

**RADIO ROMÂNIA ACTUALITĂȚI**

**iulie 2012- decembrie 2015**

**PROIECT MANAGERIAL poziția REDACTOR ȘEF ADJUNCT**

Conform viziunii și misiunii unui post public :

**Vrem să fim cel mai credibil și eficient mijloc de informare și formare a publicului.**

**Oferim programe și produse informative, culturale, educative și de divertisment pentru toate categoriile de public.**

**Servim exclusiv interesul public și creăm valori publice importante pentru societatea românească.**

Intr-un mediu concurențial activ –agresiv , valorile noastre sunt :

**Credibilitatea- Calitatea- Independența**

**Respectul față de public-Creativitatea-Competitivitatea -Spiritul de echipă**

*În plan democratic:* stimulăm spiritul civic, dezbateră și participarea la viața publică.

*În plan educațional:* contribuim la educarea și formarea publicului.

*În plan cultural:* promovăm diversitatea culturii românești și universale. Cultivăm limba română și dovedim exigență în folosirea tuturor limbilor în care emitem.

*În plan social:* contribuim la întărirea sentimentelor de coeziune și solidaritate socială.

*În plan național:* promovăm identitatea noastră națională într-o lume a diversității.

Suntem principala sursă de informare despre România, atât în țară cât și în străinătate, iar ca postul cu cea mai lungă tradiție și cu cel mai mare număr de ascultători din organizație Radio România Actualități caută în fiecare zi să fie conectat la toate noutățile tehnice, la toate schimbările survenite la nivelul preferințelor și nevoilor ascultătorului pe o piață concurențială liberă, puternică și democratică, în care undele și receptoarele –radio sunt la îndemână și la dispoziția tuturor.

**Caracterizat nu demult drept : domnul de 54 de ani, distant și nu tocmai flexibil, postul Radio România Actualități caută să devină tot mai mult prietenul și tovarășul de cursă lungă al României profunde, al oricărui concetățean modern, activ, flexibil, european și pretențios. Și efortul de a corespunde nu e deloc mic.**

## I.1.POZIȚIA

În cadrul Societății Române de Radiodifuziune Postul Radio România Actualități este subordonat, ca structură autonomă, Departamentului Producție Editorială.și își desfășoară activitatea în conformitate cu deciziile Comitetului Director și ale Consiliului de Administrație. La ora actuală are relații de colaborare în plan organizatoric și administrativ cu toate structurile SRR. și de colaborare directă în plan editorial cu Redacția Informații, Redacția Muzicală, Redacția Teatru și RADOR. Dacă ultimele doua au producție specifica și cu destinație multiplă , Redacția Informații-respectiv Camera știrilor – și Redacția Muzicală ar putea să funcționeze încă și mai organic dacă ar deveni secții ale RRA(ceea ce ,informal deocamdată, se petrece in foarte multe dintre situațiile practicii de fiecare zi ,dat fiind specificul postului : reflectarea actualității în desfășurare!)

--Într-o asemenea perspectivă ,Postul Radio România Actualități ,reprezentat de redactorul șef ,ar avea în subordine trei redactori șefi adjuncți și coordonatorii acestor atât de importante structuri.

## I.2.ATRIBUȚII ALE POSTULUI RADIO ROMÂNIA ACTUALITĂȚII ÎN CADRUL SRR

Potrivit articolelor relevante ale Legii 41/1994 republicate (art. 4 „asigurarea informării corecte”, art. 5 „...să rezerve o parte din spațiul de emisie partidelor politice reprezentate în Parlament”, art. 14 – difuzarea știrilor și informațiilor) și a altor reglementări legale incidente, *Radio România Actualități se definește, prin prestația jurnalistică de fiecare zi, ca fiind un post public de informare de interes național, cu format generalist, care reflectă evenimentele cotidiene, facilitează înțelegerea actualității interne și internaționale și afirmă unitatea în diversitate a societății românești.*

Principalele activități ale postului Radio România Actualități sunt :

- Transmiterea de informații cu privire la evenimente petrecute în București și în țară, contextualizarea și oferirea background-ului necesar înțelegerii acestor informații de către ascultător;
- Reflectarea unor fenomene și situații generate de contextul politic, economic și social din România și din lume

- Identificarea și propunerea spre difuzare a acelor evenimente, acțiuni, situații care prezintă interes din perspectivă națională;

-Folosirea tuturor formatelor jurnalistice (știre, relatare, package, transmisiuni directe, interviu, reportaj, etc.) pentru reflectarea actualității în programele R.R.A., cu prioritate în grupajele informative și fluxurile de actualitate,**dar și în radioprogramele principale ,concepute așa încât sa funcționeze flexibil și adaptabil ,in advăratul regim de actualități** pentru ca acoperirea evenimentelor neprevăzute, de interes public, să se facă în regim de „breaking news”;

-Consemnată între principalele activități ale postului R.R.A.”Cultivarea și dezvoltarea relațiilor, în interesul Radio România Actualități și al S.R.R.,cu reprezentanți ai instituțiilor locale și ai agenților economici din zona lor de activitate,cu personalități, lideri de opinie și analiști, cu membrii ai sucursalelor organizațiilor naționale sau internaționale cu sediul în județul respectiv, precum și cu orice alte posibile surse de informații.” pune cel puțin problema amestecului de actanți și posibile activități ale acestora. Și atunci fie ne referim pe de o parte la atribuțiile corespondenților R.R.A. din fiecare județ , sau -după caz,din țările unde avem corespondenți proprii , dar se cere păstrată independența lor, pentru a nu “forța” o latură subiectivă sau o prea mare implicare, fie, pe de altă parte , ne referim la parteneriate,la activități ce presupun susținere reciprocă sau chiar co-producții(cum au fost cele realizate la un moment dat cu postul de radio BBC). Cum, la fel de bine,acest punct ar putea viza activități specifice D.C.M sau Serviciului Relații Internaționale.

