



PARLAMENTUL ROMÂNIEI

SENATUL

Comisia pentru cultură, artă și
mijloace de informare în masă

CAMERA DEPUTAȚILOR

Comisia pentru cultură, arte,
mijloace de informare în masă

R A P O R T C O M U N

privind Raportul de activitate și contul de execuție bugetară ale Societății Române de Televiziune pe anul 2011

Potrivit prevederilor art. 39 alin. (4) și art. 46 alin. (3) din Legea nr. 41/1994 privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și Societății Române de Televiziune, republicată, Raportul de activitate a SRTV și raportul privind contul său de execuție bugetară pe anul 2011 au fost depuse la Parlament, în vederea întocmirii unui raport comun al Comisiei pentru cultură, artă și mijloace de informare în masă a Senatului și Comisiei pentru cultură, arte, mijloace de informare în masă a Camerei Deputaților, cu avizul Comisiilor pentru buget, finanțe și bănci ale celor două Camere, în ceea ce privește contul de execuție bugetară.

Comisia pentru cultură, artă și mijloace de informare în masă a Senatului și Comisia pentru cultură, arte, mijloace de informare în masă a Camerei Deputaților s-au reunit în ședință comună pentru a dezbate documentul sus-menționat. Ședința Comisiilor pentru cultură au avut loc în ziua de **12 iunie 2012**.

Raportul de activitate a Societății Române de Televiziune pe anul 2011 este structurat pe următoarele capitole:

Capitolul 1: Sinteza activității. Anul 2011 a fost primul an complet în care actualul Consiliu de administrație, care și-a început activitatea pe data de 30 iunie 2010, a putut să-și

construiască propria strategie managerială și să proiecteze un buget care să o susțină. Printre proiectele importante ale SRTV în anul 2011 se numără: relansarea TVR INFO, dezvoltarea TVR+, Carta TVR, grile noi, sărbătorirea a 55 de ani de la prima emisie. Pe parcursul anului 2011, TVR a încheiat o serie de parteneriate strategice cu diverse universități din București și din țară, prin care Televiziunea Română și-a deschis porțile către studenți pentru a efectua stagii de practică. TVR a intrat într-un proces de restructurare, al cărui scop principal a fost optimizarea costurilor și redefinirea rolului serviciului public în societatea românească. Pentru punerea în aplicare a acestui plan, TVR a apelat la o echipă de consultanți elvețieni, care să facă o analiză organizațională pentru obținerea unui standard internațional de calitate a managementului. Contextul financiar în care, la data de 30.06.2010, a avut loc preluarea mandatului de către noul Consiliu de administrație a fost o pierdere fiscală cumulată de 243.500 mii lei, echivalent a circa 61 milioane euro (la data de 30.06.2010), un contract în curs de derulare (semnat pentru perioada 2009 - 2012) pentru drepturi de difuzare U.E.F.A. Champions League de circa 40 milioane euro, care generează pierderi cumulate, începând cu semestrul II 2009, până la finalul contractului, de mai bine de 38 de milioane de euro. Între cauzele acestei pierderi se regăsește supraestimarea veniturilor din publicitate la care Splendid Media s-a angajat, care ar fi trebuit să fie de 22 milioane de euro. De asemenea, s-a înregistrat o scădere a veniturilor din publicitate de peste 50% din a doua jumătate a anului 2010 în raport cu anii 2006-2008, care a generat o scădere a veniturilor de peste 10 milioane euro pe an. Pe de altă parte, exista un Contract Colectiv de Muncă (CCM), valabil pentru o perioadă de doi ani (semnat în aprilie 2010), care, între altele, prevedea obligativitatea acordării unor prime de vacanță (85% din salariu), indiferent de situația financiară a instituției, precum și acordarea de sume cuprinse între 15 și 20 de salarii compensatorii pentru disponibilizări. În aceste condiții, cheltuielile în anul 2010 au fost mai mari cu circa 30 de milioane de euro decât în 2009, iar efectele politicilor manageriale dinainte de data de 30.06.2010 se prelungesc și în anii 2011-2012, atât prin prisma clauzelor contractuale, cât și prin acumularea de cheltuieli cu penalizări la bugetul statului în condițiile lipsei de disponibilități.

