



PARLAMENTUL ROMÂNIEI

SENATUL
Comisia pentru cultură și media

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 2019

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 al SRTv pe anul 2019 și raportul privind contul său de execuție bugetară la data de 31 decembrie 2019 au fost depuse la Parlament, în vederea întocmirii unui raport comun al Comisiei pentru cultură și media a Senatului și Comisiei pentru cultură, arte, mijloace de informare în masă a Camerei Deputaților, cu avizul comun al Comisiilor pentru buget, finanțe și bănci ale celor două Camere, în ceea ce privește contul de execuție bugetară.

Comisia pentru cultură și media a Senatului și Comisia pentru cultură, arte, mijloace de informare în masă a Camerei Deputaților s-au reunit în ședință comună, în ziua de **8 aprilie 2021**, pentru a dezbate documentele sus-menționate.

În redactarea prezentului raport comun, Comisiile pentru cultură ale celor două Camere au ținut cont de **avizul comun** al Comisiilor pentru buget, finanțe și bănci.

Raportul de activitate al Societății Române de Televiziune pe anul 2019 este structurat pe următoarele capitole:

1. ISTORIC TVR

2. 2019 – anul evenimentelor complexe și al investițiilor strategice

Televiziunea Română a fost broadcaster oficial pentru cele 6 luni de mandat al Președinției țării noastre la Consiliului Uniunii Europene. În calitate de broadcaster oficial al vizitei Sanctității Sale Papa Francisc, TVR a urmărit timp de 3 zile traseul acestui eveniment complex. Totodată pentru televiziunea română anul 2019 a reprezentat cel de-al doilea an consecutiv în care TVR a produs și difuzat exclusiv Festivalul Internațional Cerbul de Aur, unul din cele mai importante branduri ale României.

3. TVR ÎN PIAȚA MEDIA INTERNĂ ȘI INTERNAȚIONALĂ. CONTEXT ȘI TENDINȚE

Conform informațiilor furnizate de Barometrul Televiziunilor Publice, realizat de EBU în 2019 pentru anul precedent, consumul TV în Europa a fost de 3 ore și 35 de minute zilnic în 2018, în scădere cu 5 minute față de 2013 și cu 2 minute față de anul anterior. În rândul tinerilor, scăderea este și mai accentuată, respectiv la 1 oră și 40 de minute și cu 26 de minute mai puțin față de 2013. Schimbarea obiceiului de consum este reprezentată de migrarea permanentă către mediul online pentru informare rapidă asupra principalelor evenimente de interes, pentru vizionarea selectivă și fără constrângeri orare a programelor preferate. Este important de remarcat tendința utilizatorilor și a telespectatorilor de a prefera și urmări anumite programe care răspund nevoilor lor, mai degrabă decât urmărirea unui anumit post de televiziune. În condițiile unei scăderi dramatice a consumului TV, în paralel cu creșterea masivă a consumului în mediul online, cele 5 televiziuni din fruntea topului (ProTv, Antena 1, Kanal D, Romania Tv și Antena 3) au avut o cotă cumulată de piață de 50%.

TVR 1 se situează, conform datelor furnizate Kantar Media pentru CNA, pe **locul 8**, iar **TVR 2** pe **locul 14** în topul televiziunilor la nivel național.

Concluzionând, sunt mai mulți factori ce conduc la scăderea constantă a consumului TV: penetrarea de 80% a internetului de mare viteză în România, schimbarea obiceiurilor de consum ale publicului și migrarea către platformele non-lineare (Netflix, HBOGo, etc), toleranța scăzută la întreruperea programului pentru pauzele publicitare, nevoia de viteză în aflarea informațiilor de larg interes, în mod special a știrilor, multiple surse de conținut care permit generarea propriei grile TV, tendința consumatorilor de a alege platforma de vizionare în funcție de interesul față de un anumit tip de conținut, vizionarea conținutului video în sistem non-linear, respectiv fără restricții de zi sau oră, scăderea semnificativă a consumului de televiziune în lunile mai și septembrie, din cauza schimbărilor climatice.