## II. CONTEXTUL ÎN CARE POSTUL RADIO ROMÂNIA ACTUALITĂȚI ÎȘI DESFĂȘOARĂ ACTIVITATEA

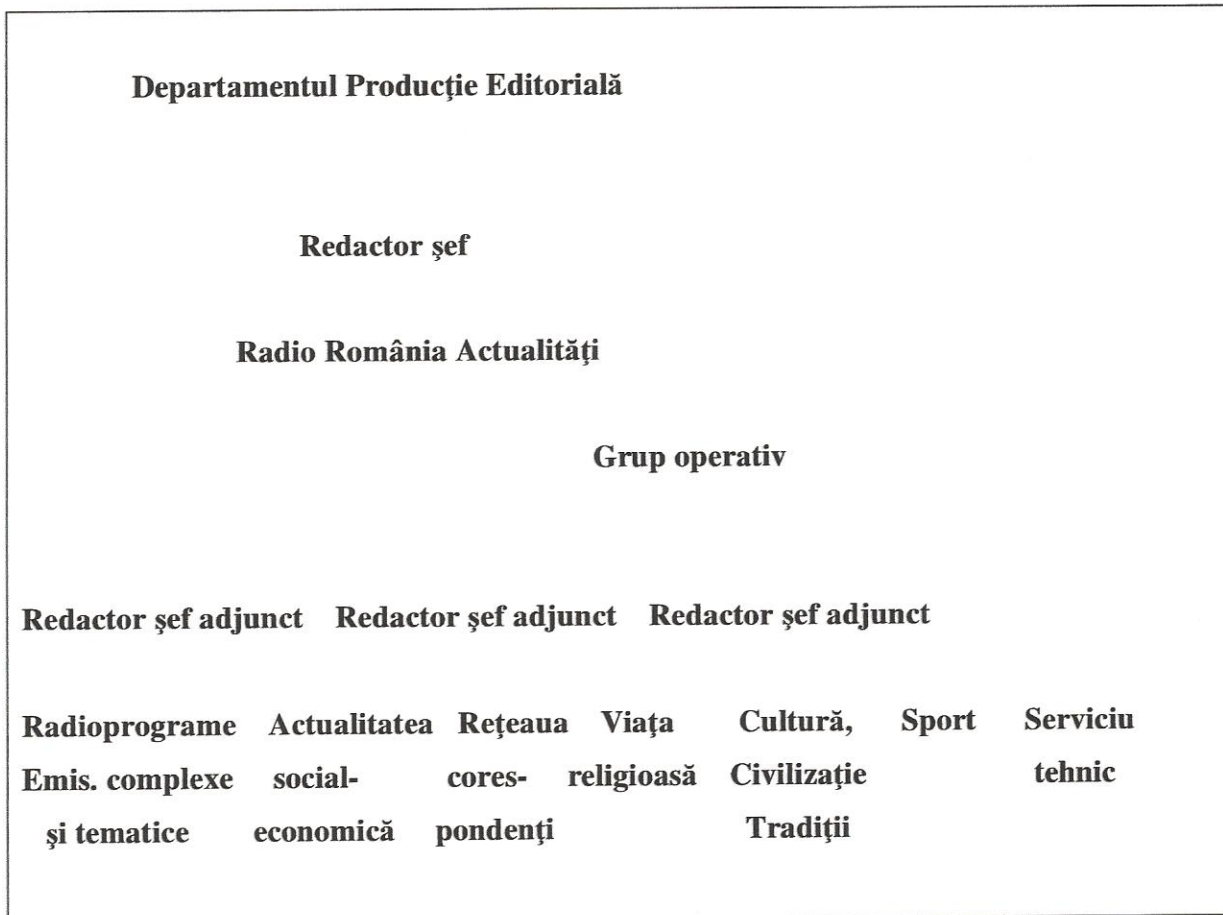
Radio România Actualități este postul cu cea mai mare audiență din Societate. Pe piața radiofonică, este cel mai ascultat post de radio din București, ocupând locul întâi. La nivelul întregii țări, se află în poziția secundă și cauzele unei asemenea situații țin de diferențele(de scop și mijloace) dintre un post public și unul comercial cu audiență națională , de structura publicului țintă și a publicului fidel , ca și de posibila susținere de tip trust(prin posturile de televiziune) a unora dintre radiourile concurente.

Până la analiza detaliată a rezultatelor ultimului val(valul I -2012) al situației pe piața posturilor de radio cu audiență națională realizat pe primele 4 luni ale anului 2012 de A.R.A.,reținem pentru moment **procentul de fidelitate** care pentru R.R.A. este de 16,4%;

un procent care ne poate satisface doar în primă instanță, pentru ca deși ne situează pe primul loc - el se referă la un public atașat tradițional de Radio Romania Actualități, în vârstă, ieșit din activitate și comod, departe de intenția declarată a postului de a scădea media de vârstă a ascultătorilor și de a cuceri un mai mare măsură publicul urban și activ