Capitolul 2: TVR în context european. În anul 2011, TVR și-a desfășurat activitatea în contextul unor tendințe generale ale serviciilor publice de televiziune europene: criza financiar-economică mondială influențează și bugetele serviciilor publice media (Public Service Media - PSM); scăderea în continuare a share-ului combinat mediu al PSM-urilor (Public Service Media) din Uniunea Europeană. Pe lângă acestea, s-a mai observat: scăderea share-ului posturilor generaliste; creșterea share-ului canalelor tematice; fragmentarea

explozivă a ofertei de canale de televiziune distribuite prin cablu sau prin satelit; răspândirea, iar, în unele țări, generalizarea transmisiei digitale terestre a canalelor de televiziune (DTT – Digital Terrestrial Television); modificarea obiceiurilor de consum ale publicului, determinată, în principal, de răspândirea difuzării de conținut video prin platforme digitale multiple: free to air, cablu, Internet (mai ales odată cu extinderea broadband-ului), smartphone-uri, alte dispozitive portabile, console de jocuri etc.; dezvoltarea și consolidarea pe anumite segmente – știri, copii și tineret, sport, filme, știință – a canalelor tematice; sporirea cererii pentru VOD (Video on Demand) și time shifted viewing (vizionare ulterioară), mai ales prin streaming (conținutul poate fi vizionat în timp real pe net), dar și prin downloading (descărcare); dezvoltarea de iPlayer-e, prin care pot fi accesate programe de televiziune ulterior difuzării lor în direct, într-un interval de maximum șapte zile; concentrarea pieței, atât prin constituirea prin fuziune a unor mari conglomerate, cât și prin intrarea pe piața de conținut de televiziune a unor companii media netradiționale, precum cele din domeniul telecomunicațiilor; producția de știri rămâne una dintre funcțiile cheie ale PSM-urilor (Public Service Media). Multe dintre ele preferă chiar să-și profileze unul dintre canale pe știri și emisiuni informative; ficțiunea este un al doilea gen important pentru PSM-uri (Public Service Media), reprezentând mai mult de o treime din timpul total de emisie. Se constată, de asemenea, o sporire a procentului de producții europene, chiar dacă producția americană domină încă piața, în ansamblul ei; producția proprie reprezintă, în medie, două treimi din ansamblul programelor; formatul QUIZ/concursuri este utilizat din plin ca vehicul pentru dimensiunea educativ-formativă care face parte din misiunea televiziunilor publice; televiziunile publice europene pun accentul pe oferirea de programe pentru majoritatea segmentelor sociale; experimentarea de noi formate; păstrarea pe canalele generaliste a celor mai bune și populare programe; dezvoltarea zonei new media, având drept țintă tânăra generație; ofertele multi-canal au fost adoptate pentru a atenua erodarea share-ului.

Capitolul 3: Peisajul legislativ. TVR a fost subiectul mai multor propuneri legislative aflate în dezbaterile celor două Camere parlamentare pe parcursul anului 2011, propuneri care au vizat modificarea Legii 41/1994 privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și Societății Române de Televiziune. Din păcate, majoritatea propunerilor legislative ar fi avut efecte negative asupra serviciului public de televiziune dacă ar fi fost adoptate, prin desființarea unor canale sau suprimarea principalei surse de finanțare, taxa TV.

