

RAPORT
ANUAL 2010 | ANEXE

- 
- Anexa 1 - Premii și distincții
 - Anexa 2 - Organigrama Societății Române de Radiodifuziune
 - Anexa 3 - Prioritățile și obiectivele strategice de dezvoltare
 - Anexa 4 - Obiective Comitetul Director
 - Anexa 5 - Cote de audiență în 2010
 - Anexa 6 - Evoluția numărului de salariați în 2010
 - Anexa 7 - Evoluția ieșirilor la pensie în 2010
 - Anexa 8 - Situația încetărilor de activitate în 2010
 - Anexa 9 - Situația perfecționării și instruirii în 2010

RAPORT
ANUAL 2010 | ANEXA 1
PREMII ȘI DISTINCȚII ÎN 2010

PREMII ȘI DISTINCȚII ÎN 2010

- 
 Radio România Muzical a câștigat 3 premii ale Forumului Muzical Român:
 - Premiul pentru performanță în management - Liliana Staicu (Redactor Șef);
 - Premiul Uniunii Criticilor Muzicali pentru proiectul "Zilele Lipatti" - Monica Isăcescu și Ștefan Costache;
 - Premiul David Ohanesian pentru activitate radiofonică - Ligia Ardelean.
- Premiul al II-lea la Festivalul internațional de Teatru Radiofonic (Hvar, Croația) - Spectacolul *Maldoror - biografia unui criminal în serie* al Redacției Teatru, scenariu de Ilinca Stih, inspirat de opera Contelui de Lautréamont, *Les Chants de Maldoror*.
- Premiul UNITER 2010 pentru cel mai bun spectacol de teatru radiofonic - spectacolul *Despre senzația de elasticitate când pășim peste cadavre*, de Matei Vișniec, adaptarea radiofonică și regia artistică Mihai Lungeanu.
- 
 Simona Șerbănescu și Liliana Nicolae, specializate pe documentar radiofonic (Radio România Actualități) s-au calificat în finala ediției 2010 a **Prix Europa**.
- 
 Ioana Bîldea (Radio România Cultural) s-a calificat în secțiunea finală de ascultare la *Conferința Internațională de Feature*, (Haemeenlinna, Finlanda), cu o producție despre scriitorul Jonathan Safran Foer, realizat în cadrul liniei de emisiuni *Storymania*.
- Un alt *feature*, realizat de Ioana Bîldea în cadrul aceleiași linii de emisiuni, consacrat filosofului Alain de Botton, a fost selecționat în competiția *The Odds Challenge* din cadrul *Third Coast Festival* (Chicago, SUA).
- 
 Locul al II-lea la concursul organizat de Radio Kossuth, canalul MR1 (Ungaria) a fost ocupat de redactorul Szilágyi Szabolcs (Radio Cluj).
- 
 Redactorul Sorin Șchiopu (Radio Târgu Mureș) a fost desemnat cel mai bun jurnalist de mediu din țară de către CJII și Asociația Recolamp.
- 
 Radio Iași a obținut Diploma de Merit *Ambasciatrice di pace Zenovia Ilisei, la Festivalul Internațional Ti Amo* (Onești, ediție jubiliară).
- Premiul pentru cel mai bun spectacol radiofonic la secțiunea de tineret a Festivalului *Prix Ex Aequo* (Bratislava, Slovacia, oct. 2010) - spectacolul *Maldoror - biografia unui criminal în serie*, scenariu de Ilinca Stih, inspirat de opera Contelui de Lautréamont, *Les Chants de Maldoror*.
- 
 Premiul *Jurnalistul, actor social*, acordat de Uniunea Ziariștilor Profesioniști și Ministerul Muncii - reportajul *Copii exploatați social*, realizat de Liliana Nicolae (reporter RRA).
- 
 Premiul al II-lea (pentru al 2-lea an consecutiv) la Festivalul și Concursul Internațional pentru producții de radio și televiziune ale minorităților *Plaiul meu natal* (Ujgorod, Ucraina, sept. 2010) - Redacția Culturală Educație Minorități de la Radio Constanța.
- 
 Premiul Special al Juriului la Festivalul internațional dedicat radiourilor și televiziunii (Znojmo, Cehia, septembrie 2010) - Mihai Anghel (Radio Timișoara).
- 
 Premiul I la Concursul de emisiuni jurnalistice *Diversitatea - o șansă în plus pentru viitor* (decembrie 2010) - emisiunea *Sărbătoarea Recoltei la Sânnicolaul Mare*, realizată de Hannelore Neurohr (Redacția Germană, Radio Timișoara).
- 
 Premiul de popularitate la Gala *Persoanelor cu Dizabilități Angajează Abilitatea!*, organizată de Active Watch - Agenția de Monitorizare a Presei și Reprezentanța Comisiei Europene (noiembrie 2010) - Adriana Dolcianu Marascu (Radio Timișoara).

RAPORT
ANUAL 2010 | ANEXA 2
ORGANIGRAMA SOCIETĂȚII ROMÂNE
DE RADIODIFUZIUNE

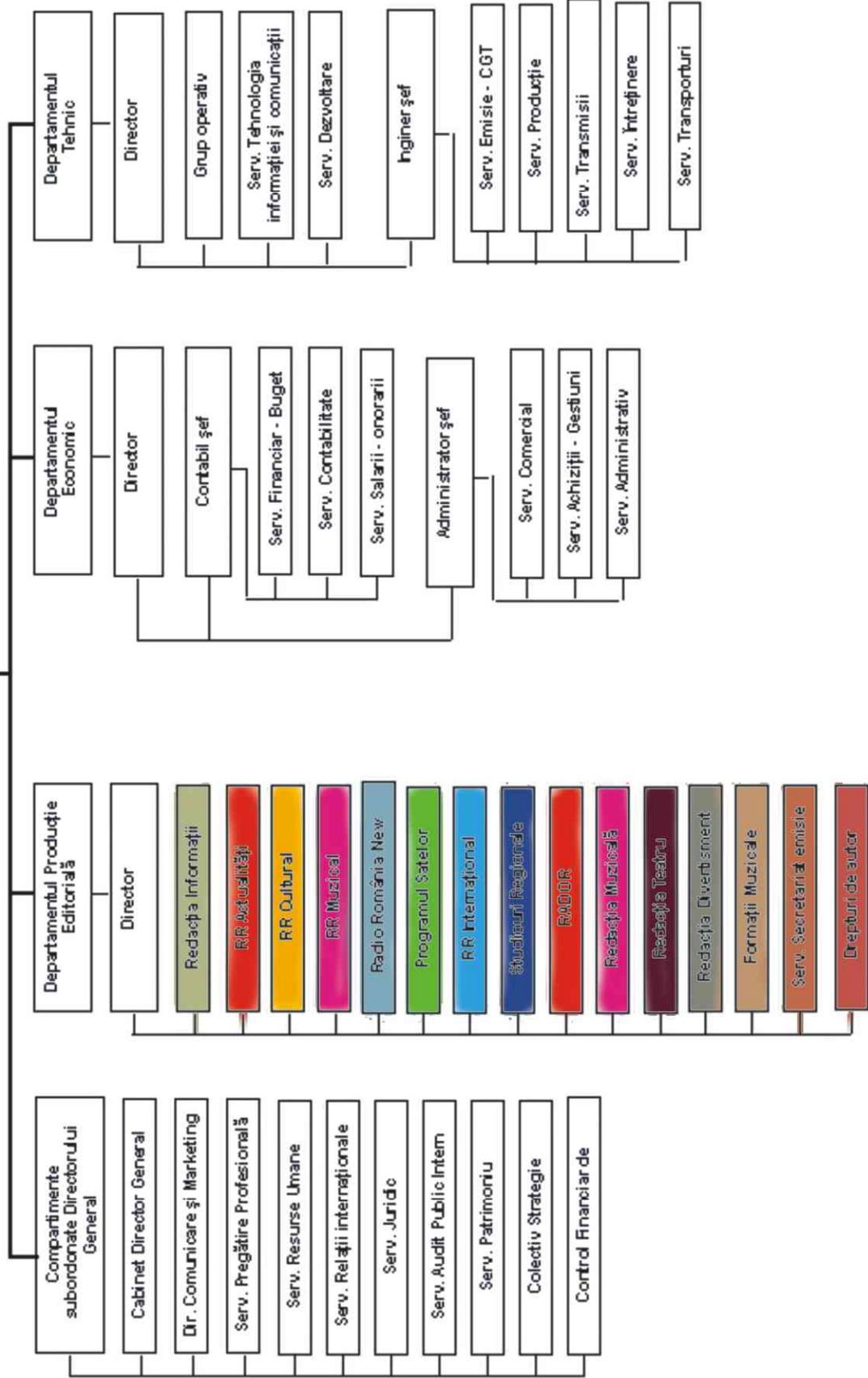


Anexa 2

Consiliul de administrație
Președinte – Director General
Comitetul director

ORGANIGRAMA
 Societății Române de Radiodifuziune

Aprobată în ședința Consiliului de administrație
 din data de 11 noiembrie 2009



RAPORT
ANUAL 2010 | ANEXA 3
ORGANIGRAMA SOCIETĂȚII ROMÂNE
DE RADIODIFUZIUNE

HOTĂRĂRE

Nr. 10/13.11.2010

Consiliul de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune
desemnat prin Hotărârea Parlamentului României nr.33/29.06.2010

În temeiul art.18 alin. (1) lit. a) și art. 27 din Legea nr. 41/1994 privind
organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și Societății
Române de Televiziune, republicată, cu modificările și completările ulterioare;

În conformitate cu Regulamentul de organizare și funcționare a
Consiliului de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune;

În considerarea prevederilor Hotărârii nr. 5/20.08.2010 a Consiliului de
Administrație al Societății Române de Radiodifuziune;

În urma analizei documentelor prezentate la punctul 1 I de pe ordinea de
zi a ședinței din data de 13 noiembrie 2010,

HOTĂRĂȘTE:

Art. 1. – Se aprobă prioritățile și obiectivele strategice de dezvoltare ale
Consiliului de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune pentru perioada
2010-2014 prevăzute în anexa, denumite în continuare *obiectivele*.

