

□ □ □ **Cu incasari tot mai mici din publicitate, televiziunile romanesti nu au bani sa achizitioneze drepturi de difuzare pentru filmele castigatoare de Oscar 2014.**

□ □ **Si asta desi estimarile arata ca audienta s-ar ridica pana la 60% din maximul inregistrat vreodata de vreun post, luand in calcul ca productiile au fost deja difuzate in cinematografe si sunt disponibile pe diferite site-uri.**

In urmatoarele luni, nici macar abonatii posturilor de film nu vor vedea vreun film nominalizat sau premiat la Oscar 2014. Ioana Giulia Dobre, membru al Asociatiei Criticilor de Film, a declarat pentru DailyBusiness.ro ca romanii nu au sanse sa vada pe micile ecrane filmele nominalizate sau castigatoare de premii Oscar 2014. Si asta pentru ca in televiziuni “nu prea mai exista bugete pentru filmele mari”, acestea difuzand doar “nimicuri, date mai mult de pomana”.

Cat costa un film de Oscar 2014

Potrivit criticului de film, pretul pe care trebuie sa il plateasca o televiziune pentru [achizitionare a drepturilor de difuzare](#) de la o casa de distributie pentru un film de Oscar 2014 pot fi cuprinse intre 6.000 si 8.000 de euro. Pentru aceasta suma, televiziunea respectiva poate difuza un film de doua sau trei ori. Investitia ar merita pentru ca in cazul in care ar fi difuzat la TV un film de Oscar 2014, postul respectiv ar inregistra o audienta de cel putin 60% din cea mai buna audienta inregistrata vreodata la posturile din Romania, spune Ioana Giulia Dobre. Aceasta crede ca o suma de 6-8.000 de euro este una “enorma” pentru televiziunile romanesti afectate de criza economica si cu bugete de publicitate reduse la 40% fata de acum doi ani.

Posturile nationale, „aproape de faliment”

Inregistrand pierderi uriase, criticul de film apreciaza ca televiziunile de la noi sunt “aproape de faliment”. Media Fact Book estima ca anul trecut, [piata de publicitate TV a scazut](#) la 183 milioane de euro, de la 193 milioane de euro, cat inregistra in 2012. Cheltuielile totale de publicitate pe piata romaneasca s-au situat, in 2012, la 303 milioane de euro, cu 6 milioane mai putin decat in 2011.

Calitate slaba pe Internet ☐☐

In ciuda faptului ca o buna parte dintre filmele de Oscar pot fi vazute pe Internet, pe diferite site-uri, Ioana Giulia Dobre este de parere ca, “cu siguranta exista o apetenta a publicului in cazul in care un astfel de film ar fi difuzat la TV”. In plus, sustine Dobre, ar merita ca o televiziune nationala sa investeasca in cumpararea unei productii de Oscar, pentru ca un film difuzat la televizor are o calitate mai buna a imaginii decat daca filmul este vizionat de pe Internet. “Toata lumea isi doreste o calitate foarte buna, pe care nu o gasesti pe Internet. De exemplu, eu nici nu as sti unde sa caut filmele respective”, a adaugat criticul de film. Chiar si asa, Dobre este de parere ca romanii nu au sanse sa vada, prea curand, la televizor o productie de Oscar. Criticul a mai spus ca “au fost niste ani mai gloriosi ai PRO TV”, cand postul a difuzat o productie de Oscar dupa un an sau doi, dar niciodata in acelasi an. In cazul in care o televiziune ar alege sa difuzeze un film de Oscar in anii urmatoari, tariful platit pentru acesta ar scadea de la 6 -8.000 de euro, la 5.000 de euro.



The Great Beauty In timp ce unele productii au rulat de saptamani bune in cinematografe, altele **nu au ajuns inca pe marile ecrane**. Este si cazul The Great Beauty, in regia lui Paolo Sorrentino, care a castigat Oscarul pentru "Cel mai bun film strain". Acesta va fi adus in Romania de Independenta Film si va putea fi vazut pe marile ecrane incepand cu 21 martie.

Niciun

film de Oscar 2014 la HBO in urmatoarele 2 luni☐☐

Nici posturile tv pentru care abonatii la cablu sau satelit trebuie sa plateasca in plus, nu se grabesc cu difuzarea filmelor nominalizate sau premiate la Oscar 2014. “Programele HBO sunt facute publice cu maximum doua luni in avans. In programele urmatoarelor doua luni, nu se regaseste niciunul din filmele de Oscar”, a declarat Irina Catanchin, PR & marketing manager HBO Romania, pentru DailyBusiness.ro. Irina Catanchin a adaugat insa ca au fost cazuri, in anii trecuti, cand filmele premiate la Oscar au fost difuzate in perioada imediat urmatoare Galei de decernare, intr-un interval de sase - 12 luni. Reprezentantii HBO au refuzat sa dea alte detalii

despre numarul de abonati sau audienta postului inregistrata in noaptea difuzarii Galei Oscar 2014.

Promo-uri HBO, in loc de publicitate

Despre transmiterea Galei Oscar 2014, publicitarul

[Bogdan Naumovici](#)

a scris insa pe pagina sa de Facebook ca dupa ce a vazut toata ceremonia, "am o singura mare concluzie: nu mai vreau sa vad vreun promo HBO in urmatoarele sase luni". Si asta pentru ca, a comentat Naumovici, transmisia Oscar 2014 a fost intrerupta din zece in zece minute, cu promo-uri ale televiziunii, timp de cinci ore. Pe de alta parte, pe site-ul televiziunii se precizeaza ca postul "difuzeaza non-stop programe neintrerupte de publicitate".

Venituri record din publicitate in timpul difuzarii Galei Oscar 2014

In America, din difuzarea Galei Oscar, postul ABC a obtinut aproximativ 100 de milioane de dolari din publicitate, potrivit

[forbes.com.](#)

Astfel, televiziunea americana ABC ar fi incasat aproximativ 1,8 milioane de dolari pentru fiecare spot de 30 de secunde, difuzat in timpul Premiilor Oscar. Si asta in timp ce anul trecut, pretul mediu pentru 3

[0 de secunde de publicitate difuzate in timpul Galei Oscar](#)

a fost de 1,65 de milioane de dolari, iar veniturile totale au atins valoarea de 88,3 milioane de dolari, potrivit companiei Kantar Media.

** sursa :dailybusiness.ro