Capitolul 4: Exercițarea misiunii publice prin programe. Obiectivul TVR, în 2011, a fost revenirea pe unul dintre primele locuri pe piața TV din România, din punct de vedere al profesionalismului, credibilității și audienței. În acest sens, rolul principal a revenit Direcției Strategie Programe (DSP), care a elaborat principiile fundamentale ce au guvernat producția și distribuția de conținut, în acord cu misiunea publică a TVR și a explicat direcțiile majore de acțiune ale managementului, prin care aceste principii să fie transpuse în realitate. DSP (Direcția Strategie Programe) a conceput, în 2011, grilele-cadru ale canalelor TVR, ținând cont de identitatea canalelor și de complementaritatea acestora (TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural, TVR INFO, TVR Internațional și TVR HD). Strategia de programe a fiecărui canal al TVR a fost susținută, din punct de vedere al conținutului, de Direcția Editorială, care are în subordine nouă redacții. În conformitate cu Legea 41/1994, TVR asigură și difuzarea de programe de televiziune în limbile minorităților naționale, emisiunile fiind realizate atât de redacțiile specializate din cadrul TVR, cât și de studiourile teritoriale ale televiziunii publice. Cele cinci studiouri teritoriale (Cluj, Craiova, Iași, Timișoara, Târgu-Mureș) au furnizat, pe parcursul anului 2011, conținut editorial pentru toate canalele TVR, reflectând viața comunităților din diferite regiuni ale țării. Fondul arhivistic de imagini al TVR este valorificat de Departamentul Arhiva Media și Documentare (DAMD), prin punerea lui la dispoziție pentru producțiile curente ale TVR sau prin vânzarea de imagini către cei interesați. Un obiectiv strategic al TVR este digitalizarea arhivei, pentru a conserva în condiții optime și a pune în valoare acest patrimoniu de interes național. În decursul anului 2011, prin proiectul european EUScreen, s-au digitalizat 2.000 de titluri din Arhiva TVR.

Capitolul 5: Programe de știri și sport. Conform Legii 41/1994, TVR are misiunea de a prezenta în mod obiectiv realitățile vieții social - politice și economice interne și internaționale, să asigure informarea corectă a cetățenilor asupra activităților publice, să promoveze valorile democratice, civice, morale și sportive. Potrivit unui studiu sociologic realizat de Centrul de Sociologie Urbană și Regională (CURS), la nivel național, în luna octombrie 2011, majoritatea românilor cred că programele de știri ale TVR se află pe primul loc în topul obiectivității, al imparțialității și al respectării agendei cetățeanului. Conform sondajului, programele de știri ale TVR conduc în topul despre obiectivitate (66%), imparțialitate (53%) și respectă agenda cetățeanului (71%). Jurnalele produse de Direcția Emisiuni Informative și Sport pentru TVR 1, TVR 2, TVR 3 și TVR INFO au însumat, în 2011, 2.563 de ore. Corespondenții TVR din străinătate au transmis peste 1.700 de relatări și reportaje. Postul de știri TVR INFO, relansat în 2011, difuzează, în timpul săptămânii, informații și dezbateri 24 de ore din 24. Departamentul Sport a produs știri, emisiuni și

transmisiuni sportive. În topul celor mai vizionate 50 de producții TV din 2011 sunt prezente multe dintre producțiile Departamentului, cele mai vizionate fiind partidele echipei naționale de fotbal din preliminariile Campionatului European. În top 50 al audienței competițiilor sportive pentru anul 2011, TVR are 13 prezențe. În 2011, TVR a avut în vedere menținerea pe poziția de lider al transmisiunilor sportive și, în urma unor negocieri directe sau prin intermediul Euroviziunii, s-au obținut drepturile de difuzare pentru unele competiții de interes major ce vor avea loc în viitor: Campionatele Europene de Gimnastică, Campionatele Mondiale și Europene de Patinaj Artistic etc. În egală măsură, la finele anului, s-a realizat o reeșalonare a plăților pentru contractul cu firma TEAM, care are ca obiect meciurile din UEFA Champions League. Prin sublicențieri ale drepturilor unor competiții sportive, TVR a atras aproximativ 4 milioane de euro în anul 2011.