Art. 2. – (1) *Obiectivele* pot fi modificate și/sau completate în baza
concluziilor Raportului anual, prezentat Parlamentului de către Consiliul de
Administrație, în condițiile legii.

(2) Modificarea și/sau completarea *obiectivelor* se face prin hotărâre a
Consiliului de Administrație, adoptată cu respectarea dispozițiilor legale și cu cele ale
Regulamentului de organizare și funcționare a acestuia.

Art. 3. – Președintele director general va dispune măsurile necesare pentru
punerea în aplicare a prezentei hotărâri, cu respectarea reglementărilor incidente în
materie.

Art. 4. – Anexa face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Pentru conformitate,

András István DEMETER

Președinte



Anexa
la Hotărârea CA nr. 10/2010

Prioritățile și obiectivele strategice de dezvoltare ale Consiliului de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune, pentru perioada 2010 - 2014

Preambul

În ultima perioadă, Radio România - în continuare
societatea - a parcurs un proces de transformare și
trecere treptată de la forma clasică a radioului (exclusiv pe
unde radio), la abordări moderne ale transmiterii
mesajului, utilizând instrumentele create pentru noile
media și dezvoltarea tehnologică. Cu toate acestea,
etapele au fost parcurse lent, în parte și din cauza faptului
că Radioul public s-a aflat într-o permanentă luptă cu

propriile condiții de lucru. În urma analizării situației
actuale, prin Hotărârea 5/20.08.2010, s-au conturat
domeniile de activitate în jurul cărora s-au stabilit
prioritățile și obiectivele strategice ale Consiliului de
Administrație al societății, în perioada 2010 - 2014.

Capitolul 1. Sediul central al Societății Române de Radiodifuziune

Una dintre dificultățile întâmpinate este dată de sediul
actual al radioului public, construit acum mai bine de 50 de
ani, și care s-a degradat, în special din cauza
numeroaselor mișcări seismice (inclusiv dezastruosul
cutremur din '77). În timp ce societatea a evoluat, cerințele
publicului în materie de informare au devenit tot mai
diversificate iar fenomenul radio s-a dezvoltat, întreaga
infrastructură a devenit neadekvată la cerințele actuale
(fisuri în perete, ventilație necorespunzătoare pe care o
necesită personalul și aparatura modernă, geamuri
neetanșate etc.). Pentru a soluționa această problemă,
obiectivul strategic principal este **crearea condițiilor
optime pentru desfășurarea și dezvoltarea activității SRR**,
instituție strategică de interes național.

În atingerea obiectivului se va urmări **folosirea, cu
maximă responsabilitate, a spațiilor, resurselor și
bugetului societății**, în condițiile în care vor fi parcurse,
cu prioritate, etapele privind:

- inventarierea demersurilor efectuate în vederea
identificării soluției optime pentru efectuarea
consolidărilor necesare și/sau construirea unui nou
sediul pentru societate;
- continuarea demersurilor necesare pentru identificarea
și obținerea unui teren, în vederea construirii, după
caz, și a unui nou sediu, în condițiile prezervării Casei
Radio ca simbol;
- parcurgerea, până la sfârșitul mandatului, a cât mai
multor etape aferente lucrărilor de consolidare și/ sau
construcție;
- asigurarea condițiilor pentru continuitatea emisieii în
situații speciale (dezastre, calamități etc.).

Capitolul 2. Editorial

În acest domeniu se va urmări **creșterea competitivității
Radio România, în peisajul media intern și internațional, și
diferențierea lui prin calitatea produselor oferite, din punct
de vedere al credibilității, influenței, autenticității,
obiectivității și audienței.**

Obiectivul poate fi atins prin următoarele direcții
strategice:

1. managementul conținutului editorial al tuturor
posturilor Radio România;

2. managementul formatelor muzicale ale tuturor posturilor Radio România (definirea formatelor, testarea pieselor muzicale și stabilirea playlist-urilor, Programarea automată a pieselor muzicale în desfășurarea programelor, sound unitar, corelarea formatelor cu dinamica publicului țintă și cu obiceiurile de ascultare);
3. poziționarea/repoziționarea posturilor în funcție de strategia de marketing derivată din obiectivele editoriale;
4. dezvoltarea ofertei de produse radio (posturi, grile, programe etc.) în funcție de evoluțiile societății și de cerințele pieței, cu accent pe promovarea valorilor autentice, culturale și științifice, a reperelor morale și profesionale din societatea românească, identificarea și crearea de modele educative, respectarea și cultivarea limbii române;
5. continuarea dezvoltării produselor new media (gestionarea feed-back-ului, canale multiple de feed-back, implementare CRM, Call Center);
6. introducerea sistemului de control al calității programelor (air checks) la toate posturile (sistematizarea și dezvoltarea feedback-ului intern, analiza emisiunilor în cadrul redacțiilor, monitorizarea internă);
7. implicarea activă a jurnalistului în vederea transmiterii prompte a informației, în complexitatea ei, conform misiunii și valorilor Radioului public, și valorificarea ei prin diversificarea canalelor de distribuție, în vederea consolidării pozițiilor de audiență dobândite și mai apoi a creșterii audienței.;
8. reconsiderarea organizării și funcționării sistemului corespondenților interni și externi.
9. introducerea Marketingului de Proiect ca nou criteriu de eligibilitate a proiectelor editoriale;

Este necesară, de asemenea, schimbarea de atitudine a jurnaliștilor/realizatorilor (reglementat printr-un cod de conduită/set de norme care să cuprindă criterii clare de evaluare) în ceea ce privește modul de abordare a invitațiilor la microfon, dar și în privința imaginii personale, în timpul emisiunilor, mai ales în condițiile în care, prin abordarea specifică new media, acestea sunt transmise și video. De asemenea, pentru dezvoltarea ofertei de produse radio este recomandabilă: valorificarea interviurilor cu

personalități (ale vieții sociale, politice, artistice etc.) prin știri autentice, direct de la sursă; readucerea, în prim plan, a unor produse care să constituie puncte forte ale Radio România (ex. jurnalismul de investigație); asigurarea unei interactivități mărite pe toate site-urile corporației (chat, comentariu la orice tip de articol, forum, blog, instant messenger, skipe, google talk), antrenând astfel societatea civilă într-un proces de control al calității programelor.

Capitolul 3. Resurse umane

Obiectivul principal al acestui domeniu este crearea condițiilor optime pentru desfășurarea și dezvoltarea activității de resurse umane, în cadrul societății.

Direcțiile strategice recomandate pentru atingerea obiectivului principal au în vedere **analizarea situației actuale a practicilor de resurse umane din SRR și aplicarea de noi programe unitare, urmărind înlăturarea barierelor administrative, elaborarea unei politici de resurse umane și instituirea în organizație a sistemului de management al carierei**, prin:

- adoptarea unor soluții de recrutare a personalului, bazate pe mijloace adecvate de selecție și criterii de încadrare, inclusiv din punct de vedere al sănătății (în funcție de fișa postului și caracteristicile locului de muncă, în vederea depistării sau evitării afecțiunilor profesionale);
- analiza fluxurilor de producție/activități și estimarea, pe această bază, a nevoilor de personal;
- adoptarea unui nou nomenclator de funcții, ierarhizarea acestora și introducerea unui sistem de indicatori de performanță pentru funcțiile de execuție și de conducere;
- refacerea unitară a fișelor de post;
- realizarea unui program unitar de instruire a salariaților/colaboratorilor societății (învățare la distanță, e-learning) și de perfecționare a angajaților;
- instituirea unui program pentru identificarea, perfecționarea și fidelizarea personalului cu competențe rare;
- crearea unui furnizor de formare specifică: Academia Radio România;
- constituirea unui sistem de salarizare motivant, a unui sistem de recompense și sancțiuni după

principiul performanță maximă pe post - recompensă maximă;

- introducerea sistemului de evaluare a personalului de execuție, perfecționarea sistemului de evaluare a managementului;
- continuarea informatizării activităților din domeniul resurselor umane;

Capitolul 4. Comunicare și Marketing

Domeniul „comunicării și al marketingului” necesită o abordare diferențiată. În ceea ce privește comunicarea, se disting trei subdomenii ale acestei arii de activitate: comunicare internă (procese comunicative din interiorul organizației), comunicare publică (schimburile informaționale pe care societatea le are cu publicul extern - ascultători, presă etc.) și comunicarea instituțională (raporturile pe care instituția le va oficializa cu organizații partenere, naționale sau internaționale).

Obiectivul principal al sub-domeniului “comunicare internă” este **informarea transparentă, eficientă și promptă, în procesul decizional, în vederea obținerii rezultatelor scontate.**

Pentru atingerea acestui obiectiv vor fi urmărite ca direcții strategice principale:

1. stabilirea, formalizarea și informarea privind regulile și posibilitățile de comunicare internă, atât pe orizontală cât și pe verticală;
2. asigurarea unui circuit constant al informației, printr-un feed-back bidirecțional, la/între toate nivelurile ierarhice.

Obiectivul principal al acestui subdomeniu, poate fi atins prin stabilirea unei ierarhii a importanței comunicărilor interne, analizarea canalelor oficiale de comunicare și a impactului acestora în diseminarea informațiilor, astfel încât destinatarii să acorde credibilitate canalelor oficiale de informare internă și, după caz, să le verifice direct la sursă.

