

TV Rea

(urmăre din pagina 1)

VAI DE CINEMATOGRAFIA NOASTRĂ!

Suntem singura televiziune din România care sprijină producția cinematografică românească, o proporție de 15% din încasările din publicitate fiind alocată în această direcție. Această proporție este cea mai mare din Uniunea Europeană”, afirmă Raportul, care, în același timp, arată că veniturile sale din publicitate de anul trecut au crescut (cu 5,5%, față de 2009) la 8,78 milioane euro.

Asta înseamnă că producția cinematografică națională a primit 1,3 milioane de euro.

Cam cât costă un film modest. Cum poți produce un film palpitant și splendid, cu 1,3 milioane de euro?

Simplu: filmezi doi oameni care se bat pe o frunză de dud – este palpitant! Câștigătorul produce mătase – este splendid!

Vampele micilor ecrane s-ar îmbulzi la casting, pentru personajul feminin.

În final, diva poartă lenjerie de mătase – subtil, erotic – pricepeți intrigă?, viermele privește pe fereastră din dud, soțul divorțează din gelozie, happy end.

Pe toate ecranele, “Războiul viermilor”!

Science-fiction, cu nuanță de horror.

Gata!, ai cheltuit milionul...

În anul ăla, nu mai producem ni-

cium alt film. Dacă luăm Cannes-ul cu el, ne ajunge.

Putem, chiar, accepta “reducerea contribuției de 15% din veniturile obținute din publicitate, datorată de TVR către Centrul Național al Cinematografiei”, așa cum solicită reprezentanții Televiziunii publice, în Raport.



Alexandru Lăzescu, actualul președinte-director general al Televiziunii publice, susține că eliminarea taxei TV înseamnă definiția Televiziunii publice. Reprezentanții TVR ne-au spus: “Dacă taxa TV ar fi eliminată, veniturile proprii simulate nu ar acoperi cheltuielile (energie electrică, gaze, apă-canal, întreținere-reparații clădiri sau auto, salubritate, CNC, TVA, salarii etc.).

În simulare s-a luat în calcul inclusiv funcționarea unui singur canal TVR și reducerea personalului de angajați cu 78%.”. Potrivit acestora, “eliminarea taxei TV, care, la un nivel de circa 11 euro anual, este deja cea mai mică din UE, duce la încetarea de facto a funcționării TVR, chiar și în condițiile în care s-ar decide limitarea la un singur canal (TVR 1) și renunțarea la cele cinci studii teritoriale”.

Valentin Nicolau, fost președinte al Televiziunii Române, consideră că “jaful și incompetența” au împins societatea pe marginea prăpastiei.

Nicolau afirmă că nu limitarea publicității este cauza deficitului din 2010, ci, mai degrabă, cheltui-



mai dacă la conducerea TVR vor veni profesioniști”. Valentin Nicolau ne-a reamintit că, în anul 2005, când a plecat de la conducerea televiziunii, aceasta a înregistrat profit.

Cert este că, potrivit datelor publicate pe site-ul Ministerului Finanțelor, în perioada 2001-2003 (anii de dinainte și de după apariția Legii audiovizualului), veniturile TVR au crescut considerabil - de la 1,9 miliarde lei vechi, în 2001, la 2,6 miliarde lei vechi, în 2002 și, respectiv, 3,7 miliarde lei vechi, în 2003.

Pierderile TVR din ultimii ani

anul	lei	euro
2010	-161.956.133	-38.470.304
2009	-48.018.957	-11.332.442
2008	-53.834.115	-14.618.110
2007	-29.451.567	-8.824.968
2006	-17.158.538	-4.868.360
2005	+27.077.281	+7.472.893

Sursa: Ministerul Finanțelor; Cursul euro mediu anual

TAXA TV – O MICĂ GREȘEALĂ

Sumele străne din taxa TV au reprezentat 78% din totalul veniturilor înregistrate anul trecut de Televiziunea Publică, potrivit Raportului, care avansează un argument greșit în favoarea obligativității taxei.

