

CUPRINS

Nr. crt.		Pag.
	CUPRINS	1
	CUVÂNT ÎNAINTE	2
	PARTEA I CADRUL GENERAL	
1.	Consiliul de Administrație și Comitetul Director	4
2.	Organizare - Resurse umane	6
3.	Relațiile Internaționale	10
4.	Conservarea Patrimoniului	13
5.	Activitatea Economico - Financiară	15
6.	Evoluția Audienței	24
	PARTEA A II- A ACTIVITATEA DEPARTAMENTALĂ	
1.	Producția editorială	33
2.	Comunicare - Marketing	89
3.	Activitatea Tehnică	97
4.	Premii și diplome obținute	101
5.	Concluzii, perspective	103

CUVÂNT ÎNAINTE

Pentru Consiliul de Administrație investit în iunie 2005 la conducerea SRR, anul 2009 însumează bilanțul unui mandat de aproape cinci ani, prin prelungirile decise de Parlament.

Strategiile de management din 2009 au vizat consolidarea obiectivului asumat prin documentele de identitate „Viziune, misiune, valori și principii” de a face din serviciul public de radio «cel mai credibil și eficient mijloc de informare și formare a publicului și de slujire a interesului public».

În pofida unui an cu mari probleme economice și financiare, în care criza presei a devenit tot mai vizibilă, a concurenței agresive pe o piață suprasaturată de infinitatea modalităților de consum media, Radio România s-a menținut ca principală referință în materie de informație. Programele de știri și-au reconfirmat notorietatea, formatul și ritmicitatea – Radioul public stabilizându-și poziția de lider de audiență la fiecare oră exactă. În plus, prin complementaritatea posturilor, SRR și-a menținut statutul de furnizor al unor produse de certă calitate jurnalistică, validate ca atare de categorii foarte variate de public. Remarcabil este faptul că această performanță calitativă răspunde în totalitate misiunii de serviciu public, bazându-se pe încadrarea în coordonatele conferite prin lege: informare, educare, cultură, echilibru, corectitudine și imparțialitate.

Datele de audiență arată că și în anul 2009 Radio România rămâne lider la nivel național, înregistrând o cotă de piață de 40 de procente față de 37 în 2008. Creșterea e datorată timpului sporit de ascultare, ceea ce atestă un grad mare de fidelizare a ascultătorilor și câștigarea pentru antenele noastre a noi segmente de populație. O confirmare foarte recentă o oferă rezultatele unui sondaj, pe public exclusiv urban, care plasează radioul public în top.

Obținut după ani de eforturi, acest statut de cea mai puternică dintre corporațiile audiovizuale românești, a permis orientarea către noi ținte strategice, axate pe inovare și modernizare.

2009 a fost anul ofensivei multimedia.

Produsele noastre editoriale au devenit și un important vector de comunicare on line – sursa unui plus de audiență și de public tânăr și dinamic ce accesează site-urile SRR.

Prin decizie a Consiliului de Administrație a fost înființat compartimentul Radio România New Media pe structura postului Radio3Net “Florian Pittiș”. Pe lângă atribuțiile curente, menținute și amplificate (menționăm doar lansarea Kids Radio), echipa New Media oferă servicii pentru site-urile RRA, Antena Satelor și Teatru.

Radio România Actualități are în acest moment unul dintre cele mai dinamice site-uri de pe piață , iar www.politicaromaneasca.ro alimentat cu materiale în exclusivitate, se bucură de un mare și constant număr de vizitatori. Cu notorietate recunoscută, site-urile și blogurile emisiunilor culturale s-au îmbogățit cu portalul multimedia "Radiocultura", un instrument deosebit de util pentru consumatorul de cultură pe internet, pentru melomani muzica "on demand" a devenit deja o obișnuință la Radio România Muzical, iar www.eteatru.ro a înregistrat în trei luni de la lansare 25.000 de „spectatori”.

În noiembrie 2009 a apărut și primul număr al revistei Radio online, publicație săptămânală interactivă care prezintă grilele de program, materiale editoriale, recomandări și promovări de emisiuni și evenimente generate de Radio România.

Alte două proiecte de anvergură au fost finalizate în 2009: studiul privind oportunitatea și necesitatea creării la Radio România a unui post de informație continuă și proiectul programului național Radio România Multicultural, creat după ratificarea de către România a Cartei Europene a Limbilor Regionale sau Minoritare. Dacă problematica europeană se regăsește în toate programele posturilor noastre, un plus de pregnanță a acestei dimensiuni îl oferă Radio România Internațional prin emisiunile produse în cadrul proiectului EURANET, cu finanțare de la Bruxelles. Pagina www.euranet.eu/rum în limba română este una din cele mai dinamice, mai dezvoltate și mai accesate. Un alt proiect, finanțat de Parlamentul European: "Strasbourg Connection" a fost câștigat de Radio România Internațional și Radio România Cultural care vor realiza emisiuni cu tematică europeană și vor atașa un blog propriu site-urilor celor două posturi. Radio România a reușit o performanță remarcabilă și prin finanțarea de 4 milioane de euro obținută de la Comisia Europeană pentru un proiect de mare amploare intitulat „Acces” și consacrat formării profesionale continue. Din datele furnizate de autoritatea de management reiese că, prin acest proiect strategic, SRR devine prima instituție media din România care accesează fonduri europene prin instrumente structurale.

Prin formațiile muzicale, serviciul public își îndeplinește de decenii importanta misiune de creator de cultură și stabilește o relație aparte cu publicul care frecventează Sala Radio. 2009 a marcat și la acest capitol importante premiere, nu doar pe podiumul de concert, ci și în asigurarea unei ambianțe înnoite și modernizate incintei noastre muzicale.

Studioul de concerte „Mihail Jora”, construit în 1959, s-a aflat pentru prima dată în renovare, după 50 de ani. Și orga, a doua ca mărime din Europa, a fost supusă primei reparații capitale, efectuată chiar la fabrica producătoare din Cehia. Este un demers de conservare a unor bunuri de patrimoniu, care se adaugă celui alt proiect de anvergură, aflat în curs și care anul trecut a marcat simbolic digitalizarea primului document din arhiva de aur a radioului.

În sfârșit, formulat extrem de sintetic, bilanțul financiar al SRR poate fi cuprins în distanța parcursă de la deficitul financiar de 1,5 milioane de euro cu care actualul Consiliu de Administrație a preluat instituția în 2005, la încheierea fiecărui an de mandat cu profit. Chiar dacă în 2009 gestiunea a fost complicată de un climat de criză acută, respectul pentru banul public a prevalat și în acest exercițiu financiar.

PARTEA I – CADRUL GENERAL

1. CONSILIUL DE ADMINISTRAȚIE ȘI COMITETUL DIRECTOR

1.1. Consiliul de Administrație

În cursul anului 2009, membrii Consiliului de Administrație s-au întrunit în 17 ședințe în care au fost adoptate 76 de hotărâri.

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

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

- bugetul de venituri și cheltuieli și planul de investiții al Societății Române de Radiodifuziune pe anul 2009;
- adoptarea de măsuri privind încadrarea în bugetul de venituri și cheltuieli al SRR și utilizarea mai eficientă a resurselor SRR;
- realizarea unui studiu de impact privind posibilele consecințe ale crizei economice asupra instituției;
- identificarea modalităților de economisire a fondurilor SRR;
- menținerea locurilor de muncă actuale;
- inițierea discuțiilor privind identificarea soluțiilor de reglementare a plății taxei pentru persoanele juridice;
- gestionarea resurselor umane și materiale, prin raportare la activitățile curente din SRR;
- reevaluarea clădirilor din patrimoniul Societății;
- adoptarea măsurilor interne propuse pentru evitarea îmbolnăvirilor de gripă nouă la nivelul SRR;
- distribuirea programelor SRR în Statele Unite ale Americii și Canada;
- aprobarea proiectului de relansare editorială a programului de radio emis de Studioul Regional București;
- modificarea structurii organizatorice a SRR, prin reorganizarea activității în domeniul drepturilor de autor, în cadrul Departamentului Producție Editorială;
- înființarea compartimentului Radio România New Media, pe structura actualului Radio 3Net Florian Pittiș;
- înființarea Colectivului Digitalizare arhivă în cadrul Departamentului Tehnic – Serviciul Producție;
- înființarea Colectivului Sănătate și Securitate în Muncă în cadrul Serviciului Resurse Umane;
- înființarea Centrului de formare profesională;
- participarea SRR la proiectul EURANET, după transformarea acestuia din Consorțiu în Grup European de Interes Economic.

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

În data de 12 februarie 2009 a avut loc prima vizită a Comisiei de cultură a Camerei Deputaților la Societatea Română de Radiodifuziune. Cu acest prilej au fost vizitate Camera Stirilor, Controlul General Tehnic, Studioul de teatru, Studioul de emisie și fonoteca.

Ca neîmplinire poate fi menționat eșecul demersurilor privind statutul jurnalistului și înființarea Consiliului de onoare.

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

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

1.2. Comitetul Director

În cursul anului 2009, Comitetul Director a emis un număr de 369 decizii, adoptate în 42 de ședințe.

Principalele decizii adoptate au avut ca obiect:

- avizarea proiectului de buget și al planului de investiții al Societății Române de Radiodifuziune pe anul 2009;
- punerea în aplicare a măsurilor privind încadrarea în bugetul de venituri și cheltuieli al SRR și utilizarea mai eficientă a resurselor SRR;
- aplicarea măsurilor de economisire a fondurilor SRR;
- aplicarea soluțiilor privind reglementarea plății taxei radio pentru persoanele juridice;
- reabilitarea Sălii de concerte Mihail Jora;
- reparația Orgii din Sala de concerte Mihail Jora;
- aprobarea majorării tarifelor la abonamentele și biletele concertelor Formațiilor Muzicale Radio;
- extinderea mijloacelor de comercializare a biletelor și abonamentelor pentru evenimentele ce au loc la sala de concerte „Mihail Jora”, prin utilizarea serviciilor unor rețele de vânzare on-line;
- aplicarea măsurilor interne propuse pentru evitarea îmbolnăvirilor de gripă nouă la nivelul SRR;
- inițierea procedurilor privind modernizarea parcului auto al SRR;
- aderarea SRR la Biroul Român de Audit al tirajelor (BRAT) – serviciul SATI (Studiul de Audiență și Trafic Internet);

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

- avizarea Raportului de stadiu privind oportunitatea și condițiile necesare înființării unui Canal de informație non-stop;
- aprobarea înființării unei emisiuni săptămânale în limba ucraineană la Radio Sighet;
- aprobarea proiectului „Revistei Radio România on-line”;
- aprobarea proiectului Cultivarea Limbii Române la Radio România;
- avizarea proiectului de relansare editorială a programului de radio emis de Studioul Regional București;
- aprobarea modificării Regulamentului de organizare și desfășurare a concursurilor pentru angajare sau promovare într-o funcție de execuție de natură editorial;
- aprobarea raportului privind funcționarea activității de gestionare a informațiilor clasificate;
- avizarea proiectului privind înființarea compartimentului Radio România New Media, pe structura actualului Radio3Net „Florian Pittiș”;
- încheierea unui Acord de parteneriat între Societatea Română de Radiodifuziune și Radio Polonia;
- încheierea unui Acord de parteneriat între Societatea Română de Radiodifuziune și compania „Români în UK” Ltd., din Londra, Marea Britanie, care deține postul de radio online „Ciocârlia”;
- încheierea unui Acord de parteneriat între Societatea Română de Radiodifuziune și Fundația culturală „Aici România”;
- încheierea de Acorduri de parteneriat între Societatea Română de Radiodifuziune și postul Radio FAR, din Alibunar, Serbia, respectiv Transmediaro Group, din Madrid. Spania;
- încheierea unor Acorduri de colaborare în domeniul radiodifuziunii, la nivel regional, cu două posturi de radio din Serbia: Radio Zrenjanin și Radio Kikinda
- încheierea unor Acorduri de colaborare în domeniul radiodifuziunii cu instituțiile similare din Statul Qatar, Republica Orientală Uruguay și Venezuela;
- aprobarea colaborării Societății Române de Radiodifuziune la Consorțiul DRM (Digital Radio Mondiale), cu statutul de Suporter DRM;
- participarea SRR la proiectul transnațional intitulat: ”Invest in Human Capital and Networking, Innovation and Transnational Actions”;
- colaborarea SRR cu Institutul Național pentru Fizică și Inginerie Nucleară „Horia Hulubei” privind realizarea unui proiect de decontaminare a arhivei SRR.

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

Secretariatul CA și CD a urmărit permanent stadiul realizării hotărârilor Consiliului de Administrație și a deciziilor Comitetului Director și a informat periodic conducerea SRR în legătură cu modul în care acestea au fost aplicate.

De asemenea, Secretariatul CA și CD a realizat o bază de date informatizată ce oferă posibilitatea accesării documentelor privind activitatea celor două organisme de către toți cei în drept.

2. ORGANIZARE – RESURSE UMANE

2.1. Structura organizatorică

Organigrama Societății Române de Radiodifuziune, în vigoare de la data de 1 august 2007, a fost modificată de Consiliul de administrație de două ori în cursul anului 2009:

- începând cu data de 1 august 2009, prin înființarea compartimentului Radio România New Media;
- începând cu data de 1 decembrie 2009 prin:
 - reorganizarea activității în domeniul drepturilor de autor, în cadrul Departamentului Producție Editorială;
 - înființarea Colectivului Sănătate și Securitate în Muncă, în cadrul Serviciului Resurse Umane, prin comasarea colectivelor Protecția Muncii și Dispensar Medical.

În Anexa 1 este prezentată organigrama actuală a Societății Române de Radiodifuziune.

Pe parcursul anului 2009 au fost adoptate noi reglementări interne pentru o mai bună organizare și funcționare a Societății Române de Radiodifuziune. Cele mai importante, în ordine cronologică, au fost:

- Ordinul nr. 124/2009 - modificarea Instrucțiunilor privind transporturile auto în SRR.
- Ordinul nr. 376/2009: "Instrucțiuni privind punerea la dispoziție și utilizarea telefoanelor de serviciu în SRR";
- Ordinul nr. 728/2009 - Instrucțiuni de serviciu pentru angajații Serviciului Întreținere;
- Ordinul nr. 1008/2009 - Procedura de lucru pentru evidența timpului de muncă efectuat de către șoferii al căror CIM prevede Program de lucru variabil, 40 de ore pe săptămână;
- Ordinul nr. 1060/2009 - completarea instrucțiunilor privind circulația documentelor în AMD.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

2.2. Evoluția structurii de personal în anul 2009

Urmare a unei politici consecvente de raționalizare a numărului de salariați, în cursul anului s-a realizat reducerea a încă 69 de posturi, ceea ce face ca de la începutul mandatului numărul de posturi ocupate să se reducă cu 282. Dinamica mișcărilor de personal pe parcursul anului 2009 a fost:

Luna	Număr angajări (+)	Număr plecări (-)	Diferențe (+ / -)	Număr posturi ocupate
31 decembrie 2008	-	-	-	2.469
Ianuarie 2009	6	5	1	2.470
Februarie 2009	4	11	-7	2.463
Martie 2009	1	7	-6	2.457
Aprilie 2009	1	9	-8	2.449
Mai 2009	6	15	-9	2.440
Iunie 2009	5	8	-3	2.437
Iulie 2009	3	13	-10	2.427
August 2009	8	4	4	2.431
Septembrie 2009	6	15	-9	2.422
Octombrie 2009	-	12	-12	2.410
Noiembrie 2009	10	14	-4	2.406
Decembrie 2009	19	25	-6	2.400
TOTAL	69	138	-69	

De remarcat că numărul de 2.400 de posturi ocupate este cel mai mic de la apariția Legii nr. 41/1994. Această reducere graduală se datorează orientării strategice spre eficientizarea utilizării resurselor umane existente prin reconversie profesională, prin aplicarea unor forme moderne de management sectorial și prin echilibru în completarea nevoilor de resurse umane, în detrimentul unor măsuri radicale care ar fi putut crea dezechilibre, cu consecințe nefaste în planul funcțional al instituției.

Angajările, efectuate cu parcimonie, au fost orientate prioritar spre activitatea editorială și artistică (2 realizatori coordonatori, 1 realizator, 25 redactori, 7 reporteri, 2 artiști instrumentiști, 2 soliști instrumentiști, 1 solist concertist și 1 instrumentist) și numai în cazuri bine justificate în domeniile complementare.

Defalcarea pe departamente și funcții a personalului angajat în anul 2009 se regăsește în Anexa 2.

În anul 2009 și-au încetat activitatea un număr de 138 salariați, astfel:

a) după forma de încetare a activității:

- acordul părților	- 41
- pensie	- 91
- desfacere disciplinară a CIM	- 2
- deces	- 4
Total	138

b) pe departamente:

Compartimente subordonate PDG	11
Departament Producție Editorială	105
Departament Tehnic	9
Departament Economic	13
Total	138

Evoluția ieșirilor la pensie este prezentată în Anexa nr. 3.

În general, politica Societății Române de Radiodifuziune în ceea ce privește pensionările, constă în pensionarea salariaților pentru limită de vârstă; numai în cazuri deosebite sau la solicitarea personală, făcându-se pensionări anticipate sau pe caz de boală.

2.3. Serviciul Pregătire Profesională

Obiectivul major al activității de pregătire profesională în cadrul SRR pe anul 2009 a fost *creșterea calității produsului radiofonic prin includerea salariaților într-un proces de formare profesională continuă care să corespundă planurilor strategice majore ale instituției.*

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

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

Conținutul evenimentelor a fost stabilit cu prioritate în funcție de strategia majoră a instituției. Menționăm cu titlu de exemplu **proiectele de dezvoltare generală a instituției** "Radio România în viitor"- realizat împreună cu experți de la Deutsche Welle Akademie- și "Repoziționarea radioului regional pe piață" - împreună cu experți de la Radio Nederlanden. În cadrul primului proiect s-a organizat o conferință managerială care a analizat viitoarele produse, servicii și canale de distribuție ale SRR și s-a concretizat în șapte proiecte, susținute prin cursuri. Menționăm dintre acestea instruirea privind prima cercetare calitativă de piață (Auditorium 1 și 2) în vederea reconfigurării formatului muzical la RRA.

În cadrul celui de-al doilea proiect s-au organizat ateliere de lucru la Radio Cluj cu scopul de a stabili o nouă strategie pe termen mediu și lung.

Proiectele „Standarde jurnalistice” și „Limba română”:

- Primul proiect a presupus finalizarea „Ghidului de bune practici” și diseminarea standardelor către toți jurnaliștii SRR;
- Al doilea presupune o activitate constantă de valorificare didactică - inclusiv prin primul sistem de e-learning în instituție – în vederea sporirii calității limbii române la Radio România și a definitivării stilului posturilor.

În afară de aceste priorități s-a aplicat în continuare o procedură de lucru flexibilă în baza căreia să se poată răspunde prompt la cererile apărute pe parcursul anului pentru actualizarea cunoștințelor în diverse profesii.

S-a înființat „Centrul de formare profesională al SRR”.

3. RELAȚIILE INTERNAȚIONALE

Strategia de relații internaționale a Societății Române de Radiodifuziune s-a înscris și în anul 2009 pe cele trei linii tradiționale de acțiune:

A. Continuarea politicii de integrare în principalele organisme internaționale și obținerea unor poziții de decizie în conducerea acestora; explorarea posibilităților și avantajelor oferite de înscrierea în alte organizații internaționale;

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

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

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

În ceea ce privește EBU, Radio România și-a câștigat un statut bine definit în cadrul acestei prestigioase organizații, profitând de toate oportunitățile din 2009:

- participarea la Adunările Generale (Copenhaga și Geneva), care a avut ca urmare demararea unor proiecte de cooperare bilaterală;
- Adunarea Generală Radio EBU (Alger), având un reprezentant al SRR ca membru al Comisiei Radio;

- intensificarea activităților de lobby în grupul central și est-european, având ca efect organizarea la București a diverselor reuniuni EBU; în 2009 Radio România a fost gazda reuniunii anuale a grupului Cultura al EBU, SRR având un membru în acest grup de lucru;
- alegerea unui reprezentant al SRR în grupul de muzică al EBU;
- alegerea unui reprezentant al SRR în grupul de lucru World Music;
- prezența activă a SRR la toate manifestările culturale ale EBU: Radio Day of European Cultures, Prix Europa, Prix Italia etc.;
- Participarea SRR într-un proiect de coproducție finanțat de EBU : “We live in the Balkans”:
 - organizarea reuniunii anuale a producătorilor de Jazz și a două concerte cu Orchestra Europeană de Jazz – Beneficii au fost în primul rând de imagine - pentru 3 zile Bucureștiul a fost capitala europeană a jazz-ului; de asemenea, a contribuit la crearea unei rețele de contacte în domeniu;
 - prin intermediul EBU, SRR a început să se implice activ în procesul de lobby la instituțiile europene de la Bruxelles în favoarea posturilor publice de radio și televiziune

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

Prin poziția pe care o deține în cadrul URTI, Radio Romania este vectorul schimbărilor structurale care vor redefini activitatea sa în perioada următoare:

- valorificarea arhivei radiofonice a URTI în emisiunile SRR;
- participarea unor jurnaliști ai SRR la concursul Grand Prix de la Radio și calificarea acestora;
- implicarea SRR în coproducțiile URTI (finanțate de UNESCO), coproducții care reprezintă, în fond, o oportunitate gratuită de imagine atât pentru Radio România, cât și pentru România în general.

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

- Conferința Permanentă a Audiovizualului Mediteranean (Co.Pe.A.M);
- Public Broadcasters International (PBI);
- Institutul Internațional de Presă (I.P.I.): o delegație Radio România a fost invitată să ia parte la discuțiile panel ale Conferinței anuale S.E.E.M.O., organism al I.P.I.;
- Federația Organizațiilor Festivalurilor Internaționale (FIDOF);
- Conferința Serviciilor Internaționale de Cercetare a Audienței posturilor de Radio și Televiziune (C.I.B.A.R);
- Asociația pentru Audiovizualul Internațional (AIB);
- World DAB World Forum.

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

B. Radio România a continuat programul său de sprijinire a secțiilor de limba română și a posturilor de radio care emit în limba română din afara granițelor, prin invitarea jurnaliștilor acestor posturi la programe de pregătire profesională organizate la sediul SRR, stimularea coproducțiilor și emisiunilor de tip duplex pe probleme de actualitate, precum și prin oferta de consultanță pentru postul Teleradio Moldova. Radio România are un contract cu postul de radio „Vocea Basarabiei” prin care se asigură preluarea emisiunilor informative ale Radio România Actualități de către acest post de radio de la Chișinău

- În contextul intensificării relațiilor bilaterale și parteneriatelor SRR menționăm:
 - primirea vizitei delegației conducerii Voice of Vietnam, având ca rezultat inițierea relațiilor bilaterale cu un post de radio (și televiziune) care dobândește pe zi ce trece un rol strategic pe piața asiatică media, cunoscând o dezvoltare tehnologică cu un ritm uneori mai avansat decât cel al chinezilor;
 - vizita delegației Radio Sofia având ca rezultat demararea unui proces de colaborare bilaterală între cele două posturi locale ale SRR și BNR care acoperă cele două capitale;
 - vizita delegației Companiei de stat pentru radio și televiziune din Transcarpatia și dezvoltarea relațiilor de colaborare cu acest post de radio și televiziune care are programe pentru românii din Transcarpatia; sprijin logistic pentru realizarea unei serii de reportaje despre România, demararea unui proiect de training în vederea perfecționării cunoștințelor de limbă română ale crainicilor de la Ujgorod;
 - vizita delegației Radio China Internațional și așezarea relațiilor de colaborare cu acest important post de radio pe noi baze, deschiderea unor noi căi de cooperare.

SRR a organizat o serie de evenimente culturale creatoare de imagine pentru postul public de radio și pentru România în decursul anului 2009:

- solistul Orchestrei Naționale Radio, Alexandru Tomescu, a susținut un concert pe vioara Stradivarius-Elder-Voicu la Bruxelles la Sala Yehudi Menuhin a Parlamentului European și la Primăria orașului Bruxelles;
- concert organizat în colaborare cu ICR la Gran Teatro La Fenice din Veneția cu Orchestra La Fenice, avându-i ca soliști pe violonistul Alexandru Tomescu, pianistul Horia Mihail și soprana Leontina Văduva;
- concert al Orchestrei Naționale Radio, avându-i ca soliști pe violonistul Alexandru Tomescu, pianistul Horia Mihail și dirijorul Radu Popa, la Sala Sinopoli, Parco della Musica, Roma.

Proiecte de viitor pentru anul 2010:

- organizarea unei reuniuni EBU a utilizatorilor stagiunii Euroradio;
- organizarea unor concerte cu solistul Alexandru Tomescu la Shanghai, cu prilejul Expoziției Mondiale precum și la Roma;
- semnarea unor acorduri bilaterale cu radiodifuziunile publice din țările vecine;
- dezvoltarea relațiilor bilaterale cu posturi importante de radio din afara Europei.

4. CONSERVAREA PATRIMONIULUI

Pe durata anului 2009, Serviciul Patrimoniu, reunind toate compartimentele implicate în conservarea și valorificarea patrimoniului cultural tezurizat în Societatea Română de Radiodifuziune, și-a centrat activitatea pe două coordonate:

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

Reperetele dezvoltării durabile, de perspectivă, ale sectorului au fost trasate de demararea procesului de digitalizare a arhivelor Societății Române de Radiodifuziune prin:

- implicarea nemijlocită în procesul de implementare a sistemului de arhivare digitală;
- participarea la cursurile de pregătire profesională privind utilizarea acestui sistem;
- evenimentul de la 1 noiembrie – digitalizarea primului document din Fonoteca de Aur;
- completarea compartimentului cu două noi structuri, care, în logica firească a funcționalității își găseau locul în interiorul Serviciului Patrimoniu: Biblioteca Documentare Generală și Comisia de evaluare a înregistrărilor muzicale;
- încheierea unui acord cu Institutul de Fizică și Inginerie nucleară „Horia Hulubei” în vederea decontaminării a fondurilor de arhivă, în vederea digitalizării;
- armonizarea activităților de conservare și valorificare a patrimoniului cu Misiunea, Viziunea, Principiile și Valorile instituției.

*
* *

Serviciul Patrimoniu – ca structură administrativă are ca principală menire conservarea și valorificarea patrimoniului Societății.

I. Conservarea Patrimoniului

Colectivul Arhivă Sonoră a asigurat atât gestionarea fondurilor audio cât și alimentarea posturilor cu materiale sonore necesare fluxului de radioemisie.

În cadrul procesului de digitalizare, acest colectiv acoperă o parte a activității de documentare a bazei de date ADAM (Arhiva Digitală Audio Media).

Colectivul Arhivă Scrisă a asigurat colectarea și prelucrarea documentelor pe suport scris, organizarea depozitelor și restaurarea documentelor deteriorate.

Prin acțiunea de decontaminare a fondurilor de arhivă devine posibilă reorganizarea spațiilor de depozitare și amenajarea acestora la standardele impuse de legislația în vigoare.

Comisia de Evaluare a înregistrărilor muzicale a ascultat, a vizat și a finalizat înregistrările muzicale, după cum urmează:

- 157 de concerte și recitaluri desfășurate în cadrul SRR și pe teren;
- 22 de înregistrări speciale;
- 121 de concerte și recitaluri au fost finalizate, intrând în Arhiva Sonoră Radio.

II. Valorificarea Patrimoniului

Colectivul de Valorificarea Patrimoniului

În cursul anului 2009 a continuat restructurarea liniei de producție editorială sub brandul Editura Casa Radio, prin reproiectarea colecțiilor existente și identificarea de noi formule editoriale pentru noi colecții:

- au fost multiplicat 22 titluri: 2 cărți, 6 audiobook, 14 CD;
- a continuat valorificarea momentelor de vârf ale creației radiofonice. Deținerea unui patrimoniu cultural unic, constituie un avantaj competitiv pe piața editorială, pentru a cărui exploatare se fac eforturi constante de identificare de noi formule editoriale și noi formate;
- a fost remachetată colecția de audiobook Radio-Prichindel (înregistrări-document / text literar / ilustrație color), colecțiile de CD audio muzical (refăcute în formulă digipack) și lansată o nouă colecție de CD audio+ilustrații, mult așteptată de public: Noapte bună, copii!

A existat o preocupare permanentă pentru asigurarea vizibilității valorificării patrimoniului prin:

- organizarea de evenimente promoționale (împreună cu DCM): 80 de ani de teatru radiofonic / lansarea volumului de memorii ale regizorului Mihai Zirra: Am ales Teatrul Radiofonic...; lansarea volumului de memorii ale ultimului director al SRR din perioada precomunistă: Vasile Ionescu, Istoria trece, cuvântul rămâne..., în prezența reprezentanților Casei Regale a României;

- repanotarea librăriei „Casa Radio“ și a vitrinelor din foaietul Sălii de concerte;
- conceperea, realizarea și difuzarea de spoturi radiofonice pentru promovarea noilor apariții ale Editurii Casa Radio;
- diseminarea în presă informațiilor privind activitatea Editurii Casa Radio;
- dezvoltarea celui mai important instrument de promovare – noul site al Editurii Casa Radio (www.edituracasaradio.ro);
- participarea la caravana Gaudeamus;
- participarea Editurii Casa Radio la Târgul de carte Gaudeamus, 2009 (stand, materiale promoționale, evenimente, acoperire mediatică).

Colectivul Documentare Patrimoniu

Reașezarea activității de documentare în patrimoniul arhivistic pe baze instituționale, reprezintă unul din cele mai importante câștiguri și corespunde în fapt unei necesități imperioase de a răspunde profesionist solicitărilor în continuă creștere.

Notăm o dezvoltare accentuată a documentării privind colecțiile arhivate în Societatea Română de Radiodifuziune ca urmare a cererilor tot mai numeroase de acces la fonduri, provenind de la diverse categorii de beneficiari: au fost investigate peste 60 teme, însumând peste 300 emisiuni literare și 250 producții muzicale.

Solicitărilor externe li s-a adăugat activitatea de susținere a proiectelor Editurii „Casa Radio“.

Experiența profesională acumulată prin cunoașterea nemijlocită a situației fondurilor arhivate au făcut din colectivul Documentare un partener de valoros pentru echipa de proiect responsabilă cu demararea digitalizării arhivelor.

