nivel de redacție a fost efectuată analiza încheierii și derulării contractelor cu terții, contracte de cesiune a drepturilor de autor și a drepturilor conexe.

Toate rapoartele de control întocmite de Controlul Financiar de Gestiune și aprobate de Președintele Director General au avut concluzii pe fiecare obiectiv în parte, din care rezultă că la nivelul Societății Române de Radiodifuziune au fost respectate legile în vigoare fără a se înregistra prejudicii materiale.

Codul de Conduită Etică al Societății Române de Radiodifuziune, elaborat în anul 2014, ca urmare a necesității aplicării standardelor statuate în OMFP 946/2005, cu modificările și completările ulterioare a fost implementat pe parcursul anului 2015, prin demersurile de numire a **Consilierului de Etică** la nivelul societății.

Un rol important în acțiunea de monitorizare și control îl are procesul de auditare a situațiilor financiare ale Societății Române de Radiodifuziune la 31 decembrie 2015, proces derulat de către S.C. Audit Profesional Office S.R.L. Astfel:

- Auditul statutar, în conformitate cu Standardele Internaționale de Audit Financiar adoptate integral de Camera auditorilor financiari din România/ISA, al situațiilor financiare individuale ale Societății Române de Radiodifuziune întocmite la 31 decembrie 2015, în conformitate cu prevederile Ordinului Ministrului Finanțelor Publice nr.1082/2014 pentru aprobarea Reglementărilor contabile privind situațiile financiare anuale individuale și situațiile financiare anuale consolidate;
- certificarea situației privind cheltuielile operative înregistrate (raport transmis anual către European Broadcasting Union);
- certificarea declarației privind veniturile obținute din activități de furnizare de rețele sau servicii de comunicații electronice ori de servicii poștale;
- certificarea centralizatorului situațiilor lunare privind veniturile obținute din activități de furnizare de rețele sau servicii de comunicații electronice ori servicii poștale.



CULTURĂ ȘI EDUCAȚIE

RECITAL LA SALA RADIO, ÎN CADRUL TURNEULUI STRADIVARIUS, AL VIOLONISTULUI ALEXANDRU TOMESCU

Numeroase proiecte și producții proprii în domeniul cultural și educațional au situat și în 2015 Radio România în prim-planul vieții culturale românești, ca actor important pe piața de profil din România, cu multiple ramificații internaționale. Serviciul public de radio, un autentic promotor al culturii autohtone, a adăugat prin structura de specialitate – **Centrul Cultural Media Radio România** – noi activități de anvergură la palmaresul momentelor de vârf din evoluția ascendentă a instituției din ultimii ani.

Strategia în acest domeniu a pornit de la menținerea **culturii în prim plan**, prin propunerea unor vectori de dezvoltare cu caracter de unicitate în domeniul cultural-educational:

- consolidarea statutului de serviciu public de radio european producător de cultură, cu un pol cultural mediatic puternic în rândul partenerilor europeni și din arealul Asia-Pacific;
- pregătirea ediției a III-a (23 septembrie – 1 octombrie 2016) a unicului eveniment muzical european dedicat în exclusivitate ansamblurilor simfonice radio - Festivalul Internațional al Orchestrelor Radio RadiRo;
- întărirea poziției Radio România ca jucător de referință pe piața culturală autohtonă prin organizarea de evenimente cu impact public precum: Târgurile GAUDEAMUS, turneele *Pianul călător*, *Vioara lui Enescu*, *Duelul Viurilor*, *Flautul Fermecat*, *Vă place tango?* etc.;
- creșterea componentei de finanțare a proiectelor culturale prin dezvoltarea parteneriatelor cu cele mai importante instituții de cultură din România, colaborare în calitate de co-organizatori și promovare reciprocă în cadrul unor festivaluri, gale, târguri internaționale etc.;
- consolidarea poziției sălii de concerte “Mihail Jora” ca spațiu major în peisajul festivalier și cultural din România.

Toate aceste proiecte constituie **punctele forte ale strategiei Societății Române de Radiodifuziune în plan cultural și educațional**.

Evenimente culturale

În perioada 1-6 iunie 2015, Societatea Română de Radiodifuziune a organizat la București cea de-a 3-a ediție a Festivalului Internațional de Teatru Radiofonic Grand Prix



“PIANUL CĂLĂTOR” ÎN PARCUL CIȘMIGIU

Nova. Tema aleasă, *Inovația*, a stârnit interesul creatorilor de radio din întreaga lume, festivalul de la București fiind primul care propune focalizarea pe noile tendințe în peisajul festivalier internațional. În competiție s-au înscris 50 de producții din 28 de țări. Festivalul, desfășurat sub patronajul Casei Regale a României, a fost mediatizat pe larg în presa scrisă, audio, video, pe site-uri, bloguri și medii de socializare.

Un moment de vârf al anului 2015 a fost evoluția Orchestrelor și Corurilor Radio pe scena muzicală națională prin participarea în cadrul Festivalului Internațional George Enescu. Astfel, Corul de Copii Radio a concertat în evenimentul de deschidere a Festivalului, alături de Orchestra Română de Tineret, unde a interpretat *Carmina Burana* de Carl Orff, sub bagheta dirijorului Kristijan Jarvi. Punctul culminant al participării ansamblurilor radio – Orchestra Națională Radio, Orchestra de Cameră Radio, Corul Academic Radio, Corul de Copii Radio – la Festivalul Enescu 2015 l-a reprezentat evoluția lor în *Simfonia nr. 8* de Mahler, sub bagheta dirijorului german Cornelius Meister.

Apariții editoriale

Sub brandul *Editura Casa Radio*, Radio România a inițiat 32 de proiecte editoriale concretizate în publicarea și lansarea de cărți, CD-uri și audio-book-uri. Între aceste proiecte, de foarte mare impact au fost:

- albumul *10 mai. Casa Regală a României în cronici radiofonice*, culegere de documente radiofonice și mărturii din arhiva Radiodifuziunii Române;



ORCHESTRELE ȘI CORURILE RADIO ROMÂNIA PE SCENA FESTIVALULUI "GEORGE ENESCU"

- volumul *Perpessicius. Cărți noi, cronici radiofonice 1929-1947*, restituire integrală a cronicilor radiofonice semnate de cel care a fost și primul cronicar literar radio;
- albumul *Maestro* de Dan Grigore, lansat la Festivalul Internațional „George Enescu”;
- albumul *Duelul Viorilor. Tango*, cu violoniștii Gabriel Croitoru și Liviu Prunaru și pianistul Horia Mihail.

Creșterea vizibilității și a gradului de valorificare a producției editoriale au fost susținute prin participarea la 11 târguri naționale și internaționale, la peste 25 de lansări și prezentări editoriale și peste 80 de concursuri radiofonice.

Oferte muzicale

Au fost organizate 106 concerte și recitaluri cuprinse în stagiunea Orchestrelor și Corurilor Radio, față de cele 99 organizate în 2014.

Pentru Orchestrele și Corurile Radio anul 2015 a stat sub semnul a două aniversări importante:

- Corul Academic Radio a aniversat 75 de ani de activitate, moment sărbătorit printr-un concert inedit la Sala Radio, în luna februarie, primul concert *a cappella* al anului, sub conducerea dirijorului Dan Mihai Goia;
- 70 de ani de activitate împliniți de Corul de Copii Radio, moment marcat printr-o serie de evenimente, în cadrul stagiunii și la nivel internațional:

- concertul de deschidere a celei de-a patra ediții a Festivalului Internațional de Muzică Evmelia, Grecia, martie 2015;
- concertul sold-out *70 de primăveri*, la Sala Radio;
- concertul din parcul Cișmigiu în cadrul Festivalului *Tradiții și Flori de sărbători* ediția a IV-a;
- două concerte la Festivalul Internațional George Enescu, septembrie 2015;
- clasarea în finala competiției *Let the Peoples Sing*, sub egida European Broadcasting Union la München, octombrie 2015;
- concertele de Crăciun la Sala Radio și la Bucharest Christmas Market.

O serie de alte numeroase premiere, concerte, recitaluri și activități artistice au fost marcate în București și în țară, fiind susținute de coruri, orchestre sau de soliști ai Orchestrelor și Corurilor Radio.

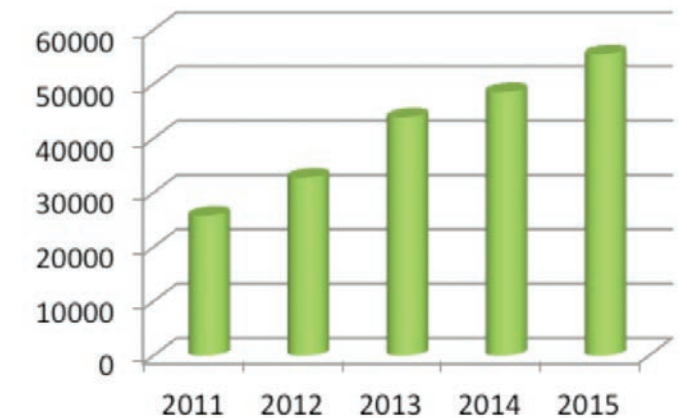
În anul 2015 s-au înregistrat 25 de concerte sold-out, crescând considerabil interesul pentru organizarea de evenimente muzicale la Sala Radio “Mihail Jora” și implicit competitivitatea și excelența sălii în raport cu alte spații concertistice din București și din întreaga țară, astfel:

- concertul Big Band-ului Radio din 8 martie de la Sala Radio, cu un concept artistic și repertorial de excepție, cu Richard Galliano ca solist, a fost cel mai bine vândut concert al formației din ultimii 5 ani;
- concertele Orchestrei de Muzică Populară Radio care, datorită schimbării strategiei de alcătuire a programelor, a adus un număr mediu record de spectatori în ultimii 10 ani;
- înregistrarea celor mai mari încasări din vânzarea de abonamente din istoria Orchestrelor și Corurilor Radio;
- impactul semnificativ asupra publicului pe întreaga durată a stagiunii, datorat gestionării corespunzătoare a paginii de Facebook a Orchestrelor și Corurilor Radio și actualizării în permanență a informațiilor online.

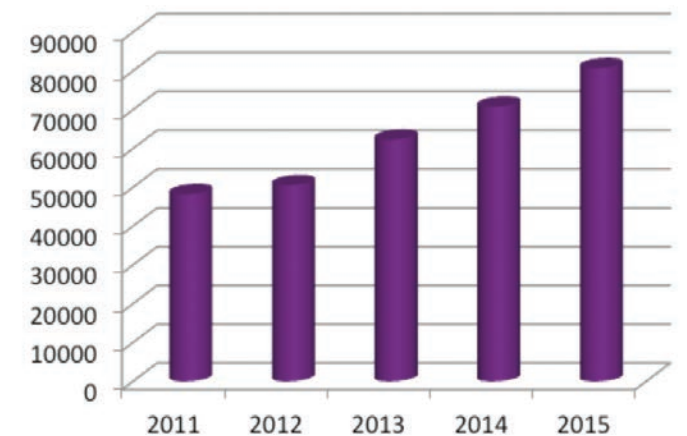
O comparație în timp a numărului de bilete vândute pe stagiune și a numărului de spectatori evidențiază faptul că pe întreaga durată a anului s-a păstrat trend-ul exclusiv ascendent care a dus la o dublare a acestor indicatori față de anul 2011, așa cum rezultă din datele prezentate în cele ce urmează:

	2011	2012	2013	2014	2015
Numar bilete vandute	25807	32808	43878	48537	55480
Numar spectatori in sala	48307	50615	62374	70871	80810

Numar de bilete vandute



Numar spectatori in sala





MAESTRUL MIRCEA ALBULESCU A OBTINUT PREMIUL DE EXCELENȚĂ ÎN CADRUL GALEI PREMIILOR RADIO ROMÂNIA CULTURAL



"VĂ PLACE TANGO?" LA SALA RADIO. FINALUL TURNEULUI PASIUNII, MARCA RĂZVAN SUMA

Oferte culturale

În îndeplinirea misiunii sale publice, Societatea Română de Radiodifuziune, singurul post de radio care produce și difuzează teatru radiofonic, a oferit publicului, și în 2015, titluri importante din dramaturgia contemporană românească și universală, versiuni radiofonice ale basmelor și legendelor lumii, precum și teatru documentar. Toate acestea au alcătuit seria de spectacole de teatru radiofonic difuzate în premieră ce au putut fi audiate pe posturile Radio România Actualități, Radio România Cultural și Radio România Antena Satelor. Un moment important a fost realizarea de către **Teatrul Național Radiofonic** a primei piese de teatru cu sunet mixat Stereo Binaural (3D), intitulată *Over the Rainbow*.

De asemenea, anul 2015 a însemnat aniversarea unui deceniu de la inaugurarea proiectului de audiții radiofonice cu public *Ne auzim la Majestic*, organizat și susținut de Radio România – **Teatrul Național Radiofonic** și Hotelul Ramada Majestic. Proiectul, foarte apreciat de către publicul de profil, a fost realizat cu concursul Redacției Teatru din Societatea Română de Radiodifuziune, care a pregătit premierele mai multor spectacole radiofonice ce au putut fi urmărite pe calea undelor la posturile Radio România.

Cu un vast repertoriu de profil, portalul www.eteatru.ro a constituit, și în 2015, o platformă de dezbatere a temelor, evenimentelor și proiectelor marcante ale anului.

Proiecte și produse cultural-educative la nivel regional

Cu scopul de a susține proiectele de implicare socială, dar și de a crește notorietatea, la nivel regional au fost derulate manifestări muzicale, culturale și sportive devenite tradiționale, dar și campanii editoriale cu un puternic caracter educativ și cultural, astfel:

- Seria de evenimente, campanii și concursuri sub sigla „București FM 25”;
- ”Dacă tu citești, ajută-i și pe alții să citească” – campanie a Radio România Reșița în urma căreia au fost donate aproximativ 2.000 de volume Bibliotecii municipale din Kladovo- Serbia;
- Radio România Cluj a organizat evenimente cu public precum:
 - Festivalul Național pentru copii și tineret *Armonia* (mai 2015);
 - spectacolul “Primăvara pe portativ” (martie 2015);
 - concerte corale (Corul Colegiului Unitarian din Cluj, formațiile Voces din Sf. Gheorghe și Melodeus din Cluj, Corul studentesc Visszhang, Corul de cameră Praetorius din Budapesta);
 - Festivalul de Teatru în Limba Engleză pentru Copii „Dramaland”;
 - campania „Deschide o carte, citește unui copil, schimbă o lume!”;
 - proiecțiile de film și acțiunile derulate în cadrul proiectului educațional național „Școala Altfel”;



"DUELUL VIORILOR" LA TEATRELLI

- cu ocazia Zilei Naționale, cu sprijinul Radio Cluj s-a deschis un muzeu de artă și tradiții românești în localitatea Villarrobledo, Spania;
- Radio România Iași a fost organizatorul mai multor concerte și spectacole și a susținut online și on air campanii care au avut ca rezultat un feedback foarte bun din partea publicului din zona Moldovei: "România frumoasă", "De ce m-am întors în România" și "Tânăr Fermier în România,,;
- Concursul literar de proză scurtă în parteneriat cu revista de cultură "Látó" din Târgu Mureș; „Caravana Bicicleta”, ediția a XV-a, organizate de Radio Târgu Mureș;
- A fost sprijinit proiectul de promovare a muzicii tradiționale românești, prin turneul formației Anton

Pann, derulat în orașele Brașov, Cluj, Iași, Galați, Constanța, Timișoara și încheiat la București cu un concert desfășurat la Sala Radio în luna octombrie.

Proiecte și produse cultural-educative la nivel național

În sprijinul reflectării la nivel național a proiectelor și produselor cultural-educative ale Radio România, în anul 2015, posturile naționale de profil ale Societății Române de Radiodifuziune, au acționat prin:

- realizarea unor **emisiuni tematice/ediții speciale/transmisiuni în direct** – Radio România Cultural a transmis integral Gala Premiilor Uniter, Gala Operelor Naționale de la Iași etc. și a continuat să transmită, alături de Radio România Muzical, Festivalul Internațional George Enescu, seri de operă și altele;



“ORA DE EDUCAȚIE MUZICALĂ” ÎN LICEUL TEORETIC BULGAR “HRISTO BOTEV”

- realizarea unor **parteneriate tradiționale** prin Postul Radio România Cultural, pentru evenimente de primă mărime artistică din țară, precum Festivalul Internațional de Teatru de la Sibiu, Festivalul Internațional de Film Transilvania de la Cluj, Festivalul Internațional de Literatură de la Iași sau Gala Tânărului Actor HOP de la Costinești;
- **prezența cu secțiuni on air/online** la cele mai importante evenimente din Capitală, Festivalul Internațional George Enescu – București, organizarea și realizarea în parteneriat cu Muzeul Național Cotroceni a stagiunii de recitaluri, acestea fiind doar câteva exemple relevante.