	TOTAL	Actualit ati	Europa FM	Cultura I	Kiss FM	ProFM	ZU
	217774.				<b>30844.</b>		<b>18232.</b>
GRP (000)	2	<b>28381.1</b>	17880	1742.8	<b>8</b>	19112	<b>6</b>
Daily Reach (000)	11713.4	<b>1970.7</b>	1535.3	193.9	<b>2861</b>	1737.3	<b>1833</b>
Daily Reach (%)	61.6	<b>10.4</b>	8.1	1	<b>15</b>	9.1	<b>9.6</b>
Weekly Reach (000)	14004.4	4252.4	4654.9	1185.3	6011.5	4524.2	4716.3
Weekly Reach (%)	73.6	22.3	24.5	6.2	31.6	23.8	24.8
Market Share	100	13	8.2	0.8	14.2	8.8	8.4
AQR (%)	13	1.7	1.1	0.1	1.8	1.1	1.1
AQR (000)	2474.7	322.5	203.2	19.8	350.5	217.2	207.2
ATS (min.)	278.9	216	174.7	134.8	161.7	165	149.2
Loyalty (%)	21.1	<b>16.4</b>	13.2	10.2	<b>12.3</b>	12.5	<b>11.3</b>
PTDR( % )(07:00-13:59)	50.7	7.7	5.9	0.7	10.5	6.1	7
PTDR(000)(07:00-13:59)	9651.9	1469.5	1130	140	1998.6	1170.2	1331.2
PT MS (07:00-13:59)	100	13.5	8.7	0.9	13.9	8.7	9.3
PTAQR( % )(07:00-13:59)	20.7	2.8	1.8	0.2	2.9	1.8	1.9
PTAQR(000)(07:00-13:59)	3946.7	534.1	342.3	33.7	547.5	342	367.5
PT ATS (07:00-13:59)	171.7	152.6	127.2	101.2	115.1	122.7	115.9
Loyalty (%) (07:00-13:59)	40.9	36.3	30.3	24.1	27.4	29.2	27.6

### III. ORGANIGRAMA POSTULUI RADIO ROMÂNIA ACTUALITĂȚI



O analiză managerială internă privind structura organizatorică a SRR a sesizat următoarele aspecte vulnerabile ale organigramei postului R.R.A.:

1. Organigrama actuală nu relevă funcționalitatea unui post „*public de informare de interes național, cu format generalist, care reflectă evenimentele cotidiene, facilitează înțelegerea actualității interne și internaționale*”...și nu clarifică modul de implicare a celor trei redactori șefi adjuncți.

O împărțire a sarcinilor pe trei, eventuale, tipuri de activitate precum **Grupul reporterilor** (de eveniment sau acreditați), **Rețeaua corespondenților locali**, respectiv **Organizare-administrare de fonduri, resurse și mijloace** e departe de a fi corespunzătoare unui post de radio cu profilul declarat al R.R.A.

În principiu secțiile „cele 5 (la care se poate adăuga și Serviciul tehnic), cu excepția celei de Radioprograme și emisiuni complexe și tematice își au coordonatorii sau îi pot avea. În aceste condiții redactorii șefi adjuncți (A,B,C) se pot ocupa de acoperirea editorială a fiecărei zile cu roluri asumate prin rotație. Când **A** fixează împreună cu redactorul șef și cu **B** evenimentele importante, tema sau temele zilei și principalele subiecte de dezbătut și de aprofundat, **C** privește, în continuitate, perspectivele zilei următoare. **A** devine responsabil cu distribuirea-coordonarea conjugată a surselor (reporterilor) și cu primirea materialelor jurnalistice stabilite (sesizând schimbările de accent, de importanță a subiectelor așa cum se înfățișau la începutul zilei) în timp ce **B** (în colaborare cu **A** și cu coordonatorii secțiilor) e acel „cap limpede”-coordonator care asigură distribuția în etape a materialelor sosite (în colaborare cu producătorii marilor tronsoane ale zilelor de lucru ale săptămânii și ai emisiunilor de dezbateri), conform principiului „work in progress”, atât pentru emisiunile de știri (jurnale, buletine) cât și pentru radioprograme. Rolurile se schimbă în fiecare din zilele care urmează conform principiului rotației, asigurând continuitate, specializare și instanță de decizie editorială pe tot parcursul zilei.

Un asemenea mod de lucru eliberează o parte din membri echipelor de proiect (reporteri) ducând la o mai flexibilă acoperire a evenimentelor, dar și la un spor de creativitate în abordarea (îmbrăcarea) subiectelor de real interes pentru ascultătorii R.R.A.

În acest fel, fără o destinație singulară (doar pentru radioprogramul din a cărui echipă face parte reporterul) informațiile, înregistrările originale (de la conferințele de presă sau interviurile cu responsabili ai unor domenii sau cu analiști specializați) intra în „zestrea”

comuna a zilei ,sunt valorificate grație faptului ca sunt urmărite de un editor general al zilei (unul dintre redactorii sefi adjuncți)și nu rămân “apanajul” unui singur redactor (care e si reporterul care a adus materialul) spre prelucrare adaptată pentru fiecare radioprogram sau jurnal în parte.

2.Ca una dintre principalele surse de informații ale postului Radio România Actualități ,rețeaua de corespondenți interni e o structură de mare importanță în ceea ce privește activitatea de documentare, verificare și transmitere a informației de la nivelul întregului teritoriu al țării.

*Rețeaua de corespondenți interni* face parte din structura organizatorică a postului Radio România Actualități și își desfășoară activitatea în conformitate cu politica editorială a acestui post, principala sarcină fiind acoperirea mediatică a celor mai importante și relevante evenimente care au loc în țară și informarea obiectivă și în timp real a ascultătorilor.