5. ACTIVITATEA ECONOMICO - FINANCIARĂ

Anul 2009 a însemnat un examen continuu dat și trecut cu bine în domeniul activității economice. A fost un an greu, atât din cauzele cunoscute din anii anteriori:

- menținerea taxei pentru serviciul public de radiodifuziune la un nivel inferior taxei din anul 2001;
- creșterea continuă a costurilor de realizare și difuzare a emisiunilor radiofonice;
- uzura echipamentelor tehnice și a spațiilor aferente realizării și difuzării emisiunilor;
- menținerea unora dintre carențele legislative în ceea ce privește identificarea și impunerea la plata taxei pentru serviciul public de radiodifuziune a persoanelor fizice și juridice obligate la plata acestei taxe, precum și în modul de compensare a veniturilor nerealizate de Societatea Română de Radiodifuziune prin scutirile la plata taxei acordate prin legi speciale unor categorii de persoane, cât și ca urmare a apariției efectelor crizei economice pe care o traversează întreaga țară.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

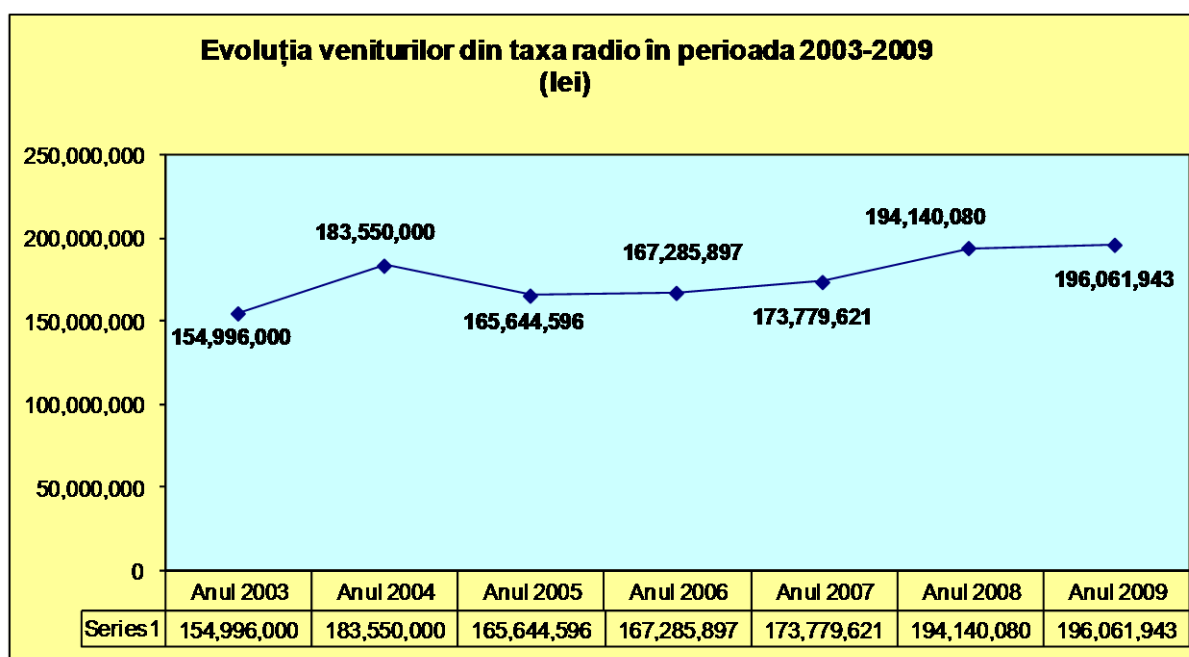
Cu toate acestea, prin eforturile conjugate ale managementului SRR cu cele ale personalului angrenat în activități economice, rezultatele anului 2009 sunt pozitive.

Măsurile proprii, conjugate cu sprijinul venit din partea Parlamentului și a Guvernului (suportarea, din alocația bugetară, a unora dintre costurile cu personalul ce realizează emisiuni pentru ascultătorii din străinătate precum și a personalului aparținând formațiilor muzicale, ca și a unora dintre costurile de investiții) au avut ca efect obținerea rezultatelor economice menționate.

Mergând pe linia ultimilor ani, activitatea financiară s-a axat pe prioritățile menite să asigure îndeplinirea misiunii de serviciu public al SRR.

Rezultatul economic pozitiv a fost efectul măsurilor luate atât pe direcția creșterii veniturilor, cât și pe cea a controlării atente a cheltuielilor.

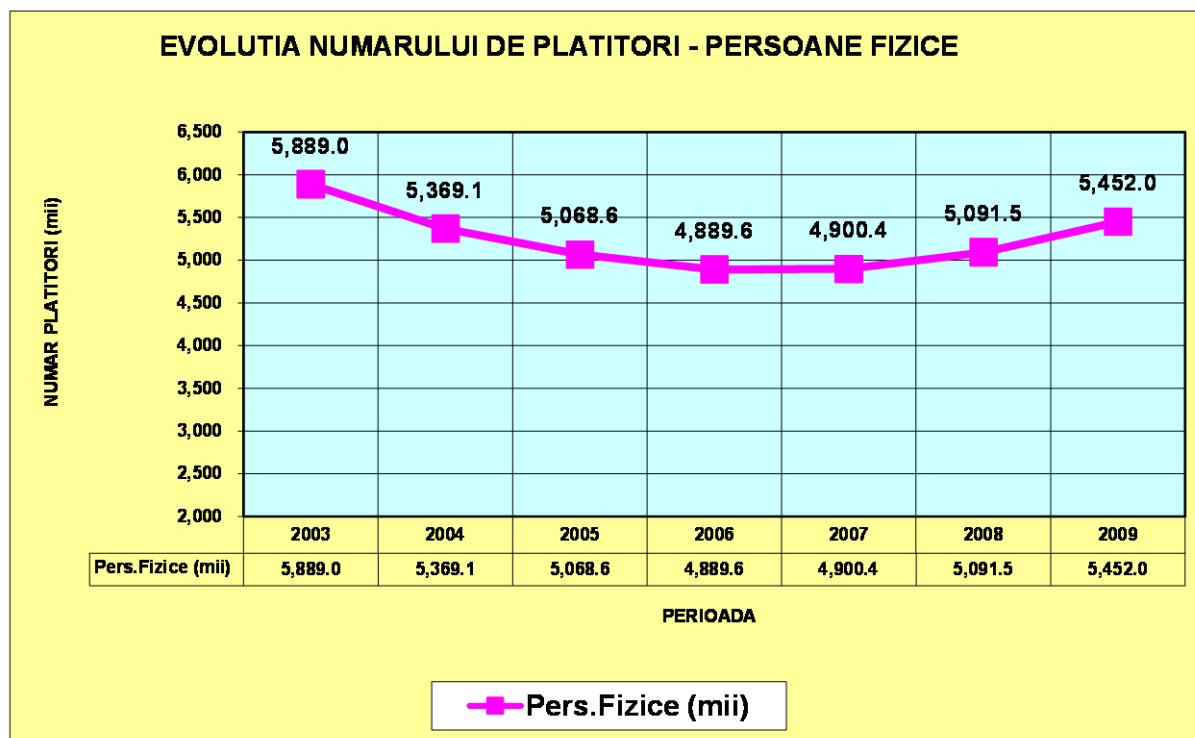
În anul 2009 a continuat trendul ascendent al sumelor încasate din taxa radio:



Principalele măsuri economice care au permis funcționarea normală a radioului public și au condus la înregistrarea unui rezultat financiar pozitiv la sfârșitul anului 2009 au fost:

- creșterea veniturilor obținute din taxa radio prin:
 - lansarea și punerea în aplicare a proiectelor speciale menite să atragă noi potențiali plătitori de taxă radio persoane juridice;
 - preocuparea permanentă pentru încasarea ritmică și uniformă, la nivelul prognozat a taxei radio, atât prin societățile mandatate, cât și direct de la agenții economici care nu au contracte de furnizare energie electrică;

- aplicarea noilor prevederi legale (HG 1292/200) privind obligația reînnoirii anuale a declarațiilor pe proprie răspundere că nu posedă radioreceptoare, formulate de persoanele fizice.



- Dezvoltarea de noi aplicații în cadrul sistemului informatic integrat a îmbunătățit urmărirea în timp real a veniturilor și cheltuielilor societății, a fluxului de numerar și a oferit toate condițiile necesare pentru efectuarea analizelor economice pe baza cărora au putut fi luate măsuri eficiente și la timp.
- Aplicarea cu consecvență a procedurilor legale pentru achiziționarea materialelor și a serviciilor necesare bunei funcționări a instituției a condus la economisirea unor sume importante și la eliminarea achizițiilor paralele.
- A continuat seria întâlnirilor periodice între personalul cu funcții de decizie în domeniul economic de la centrală și de la studiourile regionale, ceea ce a condus la perfecționarea modului de lucru în domeniile economice, la nivel central și la cel al studiourilor regionale (financiar, contabil, comercial). În același timp au putut fi stabilite proiectele de perspectivă, în vederea gestionării eficiente a finanțelor Societății Române de Radiodifuziune.

Potrivit legii, situațiile financiare ale Societății Române de Radiodifuziune la 31 decembrie 2009 (bilanțul, contul de profit și pierdere, situația fluxurilor de trezorerie, situația modificării capitalurilor proprii și notele explicative), au fost auditate de către auditori externi autorizați.

Situația financiară a SRR la 31 decembrie 2009

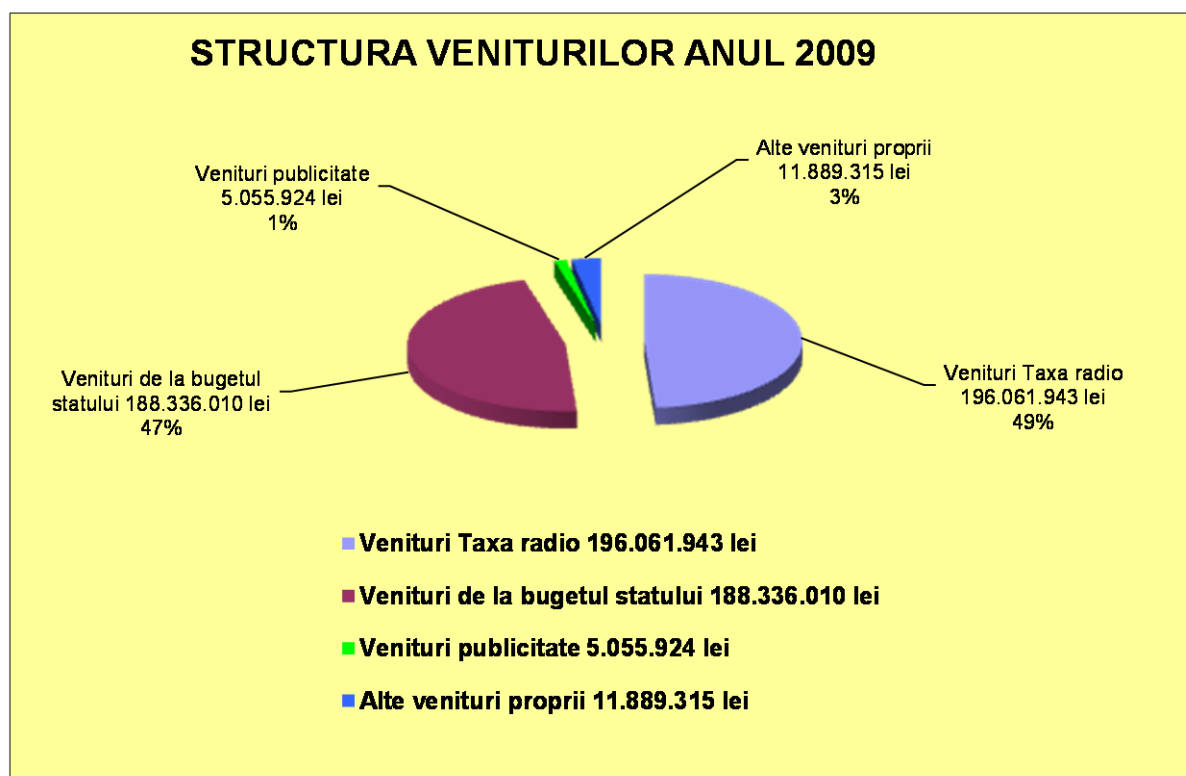
Potrivit prevederilor Legii nr. 41/1994, activitatea economică a Societății Române de Radiodifuziune este subordonată realizării politicii editoriale a instituției cu respectarea neabătută a prevederilor legale privind gestionarea cu maximă eficiență a resurselor bănești.

Aplicând aceste principii, întreaga activitate financiar-economică a instituției a urmărit realizarea politicii economice stabilite prin bugetul de venituri și cheltuieli și consolidarea stabilității economice.

Ca urmare, diferența dintre venituri și cheltuieli la sfârșitul anului 2009, este – ca și în cei patru ani anteriori - pozitivă. Veniturile au depășit cheltuielile cu 0,11 % (un excedent contabil net de 448.980 lei).

În anul 2009 veniturile Societății Române de Radiodifuziune au fost de **401.343.192 lei** și provin din următoarele surse:

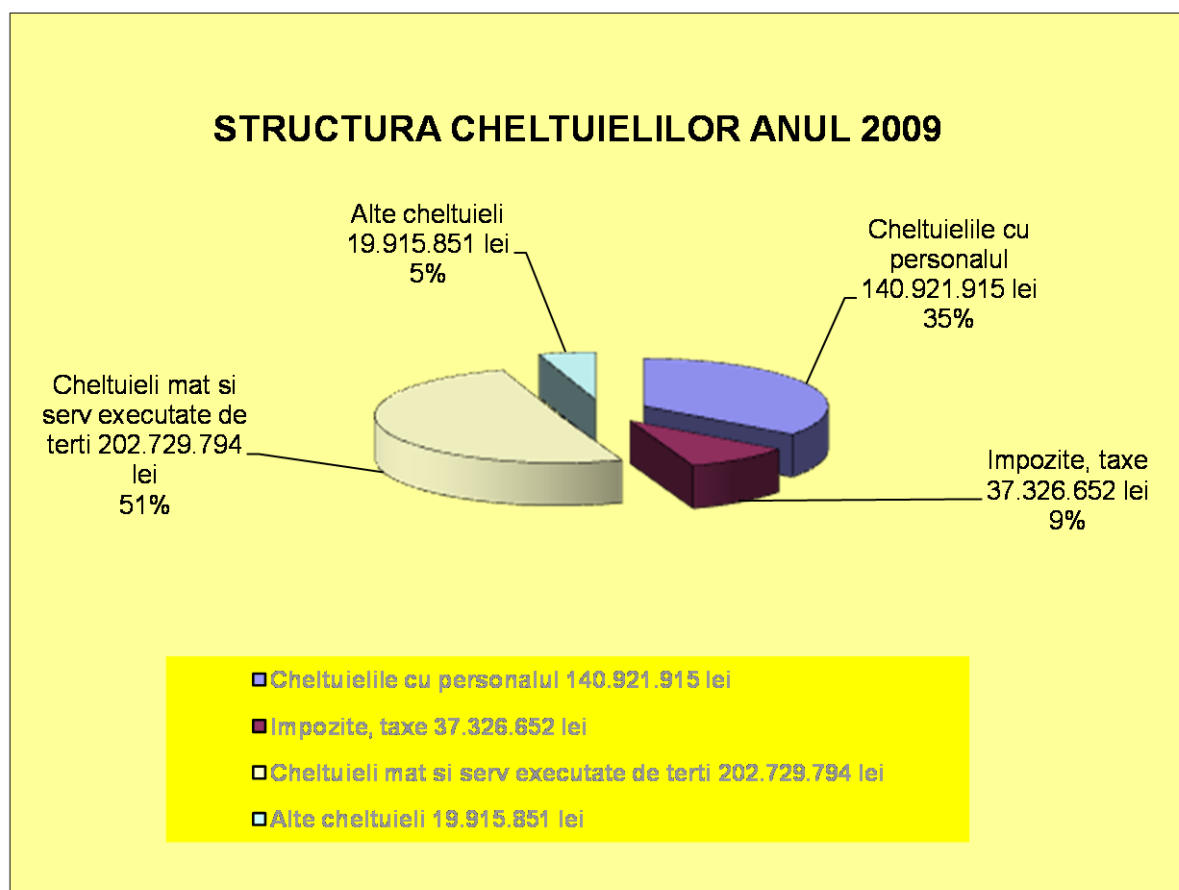
- Taxa radio = 196.061.943 lei
- Alocația bugetară = 188.336.010 lei
- Publicitate = 5.055.924 lei
- Alte venituri proprii = 11.889.315 lei



Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

Totalul cheltuielilor Societății Române de Radiodifuziune în 2009 a fost de 400.894.212 lei și au avut următoarele destinații:

- Cu personalul	= 140.921.915 lei
- Materiale și servicii executate de terți	= 202.729.794 lei
- Impozite, taxe	= 37.326.652 lei
- Alte cheltuieli	= 19.915.851 lei



Contul de profit și pierdere la 31.12.2009

Contul de profit și pierdere pentru exercițiul încheiat la 31.12.2009 se prezintă astfel:

VENITURI TOTALE (401.343.192 lei), din care:

Veniturile din exploatare în sumă de 399.919.953 lei, se compun din:

a. venituri proprii	211.175.707
b. venituri pentru exploatare de la bugetul statului	188.336.010
c. alte venituri din subventii de exploatare	408.236

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

Veniturile financiare în sumă totală de 1.423.239 lei provin din:

- dobânzi bancare 1.274.997
- alte venituri financiare 148.242

CHELTUIELI TOTALE (400.894.212 lei), din care:

Cheltuielile de exploatare în valoare de 398.266.418 lei sunt formate din:

- a. cheltuieli privind mărfurile 89.742
- b. cheltuieli materiale 4.291.012
- c. cheltuieli cu personalul 140.921.915
- d. cheltuieli cu alte impozite și taxe 37.326.652
- e. cheltuieli cu lucrări și servicii prestate de terți 202.729.794
- f. cheltuieli cu amortizările 10.452.816
- g. alte cheltuieli de exploatare 2.454.487

Cheltuieli financiare de 926.238 lei sunt formate din:

- cheltuieli din diferențe de curs valutar 117.084 lei
- cheltuieli cu dobânzile 809.154 lei

Contul de profit și pierdere la data de 31.12.2009 evidențiază un profit net de 448.980 lei realizat astfel:

	Din exploatare	Financiare	Total - lei -
Venituri	399.919.953	1.423.239	401.343.192
Cheltuieli	398.266.418	926.238	399.192.656
Profit	1.653.535	497.001	2.150.536
Impozit profit			1.701.556
Profit net			448.980

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 în suma de 211.175.707 lei, au avut ca principale surse:

- taxa radio 196.061.943 lei
- publicitate 5.055.924 lei
- sponsorizări și donații 1.113.577 lei
- RADOR 582.456 lei
- chirii 1.476.280 lei

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

- vânzare mărfuri	135.612 lei
- concerte	184.122 lei
- mesaje muzicale	147.321 lei
- despagubiri, amenzi si penalitati	2.446.813 lei
- prestatii si colaborari	382.999 lei
- alte venituri din exploatare	3.588.660 lei

Veniturile pentru exploatare de la bugetul statului, 188.336.010 lei, au avut urmatoarele destinații:

- pentru plata serviciilor SNRadiocomunicații	159.561.046 lei
- pentru reparații sala de concerte Mihail Jora	1.537.597 lei
- pentru piese de schimb	539.131 lei
- pentru functionarea Direcției Formații Muzicale	16.797.722 lei
- pentru realizarea și difuzarea emisiunilor RRI	9.900.514 lei

Veniturile financiare în sumă totală de 1.423.239 lei provin din:

- dobânzi bancare	1.274.997 lei
- alte venituri financiare	148.242 lei

Prezentarea in detaliu a cheltuielilor:

Cheltuielile de exploatare:

a. cheltuielile privind mărfurile, în sumă de 89.742 lei, reprezintă descarcarea gestiunii prin valorificare produse radio.

b. cheltuieli materiale în sumă de 4.291.012 lei, din care:

- materiale, piese de schimb, combustibil rechizite consumate în procesul de producție	3.050.850 lei
- alte cheltuieli materiale:	
- obiecte de inventar	1.115.120 lei
- materiale nestocate	125.042 lei

c. cheltuielile cu personalul în sumă de 140.921.915 lei, din care:

- salarii	104.140.857 lei
- protecție socială	2.959.909 lei
- contribuții	29.584.137 lei
- tichete de masă	4.237.012 lei

d. cheltuielile cu alte impozite și taxe în valoare de 37.326.652 lei, din care:

- impozite clădiri, terenuri	590.568 lei
- taxe auto	44.244 lei
- impozite spectacol	4.512 lei
- TVA	36.257.044 lei
- alte taxe	430.284 lei

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

e. cheltuielile cu lucrări și servicii prestate de terți în valoare de 202.729.794 lei, din care:

- energia și apa	2.718.352 lei
- reparații clădiri	1.535.229 lei
- reparații auto	116.050 lei
- chirii	1.363.617 lei
- comision pentru încasarea taxei radio	15.461.348 lei
- publicitate și promovare imagine	1.325.105 lei
- drepturi de autor persoane fizice	7.684.258 lei
- primiri de oaspeți	63.627 lei
- deplasări în țară și străinătate	2.810.794 lei
- stații și circuite	134.084.913 lei
- telefoane și circuite	5.673.820 lei
- transmisii satelit	1.133.834 lei
- servicii editare	24.419 lei
- servicii de pază	76.359 lei
- abonamente agenții de stiri	522.191 lei
- abonamente presa internă și externă	124.213 lei
- servicii bancare	368.704 lei
- alte lucrări și servicii prestate de terți	13.152.621 lei
- uniuni de gestionare a drepturilor de autor și conexe	8.395.243 lei
- provizioane	6.457.621 lei
- reluări de provizioane	-362.524 lei
(anulări de provizioane / cheltuieli din anul precedent)	

f. cheltuieli cu amortizările în valoare de 10.452.816 lei reprezintă cota parte din valoarea imobilizărilor trecute pe costuri în conformitate cu prevederile Legii nr. 15/1994 privind amortizarea.

g. alte cheltuieli de exploatare în suma de 2.454.487 lei, se compun din:

- despăgubiri, amenzi, penalități	17.937 lei
- premii concursuri radiofonice	850.579 lei
- pregătire profesională	370.004 lei
- cotizații internaționale	765.048 lei
- alte cheltuieli de exploatare	450.919 lei

Cheltuieli financiare:

a. cheltuieli din diferențe de curs valutar	117.084 lei
b. cheltuieli cu dobânzile	809.154 lei

Numărul mediu de salariați înregistrați la 31.12.2009 = 2.400 persoane.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

Executia alocatiei bugetare pe anul 2009

Denumirea indicatorilor	-lei-	
	Sume alocate 2009	Sume consumate 2009
CHELTUIELI - TOTAL (CULTURA, RECREERE ȘI RELIGIE)	177.174.000	174.903.602
Grupa CHELTUIELI CURENTE	170.951.000	169.611.258
Titlul II BUNURI ȘI SERVICII	145.655.000	144.315.258
<i>Art. Materiale și servicii cu caracter funcțional</i>	142.235.000	142.235.000
- Plata pentru închirierea stațiilor și circuitelor datorate agenților economici din sistemul comunicațiilor	142.235.000	142.235.000
<i>Art. Reparații curente(Sala de concerte "Mihail Jora")</i>	2.790.000	1.537.597
<i>Art. Bunuri de natura obiectelor de inventar</i>	630.000	542.661
- Achiziționarea de echipamente de natura obiectelor de inventar și piese de schimb	630.000	542.661
Titlul VII ALTE TRANSFERURI	25.296.000	25.296.000
<i>Art. Transferuri interne</i>	25.296.000	25.296.000
- Funcționarea Direcției Radio România Internațional	9.896.000	9.896.000
- Funcționarea Direcției Formații Muzicale	15.400.000	15.400.000
Grupa CHELTUIELI DE CAPITAL	6.223.000	5.292.344
<i>Art. Active fixe</i>	4.723.000	3.792.344
- Construcții	1.100.000	885.591
- Mașini, echipamente și mijloace de transport din care:	<u>3.623.000</u>	<u>2.906.753</u>
- Mobilier, aparatură, birotică, echipamente speciale	1.723.000	1.241.243
- Conservarea și păstrarea fonotecii de aur a radioului	1.900.000	1.665.510
<i>Art. Reparații capitale aferente activelor fixe</i>	1.500.000	1.500.000

Creditele bugetare aprobate Societății Române de Radiodifuziune pentru anul 2009 au fost în valoare de 177.174.000 lei, din care au fost efectuate plăți în sumă de 174.903.602 lei.

Utilizarea creditelor bugetare

Gradul de utilizare al creditelor bugetare este de 98,71 %, grad de utilizare care a fost influențat de Ministerul Finanțelor Publice prin plafonarea plăților lunare.

Din totalul creditelor aprobate, societatea a deschis finanțarea pentru suma de 176.243.411 lei.

Creditele deschise și neutilizate de SRR la 31.12.2009 în suma de 1.339.809 lei, din care 1.252.403 lei reprezintă suma rămasă neutilizată la articolul „Reparații curente Sala de concerte Mihail Jora”, au fost restituite bugetului de stat la sfârșitul anului.

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

Creditele bugetare aprobate și neutilizate de SRR la 31.12.2009 au fost în sumă de 2.270.398 lei, din care:

- 87.338,32 lei, sumă alocată pentru *achiziționarea de echipamente de natura obiectelor de inventar și piese de schimb*;
- 1.252.403,25 lei, sumă alocată pentru *reparații la sala de concerte Mihail Jora*;
- 234.489,55 lei, sumă alocată pentru *plata cheltuielilor de capital - conservarea și păstrarea fonotecii de aur*;
- 481.757,38 lei, sumă alocată pentru *plata cheltuielilor de capital - dotări independente*;
- 214.409,10 lei, sumă alocată pentru *plata cheltuielilor de capital - BLOC PRODUCȚIE RADIO IAȘI*.

Execuția bugetară a fost raportată și înregistrată la Ministerul Finanțelor Publice cu nr. 414.215/24.02.2010.

6. EVOLUȚIA AUDIENȚEI RADIO ROMÂNIA

I. Cota de piață (*Market Share*)

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

- Național (urban + rural)

NATIONAL (%)	Ian.-Apr. 2008	Ian.-Apr.2009	Ian-Apr.09 / Ian-Apr.08
RRA	15.9	17.2	1.3
RR (cumulat)	14.2	14.6	0.4
Kiss FM	11.1	10.9	-0.2
Europa FM	13.0	12.4	-0.6
ProFM	5.6	5.2	-0.4
Radio 21	10.9	6.8	-4.1
Antena Satelor	7.0	7.8	0.8
Info Pro	2.6	2.4	-0.2
National FM	0.8	0.2	-0.6
Alții	14.9	14.4	-0.5
Radio ZU		6.3	6.3
RRC	0.5	0.5	0.0
SRR (cumulat)	37.6	40.1	2.5

În 2009, cotele medii de piață la nivel național ale majorității posturilor SRR au fost în creștere: Radio România Actualități a rămas în continuare lider cu 17,2%, (față de 15,9% în 2008), cota medie de piață a Radio România Regional a crescut de la 14,2% la 14,6%, cea a Antenei Satelor de la 7,0% la 7,8%, în timp ce Radio România Cultural a rămas la același nivel (0,5%). În consecință, cota medie de piață cumulată a Radio România a urcat de la 37,6% la 40,1%. În aceeași perioadă, majoritatea posturilor comerciale au cunoscut scăderi ușoare ale cotelor de piață (vezi tabelul de mai sus), cu excepția Radio ZU, recent lansat pe piață (sfârșitul anului 2008).

În context european, cota de piață a Radio România se situează la un nivel destul de ridicat deși radioul nostru public operează un număr sensibil mai redus de frecvențe naționale comparativ cu radiourile publice din majoritatea țărilor europene. În Europa, audiența posturilor publice de radio este marcată semnificativ de anumite diferențe culturale între țări. În 2008, conform ultimelor date furnizate de EBU la nivel european, cel mai bine erau plasate posturile publice din țările nordice, unde cotele de piață ale acestora depășeau 60%. Austria este un caz special, în care cota atipică a radioului public (78%) se explică prin politica deliberată a autorităților de consolidare prealabilă a acestuia, înainte de trecerea la liberalizarea pieței de radio. Urmează câteva țări anglo-saxone, în care cota cumulată a posturilor publice se situa între 50%-60% (Regatul Unit, Germania, dar și Belgia flamandă sau zonele corespunzătoare din Elveția). În schimb, în țările mediteraneene posturile publice aveau o audiență foarte redusă (Italia: 19.2%, Portugalia: 11.5%), la fel ca și în Franța (20.5%). Performanța radiourilor publice din zona est-europeană era ceva mai bună, dar se situa sub nivelul României: Slovacia: 27.2%, Bulgaria: 20.9%, Ungaria: 24.1% și Slovenia: 23%, Cehia: 22.9%, Croația: 20.5%, Polonia: 19.8%¹.

- Mediul urban

URBAN (%)	2008	2009	2009 / 2008
RRA	15.4	15.4	0.0
RR (cumulat)	8.2	7.5	-0.7
Kiss FM	13.3	13.7	0.4
Europa FM	15.3	14.5	-0.8
ProFM	6.7	5.3	-1.4
Radio 21	12.4	7.0	-5.4
Antena Satelor	4.0	3.4	-0.6
Info Pro	2.2	2.2	0.0
National FM	0.6	0.5	-0.1
RRC	0.6	0.6	0.0
Radio ZU		10.0	10.0
Alții	17.5	17.8	0.3
SRR (cumulat)	28.2	26.9	-1.3

¹ Conform *Members' Audience Trends 1996 – 2008*, vol. 2, EBU, July 2009.

La nivelul publicului urban, Radio România Actualități și-a păstrat aceeași cotă medie de piață ca în 2008 (15,4%), urmată de Europa FM (14,5%) și Kiss FM (13,7%). Aceeași situație s-a înregistrat la Radio România Cultural (0,6%). Posturile regionale au avut o cotă medie de piață de 7,5% (8,2% în 2008), iar Antena Satelor de 3,4% (4,0% în 2008). Ca urmare, cota medie de piață a Radio România în mediul urban a ajuns la 26,9% (28,2% în 2008).

În anul 2009, piața de radio a fost puternic marcată de apariția Radio ZU, lansat în septembrie 2008 cu o campanie de promovare agresivă și o grilă de programe atractive. Postul a atins o cotă medie de piață semnificativă în mediul urban (10,0%), provocând schimbări notabile în audiența unor posturi comerciale: Radio 21 a scăzut de la 12,4% la 7,0%, ProFM de la 6,7% la 5,3%, Europa FM de la 15,3% la 14,5%.