4. EMISIA CANALELOR TVR1 ȘI TVR 2 ÎN SISTEM HD descrie procesul de modernizare a tehnicii de televiziune și a infrastructurii pentru trecerea tuturor resurselor de producție HD, continuând proiectele derulate în 2018 și completându-le cu cele noi. Televiziunea Română a investit în echipamente de iluminat pentru noile studiouri și a modernizat sistemul și infrastructura emisie HD cu Sistemul intercom pentru High Definition audio, media decoder/encoder HD pentru playout-ul automat al emisie și regia multi canal. Proiectul realizat a cuprins și echipamentele necesare pentru transmiterea filmărilor digitale HD de la studiourile teritoriale și implementarea sistemelor de producție și News Gathering.

În anul 2019, Direcția Știri a participat la producerea transmisiilor pentru care TVR a fost broadcaster oficial la o serie de evenimente majore: Ziua Armatei, mutarea osemintelor lui Carol al II-lea și ale Reginei Mamă Elena, Ziua Marinei, Parada de 1 Decembrie de la București, Alba Iulia și Buzău. La acestea, s-au adăugat transmisiuni și programe dedicate alegerilor europarlamentare și prezidențiale. (Președinția României la Consiliul Uniunii Europene, Vizita Papei Francisc în România, diverse Campanii).

5. ANUL 2019 ÎN IMAGINI – Capitolul 5 prezintă anul 2019 în imagini reprezentative.

6. EVENIMENTE 2019 – În anul 2019, TVR a fost BROADCASTER OFICIAL al evenimentelor de importanță națională: Președinția României la Consiliul Europei (6 luni, 65 evenimente, 174 de producții), Summitul de la Sibiu (45 de camere, 5 DSNG-uri, 4 relee digitale, două care de transmisie și o echipă de specialiști TVR au asigurat transmisia în exclusivitate a acestui eveniment istoric, cele peste 6 ore de imagini puse la dispoziția media internațională fiind preluate de 115 canale tv în 1.414 materiale jurnalistice despre Summitul de la Sibiu), Vizita Papei Francisc, Alegerile pentru Parlamentul European, referendumul pe tema justiției și alegerile prezidențiale, Alegerile prezidențiale pentru 2019, Evenimente legate de Casa regală a României și a câtorva câteva Programe – Eveniment. Dintre ele amintim: Festivalul Internațional Cerbul de Aur 2019, Selecția Națională pentru Eurovision Song Contest 2019, Eurovision Song Contest, Campionatul European de Fotbal U21.

7. CANALELE TVR. STUDIORILE TERITORIALE Consiliul de Administrație a aprobat noua politică editorială SRTv, care diferențiază cele 3 canale generaliste după cum urmează:

- TVR1 devine canal generalist de interes național.
- TVR 2 este un canal generalist, orientat către programe dedicate întregii familii și cu o puternică amprenta tradițională.
- TVR 3 este definit în noua politică editorială ca **post de televiziune regional-cultural care abordează tematici culturale și informative**, o tribună locală și regională adusă la nivel național, locul de întâlnire a celor mai importante personalități din fiecare regiune și promotorul culturii la nivel național.

STUDIOURILE TERITORIALE TVR acoperă cele mai importante știri la nivel național și prin cele cinci studiouri teritoriale: Cluj, Iași, Timișoara, Craiova și Tîrgu Mureș. Acestea au un program regional zilnic, dar contribuie și la grilele principalelor posturi ale TVR cu producții informative, reportaje, documentare, emisiuni magazin cu specific educațional, cultural și de divertisment, precum și emisiuni dedicate minorităților. În 2019, cele 5 studiouri teritoriale au fost implicate în marile evenimente de interes național reflectate sau produse de către Televiziunea Română.

TVR Internațional este postul tv destinat vorbitorilor de limbă română din străinătate. În 2019, oferta de programe a TVR Internațional a cuprins: emisiuni informative, reportaje și emisiuni educative/cultură; talk-show-uri politice, juridice, economice; emisiuni despre evenimente în care sunt implicați românii din comunitățile din afara granițelor; producții de divertisment; filme artistice românești; spectacole de muzică și folclor, festivaluri naționale și internaționale; campanii TV.