Corespondenții din rețeaua internă, 21persoane angajate pe perioadă nedeterminată și din 27 de colaboratori- ar urma să intre în directă sferă de preocupare zilnică a celor doi redactori sefi adjuncți ai zilei, care asigură **orizontala** strângerii de informații ,dar si **verticala** programării /difuzării in timp util a celor mai adecvate material jurnalistice. În prezent, R.R.A. nu dispune de corespondenți în județele Vrancea, Teleorman și Dâmbovița.

3.Conform organigramei ,personalul implicat in funcționarea R.R.A. se grupeaza astfel : -  
funcții de conducere 5

- grup operativ 15
- radioprograme si emisiuni complexe 43
- reporteri 23
- rețea corespondenți 48
- viața religioasă 6
- cultură-civilizație 8
- sport 13
- serviciu tehnic 20-emisie + 40 productie-dispecerat

Prin distribuire si redistribuire successive,conform dispozitiilor de reforma ale anterioarelor conduceri , incadrarea nu e de fiecare data cea conforma cu natura muncii si cu profilul sectiei din care unii angajati sau PFA ai R.R.A. fac parte, ceea ce ar putea constitui inca o perspective de fireasca așezare a fiecăruia pe locul pentru care efectiv muncește.



4. Pentru o viziune modernă și o abordare managerială corespunzătoare, postul R.R.A. trebuie privit din punctul de vedere al celor două componente ale sale: R.R.A on-air și R.R.A on-line.

Redactorul șef adjunct-editor al zilei poate să aibă viziunea exactă asupra materialelor care se pretează să fie prezentate în mod specific și în varianta R.R.A on-line, cu economie de mijloace, eficient și mai ales fără a scăpa din vedere cele mai semnificative știri, reportaje-audio sau emisiuni complexe: în colaborare cu coordonatorul acestui grup redacțional. Scoaterea redactorilor RRAon-line din cadrul Grupului operativ de asemenea se impune.

### III.1. GRILĂ DE PROGRAME

Grila standard a postului Radio România Actualități, pentru perioada 2011 – 2012 a fost construită pe baza strategiei postului de cucerire a unei audiențe urbane și de reducere a vârstei medii a ascultătorului RRA. Grila este bazată pe linii de emisiuni, cu desfășurare de luni până vineri, sâmbătă și duminică fiind realizate programe adaptate pentru timpul liber.

*Matinal*-este principala emisiune a postului, cea mai ascultată emisiune de radio la nivel național și motorul principal al grilei. Față de oferta de pe piață, are o importantă componentă informativă care trebuie redimensionată și adaptată la urbanul mare, pe un tronson orar mai accesibil publicului vizat. De altfel, în formatul actual este și cea mai ascultată emisiune din urban cu un rating mediu de 408,000 de ascultători, dar fără o susținere și o promovare de tipul Publicitate externă sau concursuri cu premii consistente, audiența nu reușește să se mențină la cotele obișnuite. Poate doar printr-un efort editorial susținut, dublat de o moderație notorie și de încredere (care să treacă dincolo de o prea mare familiaritate cu ascultătorii și de abordări întâmplătoare și uneori inconsistente).

Programul de însoțire *România împreună* etamponul între *Matinal* și principalul grupaj informativ al zilei (*Radiojurnalul de prânz*). De aceea este un format care se bazează pe ancore tematice care au o mai mare doză de generalitate/atemporalitate (comentariu, analiză, *vox pop*). Datorită acestui aspect de “atemporalitate” a preluat în formate accesibile multe informații contextualizate, de interes, cu precădere din sfera civilizației și culturii urbane. Ratingul mediu în urban e de 310.000 de ascultători și s-a apropiat mult de Europa FM (care are un rating mediu de 332.500 de ascultători).

Se impune ca și în cazul *Matinalului* completarea cu o componentă de promovare mai puternică care să impună conținutul ca alternativă la radiourile comerciale.

*Radiojurnalul de prânz și Actualitatea în dezbateri* alcătuiesc un format de știri care preia și contextualizează evenimentele în desfășurare ale zilei.

Dezbateri - în afară de situațiile speciale când tronsonul găzduiește invitați speciali (președinte, premier, lideri de partide parlamentare) – are ca subiect principalul eveniment în desfășurare la ora ediției.

Pentru diversificarea ofertei și intercalarea subiectelor politice cu cele de larg interes social s-a propus și utilizarea unor formule interactive de tip “Ce se întâmplă în spațiul public”, format testat în grila de vară a postului. Pe piața urbană, prima jumătate de oră are un rating bun de 340.800 de ascultători, depășit de Kiss FM, dar înaintea postului Europa FM, pe când cea doua jumătate pierde din rating (are 330.700 de ascultători), fiind depășită atât de Kiss FM, cât și de Europa FM.

*La minut este* un radioprogram de însoțire, preponderent de curiozități și muzică, cu relatări *live* și material publicistic cu durata strictă de câte un minut. Tronsonul este menit să relaxeze ascultătorul între ora densă de actualitate a zilei (vorba 100%) și tronsonul de actualitate socială de la ora 16.00.

Deoarece inițial proiectul a pornit cu o proporție de muzică-vorbă de 70-30%, pentru susținerea formatului și a intervențiilor vorbite foarte scurte, iar în prezent verbiajul moderației a modificat această balanță, s-a recurs la redesenarea ceasurilor cu precizarea timpului alocat moderației.

Cu un rating de 263.300 de ascultători, formatul este încă depășit de cei doi principali concurenți de pe piață, care au formate cunoscute prin proiecte de imagine.