- București

BUCUREȘTI (%)	2008	2009	2009 / 2008
RRA	19.8	17.6	-2.2
Kiss FM	10.2	10.4	0.2
Europa FM	7.2	7.7	0.5
ProFM	6.6	6.0	-0.6
Radio 21	22.1	10.7	-11.4
Romantic	7.4	5.7	-1.7
Antena Satelor	4.0	4.6	0.6
Magic FM	3.6	4.7	1.1
Guerrilla	2.5	1.8	-0.7
Vibe	2.5	3.7	1.2
Radio Bucuresti	1.2	0.4	-0.8
RRC	1.1	0.6	-0.5
Radio One FM	1.3	1.0	-0.3
Info Pro	1.0	0.3	-0.7
Smart FM	0.6	0.3	-0.3
CityFM	0.9	0.6	-0.3
Radio ZU		13.8	13.8
Realitatea		2.3	2.3
Altii	6.7	5.2	-1.5
SRR (cumulat)	26.1	23.2	-2.9

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

Sfârșitul anului 2008 a consemnat o performanță ce trebuie subliniată: în București, cea mai competitivă piață de radio din țara noastră, Radio România Actualități devenea lider de audiență cu o cotă de 22,0%. Această poziție și-a păstrat-o pe tot parcursul anului 2009, chiar dacă cota de piață medie a postului a scăzut la 17,6% (19,8% în 2008). Deși publicul bucureștean nu este neapărat ținta de audiență a Antenei Satelor, cota sa medie de piață a crescut de la 4,0% în 2008 la 4,6% în 2009. Radio România Cultural a scăzut de la 1,1% la 0,6%. În cazul Radio București scăderea a fost ceva mai mare, de la 1,2% la 0,4%, motiv pentru care conducerea editorială a decis relansarea postului în 2010. Împreună cu consultanții noștri de la Deutsche Welle Akademie și cu specialiștii din SRR a fost întocmit un amplu proiect de relansare, în care sunt prevăzute atât schimbările editoriale necesare, cât și detaliile campaniei de marketing care va susține relansarea acestui post.

Ca urmare a acestor evoluții ale posturilor noastre, cota medie de piață a Radio România în București s-a redus de la 26,1% la 23,2%, fără a afecta însă supremația Radio România pe această piață.

- Mediul rural

RURAL (%)	Ian.-Apr. 2008	Ian.-Apr 20.09	Ian.-Apr.09 / Ian.-Apr.08
RRA	18.9	18.0	-0.9
RR (cumulat)	23.4	24.0	0.6
Kiss FM	8.1	8.8	0.7
Europa FM	8.9	8.9	0.0
ProFM	4.2	5.0	0.8
Radio 21	5.5	5.6	0.1
Antena Satelor	11.9	13.3	1.4
Info Pro	3.1	2.7	-0.4
National FM	1.0	0.1	-0.9
RRC	0.4	0.2	-0.2
Radio ZU		3.2	3.2
Alții	13.0	9.6	-3.4
SRR (cumulat)	54.6	55.5	0.9

În mediul rural audiența Radio România rămâne covârșitoare. Peste jumătate din acest public ascultă posturile noastre: 54,6% în 2008, respectiv 55,5% în 2009. Aceasta s-a datorat creșterii cotelor medii de piață atât ale posturilor regionale (de la 23,4% la 24,0%), cât și a Antenei Satelor (de la 11,9% la 13,3%). În acest context, scăderea ușoară a Radio România Actualități (de la 18,9% la 18,0%) nu este de natură să îngrijoreze, întrucât strategia editorială a postului în ultimii ani a fost orientată mai ales spre oferta unor programe adaptate preferințelor publicului activ din mediul urban. În mod complementar, Antena Satelor și Radio România Regional au țintit, prin programele lor specifice, publicul din zonele rurale. Această strategie editorială a avut efecte pozitive, atât Radio Actualități (în mediul urban), cât și posturile regionale împreună cu Antena Satelor (în mediul rural) situându-se pe poziții fruntașe ca audiență.

II. Audiența zilnică netă (*Daily Reach*)

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

- Național (urban + rural)

NATIONAL (000)	Ian.-Apr. 2008	Ian.-Apr. 2009	Ian-Apr.09 / Ian-Apr.08
TOTAL RADIO	11309.1	10682.2	-626.9
RRA	2542.8	2447.7	-95.1
RR (cumulat)	2252.4	2055.3	-197.1
Kiss FM	2071.4	1829.6	-241.8
Europa FM	2080.6	1864.9	-215.7
ProFM	1071.6	862.3	-209.3
Radio 21	1913.6	1200.9	-712.7
Antena Satelor	907.2	789.5	-117.7
Info Pro	389.4	343.8	-45.6
Romantic	282.3		-282.3
National FM	159.6	46.7	-112.9
Magic FM	159.9	201.5	41.6
RRC	140.5	83.1	-57.4
Radio ZU		1119.3	1119.3
Alti	2433.8	2139.4	-294.4
SRR (cumulat)	5842.9	5375.6	-467.3

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

La nivel național, în ultimii ani a avut loc o scădere continuă a numărului total al ascultătorilor de radio. Față de primăvara anului 2008, la începutul lui 2009 numărul acestora la nivel național era mai mic cu 627.900. În aceste condiții, majoritatea posturilor de radio au înregistrat scăderi ale numărului mediu zilnic de ascultători, de regulă comparativ mai mari decât cele ale posturilor Radio România (Radio 21: 712.700, Kiss FM: 241.800, Europa FM: 215.700, etc.). La începutul anului 2009, singura creștere spectaculoasă față de 2008 a cunoscut-o Radio ZU, lansat în septembrie 2008.

Cu o scădere comparativ mai mică, Radio România Actualități și-a păstrat poziția de lider la nivel național cu aproximativ 2,5 milioane de ascultători în medie zilnic. Radio România Regional a pierdut aproape 200.000 ascultători, dar își menține poziția secundă, cu peste 2,0 milioane ascultători. Ascultătorii Antenei Satelor au ajuns la 790.000 (o scădere de circa 117.000), iar cei ai Radio România Cultural la 83.000 (o scădere în jur de 57.000). În condițiile scăderii generale a numărului de ascultători la nivel național, Radio România a ajuns la un total de 5,37 milioane de ascultători în medie zilnic.

- Mediul urban

URBAN (000)	2008	2009	2009 / 2008
TOTAL RADIO	6399.1	6076.7	-322.4
RRA	1318.7	1240.3	-78.4
RR (cumulat)	789.1	628.4	-160.7
Kiss FM	1421.5	1350.1	-71.4
Europa FM	1372.1	1212.3	-159.8
ProFM	693.8	714.1	20.3
Radio 21	1257.7	707.9	-549.8
Antena Satelor	275.5	219.1	-56.4
Info Pro	201.3	195.8	-5.5
Romantic	246.5		-246.5
National FM	63.8	50.9	-12.9
Magic FM	164.2	219.8	55.7
RRC	71.0	58.4	-12.6
Radio ZU		990.6	990.6
Alții	1548.9	1708.8	159.9
SRR (cumulat)	2454.3	2146.2	-308.1

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

Scăderea generală a numărului de ascultători a fost mult mai accentuată în mediul urban. Dacă pe parcursul anului 2008 au ascultat radioul în medie zilnic aproximativ 6,4 milioane de persoane, în 2009 numărul acestora s-a redus la 6,07 milioane. Ceea ce înseamnă că mai mult de jumătate (322.000) din numărul cu care au scăzut ascultătorii de radio la nivel național (626.000) provin din mediul urban. Pe acest fond, cele mai multe posturi au avut mai puțini ascultători în medie zilnic comparativ cu anul 2008: cel mai mult a fost afectat Radio 21, care a pierdut 550.000 ascultători (majoritatea în favoarea Radio ZU), urmat de Europa FM și Radio România Regional (160.000), Radio România Actualități (79.000), KissFM (71.000), Antena Satelor (56.000).

- București

BUCUREȘTI (000)	2008	2009	2009 / 2008
TOTAL RADIO	1088.6	1003.2	-85.4
RRA	254.5	211.7	-42.8
Radio ZU		253.3	253.3
Kiss FM	224.6	206.5	-18.1
Europa FM	125.2	113.8	-11.3
ProFM	121.2	105.8	-15.4
Radio 21	393.2	188.2	-205.0
Romantic	114.3	82.2	-32.1
Antena Satelor	53.1	47.4	-5.7
Magic FM	62.7	74.5	11.8
Guerrilla	47.7	29.4	-18.2
Vibe	48.1	67.5	19.4
Radio Bucuresti	19.6	8.1	-11.5
RRC	18.3	11.6	-6.7
Radio One FM	24.2	21.4	-2.8
Info Pro	16.1	9.1	-7.0
Smart FM	8.8	7.7	-1.1
CityFM	13.4	12.4	-1.0
Realitatea		37.3	37.3
Altii	112.9	80.1	-32.8
SRR (cumulat)	345.5	278.8	-66.7

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

Și în București a avut loc o scădere a numărului de ascultători (-85.000 în medie zilnic), însă comparativ mai mică decât în restul mediului urban. În aceste condiții, cu excepția Radio ZU, Realitatea FM (ambele posturi noi), Magic FM și Vibe FM (ambele posturi de muzicale de nișă) toate posturile de radio au înregistrat scăderi ale numărului de ascultători. Cel mai afectat a fost Radio 21 (-205.000 ascultători, care se regăsesc acum în audiența Radio ZU), urmat de Radio Actualități (-43.000), KissFM și Radio Guerrilla (-18.000), ProFM (-15.000), Europa FM (-11.000) etc. Radio București a pierdut 11.000 ascultători, iar Radio Cultural 6.700.

- Mediul rural

RURAL (000)	Ian.-Apr. 2008	Ian.-Apr. 2009	Ian.-Apr.09 / Ian.-Apr.08
TOTAL	4645.1	4518.3	-126.8
RRA	1226.8	1130.2	-96.6
RR (cumulat)	1364.6	1434.2	69.6
Kiss FM	604.6	536.3	-68.3
Europa FM	651.6	568.9	-82.7
ProFM	347.5	319.6	-27.9
Radio 21	427.9	376.9	-51.0
Antena Satelor	594.3	577.5	-16.8
Info Pro	166.9	156.2	-10.7
National FM	68.2	12.7	-55.5
RRC	64.4	19.2	-45.2
Radio ZU		211.5	211.5
Alti	880.7	641.6	-239.1
SRR (cumulat)	3250.1	3161.1	-89.0

Și în mediul rural scăderea numărului de ascultători a fost mai mică decât în mediul urban (aproximativ 127.000 ascultători). Pe această piață, cel mai bine poziționate sunt posturile regionale ale SRR, care au cel mai mare număr de ascultători, și sunt în creștere față de 2008 (+ 70.000 ascultători). Antena Satelor își păstrează în general publicul său, deși a înregistrat o scădere ușoară (-17.000). Toate celelalte posturi pierd ascultători în mediul rural (cu excepția Radio ZU): Radio Actualități (-97.000), Europa FM (-83.000), KissFM (-68.000), Radio 21 (-51.000) etc. Cu 3,16 milioane ascultători, Radio România adună 70% din numărul ascultătorilor de radio din mediul rural.

III. Concluzii

La nivel național, Radio România Actualități a fost întotdeauna lider de audiență. La fel cum, în mediul urban, audiența cumulată a posturilor Radio România nu a fost niciodată depășită de vreun post comercial, în ciuda faptului că pe piață au apărut posturi private puternice, care funcționează de 8-10 ani sau chiar mai mult. Treptat însă, acestea au câștigat o mare parte din publicul urban și, implicit, supremația pe aceste piețe. La sfârșitul anului 2008, nu corporația în ansamblu, ci unul dintre posturile sale (Radio România Actualități) redevine lider de audiență atât la nivel urban, poziție pe care cota medie de audiență din 2009 au reconfirmat-o (deși a cunoscut o ușoară scădere, la fel cum s-a întâmplat și în cazul altor posturi mari, precum Europa FM, de exemplu).

La fel, spre sfârșitul anului 2008 Radio Actualități a redevenit lider de audiență în București, cu cea mai mare cotă de piață, poziție pe care și-a păstrat-o de-a lungul anului 2009.

Mediul rural este dominat în continuare de Radio România Regional, secondate de Radio Actualități și Antena Satelor.

Aceste performanțe au fost posibile ca urmare a eforturilor realizate atât la nivel editorial, cât și prin activități de marketing. Mărirea cotelor de piață s-a realizat în special pe baza extinderii timpului de ascultare, ceea ce înseamnă că produsele radioului public, cu modificările editoriale operate în ultima perioadă, au fost în mai mare măsură pe placul publicului său fidel. În acest fel, Radio România a reușit să aplice cu succes una din rețetele marketingului modern: îmbunătățirea produsului (editorial) trebuie susținută permanent printr-o promovare puternică a acestuia.

Ca urmare a analizei audiențelor zilnice ale programelor se pot desprinde câteva concluzii suplimentare. Pe parcursul anului 2009, Radio România a avut 3 produse de succes, și câteva tronsoane orare (întinse pe parcursul a 6 ore) în care și-a depășit toți competitorii:

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

PARTEA A II-A – ACTIVITATEA DEPARTAMENTALĂ

1. DEPARTAMENTUL PRODUCȚIE EDITORIALĂ

Preambul

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

Cu 18 posturi de radio (6 naționale, din care două pe internet; 8 regionale; 3 locale și 2 internaționale), o agenție de presă, o editură și formații muzicale de anvergură, Societatea Română de Radiodifuziune reușește să rămână cea mai puternică dintre corporațiile românești din domeniu. Ne-am propus să oferim fiecărui ascultător cel puțin unul din produsele noastre. De aceea, Societatea Română de Radiodifuziune se îngrijește de asigurarea specificității programelor: generaliste, culturale, muzicale, în limbile minorităților, regionale, locale, pentru zona rurală, pentru tineret, pentru străinătate.

Posturile de radio publice naționale și regionale au continuat și în 2009 ofensiva în urbanul mijlociu – mare și ruralul în schimbare, contribuind la dezvoltarea noilor mentalități, concomitent cu perpetuarea valorilor tradiționale românești.

Programele posturilor SRR caută să fie cât mai atractive pentru segmentele de public dinamice, active, creative, reactive, care „integrează România în Europa”, păstrând în același timp interesul maxim față de toate categoriile sociale, ceea ce deosebește serviciul public de firmele private interesate doar de rating.

Societatea Română de Radiodifuziune a dovedit că reușește să se înnoiască permanent, bazându-se pe coordonatele conferite prin lege – informare, educație, cultură, echilibru, seriozitate, corectitudine și credibilitate.

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

Serviciul public de radiodifuziune se află în fruntea instituțiilor preocupate de cultivarea energică a acurateții limbii române, acționând tocmai într-un mediu care viciază, de obicei, limba română.

În același timp, dezvoltăm o strategie editorială susținută prin crearea de evenimente în comunități (spectacole, concerte, festivaluri, conferințe, gale, concursuri, etc.) pentru promovarea adevăratelor valori culturale românești, ale minorităților, europene sau mondiale, pentru consolidarea dialogului între tradiții și culturi. De asemenea, emisiunile noastre își propun să convingă ascultătorul, prin puterea exemplului, că fiecare casă, stradă și localitate sunt parte din România, iar România este parte din Europa.

Odată cu consolidarea structurilor editoriale ale unui serviciu public de radio dintr-o țară membră a Uniunii Europene și a NATO, cu o democrație și o economie de piață în plină dezvoltare, Societatea Română de Radiodifuziune și-a extins rețeaua de parteneriate interne și externe, devenind un jucător activ pe piața media. Radio România Actualități și Radio România Internațional în limba română și dialectul aromân au devenit **parteneri privilegiați pentru producția posturilor comunitare din țară și din emigrație**. În același timp, Radio România s-a integrat în diverse proiecte audio din regiuni ale Europei sau la nivel continental.

Această parte a anului editorial a fost marcată de alegerile europarlamentare, un referendum și alegerile prezidențiale, transformările politice din Republica Moldova, activitatea militarilor români în teatrele de operații, evoluția crizei sistemului economico-financiar mondial cu urmări și în societatea românească, proiectul editorial “După 20 de ani” (România și lumea, la două decenii după schimbările din 1989).

La capitolul “noi produse”, Radio România a încheiat elaborarea proiectului postului de informație continuă, a proiectului compartimentului Radio România New Media, a proiectului Radio România on line, a forumului privind viața politică internă, a pregătit noi produse pentru internet: teatru la microfon, muzică populară, operă și operetă.

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

S-a consolidat linia de informație (buletine de știri, jurnale, emisiuni de dezbateră) la Radio România, liniile de programe din **prime-time** (6.00 - 10.00 și 18.00 -19.00) și din **drive-time** (16.00 - 18.00). intervalul 10.00 - 13.00 a primit un **format de însoțire**, bazat pe informații de interes pentru publicul activ. S-a definitivat o linie de informație calificată, cu patru radiojurnale “matinale”, un mare radiojurnal de prânz, care cuprinde și dezbateră zilei; un mare radiojurnal de seară, care cuprinde și interviul zilei și un mare radiojurnal la sfârșitul zilei, care cuprinde și un dosar al actualității internaționale.

Radiojurnalele conțin acum rubrici meteo și sport integrate, pe lângă consacratele reviste ale presei, iar cel de la ora 10.00 o revistă a presei economice. Realizarea lor este unitară și se poate observa aplicarea conceptului “work in progress”.

O reorganizare cu bune rezultate de audiență au suferit și programele din zilele de sâmbătă și duminică, precum și programele de noapte la Radio România (orele 23.00 - 03.00), linii muzicale și de interactivitate cu ascultătorii.

A început să fie aplicat formatul muzical la RRA și se consolidează formatele muzicale la fiecare dintre posturile regionale, după principiile moderne ale radiofoniei, avându-se grijă de prioritatea promovării muzicii românești și de respectarea valorilor muzicii europene. Muzica românească va avea, în continuare, spații generoase de lansare, prezentare și difuzare, potrivit misiunii noastre de post public.

Dacă anul 2008 a consemnat **revitalizarea reportajului** la Radio România, ca gen jurnalistic specific postului public, cu rezultate excepționale, anul 2009 a fost dedicat **consacrării documentarului**, ca gen jurnalistic pe care numai posturile publice puternice îl realizează. Următoarea etapă va fi consacrată **relansării interviului** la Radio România și **modernizării producției teatrale radiodifuzate**.

În toamnă a fost clarificată **poziționarea, targetul și formatul postului Radio București**, care, din cauza confuziilor de nume și obiective, nu a reușit ani de zile să câștige audiența pe care ar fi meritat-o.

Datele cercetării de audiență constată o cotă de piață în creștere a posturilor Radio România . Cercetarea exclusivă pentru audiența în urban, de care ne temeam, a dizolvat o prejudecată înrădăcinată și anume că Radio România ar fi lider numai în spațiul rural. Politica editorială din ultimii patru ani a dat roade, Radio România obținând un bun echilibru – se menține lider în rural dar obține conducerea și în urban.

A. Radio România Actualități

În anul 2009, Radio România Actualități s-a prezentat publicului ca un „radio care ține pasul cu viața”, un mesaj care presupune atât o atitudine, cât și un îndemn.

Astfel, produsele de notorietate ale postului au fost redimensionate pentru a oferi publicului un companion pe tot parcursul zilei, oriunde s-ar afla, dar și o imagine a actualității interne și internaționale, pe toate palierele, de la social-economic și politic, până la fapt divers. Construcția unui post atractiv pentru publicul urban a fost posibilă printr-o politică editorială ce s-a axat, pe de o parte, pe îmbunătățirea continuă a fluxurilor de informații și muzică, iar, pe de altă parte, pe oferirea unor produse unicate pe piață.

Aceste ajustări și noua filosofie la nivelul abordării au păstrat postul pe primul loc la nivel național.

În 2009 RRA a urmărit cu precădere relansarea unor produse de referință pentru formatul și notorietatea postului, prin ajustări editoriale continue care să-i mențină poziția de lider.

Schimbările editoriale și eforturile de promovare au avut ca obiective:

- respectarea, conform legii, a misiunii de a informa, a educa și a relaxa ascultătorii prin formate jurnalistice și tipuri de informații care să acopere o cât mai mare arie de preferințe;
- adaptarea conținutului programelor la agenda urbană și găsirea unor noi modalități de a interacționa cu publicul;
- obținerea unor consolidări durabile de audiență;
- introducerea unui format muzical coerent, ajustat în funcție de preferințele publicului țintă, respectiv formatul *adult contemporan*.

Astfel, Radio România Actualități rămâne principalul post public de informare – cu acoperire națională în FM și UM –, de interes național, cu un format dinamic, cu o importantă rețea de surse atât în București, cât și în țară, cu o poziție puternică pe piața radio, susținută de standarde profesionale ridicate și responsabilitate față de public.

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

- acoperirea informațiilor în regim de actualitate prin **formate de știri** (Radiojurnale și știri din oră în oră), **formate de tip news and current affairs/dezbateri, formate dedicate activității instituțiilor statului conform legii** (Antena partidelor parlamentare, Parlamentul în direct, acoperirea campaniilor electorale). **Radiojurnalul de prânz, cel de seară și cel de noapte** (cu durata de câte 30 de minute) sunt produse noi, concepute pentru a trata informația în regim de actualitate, dar și printr-o punere în context adecvată;
- oferirea de informație publicului activ din România în radioprogramele zilnice prin material publicistic de cea mai bună calitate.

Matinalul rămâne și în 2009 cel mai ascultat program de dimineață de pe piața radio, aducând informațiile potrivite începutului de zi printr-o moderație profesionistă și o punere în pagină atractivă.

România Împreună și-a consolidat statutul de program de însoțire și s-a impus pe tronsonul său orar (10.00 - 13.00). De asemenea, **Obiectiv, România** a continuat prin a fi un radioprogram dedicat problematicii sociale, susținând un gen publicistic mai rar abordat astăzi, și anume radioreportajul, prin proiectul **Reporter Special**.

Din toamna anului 2009 a fost introdus un nou radioprogram, de la 14.00 la 16.00. **La minut** este o emisiune dedicată formatelor scurte (de «un minut») care surprind lucrurile utile din viața de zi cu zi, dar și elementele de insolit și de fapt divers care să ne facă după-amiaza mai plăcută.

Emisiunile tematice sau formatele dedicate oricărui membru al unei familii din România – de la nepoți până la bunici – au fost reprezentate prin emisiuni culturale, de divertisment, teatru radiofonic (de la comedie la teatru pentru copii).

Au fost susținute și formatele dedicate persoanelor cu dizabilități, emisiunile religioase, iar formatul *Ora armatei* și-a găsit o exprimare editorială mai flexibilă prin formate scurte și adaptate editorial la noile obiceiuri de ascultare.

Anul 2009 a fost și anul recuperării speciei documentarului în grila de programe a Radio România Actualități. Gen complex, documentarul radio este și o contribuție importantă în peisajul publicistic actual, demnă de un post public. Momârlanii, partizanii, obiceiurile de Sânziene, iubirile Sulinei, evocarea unui loc special ca Pietroasele, Sărata Monteoru, 11 septembrie, Afganistanul sau doina au fost subiecte care au toate în comun pasiunea de a pune în pagină povești adevărate despre oameni, evenimente, întâmplări, locuri.

Autopromovarea a urmărit de asemenea informarea constantă și de o manieră atractivă a publicului despre oferta editorială.

Un important produs editorial, dar și vector de imagine, a devenit din septembrie 2009 **site-ul postului**. În acest moment, printr-un efort conjugat al managementului, al sectorului tehnic și al celui redacțional, Radio România Actualități are unul dintre cele mai dinamice site-uri de informații de pe piață, www.romania-actualitati.ro. La mijlocul lunii decembrie, acesta înregistra peste 100.000 de vizite săptămânal și peste 57.000 de vizitatori unici. Odată cu lansarea noului site, Radio România Actualități are și un mijloc puternic și modern de comunicare cu ascultătorii. Multe dintre produsele postului au versiuni online prin care ascultătorii și utilizatorii Internet pot ajunge mai rapid și mai direct în contact cu realizatorii și producătorii. Emisiunile și știrile sunt prezentate în format text, dar și în format audio. Cele mai importante emisiuni sunt stocate, astfel încât să poată fi reascultate, site-ul funcționând și ca o arhivă. O altă funcție majoră a site-ului www.romaniaactualitati.ro este sinteza și ierarhizarea principalelor știri, selecția informației fiind făcută cu cea mai mare acuratețe.

Acoperirea competițiilor sportive

Unul dintre cele mai bine vândute produse ale postului, în sensul că au atras publicitate suplimentară și contribuie la creșterea audienței, sunt transmisiile în direct de la marile competiții sportive. Radio România Actualități a acoperit și în 2009, prin transmisiuni în direct, știri și reportaje cele mai importante evenimente sportive interne și internaționale:

- Campionatul Mondial de Natație și polo din Italia;
- Campionatul mondial de rugby din Italia;
- Campionatul mondial de handbal feminin din China;

- meciurile de box susținute de Lucian Bute și Adrian Diaconu pentru titlul mondial profesionist în Quebec și Montreal, Canada, aceste transmisii fiind și exclusivități pe piața radio;
- handbal feminin în Liga Campionilor, Cupa EHF și Cupa Challenge;
- handbal masculin în Liga Campionilor;
- volei în Cupele Europene;
- US Open Tennis și Turneul BCR Romanian Open Tennis.

La nivel de transmisii în direct, fotbalul a rămas și în 2009 “sportul rege”, RRA acoperind practic toate evenimentele importante:

- meciurile echipei naționale în Preliminariile CM 2010;
- campionatul intern (34 de etape x 9 meciuri/etapă);
- Cupa Românie Timișoreana – de la 16-imi la finală;
- Supercupa României;
- meciurile echipelor Unirea Urziceni și FC Timișoara în Liga Campionilor;
- meciurile echipelor FC Timișoara, Steaua, Dinamo, CFR Cluj și FC Vaslui în Liga Europa.

În concluzie, putem spune că RRA a urmărit prin politica sa editorială să adapteze încontinuu produsele sale în funcție de așteptările publicului, cu predilecție pentru populația matură, activă, în special din mediul urban și corelarea cu activități de promovare pentru a crește notorietatea postului.

Evenimente. Campanii

În anul 2009 proiectul RRA de susținere a muzicii folk în rândul tinerilor – „Folk fără vârstă” – s-a extins în toată țara, ceea ce a dus la o contribuție directă și pozitivă la promovarea imaginii postului Radio România Actualități. Astfel, au fost organizate spectacole eveniment în Botoșani, Giurgiu, Năvodari, Buzău (Poiana Pinului), Huedin și în Sala Unirii din Alba Iulia cu ocazia Zilei Naționale. Creșterea interesului față de manifestarea „Folk fără vârstă”, atât în țară, în rândurile elevilor și profesorilor, cât și în mediile studentești, demonstrează faptul că proiectul este viabil și a contribuit, într-o măsură considerabilă, la răspândirea acestui gen muzical în rândurile tinerilor. Se poate adăuga și faptul că proiectul are perspective de a primi o dimensiune europeană. Întrucât, în conștiința celor care au participat la aceste manifestări, elevi și profesori, „Folk fără vârstă” este legat de postul Radio România Actualități, se poate afirma că RRA a câștigat o audiență sporită în rândul acestor categorii de ascultători.

Dintre campaniile susținute de RRA amintim: „Ține-ți viața în propriile mâini”, pentru conștientizarea pericolului la care se expun șoferii vorbind la telefonul mobil în timp ce conduc un autovehicul; campania „Ofensiva VERDE continuă!”, desfășurată la nivel național, a cuprins evenimente complexe de mediu, în parteneriat cu Romes Group; este în derulare campania Festivalul Național de Arte pentru Liceeni, care se desfășoară pe întreg teritoriul României în perioada 1 octombrie 2009 - 1 octombrie 2010, organizat de Societatea pentru Cultură, Oameni și Prietenie.

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

- campaniile electorale – pentru alegerile europarlamentare și prezidențiale – au fost acoperite prin rubrici și emisiuni dedicate.
- De asemenea, RRA a continuat tradiția creării „zilelor speciale” prin care s-a urmărit inserarea în programele posturilor a relatărilor, transmisiunilor și rubricilor speciale precum „maraton electoral”, Ziua Națională a României, Ziua porților deschise la RRA, Ziua ascultătorilor noștri.

Toate aceste eforturi editoriale au dus la stabilizarea audienței pe toate piețele.

La nivelul reformelor structurale, în anul 2009, în conformitate cu formatul postului, s-a consolidat managementul prin proiecte ca o formă modernă și eficientă de lucru. De altfel, de aceeași manieră a fost conceput și colectivul *RRA On line*.

Activități de comunicare și promovare

- stabilirea unei strategii mai eficiente pentru încheierea de parteneriate prin introducerea unor criterii cum ar fi importanța evenimentului/partenerului sau posibilul profit de imagine pentru RRA. Pentru tot anul 2009 au fost încheiate numai de RRA 109 parteneriate media pe evenimente deosebite și care au asigurat o vizibilitate crescută postului, în calitatea sa de susținător al unor evenimente din viața socială, culturală și sportivă.
- și în 2009 emisiunile postului au fost susținute prin contracte de sponsorizare. Grație unor astfel de contracte a fost susținută promovarea principalelor emisiunilor – *Matinal*, *România Împreună* și *Obiectiv România* – prin organizarea unor concursuri de fidelitate.

B. Radio România Cultural

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

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

Publicul Radio România Cultural are o componentă socio-demografică cu un profil echilibrat și este puternic diferențiat de publicul care ascultă radio în general, prin vârstă – media 51 de ani – și nivelul înalt de educație. S-a constatat astfel că este necesară întinerirea profilului ascultătorului, prin vizarea în special a segmentului 20 - 29 și 30 - 40 de ani.

Ca și în anii precedenți – și continuând procesul inițiat și desfășurat în acești ani – două au fost direcțiile principale urmate la Radio România Cultural: reforma internă a activității și realizarea de produse cu impact la ascultători și alți utilizatori ai mediei.

Emisiuni, linii de emisiuni, transmisiuni directe și corespondențe speciale

Actualitatea culturală

Și în anul 2009, postul Radio România Cultural a pus un accent deosebit, prioritar chiar, pe informarea culturală la zi a ascultătorilor, atât în contextul misiunii radioului public așa cum este descrisă în Legea nr. 41, dar și cu proiectul asumat că Radio România Cultural trebuie să devină un reper fix și vizibil în aria mijloacelor de informare din domeniul cultural. Actualitatea culturală a fost astfel asigurată permanent, în cele mai diferite domenii: literatură, film, teatru, arte plastice, istorie, arhitectură și urbanism etc.