Numărul persoanelor fizice care declară că nu dețin receptoare TV a crescut, ponderea acestei categorii de scutiri în totalul persoanelor fizice scutite, conform raportării mandatarilor noștri (societățile de distribuție a energiei electrice din România) la 31.12.2010, fiind de 36,3%. Acest procentaj este în vârstă contradicție cu situația ce rezultă din monitorizările realizate de CNA, care reflectă faptul că peste 90% dintre persoanele fizice urmăresc posturi TV. (Pagina 101)

Dragi colegi din TVR, spuneți sincer, greșeala asta de logică e-o simplă scăpare, sau e deliberată?

Dacă sunteți sinceri, atunci, ca să pricepeți că greșiți, trebuie să vă schimbăm perspectiva: ce contradicție vădește faptul că din 2 milioane de persoane fizice care, după cum susține CNA, nu urmăresc posturi TV, o parte sunt scutite și că, din această parte, 36% sunt scutite pentru că au declarat că n-au televizor?

Unde-i “contradicția vădită”?

Dacă ați fi spus că ăștia 36% depășesc cifra de două milioane, da!, atunci se văden o contradicție. Să derivăm, din această greșeală logică, necesitatea impunerii generale a taxei, “independent de posesia receptorului radio sau TV”, înseamnă să-ți dai cu stângul în dreptul, tocmai în momentul când făceai un Triplu Axel, pentru că solicitarea, oricum ai lua-o, este în sine controversată, nu mai are nevoie și de o aberație în argumentația ei.

Șerban Ciucșă, fostul director al “Arbo Media”, prima companie care a prestat vreo dată servicii de vânzare a spațiilor publicitare al TVR, ne-a explicat:

“Taxa pe serviciul public de televiziune, chiar dacă plătitorul nu vizionează postul public tv, este similară cu cea pe care o plătim pe anumite drumuri pe care nu circulăm. În teorie, ar trebui să contribuim la ridicarea nivelului de cultură a populației, iar TVR, spre deosebire de televiziunile private, care dau ceea ce se cere, oferă mai multe tipuri de programe, contribuind la ridicarea nivelului de cultură a populației”.

Dacă s-ar fi oprit aici, acum TVR-iștii ar fi fost plăcuți impresionanți, dar, Ciucșă, nu, nu s-a oprit la atât: “Taxa TV este similară cu impozitele

acelea puse pe drumuri, pe care nu merge toată lumea, deși toată lumea le plătește și de fapt, ar trebui să le plătească numai cei care le folosesc, mai ales că, la noi, este necesară dintr-o dată relaxarea fiscală”.

Afirmă! Șerban Ciucșă opinează că, și dacă TVR și-ar fi păstrat constante cheltuielile, tot ar fi avut loc o scădere a veniturilor din publicitate,

explicând: “La faptul că televiziunile de nișă au înregistrat o creștere a cotei de piață, diminuând-o pe cea a TVR, se adaugă și că televiziunile publice suportă soarta comună a televiziunilor, în general, influențate de criza economică, dar și de agresiunea internetului care captează tot mai mult atenția celor, până nu demult, numiți “telespectatori”.

Confirmând cele afirmate de Valentin Nicolau, Ciucșă ne-a spus: “În perioada în care a fost adoptată legea care a limitat publicitatea la TVR, veniturile din vânzarea spațiilor publicitare nu au scăzut. Reducerea numărului de minute de publicitate și dispariția mai multor spații nu s-a regăsit în nivelul veniturilor. Am reușit să înțelegem platonul său, chiar pe un timp mai mic de reclamă”.

“Splendid Media” a câștigat dreptul să vândă spațiul publicitar al TVR în cadrul unei licitații după ce a expirat contractul dintre Televiziunea Publică și “Arbo Media”.

Șerban Ciucșă, fostul șef al “Arbo Media”, ne-a precizat că “Splendid Media” a fost înființată de Radu Budeș, Cătălin Sîndulescu și Marcel Străuș, care, anterior, fuseseră parte din “Arbo Media”.

Contractul în vigoare dintre TVR și “Splendid Media” urma să-și încheie valabilitatea la 31 de noiembrie 2011, însă TVR a anunțat, la începutul acestui an, că intenționează să interzică mai devreme colaborarea cu această agenție de vânzări.

Peisajul media, sub semnul crizei (fragment din Raportul TVR)

“Ultimii doi ani au reprezentat, pentru mass-media din România, probabil cea mai dificilă perioadă de la căderea regimului comunist. În perioada 2009-2010, vânzările ziarelor și revistelor au scăzut cu circa 50%, iar investițiile de publicitate pe acest segment – cel mai afectat de criză – au scăzut cu circa 70% față de perioada sa de vârf, din 2007-2008.