*Obiectiv Romania* e un radioprogram de *drive time* cu o puternică componentă socială care valorifică preponderent informația din teritoriu. Acesta este al doilea pilon de susținere al grilei (împreună cu *Matinalul*). Este cel mai vechi format al grilei, conservat în propria structură, și pe parcursul a 6 ani a fost reconsiderat o singură dată. Echipa de moderație este descompletată din cauze obiective, pierzând o voce de brand. Ușoara creștere a audienței se datorează relansării reportajului autentic pe acest tronson, campaniilor sociale și campaniei editoriale și de imagine “România pe bicicletă”.

Cu un rating de 248.900 de ascultători, programul este peste cel de la Europa FM, dar sub cel de la Kiss FM.

*Radiojurnalul de seară* este un program de știri contextualizate care deja intră în competiție cu programele TV (știri, dezbateri, divertisment). Schimbarea ritmului de abordare a actualității, selecția acelor evenimente care sunt cu adevărat semnificative pentru ziua în curs, acordarea

unui spațiu mai larg contextualizării și introducerea comentariului analitic ca de element de ținută și de amprentă a programului s-au impus. Intenția noastră este de a utiliza acest radioprogram pentru contracararea fenomenului *overnewsed-underinformed*, după modelul RFI. Cu un rating mediu de 240,200 de ascultători, acest jurnal depășește ratingul programului Europa FM, nu și pe cel al Kiss FM.

Pe tronsonul 22,00-23.00, în conformitate cu cap. 2, pct. 3 din POS privind “diversificarea ofertei de emisiuni/linii editoriale premium pentru a corespunde cerințelor publicului activ, informat și educat din mediul urban” a fost propusă restructurarea acestui spațiu. Totodată, respectând și statutul de post public, RRA urmărește cu produsele premium să ofere publicului emisiuni cu un conținut de ținută, ca o alternativă la emisiunile de divertisment facil sau de dezbateri tabloidizate ale televiziunilor. Cu această strategie s-a urmărit și s-a reușit câștigarea și fidelizarea unui public urban cult, avizat și pretențios față de calitatea produselor pe care alege să “le consume” și spre care se îndreaptă preferințele conform feed-back-ului.

Astfel, pe tronsonul 22.00-22.15 s-a reintrodus Radiojurnalul clasic de 15 minute, care grupează știrile care încheie evenimentele zilei. Pe tronsonul 22.15-23.00 s-a extins produsul existent anterior într-un spațiu de doar 20 de minute și s-a reconfigurat din punctul de vedere al conținutului, urmărind ca prin analize, comentarii, corespondențe și interviuri să abordeze cu prioritate problemele globale ale lumii contemporane.

La RRA Emisiunile **PREMIUM** de tipul Semnături celebre, Istorica, Euroatlantica, Teatru în serial, Romanticii (emisiune muzicală) sau Omul cu chitara (emisiune muzicală) s-au păstrat datorită unicității lor, așa cum s-a justificat păstrarea *Noptii* de rock (marți), de *jazz&blues* (joi), a emisiunii *Psihologul muzical* (vineri, proiect extern) și s-a impus reconfigurarea *Noptii* de luni (actualitatea muzicală) și a *Noptii* de duminică prin introducerea unor piese muzicale clasice, de mare popularitate.

În legătură cu emisiunile muzicale s-a propus și s-a reușit recâștigarea publicului îndepărtat/înstrăinat de sistemul *heavy rotation* prin recursul la muzica de calitate care e prezentă în fonoteca SRR.

Având în vedere faptul că între obiectivele principale ale grilei anterioare s-a aflat și reformarea week-end-ului, a fost construită o structură stabilă și adresată diferitelor tipuri de public pentru a putea reuși fidelizarea publicului\*. În acest context nu s-au impus schimbări de format, ci ajustări ale ceasurilor emisiunilor și reînprospătarea anumitor conținuturi pentru emisiunile Dimineața acasă (sâmbătă și duminică), Coloana infinitului (sâmbăta) / Iarba verde de acasă (duminică), Matinal de week-end (sâmbăta și duminică), Teatru național radiofonic pentru copii (duminică), Jurnalul armatei (sâmbătă) / Lumina credinței (duminică), Lumea noastră-Cultura, Deschis duminică, Caută România la ea acasă (sâmbăta) / Documentarele RRA (duminică), Sinteza săptămânii (sâmbăta), TOP 30 (sâmbăta) / Muzica anilor tăi (duminică), Care mai de care (sâmbăta) , Semnături celebre-Mari actori, Lumea noastră-Traditii, Radioul de sâmbătă seara, Ca pe roate (duminică), Ora românilor de pretutindeni (sâmbăta), Maraton de duminică, Sfatul înțeleptului (duminică), Panoramic sportiv (sâmbăta și duminică), Comedia de sâmbăta seara, Luminile nopții/Gura lumii slobodă (duminică).

Din punctul de vedere al audienței, Radio România Actualități are o poziție bună pe piață cu un rating de aproximativ 190.000 de ascultători sâmbăta (pe primul loc în urban) și 169.100 de ascultători duminică (pe locul al doilea după Kiss FM).