Principala emisiune de reflectare a actualității culturale a fost *Espresso*, difuzată în prime time, între orele 07.15 și 09.00, de luni până vineri. Pandantul de seară al acestei emisiuni, preluând cu deosebire știrile și materialele care au apărut după difuzarea emisiunii *Espresso*, sau pe cele importante care este necesar să fie dezvoltate – este emisiunea *Expresul de seară*, difuzată de luni până vineri între orele 18.30 - 19.00. Actualitatea culturală a fost de asemenea zilnic și foarte prompt completată de buletinele de *Știri culturale*, difuzate la orele 8.00, 10.00, 12.00, 14.00 și 16.00. Alte materiale de actualitate, dintre cele mai diverse, au fost difuzate pe o paletă largă de emisiuni de specialitate – de muzică, știință, film, teatru, psihologie, învățământ, istorie, cultură civică, life-style, internautică etc.

Corespondențe și transmisiuni în direct

Aria de acoperire culturală a evenimentelor de Radio România Cultural a crescut foarte mult în ultimul an. Este vorba, pe de o parte, despre abordarea unor domenii noi, dar mai ales despre dezvoltarea mai bună și mai eficientă a unei rețele de corespondenți în țară, cu calendarele culturale specifice acelor zone, descentralizând tot mai mult, în limitele rezonabile, informația culturală, ce era anterior covârșitor bucureșteană. Totodată, au fost menținute și ușor eficientizate soluțiile pentru materialele ce reflectă actualitatea culturală din străinătate.

Ca în fiecare an, dar cu evenimente noi adăugate în 2009, Radio România Cultural a transmis concerte și spectacole foarte importante: Gala UNITER, Festivalul de la Bayreuth ș. a. În mod deosebit, anul 2009 a fost marcat de transmisia integrală a Festivalului Internațional "George Enescu". De asemenea, în cadrul festivalului Național de Teatru, RRC a inițiat o secțiune "on air" la Festivalul Național de Teatru, sub egida centenarului Eugen Ionescu.

Alte mari evenimente culturale au prilejuit realizarea unor emisiuni în direct – Festivalul Internațional de Film Transilvania – TIFF (Cluj-Napoca), Târgul de carte „Gaudeamus” (emisiunile *Timpul prezent*, *Noua Revistă Vorbită*, având invitați de prestigiu), corespondențe multiple de la Stockholm și Oslo cu ocazia anunțării (octombrie) și respectiv decernării (decembrie – Săptămâna Nobel) premiilor Nobel pentru diferite domenii, însoțite de interviuri cu diferite personalități și persoane laureate.

Proiecte speciale

2009 a fost la Radio România Cultural și un an al preocupărilor pentru aniversarea a douăzeci de ani de la căderea comunismului în România.

În acest scop a fost inițiată o linie nouă de emisiuni, intitulată ***După 20 de ani. Povești adevărate***, constând în interviuri și poveștile unor destine influențate de acest moment decisiv în viața românilor. Este vorba îndeosebi despre personalități aflate în 1989 aproximativ la vârsta majoratului, personalități care s-au conturat apoi ca atare în țară sau în străinătate. Miza emisiunii o reprezintă aflarea modului în care atât momentul 1989, cât mai ales ceea ce a urmat, anii – cei 20 – care au trecut de atunci au influențat destinele noastre, ale tuturor. Emisiunea este realizată de o echipă de realizatori și este difuzată cu o frecvență zilnică, de luni până joi, între orele 15.30 și 16.00.

Emisiunea a avut și extensie pe Internet, respectiv blogul www.dupa20deani.radiocultura.ro, pe care materialele audio, completate cu fotografii (dintre care multe de arhivă) și texte sunt postate după difuzarea lor on air.

Un alt proiect special desfășurat de Radio România Cultural în grila de programe 2009-2010 îl reprezintă **linia de documentare *Storymania***. S-a pornit de la ideea realizării mai sistematice a ceea ce înainte era conceput doar aleatoriu – respectiv a unor emisiuni în genul documentarului, cu siguranță cel mai dificil gen radiofonic. Subiectele abordate sunt cele mai diverse. Emisiunea este realizată de o echipă de realizatori și este difuzată cu o frecvență zilnică, de luni până joi, între orele 16.05 și 16.30. Emisiunea are și extensie pe Internet, respectiv blogul www.storymania.radiocultura.ro, pe care materialele audio, completate cu fotografii și texte sunt postate după difuzarea lor on air.

Extensii online

În anul 2009, postul Radio România Cultural și-a îmbogățit portofoliul de site-uri și bloguri ale emisiunilor și proiectelor sale. Astfel, a fost lansat portalul multimedia „Radiocultura”, www.radiocultura.ro, care postează zilnic și chiar de mai multe ori pe zi materiale audio și video, texte și fotografii, oglindind astfel principalele evenimente difuzate on air la Radio România Cultural, dar și evenimente diverse culturale, știri culturale ș.a. „Radiocultura” se constituie astfel într-un instrument deosebit de util pentru consumatorul de cultură pe internet, aducând publicitate emisiunilor vizate și postului de radio în ansamblu.

Acest portal este platforma pentru o serie de site-uri și bloguri: site-ul www.nobel.radiocultura.ro, cu ultimele știri și materiale realizate la cele două evenimente Nobel ale anului care au fost amintite mai sus – un proiect unic în România; www.nrv.radiocultura.ro, blogul complex al emisiunii *Noua Revistă Vorbită*; www.dimineatacrossover.radiocultura.ro și www.timpulprezent.radiocultura.ro, blogurile emisiunilor omonime; www.culturalnet.radiocultura.ro, blogul emisiunii *Cultura.net*; www.după20deani.radiocultura.ro și www.storymania.radiocultura.ro, blogurile liniilor de emisiuni anterior menționate. Dintre acestea, majoritatea au fost adăugate în anul 2009.

Totodată, site-ul oficial al postului, www.cultural.srr.ro, a fost supus unui proces radical de îmbunătățire a funcțiilor, facilităților și aspectului grafic, fiind lansat în noua sa formă la sfârșitul anului 2009.

De asemenea, în 2009 a avut loc și lansarea stream-ului de teatru radiofonic al Radio România Cultural împreună cu Redacția Teatru.

Site-urile postului Radio România Cultural beneficiază din plin și de recenta instalare a unei webcam în cabina de emisie, funcționând în timpul anumitor emisiuni transmise în direct, ascultătorul radio de pe internet putând avea astfel și o imagine a realizatorilor și invitaților emisiunilor respective.

Promovare și vizibilitate

Promovarea emisiunilor noi și a grilelor noi de programe s-a realizat atât pe post, cât și în cotidienele mari și în periodicele culturale – și totodată prin calendare, obiecte inscripționate, afișe ș.a. Promovarea s-a desfășurat totodată prin desfășurarea în continuare a parteneriatelor cu manifestări și instituții de prestigiu (Institutul Cultural Român, Filarmonica „George Enescu”, Teatrul Bulandra, Festivalul Internațional de Teatru de la Sibiu etc.), având ca rezultat multiplicarea imaginii postului Radio România Cultural la evenimente dintre cele mai diverse. Strategia a fost centrată pe menținerea celor “strategice” cu instituțiile mari de cultură din țară cum ar fi Institutul Cultural Român, Ministerul Culturii, teatrele naționale și locale, filarmonicile din țară, muzeele, dar și universitățile de teatru, muzică, litere. Aceste parteneriate, ce depășesc numărul de 150, au determinat o vizibilitate mai bună a postului, logo-ul său fiind prezent pe sute de mii de afișe și alte materiale promoționale din întreaga țară.

Dacă în ceea ce privește parteneriatele cu instituțiile de cultură, acestea sunt de tradiție, în ceea ce privește mediul educațional, Radio România Cultural s-a implicat activ în susținerea activităților și evenimentelor mai multor instituții de învățământ care ne-au solicitat, cu scopul de a atrage publicul tânăr și foarte tânăr.

S-au organizat evenimente ale postului Radio Romania Cultural: dintre care se remarcă tradiționala Gală a Premiilor Radio România Cultural pentru anul 2008 (desfășurată la 23 martie 2009), ce a reunit personalități de marcă din cele mai diverse domenii.

De asemenea am fost coproducătorii unor evenimente culturale de amploare cum ar fi Maratonul de poezie și jazz, transmis în direct timp de 7 ore și Manifest 20 Revoluție, care a prilejuit înregistrarea și difuzarea a 20 de poeți români care au scris despre revoluția din 1989.

Radio România Cultural a organizat de asemenea evenimente notabile în cadrul unor manifestări de mare prestigiu, precum cele din Piața Ateneului pe durata Festivalului Internațional „George Enescu”.

Nu în ultimul rând, în ultimele luni a început o activitate susținută de publicitate a emisiunilor și activităților Radio România Cultural pe popularele rețele de socializare pe Internet Facebook și Twitter. Rezultatele din această fază de început sunt excelente.

C. Radio România Muzical „George Enescu”

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

Emite non-stop:

- a) prin rețea terestră acoperind 25% din teritoriul țării;
- b) prin satelit;
- c) prin sistem T-DAB (digital) exclusiv în București;
- d) prin Internet.

În anul 2009, prioritățile politicii editoriale a postului Radio România Muzical au continuat să se axeze pe acele linii directoare în măsură a consolida poziția de unicat în audiovizualul românesc:

- ofertă editorială de certă calitate;
- reflectarea actualității muzicale românești și universale;
- prezența la microfon a vocilor personalităților de marcă din diferite domenii ale vieții culturale românești;
- creșterea continuă a numărului de transmisiuni directe de la evenimente naționale și internaționale.

Elementul de noutate al anului 2009 l-a constituit dezvoltarea online a postului, cu cele două componente de bază: o nouă imagine a site-ului, adaptată la dinamica transformărilor editoriale și dezvoltarea de posturi alternative (on demand).

Priorități ale politicii editoriale

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

- extinderea tronsoanelor de emisiuni live: matinalul „Musica viva” (07.15 - 09.30) și fluxul „Drive-time” (17.00 - 18.30) – cu informații de actualitate (știri, interviuri, comentarii) și o paletă muzicală ce acoperă întreaga arie stilistică promovată de Radio România Muzical;
- continuarea ciclului de emisiuni care promovează istoria și activitatea muzicală a celor mai importante centre culturale ale țării: Târgu Mureș, Brașov, Sibiu, București etc. și a orașelor lumii cu bogată tradiție culturală;
- îmbogățirea paletelor de emisiuni dedicate inițierii și educării diverselor categorii de ascultători: „Lecția micului meloman” (segmentul 4 - 8 ani), „Pași pe note” (9 - 15 ani), „Muzica românească postbelică – o biografie”, „Vitrării” – o istorie a muzicii europene privită din perspectiva celor mai importante spații culturale, „Portret de compozitor”, „11 decenii de muzică nouă”, „Poveștile de succes ale muzicii” – interviuri cu personalități ale lumii muzicale românești și internaționale.

Pe parcursul anului 2009, Radio România Muzical a derulat 4 proiecte editoriale și de promovare menite a contribui la informarea, formarea și educarea publicului ascultător dar și la creșterea vizibilității și notorietății postului:

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

În planul proiectelor de anvergură un loc important l-a ocupat evenimentul major ale anului: **Festivalul și Concursul internațional „George Enescu”** (de la care Radio România Muzical a efectuat 59 de transmisiuni directe, înregistrarea integrală a tuturor recitalurilor, concertelor, spectacolelor de operă difuzate în retransmisie ulterioară și a tuturor etapelor Concursului; s-au realizat de asemenea 30 de emisiuni informative cu știri, opinii, interviuri, comentarii; 50 de concerte au fost difuzate în rețeaua Uniunii Europene de Radio prin oferta propusă de Radio România Muzical).

Activitatea de schimburi muzicale internaționale în cadrul Uniunii Europene de Radio

Preocuparea Radio România Muzical „George Enescu” de implicare cât mai susținută în proiectele propuse de UER și de reflectare a celor mai reprezentative evenimente ale sale în programe și schimbul de oferte a constituit o altă dimensiune a politicii de program în anul 2009.

Dintre cele 135 de transmisiuni directe realizate în genurile simfonic, cameral, vocal-sinfonic și jazz sunt de menționat: Concertul de Anul Nou de la Viena, concerte din stagiunile celor mai prestigioase ansambluri europene (Orchestra Națională a Franței, Ansamblurile BBC, Orchestra Radiodifuziunii Daneze, Orchestrele Simfonice ale Radiodifuziunilor Germane), concerte din marile festivaluri europene (Festivalul BBC Proms de la Londra - Marea Britanie, Proiectul Martha Argerich 2009 – Lugano, Elveția, Festivalul Rheinvokal 2009 – Andernach (Germania), Festivalul de la Colmar – Franța, Festivalul de la Montpellier, Franța, Festivalul de la Lucerna și Festivalul de la Montreux, Elveția etc.), serii de concerte tematice (Ziua Haendel), seria “Lunchtime Concerts” (BBC); interviuri cu personalități ale lumii muzicale: Roger Wright – noul director al Festivalului BBC Proms, dirijorii Colin Davis, Jiri Belohlavek, Myung Whun Chung, Kurt Masur, Georges Pretre, Ton Koopman, Simon Rattle, Giovanni Antonini, interpreții Renaud și Gautier Capuçon, Rudolf Buchbinder, Andreas Scholl, Marie Claude Chappuis etc.

În 2009, Radio România Muzical a transmis Uniunii Europene de Radio 76 de oferte însumând 5200 minute de muzică dintre care: 73% - genurile simfonic, cameră, coral, operă, vocal-sinfonic; 9% – genurile jazz și world – music; 18% - muzică contemporană. În acest schimb de oferte au fost promovate concertele Formațiilor Muzicale Radio, evenimentele muzicale organizate de SRR, concertele din cadrul Festivalului Internațional “George Enescu”, tinerii interpreți, creația națională, înregistrările de valoare din Fonoteca Radio.

De asemenea, Radio România Muzical a participat la proiecte speciale ale UER: Seria “Unusual concerts” (prin concerte ale Orchestrei Naționale Radio); Concursul “Tinere Talente” – Bratislava (mezzosoprana Antonela Bârnat – calificată în semifinala concursului – și flautista Aurelia Mihai); Întrunirea producătorilor de jazz ai UER de la București (6 - 7 mai 2009) și organizarea celor două concerte (la Teatrul Metropolis și la Sala Radio) care au încheiat turneul Orchestrei Jazz a UER; EBU Folk Music Easter Project 2009; EBU Folk Music Christmas Project 2009; Proiectul “Ocora” al Radio France (înregistrări ale lui Grigore Leșe); Proiectul „Handel în haine noi 2009”: Dan Dediu - „Rain Music - Handel in Macondo” (piesă comandată de Radio România Muzical).

În același context trebuie menționate transmisiunile directe de la Metropolitan Opera House din New York (10 spectacole de operă), Scala din Milano, Opera de Stat din Viena; Festivalul Wagner de la Bayreuth (3 transmisiuni directe și 4 retransmisii), cât și prezentarea a 12 opere în primă audiție radiofonică în România.

Activitatea Radio România Muzical, și implicit a SRR, în cadrul Uniunii Europene de Radio a fost deosebit de apreciată în cadrul structurilor acestui organism european, trei dintre membrii postului făcând parte, în 2009, din grupurile de lucru ale UER:

- Grupul de Cultură (Liliana Staicu, redactor-șef RRM);
- Grupul de Muzică (Alina Velea, coordonator schimburi muzicale internaționale);
- Grupul Inginerilor de contact (ing. Paul Pop, șef serviciu tehnic RRM).

Înregistrări speciale pentru îmbogățirea Fonotecii Radio

Ca parte a Radioului public, Radio România Muzical și-a asumat rolul de conservare a valorilor momentului prin realizarea de înregistrări speciale în studiourile SRR, acordând prioritate creațiilor românești reprezentative și primelor audiții (60 de minute), tinerilor interpreți în curs de afirmare (40 de minute), valorilor școlii muzicale românești (70 de minute), proiectelor speciale RRM (35 de minute).

Acoperirea editorială a actualității muzicale

Reflectarea actualității vieții muzicale naționale și internaționale a continuat să fie, și pe parcursul anului 2009, una dintre prioritățile editoriale ale RRM și a fost realizată prin comentarii, relatări, înregistrări de la evenimente al căror partener media sau coproducător a fost RRM: Festivalul și Concursul Internațional “George Enescu”, Festivalul de muzică contemporană “Meridian”, Festivalul Internațional de muzică de cameră “Sonoro”, Festivalul “Enescu și muzica lumii”- Sinaia, Festivalul și Concursul internațional de interpretare “Darclée” – Brăila, Festivalul “MultisonicFest”, Festivalul „Bucharest Masters of Jazz”; programele speciale dedicate marilor compozitori români Dumitru Capoianu, Ștefan Niculescu, Paul Constantinescu au îmbogățit panopia evenimentelor editoriale ale anului 2009, promovate prin parteneriatele încheiate de RRM cu prestigioase publicații cu profil cultural și cu instituții de cultură, ceea ce a adus o mult mai mare vizibilitate postului, contribuind la creșterea notorietății sale.

Dezvoltarea online și de produse new media

Pentru a răspunde noilor tendințe existente pe piața audiovizualului și pentru a fideliza publicul tânăr, Radio România Muzical a realizat în 2009:

- o imagine nouă, mult îmbogățită, dinamică și atractivă a site-ului RRM;
- crearea unei variante paralele a site-ului în limba engleză;
- dezvoltarea și up-datarea permanentă a minisite-urilor principalelor emisiuni RRM, inclusiv cu arhive online;
- crearea noului site interactiv al emisiunii “Lecția micului meloman”;
- dezvoltarea de posturi alternative online : “Opera mia” (dedicat iubitorilor teatrului liric), “Relaxing music”, “Pentru copii” (cu emisiuni educative din seria “Povești pe note” și “Lecția micului meloman”);
- transmisiuni directe audio-video ale concertelor organizate de RRM;

- postarea pentru audiție, pe site-urile emisiunilor „Stagiunea muzicală Radio” și „Europa muzicală azi” (timp de 7 zile de la data difuzării), a concertele Formațiilor Muzicale Radio (Orchestra Națională Radio și Orchestra de Cameră Radio) și internaționale (primită prin Uniunea Europeană de Radio) care au fost transmise în direct de Radio România Muzical.

D. Antena Satelor

În anul 2009 Antena Satelor și-a consolidat poziția de principal furnizor de informații dedicate mediului rural din întregul spectru radiofonic românesc. Această poziționare a fost posibilă prin extinderea modalităților de adaptare la cerințele ascultătorilor, mizând pe interactivitatea emisiunilor, pe prezența permanentă a aspectelor reale, de viață, din spațiul rural, și pe implicare socială, oferind soluții la probleme concrete în emisiunile cu conținut social.

În ceea ce privește modalitatea de prezentare a informației, s-a pus accentul pe explicarea și comentarea informațiilor publice (documentele legislative, reglementări și comunicate oficiale, informații cu caracter utilitar), a prezentării în detaliu a modalităților de accesare a fondurilor europene, a prezentării de experiențe reușite, a riscurilor în afacerile din agricultură.

Antena Satelor s-a implicat în campania electorală pentru alegerile europarlamentare și prezidențiale, alegând varianta realizării de emisiuni de dezbatere, respectând principiile și normele legii electorale, dar și statutul de post public. Înaintea campaniei electorale pentru alegerile europarlamentare, Antena Satelor a prezentat un ciclu de emisiuni de informare a ascultătorilor privind activitatea și rolul Parlamentului European. Una din aceste emisiuni a primit din partea Reprezentanței Comisiei Europene și Biroul de Informare al Parlamentului European în România, Premiul "Reporter European 2009" pentru „pentru umanizarea subiectului european și aducerea în dezbatere a unor voci care, de regulă, nu se fac auzite în spațiul public”.

Antena Satelor a manifestat un plus de interes și deschidere asupra activității Comisiei de agricultură a UE, prezentând pe larg impactul măsurilor adoptate asupra agriculturii și mediul rural din România. Rolul postului în acest demers a fost apreciat de reprezentanți ai Comisiei Europene, redactorii noștri fiind invitați să participe la Bruxelles și Strasbourg la lucrările Parlamentului și comisiilor europene.

Antena Satelor a lansat un nou format al paginii sale de Internet prin care vizitatorii site-ului pot accesa cele mai noi știri ce privesc mediul rural, alături de alte secțiuni inedite în mediul online (Calendarul tradițiilor populare românești, Galerie fotografică cu imagini exclusiv din spațiul rural, Fonoteca de Aur a muzicii populare, Prognoza agro-meteo a săptămânii etc.)

În noua pagină de internet a fost creat un modul audio (stream) prin care vizitatorii paginii pot asculta în permanență muzică populară dintr-o bază de date ce conține, pentru început, 2000 de piese selectate din fonoteca de muzică populară a SRR.

Selecția va cuprinde, în continuare, cele mai importante nume din muzica populară și cele mai de succes piese, în înregistrări realizate de SRR în ultimii 50 de ani.

Antena Satelor a continuat să organizeze în localități rurale manifestări având ca scop promovarea tradițiilor autentice și valorile satului românesc.

Astfel, în colaborare cu Fundația Națională „Niște Țărani”, a fost organizată cu prilejul sărbătorii Moșii de iarnă, în data de 21 februarie, în localitatea Slătioara (județul Vâlcea), o manifestare complexă ce a avut un succes deosebit. La acțiunile inițiate pe parcursul unei zile (cros, concursuri de șah și olărit, dezbateri, spectacol folcloric) au participat peste 1000 de localnici, inclusiv elevi din Slătioara și comunele învecinate.

De asemenea, a fost instituită Ziua Antenei Satelor, de sărbătoarea tradițională Sfântul Dumitru (Sânmedru), anul acesta manifestările desfășurându-se în localitatea Piatra Șoimului, județul Neamț.

Asumându-și misiunea de promovare a tradițiilor, Antena Satelor a încheiat în 2009 un parteneriat cu Federația Română de Oină, având ca scop revigorarea acestui sport național. Au fost mediatizate toate competițiile din calendarul federației și a fost înființată o nouă competiție, Cupa Antenei Satelor, la care participă deținătoarea Cupei României și câștigătoarea Campionatului național la oină. Prima ediție a avut loc la Piatra Șoimului, în cadrul manifestării complexe prilejuate de Ziua Antenei Satelor.

Acțiunea „Caravana Antenei Satelor” a continuat și în 2009 prin participarea, în regim de parteneriat, la principalele acțiuni desfășurate în țară de către asociații profesionale, ministere, agenții publice, societăți, cu scopul promovării imaginii postului. Astfel, Antena Satelor a fost prezentă ca partener media (inclusiv cu stand propriu) la toate târgurile naționale cu profil agricol din această perioadă (Cluj, Brăila, București, Craiova, Timișoara). De asemenea, postul a participat la manifestări organizate de societăți agricole sau mari firme internaționale implicate în activitatea agricolă, reușind să promoveze la nivel național postul și să realizeze materiale publicistice de interes pentru ascultători (Zilele Câmpului în Insula Mare a Brăilei, prezentări de culturi experimentale și demonstrații de mașini agricole organizate de firme de prestigiu).

Antena Satelor s-a implicat și în campaniile naționale privind mediu și sănătatea, mediatizând evenimentele create cu această ocazie.

E. Radio România New Media

În 2009 Consiliul de Administrație al SRR a aprobat modificarea organigramei și înființarea compartimentului Radio România New Media, pe structura postului Radio3net „Florian Pittiș”.

Strategia, structura programelor și activitatea postului respectă obligațiile firești de informare, formare/educare, acces la cultură, divertisment și promovarea SRR și se materializează în cele 9 domenii de activitate:

- a) **Emisia live**, 24h din 24, cu tronsoane de trei ore (sau multiplu de 3), în care legătura cu ascultătorii/utilizatori (interactivitatea) se face instantaneu, prin chat;
- b) **3Net TV** – colecții de documente video;
- c) **3Net MUSIC** - cel mai mare depozit audio on-line din lume (peste 400.000 de melodii ce se pot asculta gratuit, însoțite, în mare parte, de videoclipuri și versuri);
- d) **Link-urile** (în sprijinul ascultătorilor/utilizatori), pentru ca orice doritor să obțină toate informațiile cerute direct de la sursă;
- e) **3Net ON DEMAND MEDIA LIBRARY** – colecție de materiale text, audio, video, foto ce pot fi utilizate gratuit de orice vizitator al portalului;
- f) **ZONA COLABORATIVĂ** - servicii interactive specifice Web 2.0 (chat, blog, forum);
- g) **3Net KIDS ZONE** – zona de portal dedicată copiilor. Conține un site dedicat produsului SRR “Noapte bună, copii!”, jocuri flash, precum și un server de Counter Strike 1.6, joc mass multiplayer online;
- h) **3Net CULTURA** – conține site-uri utilitar-informative dedicate unor personalități marcante ale culturii (Mircea Eliade, George Enescu, Wolfgang Amadeus Mozart, Florian Pittiș, etc.), precum și o bogată colecție de piese de teatru audio-video și teatru la microfon;
- i) **3Net LIVE STREAMS** – transmisii alternative de la evenimentele unde Radio 3Net “Florian Pittiș” este organizator sau partener.

Realizări 2009:

- a fost finalizat site-ul Kids Radio. În momentul de față, serviciile oferite de www.kidsradio.ro sunt următoarele:
 1. emisie 24/24, 7/7 din care 8 ore pe zi cu moderatori în studio;
 2. transmisie video live 24/24, din studioul Kids Radio;
 3. blog-ul Kids Radio (peste 1000 de useri înregistrați);
 4. canalul de chat #kidsradio unde se dezbate temele propuse de realizatorii emisiunilor și/sau teme propuse de ascultători/ utilizatori, de interes pentru această categorie de vârstă;
 5. colecție de povești pentru copii (aproape 1000 de entry-uri);
 6. colecție de materiale video dedicate copiilor (teatru pentru copii, teatru de păpuși, spectacole etc.);
 7. colecție de jocuri pentru copii.
- a fost lansat 3Net ICE – o platformă muzicală ce conține cele mai bune piese dance ale momentului. La fel ca toate serviciile oferite de Radio 3Net, oferă doar ascultarea pieselor, nu și download-ul lor;

Raportul de activitate al Societății Române de Radiodifuziune - 2009

- a fost lansată varianta 2.0 a portalului Radio 3Net, varianta îmbunătățită din punct de vedere al graficii, funcționalității, usagelui;
- prin bunăvoința Editurii Casa Radio, au fost postate spre ascultare pe Radio 3Net colecții de discuri și au fost realizate link-uri către sistemul de achiziții online oferit de site-ul editurii;
- a fost îmbogățită Galeria Audio cu peste 1000 de albume noi, păstrându-se în continuare statutul de cel mai mare depozit online free de muzică din lume;
- au fost filmate, transmise și postate în galeria video evenimente culturale, muzicale, artistice unde Radio3net a fost partener media (Folk You 5, Concerte Old School, piese de teatru la Casa Studentilor, precum și celelalte evenimente unde postul a primit dreptul de filmare și postare);
- a continuat emisiunea Sala de repetiții, concept de emisiune TV cu public;
- au fost filmate, transmise și postate în galeria video evenimente Radio România (Gaudeamus, Radio 3Net - 5 ani, Ziua Florian Pittiș etc.);
- a fost upgradată rețeaua de servere Radio 3Net și Kids Radio;
- a continuat și s-a extins colaborarea cu diferite departamente și organizații (Direcția Antidrog a Poliției Române, Salvați copiii!, Oficiul Național pentru Cultul Eroilor, servicii de utilitate publică, de ex. Serviciul de urgență 112, Institutul Cultural Român, CNA etc.);
- a fost îmbogățită colecția Galeriei Video la aproximativ 400 de înregistrări. Toate evenimentele importante din 2009 se află stocate aici;
- a fost îmbogățit calendarul pe întreg anul al evenimentelor, aniversărilor și comemorărilor de mare importanță din domeniile general, scriitori, muzicieni, sportivi, în conformitate cu datele trimise de RADOR;
- au fost transmise evenimentele deosebit de importante, de exemplu Ziua Națională a României, Ziua Radioului, participările la principalele târguri IT, târgul de carte Gaudeamus;
- au fost dezvoltate următoarele site-uri:
 - www.romaniaactualitati.ro
 - www.eteatru.ro
 - www.politicaromaneasca.ro
 - www.antenasatelor.ro
 - www.revistaradio.ro
- a fost realizat proiectul „Tabara de vara Kids Radio”, proiect unic in peisajul mediatic romaneasc. Peste 4000 de copii au participat la actiunile organizate de catre echipa KidsRadio si Radio 3Net, iar pe blogul evenimentului s-au inregistrat peste 10.000 de useri;
- au fost realizate sisteme de streaming audio/video pentru Radio România Actualități și Radio Reșița, urmând ca același sistem să fie dezvoltat și pentru Radio România Cultural;
- au fost produse peste 50 de materiale video proprii, ce se regasesc in sectiunea video a portalului Radio 3Net;
- au fost produse 4 videoclipuri;
- s-au implementat sisteme de autocomplete pentru modulele de request ale portalului Radio 3Net;
- s-a implementat un sistem de difuzare a materialelor video in playerul LIVE de pe prima pagină a portalului Radio3Net.

F. Redacția Informații

În anul 2009, Redacția Informații a urmărit – pe fondul creșterii constante de audiență a produselor sale jurnalistice – stabilizarea calității profesionale, atât în conținutul emisiunilor cât și în formate.

Principala preocupare editorială a rămas elaborarea unor produse atractive și utile ascultătorilor, în spiritul rolului de serviciu public, asigurând **garantarea libertății de exprimare în condiții de totală independență jurnalistică și de respectare deplină a normelor și legislației de specialitate**, dar prin evitarea tabloidizării sau pauperizării conținutului emisiunilor informative.

Jurnaliștii Redacției au fost încurajați să-și îmbogățească domeniile de informare, să diversifice modalitățile de abordare a subiectelor, să-și dezvolte abilități de lucru complexe pentru a putea furniza produse în formate diferite (on-air sau online).

Programele de știri și-au consolidat notorietatea, formatul și ritmicitatea – Radio-ul public stabilizându-și poziția de lider de audiență la fiecare oră exactă și definindu-se drept garantul unor produse jurnalistice serioase și credibile.

Pe lângă deja consacratele pachete compacte de știri din prime-time-ul matinal – unde este surprinsă dinamic actualitatea curentă și se realizează proiecția celor mai importante evenimente ale zilei – a continuat construirea de emisiuni complexe, adăugând „Radiojurnalului de prânz” (care combină captarea în direct a evenimentelor cu analiza „la cald” a actualității) formatul corespondent al „Radiojurnalului de seară” în care se mizează pe ultimul interval de audiență ridicată, pentru a le oferi ascultătorilor sinteza celor mai importante evenimentele ale zilei din țară și străinătate.