Între proiectele speciale organizate, susținute și oferite publicului Radio România, pe segmentul produselor cultural-educative la nivel național, un loc aparte îl dețin: *Pianul Călător*, *Duelul Viorilor* și *Vioara lui Enescu la sate*.

Pianul călător, proiect inițiat și susținut de Radio România, reprezintă o poveste cu mii de kilometri parcurși, cu zeci de mii de spectatori în săli și milioane de ascultători virtuali prin radio, televiziune sau Internet. În 2015, la cea de a V-a ediție, turneul *Pianul călător* a ajuns de-a lungul primăverii în 19 orașe din România și în Chișinău.

Turneul *Duelul Viorilor* – ediția a V-a, proiect unic în România organizat și promovat de Radio România, s-a desfășurat în perioada 22 septembrie-4 octombrie 2015 și a constat în 11 recitaluri și concerte susținute în zonele istorice ale țării și aproape 3.000 de km parcurși, propunând publicului meloman o confruntare spectaculoasă, live, între două viori celebre, adevărate opere de artă – Guarneri del Gesù „Catedrala”, celebrul instrument pe care a cântat George Enescu, și Stradivarius „Pachoud”, mânuite de marii artiști Gabriel Croitoru și Liviu Prunaru. „Arbitrul” duelului e pianistul Horia Mihail, unul dintre cei mai bine cotați pianiști români ai momentului, solist concertist al Orchestrelor și Corurilor Radio.

Vioara lui George Enescu la sate este un proiect inedit realizat din 2012, care aduce în fața publicului un exemplu unic de generozitate artistică: Gabriel Croitoru și legendara vioară Guarneri del Gesù străbat România alături de pianistul Horia Mihail pentru a aduce muzica aproape de comunitățile din mediul rural. În 2015, turneul s-a desfășurat în perioada 22 octombrie-3 noiembrie și a traversat localități

din Transilvania, Moldova, Oltenia și București.

Târguri culturale

Oferta de târguri culturale a Radio România s-a derulat, ca în fiecare an, prin **Centrul Cultural Media**, care s-a implicat direct în organizarea Târgului Internațional Gaudeamus – Carte de învățătură (ediția 22), a Caravanei GAUDEAMUS (Târgurile GAUDEAMUS Craiova, Cluj-Napoca, Oradea, Mamaia), ca și a Târgului GAUDEAMUS Carte Școlară.

Târgul Internațional GAUDEAMUS – Carte de învățătură reprezintă momentul de vârf al anului editorial în România. Ediția a XXII-a a adus două recorduri absolute în istoria acestuia: 125.000 de vizitatori și peste 700 de evenimente culturale derulate în cele 5 zile de târg. Și-au expus oferta editorială 300 de expozanți, din cele mai importante segmente editoriale și educaționale ale pieței de carte din România, pe o suprafață totală a pavilionului de 14.000 mp.

În tradiția recordurilor consemnate, anul 2015 a debutat pentru Caravana GAUDEAMUS cu un număr-record de vizitatori la Cluj-Napoca (peste 27.000), iar la Craiova a înregistrat de asemenea o creștere de 10% (13.000 de vizitatori) față de ediția precedentă. La Oradea a înregistrat 15.000 de vizitatori, iar la Constanța 9.000 de vizitatori.

Târgul GAUDEAMUS Carte Școlară, aflat la a 13-a ediție, s-a desfășurat în premieră în Parcul Cișmigiu din București, cu rezultate notabile: peste 36.000 de vizitatori și cea mai mare valoare a vânzărilor de carte înregistrată în istoria de 12 ani a Târgului. Apreciat de public, presă și expozanți ca o ediție de succes în termeni de vânzare și promovare, Târgul GAUDEAMUS Carte Școlară și-a consolidat poziția de cel mai important eveniment expozițional dedicat segmentului educațional al pieței de carte din România.

Oferte instructiv-educative

Pentru a-și îndeplini rolul de educare și formare pe care Societatea Română de Radiodifuziune îl are conform legii, Radio România a desfășurat numeroase proiecte și campanii editoriale cu un puternic caracter instructiv-educativ, astfel:

- La postul **Radio România Actualități**: „365 de muzee în 365 de zile”, „România, în vacanță”, „10 povești de spus mai departe”, „Săptămâna radioului”, „Vaccin pentru viață”;

- La **Radio România Cultural** au continuat Proiectele speciale "Ora de educație muzicală" și "Ora de educație teatrală" în școli din împrejurimile Bucureștiului, acolo unde elevii au șanse reduse la o educație de acest tip. Impactul acestor proiecte este important, primind solicitări de desfășurare a orelor de educație în școli din alte județe.
- **Radio România Muzical** a coordonat derularea proiectelor "Ascultă 5 minute de muzică clasică" în școli și spații neconvenționale și „Votează discul de muzică clasică al anului 2015”, dedicat celor mai noi și valoroase discuri de muzică clasică apărute în România și în străinătate, precum și desfășurarea concursului dedicat elevilor de pe site-ul Radio România Muzical, www.romania-muzical.ro.

Considerând foarte importantă inovația și deschiderea către tineri, liceeni și studenți, Radio România, prin **Redacția Teatru**, a organizat cu succes **prima ediție a proiectului Radio Fiction Desk**, constând în ateliere de teatru radiofonic pentru 230 de elevi de liceu, conduse de specialiști ai redacției, cărora li s-au alăturat nume importante ale scenei teatrale românești. Au fost realizate patru producții de teatru radiofonic cu elevii a patru colegii și licee din Capitală.

De asemenea, a fost lansat proiectul *Federico Fellini și teatrul radiofonic*, cu un *casting* de voci la care a participat un număr impresionant de studenți de la clasele de actorie ale Universității Naționale de Artă Teatrală și Cinematografică București, pentru stabilirea distribuțiilor celor cinci spectacole realizate după scenariile radiofonice ale lui Federico Fellini.

Propunându-și drept coordonate strategice promovarea și cultivarea valorilor autentice în educarea și formarea publicului românesc, prin vocația sa de actant cultural de înaltă ținută și de susținător mai ales al valorilor românești, Radio România a reconfirmat poziția de lider pe piața de profil din România, reușind performanțe de marcă în domeniul cultural-educativ. În realizarea misiunii sale cultural-educative, Societatea Română de Radiodifuziune alocă anual importante resurse financiare și umane, devenind prin aceasta unul dintre cei mai activi promotori în domeniu.





PATRIMONIU

Funcționarea, pe parcursul a peste 87 de ani, a primei instituții media din România a condus la acumularea unei colecții unice de documente, o moștenire culturală de proporții ce impune responsabilități profesionale specifice, având în vedere faptul că valoarea spirituală a patrimoniului istoric deținut este dublată de fragilitatea fizică a suporturilor.

Fenomenul degradării fizice inevitabile în timp a suporturilor analogice (hârtie, bandă magnetică) asociat ritmului firesc de creștere a colecțiilor de documente radiofonice a generat în timp, din partea Societății Române de Radiodifuziune, o preocupare constantă de tezurizare și de transformare a creației radiofonice într-un patrimoniu viu, aflat în circuitul marilor valori naționale și universale.

Aționând prioritar în acest sens, Societatea Română de Radiodifuziune a răspuns în același timp și solicitărilor exprimate de organele de control ale statului – Curtea de Conturi a României și Ministerul Finanțelor Publice –, solicitări reflectate într-un Plan de măsuri care a fost implementat prin activitatea unor comisii interne special constituite în acest scop. O realizare însemnată în contextul activității uneia dintre comisii a reprezentat-o finalizarea proiectului *Procedura de arhivare a producțiilor muzicale, de teatru radiofonic și a programelor radio în cadrul Societății Române de Radiodifuziune*, care răspunde unei necesități instituționale devenite tot mai acute în contextul evoluțiilor tehnologice ale ultimilor ani.

În ansamblu, principalele coordonate ale gestionării arhivelor proprii prin compartimentul de resort, Serviciul Patrimoniu Cultural și Arhive, s-au materializat în prin obiective și acțiuni care au urmărit:

- I. **Conservarea/creșterea colecțiilor de documente radiofonice;**
- II. **Evidența și accesul la fondurile arhivistice;**
- III. **Valorificarea/exploatarea patrimoniului de creație radiofonică.**

I. Conservarea/creșterea colecțiilor de documente radiofonice

În condițiile în care principala dificultate a rămas lipsa acută de spații adecvate de depozitare, pentru colectivele implicate în domeniu prioritatea anului 2015 s-a tradus prin direcționarea eforturilor către evitarea unor situații critice și **menținerea fluxului de răspuns la solicitările** din interiorul și exteriorul Societății Române de Radiodifuziune privind documentele scrise sau sonore.

Răspunzând deopotrivă acestui scop, ca și obligațiilor legale (și morale) ale creatorilor și deținătorilor de arhive, Societatea Română de Radiodifuziune a adoptat ca o procedură corectă și viabilă soluția dematerializării unui fond arhivistic determinat, urmată de preluarea și conservarea materialului analogic de către Arhivele Naționale. Astfel, în cursul anului 2015, pentru **proiectul pilot** colecția de „Știri 1947-1984” (reprezentând 30-35% din totalul spațiului de depozitare din Arhiva Scrisă) a fost demarată constituirea caietului de sarcini (analize fonduri, teste, prospecții de piață) în vederea declanșării procedurii de achiziție a unor servicii de digitizare documente arhivă scrisă (scanare, prelucrare digitală, indexare).

Alături de preocuparea pentru fondul de „Știri”, inventariat până în 1980, cu o medie de 90.000 de file/an, în condiții marcate de lipsa de spațiu și personal, colectivul Arhivă Scrisă a preluat și prelucrat și 584 dosare de arhivă economică și administrativă a instituției.

II. Evidența și accesul la fondurile arhivistice

Pornind de la premisa că instrumentele de evidență și catalogare a bogăției de conținut a arhivelor Societății Române de Radiodifuziune reprezintă atât garanția unei bune gestiuni a documentelor, cât și cheia de acces a beneficiarilor interni și externi la acestea, preocuparea constantă a fost aceea de a accelera ritmul de prelucrare

și inventariere. În același timp, postul public de radio a conștientizat faptul că teaurizarea patrimoniului radiofonic nu este posibilă în afara soluțiilor oferite de noile tehnologii, respectiv în afara procesului de digitizare a colecțiilor.

Astfel, la Arhiva Sonoră a continuat activitatea de **transpunere în format electronic** a datelor de descriere a suporturilor audio din vechile cataloage, ajungându-se la finalizarea a 33 de registre de evidență din totalul de 53.

În anul 2015, colectivul Arhivă Sonoră:

- a furnizat fluxului de ingest peste 17.200 de fonograme: 14.000 unități bandă magnetică, 500 discuri vinil, 2.700 fișiere audio digitale;
- a însumat un număr total de înregistrări salvate prin dematerializare a ajuns la 101.276, din care: 77.000 benzi magnetice (30% din fond specific), 9.516 discuri vinil (22,5% din fond specific), 10.500 de CD-uri (100% din fond specific), 1.500 casete DAT (100% din fond specific) și 2.760 de fișiere din producția curentă.

La Arhiva Scrisă, anul 2015 a însemnat continuarea programului de **scanare** prin mijloace interne a colecției 1928-1940, clasificat ca al treilea fond de manuscrise la nivel național (după Arhivele Naționale și Biblioteca Academiei Române), fiind procesate 13.036 unități, din care 8.339 au fost introduse pe serverele instituției.

Deși a existat un decalaj între ritmul de ingest și procesul de catalogare, specialiștii colectivului Documentare au continuat introducerea informației de tip metadata în aplicația MediArc (referitoare la fonduri arhivistice delimitate tematic și cronologic) și în cuprinsul anului 2015 au realizat:

- 300 de înregistrări de teatru radiofonic, 1968-1974;
- 228 înregistrări (770 trackuri) din Fonoteca Muzicală Jilava, 1958-2008.

De asemenea, au fost colectate noi informații documentare, ce pot fi introduse în MediArc pe măsura efectuării înregistrărilor: 500 din fișele *Cardex*; 550 din baza de date a Discoteciei (înregistrări vorbite pe suport vinil).

Fondul **Fonoteca de Aur** a fost în totalitate transpus în format digital, urmând să beneficieze, în timp, și de descrierea standardizată, necesară identificării documentelor.

Un proiect special, demarat în ultimul trimestru al anului 2015 (urmând să fie continuat și în 2016) a vizat **catalogarea**



prioritară a **producției muzicale recente**; la 31 decembrie un număr de 2.200 de înregistrări muzicale din perioada 2009-2015 erau incluse și accesibile în sistemul intern de arhivare digitală.

Aționând conform obligațiilor legale și a reglementărilor interne, specialiștii colectivelor Arhivă Scrisă și Documentare au răspuns tuturor solicitărilor de **acces la fondurile arhivistice** ale Societății Române de Radiodifuziune,

venite atât din partea unor beneficiari interni, cât și externi (cercetători, instituții publice). Astfel, Arhiva Scrisă a elaborat peste 100 de documentații economice, 10 documentații științifice, pe teme diverse, cu grade diferite de întindere și dificultate, iar colectivul Documentare, în baza evidențelor existente, a oferit 18 documentări, completate de copierea materialului sonor, totalizând 2.017 minute de înregistrări.

III. Valorificarea/exploatarea patrimoniului de creație radiofonică

Exploatarea patrimoniului în raporturile cu terți, prin documentări, copieri, licențieri, cesiuni, realizată nu numai în strictă conformitate cu legislația din domeniu, dar și în conformitate cu valorile și principiile instituției, este reglementată prin procedura Vizei de Patrimoniu și a presupus în 2015 expertizarea a 12 solicitări de viză, din care 10 au fost procesate și aprobate. Cele mai multe au reprezentat demersuri cu mize pregnant culturale, cărora de regulă Radio România li se asociază în consonanță cu obiectivele și vocația cultural-educativă a postului public de radio.

Încă din anul 1998, Societatea Română de Radiodifuziune susține un important demers de valorificare sistematică a arhivelor radiofonice prin **producția de noi bunuri culturale**, pe noi suporturi, reflectate sub brandul „Editura Casa Radio” în colecțiile de carte, CD, audiobook, ce repun în circulație emisiuni emblematică ale Radio România destinate unor noi categorii de public.

La baza unui asemenea demers se află, în mod firesc, Serviciul Patrimoniu Cultural și Arhive care, pentru asigurarea continuității și în anul 2015 a respectivelor colecții inspirate de emisiunile istorice („Biblioteca Radio”, „Ora veselă”, „Noapte bună, copii!”, „Biblioteca de poezie românească”, „Radio Prichindel” ș.a.), a contribuit la realizarea integrală a 20 de proiecte editoriale marcate „Editura Casa Radio”, cuprinse în 8 audiobook-uri și 12 CD-uri, care restituie 1.480 de minute de înregistrări istorice recondiționate și recontextualizate.

Proiectele editoriale de valorificare a patrimoniului arhivistic au vizat și acoperirea principalelor **repere ale calendarului cultural 2015**:

- *Lucian Blaga – 120*, prin ediția aniversară a unui audiobook ce redă înregistrări inestimabile cu vocea marelui autor (*Poezii. Versuri alese și rostite în 1960 și 1954*);
 - Festivalul Internațional George Enescu, prin 2 albume-eveniment cu înregistrări din Arhivele Radio România, salutate entuziast de critica de specialitate și de public;
 - 75 de ani de la moartea lui N. Iorga, printr-un proiect original ce reunește pe un CD (N.Iorga, *Cuvinte adevărate*) înregistrările-document din Fonoteca de Aur, cu pagini alese și citite de nepotul marelui cărturar, istoricul Andrei Pippidi.
- Acestor proiecte de anvergură li se adaugă editarea impresionantelor **volume de documente radiofonice**:
- Perpersicius, *Cărți noi, Cronici radiofonice 1929-1947* (972 pagini cu CD încorporat);
 - *10 Mai. Casa Regală a României în cronici radiofonice, 1930-1944*.