TVR Moldova este canalul Societății Române de Televiziune pentru Republica Moldova. Postul a fost lansat la data de 1 Decembrie 2013, ca urmare a încheierii acordului de soluționare amiabilă a cererii nr. 36398/08 depuse la CEDO de către Societatea Română de Televiziune și a Hotărârii de Guvern nr. 955 din 29 octombrie 2014. TVR Moldova promovează peste Prut cultura și limba română, tradițiile, spiritualitatea națională și obiceiurile care alcătuiesc identitatea poporului român. Prin programe produse în România, în Republica Moldova și achiziționate de la parteneri străini, postul își propune să susțină consecvent și activ integrarea Republicii Moldova în Uniunea Europeană.

8. PROGRAME DEDICATE MINORITĂȚILOR DIN ROMÂNIA

În anul 2019, spațiul de emisie alocat acestor programe a rămas identic celui din anii precedenți, ca și orele acestora de difuzare. Secția Maghiară din București a SRTV a produs săptămânal 354 de minute efective de emisie pentru canalele TVR1, TVR2 și TVR3, iar Secția Germană acoperă prin emisiunile realizate un

total de 130 minute de emisie pe săptămână pe programele TVR 1, TVR 2 și 35 de minute emisie pe lună pe TVR 3. Secția Alte Minorități a realizat pentru canalele TVR1 și TVR2, 11.790 de minute de emisie, din care 99,21%, în premieră. Beneficiare ale producțiilor realizate de către Secția Alte minorități sunt minoritățile recunoscute oficial în Parlamentul României, altele decât minoritatea maghiară și cea germană din România.

9. INFOGRAFICE

10. INTERACȚIUNEA TVR CU PUBLICUL TELESPECTATOR – SCHIMBARE DE PARADIGMĂ

Eficiența redusă a impactului mesajelor și acțiunilor de marketing pe canalele TVR este o realitate care a dus la o nouă abordare și anume utilizarea mediilor externe TVR pentru creșterea reach-ului mesajului și atingerea unui public variat, complementar și suplimentar bazei constante de telespectatori TVR. În condițiile unei platforme TVR online încă insuficient dezvoltate și a unor performanțe de rating fluctuante în funcție de programele eveniment, concentrarea mesajelor TVR pe alte platforme digitale a devenit o necesitate. Comunicarea și interacțiunea cu publicul în anul 2019 au fost centrate, în mod special pe realizarea de parteneriate cu publicațiile de largă circulație, atât de publicitate, cât și editorial precum și utilizarea mediului outdoor pentru promovarea Festivalului Cerbului de Aur, pentru lansarea canalelor TVR în noul sistem HD și a programelor de știri în noul platou, pentru lansarea principalelor programe din grilă.

Anul 2019 a fost marcat de evenimente cu public după cum urmează:

Festivalul Internațional Cerbul de Aur s-au organizat activări simultane în 5 orașe, prilej de promovare a concursului festival dar și de rememorare a celor mai relevante momente ale festivalului; s-au organizat vizionări cu public, sesiuni de karaoke pe cele mai îndrăgite melodii și s-au organizat concursuri și premii pentru telespectatori.

Campionatul de fotbal U21, un program care a adus TVR o audiență record cu vârfuri de peste 15 RTG s-au organizat sesiuni de vizionare cu public, găzduite de comentatori și specialiști ai Departamentului de sport TVR.

„**Câștigă România!**” a fost un alt proiect în care Virgil Ianțu și echipa TVR au avut ocazia de a promova singurul concurs de cultură generală din România. Caravana „Câștigă România!” a fost prezentă la diverse universități prestigioase din România (Universitatea Politehnică, Universitatea Transilvania, Facultatea de Științe din Sibiu sau Academia de Poliție din București). Prezentatorul „Câștigă România!”, Virgil Ianțu, s-a alăturat Campaniei de Donare de Carte, „**ÎMPARTE ÎN PARTE CÂTE O CARTE**”, inițiată de către Universitatea de Medicină și Farmacie „Carol Davila” din București și Universitatea Politehnică din București, în parteneriat cu Societatea Română de Televiziune. Cărțile donate din partea studenților și cadrelor universitare au dus la înființarea unei biblioteci în localități defavorizate, iar acțiunea va continua și în anul 2020.