Capitolul 6: Dezvoltarea on-line a televiziunii publice. În 2011, Televiziunea Română și-a propus să-și redefinească strategia de dezvoltare online. Site-ul TVR – www.tvr.ro, lansat în 2007 – a fost gândit drept o extensie a canalelor TVR în zona online, structura care se ocupă de reactualizarea site-ului având un rol pasiv, de preluare a conținutului TV și a informațiilor corporate și de postare pe Internet. Acum, rolul Internetului a crescut. Televiziunea clasică tinde să devină istorie, o extensie a Internetului. Astfel, dezvoltarea on-line a TVR este imperios necesară. TVR dorește să vină în întâmpinarea unui public ale cărui obiceiuri de consum se schimbă accelerat. România are peste 8 milioane de utilizatori de Internet și, deși penetrarea e inferioară mediei Uniunii Europene, în privința calității conexiunilor România este în top 10 mondial, potrivit unui studiu realizat în 2010 de Saïd Business School (Oxford University), la comanda Cisco. Iar televiziunea publică are cu adevărat ce oferi celor peste 8 milioane de utilizatori de Internet. Chiar și fără să luăm în calcul arhiva, în fapt o adevărată „mină de aur”, nici un post comercial din România nu poate concura cu TVR în termeni de diversitate a conținutului video ori de volum al producției. Punerea în aplicare a strategiei de dezvoltare on-line a TVR a revenit Departamentului TVR Interactiv, prin redefinirea rolului site-ului, dintr-un instrument pasiv într-unul activ.

Capitolul 7: Marketing și vânzări. Principalele obiective pentru anul 2011 au fost definirea strategiei de marketing, vânzări și relații publice a organizației, maximizarea veniturilor, precum și stabilirea liniilor de marketing pe fiecare brand, program, vedetă, eveniment și direcție în comunicarea on-line, în vederea creșterii numărului de telespectatori, fidelizarea acestora și creșterea reputației TVR. În același timp, având în vedere contextul economic, criza financiară globală, TVR a analizat cu atenție situația vânzărilor de publicitate

și a încasărilor financiare în relația profesională cu Regia de vânzări Splendid Media S.A., gestionarul spațiului de publicitate. Acest aspect a determinat decizia de a defini o nouă strategie a vânzărilor media pentru canalele TVR: reducerea costurilor, creșterea volumului de vânzări prin realizarea unui mix de proiecte, punând accent pe abordările inovative, interactive, integrate și deschise, care duc la o prezență mai activă, implicată, în relaționare directă cu investitorii de publicitate. Totodată, s-a urmărit securizarea încasării banilor din publicitate, direct în conturile TVR, și minimizarea pierderilor considerate „bad debts”. Realizarea unui marketing agresiv și profesionist al vânzărilor a vizat o apropiere tot mai mare de clienți, prin oferte integrate și mult mai creativ prezentate. Per total, în 2011, veniturile din publicitate, în acord cu inventarul de GRP’s au fost cu 24,06% mai mici față de anul 2010.

Capitolul 8: Comunicare de organizație. Planul de acțiune pe 2011/2012 a avut la bază o diagnoză a relației de comunicare dintre organizație și publicul său. Procesul de analiză și planificare strategică a activității de comunicare a inclus o evaluare a proceselor, resurselor și instrumentelor de comunicare existente (utilizate sub fosta administrație), pe de o parte, și o sondare a segmentelor de public menționate mai sus, pe parcursul anului 2011, pe de altă parte.

Capitolul 9: Relații cu publicul și protocol. În 2011, Biroul de Relații cu Publicul și Protocol și-a desfășurat activitatea în conformitate cu caietul de sarcini. S-au primit opinii de la telespectatori sau alte instituții prin intermediul telefonului telespectatorului (021.319.91.11, 021.319.91.12 interior 312), prin poșta electronică (relatiicupublicul@tvr.ro), prin poșta scrisă (Calea Dorobanților, nr.191, Sector 1, Bucuresti, cod 010.565), prin robotul telefonic (021.208.07.20) sau direct, la Oficiul pentru Relații cu Publicul și Protocol aflat în incinta clădirii de acces din strada Emil Pangrati nr. 8-10.