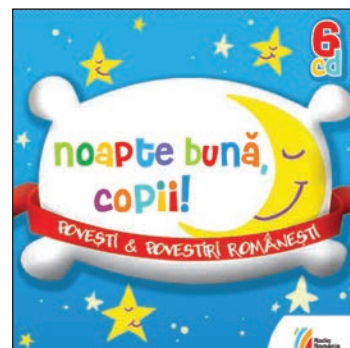
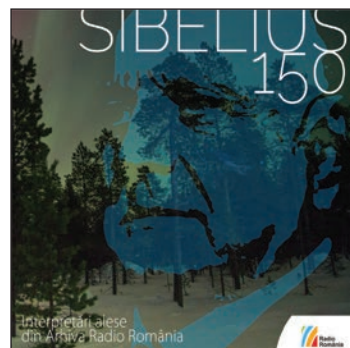
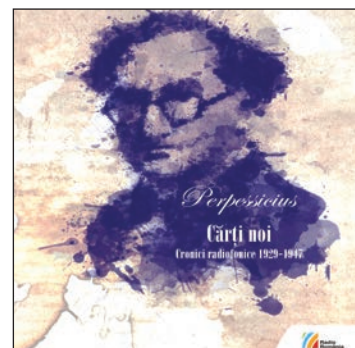
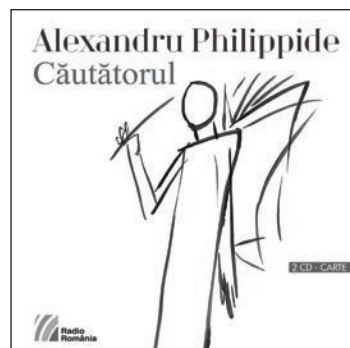
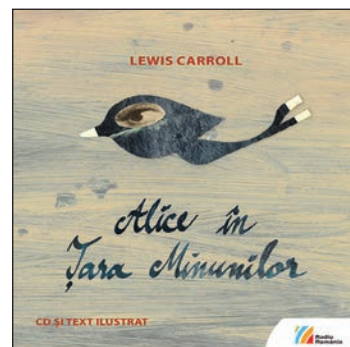
Pentru a 4-a oară consecutiv, un proiect propus și realizat integral de Colectivul de Valorificare a Patrimoniului a fost răsplătit cu cea mai înaltă distincție la o competiție de mare anvergură națională, **Gala Industriei de Carte din România – Bun de Tipar**, care a acordat premiul **Cel mai bun audiobook 2015** lucrării *Scrisoare deschisă* sau *Nu mă mai așteptați la ore mici*, aparținând regretatei poete Mariana Marin.

Eforturile de valorificare a patrimoniului prin **creația de produse new media**, respectiv construcția secțiunii *radioarchive*, au însemnat dezvoltarea unui portofoliu de postări tematice, într-un format adecvat de descriere standardizată.

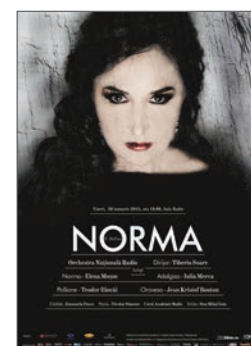
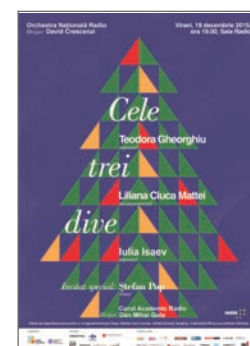
Urmărind reintroducerea în circuitul public a momentelor de vârf ale creației radiofonice de-a lungul timpului, radioul public și-a câștigat și în acest spațiu un public fidel, în continuu proces de extindere și diversificare.

Conținutul oferit prin prelucrarea editorială adecvată și originală a valoroaselor colecții documentare a făcut ca memoria teaurizată a radioului public să rămână mai prezentă ca oricând în zona destinată valorilor perene, constituindu-se într-o punte culturală între generații.

Titluri publicate de Editura Casa Radio în 2015



2015 Concerte la Sala Radio



CONCLUZII și PERSPECTIVE

Anul 2015 a reprezentat pentru Consiliul de Administrație continuarea procesului de modernizare a Societății Române de Radiodifuziune prin adoptarea, încă din primele luni, a unei noi strategii de dezvoltare. **Au fost astfel definite obiectivele strategice și cele operaționale ale Societății Române de Radiodifuziune pentru perioada 2015-2018, într-un cadru menit să asigure în continuare funcționarea optimă a serviciului public de radio.**

În acest sens, direcțiile de acțiune pentru anul 2016 vor fi:

1. în plan editorial:

- menținerea Radio România pe primul loc în preferințele ascultătorilor prin **conținut de calitate, respectarea deontologiei profesionale și furnizarea unor informații echidistante și diversificate;**
- continuarea procesului de **modernizare** a posturilor publice prin **promovarea muzicii românești și internaționale de calitate;**
- susținerea** valorilor culturii naționale și europene, precum și ale minorităților naționale prin **lansarea unui program pentru minorități în cadrul studioului regional Radio Cluj;**
- contribuția la păstrarea identității naționale** a comunităților de români din afara granițelor țării prin emisiuni dedicate.

2. în plan economic:

- disciplina financiară și controlul cheltuielilor;**
- creșterea veniturilor proprii;**

- menținerea **echilibrului financiar.**
- 1. în plan tehnic:**
 - îmbunătățirea **calității tehnice a programelor**, dar și a semnalului radio la **utilizator (recepție);**
 - creșterea gradului de acoperire** cu semnal radio în zonele cu aglomerări urbane, deficitare din acest punct de vedere;
 - extinderea portofoliului propriu de frecvențe**, în special în zonele de frontieră;
 - dezvoltarea domeniului online.**
- 4. în plan organizațional:**
 - respectarea legii și a legalității;**
 - transparența instituțională;**
 - optimizarea proceselor specifice.**
- 5. în domeniul cooperării internaționale:**
 - consolidarea statutului de serviciu public european al Societății Române de Radiodifuziune**, prin implicarea în proiectele **EBU (European Broadcasting Union) și ale ABU (Asia-Pacific Broadcasting Union);**
 - organizarea celei de-a treia ediții a **Festivalului Internațional al Orchestrelor Radio RadiRo.**

Prin întreaga activitate depusă, Societatea Română de Radiodifuziune reușește, în fiecare an, să-și surprindă publicul și partenerii prin dinamica adaptării la provocările cu care se confruntă media publică la nivel global, dovedindu-se astfel unul dintre cele mai solide și stabile servicii publice media din Europa.

Anexe

Anexa nr. 1

OBIECTIVE STRATEGICE ALE CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE PENTRU PERIOADA 2015-2018

- Extinderea pachetului de frecvențe al SRR;
- Identificarea unei soluții pentru sediul SRR;
- Gestionarea integrată a patrimoniului și arhivelor SRR;
- Dezvoltarea Radio Chișinău;
- Dezvoltarea online și digital;
- Modernizarea structurii organizatorice instituționale și valorificarea eficientă a resursei umane;

OBIECTIVELE OPERAȚIONALE ALE SOCIETĂȚII ROMÂNE DE RADIODIFUZIUNE PENTRU PERIOADA 2015-2018

I. DOMENIUL EDITORIAL

- Modernizarea programelor și adaptarea conținutului editorial la mediul on-line;
- Radio România principala sursă de știri, informații, educație și cultură a pieței media românești.

II. DOMENIUL ORGANIZAȚIONAL, RESURSE UMANE, MONITORIZARE ȘI CONTROL

II.1. DOMENIUL ORGANIZAȚIONAL

Secțiunea I - Instituțional

- Modernizarea organizatorică în scopul creșterii eficienței și promovării performanței în cadrul SRR;
- Valorificarea relațiilor instituționale interne ale SRR la nivelul relațiilor internaționale.

Secțiunea II- Relații Internaționale

- Creșterea și consolidarea profilului și rolului SRR în cadrul organismelor de cooperare audiovizuală internațională (EBU și ABU);
- Consolidarea și dezvoltarea parteneriatelor SRR în plan bilateral și multilateral cu parteneri din diverse arii geopolitice.

II.2. DOMENIUL RESURSE UMANE

- Creșterea nivelului de performanță a salariaților SRR în fiecare domeniu de activitate.

II.3. DOMENIUL MONITORIZARE ȘI CONTROL

- Modernizarea instrumentelor de control conform

- normelor și reglementărilor în vigoare;
- Întărirea și upgradarea instrumentelor de control în scopul consolidării rolului de prevenție.

III. DOMENIUL MARKETING ȘI COMUNICARE

- Poziționarea SRR ca lider indiscutabil pe piața de radio din România;
- Poziționarea SRR ca important jucător în piața de publicitate audio, prin atingerea unui prag de minimum 10% din volumul total de publicitate radio;
- Consolidarea apropierii de brand prin îmbunătățirea fluxului de informații în interiorul și exteriorul SRR și crearea unei culturi organizaționale moderne;

IV. DOMENIUL CULTURĂ, EDUCAȚIE ȘI PATRIMONIU

- Continuarea susținerii și promovării culturii românești și a valorilor europene și internaționale;
- Intensificarea schimburilor muzicale internaționale prin preluarea și multiplicarea la nivel european și mondial a concertelor înregistrate de SRR și prin dezvoltarea prezențelor internaționale off air ale Radio Romania;
- Inițierea producției video în domeniile cultural-educativ și integrarea acestora în viitoarea platformă;
- Crearea cadrului integrat de gestionare a patrimoniului documentar, prin reunirea administrativă a tuturor tipurilor de arhivă funcționale în SRR, indiferent de suport, într-un fond unic, în vederea constituirii Arhivelor Naționale Radiofonice.

V. DOMENIUL ECONOMIC ȘI FINANCIAR

- Asigurarea stabilității financiare și a echilibrului bugetar;
- Susținerea la un înalt nivel de performanță a activităților SRR;
- Creșterea predictibilității financiare.

VI. DOMENIUL TEHNIC

- Dezvoltarea prezenței SRR în mediul online;
- Obținerea unui nou sediu central pentru SRR.
- Radioul digital – Pregătirea procesului de tranziție către difuzarea digitală a programelor SRR;
- Îmbunătățirea capacității de răspuns în cazul situațiilor de urgență sau neprevăzute;
- Extinderea acoperirii în FM a programelor SRR.

PREMII ACORDATE SOCIETĂȚII ROMÂNE DE RADIODIFUZIUNE ÎN ANUL 2015



PREMII ȘI DISTINCȚII INTERNAȚIONALE

Silver Award – la Festivalul „The Winter’s Tales” din Marea Britanie pentru *Numărătoare inversă* de Mihnea Chelaru și Ion Andrei Puican.

Silver Award – la Grand Prix Nova International Radio Drama and Short Forms Festival, București, pentru *Mama* de Ilinca Stihi.

Redacția Teatru din cadrul **Centrului Cultural Media Radio România** a mai obținut trei calificări în top 5 la festivaluri internaționale:

- **Prix Marulic**, Hvar, în Croația – pentru *Mama* și *Apus de soare*, *Impresie* de Ilinca Stihi;
- **Grand Prix Nova International Radio Drama and Short Forms Festival**, București – pentru *Over the Rainbow* de Mihnea Chelaru și Ion Andrei Puican.

În 2015, echipa **Radio România** a fost premiată pentru a treia oară consecutiv în competiția internațională a inginerilor de sunet profesioniști **TAKTONS**, ediția a XV-a, de la Novi Sad, în Serbia:

- **Premiul I** pentru cea mai bună înregistrare la categoriile muzică clasică – solist, grupuri mici – spectacol cu public (**ing. Mihai Alboaie**);
- **Premiul I** pentru cea mai bună înregistrare la categoriile pop, rock, jazz – big band și orchestre – înregistrări de studio (**ing. Călin Gibescu**);
- **Premiul I** pentru cea mai bună înregistrare la categoria muzică clasică – spectacol cu public – producție audio-video (**ing. Călin Gibescu**);
- **Premiul al II-lea** la categoria muzică clasică – grupuri mici – înregistrare de studio (**ing. Andrei Barbu**);
- **Premiul al II-lea** la categoriile muzică clasică – formații

mari – înregistrare de studio (**ing. Andrei Barbu**) și muzică clasică – formații mari – spectacol cu public (**ing. Daniel Corjos**).

Înregistrările de muzică clasică distinse cu Premiul I au fost realizate cu ocazia celei de-a XXII-a ediții a Festivalul Internațional George Enescu (septembrie 2015 – București).

Premiul al II-lea la Festivalul concurs „Plaiul meu natal”, Ujgorod, în Ucraina, obținut de emisiunea „Ruga șvabilor din Deta”, realizată de **Astrid Weisz**, realizator la redacția emisiunilor în limba germană din cadrul Radio România Timișoara; „Plaiul meu natal” este un festival concurs destinat producțiilor de radio și televiziune pentru minoritățile naționale.

Nominalizare la International Feature Conference, Lublin, în Polonia — **Lucian Bălanuță**, jurnalist la Radio România Iași, cu lucrarea „**Pentru un mănunchi de oportunități**” s-a calificat în primii 20, din 43 de lucrări prezentate.

Jurnalista postului Radio România Internațional, **Iuliana Anghel**, a fost inclusă de Ministerul Afacerilor Externe de la Roma în așa-numitul „**Albo degli Italofoni**”, o listă care cuprinde aproximativ 500 de personalități din domeniile cultural, economic, politic și mass-media din întreaga lume, și cărora le este recunoscută contribuția la dezvoltarea și promovarea culturii și limbii italiene.

Radio România Internațional a primit **Diploma „QSL – Station 2015”** din partea Federației Suedeze a Radioamatorilor, ca recompensă pentru răspunsurile oferite prin scrisori și QSL-uri (cărți poștale de confirmare a recepției programelor unui post de radio internațional) pentru comunitatea de ascultători pe unde scurte, precum și pentru efortul de a produce programe captivante de informare a ascultătorilor despre actualitatea românească și despre evenimentele politice și culturale din România. Seria de QSL-uri 2015 a fost dedicată peșterilor din România.

Premiu - la Olimpiada Internațională Media din Muntenegru „Organization Internationale des Medias” pentru articolul „**Particularitățile presei sportive în România**”, a fost obținut de **Catalin Cîrnu**, comentator sportiv la Radio România Actualități.

Premiu – ”**Pentru contribuții majore la păstrarea, afirmarea și propagarea culturii și spiritualității naționale românești și promovarea iubirii de neam a românilor**”, a fost oferit de Societatea literar-artistică “Tibiscus” din Uzdin, Serbia, managerului postului Radio România Reșița, **Laura Sgaverdea**.

PREMII ȘI DISTINCȚII NAȚIONALE

Premiul APLER pentru „**Jurnalism cultural**” acordat realizatorilor **Ema Stere** și **Attila Vizauer**, pentru emisiunea *Vorba de cultură* – Radio România Cultural.

Premiul UNITER pentru „**Cel mai bun spectacol de teatru radiofonic**” decernat spectacolului *Henric al V-lea* de William Shakespeare, regia **Attila Vizauer**.

Premiile I, II și III la concursul **UZPR** (Uniunea Ziariștilor Profesioniști din România) pentru anul 2015, categoria producții radiofonice, acordate jurnalistei **Robina Pătrașcu-Cornaciu**, de la **Radio România Antena Satelor** pentru reportajul *”Bădila, satul cu un singur locuitor”*, respectiv jurnaliștilor **Ion Vulcan**, corespondent la același post, pentru reportajul *Cântece și povești de la Muzeul Astra* și **Valentin Țigău**, de la **Radio România Internațional** pentru Reportajul *Love Story pe frontul de Est*.

Premiul pentru excelență în jurnalism i-a fost decernat, cu aceeași ocazie, jurnalistei **Simona Lazăr**, de la **Radio România Antena Satelor**, pentru reportajele *Focul din vatră*, *Sarea în bucate* și *Pe ulița vieții*, din emisiunea de promovare a satului românesc, *Lada de zestre*.

Premiul Opera Prima la categoria *Cartea de publicistică* din cadrul aceluiași concurs i-a fost acordat jurnalistei

Daria Raluca Diaconiuc corespondent al Antenei Satelor, pentru volumul *Fonoteca excelenței*.

Premiul I pentru reportaj migrație, în cadrul **Concursului național organizat de către Organizația Internațională pentru Migrație** a fost acordat realizatoarei **Ramona Tole** de la **Radio România Actualități**.

Premiul I acordat în cadrul concursului „**Hemeopatia, o speranță pentru numeroși bolnavi**” organizat de către **Colegiul Farmaciștilor** a fost obținut de **Adriana Turea** de la **Radio România Actualități**.

