

CAIET DE SARCINI AL IP COMPANIA „TELERADIO-MOLDOVA” PENTRU ANUL 2021

Caietul de Sarcini al instituției a fost elaborat în conformitate cu prevederile articolului 39 din Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova și Statutului IP Compania „Teleradio-Moldova” (redacție nouă).

Activitatea furnizorului public național de servicii mediava va fi organizată conform atribuțiilor și misiunii ce îi revin din legislație, care prevede asigurarea accesului universal al populației la serviciul media audiovizual cu acoperire națională, satisfacerea necesităților informaționale, educaționale și recreative ale tuturor grupurilor sociale de utilizatori, promovarea prin politica editorială a coeziunii sociale, pluralismului audiovizual, dezbaterilor publice pluraliste.

Viziune, principii și valori:

Viziune:

Compania este radiodifuzor public național, care oferă produse audiovizuale și multimedia de diverse genuri pentru diferite categorii de public.

Principii:

Compania realizează în practică următoarele principii:

- asigurarea accesului universal al populației la o diversitate de servicii media audiovizuale generaliste și tematice, liniare și neliniare, furnizate inclusiv prin intermediul noilor platforme de comunicare, care să satisfacă necesitățile informaționale, educaționale și recreative ale tuturor grupurilor sociale de utilizatori;
- promovarea, prin politica editorială, a coeziunii sociale la nivel local, regional, național și internațional, precum și stimularea sentimentului de responsabilitate comună a populației pentru realizarea acestor principii;
- promovarea pluralismului audiovizual;
- informarea corectă, obiectivă, complexă și imparțială prin programe audiovizuale inovatoare și variate, care respectă standardele etice de înaltă calitate;
- promovarea dezbaterilor publice pluraliste și încurajarea unei participări democratice largi a publicului;
- promovarea diversității patrimoniului cultural național, european și internațional;

- asigurarea independenței editoriale și a autonomiei instituționale față de autoritățile și instituțiile publice, de partidele politice și grupurile de interese;
- asumarea responsabilității față de public.

Valori:

Compania împărtășește următoarele valori:

- responsabilitate corporativă în fața publicului;
- credibilitate și calitate;
- pluralismul politic și social printr-un spectru cât mai divers de opinii;
- echidistanța în tratarea temelor politice, sociale, economice și culturale;
- rigurozitatea profesională și etică;
- perseverența și tenacitatea în obținerea rezultatelor finale;
- conduita ireproșabilă, politețea și toleranța în relațiile cu publicul;
- creativitatea și diversitatea de programe;
- performanța și inovația profesională;
- transparența și controlul public;
- spiritul de echipă.

Pentru anul 2021 furnizorul public național de servicii media IP Compania „Teleradio-Moldova” își stabilește în continuare drept priorități:

- promovarea incluziunii digitale și reducerea decalajului digital, inclusiv prin sporirea accesibilității propriilor programe audiovizuale pe noile platforme de comunicare;
- dezvoltarea ofertei de produse mediatice în funcție de evoluțiile din societate cu accent pe promovarea valorilor autentice culturale, științifice și morale;
- continuarea informatizării activităților pe domeniile interne (resurse umane, contabilitate etc.);
- adoptarea de soluții tehnice performante pentru crearea și păstrarea programelor audiovizuale și modernizarea utilajelor de emisie TV/RD.

I. POSTUL PUBLIC DE TELEVIZIUNE TV MOLDOVA 1

PRIORITĂȚI ȘI OBIECTIVE EDITORIALE

Conform prognozelor specialiștilor în medicina epidemiologică, în anul 2021 pandemia de coronavirus se va extinde. Ținând cont de aceste circumstanțe, TV Moldova 1 va trebui să-și reorganizeze activitatea în asemenea mod, încât să facă față cerințelor sanitare impuse de situațiile excepționale și de urgență în medicină și să se mențină pe piața audiovizuală din republică ca furnizor media public cu toate atribuțiile ce-i revin.

Restricțiile sanitare impuse de situațiile excepționale și de urgență în medicină ar putea schimba modul tradițional de organizare a emisiunilor, a transmisiunilor de la sărbătorile naționale, festivaluri, evenimente sportive ș.a., care până acum implicau public numeros. La sigur, vor trebui re-gândite formatele mai multor emisiuni.

Accentul de la comunicarea face-to-face trece treptat pe comunicarea online. De aceea, în anul 2021 este foarte importantă dotarea tehnică cu calculatoare, programe speciale care să le ajute jurnaliștilor să-și organizeze mai eficient munca în noile condiții.

Activitatea la distanță este o necesitate imperativă în timpul pandemiilor, care preupune ajustarea actelor normative, a contractelor de muncă.

Ținând cont de faptul, că angajații se pot molipsi de noul virus COVID-19, iar odată cu aceasta este necesară instituirea carantinei, s-ar putea întâmpla ca în diferite perioade să lipsească de la serviciu mai multă lume și televiziunea să nu-și poată îndeplini misiunea în conformitate cu cerințele de calitate. Este o situație de risc, care urmează a fi analizată, cu propunerea ulterioară a unor variante de soluții: echipe de rezervă, re-configurarea statelor de personal, stabilirea acțiunilor prioritare etc.

În 2021 TVM1 va îndeplini cerințele Codului serviciilor media audiovizuale și anume:

- va difuza programe audiovizuale locale zilnic, în mediu 15 ore;
- 7 ore 30 min de programe audiovizuale locale vor fi difuzate zilnic în prima difuzare;
- 7 ore 30 min de programe audiovizuale locale vor fi difuzate în orele de maximă audiență ;
- 91,37% din volumul total de emisie îl vor constitui programele în limba română ;
- nu mai puțin de 90 % din volumul total de emisie va fi alcătuit din programele europene.

2021 este anul în care se împlinesc 30 ani de la declararea Independenței Republicii Moldova. Acest eveniment își va găsi reflectare în majoritatea emisiunilor produse la TV Moldova 1. În mod special, va fi lansat ciclul de emisiuni ”Prețul Libertății”, o serie de interviuri cu diverși lideri de opinie care vor aborda în discursurile lor tematica libertății și independenței obținute, vor analiza modul în care am reușit să beneficiem de acestea. În cadrul emisiunii ”Portrete în timp” vor fi realizate schițe despre personalitățile din domeniul culturii din țară. Campania ”Noi suntem ȚARA” va promova activismul social și sentimentul civic. Eroii subiectelor vor fi cetățenii simpli, care, prin activitatea de zi cu zi,

contribuie la prosperitatea personală și a țării. În mai multe emisiuni se va vorbi despre stabilirea relațiilor bilaterale cu statele care au recunoscut independența RM. De asemenea, în edițiile de știri își vor găsi locul subiectele despre evenimentele organizate cu aceasta ocazie. Vor fi transmise în direct Ceremonia de conferire a premiilor naționale și Festivitățile organizate pe 27 august 2021.

Anul electoral 2021, în cazul alegerilor parlamentare anticipate, va fi reflectat la TV Moldova 1 în conformitate cu regulamentele CEC, CA și propria Declarație a politicii editoriale în campania electorală. Echidistanță, pluralism, echilibru – sunt atributele obligatorii pe care dorim să le obținem în rezultatul reflectării campaniei electorale.

Alte patru campanii sociale, de sensibilizare, vor fi organizate și difuzate în 2021: ”Moldova 1 aduce Crăciunul”, ”În brațele mamei”, ”Într-un gând de Paște”, ”Un zâmbet pentru toți copiii”.

Spectrul tematic al emisiunilor proprii TV Moldova 1 rămâne unul tradițional. În 2021 TV Moldova 1 va continua să mențină în grilă programe informative, educative, distractive, pentru diferite grupuri-țintă: copii, adolescenți, tineri, maturi, bărbați, femei, locuitori din zonele urbană și rurală etc. O pondere mai mare, în cazul continuării contaminărilor cu coronavirus de tip nou, îl vor avea emisiunile pe teme medicale, edițiile speciale la temă, subiectele despre medici, pacienți recuperați, fille-re despre comportamentul recomandat pe timp de pandemie ș.a.

În 2021 va continua conlucrarea cu alte instituții media prin parteneriate, convenții de cooperare și acorduri de schimb programe.

Va continua colaborarea cu DW, care constă în furnizarea emisiunilor săptămânale Euromaxx Highlights, Global 3000, Arts 21, Proiecte de viitor, Made in Germany, „O doză de sănătate”, „La drum”, Shift, World Stories, etc. precum și a magazinului săptămânal de satiră politică în desen animat „Zapovednik”, concertelor „Europe in concert” – total 150 ore emisie în primă difuzare pe an.

În cadrul colaborării cu DW se înscrie și coproducția DW-Moldova 1 a programului „Focus Europa”. De asemenea, urmează să fie continuată colaborarea cu Uniunea Europeană de Radio și Televiziune (UERT), preluându-se cele trei concerte anuale ale Orchestrei Filarmonicii din Viena, în versiune internațională, difuzată în direct sau în versiune editată (Concertul de Anul Nou, Concertul de vară de la Schonbrunn, Concertul Extraordinar al OFV).

Se preconizează și încheierea unor acorduri de licență pentru diverse genuri de content cu instituțiile media partenere din cadrul UERT. Aceasta va permite completarea grilei Moldova 1 și Moldova 2 cu câteva zeci de ore de programe produse de membrii UERT, exact cum s-a întâmplat în 2020 în timpul pandemiei Covid-19.

O altă colaborare care va continua în anul 2021 este cea cu Japan Foundation – în cadrul căreia în anul 2020 au fost difuzate câteva zeci de titluri de programe (TV drama, film de cinema, serial documentar, etc.).

În cadrul proiectului de plasare a conținutului de divertisment licențiat desfășurat de IREX Moldova pentru care a fost selectată Moldova 1 preconizăm, asemenea, achiziția și difuzarea pe parcursul anului 2021 a unui titlu de TV Drama – 40 ore.

Ca urmare a acordurilor de licențiere conținut, încheiate în anii precedenți, producția achiziționată difuzată de postul de televiziune Moldova 1 în anul 2021 va fi deosebit de variată, incluzând, printre altele, două titluri de dramă de familie de producție turcească, câteva zeci de filme cinema și televizate de lung-metraj recente și din cinematecă, titluri de animație lung-metraj și de serial de animație – producție europeană și americană, diverse ca gen și stilistică (dramă, comedie, biopic, comedie romantică, polițist, de epocă, etc.).