În ceea ce privește comunicarea publică, obiectivul principal este **transmiterea, cu vizibilitate multiplă, a tuturor intențiilor, capacităților productive și rezultatelor societății, în scopul creșterii credibilității, notorietății, audienței și asigurării prezenței organizației în topul furnizorilor de servicii media și culturale.**

Astfel, direcțiile strategice, necesar a fi parcurse în vederea atingerii obiectivului, au în vedere:

1. elaborarea unui concept de utilizare a instrumentelor de comunicare (media, directă, prin sampling, outdoor, prin publicații proprii, comunicate, diseminare indirectă etc.) în funcție de scop și public (captiv sau variabil).
2. fundamentarea viziunii de comunicare prin sincronizarea cu strategia obținută din studiul de marketing, atât în plan organizațional cât și artistic, editorial, strategic și, atunci când este oportun, economic.
3. elaborarea strategiei anuale, cu obiective clare, în considerarea interdependenței cu obiectivele tuturor structurilor din cadrul organizației;
4. elaborarea unei strategii unitare de promovare a posturilor, ținând cont de necesitatea promovării reciproce a produselor editoriale, sub cupola Radio România;
5. reconsiderarea instrumentului “Revista Radio”;
6. informarea eficientă, pe toate căile, a beneficiarilor în vederea conștientizării importanței serviciului public de radiodifuziune, sub un brand unitar (on/off air);

Comunicarea instituțională are ca obiectiv principal **valorificarea potențialului organizației, prin sistemul parteneriatului cu terțe persoane juridice (de drept public sau privat), atât naționale, cât și internaționale.**

Pentru atingerea acestui obiectiv se recomandă:

1. stabilirea criteriilor de selecție, în conformitate cu viziunea, misiunea, valorile și principiile Radio România;
2. analiza ofertelor de parteneriat și a oportunităților conținute;
3. prospectarea oportunităților neexploatate și identificarea, prin selecție, a parteneriatelor necesare și utile.

În domeniul „marketing”, obiectivul fundamental, **aplicarea celor mai eficiente și cuantificabile modalități de a identifica și planifica publicul țintă, în conformitate cu misiunea organizației, printr-o viziune unitară și coerentă, presupune următoarele direcții strategice:**

1. identificarea pieței concurențiale;
2. elaborarea strategiei anuale, cu obiective specifice, măsurabile, abordabile,

realiste/relevante și încadrabile în timp (SMART), în considerarea interdependenței acestora cu obiectivele tuturor structurilor din cadrul organizației;

3. dezvoltarea activității de cercetare calitativă/cantitativă, în scopul îmbunătățirii, dezvoltării produselor și adaptării acestora la nevoile și așteptările publicului, inclusiv prin întărirea prezenței societății în organisme și structurile de profil;
4. identificarea modalităților de a diversifica publicul actual, echilibrarea profilului demografic al acestuia;
5. impunerea, prin mijloace ofensive, a produselor de calitate ale SRR pe piața concurențială;
6. planificarea vânzărilor în scopul creșterii acestora;
7. unificarea activităților de marketing.

Capitolul 5. Economic și financiar

Obiectivul principal al domeniului este **asigurarea stabilității financiare și a echilibrului bugetar**. Astfel, ca direcții strategice, vor fi urmărite:

1. întărirea controlului cheltuielilor, maximizarea veniturilor proprii și a celor de la bugetul de stat;
2. perfecționarea procedurii de elaborare și repartizare a bugetului (anual/multianual) al societății, implementarea modului de lucru cu bugetarea proiectelor și activităților;
3. crearea unui compartiment pentru identificarea oportunităților de finanțare;
4. identificarea, analizarea și reducerea cheltuielilor neeconomice la nivelul tuturor departamentelor societății.

Capitolul 6. Tehnic

Principalul obiectiv al acestui domeniu este **asigurarea și dezvoltarea capacităților tehnice pentru producție, emisie, transmisie, recepție, servicii etc. la standardele calitative propuse**.

Astfel, este necesară urmărirea:

1. reconsiderării necesităților de spectru ale societății, atât în modalitățile actuale de emisie, cât și în perspectiva trecerii la radio digital (T-DAB), conform strategiei de acoperire a teritoriului național;
2. implementării soluțiilor specifice radioului digital

și înscrierii în competiția de atribuire a multiplexoarelor pentru emisia digitală;

3. adoptării de soluții tehnice performante pentru producție și emisie radio;
4. obținerii unui sunet de calitate la emisie;
5. realizării controlului obiectiv al transmisiei, transportului de semnal și al calității recepției programelor;
6. conservării arhivei Radio România și accelerării procesului de digitizare a patrimoniului audio al societății;
7. creșterii capacității de utilizare a tehnologiei IT&C existente;
8. identificării soluțiilor tehnice, în vederea prezenței serviciului public de radiodifuziune, în format radio on air, în spații publice;
9. implementării sistemului TRAFFIC ANNOUNCEMENT;
10. extinderii către studiourile teritoriale a funcționalităților SII din societate;
11. retehnologizării uniforme a studiourilor teritoriale;
12. pregătirii soluțiilor tehnice pentru rezolvarea problemelor legate de sediul central al societății;
13. utilizării, la scară cât mai largă a „software-ului liber”;
14. modernizării parcului auto al societății.

Capitolul 7. Organizațional

Principalul obiectiv al acestui domeniu este **asigurarea instrumentelor necesare bunei funcționări a serviciului public, în condițiile permanenței specifice, și dezvoltarea culturii organizaționale**.

Pentru aceasta, vor trebui urmărite:

1. organizarea activității tuturor salariaților societății, astfel încât prestarea muncii să se realizeze, în condițiile remunerării decente și fără a se aduce atingere drepturilor și libertăților stabilite prin lege, 365 de zile pe an, 7 zile pe săptămână, 24 de ore din zi;
2. analiza instrumentelor existente, elaborarea Regulamentului de organizare și funcționare al societății, a normelor și procedurilor subsecvente.
3. implementarea procedurilor, auditul și certificarea SRR, conform standardelor de management al calității, mediului, securității în

muncă etc.

4. analiza și reconsiderarea delegării de competențe și responsabilități și a coordonării pe orizontală, în vederea unei mai bune aplicări a principiilor descentralizării decizionale și/sau ale simplificării administrative.
5. elaborarea de proceduri controlabile și stimularea contribuției creative a factorilor de decizie, asumarea răspunderii individuale în vederea orientării către rezultat, mobilitate organizațională.
6. reconsiderarea organizării și funcționării sistemului posturilor naționale, regionale și locale, redimensionarea acestuia.
7. diagnoza organizațională pentru stabilirea tipului de cultură organizațională care să permită diseminarea, înțelegerea, acceptarea și implementarea planurilor de măsuri.
8. îmbunătățirea cadrului legal care asigură organizarea și funcționarea societății.
9. crearea instituției dialogului social.

Capitolul 8. Monitorizare și control

Principalele obiective ale domeniului sunt asigurarea informării, în termen, cu privire la funcționarea organizației și identificarea măsurilor necesare în vederea eliminării disfuncționalităților.

Astfel, pentru atingerea acestor obiective, se vor urmări:

1. instituirea unui sistem de raportare periodică.
2. realizarea de sondaje la toate nivelurile manageriale și de execuție din organizație.
3. instituirea unui sistem de urmărire și evaluare a atingerii obiectivelor și a îndeplinirii sarcinilor.
4. analiza și îmbunătățirea sistemului de verificare și control, în scopul unei mai eficiente valorificări a măsurilor dispuse cu ocazia acestora.

Capitolul 9. Cultural

Radioul public și-a asumat, încă de la înființare, misiunea de promovare a culturii naționale și internaționale, a valorilor autohtone, de educare și de exploatare a tuturor oportunităților prin care să pună, la dispoziția publicului și produse complementare. Astfel, fie că este vorba despre produsele Arhivei de Aur sau ale Agenției de Presă Rador, patrimoniul existent sau viitor, fie că este vorba despre Formațiile Muzicale sau târgurile de carte, Radio România trebuie să ofere publicului produse specifice de înaltă calitate, care să o distingă în procesul de captare a ascultătorului.

În acest domeniu, obiectivul fundamental este

promovarea cu precădere a valorilor și creațiilor autentice - naționale și europene -, a diversității culturale, prin producerea, exploatarea și fructificarea bunurilor și valorilor culturale complexe respectiv furnizarea de servicii cultural-artistice, în scopul diversificării audienței.

În contextul mediului concurențial și misiunii generale a radioului public, pentru atingerea obiectivului se vor urmări:

1. stabilirea unor criterii și proceduri în vederea diminuării riscurilor creării unor produse fără impact.
2. stabilirea unei strategii de exploatare și fructificare, sub formele multiple, a produselor/serviciilor și a patrimoniului.
3. analiza ofertei în vederea adaptării modalității de expresie la spiritul contemporan.
4. stabilirea unor criterii și proceduri în vederea obținerii unui anumit standard de calitate al produselor și serviciilor cultural-artistice.
5. stabilirea unor trasee/linii generale de acțiune, prin care să se faciliteze identificarea produselor societății (amprentare) de către beneficiari.
6. efectuarea analizelor de oportunitate pentru ca produsele/serviciile cultural-artistice să devină și suport publicitar pentru societate.
7. elaborarea unor criterii evaluabile (de valabilitate, valoare, adresabilitate, performanță, inovație etc.) a producerii bunurilor artistice.
8. analiza disfuncțiilor dintre structurile implicate în producerea, exploatarea și fructificarea bunurilor și valorilor culturale sau furnizarea de servicii cultural-artistice.

Notă:

- obiectivele strategice sunt redactate cu caractere aldine, cursive și se găsesc marcate cu roșu, se regăsesc în raport în chenar de aceeași culoare;

- direcțiile strategice pentru atingerea obiectivelor sunt numerotate, fără însă ca numerotarea să ierarhizeze ordinea de abordare a acestora și sunt marcate cu portocaliu găsindu-se în textul raportului încadrate în chenar de aceeași culoare.

RAPORT | ANEXA 4
ANUAL 2010
ORGANIGRAMA SOCIETĂȚII ROMÂNE
DE RADIODIFUZIUNE

COMITETUL DIRECTOR

OBIECTIVE PE TERMEN LUNG ȘI ȚINTE PENTRU ANUL 2010

1. Continuarea dezvoltării organizaționale și consolidarea instituțională a S.R.R. ca serviciu public modern

Ținte pentru 2010

- continuarea proiectului **Radio România în viitor** : implementarea *Sistemului Integrat de Obiective Organizaționale* și lansarea următorului proiect prevăzut în Foaia de Parcurș;
- lansarea proiectului referitor la *Sistemul de Management al Calității*;
- pentru eventualitatea în care Parlamentul reia discuțiile pe Legea 41: pregătirea unui set de amendamente care să asigure cadrul legal pentru consolidarea SRR ca serviciu public modern.