Premiile I și II acordate în cadrul concursului „**Mass-media luptă pentru prevenirea diabetului zaharat**” lansat de către **Societatea Română de Diabet, Nutriție și Boli Metabolice**, cu ocazia Zilei Mondiale a Diabetului au fost acordate jurnalistelor **Marilena Frâncu**, respectiv **Adriana Turea**, ambele de la **Radio România Actualități**.

Nominalizare la **Gala BucureștiTU – Premiile Municipiului București**, la secțiunea „**Jurnalism**”, pentru emisiunea *Orașul vorbește*, realizată de **Ioana Bâldea Constantinescu** la **Radio România Cultural**.

Premiul „SALUT!” la categoria Radio, Concursul mass-media pe teme de migrație și refugiați, organizat în cadrul proiectului „**SALUT - Suntem Acasă în Locul Unde Trăim**” – **Hildegard Ignătescu**, redactor la Secția Română **Radio România Internațional**; premiul a fost acordat pentru emisiunile „*Punctul pe I*” cu tema „România, preferată de tot mai mulți străini cu povești de succes” și „*Stare de fapt*”, despre „Fenomenul migrației și impactul asupra României”.

Editura Casa Radio, din cadrul Centrului Cultural Media Radio România, a fost recompensată pe parcursul anului 2015 cu numeroase diplome:

- **Diplomă** pentru participare de înaltă ținută la Târgul de Carte, Artă și Muzică LIBREX, ediția a XXIII-a;

- **Diplomă de onoare** la Târgul Internațional de Carte și Muzică, ediția a XII-a, Libris Brașov;

- **Diplomă de excelență și Trofeu** la categoria „Cea mai bună carte netipărită” – audiobook, pentru titlul „*Scrisoare deschisă sau Nu mă mai așteptați la ore mici*” de Mariana Marin, la Gala Industriei de Carte din România, ediția a IV-a, proiect inițiat și realizat de Colectivul de Valorificare al Patrimoniului din Societatea Română de Radiodifuziune;

- **Diplomă de excelență** pentru prezența remarcabilă în producția editorială românească la Salonul Hunedorean al Cărții, Deva;

- **Diploma Arca lui Gutenberg** pentru participarea de înaltă ținută editorială și titlul de membru al Asociației Fondatoare a Târgului de Cărți și Arte Frumoase la Târgul de Cărți și Arte Frumoase, ediția I-a, Iași;

- **Diploma E-Gutenberg** pentru Cartea electronică, în cadrul Târgului de Cărți și Arte Frumoase, ediția I-a, Iași;

- **Nominalizare** la categoria „Cea mai bună carte netipărită” – audiobook, pentru titlul „*După melci*” de Ion Barbu, la Gala Industriei de Carte din România, ediția a IV-a.

Radio România Actualități și jurnaliștii/realizatorii din cadrul postului au obținut:

- **Trofeul „Ioan V.Socec”** pentru obiectivitate și profesionalism în reflectarea fenomenului economic, oferit de Camera de Comerț și Industrie a Municipiului București;

- **Diploma “Postul de radio 2015”**, oferit de Uniunea Națională a Societăților de Intermediere și Consultanță în Asigurări din România în cadrul Galei Premiilor UNSICAR, ediția a XIII-a;

- **Distincția “Cel mai bun susținător al activității de prevenire a criminalității”** din partea Poliției Capitalei;

- **Premiul „Ion Ghițulescu”** pentru cel mai bun comentator sportiv de radio în 2015, distincție oferită

lui Adrian Soare de către Asociația Presei Sportive din România;

- **Premiul „Anton Groman”**, pentru promovarea rugbyului în 2015, acordat lui Cătălin Cîrnu de către Federația Română de Rugby;

- **Premiul special pentru contribuția adusă la dezvoltarea sportului național**, acordat lui Bogdan Predescu de către Federația Română de Oină;

- **Premiul special rezervat presei** pentru activitatea desfășurată la Festivalul Ambarcațiunilor cu Vâsle – Tulcea 2015, acordat de către Asociația Mila 23 ;

- **Medalia de onoare „Prieten al Comunităților Evreiești din România”** acordată Angelei Cerven de către Federația Comunităților Evreiești din România pentru abnegația și profesionalismul cu care transmite evenimentele organizate de FCER, cunoașterea amănunțită a faptelor și evenimentelor iudaice, a semnificațiilor pe care le au acestea, pentru prietenia manifestată pentru obștea evreiască;

- **Diplomă pentru promovarea patrimoniului național și a valorilor culturale**, oferită lui Adrian Lungu de către Ministerul Culturii și Direcția Județeană pentru Cultură și Patrimoniu Național Sălaj, cu ocazia Galei Presei Sălăjene, ediția 2015;

- **Diploma de Excelență și Recunoștință**, oferită de Institutul Fundeni București, în cadrul „Zilelor Institutului Clinic Fundeni 2015”;

- **Premiul pentru „Profesionalism în jurnalism farmaceutic”**, oferit Marilenei Frâncu de către Colegiul Farmaciștilor din România în cadrul Galei Farmaciștilor, ediția a IV-a;

- **Diploma de Excelență și Recunoștință**, oferită de Institutul Fundeni București, în cadrul „Zilelor Institutului Clinic Fundeni 2015”;

- **Premiul de Excelență** oferit Doinei Crețu de către Academia de Științe Medicale, pentru modul în care a fost reflectată activitatea de transplant de organe în România.

Radio România Antena Satelor:

- **Premiul “Unda călătoare”,** Gala Premiilor Asociației Jurnaliștilor și Scriitorilor de Turism din România – obținut de Simona Lazăr-Țigău pentru emisiunea “Sarea în bucate”, primul show culinar radiofonic din România.

Radio România București FM a obținut următoarele distincții:

- **Diplomă de responsabilitate socială** pentru campania „EU aleg România”, în cadrul Galei Societății Civile;
- **Diplomă de excelență** oferită de către Teatrul Excelsior pentru întreaga colaborare din 2015;
- **Diplomă de onoare** oferită de către Teatrul Ion Creangă cu ocazia Festivalului Internațional de Teatru pentru Copii ”100, 1.000, 1.000.000 de povești”;
- **Trofeu** din partea Teatrului Notara, cu ocazia festivalului *FESTin pe Bulevard*;
- **Diplomă de onoare** oferită de către Liga Națională a Asociațiilor de Proprietari din România.

Radio România Târgu Mureș a fost distins cu:

- **Diplomă și plachetă** pentru contribuția adusă la dezvoltarea și promovarea sportului mureșean, acordată de către Direcția Județeană pentru Sport și Tineret Mureș;
- **Diplomă** pentru implicare în proiectul “**Școala altfel**” – Direcția Județeană pentru Sport și Tineret Mureș;
- **Premiul pentru debut**, obținut de Molnar Ildiko, pentru emisiunea „Radio-foietaj”, din partea Uniunii Jurnaliștilor Maghiari din România.

Radio România Iași a primit:

- **Premiul Volare pentru mass-media**, acordat studioului la Festivalul internațional “Volare”, Piatra Neamț, 2015, care a reunit peste 100 de copii și tineri talentați din: Malta, Belarus, Rusia, Ucraina, Republica Moldova și România;
- **Premiul de Recunoștință** - acordat de către *Star of Hope România* pentru implicarea și susținerea campaniilor organizate în vederea ajutorării copiilor defavorizați și cu dizabilități din zona de nord-est a României.

Radio România Cluj a fost recompensat cu:

- **Premiul „Radioul anului 2015”** acordat de către Asociația Sunetul Muzicii;
- **Premiul „Best of Business”** din partea Consiliului Județean Alba;
- **Diplomă de excelență** pentru opinii și adevăruri spuse – Topul firmelor județene 2015 – din partea Camerei de Comerț și Industrie Cluj;
- **Diploma și Cupa “Partenerul anului”**, din partea Asociației “Clujul pedalează”.

Radio România Reșița:

- **Locul I** la Gala Națională a Excelenței în Asistența Socială, acordat Laurei Sgaverdea, manager Radio România Reșița, pentru implicare în asistența socială, secțiunea jurnalism.

Redacția Minorități:

- **Diplomă de merit** pentru emisiunea “Natura–Studio”, din partea Uniunii Ziariștilor Maghiari din România, acordat lui Benedek Csilla.



REALIZATORUL VICTOR POGOR ÎN CABINA DE EMISIE RADIO CHIȘINĂU

RADIO CHIȘINĂU

Post cu un format Adult Contemporary, care își redimensionează și diversifică, în mod constant, oferta editorială pentru a obține o mai bună poziționare pe piața media din Republica Moldova, Radio Chișinău, prin politica editorială, se află în deplin acord cu valorile, misiunea și strategia propriei Societății Române de Radiodifuziune, respectând specificitatea locală.

Radio Chișinău prin conținutul editorial respectă și oglindește relația României cu Republica Moldova pe, cel puțin, două coordonate majore:

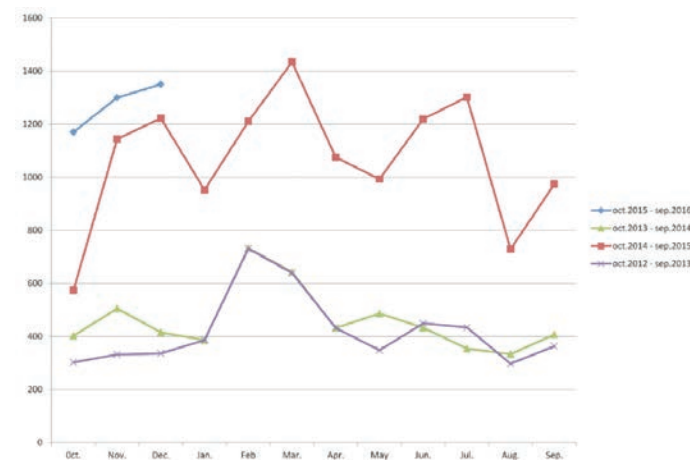
- afirmarea caracterului special al acestei relații, conferit de comunitatea de limbă, istorie, cultură, tradiții, realități;

- dimensiunea europeană a cooperării bilaterale, având la bază obiectivul strategic al integrării Republicii Moldova în Uniunea Europeană.

Prin urmare, misiunile asumate de către Radio Chișinău și în 2015, au fost identice cu cele ale Radioului național românesc și constant urmărite prin coordonarea editorială integrată a activității curente. Actul jurnalistic, prin foarte buna pregătire profesională a colegilor, s-a menținut în coordonatele echilibrului și echidistanței, fiind axat preponderent pe eveniment, cu respectarea normelor deontologice proprii Societății Române de Radiodifuziune. Conținutul riguros al informațiilor difuzate de Radio Chișinău sunt contrapuse stilului facil promovat de multe dintre posturile concurente.

Jurnaliștii Radio Chișinău acordă o atenție specială exprimării corecte în limba română, atât sub aspect gramatical, cât și al pronunției.

Prioritatea editorială, în conformitate cu obiectivele Consiliului de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune, a fost dezvoltarea online-ului și dinamizarea comunicării prin intermediul rețelelor sociale. Pentru îndeplinirea acestui obiectiv, procesul de optimizare a atribuțiilor de serviciu a continuat și în 2015, având ca efect o creștere substanțială față de perioadele similare anterioare, a numărului de vizitatori unici ai site-ului Radio Chișinău, tendință care se menține și în 2016.



Tot în 2015, Radio Chișinău a început producția proprie de materiale video destinate online-ului propriu. În acest sens, au fost realizate atât spoturi de prezentare ale postului, cât și mai multe materiale editoriale pentru diversele proiecte în care postul a fost angrenat.

COLABORAREA CU ADUNAREA GENERALĂ A ACȚIONARILOR

A existat o comunicare permanentă cu Asociația Generală a Acționarilor (AGA) prin transmiterea de informații periodice privind funcționarea SC Pajura Albă SRL. Dealtfel, însăși modalitatea de finanțare a proiectului impune acest cadru de comunicare permanentă, asigurându-se în acest fel echilibrul necesar între rigorile celor două legislații, lucru nu întotdeauna ușor.

Finanțarea din acest moment a SC Pajura Albă SRL este un rezultat direct al implicării AGA, fiecare tranșă fiind virată numai după verificarea și certificarea de către AGA a modului de cheltuire a tranșei precedente. Disponibilitatea permanentă a reprezentanților AGA de a găsi soluții legale și rapide au făcut să poată fi depășite potențialele probleme ce puteau greva bunul mers al societății.

În ceea ce privește finanțarea SC Pajura Albă Media SA, din păcate, până în acest moment nu au fost identificate soluții legale privind susținerea financiară și a acestei societăți.

Totuși și la această societate, în măsura posibilităților și a resurselor suplimentare pe care am reușit să le atragem din piața locală, am reușit să efectuăm unele plăți pentru achitarea celor mai presante datorii acumulate de această societate.

Referitor la relația cu co-acționarul SC PAJURA ALBĂ MEDIA SA, aceasta este întreținută în limitele firești ale curtoaziei, acționarul minoritar fiind contactat periodic și pus la curent cu cele mai importante proiecte ale organizației.

SITUAȚIA ECONOMICĂ

Principala preocupare a managementului SC Pajura Albă SRL pe tot parcursul anului 2015 a fost asigurarea stabilității economico – financiare a proiectului, în paralel cu diversificarea ofertei editoriale și creșterea notorietății postului nostru - Radio Chișinău.

S-a urmărit cu prioritate plata la zi a salariilor și impozitelor aferente, a furnizorilor, în paralel cu asigurarea resurselor necesare funcționării normale a compartimentului editorial. În tot acest timp, în măsura posibilităților oferite de piață și a condiționalităților specifice ale proiectului, s-a urmarit identificarea și atragerea unor resurse suplimentare față de cele asigurate prin Contractul de finanțare, în primul rând pentru acoperirea sumelor ce nu pot fi decontate de la bugetul de stat (TVA).

Prin **Contractul de finanțare nr. B 35/04.02.2015**, SC Pajura Albă SRL a beneficiat, începând cu această dată, de un buget de funcționare de **5.681.703 MDL** (1.200.000 RON), respectiv o medie lunară de **473.475,33 MDL**, sumă alocată de la bugetul de stat.

Pe tot parcursul anului 2015, decontările s-au făcut numai după aprobarea cheltuielilor de către AGA și conducerea SRR. Situația cheltuielilor lunare ale societății pe 2015 se prezintă astfel:

Nr.crt.	Luna	Buget alocat(MDL)	Cheltuieli	Diferente
1	Ianuarie	473.475,33	415.351,79	58.123,46
2	Februarie	473.475,33	452.357,21	21.118,04
3	Martie	473.475,33	427.531,30	45.943,95
4	Aprilie	473.475,33	445.434,96	28.040,29
5	Mai	473.475,33	414.423,35	59.051,90
6	Iunie	473.475,33	426.946,20	46.529,05
7	Iulie	473.475,33	434.442,56	39,032,69
8	August	473.475,33	482.550,04	-9.074,79
9	Septembrie	473.475,33	495.954,58	-22.479,33
10	Octombrie	473.475,33	512.150,63	-38.675,38
11	Noiembrie	473.475,33	516.294,61	-42.819,36
12	Decembrie	473.475,33	674.690,32	-201.215,07
TOTAL		5.681.703,00	5.698.127,55	-16.424,55*

Depășirea bugetului anual a fost cauzată de cheltuielile suplimentare nedecontabile și a fost acoperită din sumele extrabugetare (publicitate) realizate de societatea noastră.

**Suma de 16.424,55 MDL este formată din plăți efectuate pentru repararea stațiilor de lucru din dotare, repararea mobilierului societății, precum și pentru întreținerea autoturismului din dotare.*

EDITORIAL

În programele proprii, Radio Chișinău reflectă realitățile politice, sociale, culturale și economice din Republica Moldova și retransmite, în timp real, programe ale Radio România Actualități. Acest mix de conținut este vector de

complementaritate și induce produsului editorial o anume specificitate, dar, paradoxal, și un plus de atractivitate.

O particularitate a publicului Radio Chișinău o reprezintă afinitățile cu spiritul românesc, de la care se revendică. Ascultătorul dedicat aparține preponderent mediului urban. Menținerea acestui public reprezintă o constantă în preocupările managementului editorial, precum și un deziderat asumat.

Radio Chișinău emite exclusiv în limba română, iar prin aceasta împlinește condiția unui avanpost al promovării valorilor naționale românești lingvistice, culturale, istorice, spirituale într-un spațiu în care funcționează, încă, o controversă identitară prin raportul disputat - românesc/moldovenesc.