Achiziția programelor de la producătorii independenți autohtoni rămâne a fi un obiectiv mai greu de atins și pentru anul următor, motivele principale fiind lipsa de conținut autohton sau prețurile exagerate, comparativ cu alte producții de același gen de peste hotare.

Penru anul 2021 TV Moldova 1 planifică schimbarea tuturor genericelor de identificare a postului, cele existente fiind deja învechite moral.

În anul 2021 vom menține un trend ascendent de audiență în mediul urban. TVM 1 va realiza un nivel de audiență de 6% SHR% la categoria 18+.

În plan tehnic, se cer a fi identificate soluții pentru digitalizarea arhivei.

În scopul realizării acestor obiective sunt necesare :

- analiza situațiilor de risc în legătură cu continuarea contaminării cu COVID -19;
- respectarea contractelor cu partenerii din țară și de peste hotare în scopul menținerii unor relații prietenoase și de durată;

- participarea la târgurile de content pentru selectarea ofertelor avantajoase în raportul preț-calitate;

Priorități organizatorice:

- ajustarea statelor de personal în scopul creării echipelor de rezervă în cazul instituirii carantinei în televiziune;
- instruirea personalului din tv pentru activitatea în condițiile situațiilor excepționale și de urgență în medicină;
- ajustarea cadrului legislativ intern (contracte de muncă la distanță, fișe de post, regulamente subdiviziuni, planuri de activitate a subdiviziunilor etc.) la necesitățile sanitare și editoriale.
- dotarea cu echipament tehnic și programe speciale, care ar facilita munca în condițiile de pandemie.

I. Politici (obiective) editoriale ale TV Moldova 1

Nr.	Obiective editoriale	Volum (ore)	%	Note
1.	Volumul anual total al emisiilor televizate (ore). 8760 (inclusiv 95 ore – revizie tehnică)	8665	100%	Anexa 1
2.	Volumul programelor audiovizuale locale difuzate zilnic.	15 ore zilnic		
3.	Serviciul de programe (emisiuni)	5332 ore 55 min.	61,54%	Anexa 2
4.	Coraport tematic:			
	a) programe informative (știri)	1207 ore	13,93%	
	b) emisiuni	5332 ore 55 min.	61,54%	
	c) programe sportive (se conțin în emisiuni, programe informative)	60 ore 40 min.	0,70%	
	d) documentare	395 ore	4,56%	
	e) altele	1730 ore 05 min.	19,97%	
5.	Volumul programelor audiovizuale locale în limba română (%).	7916 ore 50 min	91,37%	Anexa 3
	Volum de emisie rezervat programelor în limbile minorităților naționale (%).	748 ore 10 min.	8,63%	
6.	Volumul programelor audiovizuale locale. Producție proprie.	6539 ore 55 min	75,47%	Anexa 4
7.	Volumul programelor audiovizuale locale difuzate în orele de maximă audiență (%).	7 ore 30 min. zilnic 2737 ore 30 min. -	31,5%	

		anual		
8.	Emisiuni noi.	232 ore 30 min.	2,67%	Anexa 5
9.	Volumul programelor audiovizuale locale în primă difuzare.	7 ore 30 min. zilnic		
10.	Producție în primă difuzare. Volum anual.	3795 ore 30 min.	43,80%	Anexa 9
11.	Producție în reluare. Volum anual.	4869 ore 30 min.	56,20%	Anexa 10
12.	Volumul operelor audiovizuale europene (%).		90%	
13.	Volumul operelor audiovizuale europene create de producători independenți din RM (%).	40 ore	0,46%	Anexa 6
14.	Volumul programelor audiovizuale achiziționate de peste hotare (%); Schimb de programe cu țări străine.	1065 ore 20 min. 1019 ore 45 min.	12,30% 11,27%	Anexa 7 Anexa 8
15.	Campanii sociale	18 ore	0,20%	
16.	Transmisiuni, proiecte speciale.	107 ore 30 min.	1,24%	
17.	Volumul de emisie rezervat filmelor artistice și documentare, spectacolelor produse și achiziționate.	1610 ore	18,58%	Anexa 11
18.	Completare Fond.			Anexa 12

Datele exhaustive despre volumele de emisie, planurile de producție ale subdiviziunilor, spectacolele de teatru, campaniile sociale, coraportul lingvistic, producția proprie, emisiunile noi, producția achiziționată de la producătorii independenți locali și cea achiziționată de peste hotare, producția în prima difuzare, completarea fondului se regăsesc în anexe.

II. TV MOLDOVA 2

Motivații și obiective:

- Creșterea volumelor de programe transmise în direct;
- Diversificarea grilei de emisie prin includerea unor emisiuni de educație culturală, sportivă și estetică;

- Promovarea celor mai importante evenimente sociale, culturale și sportive;
- Transmiterea în direct a spectacolelor de muzică clasică, folclor autentic, jazz și a pieselor de teatru;
- Difuzarea live a campionatelor sportive naționale (Campionatul Național de Fotbal, Campionatul Național de Lupte, Campionatul Național de Box, etc);
- Îmbunătățirea imaginii vizuale a postului M2 prin lansarea de noi generice și promo-uri;
- Promovarea filmelor autohtone, documentare și artistice;
- Includerea în grila de emisie a unor seriale de impact care să țintească creșterea audienței postului. Trebuie de menționat totuși că miza unui post de cultură și educație la prima etapă nu este neapărat rating-ul sau share-ul, ci informarea publicului despre faptul că educația, cultura, cunoașterea și modul sănătos de viață sunt valori umane indispensabile societății moderne;
- Fidelizarea spectatorilor, inclusiv prin promovarea programelor pe rețelele de socializare;
- Atragerea publicului tânăr și instruit prin distribuirea conținuturilor din domenii ca inovații, știință, ecologie, lifestyle;
- Dezvoltarea unor programe care se adresează audiențelor specifice;
- Descoperirea și lansarea unor noi talente în domeniile cultură, sport, lifestyle;
- Promovarea valorilor fundamentale ca patrimoniu universal și național, cultură, familie, iubire și prietenie;
- Stabilirea parteneriatelor durabile cu actori din domeniile cultură, artă, sport în vederea plasării pe post a unor conținuturi utile pentru telespectatori;
- Fortificarea parteneriatelor cu ambasadele și consulatele acreditate la Chișinău în scopul diseminării de materiale destinate publicului TV;
- Dezvoltarea coproducțiilor;
- Stimularea pro-activității postului;
- Asigurarea cross sharing-urilor M1-M2 și cross-sharingurilor comune cu parteneri locali și internaționali de la evenimente de anvergură;
- Difuzarea live pe rețelele sociale a emisiunilor cu personalități marcante din Republica Moldova în vederea conservării patrimoniului cultural;
- Valorificarea Colecției de Aur a arhivei TRM;

- Promovarea ecologiei informației. Programele televizate trebuie să asigure coeziune socială, unitate de valori și creștere spirituală.

MOLDOVA 2 va pune accent și în continuare pe tradiție autentică, diversitate, creativitate și educație incluzivă. Postul va echilibra conținuturile informaționale, astfel încât acestea să aducă plus valoare cognitivă și să dezvolte inteligența emoțională a publicului său.

Sarcini:

- Ajustarea tehnică a imaginii de arhivă la standardele televiziunii moderne. Remontarea unor emisiuni vechi în format 16/9 sau blur pe gri;
- Sporirea calității transmisiunilor live;
- Lansarea unui proiect nou cu titlul „Adevăruri mici și mari”. Proiectul va fi realizat cu participarea copiilor, dar este destinat publicului de diferite vârste. Emisiunea vine să dezvolte inteligența emoțională a publicului, ideile pure, nepoluate;
- Fortificarea statelor de personal;
- Administrarea eficientă a resurselor de producție;

Nr.	Politici (obiective) editoriale ale TV Moldova 2	Volum total (ore)	Volum total (%)
1.	Volum total de emisie (ore). (24 ore x 366 zile), inclusiv 95 de ore – revizie tehnică.	8784 ore	100%
2.	Volumul producției audiovizuale proprii(%). Producție TV proprie.	67 ore	0,76 %
3.	Volumul programelor audiovizuale locale. Producție TV în primă difuzare.	8 ore//zi	0,09%
4.	Producție TV în reluare.	7571	86,19%
5.	Volumul operelor audiovizuale europene.	7984	90,89%
6.	Volumul operelor audiovizuale europene create de producătorii independenți din RM.	25	0,28%
7.	Proiecte speciale, inclusiv schimburi cu alte țări.	800	9,10%

8.	Transmisiuni.	321	3,56%
9.	Completare Fond TV.	26	0,29 %

MOLDOVA 2 emite 24 de ore din 24, 7 zile pe săptămână. Grila de emisie include programe autohtone, originale, arhivă, emisiuni retransmise de la postul public de televiziune **MOLDOVA 1** și programe ale partenerilor internaționali: DW, TVR, Europa Liberă/RFERL/. Grila cuprinde și programe oferite de partenerii locali: Teatrul de Operă și Balet „Maria Bieșu”, Teatrul Național „Mihai Eminescu”, Teatrul Epic de Etnografie și Folclor „Ion Creangă”, etc.

MOLDOVA 2 respectă principiile jurnalistice general recunoscute: operativitate, imparțialitate, credibilitate.

Conținutul și durata programelor:

Emisiunile **MOLDOVA 2** au un caracter informativ, cognitiv, educativ și de divertisment.

Nr.	Titlu	Scurtă adnotare	Durata	Periodicitatea	Nr. ediții în difuzare	Volum anual, difuzare/ min.
1.	„O demivorbă cu Ilona Spătaru ”	Interviuri cu personalități	30 min.	Săptămânal	52	1560
2.	„Direct pe 2”	Transmisiuni LIVE	100-120 min.	Săptămânal	52	5200
2.	Adevăruri mici și mari ”	Emisiune cu copii.	7-9 min.	Săptămânal	52	364
						Total – 7124

CONCEPT emisiune nouă – ”ADEVĂRURI MICI ȘI MARI”:

Tipul emisiunii: /cognitiv/ informativ/distractiv/

Tematică: educație/ individualitate/ diversitate

Periodicitate: săptămânal

Durata emisiunii: 7-9 min.