Emisiunile articulează principalele resurse ale Redacției, prelucrând informația în conformitate cu cele mai bune standarde profesionale și utilizând la maximum capacitatea tehnică și editorială a jurnaliștilor de a acoperi evenimentele din actualitate concomitent și în condiții optime de transmitere.

Ambele spații editoriale dezvoltă de o manieră programatică subiecte din actualitatea internațională, utilizând pe rețeaua de corespondenți internaționali ai SRR care, împreună cu jurnaliștii trimiși special pentru acoperirea evenimentelor majore din străinătate, reprezintă cea mai experimentată și extinsă sursă de informații de acest tip din presa autohtonă.

A continuat și în 2009 seria proiectelor editoriale majore derulate în străinătate de reporterii speciali, care au înregistrat și transmis mai multe săptămâni din Liban, Coreea de Sud sau din Afganistan, unde au fost în mai multe rânduri oaspeții bazelor militare americane și românești.

Anul 2009 a marcat, odată cu încheierea misiunii românești în Irak, și un important jalon în relațiile dintre Radio România și Armata Română: o expoziție de fotografie realizată de corespondenții SRR la baza irakiană Talil, ilustrând una dintre cele mai fructuoase colaborări.

Un eveniment urmărit cu maximă atenție în programele de știri a fost procesul intentat Ucrainei de România la Curtea Internațională de la Haga pentru delimitarea platoului continental la Marea Neagră, unde a fost acreditată pe lângă corespondentul Radio România în Olanda o echipă de jurnaliști și ingineri de sunet.

Subiectul alegerilor prezidențiale din Republica Moldova a presupus un efort excepțional de mobilizare logistică și jurnalistică. În pofida presiunilor la care au fost supuși corespondenții și trimișii noștri speciali la Chișinău, a piedicilor și șicanelor de la trecerea frontierei (în două situații colegilor noștri li s-a interzis, prin încălcarea acordurilor internaționale, accesul în Republica Moldova) jurnaliștii Redacției Informații au asigurat – cu rigoare și profesionalism – un flux continuu de relatări și emisiuni complexe, inclusiv în perioada confruntărilor de stradă care au urmat scrutinului. Rămași printre ultimii corespondenți de limbă română la Chișinău, jurnaliștii Redacției Informații au fost nevoiți să-și încheie mandatul în momentul când reținerile abuzive și arestările le-au pus în pericol siguranța. Radio România a semnalat instanțelor internaționale de apărare a drepturilor omului și organizațiilor profesionale aceste tentative de îngădire a libertății de exprimare la care au fost supuși trimișii noștri.

Peste 25 de jurnaliști și corespondenți-colaboratori răspînșiți în Europa, Statele Unite și Orientul Apropiat urmăresc și alimentează zilnic cu informații de actualitate programele Radio România, cu un interes mai pronunțat pentru evenimentele legate de viața comunităților românești de peste hotare. Importanța rolului lor a fost cu atât mai mult resimțită în perioadele campaniilor electorale pentru alegerile europarlamentare și prezidențiale, când Radioul public a derulat una din cele mai ample campanii de informare a ascultătorilor de până acum.

Mai bine de 50 de jurnaliști (preponderent de la Secția Partide Politice a Redacției Informații, Studiourile Teritoriale ale SRR și Rețeaua de Corespondenți Locali a RRA) au asigurat – pe lângă rubricile reieșite din obligațiile de serviciu public – o serie de emisiuni și interviuri cu protagoniștii proceselor electorale.

Eforturi editoriale și tehnice semnificative au permis știrilor de la Radioul public să acopere campaniile electorale prin știri și reportaje culese și prelucrate de jurnaliștii SRR de la cele mai importante evenimente.

Acestora li s-au adăugat materialele jurnalistice publicate pe noul site www.politicaromaneasca.ro, lansat de jurnaliștii Secției Partide Politice și alimentat cu știri destinate preponderent consumatorilor de informație politică.

Dezvoltarea site-urilor de Internet (între care de un real succes, dovedit prin numărul de utilizatori, se află www.romania-actualitati.ro) le-a permis mai multor jurnaliști ai Redacției diversificarea ofertei editoriale și captarea unui nou tip de public.

G. Redacția Muzicală

Strategia editorială a Redacției Muzicale în anul 2009 a avut în vedere 4 **obiective generale**:

- consolidarea audienței emisiunilor muzicale realizate pentru posturile SRR cu care colaborează și implicarea în modernizarea formatului muzical al postului Radio România Actualități;
- promovarea cu prioritate a creației și interpretării românești;
- creșterea vizibilității SRR prin concepția și producția unor evenimente muzicale care să aducă un important capital de imagine SRR;
- mediatizarea celui mai important eveniment muzical al anului: Concursul și Festivalul Internațional “George Enescu”.

În funcție de obiectivele generale fixate, am stabilit și **obiectivele specifice** derivate din cele generale, apoi modalitățile necesare atingerii acestora.

Consolidarea audienței emisiunilor muzicale realizate pentru posturile SRR cu care colaborează și implicarea în modernizarea formatului muzical al postului RRActualități.

În condițiile în care sondajele arătau o scădere a interesului față de oferta muzicală a radiourilor tonomat, Redacția Muzicală și-a construit strategia plecând de la analiza pieței muzicale radio și studiind agenda zilnică a ascultătorului (obiceiurile de ascultare).

Concluziile s-au concretizat într-o ofertă editorială a cărei prioritate a fost și rămâne valoarea artistică înaintea celei comerciale. Totodată, pe această direcție s-a concretizat implicarea Redacției Muzicale în aplicarea proiectului de modernizare a formatului muzical al postului numărul 1 al SRR: Radio România Actualități.

Obiective specifice și modalități de îndeplinire:

- *constituirea unui sound al postului RRA prin aplicarea proiectului de modernizare.* După primele 7 luni de lucru efectiv la implementarea proiectului, s-a construit la RRA un format muzical clar, bazat pe două testări la publicul țintă, divers dar echilibrat, bine reprezentat din punct de vedere al produțiilor romanesti și realizat la parametri tehnici optimi;
- un rol important în consolidarea audienței l-au avut *îmbunătățirea și diversificarea modalităților de prezentare a emisiunilor*, de selectare a conținutului muzical, de stabilire a unei comunicări eficiente cu publicul țintă, mai ales prin creșterea gradului de interactivitate sau, introducerea interactivității în unele emisiuni. Exemple revelatoare în acest sens sunt emisiunile „Musica viva”, „Interpreți de ieri și de azi”, „Drive Time” la Radio România Muzical, „Noaptea RRA”, „Muzica anilor tăi” la Radio România Actualități;
- *inițierea de proiecte originale*, destinate atragerii publicului și creșterii capitalului de audiență: pe Radio România Actualități, emisiunile „Muzica verilor tale” și „Oferta Specială Estivală”, pe Radio România Cultural „Stagiunea: Muzica la palatele Brâncovenești” și „La zidul muzicii”, pe Antena Satelor „Carul cu cântec”.

Promovarea cu prioritate a creației și interpretării românești

Pornind de la obiectivele prevăzute de Legea de funcționare a SRR și de la menirea instituției de Serviciu Public, în anul 2009 Redacția Muzicală și-a canalizat activitatea pe promovarea activă a creației și interpretării românești și poziționarea acesteia în contextul artistic european și mondial.

Obiective specifice și modalități de îndeplinire:

- au fost îmbunătățite și extinse proiectele radiofonice complexe destinate expunerii muzicii românești: **Noaptea șlagărului românesc**, **Top românesc 2009** (RRA), **Arte Novi**, **Diaspora muzicală românească**, **Lumea și muzica tradițională** (RRC), **Carul cu cântec**, **Bucuroși de oaspeți** (Antena Satelor), **Muzicienii români, prezențe europene**, **Univers muzical românesc** (RRM) **Stagiunea muzicală Radio** (RRC și RRM);
- au fost realizate numeroase interviuri cu mari personalități ale muzicii românești din țară și diaspora. S-a urmarit mediatizarea activității acestora pentru publicul din România;
- o atenție deosebită a continuat să fie acordată viitorului muzicii românești, prin promovarea valorilor tineri generații; emisiuni dedicate integral lor, **Muzicienii de azi**, **muzicienii de mâine**, **Generația XXI**.

Creșterea vizibilității SRR prin concepția și producția unor evenimente muzicale care să aducă un important capital de imagine SRR.

Numeroase acțiuni și proiecte de anvergură au fost inițiate cu scopul creșterii vizibilității instituției și consolidării prestigiului său.

Obiective specifice și modalități de îndeplinire:

- **implicarea Redacției Muzicale prin jurnaliștii săi la evenimente naționale și internaționale** de mare anvergură, fie ca reporteri, fie prin prezența în jurii a 21 concursuri și festivaluri. **Parteneriatele media pe discuri și evenimente**, inițiate și derulate de Redacția Muzicală, s-au dovedit a fi extrem de eficiente atât în promovarea imaginii instituției cât și pentru îmbunătățirea relațiilor cu casele de discuri și organizatorii de evenimente. În anul 2009, au fost inițiate și s-au derulat 26 de **parteneriate media**, dintre care 19 pe evenimente de lansare de albume și alte 7 pentru concerte și spectacole de valoare;

- organizarea de spectacole:

- a) Gala Premiile Muzicale RRA, ajunsă la a 7-a ediție în care este evidențiată creația și interpretarea contemporană din genurile muzicii ușoare, preponderent difuzată la RRA, proiect - eveniment transmis în direct pe TVR 1;
- b) Concertele „Arte Novi”, difuzate pe RRC, realizate în colaborare cu UCMR, ajunse la a 3-a stagiune, în care este evidențiată creația și interpretarea contemporană din genurile muzicii culte.

Mediatizarea celui mai important eveniment muzical al anului: Concursul și Festivalul Internațional “George Enescu”.

În calitate de co-producător **SRR** și-a asumat în principal rolul de a mediatiza evenimentul prin producțiile jurnalistice ale echipei Redacției Muzicale, difuzate pe toate posturile, în principal pe **Radio România Muzical** și **Radio România Cultural**. Producțiile au fost preluate de posturile EBU, Mezzo și Swiss Romande.

Obiective specifice și modalități de îndeplinire:

- difuzarea în proporție de 90% a **Concursul și Festivalul Internațional “George Enescu”**. **SRR a fost singura instituție media care a mediatizat aproape în totalitate acest eveniment complex prin:**

- a) realizarea a **59 de transmisiuni directe pe posturile RRM și RRC** cu **pauze speciale** de la sălile de spectacol sau concert, în care au fost invitate la microfon, în direct, personalități ale culturii românești și internaționale;
- b) înregistrarea integrală a **Concursului de interpretare și Simpozionului de Muzicologie**, redactorii prezenți realizând și rubrici speciale în emisiunea “Agenda Festivalului Enescu”.

- *realizarea de produse jurnalistice specifice difuzate pe toate posturile naționale ale SRR și posturile teritoriale:*

- a) au fost realizate 30 de ediții ale emisiunii de “Agenda Festivalului Enescu” difuzate în direct de RRM și RRC. Emisiunea și-a propus să alcătuiască o cronică a evenimentelor fiecărei zile de festival văzută de personalități ale muzicii;
- b) s-au realizat știri, rubrici și reportaje speciale pe toate posturile naționale (RRA, RRM, RRC);
- c) începând cu luna aprilie 2009, au fost realizate interviuri cu dirijorii și soliștii invitați în Festival difuzate pe întreg parcursul manifestări. Aceste interviuri cu mari personalități ale muzicii internaționale au intrat în arhiva SRR.

În perioada 21 decembrie 2009 - 8 ianuarie 2010, echipa Redacției Muzicale a realizat un proiect special de retransmisii ale celor mai importante concerte din festival proiect editorial difuzat simultan de posturile Radio România Cultural și Radio România Muzical.

H. Redacția Teatru

Producțiile Redacției Teatru cuprind, săptămânal, un spațiu total de difuzare de **41 de ore și 20 minute** distribuit în grilele de program ale posturilor Radio România Actualități (4 ore), Radio România Cultural (35 de ore și 5 minute), Radio România Internațional (3 ore și 45 de minute), Antena Satelor (3 ore și 30 de minute).

În data de 14 septembrie a fost lansat site-ul www.eteatru.ro unde sunt difuzate, 24 de ore din 24, producții ale Redacției Teatru, și care, în numai trei luni, a atras peste 25.000 de vizitatori.

În perioada 1 ianuarie - 31 decembrie 2009 pentru aceste spații de difuzare, au fost realizate un total de **178 premiere**, din care 58 spectacole radiofonice de teatru și divertisment, 68 emisiuni scenarizate sau teatru document, 52 emisiuni publicistice.

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

La **Radio România Actualități**

- în cadrul proiectului “Comedia de sâmbătă seară” au fost realizate 13 premiere;
- în cadrul proiectului “Teatrul Național Radiofonic pentru Copii” au fost realizate 6 premiere;
- în cadrul proiectului “Teatrul Național Radiofonic serial” au fost realizate **două premiere absolute în universul teatral românesc**: 2009 a fost proclamat de Sfântul Sinod al Bisericii Ortodoxe Române an comemorativ-omagial al Sfântului Vasile cel Mare, arhiepiscopul Cezareei Capadociei, de aceea Redacția Teatru a realizat o superproducție radiofonică după piesa lui Henrik Ibsen, “Împărat și Galilean”; a doua premieră absolută este o adaptare după “Omul fără nume” de Victor Eftimiu, serialul intitulat “Peruchierul”.

La **Radio România Cultural**

- în cadrul proiectului “Mari clasici” au fost realizate 5 premiere, din care, **în premieră absolută în România, trilogia lui August Strinberg “Drumul spre Damasc”**;
- în cadrul proiectului “Dramaturgi români contemporani” au fost realizate 4 premiere;
- în cadrul proiectului “Biografii - memorii” au fost realizate 6 premiere, de un succes extraordinar bucurându-se spectacolele dedicate personalității extraordinare a părintelui Arsenie Boca de la a cărui moarte s-au împlinit 20 de ani;
- în cadrul proiectului “Mari actori de comedie” au fost realizate 12 emisiuni scenarizate dedicate marilor actori de comedie, colaboratori ai emisiunilor umoristice și protagoniști ai comediiilor realizate la teatru radiofonic;
- au fost realizate emisiuni documentare dedicate tradițiilor teatrale, istoriei teatrului, a dramaturgiei românești și universale, festivalurilor în care secțiunea de teatru-lectură este prezentă și la care Teatrul Național Radiofonic este partener – emisiuni difuzate sub generice ca “Thalia-fest”, “Clasicii dramaturgiei universale”, “De la arlechin”, “În căutarea teatrului pierdut”, “Chipuri și măști”, “Cronica unei premiere anunțate”, “Oglinda firii”;

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

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

Pe lângă deja tradiționalul proiect „Ne auzim la Majestic”:

- s-au organizat audiții în parteneriat cu Uniunea Scriitorilor, Muzeul Literaturii Române, Teatrul de Comedie;
- Teatrul Național Radiofonic a fost invitat și a organizat secțiuni de audiții cu public ale spectacolelor radiofonice la Festivalul VedeTEatru de la Buzău și la Festivalul Atelier de la Baia Mare, a fost coorganizator al spectacolelor lectură din cadrul Festivalului Internațional de Teatru de la Sibiu – prezențele sale fiind onorate cu diplome și distincții.

Teatrul Național Radiofonic a devenit un brand tot mai prezent și mai apreciat în lumea cultural-teatrală a țării dar și în cele mai importante manifestări de gen din străinătate. Astfel ediția 2009 a Festivalului Național de Teatru a înființat **o secțiune specială de teatru radiofonic în cadrul căreia au fost cuprinse 8 spectacole radiofonice realizate de redacția Teatru cu piesele marelui dramaturg al carui centenar s-a sărbătorit în 2009, Eugen Ionescu.**

I. Divertisment

În anul 2009 activitatea echipei de divertisment s-a desfășurat pe mai multe direcții: emisiuni scenarizate – texte în premiera și de montaj.

La **Radio România Actualități**

- au fost realizate 4 premiere cu texte umoristice din literatura română și universală de gen;
- a fost realizat un proiect special dedicat Sărbătorilor de iarnă. Proiectul a cuprins două premiere de 60 de minute fiecare, „**Revelion cu surprize în reprimă!**”, „**Revelioane de altă dată!**”

La Radio România Cultural

- în cadrul proiectului MARI ACTORI DE COMEDIE, s-au realizat 38 editii dedicate marilor personalități ale teatrului românesc prezente în emisiunile de divertisment și în distribuțiile comediilor difuzate la posturile Radio România;
- a continuat colaborarea la realizarea proiectului **Texte și Pretexte** în cadrul căruia se difuzează rubrica Ora veselă-Miniaturi – scenete, monoloage, cuplete din Fonoteca emisiunii **Ora veselă** (peste 50 de momente vesele).

La Radio România Internațional

- a continuat difuzarea pe RRI a 52 ediții, în reluare, ale producțiilor difuzate sub genericile Ora veselă și Bonton (de 60 de minute).

Echipa de divertisment a realizat și trei evenimente speciale – audiții cu public în cadrul întâlnirilor de luni NE AUZIM LA MAJESTIC cu spectacolele “Trei povestiri umoristoce” de Jaroslav Hasek, “Vișinată cu afine” de Cornel Udrea și o întâlnire aniversară la 80 de ani de la difuzarea primei emisiuni “Ora veselă”.

J. Direcția Formații Muzicale

Direcția Formații Muzicale Radio a beneficiat de-a lungul anului 2009 de o vizibilitate mai mare în cadrul compartimentelor Radio România, în primul rând din cauza faptului că s-a aflat în centrul a două proiecte majore de investiții, începute și finalizate în cursul anului.

Este vorba de gestionarea începerii, desfășurării și finalizării lucrărilor la renovarea Sălii Radio și de gestionarea lucrărilor efective în privința renovării orgii din Sala Radio.

Astfel, în stagiunea 2009 - 2010, Orchestrele și Corurile Radio și-au așteptat publicul într-un spațiu reînnoit, care sperăm să marcheze începutul unei noi epoci pentru tradiționala activitate de concerte simfonice inițiată în 1928.

Studioul de concerte „Mihail Jora”, construit în anul 1959, s-a aflat pentru prima dată în renovare, după 50 de ani. Lucrările au durat peste două luni și au constat în refacerea pardoselii, înlocuirea scaunelor pentru public și crearea de locuri pentru cărucioarele persoanelor cu handicap, refacerea și redimensionarea podiumului pentru orchestră. Studioul de concerte „Mihail Jora” este cea mai mare sală de concerte simfonice și corale din țară și singura sală de concerte din România care oferă posibilitatea de a realiza înregistrări în direct la calitate digitală. Din punct de vedere acustic, sunetul auzit este același în orice punct al sălii, de la primul până la ultimele rânduri, el ajungând la ascultător egal de tare pentru toate instrumentele și foarte clar.

La aceasta se adaugă reparația capitală a orgii, a doua ca mărime din țară, prima reparație de asemenea ampoare, efectuată chiar la fabrica producătoare din Cehia. Acum, Radiodifuziunea Română dispune din nou de una dintre cele mai bune orgi din țară.

Un alt element de succes al anului 2009 a fost participarea cu succes a Corului Radio, Orchestrei de Cameră Radio, Orchestrei Naționale Radio la Festivalul "George Enescu", concerte de succes cu sală plină, cu ecouri de presă remarcabile într-un context artistic de nivel internațional.

Ca evenimente deosebite ale anului 2009, menționăm în primul rând susținerea concertului de deschidere a Zilelor Culturale ale Băncii Centrale Europene de la Frankfurt de către Orchestra Națională Radio sub bagheta dirijorului Cristian Mandeal la invitația BNR, cu maxime beneficii de imagine pentru Orchestrele și Corurile Radio la nivel intern și internațional. Realizarea acestui turneu a fost finanțată din exteriorul SRR.

De asemenea, amintim susținerea de către Orchestra de Cameră Radio a concertului organizat de Fundația «Principesa Margareta» de ziua Regelui Mihai sau organizarea concertului inaugural al sălii, pe 30 octombrie 2009, în colaborare cu ONU.

În luna decembrie 2009, la invitația Ambasadei României la Roma, Orchestra Națională Radio sub bagheta dirijorului Radu Popa și avându-i ca soliști pe doi dintre cei mai valoroși instrumentiști români ai momentului, soliști ai DFM, violonistul Alexandru Tomescu și pianistul Horia Mihail, a susținut un concert extraordinar dedicat aniversării a 130 de ani de relații diplomatice dintre România și Italia.

Stagiunile tuturor Formațiilor Muzicale Radio au avut fiecare concerte-eveniment, dintre care amintim Orchestra de Muzică Populară - 60 de ani de la înființare, concertul extraordinar Aura Urziceanu & Big Band Radio, concertele Orchestrei Naționale sau Orchestrei de Cameră cu prestigioși invitați străini.

În domeniul promovării, menționăm adoptarea unui logo și a unui nume comercial pentru Formațiile Muzicale Radio - Orchestrele și Corurile Radio, schimbarea modului de promovare prin comunicate de presă interne și externe, centrate doar pe evenimente și prin introducerea unor spoturi de autopromovare ale tuturor concertelor după un concept nou, atractiv.

K. Agenția de presă RADOR

Rador este agenția de presă a Radio România care are ca obiect principal de activitate monitorizarea. Prin această activitate se diferențiază de celelalte mari agenții din România, cum sunt Agerpres și Mediafax.

Grilele noastre cuprind peste 50 de posturi de radio și televiziune din România și din lume, peste 100 de titluri din presa națională și peste 400 din presa internațională, pe care le acoperim în 16 limbi străine.

Știrile pe care le obținem prin monitorizare se referă la situația din România, așa cum este văzută ea de mass-media națională, dar reflectăm cu atenție toate materialele relevante publicate de mass-media internațională privitoare la problematica noastră internă.

Menționăm că un loc privilegiat între sursele noastre o au cele provenite din țările învecinate – Ungaria, Serbia, Bulgaria, Republica Moldova și Ucraina.

În anul 2009, Agenția de presă Rador și-a continuat procesul de eficientizare, în ciuda dificultăților financiare. Astfel, pe lângă fluxurile și buletinele noastre clasice – Transcrieri, Politic, Economic, România văzută din străinătate, Revista presei internaționale - ne-am modulat oferta pentru a răspunde cât mai bine așteptărilor clienților noștri, prin lansarea unor noi produse: Fluxul Știri Locale (în care valorificăm știri importante ale tuturor studiourilor regionale, precum și ale corespondenților interni ai Radio România Actualități), Fluxul Inedit (în care oferim o alternativă la știrile tabloide, publicând informații inedite din domeniul științei, culturii, mediului ș.a.), Dosarele Rador (alcătuit din materiale de sinteză pe o temă de mare impact, după modelul presei de calitate internaționale). De asemenea, am reușit să ne menținem majoritatea clienților și chiar să avem noi parteneri. Potrivit datelor pe care le avem la această oră, Rador nu și-a diminuat încasările în 2009, ci dimpotrivă, a reușit să crească, într-un an de criză, cu aproximativ 10%.

Pe 16 iunie 2009 am organizat cea de-a patra ediție a Zilei agențiilor de presă, conferință internațională ce reunește an de an pe lângă profesioniștii din branșă, personalități ale vieții publice și jurnaliști cunoscuți. În aceeași zi am organizat și gala premiilor pentru jurnalism de agenție. Sunt singurele evenimente din România dedicate exclusiv agențiilor de presă. Noutățile ediției au constat în atragerea alături de noi a unor agenții de presă atipice, cum ar fi Basilica, agenția de presă a Patriarhiei Române, sau CuzaNet, singura agenție de presă studentească.

2009 este anul în care am publicat Manualul de scriere al Rador, piatra de temelie a modernizării noastre editoriale.

Pentru anul 2010 ne propunem să îmbunătățim producția editorială a Rador, astfel încât canalele Radio România, principalii noștri beneficiari, să dispună de o informație de calitate, diversificată și credibilă, care să satisfacă cerințele publicului plătitor de taxă. De asemenea, intenționăm să organizăm cea de-a cincea ediție a Zilei agențiilor de presă și să ne creștem încasările din abonamente.

L. Rețeaua Studiourilor Regionale

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

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

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

Rețeaua studiourilor regionale a reușit în această perioadă:

- consolidarea poziției fruntașe în clasamentele pieței media (locul 2 la scară națională și locul 1 în mediul rural). În trei zone geografice, Oltenia, Banat și Moldova, posturile noastre dețin detașat poziția de lider al pieței regionale media;
- definirea și aplicarea unor strategii editoriale flexibile și dinamice;
- extinderea/modernizarea rețelei subredacțiilor studiourilor în centre urbane importante (Arad/Sibiu, Brașov);
- modernizarea permanentă a paginilor web prin diversificarea ofertei new media;
- consolidarea spațiilor rezervate emisiunilor în limbile minorităților naționale și a ponderii acestor emisiuni în structura programelor; lansarea site-urilor în limba maghiară și germană ale Redacției Minorități;
- elaborarea și supunerea spre aprobare a Proiectului Radio România Multicultural (program de radio dedicat minorităților naționale realizat de către echipele rețelei regionale). Sperăm că proiectul va fi pus în aplicare în 2010, după obținerea finanțării necesare pentru stațiile de emisie;
- derularea unor proiecte speciale de succes (reflectarea campaniilor electorale, România se prezintă, Descopera excelența, Stop prejudecăților față de etnia romilor).

Politica și producția editorială a rețelei studiourilor regionale

În anul 2009, politica editorială s-a integrat strategiei generale a Societății Române de Radiodifuziune; rezultatele obținute confirmă justetea strategiei editoriale aplicate, fiind răspunsul adecvat la nevoile ascultătorilor.

Posturile regionale de radio realizează mai mult de jumătate din producția totală de programe a SRR. În anul 2009 s-a acordat o atenție specială modernizării și descentralizării programelor, competiției pentru calitatea emisiunilor și audiență. S-au declanșat, de asemenea, proiecte privind apropierea emisiunilor de zone distinct individualizate, de evenimente cu caracter local, care au semnificație pentru întreaga zonă.

Emisiunile realizate și prezentate în direct reprezintă aproximativ 85% din totalul programelor difuzate, ceea ce asigură prezentarea operativă a evenimentelor și relatarea acestora, de multe ori concomitent cu desfășurarea lor.

Posturile regionale s-au implicat în reflectarea campaniilor electorale pentru alegerile europarlamentare și prezidențiale. În acest sens, fiecare studio a difuzat zilnic, în aceste perioade, două buletine de știri electorale, câte o ediție de luni până vineri a Tribunei candidaților și, suplimentar, dezbateri sau interviuri cu competitorii în cursa electorală.

Anul 2009 a confirmat că întreaga politică editorială a posturilor regionale de radio este deschisă spre ascultători, spre realitățile locale, concretizându-se prin prezentarea corectă, protejată de orice partizanat sau influență, a faptelor de viață.

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

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

De o apreciere deosebită se bucură și emisiunile multiplex ale rețelei. Radioprogramul "De zece ori România", realizat în comun de toate cele opt posturi regionale și difuzat timp de o oră, de cinci ori pe săptămână pe lanțul de stații Radio România Regional, reprezintă deja o marcă a radioului regional, la fel ca și transmisile multiplex pe teme sportive.

Totodată, Rețeaua Regională în colaborare cu Academia Română a derulat în 2009, prin intermediul emisiunii multiplex "România de nota 10" (difuzată în fiecare sâmbătă, între orele 07.30 – 08.00), proiectul "România se prezintă, descoperă excelența!", menit să mediatizeze inițiativele și personalitățile de excepție din domeniul cercetării și educației.

În toamna anului 2009 s-a derulat cea de-a treia etapă a proiectului SPER, în colaborare cu Agenția de monitorizare a presei, program consacrat luptei împotriva prejudecăților față de etnia rroma. În acest sens, au fost difuzate emisiuni speciale la nivelul fiecărui studio regional, precum și două ediții ale emisiunii "De 10 ori Romania".

Strategiile pentru viitor vor urmări permanentă modernizare, adaptarea activității radiourilor regionale la agenda ascultătorului și la cea a regiunii, dezvoltarea de noi produse (audio, video, grafică etc.) pentru noi platforme media (Internet, PDA, telefon mobil etc.), toate acestea pentru a servi și a menține/atrage audiența.

Reperetele anului 2009 în activitatea posturilor regionale de radio:

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

Postul a elaborat și a pus în undă o grilă flexibilă și complexă, care cuprinde atât emisiuni de actualitate, cât și dezbateri la care sunt invitate personalități din lumea culturală, academică, economică, politică. Accentul rămâne însă pe informațiile sociale, culturale, sportive și legate de administrația locală. De altfel, Radio București a continuat să aibă o bună colaborare cu administrația locală, facilitând dialogul zilnic între ascultători și autoritățile administrației locale și centrale (primari de sector, primar general, prefect de București și localitățile din județul Ilfov).

În primăvară a fost pus în practică în colaborare cu experții DW Akademie, proiectul de relansare editorială a programul local emis pe 98,3 FM. Acesta se bazează pe potențialul de piață pe care îl deține un astfel de program, relevat prin studiile întreprinse de CNA, dar și prin studiul strategic realizat de SRR, în care peste 80% dintre subiecți au relevat importanța radiourilor locale/regionale datorită tipului de informație furnizat publicului.

Schimbările propuse prin proiect, adoptarea și implementarea unui format muzical, îmbunătățirea ofertei editoriale, schimbarea unor echipe de realizatori, creșterea gradului de disciplină redacțională, au vizat într-o primă etapă creșterea gradului de conversie a ascultătorilor ocazionali (săptămânali – P2) în ascultători fideli (zilnici – P1).

În toamnă, conducerea postului, în colaborare cu colegii germani, a derulat etapa a doua, de stabilire a publicului țintă (30-50 ani, public activ) și a obiectivelor ce trebuie atinse în următorii 2 ani (București: market share 3 - 4%, daily reach 50.000; Muntenia: market share 2%, daily reach 50.000), a supus unei cercetări calitative noua ofertă editorială a Radio București, implementată din 15 iunie 2009, și a prezentat echipei redacționale rezultatele în cadrul unei serii de ateliere de lucru, stabilind astfel ajustările necesare.

