

## SINTEZĂ

Consiliul de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune a continuat să acționeze și în anul 2008 în spiritul mandatului încredințat de către Parlamentul României, dedicându-se bunului mers al instituției și îndeplinirii de către SRR a rolului de serviciu public de radio conferit de Legea nr. 41/1994.

### Principalele realizări ale anului 2008

1. Menținerea de către Radio România a poziției de lider de audiență la nivel național
2. Încheierea cu profit și a anului financiar 2008
3. Finalizarea unor proiecte tehnice majore
4. Continuarea procesului de modernizare a organizației
5. Comunicarea și promovarea schimbărilor instituționale, realizarea unei noi identități vizuale

### Repere principale

#### **1. Activitatea editorială**

Anul 2008 a însemnat **finalizarea actualei etape de modernizare a structurii editoriale** (grile de programe și formate de emisiuni) pentru a răspunde unor categorii cât mai diversificate de ascultători cu produse radiofonice adecvate. Justețea acestei orientări editoriale a fost confirmată de datele de audiență: **Radio România Actualități a redevenit lider de audiență atât la nivel urban, cât și în București**, în timp ce **posturile regionale domină în continuare zonele rurale**.

## 2. Situația economică

Societatea Română de Radiodifuziune a reușit, prin valorificarea premiselor de creștere a veniturilor rezultate din modificarea Hotărârii de Guvern privind taxa radio, să **oprească procesul de diminuare a numărului de plătitori persoane fizice**. De asemenea, printr-un amplu program de identificare și de impunere la plată a persoanelor juridice care nu achitau taxa radio, SRR a **obținut o creștere substanțială a veniturilor**. Aceste măsuri, alături de gestionarea riguroasă a fondurilor existente, au condus la **încheierea anului 2008 cu profit**.

## 3. Activitatea tehnică

Activitatea din domeniul tehnic a avut ca prioritate **menținerea viabilității** infrastructurii și a dotărilor existente, alături de finalizarea unor proiecte majore precum **Controlul General Tehnic din Casa Radio București** și crearea condițiilor tehnico-organizatorice necesare începerii laborioasei activități de **Informatizare a Arhivelor SRR** (cel mai important patrimoniu media din România).

## 4. Organizare

A continuat procesul de modernizare a organizației prin diseminarea, la nivel intern și extern, a documentului de identitate instituțională „**Radio România – Viziune, Misiune, Valori și Principii**” și prin completarea **culturii de organizație** cu normative și regulamente moderne.

## 5. Comunicare, promovare, identitate instituțională

Activitatea serviciului public de radiodifuziune a beneficiat de o puternică reflectare în media datorită unor **campanii susținute de promovare** a produselor-vedetă prin mijloace de PR. Prin **schimbarea identității vizuale a Radio România** și prin campania de comunicare a acesteia, s-a realizat corelarea imaginii cu repoziționarea strategică editorială.