Radio Chișinău, sub aspect concurențial, funcționează într-un câmp media în care posturile care emit în limba rusă au o pondere foarte importantă. Acestea li se adaugă cele care emit și în limba română. Cea mai mare concentrare a surselor radio se află în Chișinău. Aici există circa 28 de posturi de radio care pot fi luate în considerare.

OBIECTIVELE EDITORIALE RADIO CHIȘINĂU

Managementul postului a depus și depune toate eforturile pentru ca Radio Chișinău să devină cea mai credibilă și importantă sursă de informare a publicului basarabean asupra realităților și valorilor locale și a celor românești, iar, prin extindere, și a celor europene. Grijă pentru abordarea subiectelor și evenimentelor care țin de actualitate și de evidențierea legăturilor dintre cele două state românești a reprezentat o permanență a politicii editoriale a Radio Chișinău.

Și pe parcursul anului 2015 s-a urmărit fidelizarea unui public cu vârste cuprinse între 35 și 55 de ani și îmbunătățirea ofertei pentru tinerii de până la 35 de ani, având ca țintă crearea unei noi generații de ascultători: tineri, educați, vorbitori de limba română, atașați valorilor autentice românești (din Basarabia, din România, din vecinătatea imediată), valorilor europene, în încercarea ”vindecării” unei carențe cronice, create de o istorie vitregă care se întinde pe cel puțin 200 de ani.

Prin conținutul și succesiunea programelor, Radio Chișinău urmărește să ofere o alternativă reală publicului din Republica Moldova, un public asaltat de posturi care emit în limba rusă, sau în limba rusă și în limba română, deopotrivă.

În prezent, reperele orare și alternanța producție proprie - retransmisie Radio România Actualități sunt următoarele:

05,00 – 07,20	retransmisie
07,20 – 13,00	program propriu
13,00 – 14,00	retransmisie
14,00 – 16,00	program propriu
16,00 – 17,00	retransmisie
17,00 – 18,30	retransmisie

18,30 – 22,00	program propriu
22,00 – 24,00	retransmisie
24,00 – 05,00	program propriu (reluări și play list)

Prin producerea de noi emisiuni, spațiile vor fi reorganizate, dar se va păstra această succesiune fiindcă protejează acele tronsoane din producția Radio România Actualități, care au un conținut adecvat obiectivelor specifice Radio Chișinău.

Punctul forte al postului Radio Chișinău îl reprezintă știrile. Probitatea și respectarea strictă a normelor deontologice reprezintă calități esențiale ale jurnaliștilor Radio Chișinău.

Principala vulnerabilitate o reprezintă lipsa resurselor pentru cercetarea cantitativă și calitativă a produsului și pentru lansarea unor campanii de promovare pe piață.

EMISIUNILE RADIO CHIȘINĂU

Emisiunea „**Familia Diminescu**” ocupă spațiul matinal al programului Radio Chișinău. Emisiune-magazin de tip infotainment, cu segmente rezolvate interactiv, într-un ritm alert și colocvial, care dă tonul și ritmul dimineții la Radio Chișinău.

„**Interviul săptămânii**” este o emisiune care abordează subiecte ale actualității sau nu, dar de consistență și impact. Invitații aparțin sferei politice, sociale, culturale etc, singura cerință fiind ca subiectul sau invitatul să fie de o importanță evidentă.

„**Istoria la pachet**” – emisiune de istorie, care abordează teme în special din istoria modernă și contemporană menite să recupereze și să afirme adevărul în privința teritoriului dintre Prut și Nistru. Invitații sunt de cele mai multe ori istorici, dar și martori/participanți la evenimentele discutate. Multe dintre subiectele abordate au fost considerate tabu de istoriografia oficială din perioada comunistă. Realizatorul este un reputat cercetător, directorul Institutului de Istorie, Drept și Stat, Gheorghe Cojocaru.

„**Un pământ și două ceruri**” – revistă de istorie și critică literară dedicată literaturii române din spațiul românesc

tradițional. Și această producție a Radio Chișinău contribuie la relevarea trunchiului identitar comun al creației literare de expresie română, în ciuda existenței formale a două spații de manifestare. Realizator este un prestigios critic și istoric literar, profesor univ. Dr. Ana Bantof.

„**Dor de izvor**” – o emisiune de etnografie și folclor, care promovează creația muzicală și materială tradițională, obiceiurile populare specifice spațiului spiritual-cultural de pe ambele maluri ale Prutului. Realizator un remarcabil etnograf și interpret de muzică populară și folk, Maria Mocanu.

„**Fonograf**”, „**Ora de muzică**”, „**Cadre sonore**” și „**Ascultă și călătorește**” reprezintă liniile muzicale și de divertisment ale Radio Chișinău.

„**De la ABC la BAC**” emisiune realizată de către un grup de adolescenți entuziaști, care propun subiecte din sfera preocupărilor specifice vârstei lor. Coordonarea aparține redactorului nostru, Mariana Vasilache.

„**Să vorbim corect românește**” – rubrică zilnică destinată corectării celor mai frecvente greșeli gramaticale și de exprimare în limba română în rândul populației basarabene, realizată de cunoscutul filolog și profesor universitar Dr. Inga Druță.

FORMATUL MUZICAL

Radio Chișinău propune ascultătorilor săi un format Adult Contemporary Hits Radio (Adult CHR). Acesta conferă sound-ului o amprentă calmă și cizelată. Melodicitatea este una dintre principalele calități ale formatului, ceea ce atrage atenția ascultătorului. Selecția pieselor aparține într-un procent majoritar, redacției de specialitate din cadrul Societății Române de Radiodifuziune.

SITUAȚIA ADMINISTRATIVĂ

Și pe parcursul anului 2015 s-a urmărit identificarea și eliminarea, în limita posibilităților, a vulnerabilităților proiectului. Astfel, din motive independente de managementul Radio Chișinău, managementul postului a fost obligat să rezilieze contractul de locațiune pentru sediul situat în str. Vlaicu Pârcălab, pus la dispoziție de Primăria Chișinău. O dată în plus, prin eșuarea acestui proiect ni s-a confirmat că mediul instituțional local este unul neprietos cu reprezentanții

instituțiilor românești și că, în ciuda promisiunilor făcute și asigurărilor date privind rezolvarea cererii noastre, nimic nu se mișcă fără ”cointeresarea” partenerilor.

În acest sens, considerăm că unica modalitate de rezolvare a situației, este achiziționarea unui sediu, proprietate a SC Pajura Albă SRL, respectiv a SRR. Pe termen mediu și lung este, totodată, și cea mai avantajoasă soluție din punct de vedere financiar.

O atenție specială a fost acordată de managementul societății dezvoltării unor relații cât mai bune cu reprezentanții autorităților locale, cu reprezentanții spectrului politic proeuropean, ai instituțiilor media, de cultură și universitare. În paralel, s-a urmărit întreținerea unor relații cât mai bune cu reprezentanții statului român, respectiv ai Ambasadei României și Consulatului General al României de la Chișinău.

DOTAREA TEHNICĂ

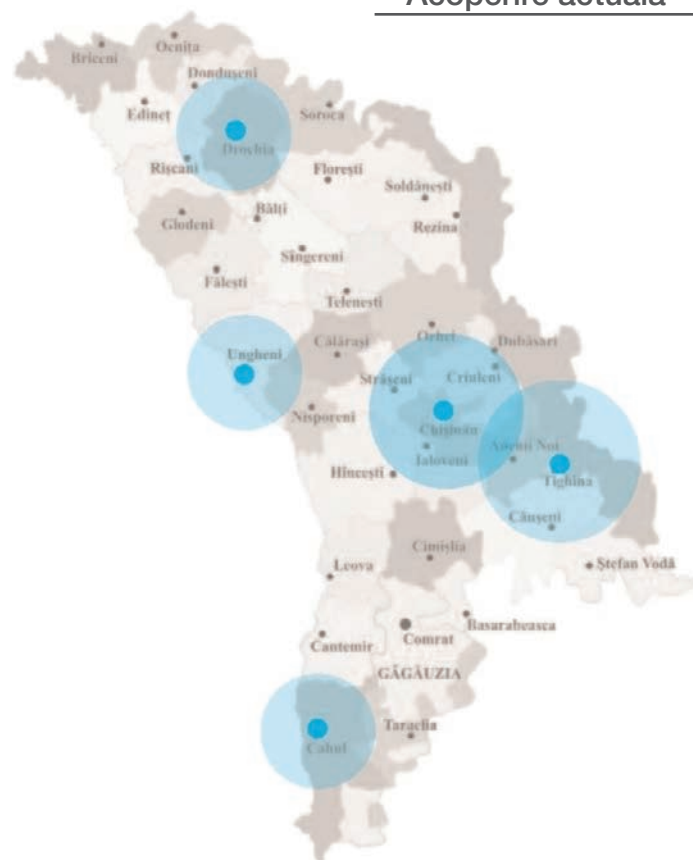
Dotarea tehnică reprezintă una din principalele limitări ale proiectului și totodată, pe anumite segmente, o vulnerabilitate. Astfel, bună parte din echipamentele de emisie esențiale (pupitrul de emisie, procesorul de emisie, hibridul, precum și emițătorul împreună cu sistemul radiant de la Chișinău) nu sunt proprietatea societății noastre, ci sunt închiriate de la un terț. Acesta, în mod regulat face presiuni asupra noastră pentru mărirea chiriei, în condițiile în care emițătorul este unul vechi și neperformant și care nu permite nici măcar montarea unui modul RDS.

O altă problemă majoră este lipsa practic a oricăror echipamente de rezervă, începând de la cele mai simple (stații de lucru, UPS-uri) până la cele specifice (pupitre, codec-uri, compresoare etc.). Pe tot parcursul anului 2015, chiar în condițiile unui buget extrem de auster am reușit, profitând de devalorizarea accentuată a valutei locale, să achiziționăm un număr redus de calculatoare pentru compartimentul editorial și să licențiem sistemele de operare de pe calculatoarele existente. Nu în ultimul rând, o problemă specifică Chișinăului sunt căderile dese de tensiune pe perioade lungi. Și în acest caz, lipsa unui generator cu automatizare care să preia sarcina ne-a pus nu o dată în situația de a avea goluri în emisie. Tot acest necesar tehnic a fost identificat și solicitat la capitolul **Investiții** din Cererea de Finanțare pentru anul 2016.

ACOPERIREA CU SEMNAL

Având în vedere specificitatea și condiționalitățile obiective ale proiectului Radio Chișinău, considerăm că în acest moment cea mai bună și rapidă soluție de creștere a numărului potențial de ascultători și a adresabilității proiectului o constituie extinderea ariei de acoperire în special în principalele centre urbane, raionale și de-a lungul principalelor căi rutiere, în paralel cu îmbunătățirea calității și acoperirii semnalului pe zona Chișinău.

Acoperire actuală



Radio Chișinău emite pe cinci frecvențe, în localitățile Chișinău, Drochia, Ungheni, Tighina și Cahul. Rețeaua oferită de Național Media, acoperă localitățile Chișinău, Bălți, Soroca, Sângerei, Glodeni, Lipcani, Cantemir, Anenii

Noi, Otaci, Rezina, Vulcănești, Dondușeni, Fălești, la care se adaugă și cele două frecvențe pe care Radio Chișinău le folosea în trecut, respectiv Briceni și Edineț.

O problemă ardentă și o vulnerabilitate o constituie postul pirat care emite din Transnistria – Hit FM. Acest pirat emite pe frecvența de Chișinău a postului nostru, astfel încât odată ieșiți din oraș pe direcția Tiraspol, postul nostru nu mai poate fi ascultat. Autoritățile competente locale au recunoscut această problemă, dar în același timp și-au exprimat neputința de a interveni. Pentru rezolvarea situației ne-a fost oferită o soluție de compromis, însoțită totuși de o compensație importantă: modificarea frecvenței din 89,6 FM în 89,7 FM, în paralel cu acceptul ridicării antenei noastre cu încă 40 de metri pe turnul CET și mărirea puterii de emisie până la 1 KW. În contextul identificării resurselor necesare schimbării echipamentului de emisie pe Chișinău, sau, la rigoare, prin potențiala achiziție a rețelei Fresh FM, sperăm să putem rezolva această problemă.

RESURSE UMANE

Societatea funcționează în baza unei organigrame agreate de AGA și de conducerea SRR și are 23 de angajați și 5 colaboratori.

Salariile personalului Radio Chișinău au fost puternic erodate de inflația galopantă din ultima perioadă și mai cu seamă din ultimul an. În termeni reali, deprecierea depășește deja 40% și, din păcate, această evoluție negativă a cursului de schimb continuă accelerat. În aceste condiții, principala vulnerabilitate la capitolul resurse umane o constituie apariția unor proiecte mediatice care oferă salarii mult mai atractive.

În Cererea de Finanțare pentru 2016 a fost solicitată o sumă pentru corectarea măcar parțială a acestei situații. În 2015 venitul mediu net pe societate a fost de 6564 MDL, respectiv cca. 1386 lei.

MARKETING / PROMOVARE / RESEARCH

A fost urmărită promovarea produsului pe piața autohtonă, desigur în limitele permise de lipsa unui buget dedicat. Astfel, această componentă a strategiei de marketing a fost

întreținută în principal prin parteneriate încheiate cu diverși clienți din piață (ziare/reviste, instituții de cultură). Totuși, am încercat să suplînim, pe cât posibil, printr-o intensificare a activității pe segmentul online și pe rețelele de socializare. Rețeaua Facebook a ajuns pe locul doi ca sursă de accesare a site-ului Radio Chișinău. Au fost realizate machete și bannere destinate promovării principalelor emisiuni ale postului, plasate atât pe site-ul propriu, cât și pe site-urile partenere sau în publicațiile cu care avem încheiate parteneriate.

Din păcate, nici în anul 2015 nu am putut organiza concertul eveniment dedicat zilei de 1 decembrie. Pe cale de consecință, cea mai importantă componentă de promovare a Radio Chișinău nu a putut avea loc.

În cadrul acțiunii permanente de conexare și integrare a Radio Chișinău la realitățile și cultura corporate Radio România, am organizat mai multe acțiuni de interacționare cu publicul ascultător, printre care amintim și Ziua Porților Deschise, care s-a bucurat de un real succes.

Desigur că nu putem vorbi de o construcție și poziționare sănătoasă a proiectului în lipsa unor studii de audiență și a unor studii calitative pe produs. Și în acest domeniu, proiectul suferă din lipsa fondurilor.

AUDIENȚĂ

Din păcate, nu există o cercetare profesionistă în virtutea căreia să se poată face o evaluare și pe baza căreia să se poată concepe o strategie. Totuși, și în acest caz un indicator cuantificabil, cel puțin în ceea ce privește creșterea interesului față de programele postului nostru, există, acesta fiind sumele încasate din publicitate și diversele proiecte la care Radio Chișinău a fost solicitat să participe. Astfel, dacă în 2014 încasările din publicitate au fost de 17.033,29 MDL, în 2015 încasările au crescut la 168.997,76 MDL, respectiv o creștere de cca. 10 ori. Această creștere dovedește că postul nostru se află pe un trend pozitiv de audiență și notorietate, desigur realizarea unor studii de audiență rămânând un deziderat pentru a putea stabili o strategie de dezvoltare în mod profesionist.

NOTORIETATE

Pentru menținerea și/sau îmbunătățirea surselor de informații la prima mână, Radio Chișinău a stabilit relații cu: membri ai Executivului; cu deputați ai celor mai importante partide parlamentare, în mod special cu cei care au convingeri pro-ropene și pro-românești. Radio Chișinău susține o relație extrem de favorabilă cu instituția prezidențială. Avem o relație privilegiată cu instituțiile statului român (Ambasada, Consulatele, ICR "Mihai Eminescu"). Toate acestea sunt obiective ale Radio Chișinău și au adus un plus de credibilitate și de autoritate pentru produsul său editorial. Nu o dată Radio Chișinău a avut exclusivitate pentru informații, mai ales din domeniul politic și a fost citat de către media concurențe.

Dovadă a notorietății și credibilității Radio Chișinău sunt și vizitele efectuate pe parcursul anului 2015 de o serie de personalități politice și culturale din România și Republica Moldova. Colaborările cu „Casa limbii române – Nichita Stănescu”, cu publicațiile „Ziarul de gardă”, „Timpul”, portalul UNIMEDIA, dar și cu „Gazeta de sud”, „Observatorul de Nord”, „Expresul”, ziare cu răspândire regională, aduc un plus de notorietate.

În același timp, Radio Chișinău a creat punți eficiente de comunicare cu reprezentanții instituțiilor academice, ai celor de artă și de creație, ai universităților.