Ținând cont de toate acestea, împreună au elaborat calendarul de acțiuni ce vizează relansarea postului de radio sub denumirea „București FM”, cu începere de la 1 mai 2010, ce prevede acțiuni în domeniul editorial (definitivarea ofertei de programe, adoptarea noului design audio), organizatoric (pregătirea personalului pentru schimbare, perfecționarea fluxului de lucru în zona redacțională, instituirea sistemului de aircheck, elaborarea unor instrucțiuni/norme de lucru), marketing (pregătirea și lansarea campaniei de promovare indoor/outdoor).

O atenție deosebită a fost acordată celor două campanii electorale, pentru alegerile europarlamentare și prezidențiale. Oferta postului a constat din buletine de știri electorale, emisiuni de mesaje electorale și emisiuni-dezbateri/interviuri.

În plus, la alegerile din lunile iunie și, respectiv, noiembrie și decembrie, postul nostru de radio a reflectat desfășurarea propriu-zisă a alegerilor cu echipe lărgite de reporteri, care au fost prezente pe tot parcursul zilei la Biroul Electoral Municipal și la diferite secții de votare din toate sectoarele Capitalei.

Din punct de vedere tehnic, a continuat implementarea noului sistem de emisie și producție RadioMan (transferul bazei de date, pregătirea personalului) și s-a avut în vedere modernizarea spațiilor de lucru (cabina de emisie, cabina de producție), dotarea cu aparatura necesară a reporterilor, precum și efectuarea lucrărilor necesare la emițător în scopul îmbunătățirii audiției.

Radio București a continuat colaborarea cu instituții de prestigiu și autoritate implicate în viața socială, culturală, economică, politică a Capitalei (primării, ministere, organizații, Camera de Comerț și Industrie a Municipiului București, Opera Națională, ONG-uri), precum și parteneriatele cu teatrele din București.

Postul a inițiat o serie de campanii menite să-i crească notorietatea ("Rămâi pe frecvența bunului simț – Fii domn cu prioritate!", "O zi fără mașina mea în orașul meu") și a susținut numeroase campanii cu impact pentru locuitorii Capitalei.

2. Radio Cluj și-a menținut și în 2009 statutul de instituție media generatoare de evenimente: Studioul Regional a împlinit 55 de ani de existență, ocazie deosebită de a promova într-o manieră mai accentuată imaginea postului public. Suita de evenimente din luna martie 2009, susținute în mare parte din resurse proprii, a avut succes la public și o reflectare amplă în presa locală și regională. Trei spectacole, vernisaje, întâlnirile cu ascultătorii, editarea unui almanah al radiofoniștilor scriitori, două premiere de teatru radiofonic – producție proprie, sunt doar câteva repere ale bogatului program aniversar.

Radio Cluj a reflectat cele două campanii de alegeri incluse în calendarul politic 2009. Prestația studioului, în acest sens, s-a derulat conform ofertei editoriale avansate de SRR. Nu s-au semnalat reclamații sau contestații din partea actorilor politici.

Corul de Copii Radio Cluj s-a menținut la standardele deja cunoscute, întregindu-și colecția de diplome cu premii obținute, pe lângă cele primite în țară, și cu cele de la festivaluri internaționale din Serbia și Ungaria.

Radio Cluj a promovat în postura de coorganizator sau partener media evenimente culturale de prim rang: Festivalul Internațional de Film Transilvania, Toamna Muzicală Clujeană, Festivalul Mozart, Expoziția aniversară foto despre Revoluția din România prezentată de Centrul Cultural Polonez.

O altă componentă a implicării Studioului Regional se poate defini prin proiectul „Inimi pentru inimi”, ajuns anul acesta la cea de a III-a ediție. Acțiunea de caritate a presupus sprijinirea a 28 de persoane aflate la limita subzistenței din comuna Sînmartin, județul Cluj. Radio Cluj a reușit, împreună cu parteneri economici fideli, să acumuleze peste 6 mii de lei. Promovarea acțiunii pe post și pe site-ul Radioului, precum și cele trei spectacole menite să impulsioneze solidaritatea față de comunitățile defavorizate au concurat la succesul demersului nostru.

Studioul Regional de Radio Cluj este un post care reflectă caracterul multietnic al zonei de acoperire. În acest context reperi constante ale ofertei editoriale, emisiunile în limbile minorităților difuzate de Radio Cluj și-au menținut nivelul calitativ atins în ultimii ani, modificările cantonându-se în categoria ajustărilor și nuanțurilor.

Schimbări mai accentuate a suferit emisiunea în limba ucraineană: din 19 iunie 2009 postul local Radio Sighet a inclus în grilă o emisiune săptămînală de 55 minute, concomitent cu sistarea emisiunii de 15 minute pe săptămîină, redactată și difuzată până la acea dată de la studioul din Cluj-Napoca. Astfel în Maramureș, unde trăiește o parte însemnată (aproximativ 55 - 60%) a comunității etnicilor ucrainieni din România, Studioul Regional de Radio Cluj a propus un produs radiofonic structurat și articulat pe problemele etnoculturale specifice zonei.

În martie 2009 Radio Cluj împlinea 55 ani de existență; redacția în limba maghiară s-a integrat în suita de evenimente și spectacole organizate cu acest prilej: săptămîna aniversară a debutat cu o expoziție de artă plastică în holul Studioului, unde și-au prezentat lucrările colegi cu înclinații și reale valențe artistice. Programul săptămîinii a fost întregit de o premieră de teatru radiofonic: piesa „Az engesztelés napja” - „Ziua iertării”, de Bálint Tibor, concursul de desen pentru copii inițiat și organizat de redactorii emisiunii de resort, și un eveniment-spectacol cu public, cu participarea formației clujene de rock Knock Out. Redacția a continuat și în acest an seria de întâlniri în teritoriu: membrii grupului de producție în limba maghiară s-au deplasat la Turda și Dej, Jebuc.

Radio Cluj, prin intermediul redacției maghiare a devenit partener media la Humorfeszt, Festivalul de Muzică Veche de la Miercurea Ciuc, la concursul de descoperie a tinerelor talente „Médiabefutó”, organizat de portalul Transindex.

Radio Cluj a făcut un pas decisiv pentru asigurarea unui nivel calitativ superior al emisiei: implementarea softului Qsound-soft a impus un regim de lucru mai riguros, o mai bună delimitare a atribuțiilor tehnice și editoriale, precum și o evidență exactă a pieselor muzicale difuzate. Astfel Radio Cluj a rezolvat sincopele legate de raportările pentru drepturile de autor.

Compartimentul producție editorială prin cele două grupuri (în limbile română, respectiv maghiară) s-a implicat plener în derularea programului de recalibrare și reorganizare internă denumit „Planuri de dezvoltare: Radio Cluj în viitor”.

Proiectul a fost demarat în colaborare cu speciaștii din Olanda, cu sprijinul compartimentului de pregătire profesională din SRR. Rezultatele efortului celor două ateliere sunt evidente: a) o grilă standard de programe reasezată, echilibrată și variată, caracterizată prin emisiuni magazin articulate și oferte editoriale coerente pe tot parcursul celor 24 de ore, respectiv b) dezvoltarea noilor platforme media prin care produsul radiofonic poate fi accesat: s-a schimbat site-ul radiocluj.ro conform exigențelor și posibilităților actuale din domeniu. În același timp s-a procedat la reorganizarea activității editorial-redacționale prin regruparea angajaților în funcție de cei trei vectori importanți: emisiuni informative, cele social-educative, respectiv componenta cultural-muzical-sportivă.

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

Oferta de programe pentru atragerea publicului țintă (activ, ocupat, cu nivel de educație mediu și peste mediu, cu vârste între 35 și 55 de ani), dar și pentru menținerea pe frecvențe a publicului consacrat, a continuat să se diversifice și a crescut gradul de adaptabilitate a materialelor informative și a modului de tratare jurnalistică a evenimentelor la nevoile punctuale ale publicului, odată cu separarea emisiei pe frecvențele de unde ultracurte, respectiv medii.

A fost perfecționată emisiia online și a fost îmbunătățită calitatea recepției pe Internet prin utilizarea unor servere mai performante și lărgirea benzii de streaming, precum și alocarea de benzi separate emisiei în AM și celei în FM.

Din punct de vedere tehnic s-a reușit realizarea unui program de emisie cu personal minim, pe frecvențe separate, fără costuri suplimentare și, mai ales, în perioada sezonului estival, s-a reușit completarea instalației de sonorizare exterioară pe plaja stațiunii Mangalia.

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

În anul 2009, Anul European al Creativității, Studioul Regional Radio Constanța a organizat Gala Premiilor pentru Creativitate și Inovație, unde au fost premiate personalități de prim rang ale științei și culturii dobrogene, recunoscute pe plan național și internațional.

Pe tot parcursul anului, Radio Constanța și Radiovacanța au fost organizatori, co-organizatori sau parteneri media la aproximativ 80 de evenimente.

4. Radio Oltenia Craiova a continuat în 2009, anul care a marcat împlinirea a 55 de ani, rezultatele foarte bune ale ultimilor ani, în principalele domenii: editorial, economic, tehnic, marketing și PR, audiență și notorietate, devenind un post cu adevărat al cetățeanului, pe principii europene.

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

Experiențe notabile și trecute cu bune rezultate au fost campaniile electorale ale anului 2009, pentru alegerile europarlamentare și alegerile prezidențiale.

Continuarea preocupărilor pentru dezvoltarea tehnică s-a materializat în 2009 în realizarea legăturii prin releu digital între studio și emițător, cu dublu back-up, pe fibră optică și releu analogic, precum și în începerea modernizării cabinei de producție. Privind transmisia live, pe Internet, a programelor studioului s-a dublat numărul accesărilor.

5. Radio Iași s-a transformat într-o organizație media aptă pentru integrarea autentică în Uniunea Europeană: promovează diversitatea (etnică, religioasă, culturală, lingvistică), modifică formatele de emisiuni prin mărirea gradului „live” și de interactivitate, manifestă interes pentru un radio modern, pentru concentrarea pe agenda cetățeanului/cunoașterea realităților din Moldova, structurarea pe domenii, reacțiile rapide la evenimente/capacitatea de a genera evenimente, eficientizarea activității, adaptabilitate, identificarea reușitelor și a eșecurilor înregistrate (corectarea, cu costuri minime, a greșelilor), utilizarea echilibrată a potențialului uman, continuarea procesului de remodelare a culturii organizaționale etc.

Studioul Regional Iași continuă să privilegieze evenimentul și analiza, caută să (re)interpreteze rolul educației în spațiul radioului public, și-a propus să privească spre cultură într-un mod disociat: atât ca produs, obiect, domeniu *etc.*, cât și ca mod de abordare a realității; „se întâmplă acum” și „cu trecutul se clădește viitorul” reprezintă sintagme care definesc programele.

S-a impus analiza permanentă a respectării timpilor de antenă acordați partidelor politice și a respectării echidistanței față de orice actor politic (stau mărturie cele două campanii electorale).

Esențială este strategia de imagine și de comunicare, pentru **Radio Iași FM** și **Radio Iași Clasic** (axată pe 3 componente: I. Strategie de imagine; II. Strategie de produs; III. Strategie PR).

Totodată, au fost fixate următoarele ținte:

- continuarea procesului de scădere a mediei de vârstă a ascultătorilor;
- consolidarea numărului de ascultători și a cotei de piață;
- separarea completă a plajelor AM/FM (din septembrie 2010).

În anul 2009, Studioul Regional Iași a continuat să organizeze evenimente extraordinare (spre exemplu, spectacolele „Suntem acasă în toată Moldova”, „Dragobetele sărută fetele”, concertele Radio Iași-Direcția 5, Aniversare Radio Iași '68, Opis Band, Juvenes Ecclesiae, Hanuka, Hac Nocte, Millenium); a fost, în repetate rânduri, co-organizator și partener *media*. Aceste activități au ținut seama de solicitările publicului, de preferințele sale și au folosit, tot mai mult, avantajele comunicării on line (www.radioiasi.ro).

Luni, 2 noiembrie 2009, s-au finalizat lucrările de instalații și de construcții la „**Blocul de Producție**”, cea mai importantă investiție a Radiodifuziunii Române, în fapt un nou studioul de radio și asta exact în momentul în care colectivul studioului trebuia să părăsească vechea clădire, pierdută în instanță în favoarea unei asociații religioase.

6. Radio Reșița

Anul 2009 a însemnat un an cu rezultate remarcabile, marcându-se o tendință ascendentă în majoritatea domeniilor.

Principalele realizări:

- menținerea de către Radio Reșița a poziției de lider de audiență în zona de acoperire;
- finalizarea unor proiecte tehnice;
- participarea la diverse proiecte europene;
- continuarea procesului de modernizare.

Activitatea editorială: anul 2009 a însemnat implementarea noii structuri editoriale (grile de programe și formate de emisiuni). Prin aceasta s-a răspuns unor categorii diversificate de ascultători prin produse radiofonice adecvate.

Activitatea tehnică: a avut ca prioritate o mai bună recepție a postului. S-a reușit de asemenea finalizarea unor proiecte majore cum ar fi: achiziționarea aparaturii de transmisie digitală, precum și a back-up-ului acesteia, schimbarea atât ca format cât și ca mod de accesare a site-ului Radio Reșița, modernizarea cabinei de producție, a departamentului fonotecă și a secretariatului.

Organizare: a fost implementat proiectul de diseminare a „Standardelor profesionale ale SRR – ghid de bune practici”.

Comunicare, promovare: datorită unor campanii susținute de promovare a produselor radio, postul a reușit să aibă o mai bună vizibilitate pe piață. Promovarea postului s-a făcut prin participarea la evenimente de anvergură, determinate de Radio Reșița, fie în parteneriat cu alte instituții.

7. Radio Târgu-Mureș

Principalele realizări ale anului 2009:

- finalizarea cabinei de emisie;
- lansarea noului site www.radiomures.ro și lansarea site-urilor www.radioantenabv.ro și www.cnmbv.ro;
- demararea proiectului “Centrul Național Multimedia” – parteneriat între SRR-Radio Târgu-Mureș și Universitatea Transilvania din Brașov.

Activitatea editorială: au continuat stimularea spiritului civic, dezbateră și participarea la viața publică. Postul a încercat să contribuie mai mult la educarea și formarea publicului, să promoveze diversitatea culturii românești și universale. Studioul Regional de Radio Târgu-Mureș cultivă limba română și dovedește exigență în folosirea tuturor limbilor în care emite.

S-au desfășurat două campanii electorale în care partidele politice și candidații au putut să se exprime liber, conform legilor, iar postul a primit aprecieri de la întreaga clasă politică, reprezentată în județele acoperite, privind profesionalismul de care a dat dovadă.

Activitatea tehnică: RTM a reușit modernizarea cabinei de emisie, prin eforturi proprii. A fost lansat noul site al RTM și au fost concepute site-urile subredacției Antena Brașovului și al Centrului Național Multimedia.

Organizarea: a continuat procesul de modernizare a organizației, prin diseminarea Standardelor Jurnalistice ale SRR.

Comunicare, Promovare, Identitate instituțională: toate realizările RTM, toate proiectele echipei au fost reflectate în mass-media prin campanii susținute de promovare.

8. Radio Timișoara se adresează cu precădere ascultătorilor din județele Arad, Timiș și Hunedoara cu programe ce acordă prioritate actualității regionale. Radio Timișoara emite în acest moment pe două frecvențe, cea tradițională de unde medii, 630 KHz și cea pe FM, 105,9 MHz, care acoperă municipiul Timișoara și zona adiacentă acestuia.

Radio Timișoara emite în 10 limbi (română, germană, maghiară, sârbă, cehă, slovacă, bulgară, ucrainiană, rromani și italiană), având program propriu zilnic între orele 6.00 și 24.00.

În zona proiectelor speciale ale studioului se poate menționa îmbunătățirea colaborării cu colegii de la Radioteleviziunea Novi Sad, care vine să completeze bunele relații deja existente cu posturile de radio din Szeged, Bratislava și Ujgorod.

De asemenea, au fost extinse relațiile de colaborare și cu alte posturi de radio care se adresează comunităților românești din Euroregiunea Dunăre-Criș-Mureș-Tisa DKMT, cum ar fi cele din Serbia: Zrenjanin, Kikinda și Vrșeț.

Campaniile electorale din 2009, la Radio Timișoara, s-au desfășurat fără probleme, cu respectarea legislației și a normelor CNA.

Radio Timișoara a deschis în luna octombrie 2009 sediul subredacției sale în municipiul Arad, care poate deveni post local după obținerea unei frecvențe în FM pentru județul Arad.

În domeniul tehnic putem menționa:

- o reducere a costurilor cu aprox. 1.500 lei pe lună prin utilizarea de truse mobile de transmisii pe linii telefonice fixe și mobile, renunțându-se la circuitele fonice închiriate folosite pentru transmisiile sportive săptămânale;
- optimizarea contractelor cu furnizorii de comunicații mobile și fixe prin reducerea numărului de abonamente și beneficierea de contracte tip „corporate”;
- amenajarea constructivă și dotarea tehnică a studioului local de radio Arad prin mijloace proprii; s-a obținut, prin donație, de la Ambasada S.U.A. un emițător FM Harris de 10 kW; în vederea extinderii ariei de recepție FM, s-a obținut frecvența de 103,6 MHz din amplasamentul Făget (Coșevița) și s-a solicitat obținerea unei frecvențe FM pentru amplasamentul Șiria (Arad).

9. Programe în limbile minorităților naționale

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

SRR realizează un pachet de programe pentru minoritățile etnice, preluate apoi și de posturile regionale de radio Târgu Mureș, Cluj și Timișoara. Aceste emisiuni își propun să cultive limba și valorile culturale ale minorităților naționale, tradițiile și obiceiurile acestora, să prezinte viața și preocupările comunităților etnice integrate în ansamblul societății românești.

Programele, produse în București, sunt realizate de o redacție specializată, **Redacția emisiunilor în limbile maghiară și germană**, care produce emisiuni în limbile maghiară și germană. Redacția realizează săptămânal 380 de minute în limba maghiară și 370 de minute în limba germană.

Între Redacția Minorități Națională și radioul public din Ungaria există o relație de colaborare fructuoasă: participări la schimburi de experiență, perfecționare profesională și realizarea în comun a unor emisiuni.

Având în vedere obligativitatea îndeplinirii angajamentelor asumate de Statul Român prin Legea nr. 282/2007, pentru Ratificarea Cartei Europene a Limbilor Regionale sau Minoritare, Consiliul de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune a aprobat prin hotărâre proiectul inițiat de Redacția Minorități, pentru realizarea unui program național de radio care emite emisiuni în limba română și în 10 limbi definite ca „limbi protejate” de această lege.

Programul Național Radio România Multicultural va fi realizat și va funcționa prin reorganizarea Redacției Minorități din București care va produce emisiuni, pe lângă limba maghiară și germană, și în limbile bulgară, cehă, croată, romanes, rusă, sârbă, slovacă, turcă, ucraineană. Programul național va emite zilnic între orele 14.00 - 16.00 și 22.00 - 24.00 pe frecvențe de undă medie.

Pentru marcarea Zilei Minorităților, Redacția Minorități a pregătit materialul pentru editarea unui CD care cuprinde 20 de piese muzicale din folclorul tradițional al fiecărei comunități naționale din România.

Programele Redacției pentru emisiuni în limbile minoritatilor nationale pot fi ascultate live pe Internet, din toamna anului 2009, pe adresele www.bukarestiradio.ro (în limba maghiara) și www.radiobukarest.ro (în limba germana).

Totodată, emisiuni în limbile minorităților naționale produc și difuzează posturile regionale Cluj, Constanța, Iași, Reșița, Târgu Mureș și Timișoara. În cursul anului 2009 a crescut numărul orelor de program, difuzate în limbile minorităților la studiourile Cluj, Timișoara și Iași.

Datele detaliate pe studiouri, referitoare la numărul de minute transmise în limbile minorităților naționale:

Radio Cluj: în limba maghiară – 1680 de minute/săptămână în unde medii, 2940 de minute/săptămână în FM, iar în limba ucraineană – 55 minute/săptămână, difuzate de Radio Sighet.

Radio Constanța: în cursul unei săptămâni, se transmit în limba greacă – 60 de minute, în limba turcă – 60 de minute, în limba ruso-lipoveană – 60 de minute, în limba tătară – 60 de minute, în limba armeană – 60 de minute, în dialectul aromân – 60 de minute.

Radio Iași: 30 minute în limba ucraineană, 30 minute pentru rromi, 30 minute pentru minoritatea evreiască, 30 minute în limba ruso-lipoveană, 30 minute pentru alte minorități naționale, în unde medii, în fiecare săptămână.

Radio Timișoara: pe săptămână, câte 840 de minute în limbile maghiară, germană și sârbă (în FM și AM), iar în AM - 60 de minute în limba slovacă, 30 de minute în limba cehă, 60 de minute în limba bulgară, 60 de minute în limba ucraineană, 30 de minute în limba rromani și 60 de minute pe lună în limba italiană.

Radio Târgu-Mureș: limba maghiară – 3000 de minute în FM, din care 2220 de minute și pe unde medii, limba germană – 380 de minute pe unde medii, limba rromă – 135 de minute/săptămână în FM.

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

Reprezentanții studiourilor regionale care emit și în limbile minorităților naționale au avut numeroase colaborări cu reprezentanții acestora, pe tot parcursul anului 2009, în cadrul unor evenimente culturale, sociale, economice, religioase.

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

Proiecte speciale ale studiourilor regionale

În decembrie 2009 s-a desfășurat a treia ediție a concursului dedicat „Zilei minorităților”, la care au participat 18 realizatori din cadrul rețelei regionale Radio România.

Reteaua regională gestionează și proiectul de retransmisie a grupajelor informative Radio România de către stațiile comerciale partenere. Radiojurnale și buletine de știri ale SRR sunt preluate de peste 70 de stații locale, contribuind astfel la creșterea audienței, notorietății și prestigiului instituției.

O atenție deosebită a fost acordată și numeroaselor proiecte în care rețeaua regională a fost implicată cu succes: Caravana “Gaudeamus” (Cluj, Craiova, Timișoara, Sibiu), târgurile de carte de la București, festivalurile naționale “Cerbul copiilor”, “Mamaia Copiilor”, proiectul estival “Radiovacanța copiilor – Năvodari”, precum și cel derulat în colaborare cu Ministerul Dezvoltării Regionale (radiourile regionale - mediatori ai dialogului social dintre toți “actorii” vieții economice/sociale).

În planul relațiilor internaționale trebuie menționată derularea cu consecvență a activităților legate de protocoalele de colaborare încheiate cu radiourile regionale din Bulgaria, Ungaria, Slovacia și Serbia.

M. Radio România Internațional

Radio România Internațional realizează **54 de ore de programe pe zi**, transmise pe trei canale, **7 zile din 7, în română, engleză, franceză, germană, spaniolă, rusă, arabă, chineză, italiană, sârbă, ucraineană și dialectul aromân.**

RRI este un post generalist, cu format "Adult Contemporary", ca toate posturile internaționale, iar muzica difuzată este românească în proporție de peste 90%, din toate genurile.

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

Secția Aromână RRI 1 realizează 3 emisiuni/zi (3x26 de minute).

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

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

Obiective majore pentru 2009:

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

Misiunea RRI

În contextul documentului de identitate „Radio România – Viziune, Misiune, Valori și Principii”, RRI rămâne **principalul mijloc** aflat la dispoziția României de ofensivă și atac pe piața informațională externă, deoarece aria de acoperire a altor media românești în limbi străine este limitată, iar mijloacele de informare străine acoperă de multe ori sporadic și superficial evenimentul românesc.

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

RRI în limba română (RRI 1)

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

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

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

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

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

Pe fondul tulburărilor politice de la Chișinău, din aprilie 2009, dar și al câștigării scrutinului anticipat din iulie 2009 de către o coaliție de partide pro-europene, au fost introduse pe site rubrica „România - R. Moldova” și am folosit intens profilurile Twitter și Facebook.

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

„Curierul românesc”, care țintește mai ales marinarii români din lume, a continuat să fie produsă și difuzată duminica, între 8.00 și 11.00, ora României, respectiv redifuzată, duminică, între orele 15.00 și 16.00, în cadrul ofertei nonstop în limba română.

O noutate a anului 2009 a fost rubrica „Revista subiectelor europene”, din cadrul emisiunii de tip magazin „Panoramic punct ro”, realizată de luni până vineri, între orele 10.15 și 11.00, de Serviciul Reportaj-Panoramice și difuzată sub egida proiectului de cooperare radiofonică europeană EURANET.

RRI în limbi străine (RRI 2)

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

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

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

RRI 2 oferă informații la zi, analize imparțiale, rapide și relevante despre actualitatea social-politică, diversitatea opiniilor din societatea românească, procesul de democratizare și reformă, potențialul economic, patrimoniul cultural și atracțiile turistice ale României, performanțele sportive, viața spirituală, relațiile cu zona de destinație a programelor, creionând o imagine a României ca **parte a culturii și civilizației europene**.

Echipele

RRI are **circa 20 - 24 de colaboratori externi, unii dintre ei fiind vorbitori nativi** în limbi străine. Majoritatea redacțiilor în limbi străine au beneficiat, cel puțin temporar, de **colaborarea unor vorbitori nativi ai limbilor de emisie**. Bursieri voluntari din Spania, Germania, Italia și Franța, tineri care se pregătesc pentru o carieră jurnalistică, au fost oaspeții redacțiilor RRI pentru mai multe săptămâni.

Corespondenți peste hotare

A continuat trimiterea de ziarști de la RRI pe post de corespondenți SRR peste hotare, cu **foarte bune rezultate: Cristina Tiberian** este corespondent al SRR la Londra; **Roxana Vasile** este corespondent la Paris.

Deplasări în comunitățile românești sau armânești

Au continuat deplasările redactorilor RRI în comunitățile românești/de aromâni din lume, ca și participările la evenimente organizate de respectivele comunități (Veronica Ioniță, la Tirana, Albania, și Vidin, Bulgaria, Lala Tașcu la Cocani (FYROM) și Mislogin, Serbia, Carmen Săndulescu la Londra, Marea Britanie).

Grilele de programe

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

Din reacțiile ascultătorilor și utilizatorilor Internet rezultă că grilele sunt percepute ca **echilibrate și solid construite**, acoperind practic toate domeniile de interes pentru publicul nostru. Din toate aceste motive, grilele suferă schimbări destul de lente. Principalele modificări au vizat adaptarea mai bună a ofertei redacționale la **noul statut de țară UE** a României și creșterea numărului de cetățeni **români aflați la muncă** peste hotare.

Cicluri de emisiuni în 2009:

- alegerile europarlamentare;
- alegerile prezidențiale; RRI a realizat interviuri proprii cu candidații la funcția supremă în stat care au dorit interviuri separate pentru RRA, Antena Satelor și RRI; în emisiuni și pe site am oferit informații utile privind organizarea alegerilor, legislația electorală, unde se votează, pe baza căror documente etc.;
- referendumul național din 22 noiembrie, privind trecerea la un Parlament unicameral și reducerea numărului de parlamentari la maximum 300 de persoane;
- situația politică din R. Moldova;
- efectele crizei economice;
- stadiul ratificării Tratatului de la Lisabona;
- situația militarilor români din teatre de operațiuni militare (inclusiv retragerea din Irak);
- rutele petrolului caspic, ale gazelor naturale (Nabucco, Southstream);
- sportivii români în competiții internaționale, inclusiv Cupele europene de fotbal, competițiile de handbal feminin și masculin, de gimnastică artistică, de canotaj, de polo pe apă, meciurile profesionale de box în care au fost angrenați sportivi români etc.

A continuat în prima duminică din noiembrie „Ziua ascultătorului”, o zi în care programele RRI sunt realizate mai ales pe baza contribuțiilor scrise sau înregistrate ale publicului. Ediția din 2009 a avut loc chiar de 1 noiembrie, „Ziua Radioului”, și s-a axat pe cei 20 de ani de la prăbușirea regimurilor comuniste din Estul Europei.

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

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

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

Direcțiile strategice ale grilelor de programe:

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

Relația cu ascultătorii/utilizatorii:

A fost dinamizat dialogul cu ascultătorii și utilizatorii Internet prin:

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

Relația cu ascultătorii este bună, după cum demonstrează reacțiile auditoriului, care nu ezită să-și spună părerea, atunci când ceva nu-i place.

În cabina de emisie a Serviciului Român a fost creată o adresă de Yahoo Messenger, «radioromaniainternational», cu care se poate intra în legătură cu publicul în timpul programelor.

Multe dintre emisiuni sunt un **răspuns la solicitările sugestiile și ideile ascultătorilor**, care comunică tranșant ce-i interesează să afle. Ascultătorii/utilizatorii trimit scrisori, rapoarte de recepție și e-mail-uri, dau telefon în redacții și trimit faxuri, iar **RRI răspunde la mesaje**. Pe lângă răspunsurile scrise, RRI ține legătura cu ascultătorii prin intermediul rubricilor „Poșta Radio” și „Club DX”, foarte apreciate.

Principalul mod de cercetare a audienței la un post de radio internațional de dimensiuni mici sau medii este prin intermediul mesajelor primite de la ascultători sau utilizatori (mai ales e-mail, dar și scrisori). **În anul 2009 RRI a primit peste 19.000 de mesaje scrise** din circa 110 țări.

Mijloace de difuzare și redifuzare

În afara posibilităților de recepție actuale, ascultătorii și utilizatorii ar dori să urmărească emisiunile RRI prin retransmisie în unde scurte din locații mai apropiate și pe frecvențe mai bune ori prin retransmisie în FM sau în unde medii, la posturi locale.

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

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

Unde scurte

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

La solicitarea publicului său, RRI oferă emisiuni în unde scurte în limbile engleză și franceză orientate spre Africa, respectiv emisiuni în engleză pentru India și Japonia, ca și emisiuni în spaniolă pentru publicul hispanofon din sudul SUA.

Rebroadcasting

O parte din programele RRI sunt redifuzate, în urma unei licitații internaționale, printr-un contract de 4 ani, de către firma britanică WRN Ltd; pachetul de servicii de redifuzare de programe se referă la transport și distribuție prin satelit, către Europa, America de Nord, Orientul Mijlociu, Africa, Asia, Pacific, distribuție prin relee terestre în unde ultrascurte și unde medii, transmisie în sistem digital, distribuție în sistem podcasting (în engleză), a unor programe RRI în limbile engleză, germană, franceză, rusă, arabă, ucraineană, sârbă, italiană și dialectul aromân.

DRM (Digital Radio Mondiale)

Noile emițătoare RADIOCOM au permis trecerea unei părți a emisiunilor RRI în sistem digital DRM; astfel, RRI emite în prezent circa 8,5 ore de programe în engleză, germană, franceză, italiană, rusă și chineză. Programele emise în sistem digital sunt emise simultan, către aceleași destinații, și în sistem analogic.