”Adevăruri mici și mari ” este o emisiune care vine să prezinte inteligența emoțională a copiilor, deschiderea, ideile pure și nepoluate. Copiii vorbesc despre stări și lucruri autentice, iar maturii au ce să învețe de la ei într-o realitate în care sunt promovate rolurile și măștile sociale, competiția agresivă și concurența rigidă, nu însă coeziunea, eterogenitatea și individualitatea.

III. DEPARTAMENTUL „TELEFILM CHIȘINĂU”

Priorități

2021 va fi cele de-al treilea an de activitate a studioului ”Telefilm Chișinău”. Deoarece, prioritar, filmul documentar se vizionează într-o sală de cinema, ne propunem să continuăm întâlnirile cu spectatorii în sălile de cinema din satele și orașele Republicii Moldova. Caravana ”Telefilm Chișinău”, care pentru anii următori ar trebui să devină tradițională, va fi o dare de seamă cu public, o posibilitate ca cei pentru care sunt făcute filmele documentare, să ia contactul pe viu cu realizatorii pânzelor, iar pentru autori să ia de la sursă pulsul publicului.

La fel vom continua lansările și proiecțiile ”undeground”.

În 2021 studioul va fi partener internațional al filmului documentar ”Stalin’s COLA” (”Cola lui Stalin), creat la studioul „Filmpunkt ”din München, Germania.

”Telefilm Chișinău” își va asuma partea de producție (filmare, arhiva, etc.) a tuturor scenelor, care conform scenariului se întâmplă la Chișinău.

O altă formă de promovarea a brandului „Telefilm Chișinău” se va face prin delegarea realizatorilor la diferite festivaluri internaționale de specialitate din mai multe țări. Astfel vom afla cu multă exactitate unde este locul nostru pe harta filmului documentar din lume, dar și vom încuraja preluarea practicilor de succes ale studiourilor avansate.

Producerea filmelor documentare va rămâne și în continuare prioritatea studioului. Deoarece posibilitățile de producție ale anului 2019 ne-au obligat să corectăm din mers planurile de creație(am realizat alte filme decât cele propuse) vom trece la capitolul ”Priorități” intențiile nerealizate ale anului 2019.

Realizarea a 6 documentare (titlurile sunt variante de lucru) și alte 10 episoade din serialul „Peple to people”:

- „Vitalie Rusu. Artă și timp”. Regizor Diana Donică – 60 min.
- „Vladimir Beșleagă”. Regizor Eugeniu Popovici, producător Mircea Surdu – 60 min.
- „Gheorghe Mustea”. Regizor și producător Mircea Surdu – 60 min.
- „Istoria unei patimi”. Regizor și producător Eugeniu Popovici – 90 min.
- „Prieten la nevoie”. Regizor Roman Gațcan. Producător Leonid Melnic – 60 min.
- „Refacerea cetății”. Regizor și producător Leonid Melnic – 45 min.
- „People to people”. 10 episoade (coproducție cu Casa de producție „Univers Studio”) – 7 ore.

Volum original de emisie estimat la **13 ore 15 min.**

IV. RADIO MOLDOVA

Politici (obiective) editoriale Radio Moldova

- Asigurarea unor produse mediatice diverse cu un volum total de emisie de 26232,34 ore, pe 3 canale, în mediul on air și în mediul on line, după cum urmează: Radio Moldova – 8712,34 ore, Radio Moldova Tineret – 8760 de ore, Radio Moldova Muzical – 8760 de ore.
- Reflectarea amplă prin subiecte, proiecte și emisiuni (informative, culturale, de dezbatere ș.a.) a aniversării a 30-a de la Proclamarea Independenței Republicii Moldova:
- Ciclul documentar cu genericul ”August 91- August 2021” (convențional), amintiri, interviuri, analize, cu folosirea materialelor din Arhiva Radio Moldova;
- Emisiuni tematice despre formarea principalelor instituții ale statului în anii de independență;
- Rubricile ”Cântecele Independenței” în ”Expres Muzical” și ”Scriitorii independenței” în ”Album Duminical”;
- Concursuri cu elevi în taberele de odihnă;

- Zi de emisie tematică pe 27 august ș.a.
- Fortificarea dimensiunii culturale a Radio Moldova prin realizarea unor proiecte tematice:
 - "Identitate și dăinuire prin cultura" - De Ziua Națională a Culturii /15 ianuarie/. O zi cu emisiuni și rubrici adaptate la semnificația zilei;
 - „Vocea mea e o Țară cu 4 anotimpuri” - 30 ianuarie, de Ziua Mondială a Cititului cu Voce Tare. , Pe parcursul zilei, redactorii vor da citire, unor pagini preferate din lecturile lor cu o durată de 2-3 minute;
 - "Scriu, deci exist". Scrisul ca mod de a fi și a trăi. De Ziua Mondială a Scriitorilor /3 martie/. Meditații, maxime și blitz-interviuri cu scriitori, difuzate pe parcursul zilei;
 - Ziua Internațională a Poeziei la Radio Moldova /21 martie/, cu titlul convențional “Poeți în dialog”;
 - Reflectarea celor mai importante evenimente ale anului 2020, (Ziua Națională a Culturii, Ziua actorului, Ziua Mondială a Teatrului, Ziua limbii române, Gala Premiilor UNITEM, Decernarea premiilor Uniunii Scriitorilor din Moldova, , Festivalul Internațional de Poezie "Grigore Vieru", Chișinău-Iași, Zilele „Ion Creangă” la Chișinău și Iași, expoziția „Salioanele Moldovei” ;
 - Omagierea și comemorarea unor personalități marcante: 110 de ani de la nașterea poetului L.Deleanu, 100 de ani de la nașterea scriitorului V.Levițchi, 95 de ani de la nașterea scriitorului V.Vasilache, 80 de ani de la nașterea scriitorului și cineastului I.Burghiu , 85 de ani de la nașterea poetului A.Codru, 70 de ani de la nașterea poetului I.Țurcanu, 70 de ani de la nașterea criticului literar A.Bantoș etc.
- Revenirea la montarea în număr de 4-5 a spectacolelor radiofonice.
- Stabilirea unor relații mai strânse cu cetățenii noștri aflați peste hotare, o ediție specială – “Zilele Diasporei”;
- Realizarea a 5 întâlniri cu tineri și copii pentru promovarea postului public;

- Îmbunătățirea informării publicului despre produsele Radio Moldova prin realizarea unei rubric matinale de promo a zilei de emisie și difuzarea unor spoturi despre toate ciclurile de emisiuni, precum și despre campanile și proiectele speciale.

- Creșterea comunicării directe cu publicul prin organizarea a 3 întâlniri cu ascultătorii în localități diferite din centrul, nordul, sudul, estul și vestul țării.

- Realizarea proiectului ”Ascultă muzică clasică” (în spații publice, proiect amânat din cauza pandemiei)

- Înnoirea produsului postului public prin realizarea a 5 emisiuni noi pe Radio Moldova, 2 pe Radio Moldova Tineret și 5 pe Radio Moldova Muzical.

- Realizarea unor proiecte și rubrici noi în cadrul emisiunilor existente: Radio Moldova un radio pentru toată familia (cu participarea diferitor generații) – în Ora copiilor, Școala Media, rubrică de educare a ascultătorului în spiritul pluralismului, corectitudinii, toleranței – în Matinal Național.

- Modificarea politicii muzicale a Radio Moldova prin mărirea volumului de muzică populară, la solicitarea ascultătorilor.

- Reevaluarea cadranului magazinelor zilnice, cu un volum de emisie mare – Matinal Național și Casa Radio, includerea unor rubrici noi.

- Sporirea atractivității produselor RMM și RMT în mediul online prin modernizarea studiourilor de emisie

Nr.	Obiective editoriale	Volum	%	Activități	Buget,mii lei
1.	Volumul total al emisie radiofonice (ore)	8712,33 ore	100%		
2.	Volumul Pogramei audiovizuale locale difuzate săptămânal (ore)	167,08*	99,5%*		
3.	Servicii de programe (emisiuni)	8712,33 ore	100%	Anexa 1	
4.	Coraport tematic: a) programe informative/știri	1678,74 ore	19,27 %		

	b) programe tematice c) programe sportive d) documentare e) altele	6401,06 ore 104 ore 13,33 ore 515,2 ore	73,48% 1,2% 0,15% 5,9%		
5.	Volumul programelor audiovizuale rezervat programelor în: limba română și în limbile minorităților naționale); - alte limbi	8002,09 ore (ro.) 710,24 ore	91,9% 8,1%		
6.	Volumul programelor audiovizuale locale. Producție proprie	8448,01 ore	96,9%		
7.	Volumul programelor audiovizuale locale difuzate în orele de maximă audiență (anual) (%)	3650	41,9%		
8.	Emisiuni și rubrici noi	97,75 ore	1,12 %	Anexa 3	
9.	Producție în primă difuzare	4922,48 ore	56,5%		
10.	Producție în reluare	3789,87 ore	43,5%		
11.	Volumul operilor audiovizuale europene (%)	7033,59 ore	80,7%		
12.	Volumul operilor audiovizuale europene creată de producătorii independenți din RM (%)	450 ore	5,2%	Anexa 4	
13.	Volumul programelor audiovizuale achiziționate de peste hotare. Proiecte speciale, inclusiv schimb de programe cu țări străine	264,33ore	3,04%	Anexa 5	
14.	Campanii sociale	10 ore	0,1%	Anexa 6	
15.	Transmisiuni	102 ore	1,2%	Anexa 7	
16.	Volumul de emisie rezervat spectacolelor produse, și achiziționate	5 ore	0,06%	Anexa 8	
17.	Înregistrări fond. Completare Fond	166 ore	1,9 %	Anexa 9	

*** Pauză tehnică - 55 minute săptămânal.**

RADIO MOLDOVA TINERET

Prioritățile anului 2021:

- Creșterea cotei de audiență a Serviciului de programe Radio Moldova Tineret (RMT) în rândul publicului-țintă pe frecvențe și în mediul on-line, prin îmbunătățirea calității și diversificarea produselor mediatice, atât din punct de vedere tematic, cât și stilistic;

- Îmbunătățirea calității tehnice a sunetului și imaginii produselor mediatice ale Serviciului de programe RMT atât pe frecvențe, cât și în mediul on-line;

- Extinderea accesului publicului- țintă la emisia RMT prin obținerea de noi frecvențe terestre, prin includerea Serviciului de programe al RMT pe platformele on-line pe care le oferă internetul mobil, prin transmisiuni live a emisiunilor RMT în rețele de socializare;

- Promovarea eficientă a Serviciului de programe al RMT în mediul on-line prin diversificarea și actualizarea paginii RMT pe site-ul oficial www.trm.md (producere/plasare bannere, promo emisiuni și acțiuni publice organizate de RMT, ș.a.); prin dezvoltarea paginii RMT pe Facebook; prin organizarea și desfășurarea evenimentelor în spațiul public care să adauge capital de imagine;

- Organizarea campaniilor sociale cu instituții-partenere.