Și investițiile în televiziune au scăzut cu circa 30-40%.

Unele trusturi cu o poziție solidă odinioară și-au văzut afacerile zdruncinate (ex. Rin-

gier, unul dintre cei mai mari publishers din regiune), altele pur și simplu s-au destrămat (ex. Catavencu SA). Multe titluri au dispărut, investitori străini au făcut un pas înapoi. Companiile de media care au rămas pe piață au suferit dezastrul și au tăiat masiv din costuri, inclusiv din forța de muncă: e vorba de câteva mii de oameni, la nivel de industrie, în doar doi ani. Alte companii media s-au restructurat și și-au schimbat modelul de business (ex. Mediafax Group, care a înglobat afacerea de print și pe cea de Internet a Media Pro”).

O REVOLUȚIE COMPLET NEPLĂCUTĂ

Nu văd de ce regimul publicității din Televiziune publică trebuie să fie mai prost decât cel al televiziunilor private, după cum nu mi se pare deloc corect să-ți obligi pe cetățeni să plătească abonament tv.

Ce-i Televiziunea publică, “Scânteia”?

Chestile cu “cultură”, “fondurile de buget” și alte alea sunt freții.

Când argumentezi că televiziunile private trebuie să aibă un regim favorizat al publicității, ca să le poți menține într-o competiție echilibrată cu Televiziunea publică (compensând faptul că ea beneficiază de fondurile din abonamente), nu spui nimic altceva, decât că obligația populației să subvenționeze... televiziunile private!

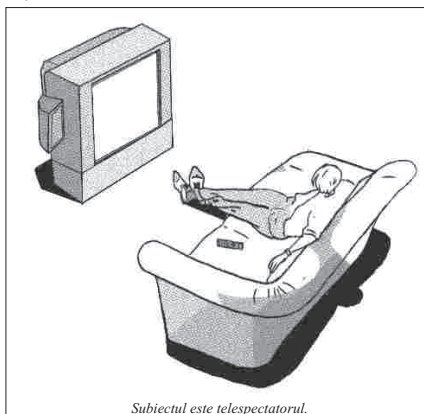
De fapt, tot mecanismul asta pompează bani în televiziuni – de stat și private, laolaltă -, bani pe care industria asta nu-i produce și nu-i justifică prin sine.

Deci, nu-i merită. E ca în povestea celor două buci de cașcaval, care, ca să devină egale, au fost mușcate pe rând, ziunea publică și nici (prin “refracția” subvenționării televiziunilor private) telenovelele argentine.

până au fost mâncate de tot, iar porcul a rămas cu ochi-n soare (mă rog, am adaptat-o, cașcavalul stă aici pentru banii cetățenilor).

Frețiile cu “cultură” și “fondurile de buget” sunt invocate în numele “interesului poporului”; să fim serioși, primul interes al poporului este să supraviețuiască, nu telenovelele chinezești din televi-

ar fi să nu existe deosebiri între televiziunea publică și televiziunile private; cred că nimic nu împiedică televiziunile private să se difuzeze pe abonament (ăi vezi atunci audiențele reale!); cred că abonamentul la televiziunea publică ar trebui să fie opțional (ha!, să vezi atunci dacă și-mai permite o mie de posturi, aproap, pentru



Subiectul este telespectatorul.

Sau emisiunile oribile de “ha, ha, ha”, ținute de agramatii joviali!

Decât cire cretin, mai bine ne-am cumpărat păine. Ar fi un fapt de cultură, pentru că, fie și dacă n-am răspîndi cultura, măcar am proteja-o.

Hai o să-ți am: cred că normal

bascheții mei nu deschideți un canal de mișc?, promit să-i las în fața ecranului for ever, îi port de cinci ani); cred că regimul publicității trebuie să fie același pentru toate (mamă!, ce-or să se mai închida la privați!).

Revoluția asta n-o să placă nimănui, nici televiziunilor private, nici celor de stat.