S-a impus reconsiderarea proiectului de autopromovare a emisiunilor și mai ales a proiectelor mai interesante , ca și crearea unui brief pentru promovare, folosirea mai bună a spațiilor muzicale de week-end (care nu intră în sistemul *heavy rotation*) pentru a promova noutățile muzicale românești, dar și genuri și repertorii muzicale care nu sunt exploatare în timpul săptămânii. În aceeași măsură s-a recurs la crearea unor concursuri mai bine promovate pe spațiile de emisiuni muzicale pentru atragerea unui public mai tânăr (în emisiunea Top 30)

### **III.2.AUDIENȚA**

Față de datele ultimului val de audiență, prezentat în Raportul de activitate al SRR pe 2011, managementul postului Radio România Actualități avea sarcina de a realiza următorii indicatori de audiență:

La nivel național: \*Daily reach: 12,1% , \*Market share: 16,3%

La nivel urban: \*Daily reach: 12,1% \*Market share: 14,2%

Rezultatele Studiului de Audiență Radio-Valul de primăvară 2012 –ARA, realizat după o nouă metodologie și incluzând în cercetare Radio România Actualități, ca și celelalte posturi ale SRR - prezintă însă următoarele rezultate (între paranteze sunt datele din valul III 2011)

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la **nivel național:**

Total populație 11+		
Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	11713.4	100.0
Radio Kiss FM	2861.0	14.2
<b>Radio România Actualități</b>	<b>1970.7</b>	<b>13.0</b>
Radio ProFM	1737.3	8.8
Radio ZU	1833.0	8.4
Radio Europa FM	1535.3	8.2

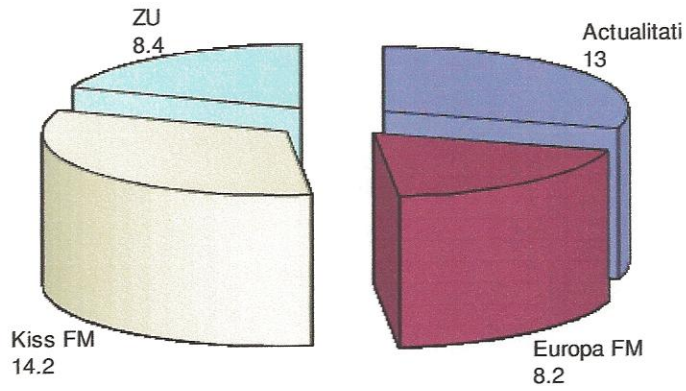
Rezultatele Studiului de Audiență Radio la **nivel urban:**

Total populație 11+		
Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	7124.9	100.0
Radio Kiss FM	1796.3	14.1(14.6)
<b>Radio România Actualități</b>	<b>1191.4</b>	<b>13.4(13.8)</b>
Radio ZU	1263.0	9.9
Radio Europa FM	1100.7	9.2
Radio ProFM	1003.0	8.0

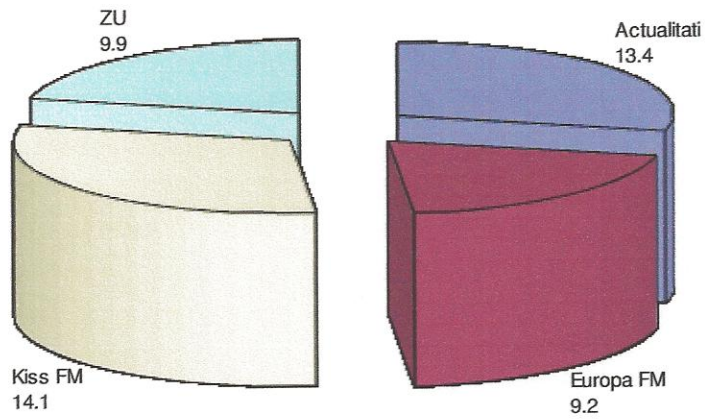
Rezultatele Studiului de Audiență Radio **în București:**

Total populație 11+		
Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	1213.3	100.0
<b>Radio România Actualități</b>	<b>238.6</b>	<b>14.7(14.7)</b>
Radio ZU	269.5	13.0(12.7)
Radio Kiss FM	225.9	11.5(9.6)
Radio Magic FM	168.7	7.9
Radio ProFM	129.7	5.8

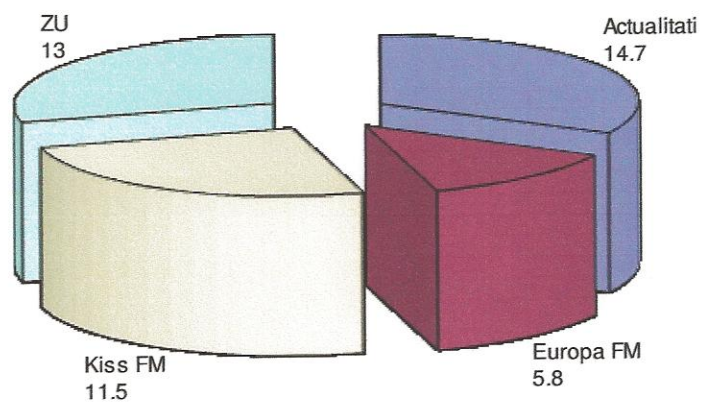
### Market Share NATIONAL



### Market Share URBAN



### Market Share BUCURESTI



Conform audienței măsurate în valul de primăvară 2012:

-La nivel național RRA, analizat per total și în mediul urban se afla acum pe locul 2, cu o cota de 13% (respectiv 13,8% în mediul urban) și își păstrează vechea supremație pe piața radio numai la nivelul Bucureștiului cu o cotă de 14,7% care s-a menținut constantă, în condițiile în care posturile de pe locurile următoare au înregistrat, fiecare, creșteri usoare.

-Fără variații majore față de valorile precedente – deși schimbarea de metodologie a colectării datelor ne obligă la comparații ulterioare valului I și II din 2011 – cota de 13,8% a RRA în urban ne menține în topul radiourilor de pe piață (în urma KISS FM, dar înaintea Europa FM, cu care RRA intră în competiție directă, ca format și public vizat). În acest context principala provocare a RRA, la nivel editorial și de promovare, trebuie să rămână păstrarea unei cote de piață în urban care să-i permită statutul de principal competitor pe piață, dar și de alternativă editorială atractivă la oferta comercială.