Capitolul 10: Serviciul Relații Internaționale. Prezența TVR pe piața media internațională este gestionată de Serviciul Relații Internaționale, care reprezintă interfața dintre televiziunea publică și diverși parteneri, atât externi, cât și interni. Pe parcursul anului 2011, activitatea Serviciului Relații Internaționale a constat, printre altele, în organizarea unor evenimente media internaționale (precum cea de-a 29-a Conferință CIRCUM Regional - Uniunea difuzorilor publici regionali), în negocierea protocoalelor de colaborare bilaterale sau multilaterale cu televiziuni din străinătate, în trimiterea reprezentanților și a producțiilor TVR la sesiunile de lucru și festivalurile organizate de asociații profesionale internaționale

etc. Serviciul Relații Internaționale și-a desfășurat activitatea în anul 2011 respectând misiunea serviciului public de televiziune de a promova în exterior imaginea României.

Capitolul 11: Resurse utilizate în anul 2011. În 2011, TVR a demarat un proces de regândire a activității sale, pe mai multe paliere, obiectivele principale fiind optimizarea costurilor, pe de o parte, și redefinirea misiunii sale de serviciu public de media, pe de altă parte. Ca urmare a noii viziuni manageriale în domeniul resurselor umane, bazată și pe permisivitatea noilor reglementări legislative în domeniu, a crescut numărul angajărilor pe perioadă determinată comparativ cu cele pe perioadă nedeterminată. În 2011, stagiile de practică au fost mult mai numeroase, numărul de studenți fiind de 11 ori mai mare și durata practicii de 20 de ori mai mare decât în 2010, datorită în special protocolului semnat cu Universitatea Politehnică din București. Din punct de vedere tehnic, planul de dezvoltare a sistemului care susține producția și difuzarea programelor a pus accent pe modernizări și realizarea unor facilități de producție noi, a unor softuri și sisteme integrate noi. În vederea reducerii cheltuielilor, a fost reorganizată activitatea parcului auto. Direcția Artistică și Producție realizează producții pentru toate emisiunile difuzate de canalele TVR (TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Cultural, TVR Internațional, TVR INFO, TVR HD), de la conceperea și montarea decorurilor, la editarea imaginilor, a sunetului, la realizarea filmărilor (în studiouri, cu carele de producție sau pe teren) sau a vestimentației și machiajului ori montarea luminilor. În 2011, orele de producție din studiouri și cu carele au însumat aproape 10.000 de ore. **Din punct de vedere financiar, veniturile totale ale TVR au fost, în 2011, de 583.033.757 lei (din care venituri din exploatare 571.391.57 lei și venituri financiare 11.642.178 lei), iar cheltuielile totale de 743.841.666 lei (din care cheltuieli de exploatare 726.765.022 lei și cheltuieli financiare 17.076.644 lei). Rezultatul net al exercițiului: deficit în valoare de 160.807.909 lei.** Alocațiile bugetare primite în conformitate cu Legea bugetului de stat numărul 286/2010 au fost în sumă totală de 173.138.000 lei, din care au fost efectuate plăți în valoare de 172.471.308 lei. Diferența de 666.692 lei neutilizată a fost restituită conform prevederilor legale în vigoare.