Si ce dacă? De fapt, subiectul principal nu e televiziunea. ■

Plan de măsuri

Anul trecut, a fost elaborat un plan de măsuri urgente, care vizează, pe lângă adoptarea unor politici de programe care să ridice cota de piață, următoarele măsuri de management:

- diminuarea pierderilor,
- reducerea angajamentelor financiare noi la strictul necesar,
- regândirea activităților și structurilor organizatorice ale TVR,
- audierea TVR pentru eficientizarea managerială și implementarea unui control strict al gestionării resurselor. Alte măsuri manageriale în curs de implementare sunt:
- Negocierea de subcontractări pentru licențele de sport, în special, în vederea generării de venituri pentru compensarea unei părți a deficitului TVR,
- Optimizarea relației cu C.N.C. prin crearea unui cadru organizatoric propice,
- Atragerea de fonduri europene pentru realizarea unor proiecte strategice din punctul de vedere al eficientizării instituției,
- Consolidarea prezenței TVR în spațiul academic și creșterea notorietății și percepției pozitive a TVR, prin crearea unui cadru flexibil de parteneriate cu școli de jurnalismo, teatru, film, academii tehnice,
- Optimizarea grilelor de programe din perspectiva creșterii audienței și a îndeplinirii misiunii publice,
- Regândirea procesului de vânzări prin atragerea directă de sponsori în realizarea unor coproducții,
- Îmbunătățirea programării, în special în privința filmelor,
- Crearea unei identități clare a canalelor TVR, cu priorități pentru TVR 2, canal destinat în special publicului activ,
- Poziționarea strategică a TVR în contextul impactului evoluțiilor de natură tehnologică și sociologică va avea în vedere două direcții: TVR-HD și televiziunea interactivă cu o puternică dezvoltare pe Internet,
- Introducerea de programe de gestiune a achizițiilor și depunerilor de difuzare. (Raportul TVR pe 2010)

TUDOR GIURGIU: APROAPE JUMĂTATE DIN COSTURI MERGEAU SPRE SALARII

Televiziunea publică a trecut de pe profit pe pierdere în anul 2006, sub mandatul lui Tudor Giurgiu, care a condus TVR între anii 2005 și 2007. Cauzele care au stat la baza acestui lucru sunt, în opinia sa, aproximativ aceleași ca și cele invocate de cei care i-au urmat la conducerea televiziunii: scăderea continuă a numărului de plători ai taxei TV, neîndeplinirea valorii acesteia cu nivelul inflației și aplicarea TVA la plata licențelor de televiziune. Alte fapte care au împins Televiziunea publică spre marginea prăpastiei au fost, după cum ne-a spus domnul Giurgiu, împărțirea “Electrica” în mai multe societăți regionale de furnizare a electricității, fapt care a generat condiții diferite (comisoane mai mari) la negocierile cu fiecare furnizor în parte, plătirea unor datorii importante din anii precedenți, precum și respectarea unor prevederi din contractul colectiv cu sindicatele, care prevedea două in-



dexări salariale pe an.

“Trecerea de la un profit considerabil în 2004 la rezultatul financiar din 2006 a fost inevitabilă și nu este rezultatul rispei financiare, ci al situației inevitabile de stagnare a sursei primare de venit - taxa TV. Rezultatele financiare din 2005 au arătat o reducere de la 19 milioane euro la 8,9 milioane euro. (TVR a avut un rezultat financiar în 2004 de 19.224.511 euro, ca un prim an în care s-a implementat integral colectarea taxei TV prin factura de electricitate). Aceasta înseamnă o pierdere reală, specifică pentru anul 2005, de aproape 11 milioane euro”, ne-a precizat Tudor Giurgiu.

Domnia sa susține că trecerea la deficit este o problemă obișnuită a televiziunilor publice, în ciclul de dinaintea obținerii unei creșteri a taxei TV: “Mai există o problemă clară, de structură, în TVR, cu costurile de personal care creșteau rapid în fiecare an, din cauza contractului colectiv de muncă negociat în perioada 2002-2006. O uriașă problemă era direcționarea unei părți foarte mari din buget spre salarii. A fost o creștere de 6% în fiecare an, din 2004 în 2006, a procentului cheltuielilor cu salariile. În 2007, aceasta însemna 42% din costurile totale, în comparație cu 32% în 2004, când cheltuielile cu salariile erau de 104.750 milioane lei”.