RRI s-a afiliat la Consorțiul DRM cu statut de „DRM Supporter”, ceea ce-i permite să fie sincron cu evoluțiile din domeniul digitalizării.

Internet

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

Programele RRI pot fi ascultate în mai multe formate, cu diferite calități ale sunetului, în funcție de conexiunile utilizatorilor: WMA (Windows Media Audio), la 64, respectiv 128 kbps, în format MP3, la 64, respectiv 128 kbps, și în format AAC+, la 48, respectiv 64 kbps.

Rețele de socializare

RRI este puternic implicată în diversificarea prezenței sale online, prin intermediul rețelelor de socializare și a site-urilor specializate de fotografii și fișiere video.

RRI are profiluri proprii, urmărite de sute de fani din circa 20 de țări pe rețelele:

- **Twitter** (<https://twitter.com/RRInternational>)
- **Facebook** (<http://www.facebook.com/pages/Radio-Romania-International/184839860150?ref=ts>)
- **YouTube**
- **Flickr** (http://www.flickr.com/photos/radio_romania_international).

RadioMan

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

Radiovacanța

A continuat difuzarea zilnică de scurte buletine de știri în limbi străine (engleză, franceză, germană, rusă și italiană), la postul estival “Radiovacanța” Mamaia. În 2009 a fost dezvoltată cooperarea, focalizând eforturile pe vârful de sezon, între 1 iulie și 31 august. Buletinele de știri au fost redactate în limba română, apoi traduse și citite la București de redactorii RRI de la cele 5 limbi străine și transmise prin FTP (File Transfer Protocol), ca fișiere audio, care au fost plasate în emisie. Știrile în limbi străine au fost difuzate în FM și prin Internet la orele 19.00 și reluate a doua zi la 09.00 și 14.00.

Cooperarea la emisiuni în limba română de peste hotare

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

Au continuat **emisiunile săptămânale multiplex** (joia seara) realizate de Serviciul Român RRI în sistem duplex sau multilex **cu studiourile regionale sau locale ale SRR** (Radio Craiova, Radio Reșița, Radio Timișoara, Radio Cluj, Radio Sighet, Radio Târgu Mureș, Radio Iași, Radio Constanța) și **cu posturi din jurul granițelor** (Radio Novi Sad, Radio Far Alibunar, Radio Doina Gârbovița, Radio Victoria Vîrșeș, Radio Szeged, Radio Ujgorod, Radio Cernăuți, Vocea Basarabiei) și cu asociații și reprezentanți ai românilor din Bulgaria. Aceste programe sunt **consacrate problemelor românilor de dincolo de hotare**.

În același timp, RRI este **prezent ritmic (zilnic, bisăptămânal, săptămânal sau bilunar) cu rubrici, știri, interviuri, intrări în direct, în limba română**, în emisiuni și programe în limba română ale posturilor: RK 20 Madrid (Programul „Român în Lume”), RKM Madrid (**și în limba spaniolă**), Vocea Setubalului, Portugalia („O îmbrățișare din România”), Radio Helsinki (Graz, Programul „România astăzi”), Freies Radio fur Stuttgart („Vocea Comunității Românești din Stuttgart”, realizat de Forumul German-Român din localitate) (**și în limba germană**), Radio CKDG 105,1 FM, Montreal, Canada (Programul „MarcaRo”), Radio Flash Torino (**și în limba italiană**), Radio Torino Internațional (**și în limba italiană**), Radio „Ciocârlia”, din Londra, Transmedia FM, din Madrid (**și în limba spaniolă**).

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

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

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

Acorduri de parteneriat

RRI a încheiat în 2009 Acorduri de parteneriat cu:

- **Transmediaro Group**, din Madrid, Spania, care deține postul de radio **Transmedia FM**, pentru cooperarea la un program de radio săptămânal în limbile română și spaniolă;
- **“Romani în UK”** Ltd., din Londra, Marea Britanie, care deține postul de radio online **“Ciocârlia”**, pentru cooperări în limbile română și engleză;
- **Radio FAR**, din Alibunar, Serbia, pentru cooperări în limbile sârbă și română;
- programele transmise între orele 22.00-05.00 sub egida RRI (programe RRI și preluări de la RRA) sunt transmise de **„Vocea Basarabiei”** din Republica Moldova, în cadrul unui acord încheiat cu SRR;
- **Radio Polonia**, pentru cooperări în limbile engleză, ucraineană și rusă;
- **Fundația Soros România** (acord de parteneriat media);
- **R.A. „Monitorul Oficial”** (acord de parteneriat media);
- **Asociația „Cultura Păcii”**, cu sediul în București, asociație care are ca obiect de activitate sprijinirea imigranților, apatrizilor și solicitanților de azil din România.

De asemenea, SRR s-a afiliat prin RRI, la **Comunitatea italofonă de radio și televiziune**, cu sediul la Roma.

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

EURANET (European Radio Project)

RRI este puternic implicată în proiectul de cooperare radiofonică internațională EURANET, finanțat de către Comisia Europeană.

În anul 2009 s-a trecut de la organizarea sub formă de consorțiu la cea de Grup Economic de Interes European (GEIE); la proiect iau parte circa 15 posturi de radio internaționale, regionale și locale din țări UE; secretarul general RRI a fost ales pentru un mandat de un an printre cei 5 vicepreședinți ai EURANET.

Consiliul de Administrație și Comitetul Director au aprobat participarea RRI la proiect, cu producții proprii în limbile engleză, franceză și germană și cu adaptări în română și spaniolă; pagina de Internet în limba română este una dintre cele mai dinamice, mai dezvoltate și mai accesate în limbile de emisie, după cele în franceză și germană.

Strasbourg Connection (proiect european)

Radio România Internațional și Radio România Cultural au câștigat un proiect care va fi finanțat de Parlamentul European cu circa 15.000 de euro.

Cele două posturi vor realiza și difuza un ciclu de 12 emisiuni pe teme europene, cu titlul „Strasbourg Connection”; proiectul va avea un blog propriu, atașat site-urilor RRI și RRC.

Concursurile de cultură generală

Concursurile de cultură generală, dotate cu premii, inclusiv cu sejururi în România, în zone cu mare încărcătură culturală, istorică și turistică, sunt unul dintre pilonii eforturilor RRI de a-și mări și fideliza audiența.

Astfel, în anul 2009:

- au petrecut sejururi în Deltă, în luna iulie, câștigătorii concursului „100% Delta Dunării”, 3 ascultători francezi, unul suedez și unul marocan; dincolo de Marile Premii au existat aproape 100 de premii și mențiuni în obiecte;
- au petrecut sejururi în zona Munților Apuseni, în luna august, câștigătorii concursului „Aurul Apusenilor”, 2 ascultători austrieci și 2 ascultători chinezi; s-au primit 849 de răspunsuri, cel mai mare număr de răspunsuri corecte la un concurs organizat de RRI; dincolo de Marile Premii au existat peste 250 de premii speciale, premii și mențiuni în obiecte;
- s-a derulat concursul „Festival George Enescu 2009”, dotat cu peste 90 de premii și mențiuni în obiecte;
- a fost organizat un concurs consacrat „Zilei Ascultătorului la RRI”; anual, în prima duminică de după 1 noiembrie, „Ziua Radioului”, RRI își alcătuieste programele mai ales pe baza contribuțiilor scrise sau vorbite ale publicului său, pe o temă dată; în 2009 tema a fost legată de cei 20 de ani de la căderea comunismului în Europa de Est; concursul a fost dotat cu 35 de albume foto-document „Revoluția Română 20”;
- s-a lansat un nou concurs de cultură generală, „Legende de Buzău”; Marile Premii vor fi sejururi în pensiuni agroturistice și zona Buzău, în lunile mai - iunie 2010.

PROIECT STRATEGIC CU FINANȚARE DE 4 MILIOANE DE EURO DE LA COMISIA EUROPEANĂ

ACCES – FORMAREA PROFESIONALĂ CONTINUĂ, CALIFICARE / RECALIFICARE - GARANȚIA SUCCESULUI PE PIAȚA MUNCII PENTRU ANGAJAȚI este titlul proiectului strategic pe care îl realizează SRR, cu suport financiar de la Comisia Europeană (98%) prin instrumente structurale - **Fondul Social European, Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013 (POS DRU)** - Axa prioritară 2 “Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”, Domeniul Major de Intervenție 2.3 “Acces și participare la formare profesională continuă”.

Guvernul României contribuie cu 2% la această finanțare.

Proiectul strategic presupune realizarea unei campanii naționale de informare și conștientizare pentru promovarea beneficiilor formării profesionale continue în rândul angajaților, al întreprinderilor și al altor grupuri interesate, în vederea obținerii de către aceștia a unei calificări complete.

Proiectul stimulează creșterea accesului la formare profesională continuă, sprijină formarea profesională a resurselor umane prin conștientizarea importanței participării la programe de calificare/ recalificare și se adresează angajaților, managerilor și personalului furnizorilor autorizați de formare profesională continuă, publici și privați din România, pentru asigurarea competențelor și calificărilor necesare pe piața muncii, pentru mărirea nivelului contribuției la dezvoltarea durabilă.

Proiectul este realizat prin contribuția rețelei SRR – posturi centrale, posturi regionale și stații locale SRR.

PROIECTE PENTRU VIITOR

Radio România Actualități

Radio România Actualități se va concentra în 2010 pe produse jurnalistice de excelență (documentar, feature, radioreportaj).

De asemenea, RRA se va axa pe consolidarea proiectului pentru cultivarea limbii române corecte și expresive în emisiuni.

Un proiect important este proiectul „Dunărea”, menit să susțină „Strategia UE pentru regiunea Dunării”, în parteneriat cu Ministerul Afacerilor Externe și cu Asociația Națională a Agențiilor de Turism. Proiectul editorial va fi materializat printr-o călătorie de la izvoarele la vărsarea Dunării, cu escale în comunitățile riverane. Proiectul sa va derula pe circa 6 luni, urmărind inițiativele și contribuțiile altor țări în domeniile ecologiei, dezvoltării socio-economice, transportului, energiei, gestiunii apei. În paralel, pe segmentul românesc al Dunării, vor fi reflectate, în coproducție cu Radio Românai Internațional, realitatea, dar și potențialul României și al vecinilor în a se integra în acest proiect.

RRA a demarat proiectul „Mișcarea de sănătate 2010”, campanie unicat în peisajul media românesc, prin care îndeamnă publicul la mișcare și practicarea sporturilor de sezon. Campania susține sloganul postului, „Ține pasul cu viața!”, dar pune în practică și noul spot CNA care îndeamnă publicul la mișcare timp de 30 de minute pe zi. Proiectul RRA promovează, totodată, zone turistice din țară (pârtii de schi, pationare, parcuri, zone de agrement), ca și potențialul turistic intern în ansamblu, încurajând publicul tânăr, energic, dinamic să participe la un concurs cu premii, organizat în cadrul programului „România împreună”.

RRA va continua proiectul de succes „Folk fără vârstă”, aflat la cea de-a patra ediție. Manifestarea cuprinde un concurs între elevii sau studenții participanți și un recital susținut de cantautori consacrați. S-a conturat posibilitatea colaborării cu MAE pentru a exporta acest produs marca RRA în comunitățile românești din jurul granițelor.

RRA va susține, în cadrul programului „Obiectiv România”, o campanie de promovare a mersului pe bicicletă, alăturându-se celor care iau atitudine și aleg un stil de viață sănătos. Megând cu bicicleta RRA dorește să redescopere, alături de ascultătorii săi, interesul pentru mediu, sport, mișcare, relaxare și sănătate, dar va cere și implicarea autorităților, a meidului privat, a societății civile pentru a recâștiga respectul pentru bicicliști.

Radio România Cultural

Proiectele pentru anul 2010 vizează implicarea tot mai concretă a postului în evenimente de impact, în coproducții de evenimente culturale de amploare (concursul-spectacol „Drumul spre celebritate” realizat în coproducție cu Centrul cultural Palatele Mogoșoaia, concursul Eurovision de muzică clasică, Festivalul Național de Teatru, proiecte educaționale, proiecte cu finanțare europeană).

De asemenea, deschiderea pentru dezvoltarea extensiilor online este tot mai mare, concursurile interne de proiecte fiind centrate pe această idee, care dublează rețeaua FM, având ca țintă publicul tânăr și foarte tânăr.

Radio România Muzical

În anul 2010, una dintre priorități va fi marcarea celor trei mari aniversări: 200 de ani de la nașterea lui Frederic Chopin (1 martie), 200 de ani de la nașterea lui Robert Schumann (8 iunie) și 150 de ani de la nașterea lui Gustav Mahler (7 iulie).

Vor continua proiectele editoriale ce au debutat în stagiunea 2009-2010: liniile de emisiuni „Portret de compozitor”, „Vitrării” (istoria celor mai importante culturi muzicale europene). Va rămâne o prioritate valorificarea creației și interpretării românești, precum și continua preocupare pentru îmbunătățirea conținutului editorial oferit publicului, în special cel tânăr.

Va continua activitatea asumată de schimburi muzicale cu posturile publice afiliate Uniunii Europene Radio, activitate desfășurată în dublu sens: primirea și transmiterea de oferte muzicale. Radio România Muzical își propune valorificarea celor mai bune înregistrări românești de arhivă și de actualitate prin UER, precum și organizarea unor evenimente speciale pentru proiectele propuse de Uniunea Europeană de Radio, așa cum va fi „Ziua de Crăciun 2010”: Radio România Muzical va organiza și înregistra un concert de 60 de minute susținut de formația „Anton Pann” condusă de Constantin Răileanu.

România face parte dintre cele 13 țări care propun concerte de Crăciun în cadrul acestui proiect difuzat de UER în 19 decembrie 2010. În același timp, RRM va pune în valoare cele mai interesante înregistrări sau transmisiuni directe primite prin Uniunea Europeană de Radio, de exemplu, stagiunile de operă de Metropolitan Opera House din New York, Festivalul Wagner de la Bayreuth etc.

Va continua proiectul multianual dedicat înregistrărilor speciale, în vederea îmbunătățirii fonotecii Radio cu înregistrări de calitate realizate de interpreți români de valoare. RRM este unicul inițiator în piața culturală românească al unui proiect de un asemenea tip.

Radio România Muzical va continua îmbunătățirea conținutului editorial al site-ului, lansarea de noi posturi online alternative, traducerea integrală a site-ului din limba română în limba engleză, crearea de noi arhive de emisiuni, realizarea de transmisiuni audio-video de la evenimente organizate de RRM, derularea de concursuri exclusiv online sau de campanii în FM și online.

Va continua proiectul „Librăria cu muzică”, constând în spectacole lunare organizate în Librăriile Humanitas din București. De asemenea, în vederea creșterii notorietății acestui produs unic în piața media din România, se are în vedere realizarea unui proiect de promovare cu dublu sens: prin parteneriate media, cât și prin promovarea lui direct în școli, adaptat nevoilor publicului țintă.

Radio România New Media (Radio3net și Kids Radio)

În anul 2010 va continua dezvoltarea site-urilor unor posturi sau Direcții din SRR, cu ajutorul specialiștilor de la Radio România New Media. Eforturile se vor axa pe site-ul corporației, dar și pe site-urile Radio România Internațional, Radio România Cultural, Radio Romania Muzical, Direcția Formații Muzicale (sub forma unei aplicații interactive de e-learning).

În cadrul compartimentului Radio România New Media sunt programate redesenarea site-ului Kids Radio, updatarea modulelor portalului Radio3Net, continuarea dezvoltării modulelor video Live și OnDemand ale portalului Radio 3Net.

Tot în anul 2010 vor fi organizate mai multe manifestări care au, deja, o bună tradiție: manifestarea „Folk You” – ediția a 6-a, Tabăra de vară Kids Radio – ediția a 2-a, Festivalul “Florian Pittiș” ediția a 6-a.

Antena Satelor

Pentru anul 2010, Antena Satelor își propune să inițieze două campanii sociale care vizează calitatea vieții din mediul rural. Unul din proiecte își propune să sensibilizeze autoritățile și opinia publică prin prezentarea unor emisiuni tip documentar privind viața locuitorilor din satele care nu acces la civilizație: curent electric, căi de acces, asistență medicală, educație.

Un alt proiect propune desfășurarea unei campanii sociale ce are ca scop redresarea situației căminelor culturale. Pornind de la rolul căminelor culturale, concepute inițial ca un focar de cultură și sănătate spirituală la sate, campania noastră își propune să readucă în atenție starea actuală a acestora. Ne propunem, de asemenea, să ne implicăm în activitatea de revigorare a mișcării cultural-artistice, prin asocierea sau încheierea de parteneriate media care să sprijine organizarea de manifestări culturale la sate. De asemenea, Antena Satelor este din anul 2009 partener oficial al Federației Române de Oină cu care va organiza în 2010 o competiție intitulată „Cupa Antenei Satelor”, **în vederea promovării sportului nostru tradițional.**

Redacția Informații

Proiecte pentru 2010:

- trimiterea unui corespondent în China (intervalul aprilie - noiembrie 2010) pentru acoperirea inclusiv a Expoziției Mondiale de la Shanghai. Se vor realiza reportaje, documentare și feature legate nu numai de participarea României cu un pavilion special la unul dintre cele mai importante evenimentele ale anului, dar și legate de realitățile din China modernă, un spațiu care dispune de o acoperire insuficientă în media românești. Este prefigurată, astfel, deschiderea de către Radio România a unor posturi de corespondenți permanenți în spații mai puțin acoperite editorial, precum Asia sau America de Sud;
- reșezarea editorială a Camerei Știrilor, unul dintre compartimentele cele mai importante ale Departamentului Producție Editorială;
- integrarea produselor editoriale ale Camerei Știrilor și a celor online din SRR, pe fondul dezvoltării site-urilor web ale instituției.

Redacția Muzicală

Priorități:

- organizarea celei de-a 8-a ediții a Galei Premiile Muzicale RRA (14 martie 2010);
- organizarea spectacolului Gala Muzicii ușoare românești (aprilie 2010).

Redacția Teatru

Priorități:

- dezvoltarea caracterului interactiv al site-ului www.eteatru.ro;
- lansarea paginilor de colecții dedicate marilor personalități ale teatrului românesc prezente în emisiunile difuzate la Radio România;
- dezvoltarea, împreună cu Radio România Actualități, a unui proiect de biografii scenarizate ale unor personalități exemplare ale istoriei românești;
- continuarea proiectelor de realizare a integralelor operelor marilor clasici români și străini în versiunea interpretativă a actorilor contemporani;
- dezvoltare a unor formule noi radiofonice pentru realizarea emisiunilor dedicate copiilor;
- dezvoltarea parteneriatelor cu Institutele culturale străine din România pentru promovarea culturii contemporane europene.

Redacția Divertisment

Priorități:

- dezvoltarea genului comic și de divertisment în cadrul site-ului www.eteatru.ro;
- lansarea unui top al celor mai frumoase momente umoristice înregistrate la Radio România, dezvoltând caracterul interactiv al site-ului și al emisiunilor de gen.

Direcția Formații Muzicale

Proiectele pentru anul 2010 vizează în afara stagiunii de concerte a tuturor Formațiilor Radio și a soliștilor acestora, câteva elemente de noutate. Dintre acestea amintim pregătirea și lansarea unui site vizibil și modern al Orchestrelor și Corurilor Radio, tradus în cel puțin două limbi de circulație internațională.

Stagiunea va fi centrată pe evenimente, coagulate fie în jurul prezenței unor invitați prestigioși, fie în jurul unor festivaluri, așa cum se anunță Festivalul de Acordeon și Bandoneon sau Festivalul Internațional de Orgă, care urmează a fi organizat pentru a pune în valoare investiția deosebită realizată în acest instrument unic.

De asemenea, în privința înregistrărilor, se urmărește identificarea unor posibilități concrete de valorificare a producțiilor Orchestrelor și Corurilor radio pe piețele discografice interne și externe.

Agencia de presă RADOR

Rador își propune îmbunătățirea producției editorială a Rador, astfel încât canalele Radio România, principalii beneficiari, să dispună de o informație de calitate, diversificată și credibilă, care să satisfacă cerințele publicului plătitor de taxă.

Rador va organiza în anul 2010 a cincea ediție a Zilei agențiilor de presă.

Rețeaua Studiourilor Regionale

Priorități:

- lansarea programului național "Radio România Multicultural" – program de radio dedicat minorităților naționale;
- "Romania de nota 10 – pentru dezvoltare durabila" – proiect realizat în colaborare cu Academia Română;
- Caravana "Radio Romania Regional". Sub acest generic, toate studiourile regionale vor derula acțiuni în zonele arundate, prin deplasarea unor echipe de realizatori, pentru o cât mai bună cunoaștere a problematicii regionale cu care ascultătorii se confruntă zi de zi, cât și pentru creșterea notorietății studiourilor;
- extinderea rețelei de subredacții a studiourilor, în zonele arundate (de exemplu Baia Mare, Tulcea, localități din zona Moldovei);

- extinderea acoperirii în FM în zonele deficitare, prin difuzarea programelor pe noi frecvențe (vizate sunt studiourile Iași, Cluj, Timișoara);
- pregătirea și derularea în condiții bune a evenimentelor legate de Caravana Gaudeamus 2010, Radiovacanța 2010;
- modernizarea ofertei New Media a rețelei studiourilor regionale;
- extinderea relațiilor de colaborare instituite prin protocoale de colaborare cu radiourile regionale din Bulgaria, Serbia, Ungaria, Slovacia, Ucraina;
- derularea fazelor finale ale proiectelor de modernizare a activității studiourilor regionale Radio Cluj și Radio București, primul în colaborare cu partenerii olandezi, cel de-al doilea cu asistența experților SRR și ai Deutsche Welle Academie, în vederea creșterii notorietății și audienței prin diversificarea/adaptarea ofertei editoriale.

Radio România Internațional

Priorități:

- completarea echipelor în limbi străine, în măsura în care criza economică și resursele financiare ale SRR o vor permite;
- cuprinderea unor vorbitori nativi (angajați, colaboratori externi, practicanți, stagiați, bursieri) în echipele jurnalistice;
- continuarea producției de conținuturi audio și online în cadrul proiectului european EURANET în limbile română, engleză, franceză, germană și spaniolă; RRI intenționează să-și mărească participarea la EURANET în 2010 și anii următori, cu produse jurnalistice în limba italiană, on air;
- derularea proiectului european câștigat împreună cu RRC, pentru relizarea unui ciclu de emisiuni pe teme legate de Parlamentul European, sub genericul „Strasbourg Connection”;
- realizarea de noi parteneriate cu posturi de radio sau asociații ale românilor de peste hotare și cu posturi și portaluri în limbi străine;
- participarea la noi coproducții radiofonice internaționale;
- dezvoltarea site-ului RRI cu sprijinul echipei de la Radio România New Media, ca și a componentei de jurnalism online la RRI;
- realizarea unui Newsletter RRI în limbile engleză și franceză;
- continuarea deplasărilor în comunitățile românești și armânești;
- participarea în cadrul proiectului postului pentru minoritățile naționale, cu emisiuni în limbile sârbă, rusă, ucraineană;
- redifuzarea de emisiuni și rubrici Radio România Internațional în limbi străine sau difuzarea de programe realizate special, pe posturile regionale și locale ale SRR, pentru noile comunități de imigranți, pentru oamenii de afaceri, turiști și minoritățile naționale;
- realizarea pe site-ul RRI a unor pagini în limbile turcă și portugheză (pentru Brazilia), cu angajați din cadrul SRR și cu un număr minim de colaboratori externi, care să ofere conținuturi jurnalistice sub formă de texte, fotografii, fișiere audio și video;
- finalizarea concursului de cultură generală „Legendele Buzăului”;
- lansarea unui concurs de cultură generală consacrat zonei Poiana Brașov.

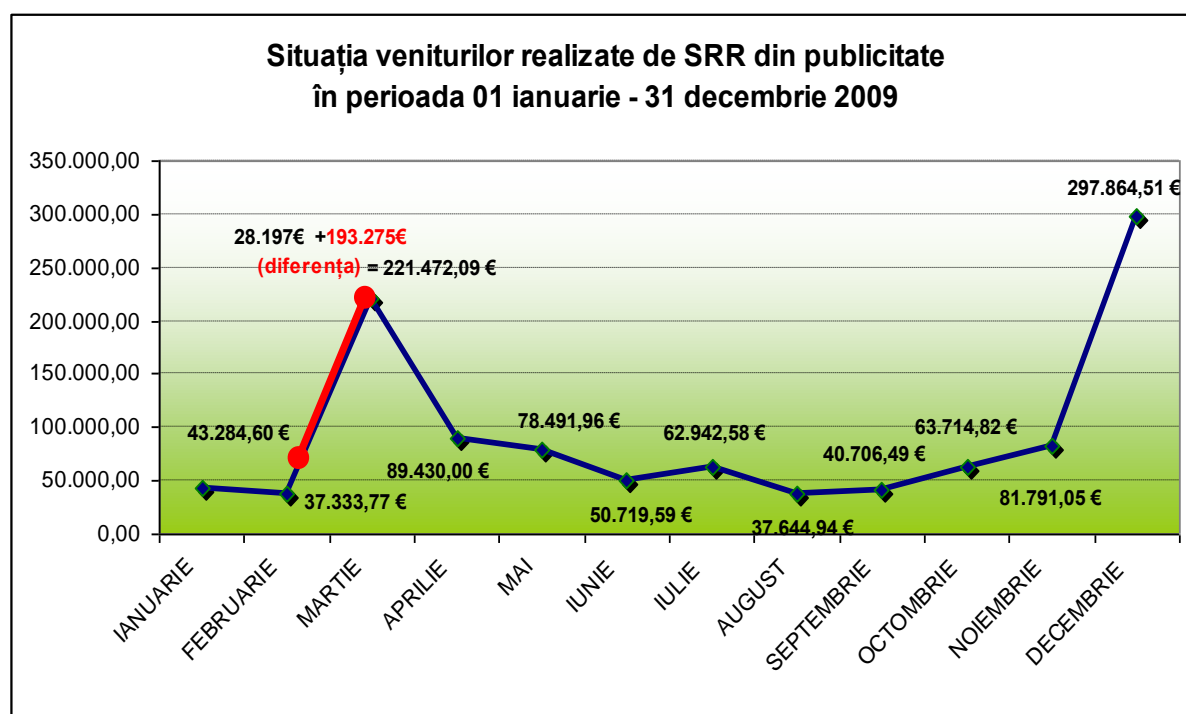
2. DIRECȚIA COMUNICARE ȘI MARKETING

Obiectivul principal al anului 2009 a fost asumarea Misiunii și Viziunii radioului public prin continuarea promovării noii identități în spiritul implicării în toate acțiunile sociale, culturale, politice și economice de interes public.

Vânzări

Piața publicitară din România a fost puternic afectată de criza economică, aceasta resimțindu-se și la nivelul gestionării spațiului publicitar SRR aferent posturilor Radio România Actualități, Radio România Cultural, Antena Satelor.

Data fiind situația menționată, venitul brut realizat din publicitate în perioada 1 ianuarie - 31 decembrie 2009 a fost de peste **1,1 milioane** euro (exclusiv TVA).



Valoarea încasărilor din publicitate în perioada 1 ianuarie - 31 decembrie 2009 se reflectă prin difuzarea a 7.260 spoturi publicitare, însumând 3.525 de minute publicitate.

Până acum, s-au difuzat 8.935 emisiuni totalizând 12.681 minute care reprezintă atât spațiul publicitar vândut cât și spațiul alocat promovării evenimentelor interne, parteneriatelor media și campaniilor sociale.

În acest an Serviciul Marketing a realizat un număr de 231 spoturi de promovare a evenimentelor interne, a concertelor și a evenimentelor externe, totalizând 9.156 de minute.

Sponsorizări

În anul 2009 au fost atrase în continuare sponsorizări cu o valoare semnificativă (inclusiv cele de la Târgul Gaudeamus, de la evenimentele Radio România din cadrul Târgului de iarnă desfășurate la Sala Palatului sau pentru susținerea concertului Orchestrei Naționale Radio la Roma), care au contribuit la ușurarea efortului financiar propriu.

Parteneriate

Pe parcursul anului 2009, la nivelul serviciului Marketing din cadrul Direcției Comunicare și Marketing au fost încheiate 114 parteneriate, urmărindu-se câteva direcții principale:

1. Parteneriate cu instituții culturale de top, organizatoare de evenimente culturale și artistice de prestigiu (cinema, teatru, operă, operetă, expoziții, saloane), printre care: Muzeul Național Cotroceni, Muzeul Național de Artă al României, Muzeul Național de Istorie a României, Muzeul Național de istorie naturală „Grigore Antipa”, Teatrul Național București, Opera Națională București, Teatrul Național de Operetă „Ion Dacian”, Ambasada Germaniei, Ambasada Suediei etc.
2. Parteneriate cu diferite instituții media din mediul public și privat.
3. Parteneriate cu organizatorii de târguri, expoziții, festivaluri și alte evenimente ocazionale, de mare anvergură: World Trade Center, Apimondia, Centrul Cultural Sala Palatului, Asociația Culturală a Centrului Est-European pentru Arte, Best Art, ArtMania, King Size Production, Asociația Dracula.
4. Acorduri cadru de parteneriat cu instituții guvernamentale, ONG-uri, instituții publice, asociații, fundații etc. dintre care amintim: Administrația Fondului Cultural Național (AFCN), Ministerul Mediului, Agenția Națională Anti-Dopping (ANAD), Autoritatea Națională pentru Protecția Drepturilor Copilului (ANPDC), Asociația Națională pentru Protecția Consumatorului (ANPC), Asociația Europeană pentru Apărarea Drepturilor Omului (AEPADO), Societatea Națională de Cruce Roșie din România, Universitatea București, Institutul Politehnic București, Academia de Studii Economice, Comitetul Olimpic și Sportiv Român, Uniunea Profesiiilor Liberale din România, Confederația Sindicală Națională Meridian.
Unele din aceste acorduri-cadru au stat la baza derulării unor campanii sociale, descrise în cele ce urmează.