Transmiterea streaming a unor manifestări culturale cu impact major se adaugă politicii de creștere a vizibilității și a imaginii publice a Radio Chișinău.

În luna mai a avut loc vizita de lucru a Consiliului de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune, prilej de cunoaștere directă a realităților locale și totodată de reafirmare a aprecierilor și suportului necondiționat al membrilor Consiliului față de proiectul Radio Chișinău, suport manifestat și prin includerea dezvoltării Radio Chișinău în lista obiectivelor strategice ale Societății Române de Radiodifuziune.

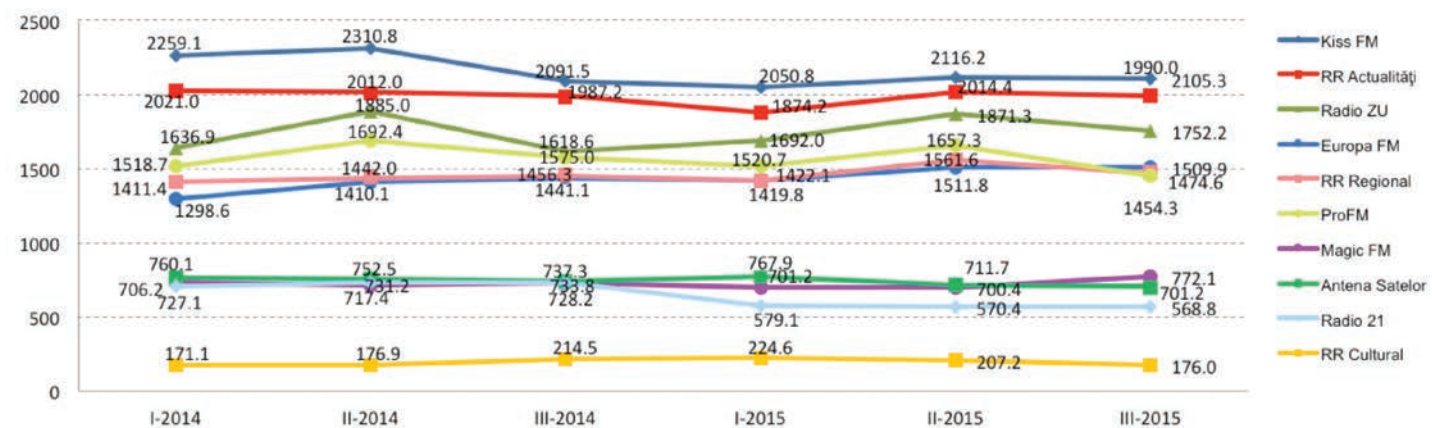
Cu această ocazie, în semn de recunoaștere a importanței contribuției Societății Române de Radiodifuziune la democratizarea și profesionalizarea presei din Republica Moldova prin intermediul Radio Chișinău, a avut loc și primirea delegației Consiliului de Administrație al SRR de către președintele Republicii Moldova, dl. Nicolae Timofti.

INDICATORI DE AUDIENȚĂ

NAȚIONAL - NUMĂRUL MEDIU ZILNIC DE ASCULTĂTORI (DAILY REACH)

POSTURI	I-2014 (000)	II-2014 (000)	III-2014 (000)	I-2015 (000)	II-2015 (000)	III-2015 (000)	Dinamica		Dinamica	
							III-2015 / III-2014 (000)	(%)	III-2015 / II-2015 (000)	(%)
TOTAL (PIAȚA RADIO)	11104,5	11438,6	11291,1	11159	11526,5	11347,6	56,5	0,5	-178,9	-1,6
Kiss FM	2259,1	2310,8	2091,5	2050,8	2116,2	2105,3	13,8	0,7	-10,9	-0,5
RR Actualități	2021	2012	1987,2	1874,2	2014,4	1990	2,8	0,1	-24,4	-1,2
Radio ZU	1636,9	1885	1618,6	1692	1871,3	1752,2	133,6	8,3	-119,1	-6,4
Europa FM	1298,6	1410,1	1441,1	1422,1	1511,8	1509,9	68,8	4,8	-1,9	-0,1
RR Regional	1411,4	1442	1456,3	1419,8	1561,6	1474,6	18,3	1,3	-87	-5,6
Radio Cluj	116,3	140,8	120,6	87	139,2	99,5	-21,1	-17,5	-39,7	-28,5
Radio Constanța	64,5	70,3	45,9	56,1	68,1	49	3,1	6,8	-19,1	-28,0
Radio Iași	419	405	367,8	402,6	448	401,8	34,0	9,2	-46,2	-10,3
Radio Oltenia Craiova	321,7	332	461,4	407,4	433,3	418,4	-43,0	-9,3	-14,9	-3,4
Radio Reșița	160,4	171,7	173	120,9	114,8	163	-10,0	-5,8	48,2	42,0
Radio Tg. Mureș	166,2	94,6	93,7	137,8	170	134,3	40,6	43,3	-35,7	-21,0
Radio Timișoara	215	229,8	222,7	221,7	220,8	203,2	-19,5	-8,8	-17,6	-8,0
București FM	65,2	77,7	63,4	53,7	68,1	80,6	17,2	27,1	12,5	18,4
ProFM	1518,7	1692,4	1575	1520,7	1657,3	1454,3	-120,7	-7,7	-203	-12,2
Magic FM	727,1	717,4	728,2	701,2	700,4	772,1	43,9	6,0	71,7	10,2
Antena Satelor	760,1	752,5	737,3	767,9	711,7	701,2	-36,1	-4,9	-10,5	-1,5
Radio 21	706,2	731,2	733,8	579,1	570,4	568,8	-165,0	-22,5	-1,6	-0,3
Rock FM	215,8	214,9	232,5	256,1	215,9	264,1	31,6	13,6	48,2	22,3
Național FM	273,5	279,9	211,1	233,8	262,2	253,2	42,1	19,9	-9	-3,4
RR Cultural	171,1	176,9	214,5	224,6	207,2	176	-38,5	-17,9	-31,2	-15,1
Alții	2509	2665,2	2435,9	2601,1	2565,2	2692,1	256,2	10,5	126,9	4,9
Nu știu	1725,5	1649,9	1442,9	2089,2	2134,5	2101,2	658,3	45,6	-33,3	-1,6
SRR (cumulat, total posturi)	4480,5	4463,3	4487,5	4353,9	4595,6	4417	-70,5	-1,6	-178,6	-3,9

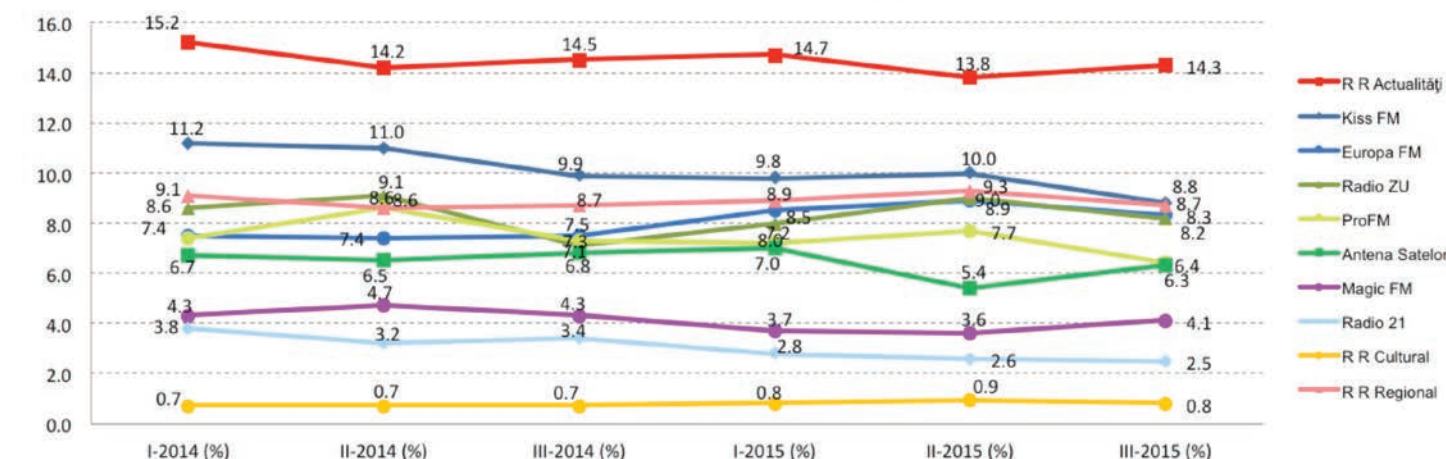
NAȚIONAL - DAILY REACH (000)



NAȚIONAL - COTA DE PIAȚĂ (MARKET SHARE)

POSTURI	I-2014 (%)	II-2014 (%)	III-2014 (%)	I-2015 (%)	II-2015 (%)	III-2015 (%)	Dinamica		DINAMICA	
							III-2015/ III-2014	(%)	III-2015/ II-2015	(%)
RR Actualități	15,2	14,2	14,5	14,7	13,8	14,3	-0,2	0,5	-0,2	0,5
Kiss FM	11,2	11,0	9,9	9,8	10,0	8,8	-1,1	-1,2	-1,1	-1,2
RR Regional	9,1	8,6	8,7	8,9	9,3	8,7	0,0	-0,6	0,0	-0,6
Radio Cluj	0,5	0,7	0,6	0,4	0,7	0,4	-0,2	-0,3	-0,2	-0,3
Radio Constanța	0,6	0,5	0,2	0,2	0,2	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2
Radio Iași	2,7	2,6	2,3	2,7	2,7	2,6	0,3	0,3	0,3	-0,1
Radio Oltenia Craiova	2,0	2,0	2,7	2,6	2,6	2,3	-0,4	-0,3	-0,4	-0,3
Radio Reșița	0,7	0,9	0,8	0,7	0,5	0,9	0,1	0,4	0,1	0,4
Radio Tg. Mureș	1,0	0,4	0,6	0,9	1,4	0,8	0,2	-0,6	0,2	-0,6
Radio Timișoara	1,3	1,2	1,0	1,0	1,1	0,9	-0,1	-0,2	-0,1	-0,2
București FM	0,3	0,3	0,4	0,3	0,2	0,4	0,0	0,2	0,0	0,2
Europa FM	7,5	7,4	7,5	8,5	8,9	8,3	0,8	-0,6	0,8	-0,6
Radio ZU	8,6	9,1	7,1	8,0	9,0	8,2	1,1	-0,8	1,1	-0,8
ProFM	7,4	8,6	7,3	7,2	7,7	6,4	-0,9	-1,3	-0,9	-1,3
Antena Satelor	6,7	6,5	6,8	7,0	5,4	6,3	-0,5	0,9	-0,5	0,9
Magic FM	4,3	4,7	4,3	3,7	3,6	4,1	-0,2	0,5	-0,2	0,5
Radio 21	3,8	3,2	3,4	2,8	2,6	2,5	-0,9	-0,1	-0,9	-0,1
Național FM	1,5	1,5	1,2	1,2	1,1	1,5	0,3	0,4	0,3	0,4
Rock FM	1,0	1,1	0,8	1,5	1,0	1,3	0,5	0,3	0,5	0,3
RR Cultural	0,7	0,7	0,7	0,8	0,9	0,8	0,1	-0,1	0,1	-0,1
Alții	15,1	16,3	15,1	15,5	15,3	16,6	1,5	1,3	1,5	1,3
Nu știu	7,9	7,3	4,8	10,4	11,1	12,2	7,4	1,1	7,4	1,1
SRR (cumulat, total posturi)	31,6	29,9	30,7	31,3	29,5	30,1	-0,6	0,6	-0,6	0,6

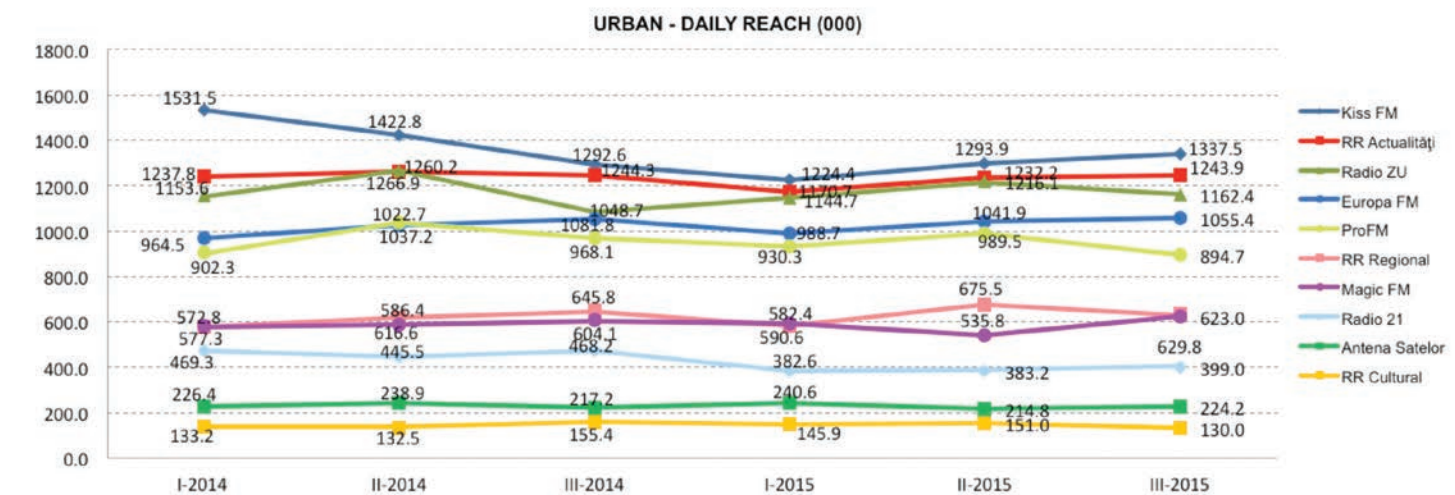
NAȚIONAL - MARKET SHARE (%)



Anexa 4c

URBAN – NUMĂRUL MEDIU ZILNIC DE ASCULTĂTORI (DAILY REACH)