2. Menținerea Radio România în poziția de lider de audiență

Ținte pentru 2010

- Market Share cumulat de 39-40% la nivel național și 26-27% la nivel urban.

3. Continuarea dezvoltării ofertei de produse ale SRR

Ținte pentru 2010

- relansarea Radio București;
- lansarea de produse noi on air (Info, Radio România Multicultural), precum și a altor produse new media;
- începerea pregătirilor pentru lansarea on air a unui post dedicat tinerilor (cercetare de piață, redactarea proiectului etc.).

4. Asigurarea stabilității financiare a S.R.R.

Ținte pentru 2010

- asigurarea unui exercițiu bugetar echilibrat;
- creșterea veniturilor proprii: abonamente, publicitate (extinderea vânzării de spațiu publicitar pe produsele on line), RADOR, concerte, editură;
- menținerea sub control a cheltuielilor și creșterea eficienței în utilizarea resurselor financiare.

5. Dezvoltarea tehnologică a instituției

Ținte pentru 2010

- car de transmisii pe satelit;
- monitorizarea frecvențelor;
- înlocuirea calculatoarelor uzate.

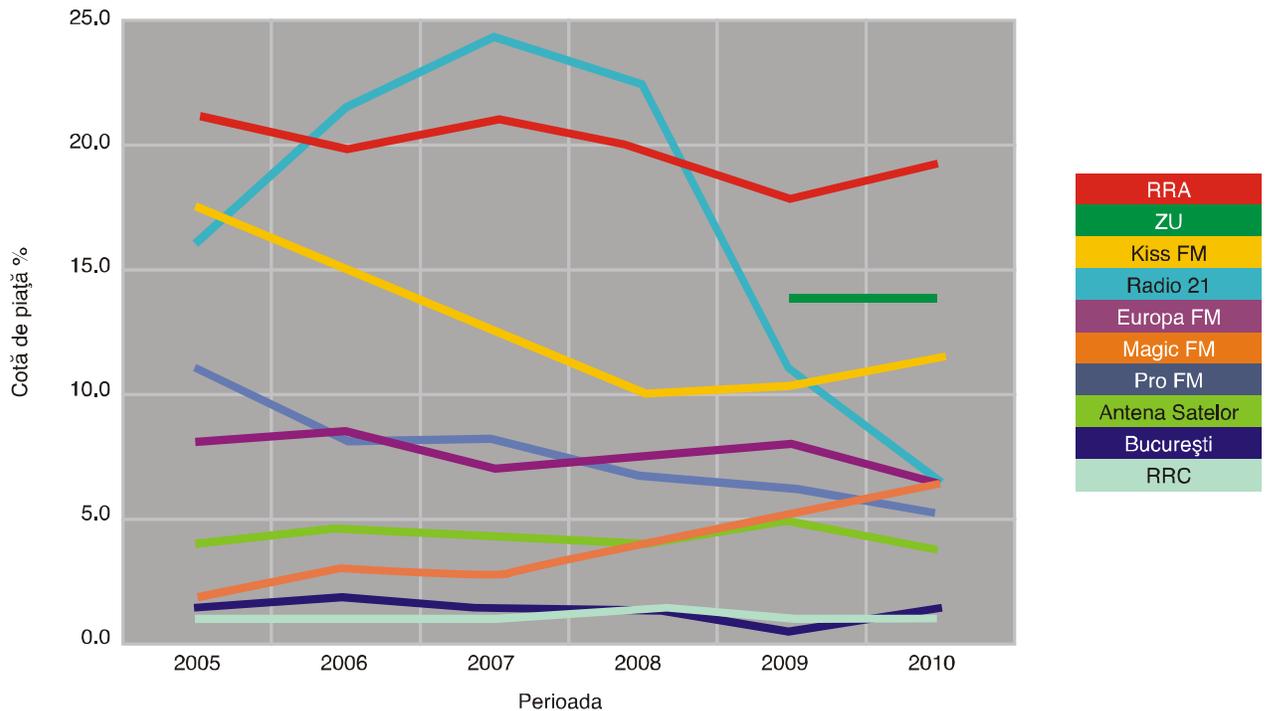
6. Sediul nou pentru S.R.R.

Ținte pentru 2010

- începerea demersurilor pentru construirea în anii următori a noii Case Radio (finanțare, amplasament etc.).

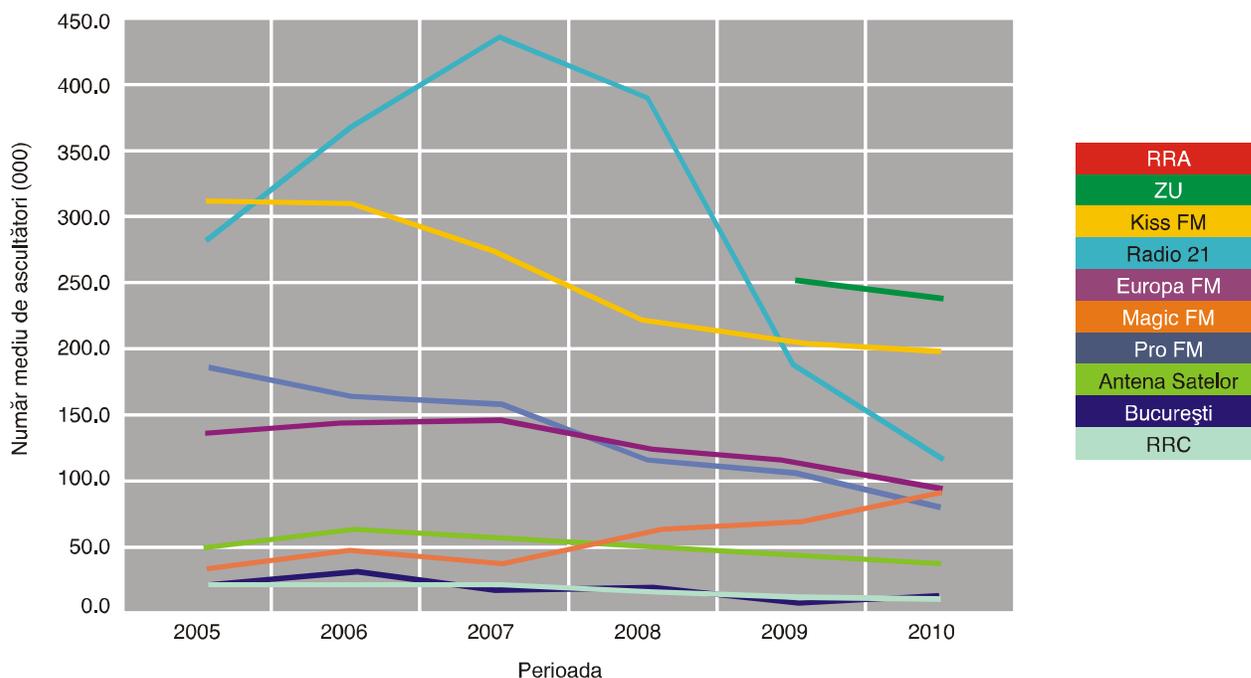
RAPORT | ANEXA 5
ANUAL 2010
EVOLUȚIA NUMĂRULUI DE SALARIAȚI ÎN ANUL 2010

Cotă de piață București 2005 - 2010



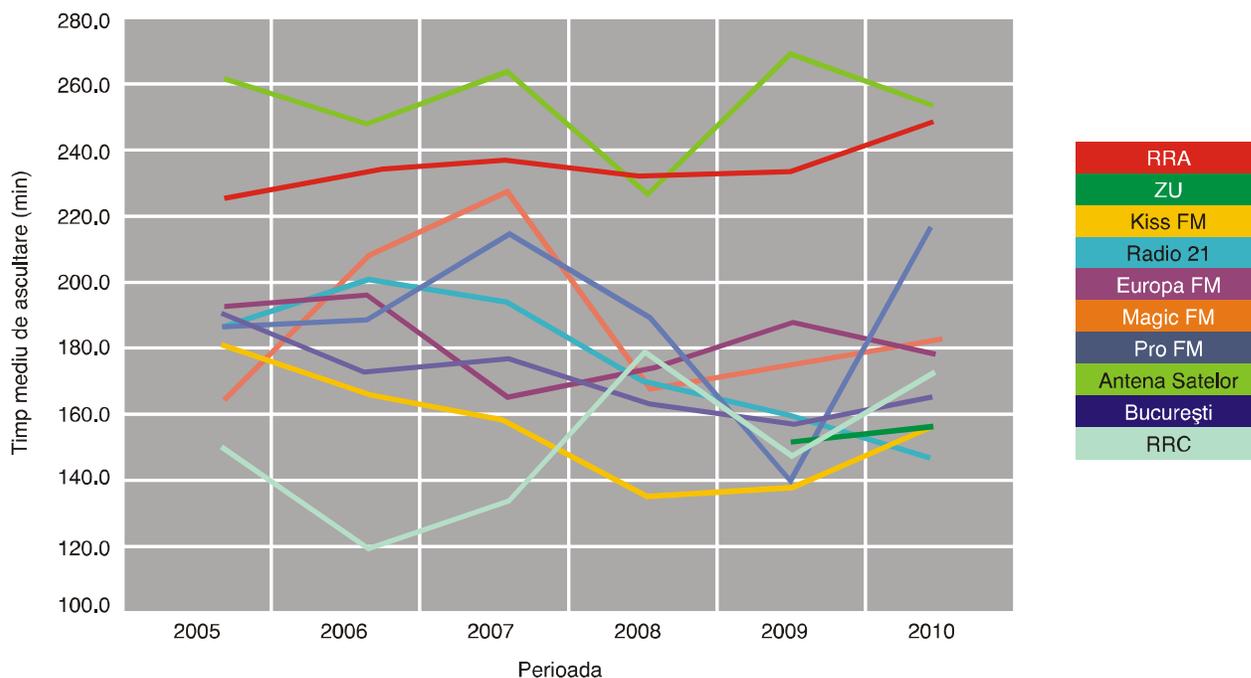
Posturi	Cotă de piață %					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL RADIO	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
RRA	21.0	19.9	20.9	19.8	17.8	19.1
ZU					13.7	13.7
Kiss FM	17.1	14.9	12.4	10.1	10.2	11.5
Radio 21	1.6	21.4	24.4	22.3	10.8	6.4
Europa FM	8.1	8.3	6.9	7.3	7.8	6.3
Magic FM	1.6	2.8	2.6	3.5	4.6	6.2
Pro FM	10.9	8.1	8.0	6.6	6.0	5.0
Romantic FM	5.4	5.1	5.6	7.4	5.7	4.9
Antena Satelor	4.0	4.5	4.4	4.0	4.6	3.7
București	1.2	1.7	1.1	1.2	0.4	1.0
RRC	0.9	0.7	0.8	1.1	0.6	0.7
SRR cumulat	27.1	26.8	27.2	26.1	23.4	24.5