Campanii sociale

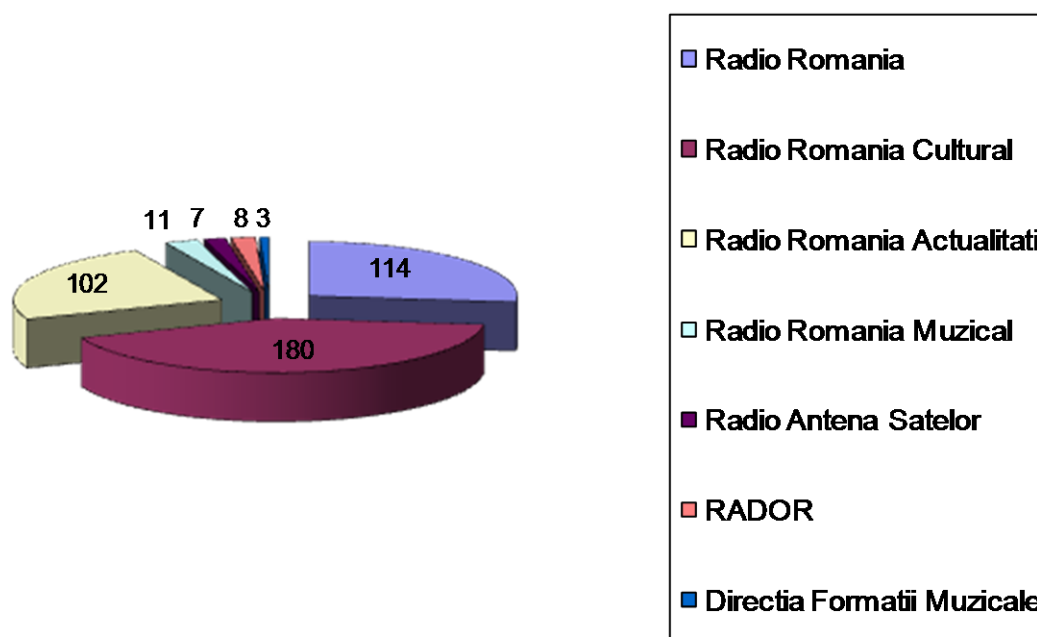
Pe parcursul anului 2009, Radio România a susținut un număr de 20 campanii sociale, făcând să ajungă la public mesaje de responsabilizare și informare care au vizat toate domeniile: sănătate, educație, informare, campanii anti-corupecție și anti-violență, fiind realizate atât de ministere cât și de organizații non-guvernamentale și agenții sau fundații.

Printre cele mai importante campanii, s-au numărat cele inițiate de:

- Radio România a susținut continuu campania de informare a populației cu privire la măsurile de prevenire a gripei de tip H1N1;
- Inspectoratul General al Poliției Române - campania națională de prevenire a exploatării sexuale a femeilor „Omul cu două fețe” având slogan-ul „TU CONTEZI!”;
- Ministerul Administrației și Internelor - campanie derulată sub mesajul „Votul multiplu înseamnă închisoare”;
- Asociația Națională pentru Protecția Consumatorilor și Promovarea Programelor și Strategiilor din România - campania „O 9 atitudine”, Asociația „Inima Copiilor” a lansat campania de strângere de fonduri pentru dotarea departamentului de cardiocirurgie pediatrică a spitalului de copii „Marie Curie” din București;
- Asociația de Intervenție Terapeutică în Criză - campanie „Noi spunem NU abuzului sexual față de minori!”;
- Fundația Estuar a organizat campania Națională „Sănătate Mintală” și la inițiativa Ministerului Sănătății s-a continuat programul de „Avertizare consum alcool, sare, zahăr și grăsimi”, promovată de Ministerul Sănătății.
- Organizația Salvați Copii - campanie de atragere de fonduri desfășurată sub sloganul „Îți mulțumesc pentru că ți-ai coborât privirea”, fonduri folosite în beneficiul copiilor proveniți din medii sociale defavorizate exploatați prin muncă;
- Crucea Roșie a lansat o campanie de strângere de bunuri alimentare și financiare în vederea creării Băncii de alimente, proiect ce reprezintă o soluție imediată de ajutorare a persoanelor fără venituri sau cu venituri foarte mici.
- Organizația World Vision Romania - campania „Dăruiește speranță”, susținerea comunităților foarte sărace din județul Iași;
- International Advertising Association - campania de informare a opiniei publice „Copii” cu privire la un stil de viață sănătos prin alimentație și exerciții fizice;
- Ministerul Administrației și Internelor - proiect de implementare a unui sistem de tip E-Learning pentru instruirea și perfecționarea continuă a angajaților Jandarmeriei Române;
- Asociația Alternative Sociale - campanie națională de informare referitoare la asigurarea alocațiilor pentru copiii din străinătate;
- Biroul Consiliului Europei din România - Campania derulată sub sloganul „DOSTA! Depășește-ți prejudecățile, cunoaște romii”;
- Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013 - Campania „Copii romi se pregătesc de grădiniță”;

- „Stop Prejudecăților față de Etnia Romă” - campanie implementată de Secretariatul General al Guvernului și Agenția Națională pentru Romi;
- Campanii inițiate de Asociația Prodemocrația privind dreptul de a alege și de sesizare a neregulilor la secțiile de votare;
- Asociația Nevăzătorilor din România - expoziția Best Fotofest în vederea strângerii de fonduri.

Situația parteneriatelor media încheiate în anul 2009 la nivel de SRR



Evenimente

În data de 15 martie, postul public de radio a decernat trofeele celei de-a VII-a ediții a Premiilor Muzicale Radio România Actualități. Devenit o tradiție, spectacolul de gală, realizat în coproducție cu TVR1 și C.N. Loteria Româna, a avut loc la Sala Mihail Jora și a fost transmis în direct la RRA și TVR1.

Observând atent fenomenul cultural și reflectându-l cu acuitate și obiectivitate, Radio România Cultural a adus în fiecare zi în atenția ascultătorilor săi, printr-o selecție atentă, cele mai importante evenimente și voci ale lumii artistice, literare, teatrale, muzicale și nu numai.

Cei ce au excelat în domeniile respective în anul 2008 au urcat pe scenă, în luminile rampei, în ziua de 23 martie, la cea de-a noua ediție a Galei Premiilor Radio Romania Cultural care s-a desfășurat la Teatrul Odeon. De asemenea, Radio România Cultural a fost prezent în piața Festivalului Enescu, cel mai important și frecventat eveniment cultural al anului, atrăgând spre cortul său sute de familii tinere cu copii, de vizitatori de toate vârstele.

În plus, evenimentul pe care l-a organizat, spectacolul multimedia "Eu, Eugen Ionesco", s-a bucurat de prezența masivă a publicului și de o reflectare pozitivă în presa de specialitate.

Agencia de presa Rador a Radio România a organizat Ziua agențiilor de presă, ediția a IV-a. Evenimentul a avut loc în data de 16 iunie, la Centrul Național de Arta Tinerimea Româna. Alături de directorii marilor agenții de presă din România și ai filialelor agențiilor mondiale la București, au participat personalități ale vieții publice și ale mass-media.

Concertul extraordinar susținut de Orchestra Națională Radio, ce a avut loc în data de 2 decembrie în sala Giuseppe Sinopoli a Auditorium-ului Parco della Musica din Roma, organizat de Ambasada Italiei și Radio România, s-a bucurat de susținerea Ministerului Culturii și Cultelor, marcând împlinirea a 130 de ani de relații diplomatice dintre România și Italia.

Radio România în calitate de susținător al proiectului "BCR Speranțe" a organizat selecția copiilor înzestrați cu talent muzical care nu au posibilități materiale pentru a-și dezvolta aptitudinile. Spectacolul festiv de lansare a proiectului "BCR Speranțe" a avut loc în data de 22 octombrie la Teatrul de Opereta "Ion Dacian". În cadrul acestui spectacol au urcat pe scenă copii alături de artiști consacrați: Angela Similea, Dinu Iancu Sălăjanu, Nico, Andra, Damian Drăghici și mulți alții.

Evenimente speciale

Trebuie subliniată promovarea unor **evenimente de anvergură**, la care Societatea Română de Radiodifuziune se constituie în **partener tradițional**: Festivalul George Enescu, Festivalul Internațional de Teatru Sibiu, Festivalul de Artă Medievală Sighișoara, Festivalul „Cerbul de Aur”, Festivalul de muzică ușoară Mamaia, Festivalul Callatis, Festivalul George Grigoriu, Festivalul de romanțe Crizantema Târgoviște.

Promovare

Imaginea radioului public a fost susținută și în anul 2009 de o amplă campanie de comunicare, al cărei obiectiv a fost consolidarea poziției sale de lider pe piața media din România.

Acest obiectiv a fost concretizat prin derularea unei campanii de promovare outdoor a postului Radio România Actualități.

A continuat procesul de implementare a noii identități vizuale a Radio România, la nivel intern și extern. Totodată, Societatea Română de Radiodifuziune s-a axat pe lansarea și promovarea de noi produse on-line, adaptându-și astfel oferta editorială la noile provocări tehnologice ale pieței de media și nu în ultimul rând, la nevoile actuale de informare ale publicului. Au fost promovate intens noile produse unice pe piața de media românească: streamurile de teatru radiofonic, operă și muzică populară, site-urile de actualitate națională și internațională www.romania-actualitati.ro și www.politicaromaneasca.ro, noua interfață a site-ului www.radio3net.ro și noul format multimedia al Revistei Radio (www.revistaradio.ro).

Evenimente speciale

Pe parcursul anului, au fost desfășurate și promovate evenimente devenite tradiționale: Gala Premiilor Muzicale Radio România Actualități, Gala Premiilor Radio România Cultural, Ziua Agențiilor de Presă, Târgul Internațional de Carte Gaudeamus, Festivalul Internațional „George Enescu”.

PROGRAMUL LECTURA 2009 TÂRGURILE GAUDEAMUS

Programul LECTURA este inițiat și derulat de Radio România din anul 1994 și cuprinde Târgul Internațional GAUDEAMUS Carte de Învățătură, Caravana GAUDEAMUS, Târgul GAUDEAMUS Carte Școlară și alte proiecte conexe.

TÂRGUL INTERNAȚIONAL GAUDEAMUS CARTE DE ÎNVĂȚĂTURĂ

Ediția 2009 a Târgului Internațional GAUDEAMUS a fost inclusă de Comisia Europeană în cadrul Anului European al Creativității și Inovării, confirmând statutul evenimentului drept cel mai important târg de carte din România, cel mai important eveniment de tip expozițional în domeniul educației și printre primele 10 evenimente de acest gen din Europa. La această ediție, în postura de **Președinte de onoare** s-au aflat poeta Ana Blandiana, acad. Nicolae Manolescu - președintele Uniunii Scriitorilor din România, care a împlinit 70 de ani chiar în timpul târgului, acad. Nicolae Breban, acad. Adam Puslojic, poet și traducător de elită, membru de onoare al Academiei Române și doamna Maria Țoghină - președinte director general al Radio România.

Cea mai râvnită carte a târgului a fost volumul „Încă de pe atunci vulpea era vânătorul” de Herta Mueller, recent laureată a Premiului Nobel pentru literatură.

La ediția din acest an a târgului, suprafața ocupată de cei 385 de expozanți a atins capacitatea maximă a Pavilionului Central Romexpo, circa 14.000 mp, programul de manifestări a cuprins peste 500 de evenimente (dintre care 60% au fost lansări sau prezentări de volume ale unor autori români). Târgul a fost vizitat de circa 110.000 iubitori ai cărții (față de 107.000 la ediția 2008) și a fost reflectat pe larg în media de către cei aproape 100 de ziariști acreditați.

CARAVANA GAUDEAMUS a cuprins următoarele manifestări:

- GAUDEAMUS Craiova, ediția a VIII-a, 25 februarie - 1 martie, Teatrul Național;
- GAUDEAMUS Cluj - Napoca, ediția a X-a, 1 - 5 aprilie, Piața Unirii;
- GAUDEAMUS Timișoara, ediția a V-a, 6 - 10 mai, Piața Unirii;
- Târgul Internațional de Carte de la Salonic, 29 mai - 1 iunie, ediția a V-a, Helexpo - Salonic, Grecia;
- GAUDEAMUS Mamaia, ediția I, 20 - 24 august, Radio Vacanța;
- Cei 64.000 vizitatori au apreciat volumele oferite de către 236 de expozanți pe o suprafață de 1.414 mp în cadrul celor 60 de evenimente - lansări și prezentări de carte, concursuri, prezentări de ofertă.

TÂRGUL GAUDEAMUS CARTE ȘCOLARĂ

A reușit să atragă 24.000 vizitatori la standurile celor 50 de expozanți.

PUBLICAȚII RADIO

Pe parcursul anului 2009, Colectivul Publicații s-a preocupat de găsirea unei soluții pentru reluarea publicării programelor de radio. Așa a apărut, în data de 8 noiembrie, primul număr al revistei Radio on-line, revistă ce poate fi accesată pe site-ul www.revistaradio.ro.

Publicația are un ritm de actualizare săptămânal și cuprinde grilele de programe ale posturilor naționale și regionale, materiale editoriale, recomandări și promovări de emisiuni și evenimente generate de Radio România etc.

Fiind un produs interactiv, cititorul poate accesa direct din revistă site-urile posturilor Radio România, poate asculta live posturile sau dialoga, prin intermediul blogului, cu redacția.

COMUNICARE

Serviciul Comunicare s-a implicat în organizarea și promovarea proiectelor majore pentru consolidarea imaginii organizaționale, la nivel intern și extern:

- Digitalizarea primului document oficial al Fonotecii de Aur.
- Transmiterea noului format de newsletter intern.

În planul comunicării instituționale, atingerea obiectivului - comunicare eficientă, transparentă, promptă - este cuantificată în cele peste 1660 de articole apărute în mass-media scrisă.

Comunicare externă

În anul 2008, SRR a trimis către presă aproximativ 350 de comunicate de presă și s-a implicat în organizarea unor evenimente și conferințe de presă.

Comunicare internă

Obiectivele comunicării interne (comunicarea transparentă a deciziilor managementului; implementarea și consolidarea identității vizuale la nivel intern, eficientizarea mecanismelor de comunicare la nivel intern, consolidarea culturii organizaționale) au fost atinse utilizând diverse canale de comunicare la nivel intern: anunțuri la avizier; intranet; newsletter săptămânal, în format atractiv, cu subiecte de interes pentru salariații instituției.

Pentru dezvoltarea comunicării interne și îmbunătățirea climatului organizațional, a continuat implementarea proiectelor de evenimente interne, parte componentă a culturii organizaționale, desfășurate cu ocazia Mărțișorului, Sarbatorilor Pascale, Zilei Radioului - 1 Noiembrie și Crăciunului.

Gestionarea corespondenței adresate SRR prin intermediul canalelor de comunicare: scrisori, telefoane, e-mail-uri, faxuri.

În anul 2009, pe adresa Societății Române de Radiodifuziune, s-a primit un număr de peste **36.000 de scrisori**, în scădere față de 2008; această situație se explică prin faptul că tot mai mulți ascultători preferă transmiterea mesajelor electronice, evitând poșta tradițională. Analizând conținutul lor, s-a constatat că ascultătorii au manifestat interes pentru emisiunile care tratează:

- subiecte cu caracter social - cetățenesc;
- subiecte cu caracter juridic;
- probleme medicale;
- scrisori care conțin răspunsuri la concursurile radiofonice.

În anul 2009 s-a înregistrat un număr semnificativ de apeluri telefonice, care au conținut:

- opinii și propuneri referitoare la emisiunile și programele radio;
- observații privind emisiunile și prestația unor realizatori;
- informații de interes public;
- cereri de ajutor din partea și prin intermediul radioului.

Așa cum arătam mai sus, s-a constatat o creștere a numărului de ascultători care au ales să intre în legătură cu compartimentele SRR prin posta electronică. Mesajele ascultătorilor au fost direcționate către departamente și redacții iar unora li s-a răspuns direct. Răspunsurile au vizat: informații de interes public, opinii despre programele și emisiunile radio.

3. ACTIVITATEA TEHNICĂ

În sprijinul îndeplinirii obiectului de activitate și a misiunii Societății Române de Radiodifuziune, activitățile tehnice s-au desfășurat în cadrul Departamentului Tehnic cu participarea compartimentelor de profil existente în celelalte departamente, corespunzător structurii organizatorice în vigoare în anul 2009.

Aceste activități au fost orientate în următoarele direcții:

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

Activități curente:

- coordonarea tehnică a emisiei programelor de radio difuzate de Societatea Română de Radiodifuziune din Casa Radio. În Controlul General Tehnic, sunt asigurate interconectările tuturor grupurilor tehnice de emisie și producție din Casa Radio, legăturile între studiourilor regionale și locale și Casa Radio, conectările punctelor exterioare de transmisii (Palatul Cotroceni, Guvern, Camera Deputaților, Senat, Aeroportul Otopeni etc.), transmisiilor multiplex în direct și a transmisiilor pe satelit, fiind, astfel coordonate și monitorizate, 24 de ore pe zi, programele:

România Actualități	24 ore zilnic
România Cultural	24 ore zilnic
România Muzical	24 ore zilnic
Radio București	24 ore zilnic

Antena Satelor	16 ore zilnic
Programul pentru minorități	2 ore zilnic
Programul Extern 1 al RRI (PEC 1)	24 ore zilnic
Programul Extern 2 al RRI (PEC 2)	24 ore zilnic
Programul Extern 3 al RRI (PEC 3)	6 ore zilnic

- asigurarea funcționării în Casa Radio a sistemelor digitale de emisie și producție radio – Digimedia, RadioMan, Multinews și Transtel;
- dezvoltarea și menținerea de funcțiuni în cadrul sistemului informatic integrat dedicat managementului activităților Societății Române de Radiodifuziune prin:
 - asigurarea serviciilor de mentenanță;
 - asigurarea de servicii Internet (inclusiv pentru facilitarea ascultării programelor Radio România și pe internet) ;
 - asigurarea protejării datelor cu ajutorul sistemului antivirus.
- stabilirea legăturilor permanente între S.R.R. și instituțiile implicate în funcționarea sistemului de difuzare a programelor de radio: Consiliul Național al Audiovizualului, Societatea Națională de Radiocomunicații, Inspectoratul General pentru Comunicații și Tehnologia Informației, Agenția Națională de Reglementări în Comunicații, Romtelecom, în vederea respectării reglementărilor în vigoare în domeniul radio. Această activitate este desfășurată în cadrul Colectivului de coordonare frecvențe și măsurători radioelectrice;
- asigurarea funcționării rețelei de telecomunicații S.T.S. și EuroWeb ce realizează legăturile cu studiourile regionale și locale și punctele fixe de transmisii.

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

- transmisii difuzate în direct sau înregistrate, provenind de la corespondenții interni și din străinătate ai Societății Române de Radiodifuziune, transmisii de evenimente cu caracter de actualitate socială și culturală, transmisii în cadrul schimburilor muzicale cu străinătatea: peste 6000 de înregistrări, 800 de transmisii în direct, 5000 transmisii de materiale pentru diverse emisiuni;
- transmisii și producții cu grad ridicat de importanță și dificultate: Festivalul Internațional George Enescu, Festivalul Internațional de Teatru, Sibiu, Târgul de carte Gaudeamus, slujbele religioase prilejuite de Paștele Ortodox și de hramul bisericii Patriarhale, slujbele religioase prilejuite de Paștele Catolic, alegerile Prezidențiale (turul I și II), alegerile europarlamentare, transmisiile prilejuite de Ziua Națională a României din București și Alba Iulia, Ziua Unirii, Zilele Radio Europa Liberă, Forumul Marea Neagră, Ziua Agențiilor de Presă, proiectul „Folk Fără Vârstă”, proiectul „Maraton de Weekend”, proiectul „Matinal de Weekend”, proiectul „Lecția Micului Meloman”, proiectul „Euro Jazz”, spectacolul „In Memoriam Grigore Vieru”;

- producții muzicale realizate în studiourile de înregistrări ale Societății Române de Radiodifuziune și în Sala de concerte „Mihail Jora”, respectiv 233 concerte și spectacole cu public, din care 177 transmise în direct și peste 1660 de ore de înregistrări muzicale, suprapuneri și mixaje, 1300 ore de editări, prelucrări și ascultări, 350 ore copieri;
- transmisiile ale producțiilor muzicale ce s-au desfășurat în afara Casei Radio, preluate cu ajutorul carelor de reportaj muzicale, însumând 109 de zile de deplasare;
- în cadrul Festivalului Internațional “George Enescu” s-au transmis 52 de concerte și s-au înregistrat toate cele 56 de concerte ale festivalului;
- producții complexe de teatru radiofonic (100) , producții-înregistrări, fonotecări, copieri în format digital-pentru Redacția Muzicală (550), spoturi publicitare (50), producții-reconstrucții primare, copieri, multiplicări-pentru Patrimoniu (220);
- monitorizarea și înregistrarea programelor difuzate de posturile radio proprii (8740 ore), copieri (220 ore) înregistrări pentru calitative (3290 ore), înregistrări diverse (1500 ore).

Activități desfășurate pe o durată limitată de timp:

- pentru soluționarea unor probleme complexe, precis definite, cu participarea specialiștilor din colective diferite:
 - punerea în funcțiune a noii centrale termice de la Autobază;
 - autorizarea ISCIR a centralei termice Autobază și a 5 cazane din centrala termică a Casei Radio.
- pentru stabilirea programelor de **dezvoltare strategică** ale Departamentului Tehnic, a proiectului de cheltuieli aferent;
- pentru întocmirea documentațiilor care stau la baza achiziționării de mijloace fixe, obiecte de inventar, piese de schimb sau materiale consumabile, lucrări și servicii pentru activitățile cuprinse în planurile de investiții și de reparații.

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

- revizia UPS-urilor din Casa Radio, alocate activităților din Controlul General Tehnic, spațiile tehnice de emisie și Data Center;
- completarea instalației electrice din Data Center pentru asigurarea redundanței la nivelul alimentării serverelor sistemului informatic integrat;
- optimizarea funcționalității sistemului informatic integrat al SRR;
- elaborarea și implementarea unor soluții de securitate a sistemului informatic integrat (SII);

- elaborarea unor soluții de extindere a SII la nivelul Studiourile regionale;
- elaborarea și implementarea unor soluții de arhivă digitală pentru Agenția Rador;
- elaborarea și implementarea unor noi soluții de proces tehnologic la Agenția Rador;
- înlocuirea centralei telefonice;
- elaborarea și implementarea de noi aplicații pentru activitatea economică.

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

- reducerea costurilor de întreținere și exploatare a autovehiculelor din dotare, prin monitorizarea cheltuielilor și încadrarea acestora în nivelul bugetului alocat;
- monitorizarea permanentă a necesităților și oportunităților de aprovizionare (cu piese de schimb, materiale, carburanți, lubrifianți etc.), în cadrul proceselor de producție ale Serviciului Transporturi.

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

- lucrări de construcții și de instalații pentru „Blocul de Producție Radio Iași”;
- lucrările finalizate în acest an fac posibilă mutarea activităților de suport (financiare, contabilitate, administrativ etc.);
- lucrări de amenajări interioare destinate reabilitării funcționale a sălii de concerte “Mihail Jora” a SRR, constând din:
 - refacerea pardoselii sălii;
 - instalarea unui pupitru de sonorizare;
 - crearea de platforme destinate cărucioarelor persoanelor cu handicap motor;
 - înlocuirea scaunelor pentru public în condițiile respectării actualelor norme de siguranță în exploatare și siguranță la incendii;
 - refacerea și extinderea podiumului pentru orchestră și cor;
 - refacerea unor finisaje pentru lojile sălii.
- amenajări constructive, reparații, sistematizare rețele, consolidare panouri de zidărie și finisaje la holul etajului 3, corp B, în vecinătatea Controlului General Tehnic;
- implementarea etapei întâi a proiectului de realizare a Arhivei Digitale Audio constând din:
 - implementarea soluției tehnice a arhivei digitale;
 - amenajările tehnologice necesare la etajul 9 pentru spațiile de ingest și documentare;

- elaborarea cerintelor pentru studiul priorităților și a fluxurilor de materiale supuse arhivării;
- gestionarea activităților de învățământ pentru personalul de exploatare și administrare;
- gestionarea resurselor umane împreună cu șefii serviciilor implicate în fazele de implementare a proiectului;
- coordonarea configurării sistemului tehnic;
- studiul privind găsirea soluțiilor necesare pentru redistribuirea resurselor umane ale Departamentului Tehnic astfel încât să fie asigurate resursele necesare operării sistemului tehnic al arhivei digitale;
- definirea fluxului de lucru în format digital (aprobat ulterior de Comitetul Director) menit să asigure trecerea de la înregistrările analogice (pe suport magnetic) la înregistrările digitale standard EBU, ce va permite păstrarea nealterată a calității documentelor sonore la migrarea în arhiva digitală;
- asigurarea implementării fluxului de lucru în format digital prin dotarea studiourilor de înregistrări cu echipamente de înregistrare în format digital (carele de înregistrări, regiile tehnice muzicale și de teatru etc).

Arhiva Digitală a fost inaugurată, ca urmare a respectării termenelor și a implementării cu succes a soluției tehnice, la data anunțată, de 1 Noiembrie 2009, cu ocazia împlinirii de către Radio România a 81 de ani de existență, iar IDG România a acordat un premiu de excelență IT pentru implementarea tehnică.

4. PREMII, DECORAȚII ȘI DISTINCȚII OBȚINUTE ÎN ANUL 2009

Discul de Platină, din partea Casei de Discuri Roton, în urma vânzării în mai puțin de trei luni de la lansare, a peste 20 de mii de exemplare din colecția „80 de ani de muzică în 80 de ani de radio”.

Diploma și Medalia Comemorativă a Muzeului Național Cotroceni, pentru parteneriatul cultural desfășurat de-a lungul anilor, care constă în promovarea cu profesionalism a evenimentelor Muzeului.

Premiul special „ Life Time Award ”, acordat pentru Proiectul „80 de Ani de Muzică în 80 de Ani de Radio”.

Diploma și medalia jubiliară cu ocazia centenarului Paul Constantinescu din partea Primăriei Municipiului Ploiești.

Spectacolul Redacției Teatru – „Eugen Ionescu - 5 piese scurte” în regia lui Alexandru Dabija, a fost distins cu **premiul pentru cel mai bun spectacol radiofonic la Gala Premiilor UNITER 2009**.

Premiul de Excelență IDG România la categoria "Proiecte / implementări în anumite sectoare verticale" pentru inițierea și implementarea proiectului „Arhivei Digitale Multimedia a Radioului Public” - ADAM.

Radio România Actualități s-a calificat în finala competiției anuale inițiate de Association for International Broadcasting, organism ce reunește peste 25.000 de jurnaliști de la posturi de radio și televiziune din întreaga lume. RRA a concurat la categoria „**documentar de investigație**”, cu o producție realizată de Mario Balint și Ilie Pinteș, în cadrul proiectului „Reporter Special”. Reportajul a fost realizat în Câmpia Dunării, zona Mehedinți, unde sute de oameni au probleme de sănătate din cauza apei.

Radio Constanța a obținut **locul al doilea și Trofeul “Floare de colț”** la Festivalul Internațional “Plaiul meu natal” de la Ujgorod. Și Radio Târgu Mureș a obținut două premii la Festivalul “Plaiul meu natal” din Ucraina.

Gabriela Scraba, de la Redacția Muzicală, a primit **Premiul UCMR pentru evenimente speciale**, pentru organizarea campaniei “80 de ani de muzică în 80 de ani de radio”.

Cătălin Rusu, Radio România Muzical, a obținut premiul **Musica viva** decernat de Forumul Muzical Român (decembrie 2009).

Vasilica Ghiță Ene, realizator la postul Antena Satelor, este unul dintre câștigătorii concursului „**Reporter European 2009**”, organizat de Reprezentanța Comisiei Europene la București, pentru umanizarea subiectului european și aducerea în dezbatere a unor voci care, de regulă, nu se fac auzite în spațiul public.

Reporterul Ovidiu Moldovan, Radio Cluj, care a câștigat **premiul II la concursul de reportaje pe tematica integrării**, organizat de Fundația Soros-CIJ și a primit **mențiunea specială la Festivalul Internațional „Plaiul meu natal”** din Ujgorod (Ucraina).

Ciprian Sassu, redactor de știri la Redacția Informații, Carmen Gavrilă, corespondent al postului public de radio, și Nassima Ghenghea, redactor la Radio România Internațional, se numără printre cei opt câștigători ai Burselor Europene JTI, acordate de Fundația Freedom House România și JTI România.

Documentarul „Visarion 8: Requiem pentru o casă” semnat de Mihaela Helmis, a fost selectat în primele 50 din 287 de documentare din 29 de țări la secțiunea documentar a concursului RadioDoc Prix Europa.

Spectacolul „Mironosițele” de Picu Pătruș a participat la Festivalul internațional Prix Marulic de la Hvar; spectacolul „Angajare da clown” de Matei Vișniec a participat la Festivalul internațional Prix Italia de la Torino; spectacolul „Planeta mediocrilor” de Ioan Groșan a participat la Festivalul internațional Prix Europa de la Berlin.

5. CONCLUZII ȘI PERSPECTIVE

Pentru finalizarea proiectelor inițiate de Consiliul de administrație numit în anul 2005, esențială este continuitatea. Această condiție, corelată cu adaptarea la dinamica extrem de energică a pieței radio asigură reușita unui program de anvergură ce depășește durata unui mandat : plasarea Radio România în topul instituțiilor media din România și recunoașterea lui ca un serviciu public de radio cu statură europeană.

- Radio România Multicultural, program destinat minorităților naționale din România, parțial funcțional, va căpăta extinderea unui post cu acoperire națională.
- Realizată cu cooperarea experților de la Deutsche Welle Academie, relansarea Radio București va deveni efectivă în toamna lui 2010, sub denumirea de București FM.
- Dezvoltarea prezenței Radio România în Republica Moldova. Din scrisori primite de la ascultători de peste Prut și din discuțiile purtate cu prilejul deplasării la Chișinău a unei delegații a SRR, reiese un interes sporit față de recepționarea în Republica Moldova a cât mai multe posturi de radio din România. Pe lângă creșterea audienței programelor și a notorietății SRR va avea loc și un transfer de know-how jurnalistic către colegii din mass-media din Republica Moldova.
- Prin dezvoltarea și diversificarea ofertei , SRR își propune să devină și un furnizor important de produse multimedia. Producția new media se va generaliza în toată corporația, concomitent cu sinergia on air – on line : site-uri noi, transformarea unor site-uri în portaluri, furnizarea de conținuturi specifice pentru diversele canale de distribuție, deschiderea spre rețele de socializare on line.
- Proiect major al departamentului tehnic, continuarea implementării la nivel național a sistemului achiziționat pentru monitorizarea stațiilor de emisie FM care difuzează programele Radio România, va conduce la un control riguros și o mai bună gestionare a fondurilor provenite din alocația bugetară și îmbunătățirea calității serviciilor prestate către ascultători.
- Având ca punct de pornire proiectul strategic „Acces – formarea profesională continuă”, finanțat de Comisia Europeană, va fi creat Centrul Național de Comunicare Radio România.