- În București RRA își păstrează prima poziție cu o cotă de 14,7% pe o piață puternic concurențială, dominată de radiouri bine poziționate pe targetul de public tânăr și activ, dar și de radiouri așezate pe nișe bine construite, bine promovate și susținute de trusturi media (deci și de TV!).

-În condițiile în care numărul de ascultători de radio este în usoară scădere pentru acest val de măsurare a audienței, RRA înregistrează un daily reach la nivel național de 1.970.700 în scădere de la 2.209.600 de ascultători în toamna 2011 și față de 2.058.100 de ascultători în toamna 2010.

-Aceași tendință se poate observa și în ceea ce privește daily reach-ul la nivel urban, al RRA. După ce câștigase aproximativ 70.000 de ascultători: de la 1.180.300 de ascultători în 2010, la 1.253.800 în 2011, a revenit la 1.191.400 în primul val de măsurare din 2012. Această usoară fluctuație a numărului de ascultători, chiar dacă determinată și de creșterea de pe piață care a majorat și daily reach-ul principalilor noștri concurenți, ne poate ajuta să dezvoltăm campanii de promovare care să vizeze fidelizarea de ascultători de tip P2.

## Proiectele speciale

Proiectul “**Mișcarea de sănătate**”, lansat la începutul anului 2010, este prima campanie pe termen lung inițiată de un post de radio, care urmărește să-i îndemne pe ascultători la diferite forme de mișcare, promovând în egală măsură o viață sănătoasă, turismul și ecologia. “Mișcarea de sănătate” a avut loc pe parcursul derulării grile standard ediția de toamnă 2010, dar a continuat în anul 2011 și încă e activă. Fiind un proiect dinamic,

racordat la evenimentele de profil care apar în fiecare sezon, pregătirea și lansarea celor 3 “piloni” ai campaniei flexibile. Prin acest proiect vor fi susținute la nivel de imagine principalele radioprograme ale postului.

Proiectul **Folk fără vârstă** va continua prin extinderea cât mai mare la nivel național. Obiectivele acestuia rămân, și pentru sezoanele următoare, promovarea brandului ca și câștigarea și fidelizarea unui public mai tânăr. În plus, susține și componenta educativă a RRA, promovând un gen muzical de tradiție și de valoare, în licee.

În funcție de evenimentele viitoare, România Actualități se va asocia și va susține editorial acele inițiative care se vor potrivi profilului publicului țintă și obiectivelor de post public.



### III.3. PERSONALUL ȘI CONDUCEREA

#### III.3.1. Personalul:

Nr. crt.	Personal Radio România Actualități	2010	2011	1 martie 2012
		(1)	(2)	
1.	<b>Total personal RRA, din care:</b>	303	289	286
2.	<b>Personal de conducere:</b>	5	5	5
3.	<b>Personal de execuție, din care:</b>	196	192	191
	<b>cu contract individual de muncă, din care:</b>	7	6	4
	-pe durata determinată	189	186	187
	-pe durata nedeterminată			
4.	<b>Personal contractual civil extern, din care:</b>	102	92	90
	cu contracte privind cesiunea			20
	- drepturilor de autor			-----
	- cu convenții civile			--
	cu convenții prestări servicii, din care			17
	- persoane juridice			
	o persoane fizice			
	o autorizate			53

III.3.2. Scurtă descriere a evoluției numărului de personal din cadrul Postului Radio România Actualități pe perioada 2010, 2011 și anul în curs – până în martie 2012:

Total personal RRA - 286 din care:

**Personal/ funcții de conducere: 5**

**Personal/funcții de execuție:** 191 din care: 114 personal redactional  
17 - **personal administrativ** și de susținere a produsului editorial

60 – **personal tehnic**

**Personal contractual civil extern:** 90 din care:

53 - Persoane fizice autorizate , 20 - Persoane fizice ,17 - Persoane juridice

Din anul 2011, relațiile contractuale civile (pentru personalul contractual civil extern) s-au transformat, în majoritatea lor, din contracte de drepturi de autor, în contracte cu persoane juridice și contracte cu persoane fizice autorizate.

III.3.3. Conducerea Postului Radio România Actualități

Atribuțiile redactorului șef adjunct:

-pune în practică proiectul managerial al RRA, cu respectarea calendarului stabilit de conducerea S.R.R.;

-coordonează activitatea structurilor RRA, astfel încât evenimentele zilei să fie reflectate corespunzător în emisiuni, potrivit formatului acestora;

-monitorizează desfășurarea emisiunilor zilnice, conform formatului stabilit și intervine operativ pentru reglementarea oricăror disfuncționalități;

-identifică evenimentele deosebite ale zilei, organizează mediatizarea lor pe postul de radio pe principiul „work in progress”. După caz, poate propune redactorului șef efectuarea de transmisiuni în direct, care pot duce la modificarea extraordinară a grilei de program în ziua respectivă;

-participă, sub coordonarea redactorului șef, împreună cu întreaga echipă managerială a postului, la procesul de proiectare și elaborare a grilelor de programe;

-la solicitarea redactorului șef, conduce ședințele de redacție și decide asupra conținutului, formatului și structurii programelor, în conformitate cu grila de programe;

-se asigură că echipa redacțională are acces deplin la toate resursele tehnice ale organizației, în vederea producerii unor programe la cel mai înalt standard profesional.