Număr mediu zilnic de ascultători București 2005 - 2010



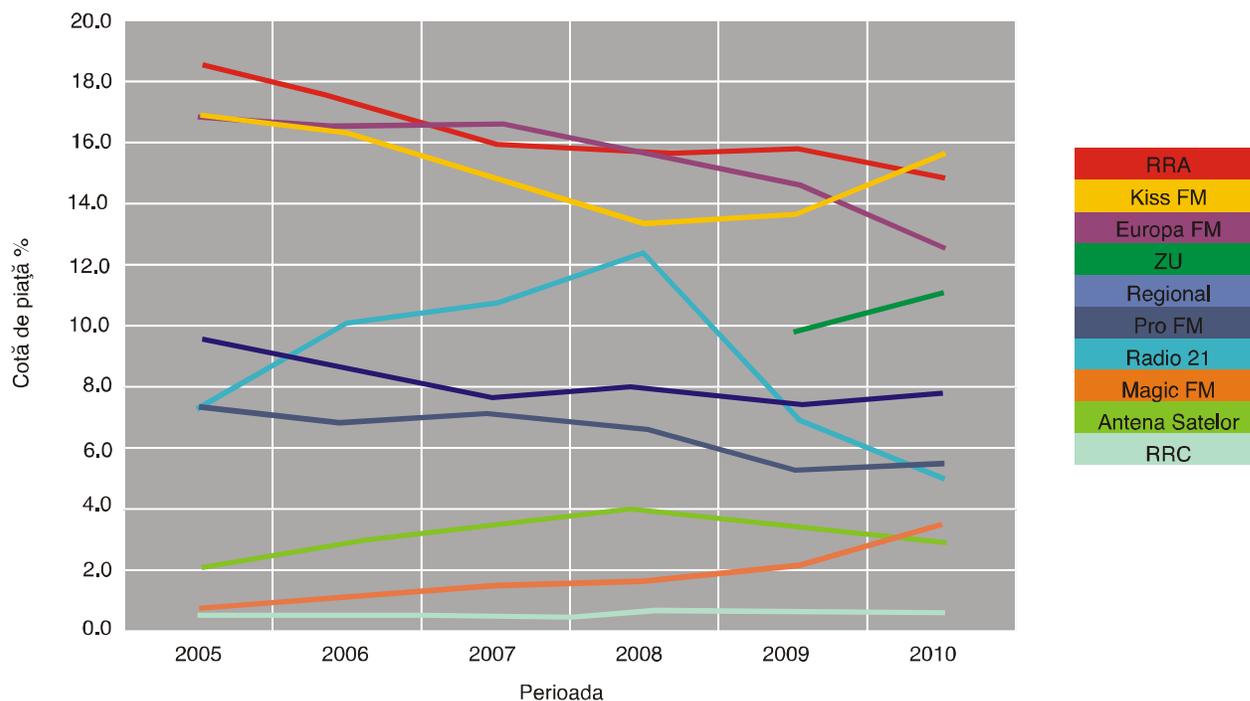
Posturi	Număr mediu de ascultători (000)					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL RADIO	1140.6	1156.0	1165.6	1087.2	1000.4	958.6
RRA	309.9	299.3	308.8	255.1	211.9	209.0
ZU					253.0	238.6
Kiss FM	313.6	313.3	275.4	222.7	206.2	200.2
Radio 21	285.3	372.4	440.2	392.3	188.7	118.2
Europa FM	139.3	147.2	146.4	125.9	116.1	95.5
Magic FM	33.2	47.8	39.7	62.9	73.5	92.1
Pro FM	189.9	164.5	158.7	121.2	106.2	81.3
Romantic FM	90.8	94.7	107.2	113.1	82.5	66.6
Antena Satelor	50.3	63.7	57.9	52.4	47.2	39.6
București	21.9	31.3	18.4	19.5	8.3	13.0
RRC	20.3	21.7	20.1	18.0	11.7	11.3
SRR cumulat	402.4	416.0	405.2	345.0	279.1	272.9

Timp mediu de ascultare București 2005 - 2010



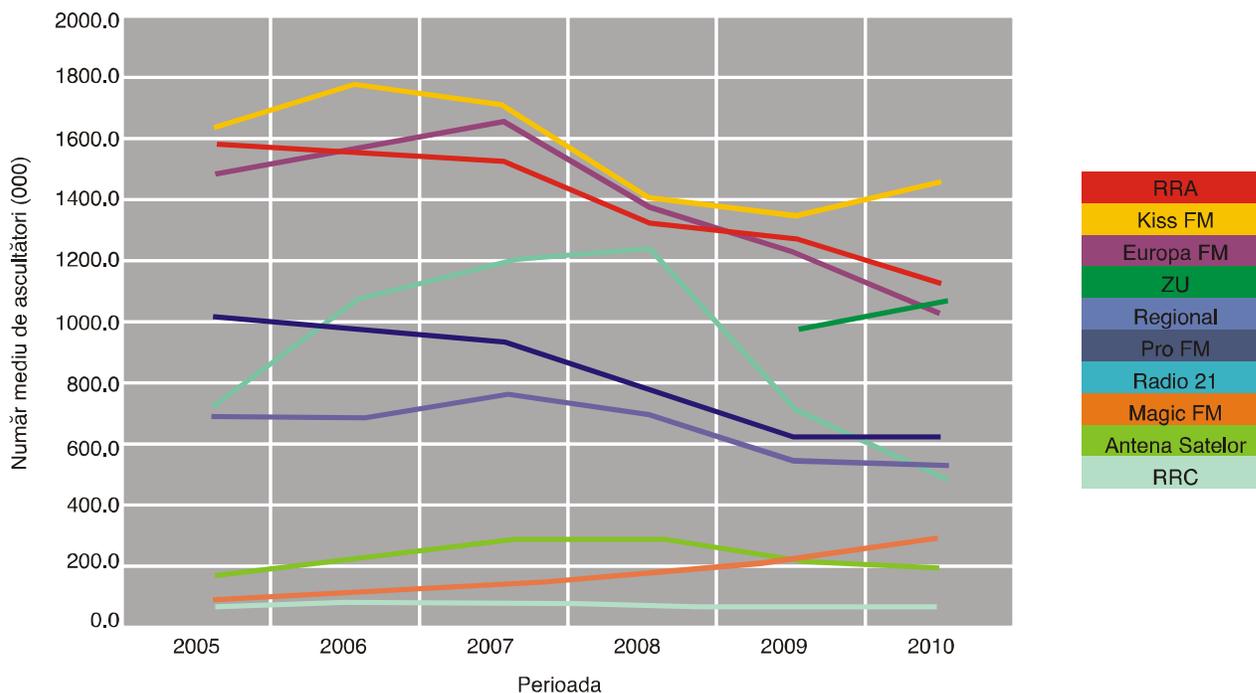
Posturi	Timp mediu de ascultare (min)					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL RADIO	292.3	303.6	301.0	275.6	278.9	284.2
RRA	226.0	234.0	237.6	232.7	234.2	249.1
ZU					151.3	156.9
Kiss FM	181.6	166.8	158.1	135.6	138.6	156.8
Radio 21	186.5	201.6	194.9	170.1	159.9	147.1
Europa FM	193.0	197.3	165.1	174.2	188.6	179.8
Magic FM	164.4	208.3	228.0	168.2	174.3	182.4
Pro FM	190.6	173.1	177.2	163.7	158.1	166.0
Romantic FM	198.8	189.7	184.3	194.8	193.7	201.9
Antena Satelor	262.4	248.5	263.8	227.1	269.5	254.0
București	186.8	188.8	214.4	189.6	139.9	217.0
RRC	150.6	119.9	133.5	179.2	149.2	172.8
SRR cumulat	825.8	791.2	849.3	828.6	792.8	892.9