Toate activitățile planificate de redacția RMT pentru anul 2021 vor fi adaptate la cerințele sanitare impuse de pandemia provocată de Covid-19.

Nr.	Obiective editoriale	Volum	%
1.	Volumul total al emisiei radiofonice (ore).	8760	100
2.	Volumul programelor audiovizuale locale difuzate zilnic (ore).	8760	100
3.	Servicii de programe (emisiuni).	8760	100
4.	Coraport tematic: a) programe informative (știri) b) emisiuni tematice	- 3585,67	- 40,93

	c) programe sportive	141,6	1,62
	d) documentare	-	
	e) altele	5032,73	57,45
5.	Volumul programelor audiovizuale locale rezervat programelor în limba română și în limbile minorităților naționale.	8760	100
6.	Volumul programelor audiovizuale locale. Producție proprie.	8760	100
7.	Volumul programelor audiovizuale locale difuzate în orele de maximă audiență (%).	8760	100
8.	Emisiuni noi.	297	3,4
9.	Producție în primă difuzare.	5256	60
10.	Producție în reluare.	3504	40
11.	Volumul operelor audiovizuale europene (%).	6102,035	69,66
12.	Volumul operelor audiovizuale europene create de producătorii independenți din RM (%).	-	-
13.	Volumul programelor audiovizuale achiziționate de peste hotare. Proiecte speciale, inclusiv schimb de programe cu țări străine.	-	-
14.	Campanii sociale.	10,33	0,12
15.	Transmisiuni	17	0,19
16.	Volumul de emisie rezervat spectacolelor produse și achiziționate.	-	-
17.	Înregistrări Fond. Completare Fond.	20	0,23

Emisiuni noi

Nr.	Denumire	Periodicitate	Durata	Plasare pe post	Limba
1.	Artă. Acum.	2 ori pe săptămână	180	Sâmbătă, duminică, 12.00-15.00	română
2.	Examenele din clasa 9 (denumirea va fi precizată)	4 emisiuni	50	Luni-joi, 19.10-20.00 (în ajunul examenelor)	română

RADIO MOLDOVA MUZICAL

1. POLITICI EDITORIALE.

RMM fiind un program tematic de prezentare a diverselor genuri muzicale, va continua să ofere publicului ascultător un produs divers și inteligent în care sugestiile, emoțiile, cuvintele, sunetul sunt așezate într-o structură coerentă, ceea ce prevede, din partea realizatorilor: responsabilitate, competență, profesionalism, rigurozitate și creativitate. În acest scop vom diversifica grila de emisie prin lansarea unor noi emisiuni, play-listuri, rubrici și programe muzicale de factură academică, pop și jazz.

Promovarea canalului Radio Moldova Muzical în mediul on-line, se va realiza prin dezvoltarea în continuare a paginii Radio Moldova Muzical pe Facebook, Youtube, inclusiv pe site-ul www.trm.md.

Vom aprofunda relațiile de colaborare bazate pe contracte legale, reciproc avantajoase, cu organizațiile concertistice din republică (Filarmonica Națională *Serghei Lunchevici*, Sala cu Orgă, *OCI Moldova-Concert*, Opera Națională *Maria Bieșu* etc.) și de peste hotare (UERT).

Serviciul de programe *Radio Moldova Muzical*, conform grilei de emisie, va difuza 8760 ore de emisie.

Producție proprie - 38 de titluri plus 20 preluate de la RMA.

Produse noi - 5 titluri: **MUZICA LUMII NOI**. Arta muzicală contemporană universală, **RECONSTITUIRI** Rubrică. Comemorarea personalităților remarcabile din muzica universală, **REGINA VIOARA** Play-list. Creații pentru vioară la RMM, **SPIRITUL PĂMÂNTULUI** – folclorul universal în era digitală plus alte 2 titluri preluate de la RMA **VALENȚELE TALENTULUI**. Artiști și genuri muzicale și **COMPOZITORI DIN REPUBLICA MOLDOVA**, proiectul special **ASCULTĂ MUZICĂ CLASICĂ**.

RMM va valorifica și în 2021 Fondul Radio, incluzând în grila de emisie 7 titluri: **ANDANTE**. Profil de muzician, **MUSICAL JOKE** – bancuri și istorioare, **ORA SIMFONIILOR (ID)**, **PANOPTIC SONOR**. IN MEMORIAM Nina Jovmir, **DICTIONAR UNIVERSAL DE MUZICĂ**, **MUSICA NOVA** – Ecourile Festivalului **ZILELE MUZICII NOI**.

Schimb de programe cu țări străine: Europa muzicală, UERT prezintă, Jazz Forum, Oferte Radio Moldova pentru UERT.

Obiective editoriale

Nr.	Obiective editoriale	Volum (ore)	%	Activități
1.	Volumul total al emisieii radiofonice (ore)	8760	100%	
2.	Volumul programelor audiovizuale locale difuzate zilnic (ore)	22,6	0,26%	
3.	Servicii de programe (emisiuni)	8760	100%	Anexa 1
4.	Coraport tematic:			

	a) programe informative (știri)	-	-	
	b) emisiuni tematice	8699,2	99,31	
	c) programe sportive	-	-	
	d) documentare	-	-	
	e) altele (promo)	60,8	0,69	
5.	Volumul programelor audiovizuale locale rezervat programelor în limba română (și în limbile minorităților naționale)	8760	100%	
6.	Volumul programelor audiovizuale locale. Producție proprie	8256	94,25	Anexa 1
7.	Volumul programelor audiovizuale locale difuzate în orele de maximă audiență (%)	3660	41,78	
8.	Emisiuni noi	64	0,73	Anexa 3
9.	Producție în prima difuzare	2141,95	24,45	Anexa 4
10.	Producție în reluare	6618,05	75,55	Anexa 5
11.	Volumul operelor audiovizuale europene (%)	8760	100	
12.	Volumul operelor audiovizuale europene create de producătorii independenți din RM (%)	889,4	10,15	
13.	Volumul programelor audiovizuale achiziționate de peste hotare. Proiecte speciale, inclusiv schimb de programe cu țări străine	507	5,79	Anexa 6
14.	Campanii sociale	0	0%	
15.	Transmisiuni	192	2,19	Anexa 7
16.	Volumul de emisie rezervat spectacolelor produse și achiziționate	0	0%	
17.	Înregistrări fond. Completare Fond	250	2,85	Anexa 8

Emisiuni și rubrici noi

Nr. d/o	Titlu	Concept general	Durata (min.)	Periodicitatea
1.	Valențele talentului. Artiști și genuri muzicale	Prezentarea unui interpret vocal (autohton sau străin) care abordează diferite genuri muzicale – pop, rock, balade, muzica populară, academică, jazz, române, doine etc., în funcție de repertoriul artistului. Educarea publicului în distingerea	25	săptămânal

		genurilor și subgenurilor muzicale.		
2.	Romașta sufletului meu (rubrică)	Valorificarea genului de romașta. Această rubrică va fi difuzată în cadrul emisiunii “Cantecul care mi-i drag”.	5	Săptămânal
3.	Orizonturi pedagogice	Revistă radio de informare și opinie pedagogică, cu abordarea temelor și subiectelor din domeniul învățământului preșcolar, școlar, superior, colaborări și practici moderne în educație și învățământ, dinastii etc.	30	bilunar
4.	August 91	Emisiune despre proclamarea Independenței Republicii Moldova	45	săptămânal
5.	Provocarea verii	Emisiune informativ – cognitivă despre cum să-ți petreci vacanța în lumea cărților și a bibliotecilor. Emisiunea va fi realizată în sezonul estival.	25	săptămânal

Notă: *Vor fi realizate mai multe rubrici noi, unele din ele fiind menționate în Caietul de sarcini.*

V. DEPARTAMENTUL MULTIMEDIA

Motivarea activității de perspectivă:

Departamentul Multimedia este o entitate a Companiei „Teleradio - Moldova”, creată în 2011. E cea mai tânără subdiviziune apărută în urma dezvoltării tehnologiilor informaționale și creșterii cererii pe piața media on-line din țară și din întreaga lume.

Multimedia este epicentrul fluxului informațional lansat de Compania „Teleradio – Moldova” în mediul on-line, programele audiovizuale fiind transformate în produs on-line și puse la dispoziția utilizatorilor.

Multimedia este o forma de existență a posturilor publice de televiziune și radio în mediul on-line, asigurându-le o acoperire fără frontiere.

Multimedia asigură accesul la informație pentru publicul larg pe cale electronică, utilizând platformele web și rețelele de socializare on-line.

Misiunea Departamentului:

- promovarea în mediul on-line a produsului audiovizual creat de Furnizorul public de servicii media IP Compania „Teleradio – Moldova”;
- informarea exactă, imparțială, obiectivă a utilizatorilor din mediul on-line;
- publicarea pe site-ul www.trm.md a știrilor, emisiunilor radio și tv, cu respectarea prevederilor Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova, Codului deontologic al jurnalistului din Republica Moldova, regulamentelor și standardelor interne și naționale.