11. INVESTIȚII ÎN RESURSE TEHNICE, UMANE ȘI DE PRODUCȚIE

Anul 2019 a reprezentat pentru Televiziunea Română o perioadă în care au fost implementate o serie de investiții cu finanțare bugetară și din surse proprii investițiile concentrându-se în principal pe sisteme de producție exterioară, digitale IT și dezvoltare, captare și procesare HD și sisteme News Gathering.

Principalele obiective ale pregătirii profesionale a angajaților în 2019 au fost: consolidarea jurnalismului de știri, un sfert din totalul cursurilor acoperind acest domeniu; utilizarea corespunzătoare a datelor și aplicațiilor interne, aproape jumătate din numărul total al cursanților fiind instruiți în acest sens. Au fost organizate 27 de cursuri, pentru 238 persoane instruite, pe parcursul a 1.764 de ore.

În cursul anului 2019, Departamentul Resurse Umane a organizat 8 cursuri interne, în cadrul cărora au fost instruiți 103 angajați, pe parcursul a 494 de ore.

În anul 2019, partenerii sociali din TVR au convenit prelungirea valabilității Contractului Colectiv de Muncă în vigoare, cu 12 luni, până la data de 31

decembrie 2020, moment în care reprezentanții administrației, ai Federației Cultură și Mass-Media FAIR MediaSind și cei ai salariaților au convenit modificarea unor articole și introducerea altora noi.

În anul 2019 cheltuielile cu personalul ale SRTv au avut următoarea structură:

1. Salariu mediu brut în SRTv calculat la decembrie 2019 = **5.267 lei**
2. Câștigul salarial nominal mediu brut în SRTv/2019 = **7.394 lei** (fără fond social)
3. Numărul mediu de angajați în 2019 = **2198**
4. Total cheltuieli cu personalul in 2019- **195.031.065 lei**
5. Situația sporurilor variabile (ore suplimentare, sărbători legale, weekend și ore de noapte) - **17.001.612 lei**

12. SITUAȚIA ECONOMICĂ

Societatea Română de Televiziune și-a încheiat activitatea in anul 2019 cu următorii indicatori economico-financiari:

- venituri totale: **385.591.865,80 lei**, din care venituri din exploatare: **385.014.188,32 lei** și venituri financiare: **577.677,57 lei**;
- cheltuieli totale: **384.615.557,03 lei**, din care din care cheltuieli de exploatare: **384.002.248,32 lei** și cheltuieli financiare: **613.308,71 lei**;
- cifra de afaceri netă: **24.682.868.44 lei**;
- rezultatul brut al exercițiului: profit in valoare de **976.308.85 lei**;
- rezultatul net al exercițiului: profit in valoare de **86.638,85 lei**.

* * *

Prin **avizul comun** al Comisiilor pentru buget, finanțe și bănci ale celor două Camere ale Parlamentului, trimis cu nr. XXII/158/17.03.2021 și, respectiv,

nr. 4c-2/279/17.03.2021 cele două Comisii **avizează negativ** contul de execuție bugetară pe anul 2019 al Societății Române de Televiziune.

* * *

La ședința Comisiilor parlamentare reunite participarea membrilor a fost atât fizică, cât și online. Ședința a fost condusă de dl. deputat Iulian Bulai, președintele Comisiei pentru cultură, arte, mijloace de informare în masă a Camerei Deputaților.

În calitate de invitat la lucrările Comisiilor reunite a fost de față d-na Doina Gradea – președinte director general al SRTv.

La dezbaterile raportului au luat cuvântul: dl. președinte Viorel Badea, dl. deputat Gigel – Sorinel Știrbu, dl. senator Ionuț Vulpescu, d-na senator Gabriela Crețu și dl. președinte Iulian Bulai.

După încheierea dezbaterilor, Raportul de activitate pe anul 2019 a fost supus la vot, întrunind **7 voturi pentru, 13 voturi împotriva și nicio abținere**.

Prin urmare, având în vedere rezultatul votului, Comisiile pentru cultură ale Parlamentului propun plenului celor două Camere **respingerea** Raportului de activitate și a contului de execuție bugetară ale Societății Române de Televiziune pe anul 2019.

PREȘEDINTE,

Viorel-Riceard BADEA

SECRETAR,

Sorin LAVRIC

PREȘEDINTE,

Iulian BULAI