- verifică și solicită personalului redacțional să utilizeze toate oportunitățile tehnice oferite de SRR;
- stabilește relații de colaborare cu serviciul tehnic aferent RRA, în vederea realizării și difuzării de materiale radiofonice la cele mai înalte standarde profesionale;
- asigură buna gestionare a resurselor financiare ale RRA, potrivit bugetului aprobat;
- colaborează cu toate structurile organizatorice ale SRR în scopul producerii unor programe de calitate la postul național de radio;
- respectă metodologiile și procedurile de lucru în domeniul său de activitate, existente în cadrul societății, și urmărește ca întreg personalul din subordine să le cunoască și să le respecte;
- se asigură că integritatea fizică, psihică și morală a redactorilor nu e pusă în pericol în timpul producerii programelor;
- verifică respectarea normelor de tehnică și securitate a muncii;
- cunoaște și respectă prevederile Legii nr.41/1994, ale Legii 504/2002, ale Contractului Colectiv de Muncă și ale Regulamentului de Ordine Interioară al S.R.R.

Descrierea actualelor atribuții ale redactorilor șefi adjuncți nu relevă contribuția acestora la asigurarea funcționalității postului R.R.A., motiv pentru care, în prezent, adaptarea acestor atribuții la exigențele editoriale și organizaționale cotidiene este realizată informal, de către redactorul șef. *Vezi varianta propusă la Cap.III,pct.1 .*

**Obiective de management** ---Pentru perioada 01.06.2012 – 31.12.2015, managementul postului Radio România Actualități va avea următoarele priorități și obiective specifice:

#### **IV.1. Priorități**

- Creșterea competitivității Radio România Actualități în peisajul media și diferențierea lui prin calitatea produselor oferite, din punct de vedere al credibilității, influenței, autenticității, obiectivității și audienței;
- Dezvoltarea unei structuri organizatorice, adaptată misiunii postului, flexibilă și eficientă, în consens cu organigrama SRR;
- Adaptarea unor produse radiofonice valabile pentru toate canalele de difuzare: on-air, on-line, TDAB.

## IV.2. Obiective specifice

- Creșterea calității ofertei editoriale zilnice a postului Radio România Actualități;
- Elaborarea unui „proces tehnologic” al știrii difuzate în cadrul programelor RRA;
- Introducerea jurnalismului de investigație în producția editorială a postului RRA;
- Creșterea complementarității producției jurnalistice on air și online.

În ceea ce privește munca reporterului, așteptările sunt individuale. Managerii direct implicați în munca de obținere a informației și de punere a ei în cele mai adecvate forme jurnalistice (precum este un redactor șef adjunct al unui post public de importanță R.R.A.) este obligat să aplice principiile de management al performanței.: pe lângă solicitările zilnice specifice el poartă periodic conversații oneste și transparente cu fiecare reporter sau redactor în parte în funcție de nivelul (talentul) fiecăruia. Numai așa se va ști care e potențialul adevărat pe care îl avem la dispoziție și în ce fel trebuie să acționăm pentru a putea îndeplini misiunea și a respecta valorile organizației în ceea ce privește cu toții alcătuim o echipă. talentul va fi identificat în funcție de prestația (performanța) fiecăruia

Managerierea talentului fiecărui angajat e cheia succesului liderului și desigur al postului.

Acolo unde oamenii sunt specializați pe domenii, sunt profesioniști străluciți, dar nu sunt întotdeauna și lideri pe măsură, și atunci postul încearcă să motiveze „diferența”

Managementul performanței presupune sisteme diferite pentru diferite staffuri. Se vor stabili planuri cu obiective ferme pentru fiecare membru al echipei (redactori, reporteri, realizatori de radioprograme, moderatori) în măsura în care lucrul cu « actualitatea » permite o « normare » riguroasă. Odată stabilite planurile, ele pot fi depășite întrucât în fișa postului fiecărui angajat sau în proiectul lunar al fiecărei PFA există și precizarea « răspunde și altor solicitări ale conducerii postului ». Desigur o evaluare nuanțată, anuală sau, după caz bi-anuală, va evidenția aspectele cele mai importante ale activității fiecăruia, urmând ca –atunci când se obțin performanțe să se poată recurge și la bonusuri financiare, premii sau evidențieri de alt tip.

Redactorul șef adjunct, în colaborare cu redactorul șef și cu coordonatorii fiecăreia dintre secții vor avea grijă ca obiective individuale în cascada ale reporterilor și redactorilor din subordine să fie de maxim 3, așa încât să poată să fie urmărită încadrarea în timp cu fiecare dintre ele, la standardele așteptate.

Implicarea jurnalistica a unui editor al zilei sau al unui „l-am numit « cap limpede », e subînțeleasă, așa cum se impune după aproape fiecare nouă temă-subiect-material jurnalistice finalizat un util debriefing și o discuție creativă privind subiecte/teme viitoare. Și nu sunt

lipsite de importanță și pentru noi atât de modernele întâlniri – ieșiri de socializare , cunoscutele team–building. Toate acestea au fost de altfel subliniate în cele mai recente întâlniri internaționale în coordonarea EBU care au avut ca temă « dezvoltarea resurselor umane în posturile publice de radio și televiziune ».

În urma acestei analize se impune o regândire a organizării și folosirii încă și mai eficiente a resurselor umane și materiale la nivelul R.R.A., rezolvarea anomaliilor funcționale (cu mai multe structuri de decizie jurnalistică) precizate încă de la început (legate de un alt tip de integrare a compartimentelor de știri și muzică), eficientizarea fluxurilor existente , ca și o mai flexibilă structurare/organizare pe proiecte.