Priorități:

Pentru anul 2021 Departamentul Multimedia își propune să se dezvolte prin extinderea ariei de acoperire în mediul on-line, diversificarea produselor on-line, implementarea tehnologiilor moderne, care vor asigura o creștere continuă a vizibilității IP Compania „Teleradio-Moldova” și o promovare eficientă a produselor create de Furnizorul public de servicii media.

Întru realizarea acestor obiective s-a recurs la o planificare strategică a activităților ce vor fi desfășurate pe parcursul anului 2021, bazată pe studiile realizate în anul 2020 referitoare la impactul în spațiul on-line a produsului multimedia creat de TRM.MD.

Principalele activități realizate în cadrul Departamentului Multimedia vor include promovarea în mediul on-line a produselor audiovizuale, create de posturile publice de radio și televiziune, Departamentul „Telefilm-Chișinău”, promovarea imaginii Companiei publice, crearea produsului marca TRM.MD, arhivarea în format on-line a emisiunilor radio și tv.

Departamentul Multimedia va susține și va promova politica editorială generalistă asumată de IP Compania „Teleradio-Moldova”, având la bază următoarele principii:

- Interes public;
- Echidistanță;
- Pluralism de opinii;
- Operativitate;
- Accesibilitate;
- Transparență;
- Utilitate.

Obiective editoriale:

- promovarea în mediul on-line a emisiunilor realizate de posturile publice de radio și televiziune (elaborarea materialelor promoționale, distribuirea pe rețele și pe canalul Youtube a emisiunilor radio, tv);
- informarea utilizatorilor despre evenimentele produse în țară și peste hotare, sursa principală a știrilor fiind informațiile difuzate de posturile publice de radio și televiziune, evenimentele transmise live în mediul on-line;
- asigurarea transmisiunilor în direct de la evenimentele de interes public prin intermediul live streams și realizarea live-urilor pe rețele sociale și canalul Youtube;
- promovarea Concursului European de Cântec „Eurovision – 2021”;
- promovarea campaniilor sociale desfășurate de posturile publice de radio și televiziune;
- promovarea evenimentelor la care IP Compania „Teleradio-Moldova” este partener media;
- dezvoltarea segmentului de comunicare cu diaspora;
- lansarea și desfășurarea proiectelor speciale marca TRM.MD;
- extinderea TRM pe rețele (lansarea paginilor TRM pe Instagram și pe Telegram);
- dezvoltarea canalului TRM pe Youtube;
- dezvoltarea paginilor Compania Teleradio-Moldova, Moldova 1, Moldova 2, Radio Moldova, Eurovision pe Facebook;
- arhivarea produselor audiovizuale în format on-line;
- asigurarea transparenței activității Furnizorului de servicii publice prin publicarea pe Portalul TRM.MD a deciziilor aprobate de organele de conducere a Companiei publice;
- modernizarea Departamentului Multimedia, dezvoltarea bazei tehnico-materiale;
- promovarea activităților menite să consolideze identitatea TRM în mediul on-line;
- Eficientizarea procesului de comunicare pe dimensiunea internă și pe cea externă.

Lista serviciilor media neliniare, prestate de IP Compania „Teleradio-Moldova”:

1. Site www.trm.md, portalul oficial al IP Compania „Teleradio-Moldova”;
2. Site www.rmt.md, portalul postului Radio Moldova Tineret;
3. Site www.eurovision.md, portal destinat publicării și promovării evenimentelor ce se desfășoară anual în cadrul Concursului European de Cântec „Eurovision”;

4. TRM pe Facebook:
 - 4.1. Compania „Teleradio-Moldova”;
 - 4.2. Moldova 1, pagina postului public de televiziune M1;
 - 4.3. Moldova 2, pagina postului public de televiziune M2;
 - 4.4. Radio Moldova, pagina postului public Radio Moldova;
 - 4.5. Radio Moldova Tineret, pagina postului public Radio Moldova Tineret;
 - 4.6. Radio Moldova Muzical, pagina postului public Radio Moldova Muzical;
 - 4.7. Eurovizion, pagina dedicată evenimentelor din cadrul Concursului European de Cântec „Eurovision”;
5. TRM Youtube, canalul IP Compania „Teleradio-Moldova”;
6. TRM pe Telegram, cont destinat popularizării produselor media cu caracter informativ (realizare 2021);
7. TRM pe Instagram, cont destinat popularizării produselor media axate în exclusivitate pe video (realizare 2021).

Noutăți editoriale:

În anul 2021, Departamentul Multimedia își propune să lanseze și să desfășoare cinci proiecte speciale, destinate publicului țintă și implementate de angajații Departamentului Multimedia.

„Live pe TRM” este un proiect video realizat în direct și transmis concomitent pe Portalul TRM.MD, canalul Youtube TRM, pagina de Facebook a Companiei „Teleradio-Moldova”. Acesta presupune abordarea în direct a unor teme de interes public. Rubrica va fi realizată de un jurnalist care va fi prezent în imagini cu comentarii și va realiza în direct interviu cu un specialist în domeniu în vederea dezvoltării temei abordate. Criteriile de selectare a temei rezidă în interes public, actualitate, originalitate.

„Descoperă Moldova” proiect destinat promovării localităților din Republica Moldova, obiectivelor turistice și descoperirea curiozităților istorice. Proiectul va fi realizat în cooperare cu oamenii de știință din Moldova. Lansarea acestui proiect se preconizează pe 27 august - Ziua Independenței, desfășurarea proiectului fiind anticipată de o campanie de promovare, interacțiune cu locuitorii țării, selectarea temelor (periodicitate – lunar, durata – 12 luni).

„Istории din viața Diasporei”, crearea produsului multimedia despre viața conaționaliilor stabiliți peste hotare. Drept surse de informare vor servi emisiunile posturilor de radio și televiziune dedicate diasporei precum și contactele directe cu diaspora (periodicitate – trei ori pe săptămână).

„Interviu”, rubrică realizată bilunar, interviuri cu personalități notorii din Moldova;

„Profil TRM” (rubrică), articole despre viața și activitatea jurnaliștilor de la Radio, Televiziune, Multimedia, dincolo de convențional.

Campanii

Departamentul Multimedia va promova activ toate campaniile desfășurate de Televiziunea Moldova1 și Radio Moldova prin crearea produselor multimedia gen materiale promoționale, știri, interviuri, transmisiuni în direct, arhivarea materialelor, dezvoltarea pe Portalul TRM.MD a paginilor destinate campaniilor.

Potrivit estimărilor, Multimedia va promova:

Eurovision - 2021

Campania de Crăciun Radio, TV;

Campania de Sfintele Sărbători de Paști Radio, TV;

Campania de Ziua Radio Moldova;

Campania de Ziua Televiziunii Naționale;

Campania de Ziua Europei;

Campania de Ziua Independenței;

Campania de Ziua Limbii Române;

Campanii de sensibilizare, organizate de Radio Moldova și Televiziunea Națională;

Volumul anual preconizat:

Tabel 1. Știri și materiale promoționale /volum unități

Nr.	Produs multimedia	Română	Rusă	Engleză
1.	Știri	7000	4500	4500
2.	Materiale promoționale Radio	1100	1100	1100
3.	Materiale promoționale TV	1100	1100	1100

Tabel 2. Transmisiuni în direct/volum unități

Nr.	Live	Portal	Facebook	Youtube
1.	Live streams	200	200	200
2.	Live emisiuni	-	1500	1500
3.	„Live pe TRM”	50	50	50
4.	Live Parlament	50	50	50
5.	Live Guvern	70	70	70

Tabel 3. Arhivarea emisiunilor/volum, titluri de emisiuni

Nr.	Emisiuni	Nr titluri de emisiuni
-----	----------	------------------------

1.	Emisiuni TV Moldova 1	70
2.	Emisiuni Radio Moldova	80
3.	Radio Moldova Tineret	20
4.	Radio Moldova Muzical	20

Tabel 4. Indicatori cantitativi estimați/număr utilizatori, urmăritori

Nr.	Canal de comunicare	Utilizatori/urmăritori	Creștere %
1.	Portal TRM.MD	1 500 000	150
2.	Youtube TRM	10 000	250
3.	Facebook Compania „Teleradio-Moldova”	100 000	200

VI. DEPARTAMENTUL PRODUCȚIE MULTIMEDIA PENTRU COPII

Conceptul platformei și aplicației mobile digitale pentru copii

Departamentul producție multimedia pentru copii este conceput pentru a oferi copiilor posibilitatea de a petrece eficient timpul în mediul online, având acces la muzică bună și la un spectru larg de emisiuni/informații cognitive, educative, de divertisment, jocuri intelectuale, dar și posibilitatea de a studia limbi străine, de a participa la concursuri și interacționa cu micii vloggeri din Republica Moldova. Materialele publicate pe portalul web și aplicația mobilă vor fi realizate în conformitate cu recomandările psihologilor și ajustate necesităților de cunoaștere a copiilor de la 5 la 10 ani. Va fi prima platformă digitală pentru copii, care va putea fi accesată în siguranță oriunde și la orice oră.

Departamentul producție multimedia pentru copii își vor desfășura activitatea respectând prevederile Codului serviciilor media audiovizuale, Codului Deontologic al Jurnaliștilor din Republica Moldova, actelor normative interne ale TRM, acordând o atenție sporită protecției și promovării drepturilor copiilor. În același timp, departamentul își va organiza activitatea în strictă conformitate cu *Convenția cu privire la Drepturile Copilului*, contribuind direct la respectarea și implementarea articolului 13, prin care „Copilul are dreptul la libertatea de exprimare; acest drept cuprinde libertatea de a căuta, de a primi și de a difuza informații și idei de orice natură, indiferent de frontiere, sub formă orală, scrisă, tipărită sau artistică ori prin orice alte mijloace, la alegerea copilului”.

Misiune

Informarea, educarea, distrarea publicului țintă (copii, vârsta 5-10 ani) prin crearea unui mediu unde copiii să se angajeze într-un proces educativ, reprezentativ și de socializare, prin oferirea unei game diverse de programe, știri pe înțelesul copiilor, informații unice, utile și interactive cu o poziție sustenabilă în mediul online, subiecte specializate din diverse ramuri ale activității umane într-o manieră adaptată și interesantă.

Viziune

Departamentul va crea conținut multimedia în conformitate cu preferințele, dorințele și necesitățile de consum media ale copiilor, difuzându-l pe o platformă digitală și aplicație mobilă.