Cotă de piață Urban 2005 - 2010



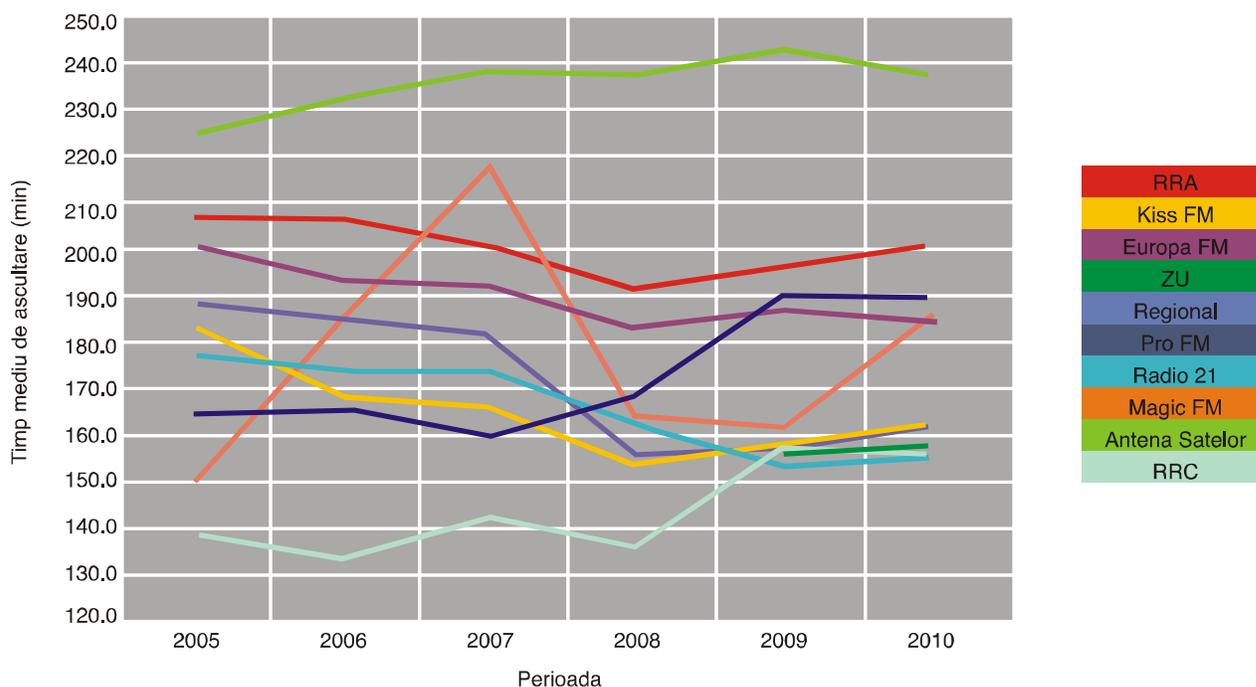
Posturi	Cotă de piață %					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL RADIO	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
RRA	18.5	17.4	15.9	15.6	15.8	14.8
Kiss FM	16.9	16.3	14.7	13.3	13.6	15.6
Europa FM	16.8	16.5	16.6	15.5	14.6	12.5
ZU					9.8	11.1
Regional	9.5	8.6	7.7	8.0	7.5	7.7
Pro FM	7.3	6.8	7.1	6.6	5.3	5.5
Radio 21	7.3	10.1	10.8	12.3	6.9	5.0
Magic FM	0.7	1.1	1.5	1.7	2.2	3.5
Antena Satelor	2.1	2.9	3.4	4.1	3.4	3.0
RRC	0.5	0.6	0.5	0.6	0.6	0.6
SRR cumulat	30.6	29.5	27.5	28.3	27.3	26.1

Număr mediu zilnic de ascultători Urban 2005 - 2010



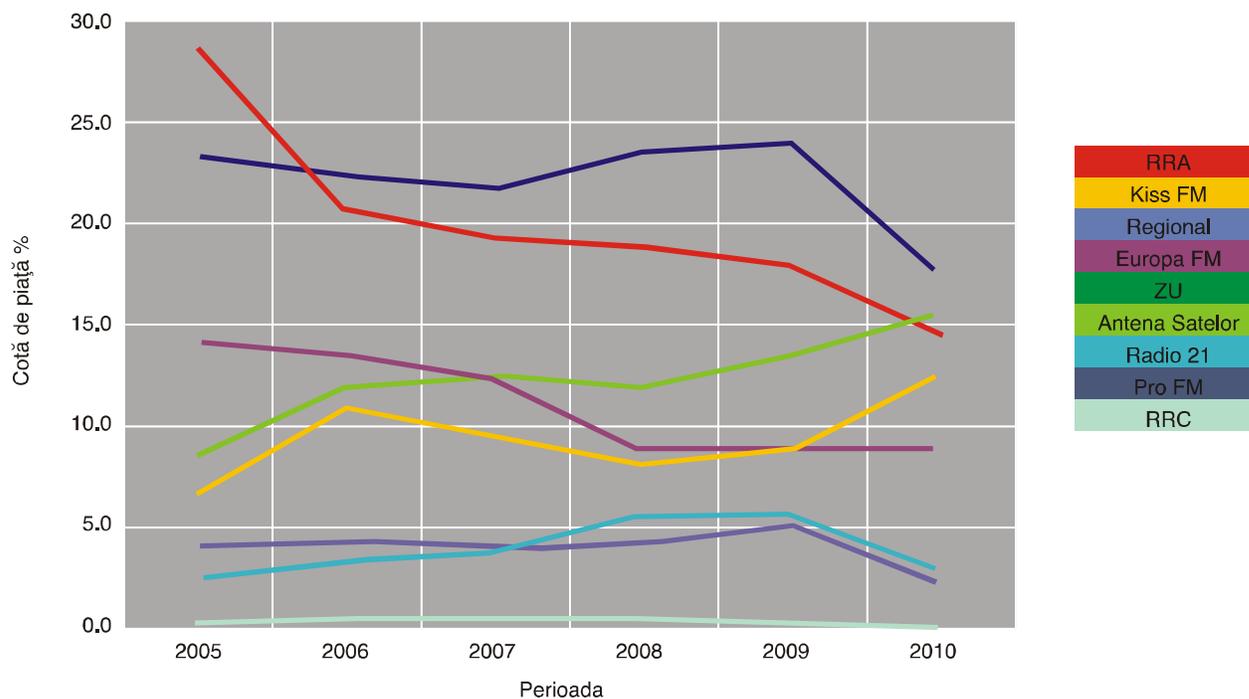
Posturi	Număr mediu zilnic de ascultători (000)					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL RADIO	6409.7	6459.4	6910.9	6389.3	6068.2	5907.7
RRA	1578.0	1551.7	1517.9	1323.7	1257.1	1118.1
Kiss FM	1625.5	1771.2	1702.7	1404.6	1344.9	1451.9
Europa FM	1477.3	1569.4	1651.6	1372.7	1219.7	1026.2
ZU					977.3	1067.8
Regional	1004.7	969.9	922.5	768.6	622.1	614.3
Pro FM	681.0	676.6	751.6	687.5	529.7	514.2
Radio 21	721.6	1066.5	1191.8	1233.7	704.9	492.3
Magic FM	81.9	109.4	130.6	166.4	209.7	283.4
Antena Satelor	161.3	225.9	275.6	282.0	216.8	190.3
RRC	63.8	81.2	64.5	71.1	60.9	58.5
SRR cumulat	2807.8	2828.7	2780.5	2445.4	2156.9	1981.2

Timp mediu de ascultare Urban 2005 - 2010



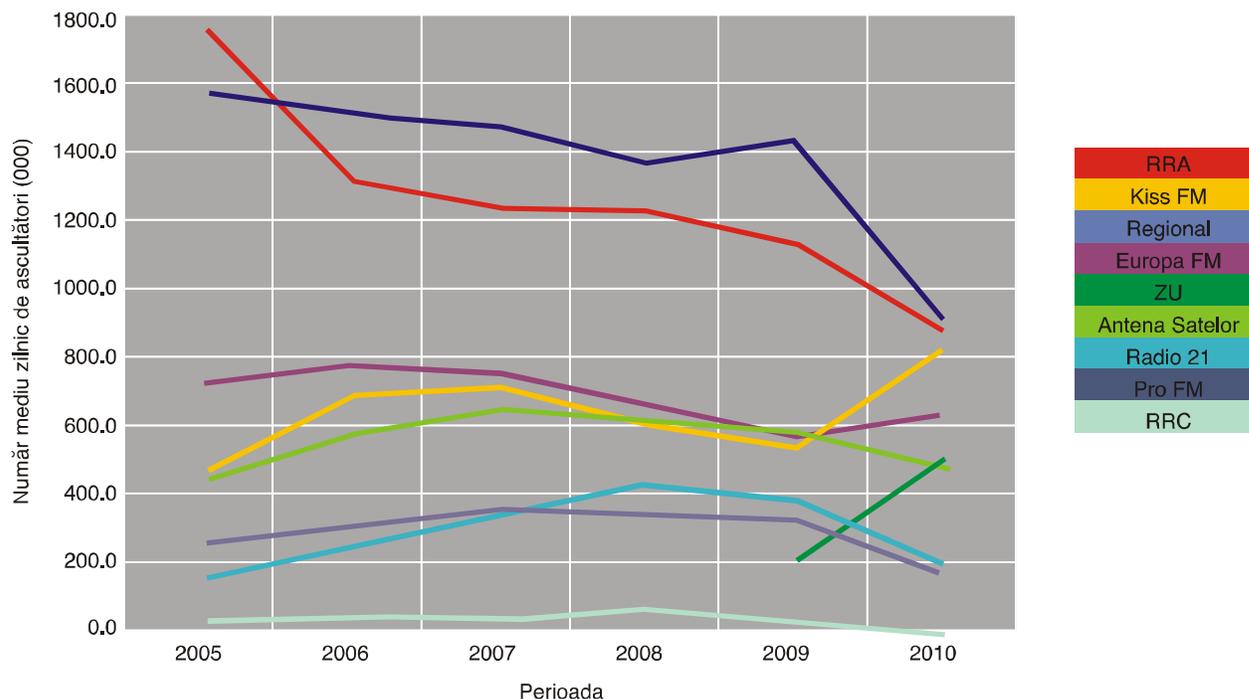
Posturi	Timp mediu de ascultare (min)					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL RADIO	274.5	284.7	276.7	254.6	257.9	256.6
RRA	206.5	206.1	200.4	191.4	196.3	200.6
Kiss FM	182.7	168.9	165.3	154.5	158.8	162.4
Europa FM	200.6	193.2	192.1	183.3	186.8	184.5
ZU					156.6	157.2
Regional	164.3	165.2	160.1	168.8	189.5	189.2
Pro FM	188.1	183.8	181.6	155.9	156.9	161.9
Radio 21	177.4	174.5	173.3	162.5	153.3	154.9
Magic FM	150.0	185.3	217.5	164.3	161.5	185.5
Antena Satelor	224.4	232.2	237.9	237.0	242.2	237.2
RRC	138.7	133.3	142.8	137.1	157.0	156.1
SRR cumulat	733.9	736.8	741.2	734.3	785.0	783.1