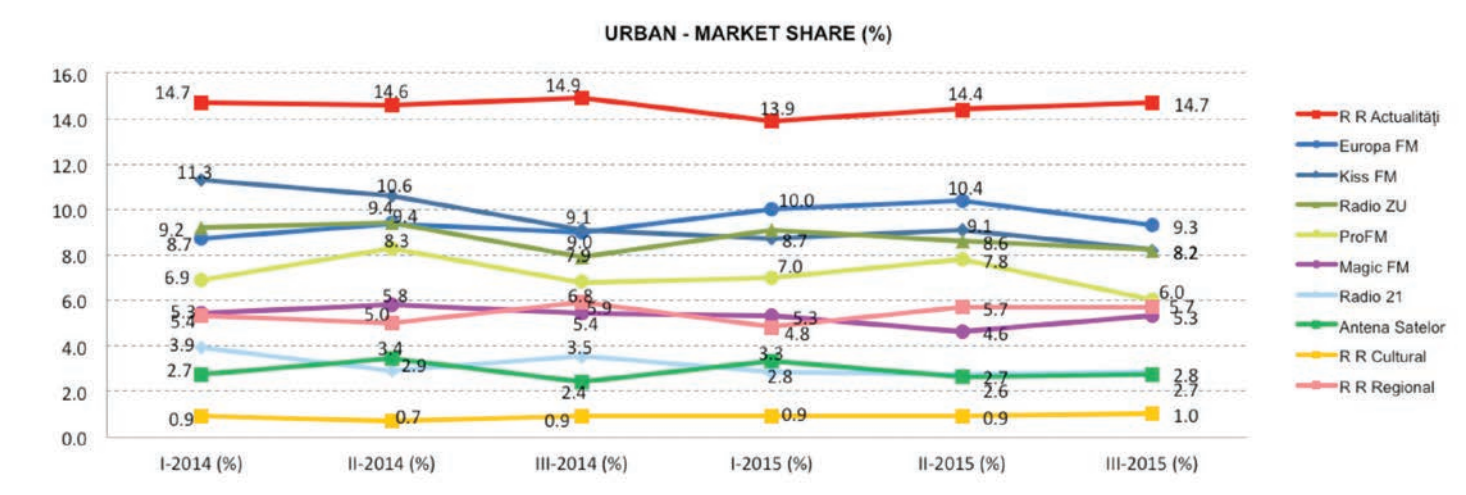
POSTURI	I-2014 (000)	II-2014 (000)	III-2014 (000)	I-2015 (000)	II-2015 (000)	III-2015 (000)	Dinamica III-2015 / III-2014		Dinamica III-2015 / II-2015	
							(000)	(%)	(000)	(%)
TOTAL (PIAȚA RADIO)	6915,0	6992,9	7005,4	6852,9	6999,2	7111,2	105,8	1,5	112,0	1,6
Kiss FM	1531,5	1422,8	1292,6	1224,4	1293,9	1337,5	44,9	3,5	43,6	3,4
RR Actualități	1237,8	1260,2	1244,3	1170,7	1232,2	1243,9	-0,4	0,0	11,7	0,9
Radio ZU	1153,6	1266,9	1081,8	1144,7	1216,1	1162,4	80,6	7,5	-53,7	-4,4
Europa FM	964,5	1022,7	1048,7	988,7	1041,9	1055,4	6,7	0,6	13,5	1,3
ProFM	902,3	1037,2	968,1	930,3	989,5	894,7	-73,4	-7,6	-94,8	-9,6
RR Regional	572,8	616,6	645,8	582,4	675,5	629,8	-16,0	-2,5	-45,7	-6,8
Radio Cluj	59,8	59,9	61,8	49,2	70,3	52,8	-9,0	-14,6	-17,5	-24,9
Radio Constanța	34,6	42,2	25,4	33,9	54,6	33,9	8,5	33,5	-20,7	-37,9
Radio Iași	147,9	137,9	126,6	116,9	143,1	124,4	-2,2	-1,7	-18,7	-13,1
Radio Oltenia Craiova	113,3	123,6	170,9	170,6	182,3	164,9	-6,0	-3,5	-17,4	-9,5
Radio Reșița	83,6	79,0	99,0	64,9	70,2	93,6	-5,4	-5,5	23,4	33,3
Radio Tg. Mureș	38,3	46,9	54,8	47,5	50,8	53,5	-1,3	-2,4	2,7	5,3
Radio Timișoara	86,4	119,0	103,1	84,2	100,0	92,9	-10,2	-9,9	-7,1	-7,1
București FM	46,3	52,3	39,7	42,3	43,3	47,2	7,5	18,9	3,9	9,0
Magic FM	577,3	586,4	604,1	590,6	535,8	623,0	18,9	3,1	87,2	16,3
Radio 21	469,3	445,5	468,2	382,6	383,2	399,0	-69,2	-14,8	15,8	4,1
Rock FM	201,6	193,9	206,6	232,1	181,2	236,7	30,1	14,6	55,5	30,6
Antena Satelor	226,4	238,9	217,2	240,6	214,8	224,2	7,0	3,2	9,4	4,4
Național FM	220,0	227,4	157,3	172,4	190,9	166,7	9,4	6,0	-24,2	-12,7
RR Cultural	133,2	132,5	155,4	145,9	151,0	130,0	-25,4	-16,3	-21,0	-13,9
Alții	1809,5	1824,1	1674,0	1758,2	1668,8	1856,8	182,8	10,9	188,0	11,3
Nu știu	1385,2	1345,9	1152,1	1608,4	1725,6	1710,2	558,1	48,4	-15,4	-0,9
SRR (cumulat, total posturi)	2207,6	2292,4	2298,2	2166,7	2312,6	2261,3	-36,9	-1,6	-51,3	-2,2



Anexa 4d

URBAN – COTA DE PIAȚĂ (MARKET SHARE)

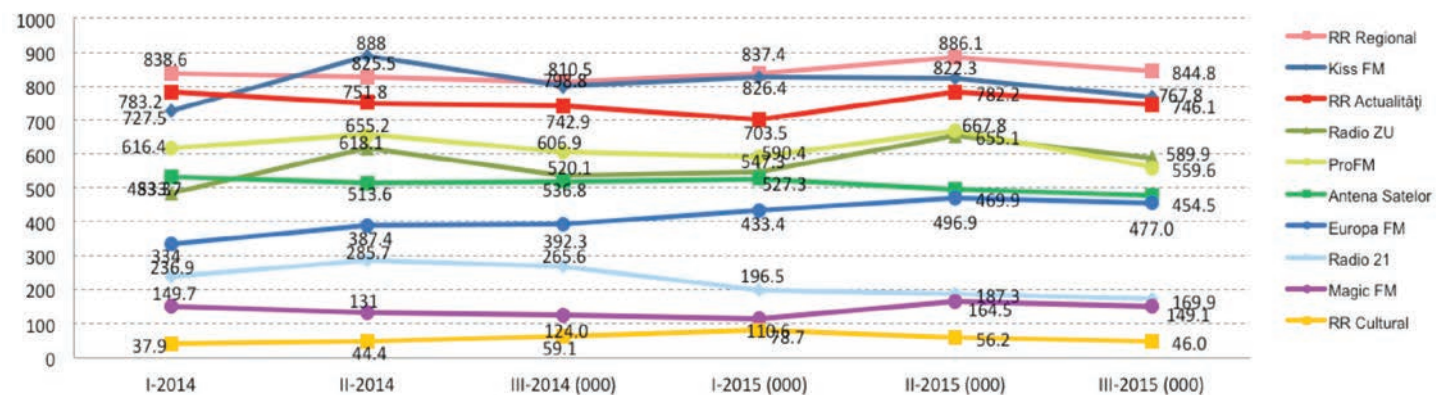
POSTURI	I-2014 (%)	II-2014 (%)	III-2014 (%)	I-2015 (%)	II-2015 (%)	III-2015 (%)	Dinamica III-2015/III-2014		Dinamica III-2015/II-2015	
							(%)	(%)	(%)	(%)
RR Actualități	14,7	14,6	14,9	13,9	14,4	14,7	-0,2	0,3		
Europa FM	8,7	9,4	9,0	10,0	10,4	9,3	0,3	-1,1		
Kiss FM	11,3	10,6	9,1	8,7	9,1	8,2	-0,9	-0,9		
Radio ZU	9,2	9,4	7,9	9,1	8,6	8,2	0,3	-0,4		
ProFM	6,9	8,3	6,8	7,0	7,8	6,0	-0,8	-1,8		
RR Regional	5,3	5,0	5,9	4,8	5,7	5,6	-0,3	-0,1		
Radio Cluj	0,5	0,3	0,6	0,3	0,6	0,4	-0,2	-0,2		
Radio Constanța	0,4	0,4	0,2	0,2	0,3	0,4	0,2	0,1		
Radio Iași	1,3	1,2	1,2	0,9	1,3	0,9	-0,3	-0,4		
Radio Oltenia Craiova	1,1	0,9	1,4	1,4	1,5	1,4	0,0	-0,1		
Radio Reșița	0,6	0,7	0,8	0,5	0,6	1,0	0,2	0,4		
Radio Tg. Mureș	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,0	0,0		
Radio Timișoara	0,8	0,8	0,8	0,6	0,7	0,7	-0,1	0,0		
București FM	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,0	0,1		
Magic FM	5,4	5,8	5,4	5,3	4,6	5,3	-0,1	0,7		
Radio 21	3,9	2,9	3,5	2,8	2,7	2,8	-0,7	0,1		
Antena Satelor	2,7	3,4	2,4	3,3	2,6	2,7	0,3	0,1		
Rock FM	1,6	1,6	1,2	2,2	1,3	1,7	0,5	0,4		
Național FM	1,8	1,9	1,4	1,4	1,5	1,5	0,1	0,0		
RR Cultural	0,9	0,7	0,9	0,9	0,9	1,0	0,1	0,1		
Alții	17,3	17,3	16,4	17,3	15,9	18,0	1,6	2,1		
Nu știu	10,3	9,1	5,9	13,5	14,5	14,8	8,9	0,3		
SRR (cumulat, total posturi)	23,6	23,8	24,1	22,8	23,6	24,0	-0,1	0,4		



RURAL - NUMĂRUL MEDIU ZILNIC DE ASCULTĂTORI (DAILY REACH)

POSTURI	I-2014 (000)	II-2014 (000)	III-2014 (000)	I-2015 (000)	II-2015 (000)	III-2015 (000)	Dinamica		Dinamica	
							III-2015 / III-2014 (000)	(%)	III-2015 / II-2015 (000)	(%)
TOTAL (PIAȚA RADIO)	4189,6	4445,8	4285,7	4306,1	4527,3	4236,4	-49,3	-1,2	-290,9	-6,4
RR Regional	838,6	825,5	810,5	837,4	886,1	844,8	34,3	4,2	-41,3	-4,7
Radio Cluj	56,5	80,9	58,8	37,8	68,9	46,7	-12,1	-20,6	-22,2	-32,2
Radio Constanța	29,9	28,1	20,5	22,2	13,5	15,1	-5,4	-26,3	1,6	11,9
Radio Iași	271,1	267,2	241,3	285,7	304,9	277,4	36,1	15,0	-27,5	-9,0
Radio Oltenia Craiova	208,4	208,4	290,6	236,7	250,9	253,5	-37,1	-12,8	2,6	1,0
Radio Reșița	76,8	92,7	74,0	56,0	44,5	69,5	-4,5	-6,1	25,0	56,2
Radio Tg. Mureș	127,9	47,8	39,0	90,4	119,2	80,8	41,8	107,2	-38,4	-32,2
Radio Timișoara	128,7	110,9	119,6	137,5	120,8	110,3	-9,3	-7,8	-10,5	-8,7
București FM	19,0	25,4	23,7	11,5	24,8	33,4	9,7	40,9	8,6	34,7
Kiss FM	727,5	888,0	798,8	826,4	822,3	767,8	-31,0	-3,9	-54,5	-6,6
RR Actualități	783,2	751,8	742,9	703,5	782,2	746,1	3,2	0,4	-36,1	-4,6
Radio ZU	483,3	618,1	536,8	547,3	655,1	589,9	53,1	9,9	-65,2	-10,0
ProFM	616,4	655,2	606,9	590,4	667,8	559,6	-47,3	-7,8	-108,2	-16,2
Antena Satelor	533,7	513,6	520,1	527,3	496,9	477,0	-43,1	-8,3	-19,9	-4,0
Europa FM	334,0	387,4	392,3	433,4	469,9	454,5	62,2	15,9	-15,4	-3,3
Radio 21	236,9	285,7	265,6	196,5	187,3	169,9	-95,7	-36,0	-17,4	-9,3
Magic FM	149,7	131,0	124,0	110,6	164,5	149,1	25,1	20,2	-15,4	-9,4
Național FM	53,5	52,5	53,8	61,4	71,3	86,5	32,7	60,8	15,2	21,3
RR Cultural	37,9	44,4	59,1	78,7	56,2	46,0	-13,1	-22,2	-10,2	-18,1
Rock FM	14,2	21,0	25,9	24,0	34,7	27,4	1,5	5,8	-7,3	-21,0
Alții	699,5	841,1	761,9	842,9	896,4	835,3	73,4	9,6	-61,1	-6,8
Nu știu	340,3	303,9	290,8	480,8	409,0	391,0	100,2	34,5	-18,0	-4,4
SRR (cumulat, total posturi)	2273,1	2171,2	2189,6	2187,3	2282,8	2155,8	-33,8	-1,5	-127,0	-5,6

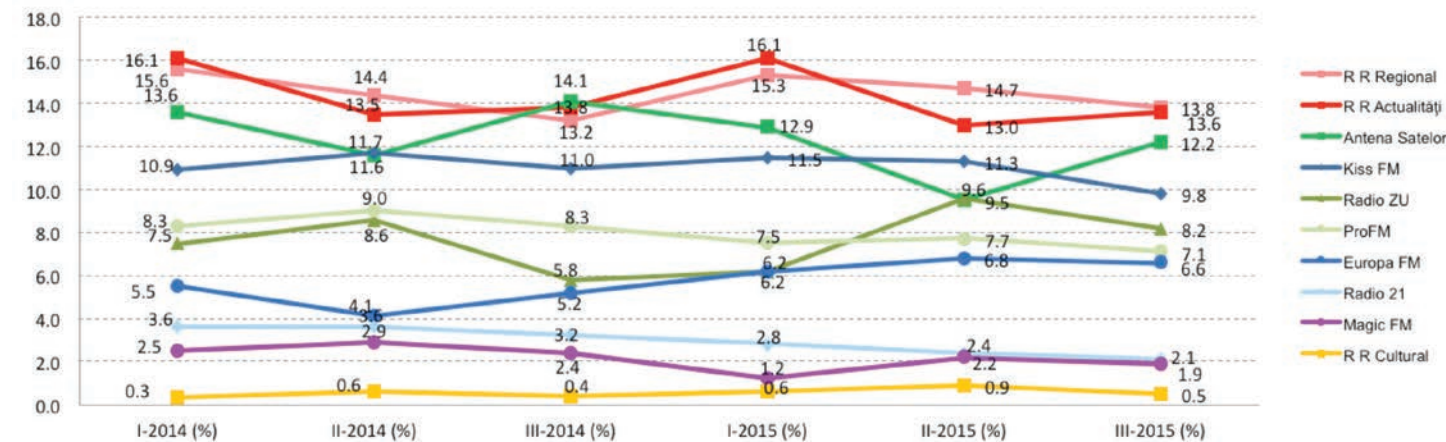
RURAL - DAILY REACH (000)



RURAL - COTĂ DE PIAȚĂ (MARKET SHARE)

POSTURI	I-2014 (%)	II-2014 (%)	III-2014 (%)	I-2015 (%)	II-2015 (%)	III-2015 (%)	Dinamica		DINAMICA	
							III-2015 / III-2014	(%)	III-2015 / II-2015	(%)
RR Regional	15,6	14,4	13,2	15,3	14,7	13,8	0,6	-0,9		
Radio Cluj	0,5	1,2	0,7	0,4	0,9	0,4	-0,3	-0,5		
Radio Constanța	0,9	0,7	0,2	0,2	0,1	0,2	0,0	0,1		
Radio Iași	5,1	4,9	4,0	5,4	4,7	5,4	1,4	0,7		
Radio Oltenia Craiova	3,4	3,8	4,7	4,7	4,1	3,8	-0,9	-0,3		
Radio Reșița	1,0	1,2	0,9	1,0	0,4	0,9	0,0	0,5		
Radio Tg. Mureș	2,3	0,6	0,9	1,7	2,8	1,5	0,6	-1,3		
Radio Timișoara	2,1	1,8	1,4	1,7	1,6	1,2	-0,2	-0,4		
București FM	0,5	0,2	0,4	0,2	0,1	0,4	0,0	0,3		
RR Actualități	16,1	13,5	13,8	16,1	13,0	13,6	-0,2	0,6		
Antena Satelor	13,6	11,6	14,1	12,9	9,5	12,2	-1,9	2,7		
Kiss FM	10,9	11,7	11,0	11,5	11,3	9,8	-1,2	-1,5		
Radio ZU	7,5	8,6	5,8	6,2	9,6	8,2	2,4	-1,4		
ProFM	8,3	9,0	8,3	7,5	7,7	7,1	-1,2	-0,6		
Europa FM	5,5	4,1	5,2	6,2	6,8	6,6	1,4	-0,2		
Radio 21	3,6	3,6	3,2	2,8	2,4	2,1	-1,1	-0,3		
Magic FM	2,5	2,9	2,4	1,2	2,2	1,9	-0,5	-0,3		
Național FM	0,8	0,8	1,0	0,8	0,6	1,5	0,5	0,9		
Rock FM	0,1	0,2	0,1	0,6	0,6	0,6	0,5	0,0		
RR Cultural	0,3	0,6	0,4	0,6	0,9	0,5	0,1	-0,4		
Alții	11,4	14,6	12,9	12,8	14,6	14,1	1,2	-0,5		
Nu știu	3,8	4,4	2,9	5,5	6,2	7,9	5,0	1,7		
SRR (cumulat, total posturi)	45,6	40,1	41,5	44,9	38,1	40,1	-1,4	2,0		