Valori

Produsele multimedia pentru copii constituie o creație în care sugestiile, emoțiile, cuvintele, sunetul și imaginile vor împărtăși următoarele valori: responsabilitate, competență, profesionalism, creativitate și grijă pentru tânăra generație.

Principii

- promovarea, prin politica editorială, a respectării drepturilor copiilor de dezvoltare și de participare;
- asigurarea accesului copiilor la o diversitate de servicii media audiovizuale generaliste și tematice, furnizate prin intermediul noilor platforme de comunicare, care să satisfacă necesitățile informaționale, educaționale și recreative ale grupului țintă;
- promovarea educării copiilor în baza valorilor general umane precum bunătatea, toleranța, cooperarea, adevărul, libertatea de exprimare și afirmarea valorilor culturale.

Scop

Crearea unei surse informaționale, educative și distractive în conformitate cu preferințele și necesitățile de consum de produse multimedia a copiilor de vârsta 5-10 ani.

Obiective

- prezentarea informației în manieră accesibilă, distractivă și instructivă;
- oferirea unei imagini veridice și ușor de înțeles a realității în toată plinătatea sa;
- dezvoltarea spiritului creativ și critic;
- socializarea copiilor prin promovarea educației interculturale;

- constituirea unei surse de referință în activitatea pedagogică și cea educațională;
- susținerea și realizarea campaniilor sociale ce vizează interesele copiilor;
- cultivarea curiozității, stimularea dorinței de a experimenta;
- difuzarea materialelor informativ-instructive prin solicitarea specialiștilor capabili să prezinte accesibil informația;
- crearea unei zone online de educație multiculturală și de dezvoltare a abilităților de utilizare eficientă a noilor tehnologii.

Publicul-țintă

Publicul-țintă este perceput drept copiii de 5-10 ani, curios și dornic de noi cunoștințe. Orientarea spre acest public presupune educarea abilităților de diversă natură așa încât copiii să poată să exploreze, analizeze, precum și să actualizeze, continuu informațiile pe care le dețin.

Identitate

Se propune ca conținutul multimedia să fie identificat de către copii prin următoarele cuvinte descriptive: remarcabil, încântător, inedit, incredibil, mișto, cool, uimitor, captivant, dinamic, educativ, grozav, activ, magnific, fascinant, colorat, distractiv, vesel, cognitiv, prietenos, interesant, ușor de accesat, liber, atrăgător, interactiv, folositor, simplu, magic, distractiv și prietenos.

VII. DEPARTAMENTUL FINANCIAR

Planul financiar pe anul 2021

Planul financiar al Companiei pentru anul 2021 a fost elaborat:

- conform clasificăției bugetare, aprobată prin Ordinul ministrului finanțelor nr. 208 din 24.12.2015, cu modificările și completările ulterioare;
- în baza „setului metodologic privind elaborarea, aprobarea și modificarea bugetului”, aprobat prin Ordinul ministrului finanțelor nr. 209 din 24.12.2015;
- conform „Particularităților privind elaborarea și prezentarea de către autoritățile publice centrale a propunerilor de buget pentru anul 2021 și estimărilor pentru anii 2022-2023” (scrisoarea Ministerului Finanțelor nr. 06/1-17/50 din 28 septembrie 2020);

- în conformitate cu prevederile aliniatului (2) al articolului 41 din Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova, nr. 174 din 08 noiembrie 2018, care stipulează că subvențiile de la bugetul de stat se stabilesc anual, prin legea bugetului de stat, și reprezintă volumul subvențiilor din bugetul de stat pe anul precedent, indexat cu indicele prețului de consum din ultimul an bugetar executat deplin.

Planul financiar este bazat pe performanțe: rezultat, produs, eficiență în format de program „Cultura, cultele și odihna” și subprogram „Susținerea televiziunii și radiodifuziunii publice”.

Scopul subprogramului „Susținerea televiziunii și radiodifuziunii publice” este sporirea accesului populației la informarea prin intermediul mijloacelor de informare în masă.

Compania „Teleradio-Moldova” este furnizor public de servicii media care are drept obiective oferirea serviciilor de programe întregii societăți, cu acoperirea în totalitate a teritoriului Republicii Moldova, promovarea drepturilor universale ale omului și nu în ultimul rând contribuția la dezvoltarea conștiinței civice și naționale.

Pentru anul 2021 se stabilesc criteriile de referință a indicatorilor de performanță:

1. *de rezultat:*

- ponderea emisiilor televizuale proprii în prima difuzare (Moldova 1) – 21,9 %
- ponderea emisiilor televizuale proprii în prima difuzare (Moldova 2) – 0,4 %
- ponderea emisiilor radiofonice proprii în prima difuzare – 46,96%

2. *de produs:*

- volumul emisiilor televizuale – 17330 ore (8665 ore Moldova 1, 8665 ore Moldova 2);
- volumul emisiilor radiofonice – 26232,33 ore (8712,33 ore RMA; 8760 ore RMM; 8760 ore RMT);
- numărul de utilizatori 1000,0 mii;
- numărul sesiuni 2000,0 mii;
- afișări pe pagină 3000,0 mii.

3. *de eficiență:*

- costul mediu al unei ore de emisie televizuală în sumă de – 5081,98 lei, asigurată de subvenții bugetare;
- costul mediu al unei ore de emisie radiofonică în sumă de – 1686,86 lei, asigurată de subvenții bugetare;

Estimările cheltuielilor au fost efectuate reieșind din necesitățile de activitate ale Companiei pentru acoperirea cu mijloace financiare funcționarea/dezvoltarea portalului web www.trm.md și a emisiilor televizuale și radiofonice.

Limita de resurse și cheltuieli de la bugetul de stat pentru anul 2021 a fost stabilită în sumă de **132321,0 mii lei** (anexa nr.2) la Circulara bugetară 2021-2023 (APC). Venituri proprii ale Companiei se preconizează a fi acumulate în sumă 7395,2 mii lei. Volumul total al mijloacelor financiare necesare pentru efectuarea cheltuielilor recurente și capitale se estimează în sumă de **194729,3 mii lei**. Deficitul mijloacelor financiare constituie **55013,10 mii lei**.

I. Categoria cheltuielilor cu acoperire financiară din surse bugetare

Reiterăm că planul financiar pe anul 2021 a fost elaborat în conformitate cu prevederile aliniatului (2) al articolului 41 din Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr.174 din 08 noiembrie 2018, care constă din subvențiile de la bugetul de stat pentru anul precedent în sumă de **126260,5 mii lei**, indexat cu indicele prețului de consum din ultimul an bugetar executat deplin care constituie în anul 2019 – 104,8%. Planul financiar pe anul 2021 se estimează în sumă de **132321,0** mii lei.

„**Remunerarea muncii**” – la acest capitol se atribuie cheltuielile pentru remunerarea muncii angajaților conform statelor de personal în sumă de 55588,8 mii lei, precum și remunerarea muncii temporare în sumă totală de 1283,0 mii lei.

„**Contribuții și prime de asigurări obligatorii**” reprezintă suma de 15639,7 mii lei (inclusiv pentru contribuții de asigurări sociale de stat obligatorii – 13080,5 mii lei și prime de asigurare obligatorie de asistență medicală – 2559,2 mii lei).

„**Bunuri și servicii**”, aceste cheltuieli sunt estimate în sumă de 41112,6 mii lei, inclusiv:

- 2218,5 mii lei pentru consumul de „*energie electrică*”;
- 4416,2 mii lei pentru consumul de „*energie termică*”;
- 278,8 mii lei pentru consumul de „*apă și canalizare*”;
- 41,2 mii lei pentru alte „*servicii comunale*” (evacuarea deșeurilor);
- 1095,2 mii lei pentru „*servicii informaționale*”. La articolul dat sunt incluse cheltuieli pentru menținerea domeniilor entității trm.md, rmt.md, eurovision.md în sumă de 2,1 mii lei, achiziționarea serviciilor de mentenanță a site-ului în sumă totală de 399,7 mii lei, servicii de acces la rețeaua internet staționar și mobil în sumă de 195,7 mii lei, deservirea softului contabil și programului juridic în sumă de 53,5 mii lei, precum și servicii mentenanța, securitate servere web trm.md, dezvoltarea și modernizarea site-ului trm.md în sumă totală de 444,2 mii lei;
- 175,5 mii lei pentru „*servicii de telecomunicații*” – cheltuieli pentru telefonie fixă și mobilă în sumă de 169,4 mii lei, servicii cablu TV și de radiodifuziune prin fir în sumă de 6,1 mii lei;
- 28387,0 mii lei pentru „*servicii de locațiune*”. Cheltuielile estimate la acest articol sunt pentru achiziționarea serviciilor de televiziune și radiodifuziune în sumă de 27777,5 mii lei, arenda echipamentului pentru desfășurarea concursului Eurovision Song Contest în sumă de 320,0 mii lei, emisiunilor de revelion în sumă de 122,1 mii lei, arenda altor încăperi, decor în sumă de 132,4 mii lei, precum și chiria vestimentației în sumă de 35,0 mii lei;
- 90,2 mii lei pentru „*servicii de transport*”. Conținutul acestui articol reprezintă cheltuieli pentru asigurarea obligatorie a unităților de transport și taxa pentru folosirea drumurilor a automobilelor înmatriculate în Republica Moldova;