Cotă de piață Rural 2005 - 2010



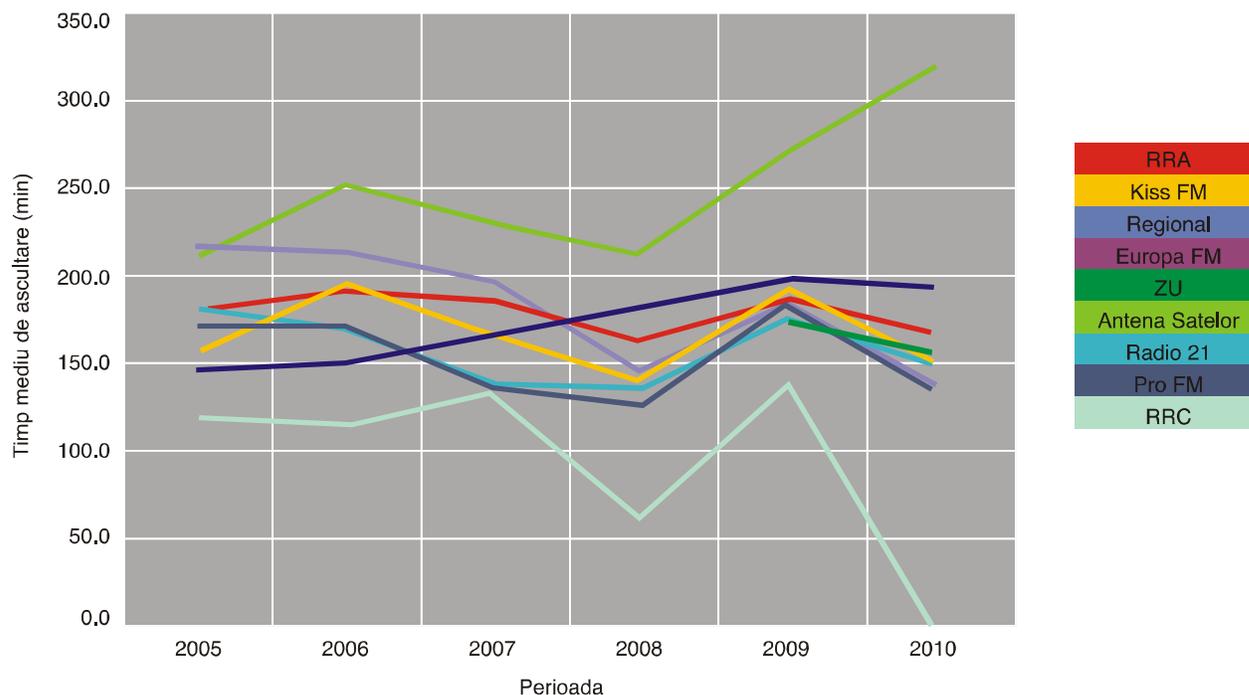
Posturi	Cotă de piață %					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL RADIO	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
RRA	28.7	20.7	19.3	18.9	18.0	14.8
Kiss FM	6.7	10.9	9.8	8.1	8.8	12.5
Regional	23.4	22.4	21.8	23.4	24.0	17.7
Europa FM	14.1	13.5	12.3	8.9	8.9	8.8
ZU					3.2	7.7
Antena Satelor	8.5	11.9	12.5	11.9	13.3	15.4
Radio 21	2.6	3.4	3.8	5.5	5.6	2.9
Pro FM	4.0	4.3	4.0	4.2	5.0	2.3
RRC	0.2	0.4	0.4	0.4	0.2	0.0
SRR cumulat	60.8	55.4	54.0	54.6	55.5	47.9

Număr mediu zilnic de ascultători Rural 2005 - 2010



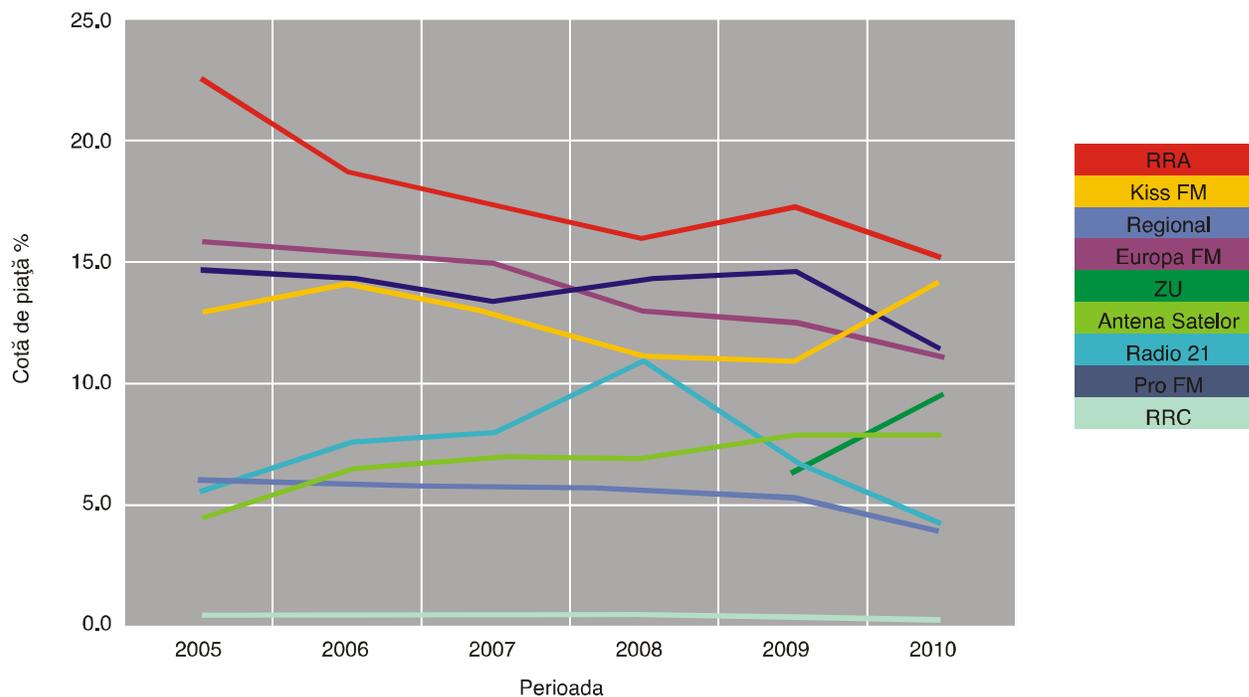
Posturi	Număr mediu zilnic de ascultători (000)					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL RADIO	4516.5	4449.6	4820.9	4645.1	4518.3	4145.7
RRA	1753.6	1314.1	1242.4	1226.8	1130.2	877.8
Kiss FM	461.2	679.4	710.2	604.6	536.3	818.7
Regional	1571.9	1505.2	1468.0	1364.6	1434.2	908.7
Europa FM	717.2	771.9	747.3	651.6	568.9	630.4
ZU					211.5	489.6
Antena Satelor	437.9	571.2	649.3	594.3	577.5	478.6
Radio 21	155.5	247.1	329.0	427.9	376.9	189.5
Pro FM	256.2	309.9	350.0	347.5	319.6	164.5
RRC	21.8	46.8	31.7	64.4	19.2	0.0
SRR cumulat	3785.2	3437.3	3391.4	3250.1	3161.1	2265.1

Timp mediu de ascultare Rural 2005 - 2010



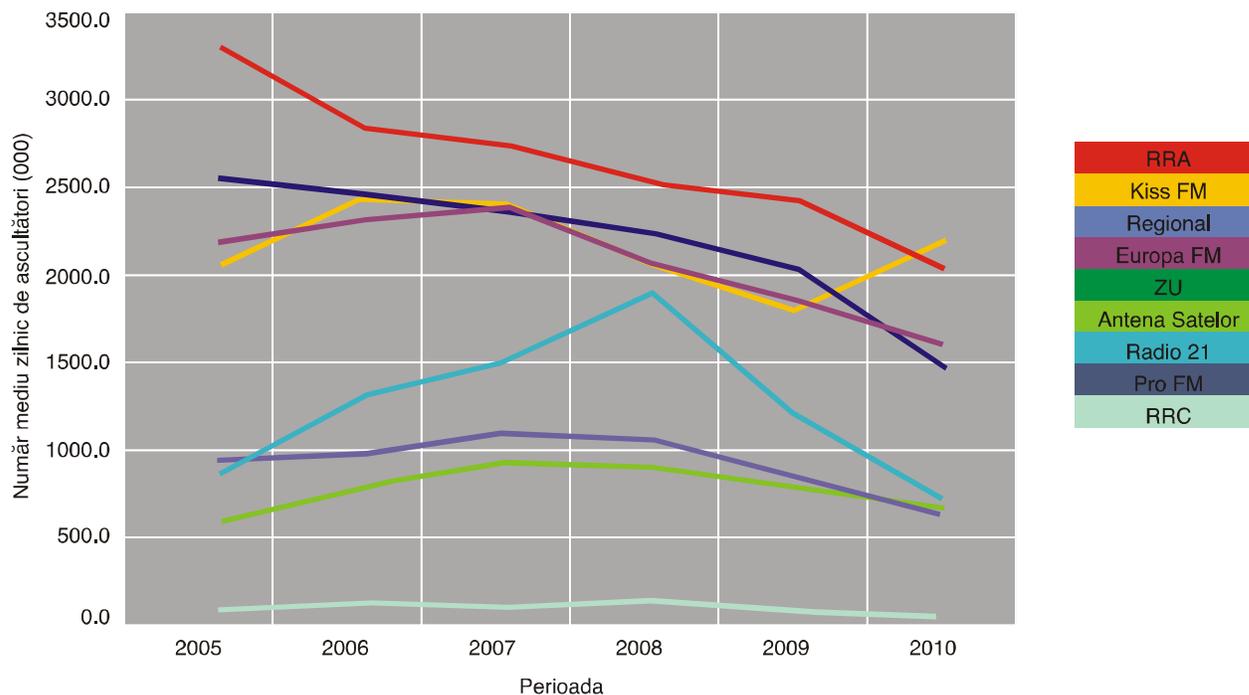
Posturi	Timp mediu de ascultare (min)					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL RADIO	261.9	280.6	265.3	243.3	254.2	249.2
RRA	192.8	199.7	194.2	172.5	191.2	184.6
Kiss FM	177.4	176.5	165.6	146.9	162.0	160.0
Regional	157.4	168.5	165.3	173.7	193.5	190.2
Europa FM	205.8	200.1	193.7	171.3	180.4	171.5
ZU					151.7	155.5
Antena Satelor	216.6	247.5	232.6	211.5	269.7	295.5
Radio 21	178.1	173.8	165.7	156.5	154.2	146.5
Pro FM	183.8	179.9	167.5	144.7	162.8	153.4
RRC	134.2	126.9	140.1	105.3	148.6	131.4
SRR cumulat	701.0	742.6	732.2	663.0	803.0	801.7