Capitolul 12: Obiective pe termen scurt și mediu. Pe termen scurt (2012), TVR va trebui să profite cât mai inteligent de transmiterea, în acest an, a patru evenimente majore, două sportive (Jocurile Olimpice și Campionatul European de Fotbal) și două politice (alegerile locale și cele generale). În aceste condiții, există premise bune pentru a asigura o creștere a audiențelor, a notorietății și a imaginii publice a TVR. Grilele principalelor canale ale TVR trebuie construite în jurul acestor piloni de audiență. O altă prioritate este necesitatea

definirii identității clare a fiecărui canal. În situația actuală a pieței TV, cea mai bună soluție pentru TVR este aceea de a oferi emisiuni mai puține, dar de mare impact. În acest sens, TVR își propune o scădere a producțiilor cu 30%. În afara valorii lor în sine, emisiunile de impact pot genera resurse materiale, pe mai multe căi: publicitate, sponsorizări, alte forme de finanțare. Un obiectiv prioritar pe termen mediu și lung va fi dezvoltarea unui segment consistent de producție de televiziune, de tip ficțiune, documentar etc., cu parteneri externi, fie pe relația producțiilor artistice finanțate de TVR pe filiera CNC (prin lege o cotă parte de 15% din veniturile din publicitate sunt dirijate către CNC), fie prin alte forme de colaborare, care să aducă un aport financiar și/sau capacitatea de distribuție pe plan internațional. Pe termen mediu (2013 - 2014), TVR trebuie să-și consolideze poziția de lider în ceea ce privește adaptarea la noile tehnologii, profitând și de faptul că are cel mai ridicat potențial de creator de conținut. În acest sens, ne propunem realizarea unor programe atractive, care să se materializeze în produse vandabile pe o piață TV care va deveni non-lineară, publicul alegând emisiuni, nu canale TV. Pentru aceasta, TVR se află în cea mai bună poziție: portalul video (TVRplus.ro) se află în curs de finalizare și urmează să fie lansat în curând, iar TVR INFO este primul canal TV de știri din România care a început să transmită live conținut video pe mobil și pe tabletă, 24/24.

* * *

Până în momentul redactării prezentului raport comun, Comisiile pentru buget, finanțe ale celor două Camere nu au transmis avizul comun privind contul de execuție bugetară pe anul 2011 al Societății Române de Televiziune.

* * *

Raportul de activitate al Societății Române de Televiziune pe anul 2011 a fost dezbătut de cele două Comisii pentru cultură ale Parlamentului în data de 12 iunie 2012, în prezența președintelui director-general, domnul Alexandru Lăzescu și a unor membri ai Consiliului de administrație al SRTV. Dl. Lăzescu a făcut o prezentare a raportului de activitate. Membrii Comisiilor reunite au luat cuvântul pe marginea documentului aflat în dezbatere și au adresat întrebări conducerii Televiziunii Române. Au luat cuvântul: din partea Senatului – domnul președinte Sergiu Nicolaescu, domnul secretar Radu Alexandru Feldman, doamna senator Lia Olguța Vasilescu și domniile senatori Georgică Severin, Gheorghe Bîrlea și Cristian Țopescu, iar din partea Camerei Deputaților, doamna președinte Raluca Turcan,

domnul vicepreședinte Victor Socaciu, domnul secretar Florin Pâslaru, doamna secretar Brândușa Cornelia Novac și domnul deputat Mădălin Voicu. Președintele – director general al SRTV a răspuns întrebărilor formulate de parlamentari.

Opiniile membrilor celor două Comisii au fost preponderent negative. Au fost reproșate conducerii SRTV situația financiară, calificată drept „dezastruoasă”, scăderea ratingului canalelor postului public de televiziune și managementul, considerat „ineficient”.

După încheierea dezbaterilor, Comisiile reunite au procedat la votarea Raportului de activitate pe anul 2011 al Societății Române de Televiziune, rezultatul fiind următorul: **16 voturi împotriva, 2 abțineri** și niciun vot pentru. În urma exprimării votului majoritar negativ, Comisiile pentru cultură ale celor două Camere au hotărât să propună plenului Parlamentului **respingerea** Raportului de activitate și a contului de execuție bugetară ale Societății Române de Televiziune pe anul 2011.

PREȘEDINTE,

Sergiu NICOLAESCU

SECRETAR,

Radu F. ALEXANDRU

PREȘEDINTE,

Raluca TURCAN

SECRETAR,

Florin Costin PÂSLARU