- 744,9 mii lei pentru „*servicii de reparații curente*”. La articolul dat sunt reflectate cheltuieli pentru achiziționarea serviciilor de reparație a studioului în sumă de 84,9 mii lei, deservire și reparație auto în sumă de 400,0 mii lei, reparația computerilor și imprimantelor, camerilor video în sumă totală de 150,0 mii lei și cablurilor de alimentare, și a utilajului electric în sumă totală de 110,0 mii lei;
- 109,0 mii lei pentru „*formarea profesională*”. Articolul dat prevede cheltuieli pentru instruirea salariaților în domeniul protecției muncii, controlului intern managerial, precum și în alte domenii;
- 529,4 mii lei pentru „*deplasări de serviciu în interiorul țării și peste hotare*”;
- 6,00 mii lei pentru „*servicii medicale*”. La articolul dat sunt incluse cheltuieli pentru examenul medical conform prevederilor art. 103 din Codul Muncii al RM;
- 4,5 mii lei pentru „*servicii editoriale*”, procurarea formularelor de diferit gen;
- 39,8 mii lei pentru „*servicii de protocol*”. Articolul dat prevede cheltuieli pentru recepțiile delegațiilor din străinătate, delegații de lucru.
- 1022,5 mii lei pentru „*servicii de pază a edificiilor*”;
- 12,9 mii lei pentru „*servicii poștale și servicii de distribuire a drepturilor sociale*” - care reprezintă cheltuieli pentru expedieri poștale și curierat, servicii de francare în sumă de 5,8 mii lei și abonarea la ediții periodice – 7,1 mii lei;
- 1941,0 mii lei pentru „*servicii neatribuite altor aliniate*”. La articolul dat sunt atribuite cheltuieli privind deservirea ascensoarelor în sumă de 101,7 mii lei, servicii de monitoring și prezentarea datelor pe audiență a canalelor TV (M1 și M2) în sumă de 784,8 mii lei. Tot la acest articol sunt incluse cheltuieli privind spălarea și testarea hidraulică a rețelelor de termoficare în sumă de 42,5 mii lei, verificarea metrologică a aparatelor de măsurare și rețelelor electrice interne în sumă de 69,0 mii lei, achitarea serviciilor de presă în sumă de 30,0 mii lei, achiziționarea florilor pentru emisiuni și în alte scopuri în sumă de 33,8 mii lei, precum și deservirea tehnică a climatizoarelor în sumă de 50,0 mii lei, testarea auto, achiziționarea serviciilor spălătorie auto și vulcanizare în sumă de 28,0 mii lei, servicii de monitorizare GPS a unităților de transport în sumă de 34,6 mii lei. La articolul dat sunt reflectate cheltuieli pentru dotarea încăperilor cu pază tehnică, deservire în sumă de 160,0 mii lei, producerea genericilor TV Moldova 1 în sumă de 150,0 mii lei, servicii de promovare a platformei digitale pentru copii în sumă de 150,1 mii lei, suport la sistemul de emisie Autoplay în sumă de 60,0 mii lei, utilizarea becurilor fluorescente în sumă de 16,0 mii lei, servicii de tipărire și instalare a banerelor pentru Revelion/Eurovision în sumă de 27,0 mii lei, servicii curățare chimică specializată în sumă de 28,0 mii lei, asigurarea persoanelor terțe pentru folosirea ascensoarelor în sumă de 10,0 mii lei, servicii traducere în sumă de 10,0 mii lei și alte cheltuieli în sumă de 155,5 mii lei.

„*Prestații sociale*” includ cheltuieli legate de indemnizații la încetarea acțiunii contractului de muncă și pentru incapacitatea temporară de muncă achitate din mijloacele financiare ale angajatorului, estimate în sumă totală de 292,0 mii lei.

„*Alte cheltuieli*” - la capitolul dat au fost incluse cheltuielile pentru „*Cotizații în organizațiile internaționale*”, estimate în sumă de 3326,1 mii lei, pentru activitățile obligatorii, care se referă la: rețeaua permanentă de știri, rețeaua permanentă de sunet, coordonarea știrilor radio, coordonarea știrilor sportive radio, negocierea și administrarea în dobândirea drepturilor pentru evenimentele sportive în sumă totală de 2948,6 mii lei și drepturile de difuzare FIFA World Cup 2022 în sumă de 377,5 mii lei. Tot la capitolul dat au fost reflectate și „*Alte cheltuieli curente*” în sumă de 85,3 mii lei (mijloace financiare în mărime de 0,15 la sută din fondul de salariu) care vor fi utilizate în scopurile stabilite în contractul colectiv de muncă, în conformitate cu prevederile p.5 al articolului 35 al Legii Sindicatelor RM nr.1129-XIV din 07.07.2000.

„*Mijloace fixe*”- În plafonul stabilit la capitolul dat sunt prevăzute mijloace financiare pentru dotarea tehnică a Televiziunii și Radiodifuziunii, procurarea activelor nemateriale, reparații capitale ale clădirilor, ș.a, care se estimează în sumă totală de 11534,1 mii lei și sunt repartizate pe următoarele capitole:

- „*reparații capitale ale clădirilor*” – sunt estimate în sumă de 206,9 mii lei, inclusiv: reparația sistemului de condiționare a aerului în arhiv a RD în sumă de 206,9 mii lei;
- „*procurarea mașinilor și utilajelor*” în sumă totală de 7624,8 mii lei, inclusiv reutilizarea studioului tv nr.5 în sumă de 4880,0 mii lei. Tot la acest articol au fost estimate cheltuieli pentru re tehnologizarea blocurilor de emisie și studiourilor, îmbunătățirea locurilor de muncă la Radio Moldova în sumă de 767,6 mii lei și re tehnologizarea studioului „Telefilm – Chișinău” în sumă de 209,0 mii lei, echipament pentru platforma digitală copii în sumă totală de 207,5 mii lei, achiziționarea computerelor, imprimantelor în sumă de 996,7 mii lei, climatizoarelor în sumă de 137,5 mii lei, ecranelor LED, convertoarelor, mașina pentru fum și sistemului acustic în sumă de 360,0 mii lei, precum și electrocasnice în sumă de 66,5 mii lei;
- „*procurarea uneltelor și sculelor, inventarului de producere și gospodăresc*” în sumă totală de 511,3 mii lei. La articolul dat sunt reflectate cheltuieli privind procurarea inventarului gospodăresc (mobilier de oficiu, obiecte de menire antiincendiară) în sumă de 341,0 mii lei, inventarului de producție și accesorii (mese de lucru, mese de tâmplărie, utilajelor ce contribuie la protecția muncii) în sumă de 54,4 mii lei, uneltelor de muncă de uz general mecanizate și nemecanizate (dispozitive pentru prelucrarea materialelor, efectuarea lucrărilor de montare) în sumă de 115,9 mii lei;
- „*procurarea activelor nemateriale*”. La acest articol sunt prevăzute cheltuieli pentru procurarea licențelor pentru drepturile de difuzare a filmelor de ficțiune, documentare, pentru copii, desene animate în sumă totală de 1500,0 mii lei, plata pentru drepturi de autor și conexe în sumă de 1178,7 mii lei precum și achiziționarea programului de editare video licențiat în sumă de 5,5 mii lei;

- „*procurarea altor mijloace fixe*”. La articolul dat sunt incluse cheltuieli pentru achiziționarea decorului și elementelor de decor în sumă de 462,0 mii lei, memory stik, hardului intern/extern în sumă de 38,9 mii lei și CD cu muzică în sumă de 6,0 mii lei.

„**Stocuri de materiale circulante**” reprezintă suma de 3459,4 mii lei.

La capitolul dat au fost incluse cheltuieli pentru:

- „*Procurarea combustibilului, carburanților și lubrifianților*”, în sumă de 911,2 mii lei;
- „*Procurarea pieselor de schimb*” în sumă de 403,1 mii lei. La articolul dat sunt reflectate cheltuieli pentru achiziționarea pieselor de schimb pentru repararea și înlocuirea pieselor uzate ale echipamentului de televiziune și radiodifuziune în sumă de 295,1 mii lei, precum și pentru unitățile de transport în sumă de 108,0 mii lei;
- „*Procurarea produselor alimentare*” sunt estimate în sumă de 213,4 mii lei, inclusiv pentru achiziționarea laptelui pasteurizat în sumă de 25,6 mii lei, acordat salariaților care muncesc în condiții nefavorabile, consumabile pentru emisiuni în sumă de 187,8 mii lei;
- „*Procurarea medicamentelor și materialelor sanitare*” în sumă de 276,2 mii lei. La articolul dat sunt incluse cheltuieli pentru achiziționarea medicamentelor (8,7 mii lei) pentru completarea truselor medicale și acordarea primului ajutor, procurarea mănușilor de unică folosință (42,5 mii lei), măștilor (225,0 mii lei) în scopul protejării angajaților Companiei;
- „*Procurarea materialelor de uz gospodăresc și rechizitelor de birou*” utilizate pentru necesitățile curente ale instituției în sumă totală de 451,2 mii lei, La articolul dat sunt estimate cheltuieli privind achiziționarea rechizitelor de birou, hârtiei în sumă de 154,7 mii lei, procurarea mărfurilor igienice în sumă de 259,7 mii lei, materiale de uz gospodăresc în sumă de 36,8 mii lei;
- „*Procurarea materialelor de construcție*” sunt estimate la 884,5 mii lei. La articolul dat au fost incluse cheltuielile pentru achiziționarea materialelor pentru producerea/renovarea decorului în sumă de 336,0 mii lei, materialelor de tehnică sanitară (robinete, cuplaje, teuri etc.) în sumă de 69,9 mii lei, materialelor electrotehnice (cabluri, becuri, fasunguri, siguranțe, conductoare, fir, izolatoare etc.) în sumă de 287,6 mii lei precum și a materialelor de construcție în sumă de 191,0 mii lei;
- „*Procurarea accesoriilor de pat, îmbrăcăminte, încălțăminte*” în sumă de 219,1 mii lei. Articolul dat cuprinde cheltuieli privind achiziționarea hainelor pentru prezentatori în sumă de 124,8 mii lei și a hainelor speciale în sumă de 94,3 mii lei;
- „*Procurarea altor materiale*” sunt estimate în sumă de 100,7 mii lei. La articolul dat sunt reflectate cheltuieli privind achiziționarea apei potabile în sumă de 21,0 mii lei, produselor cosmetice în sumă de 70,4 mii lei, materialului antiderapant în sumă de 5,4 mii lei și altor materiale (brățări pentru public, rame) în sumă de 3,9 mii lei.

II. Categoria cheltuielilor finanțate din mijloace proprii ale Companiei

Suma veniturilor comerciale pe anul 2021 se estimează în sumă de **7395,2 mii lei**, inclusiv venituri acumulate de către instituție în sumă de 4126,2 mii lei, venituri din subvenții fond în sumă de 3269,0 mii lei. Veniturile obținute vor fi direcționate pentru acoperirea cheltuielilor după cum urmează:

„**Cheltuieli de personal**”. La capitolul dat au fost planificate mijloace financiare în sumă de 1449,2 mii lei pentru premierea salariaților Companiei, achitarea suplimentelor pentru producerea creațiilor televizuale și radiofonice acoperite din sursele proprii.