Cotă de piață Național 2005 - 2010



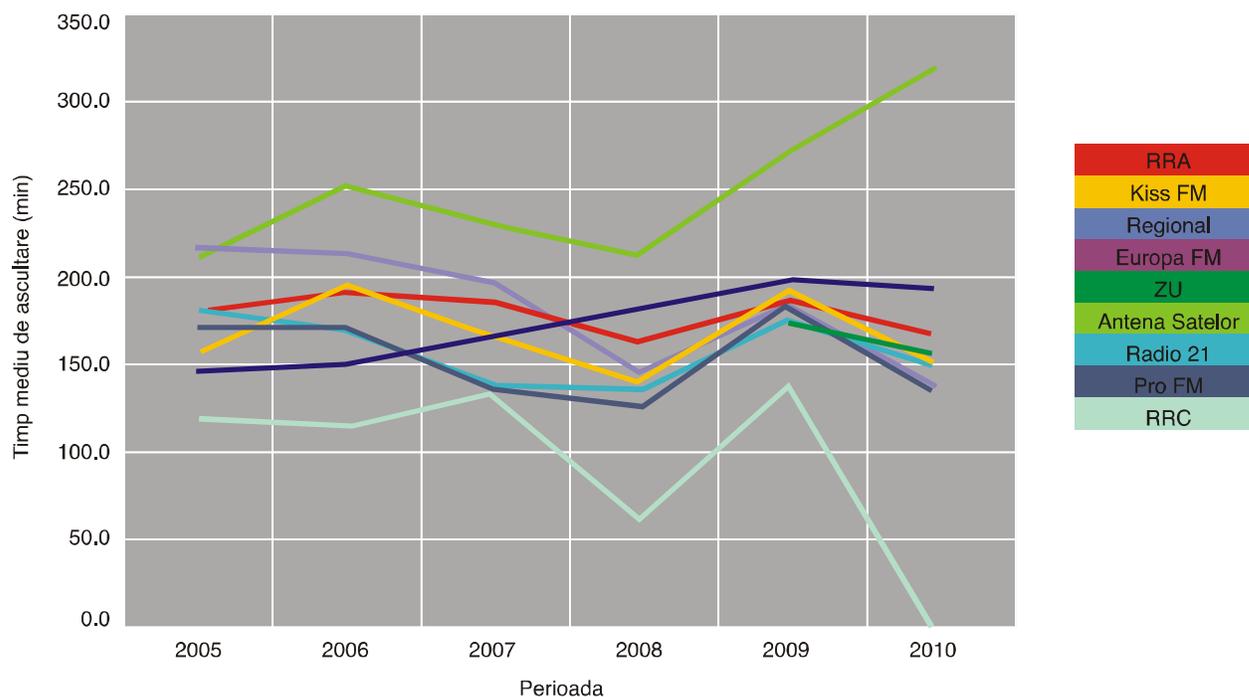
Posturi	Cotă de piață %					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL RADIO	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
RRA	22.5	18.7	17.2	15.9	17.2	15.1
Kiss FM	12.9	14.1	12.8	11.1	10.9	14.1
Regional	14.7	14.2	13.3	14.2	14.6	11.3
Europa FM	15.8	15.3	14.9	13.0	12.4	11.1
ZU					6.3	9.4
Antena Satelor	4.5	6.4	6.9	7.0	7.8	7.9
Radio 21	5.5	7.5	8.1	10.9	6.8	4.2
Pro FM	6.0	5.8	5.9	5.6	5.2	4.0
RRC	0.4	0.5	0.4	0.5	0.5	0.3
SRR cumulat	42.1	39.8	37.8	37.6	40.1	34.6

Număr mediu zilnic de ascultători Național 2005 - 2010



Posturi	Număr mediu zilnic de ascultători (000)					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL RADIO	10926.2	10909.0	11731.8	11309.1	10682.2	10085.5
RRA	3331.6	2865.7	2760.4	2542.8	2447.7	2058.1
Kiss FM	2086.7	2450.5	2412.9	2071.4	1829.6	2216.5
Regional	2576.6	2475.0	2390.4	2252.4	2055.3	1499.1
Europa FM	2194.5	2341.3	2398.9	2080.6	1864.9	1623.1
ZU					1119.3	1521.9
Antena Satelor	599.3	797.1	924.9	907.2	789.5	675.9
Radio 21	877.1	1313.6	1520.8	1913.6	1200.9	724.4
Pro FM	937.2	986.6	1101.6	1071.6	862.3	651.5
RRC	85.6	128.0	96.2	140.5	83.1	54.7
SRR cumulat	6593.1	6265.8	6171.9	5842.9	5375.6	4287.8

Timp mediu de ascultare Național 2005 - 2010



Posturi	Timp mediu de ascultare (min)					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL RADIO	244.0	274.6	249.0	228.1	261.6	240.2
RRA	180.6	192.2	186.6	162.8	188.5	167.9
Kiss FM	158.9	196.4	166.2	141.3	193.0	152.2
Regional	147.7	150.8	167.1	181.9	198.0	194.4
Europa FM	216.4	214.1	197.3	144.6	185.7	138.5
ZU					176.1	157.3
Antena Satelor	213.7	253.5	230.3	212.9	271.9	320.3
Radio 21	181.4	170.5	138.2	136.2	177.1	150.5
Pro FM	172.4	171.3	137.3	127.3	183.8	136.6
RRC	121.2	115.7	134.8	62.2	137.9	0.0
SRR cumulat	663.2	712.2	718.8	619.8	796.3	682.6

RAPORT | ANEXA 6
ANUAL 2010
EVOLUȚIA NUMĂRULUI DE SALARIAȚI ÎN ANUL 2010

EVOLUȚIA NUMĂRULUI DE SALARIAȚI ÎN ANUL 2010

Luna	Intrări	Ieșiri	Creșteri(+)/ Diminuări(-)	Nr. Posturi ocupate
31 Decembrie 2009				2400
Ianuarie 2010	16	3	+13	2413
Februarie 2010	7	8	-1	2412
Martie 2010	7	8	-1	2411
Aprilie 2010	11	15	-4	2407
Mai 2010	7	16	-9	2398
Iunie 2010	11	18	-7	2391
Iulie 2010	6	12	-6	2385
August 2010	12	7	+5	2390
Septembrie 2010	4	9	-5	2385
Octombrie 2010	15	6	+9	2394
Noiembrie 2010	1	4	-3	2391
Decembrie 2010	4	4	-	2391
Total 2010	101	110	-9	2391

RAPORT | ANEXA 7
ANUAL 2010
EVOLUTIA IEȘIRILOR LA PENSIE ÎN ANUL 2010

EVOLUTIA IEȘIRILOR LA PENSIE ÎN ANUL 2010

Nr. Crt.	Luna	Departament				Total
		Director General	Producție Editorială	Economic	Tehnic	
1	Ianuarie		1	1		1
2	Februarie	1		1		1
3	Martie		5	1	2	8
4	Aprilie	2	5	1	1	9
5	Mai	1	7	1	2	11
6	Iunie	1	8	1	1	11
7	Iulie	1	3	1		5
8	August	1	1		1	3
9	Septembrie	1	3	1		5
10	Octombrie	2	2	1		5
11	Noiembrie				1	1
12	Decembrie		2			2
	Total	10	37	7	8	62

RAPORT | ANEXA 8
ANUAL 2010
EVOLUTIA IEȘIRILOR LA PENSIE ÎN ANUL 2010

SITUAȚIA ÎNCETĂRILOR DE ACTIVITATE ÎN ANUL 2010

După structura organizatorică

Compartimente subordonate Directorului General	22
Departament Producție Editorială	67
Departament Tehnic	11
Departament Economic	10
Total	110

După forma de încetare a activității

Prin acordul părților	38
Prin pensionare	62
Prin desfacere disciplinară a contractului individual de muncă	1
Prin deces	8
Total	110

RAPORT | ANEXA 9
ANUAL 2010
SITUAȚIA PERFEȚIONĂRII ȘI INSTRUIRII PROFESIONALE ÎN ANUL 2010



SITUAȚIA PERFEȚIONĂRII ȘI INSTRUIRII PROFESIONALE ÎN ANUL 2010

SITUAȚIA PERFEȚIONĂRII ȘI INSTRUIRII PROFESIONALE ÎN ANUL 2010

Domenii	Nr. de participări	Nr. de evenimente	Nr. ore de curs
Jurnalism	45	638	1178
Management	8	225	233
Alte specializări	55	481	733
Total	108	1344	2144



Str. General Berthelot 60-64, București, 010165
E-mail: relatiipublic@ror.net.ro
Telefon: 021/314 77 70, 021/303 12 97, 021/303 18 57
Fax: 021/303 17 26
www.radioromania.ro