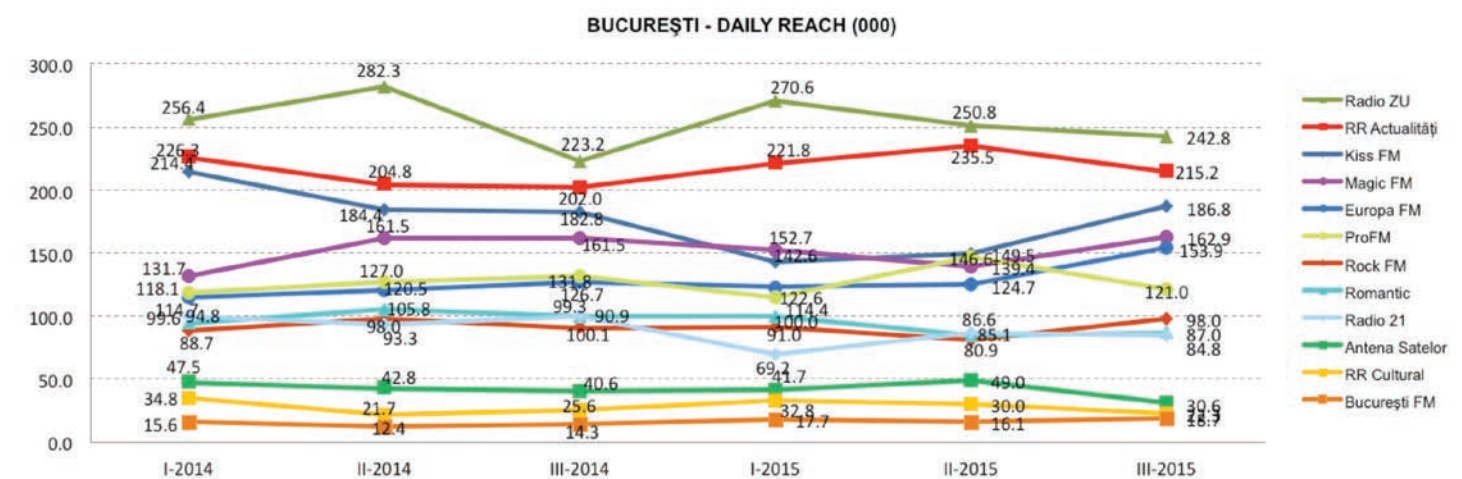
RURAL - MARKET SHARE (%)



Anexa 4g

BUCUREȘTI – NUMĂRUL MEDIU ZILNIC DE ASCULTĂTORI (DAILY REACH)

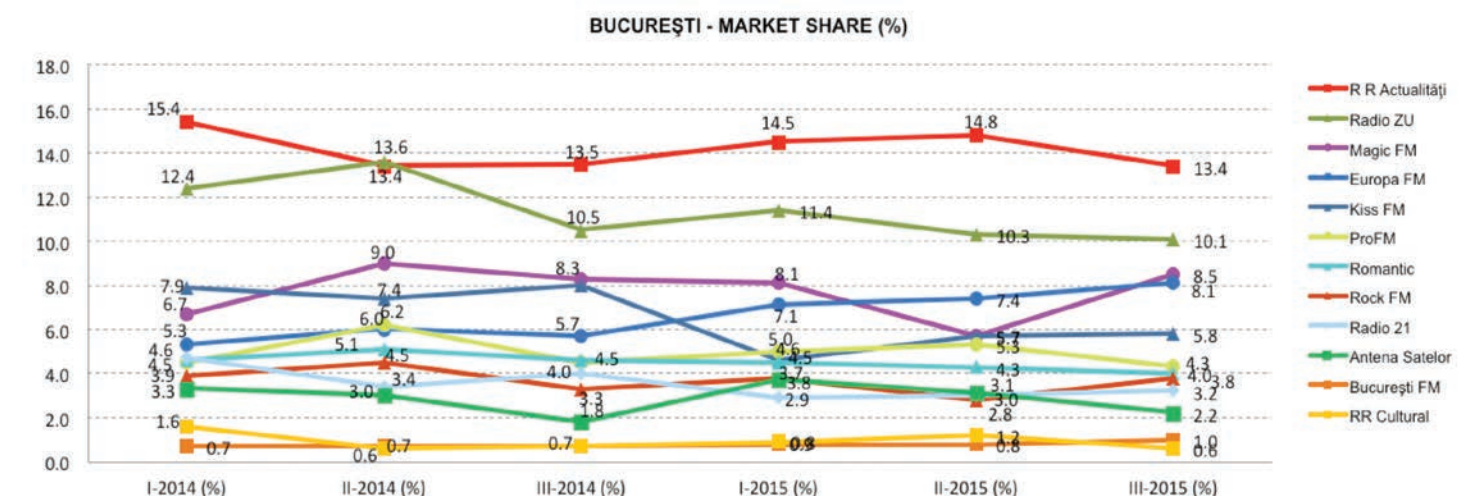
POSTURI	I-2014 (000)	II-2014 (000)	III- 2014 (000)	I-2015 (000)	II-2015 (000)	III-2015 (000)	Dinamica		Dinamica	
							III-2015 / III-2014 (000)	(%)	III-2015 / II-2015 (000)	(%)
TOTAL (PIAȚA RADIO)	1228,3	1224,0	1246,3	1200,8	1267,0	1264,8	18,5	1,5	-2,2	-0,2
Radio ZU	256,4	282,3	223,2	270,6	250,8	242,8	19,6	8,8	-8,0	-3,2
RR Actualități	226,3	204,8	202,0	221,8	235,5	215,2	13,2	6,5	-20,3	-8,6
Kiss FM	214,4	184,4	182,8	142,6	149,5	186,8	4,0	2,2	37,3	24,9
Magic FM	131,7	161,5	161,5	152,7	139,4	162,9	1,4	0,9	23,5	16,9
Europa FM	114,7	120,5	126,7	122,6	124,7	153,9	27,2	21,5	29,2	23,4
ProFM	118,1	127,0	131,8	114,4	146,6	121,0	-10,8	-8,2	-25,6	-17,5
Rock FM	88,7	98,0	90,9	91,0	80,9	98,0	7,1	7,8	17,1	21,1
Romantic	94,8	105,8	100,1	100,0	85,1	87,0	-13,1	-13,1	1,9	2,2
Radio 21	99,6	93,3	99,3	69,2	86,6	84,8	-14,5	-14,6	-1,8	-2,1
Gold FM	34,1	25,9	38,6	45,8	41,9	54,3	15,7	40,7	12,4	29,6
Național FM	50,5	55,5	45,7	45,0	50,4	48,7	3,0	6,6	-1,7	-3,4
Antena Satelor	47,5	42,8	40,6	41,7	49,0	30,6	-10,0	-24,6	-18,4	-37,6
Itsy Bitsy	-	-	18,4	15,5	23,7	25,9	7,5	40,8	2,2	9,3
RR Cultural	34,8	21,7	25,6	32,8	30,0	22,3	-3,3	-12,9	-7,7	-25,7
Vibe FM	52,4	46,7	45,0	39,3	33,2	19,8	-25,2	-56,0	-13,4	-40,4
București FM	15,6	12,4	14,3	17,7	16,1	18,7	4,4	30,8	2,6	16,1
Smart FM	17,1	15,9	19,2	19,4	19,5	18,6	-0,6	-3,1	-0,9	-4,6
Tanănana	-	-	-	-	20,5	9,2	3,5	61,4	-11,3	-55,1
Alții	275,1	257,9	223,0	217,0	244,7	221,9	-1,1	-0,5	-22,8	-9,3
Nu știu	233,5	230,4	187,7	307,6	317,7	351,5	163,8	87,3	33,8	10,6
SRR (cumulat, total posturi)	324,2	281,7	282,5	314,0	330,6	286,8	4,3	1,5	-43,8	-13,2



Anexa 4h

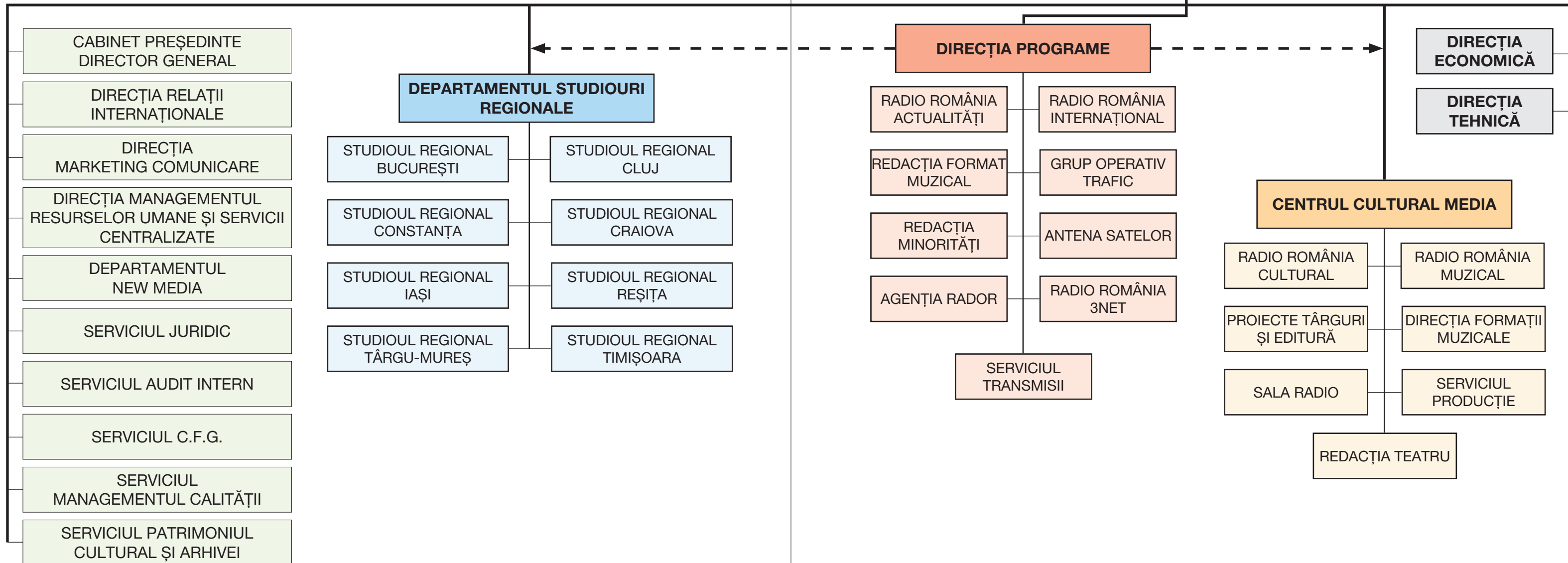
BUCUREȘTI – COTA DE PIAȚĂ (MARKET SHARE)

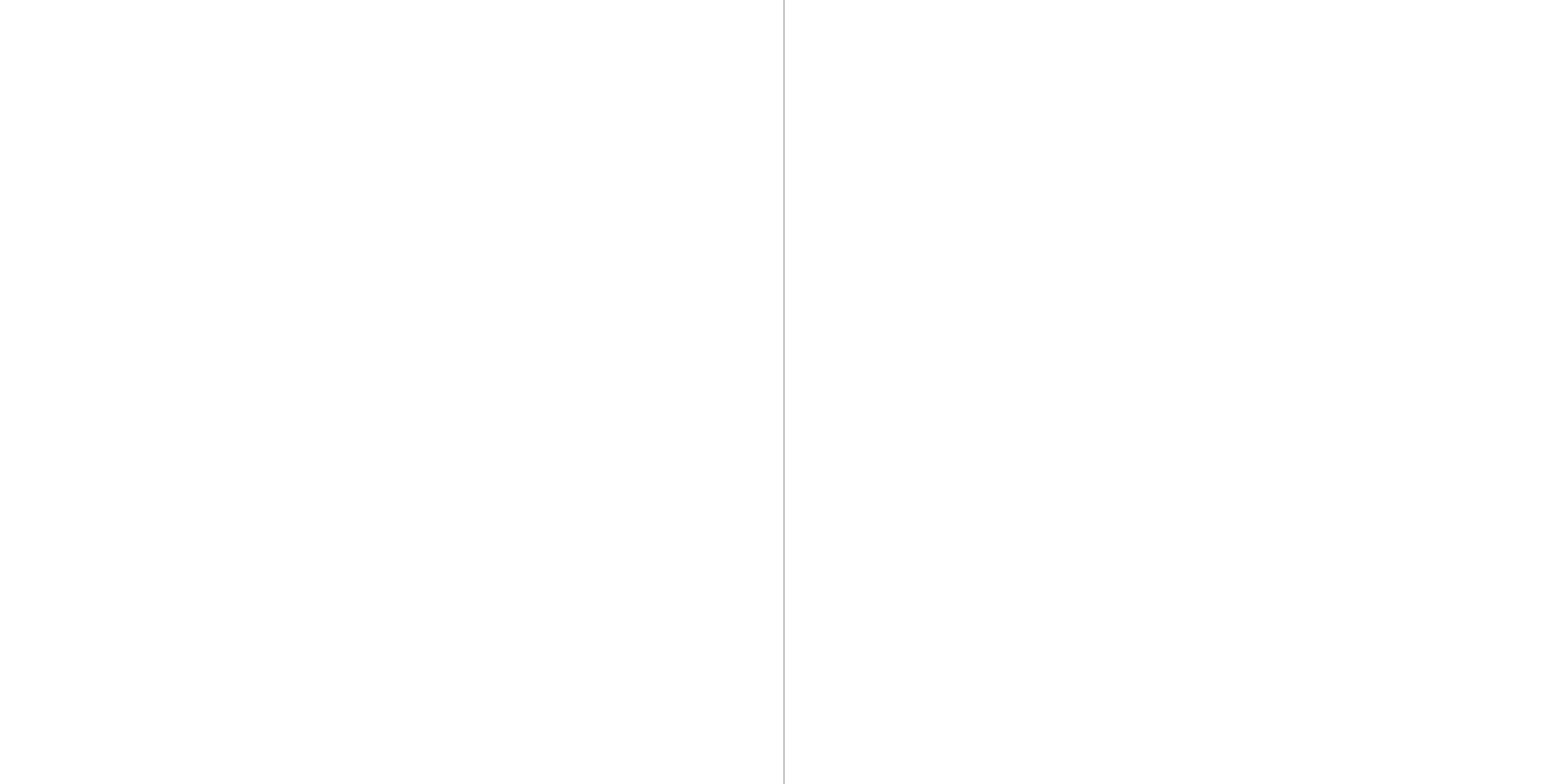
POSTURI	I-2014 (%)	II-2014 (%)	III-2014 (%)	I-2015 (%)	II-2015 (%)	III-2015 (%)	Dinamica		Dinamica	
							III-2015/III-2014	(%)	III-2015/II-2015	(%)
RR Actualități	15,4	13,4	13,5	14,5	14,8	13,4	-0,1		-1,4	
Radio ZU	12,4	13,6	10,5	11,4	10,3	10,1	-0,4		-0,2	
Magic FM	6,7	9,0	8,3	8,1	5,7	8,5	0,2		2,8	
Europa FM	5,3	6,0	5,7	7,1	7,4	8,1	2,4		0,7	
Kiss FM	7,9	7,4	8,0	4,6	5,7	5,8	-2,2		0,1	
ProFM	4,5	6,2	4,5	5,0	5,3	4,3	-0,2		-1,0	
Romantic	4,6	5,1	4,6	4,5	4,3	4,0	-0,6		-0,3	
Rock FM	3,9	4,5	3,3	3,8	2,8	3,8	0,5		1,0	
Radio 21	4,7	3,4	4,0	2,9	3,0	3,2	-0,8		0,2	
Antena Satelor	3,3	3,0	1,8	3,7	3,1	2,2	0,4		-0,9	
Gold FM	1,3	0,9	2,1	2,5	1,9	2,0	-0,1		0,1	
Național FM	1,6	2,2	2,2	2,1	1,9	1,6	-0,6		-0,3	
București FM	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	1,0	0,3		0,2	
Smart FM	1,0	0,4	0,8	0,9	0,8	0,8	0,0		0,0	
Vibe FM	1,8	1,6	1,5	0,8	1,0	0,7	-0,8		-0,3	
RR Cultural	1,6	0,6	0,7	0,9	1,2	0,6	-0,1		-0,6	
Tanănana	-	-	-	-	1,3	0,6	0,5		-0,7	
Itsy Bitsy	-	-	0,7	0,4	0,5	0,5	-0,2		0,0	
Alții	13,9	14,0	11,1	10,6	12,8	10,5	-0,6		-2,3	
Nu știu	9,4	7,8	5,3	15,6	15,5	18,4	13,1		2,9	
SRR (cumulat, total posturi)	21,0	17,7	16,7	19,8	19,8	17,2	0,5		-2,6	



ORGANIGRAMA Societății Române de Radiodifuziune

Aprobată în ședința Consiliului de administrație din data de 1 octombrie 2013







str. General Berthelot 60-64, 010165 București
e-mail: relatii.public@radioromania.ro
telefon: 021 314 77 70 | 021 303 12 97
fax: 021 303 17 26
www.radioromania.ro