„**Contribuții și prime de asigurări obligatorii**”. Acest capitol a însumat valori de 398,5 mii lei pentru contribuții de asigurări sociale de stat obligatorii în sumă de 333,3 mii lei și prime de asigurare obligatorie de asistență medicală în sumă de 65,2 mii lei.

„**Bunuri și servicii**”. Pentru serviciile atribuite la capitolul dat sunt estimate cheltuieli în suma totală de 2232,3 mii lei, care sunt repartizate pe următoarele articole:

- „*Servicii comunale*” în sumă de 10,5 mii lei, estimate cheltuieli pentru „*tichete pentru evacuarea deșeurilor și servicii dezapezire*” în sumă de 0,5 mii lei și 10,0 mii lei corespunzător;
- Pentru „*servicii informaționale*”, achiziționarea serviciilor pentru aplicația ZOOM sunt estimate cheltuieli în sumă de 3,6 mii lei;
- 533,0 mii lei sunt planificate pentru „*servicii de locațiune*”. Cheltuielile estimate la acest articol sunt pentru achiziționarea serviciilor de arendă a echipamentului pentru organizarea etapei naționale a concursului Eurovision 2021 (398,0 mii lei) și realizarea emisiunii Magazinul copiilor (135,0 mii lei);
- La articolul „*servicii de transport*” sunt incluse cheltuieli pentru procurarea circulatorilor de transport în sumă în sumă de 36,7 mii lei și asigurări auto RCA (cartea verde, rovineta) în sumă de 3,0 mii lei.
- Pentru „*servicii de reparații curente*” ale sistemului de pază tehnică (15,0 mii lei), deservire și reparația ascensoarelor (20,0 mii lei), jaluzele (16,0 mii lei), stației de telefoane (18,0 mii lei), condiționere (70,0 mii lei), turnichete (12,0 mii lei), generatoare și transformatoare electrice (140,0 mii lei), birouri (14,0 mii lei), precum și reparația tehnicii de calcul (90,0 mii lei) sunt estimate cheltuieli în sumă totală de 395,0 mii lei.
- Articolul „*deplasări de serviciu*”, include cheltuieli pentru deplasările peste hotarele RM în sumă de 181,7 mii lei;
- Articolul „*servicii bancare*” include cheltuieli pentru achitarea taxelor percepute de către instituțiile financiare în sumă de 10,0 mii lei.

- La articolul „*servicii neatribuite altor alineate*” au fost incluse alte tipuri de servicii în suma totală de 1058,8 mii lei, după cum urmează:
- achiziționarea serviciilor de executare a fermelor pentru instalarea decorului în sumă de 20,8 mii lei;
- servicii de achiziționare de standuri pentru expunerea expoziției de carte și postere în sumă de 5,0 mii lei și respectiv 3,0 mii lei;
- achiziționarea serviciilor de elaborare a caietelor de sarcini și proiectelor în domeniul sistemului antiincendiu, încălzire – racire studiouri în sumă de 980,0 mii lei;
- deservire pază tehnică în sumă de 50,0 mii lei.

„Prestații sociale”

La capitolul „*prestații sociale*”, (articol „Alte prestații sociale ale angajatorului”) sunt incluse cheltuieli legate de alocațiile pentru deces, ajutor material oferit foștilor salariați din entitate, achitate din mijloacele financiare ale angajatorului în sumă de 9,0 mii lei.

„**Alte cheltuieli**”. La capitolul „*alte cheltuieli*” sunt preconizate cheltuieli în suma totală de 2,2 mii lei pentru următoarele scopuri:

- alocarea mijloacelor financiare în sumă de 2,2 mii lei (0,15% din fondul de remunerare a muncii) care urmează să fie utilizate în conformitate cu prevederile devizului de cheltuieli și Contractului colectiv de muncă (Legea sindicatelor nr. 1129- XIV din 07.07.2000);

Capitolul „Mijloace fixe”. La capitolul dat sunt estimate cheltuieli în sumă totală de 2613,2 mii lei și sunt repartizate pe următoarele articole:

- „*procurarea mașinilor și utilajelor*” au fost estimate cheltuielile în suma totală de 1457,3 mii lei, destinate achiziționării și instalării a unei stații de telefoane în sumă de 324,0 mii lei, procurarea generatorului electric în sumă de 550,0 mii lei, re tehnologizarea blocurilor de emisie și studiourilor, îmbunătățirea locurilor de muncă la Radio Moldova în sumă de 327,0 mii lei. Tot la articolul dat au fost reflectate cheltuieli privind procurarea instrumentelor muzicale și a suporturilor pentru partituri în sumă de 232,9 mii lei, precum și procurarea aspiratorului profesional în sumă de 9,0 mii lei, boiler, cuptor cu microunde, ceainic electric, modem, router Wi-Fi, aparat de telefon mobil în sumă totală de 14,4 mii lei;
- Mijloace financiare în sumă de 43,9 mii lei sunt prevăzute la articolul „*procurarea uneltelor și sculelor, inventarului de producere și uz gospodăresc*” pentru procurarea mobilierului, a unei motocoase, precum și a jaluzelelor, scaunelor;
- „*procurarea activelor nemateriale*”. La acest articol sunt prevăzute cheltuieli pentru procurarea licențelor pentru drepturile de difuzare a filmelor de ficțiune, documentare, pentru copii, desene animate în sumă totală de 463,4 mii lei

- La articolul „*procurarea altor mijloace fixe*” sunt prevăzute mijloace pentru achiziționarea mobilei pentru emisiuni (92,8 mii lei), decorului și elementelor pentru decor, butaforii pentru emisiunile TV (472,1 mii lei), practicablurilor pentru exterior (50,0 mii lei), discuri CD-R (33,7 mii lei) în sumă totală de 648,6 mii lei.

„*Stocuri de materiale circulante*”. La acest capitol au fost planificate cheltuieli în suma totală de 690,8 mii lei. Mijloacele financiare vor fi utilizate pentru procurarea produselor petroliere și oleaginoase în sumă de 150,0 mii lei, pieselor de schimb pentru servere și computere în sumă de 100,0 mii lei, accesoriilor de pat, îmbrăcăminte și încălțăminte pentru prezentatori în sumă de 266,9 mii lei, produselor cosmetice în sumă de 51,2 mii lei, alte materiale în sumă totală de 122,7 mii lei (renovarea/confecționarea decorului - 41,1 mii lei, rame/trofee - 11,0 mii lei, aliaj de lipit, pastă termoconductoare, lichid mașină de fum – 60,0 mii lei, veselă, material săditor – 10,6 mii lei).

Notă: La estimarea cheltuielilor pentru proiectele prezentate de către subdiviziuni în valută, în planul financiar a fost aplicat cursul de schimb al leului în conformitate cu prevederile particularităților privind elaborarea și prezentarea de către autoritățile publice centrale a propunerilor de buget pe anul 2021 și estimărilor pentru anii 2022-2023 (scrisoarea Ministerului Finanțelor nr. 06/1-17/50 din 28 septembrie 2020) și constituie:

leu/USD – 19,07

leu/EUR – 22,2051

III. Cheltuieli care nu au acoperire financiară

La acest compartiment sunt incluse necesități de mijloace financiare care nu au acoperire nici din bugetul de stat, nici din veniturile planificate a fi acumulate, dar sunt strict necesare pentru activitatea de producție și dezvoltarea Companiei.

„Bunuri și servicii”

La capitolul dat sunt estimate cheltuieli pe următoarele articole:

- „*Servicii de locațiune*”. La articolul dat sunt atribuite cheltuieli pentru achitarea serviciilor de arenda a multiplexului pentru canalul Moldova 2 în sumă de 1786,0 mii lei;
- „*Servicii de reparații curente*”. Articolul dat prevede cheltuieli pentru reparația acoperișurilor blocurilor CR/TV în sumă de 1600,0 mii lei, reparația rețelelor care au termen de exploatare depășit: de apă în sumă de 2000,0 mii lei, de canalizare în sumă de 3600,0 mii lei precum și de termoficare în sumă de 3300,0 mii lei;
- „*Servicii neatribuite altor aliniate*”. Articolul dat cuprinde cheltuieli pentru elaborarea devizelor de cheltuieli în domeniul construcției și în domeniul rețelelor de răcire –încălzire în sumă totală de 2600,0 mii lei.

„Mijloace fixe”

Pentru „reparații capitale ale clădirilor” sunt preconizate cheltuieli necesare pentru schimbarea geamurilor la blocurile RD/TV în sumă de 4300,0 mii lei, reparația fațadei Casei Radio în sumă de 6000,0 mii lei, reparația blocurilor sanitare în sumă de 2000,0 mii lei;

Pentru ”Pocurarea instalațiilor de transmisie” sunt estimate cheltuieli în sumă de totală de 13400,0 mii lei, pentru achiziționarea sistemului de înștiințare anti incendiar în birourile de serviciu (2500,0 mii lei), sistem de stingere a incendiilor studiouri TV/RD (7000,0 mii lei), sisteme de încălzire – răcire studiouri TV/RD (3900,0 mii lei);

Cheltuielile necesare pentru „procurarea mașinilor și utilajelor” se estimează în sumă de 13117,1 mii lei. Suma planificată este argumentată de lipsa mai multor echipamente de primă necesitate ce ar asigura funcționarea furnizorului public național conform standardelor moderne. La articolul dat au fost incluse cheltuieli pentru reutilizarea studiourilor TV nr.1/2 (8935,0 mii lei) și St-5 (4172,0 mii lei), echipament pentru platforma digitală copii 10,1 mii lei;

Luând în considerație uzura fizică a parcului auto se preconizează renovarea lui prin procurarea a 2 autoturisme și un microbus în sumă totală de 1310,0 mii lei pentru asigurarea echipelor de creație cu mijloacele de transport necesare pentru pregătirea programelor televizate (articol „Procurarea mijloacelor de transport”).

Datele exhaustive cu privire la descifrarea subvențiilor, bugetelor și veniturilor proprii se regăsesc în anexe.

Director general

Olga BORDEIANU