



PROCES-VERBAL

nr. 9

*al ședinței din 27 aprilie 2023, cu începere de la ora 15:00,
a Consiliului de supraveghere și dezvoltare (CSD) al furnizorului
public național de servicii media Compania „Teleradio-Moldova”*

La ședința Consiliului de supraveghere și dezvoltare au participat:

Arcadie Gherasim, președinte CSD

Sergiu Stanciu, secretar CSD

Irina Mațenco, membră CSD

Aurelian Dănilă, membru CSD

Loretta Handrabura, membră CSD

Corneliu Popovici, membru CSD

Invitați:

Corneliu Durnescu, director general adjunct (televiziune)

Tatiana Vlas, șefa Serviciului programe Moldova 1.

Ședința este prezidată de Președintele CSD, Arcadie Gherasim. Dânsul anunță că ședința este deliberativă și supune votului ordinea de zi:

ORDINEA DE ZI:

- 1. Cu privire la Raportul trimestrial al audienței emisiunilor de la Moldova 1 și Moldova 2.**
- 2. Diverse.**

S-a votat: „PENTRU” 6 voturi (Arcadie Gherasim, Sergiu Stanciu, Irina Mațenco, Loretta Handrabura, Aurelian Dănilă, Corneliu Popovici)

- 1. Cu privire la Raportul trimestrial al audienței emisiunilor de la Moldova 1 și Moldova 2.**

Comunicarea este prezentată de Tatiana Vlas, șefa Serviciului programe Moldova 1.

Tatiana Vlas: „Raportul de audiență pentru lunile ianuarie – martie este un raport bazat pe cifre. Cifrele sunt emise de agenția SRL „TV MR MLD”. Această instituție este desemnată de Consiliul Audiovizualului drept măsurător oficial de audiență televizate pe piața audiovizualului a Republicii Moldova. În prezent, Compania monitorizează 22 de posturi de televiziune din republică și toate datele sunt disponibile pentru toți cei monitorizați; noi cei care suntem abonați avem acces la datele tuturor televiziunilor, dacă avem nevoie de comparație, atunci o putem face. Monitorizarea se face în baza unor dispozitive. În prezentul raport ne propunem să analizăm posturile Moldova 1 și Moldova 2 pentru primele trei luni ale anului, să determinăm locul Moldova 1 și Moldova 2 în topul audiențelor tuturor posturilor de televiziune din țară, să vedem audiența posturilor Moldova 1 și Moldova 2 pentru primele luni ale anului, în comparație cu perioada similară a anului 2021, să urmărim audiența în funcție de grupurile-țintă, să analizăm audiența programelor de știri, transmisiuni, talk-show-uri, să analizăm audiența emisiunii „Bună dimineața”, „Live Studio”, audiența producțiilor achiziționate (filme, seriale) și să prezentăm exemple, în care Moldova 1 se situează în topul audiențelor pe piața audiovizualului. Cât despre profitul posturilor Moldova 1 și Moldova 2, pentru primele trei luni ale anului, avem aici multe categorii indicate câți bărbați câte femei, categoria de vârstă, nivelul de educație, nivelul social economic, profesie, limba principală. Dacă să analizăm cifrele, la Moldova 1 raportul dintre femei și bărbați este de 46,97% bărbați, 53,03% femei, sunt aproape la egalitate. La Moldova 2, bărbați 43,03%, femei 56,97%. Considerăm că la Moldova 1 s-a schimbat situația odată cu difuzarea Campionatului Mondial de Fotbal, până atunci Moldova 1 avea mai multe femei. După categoriile de vârstă, la Moldova 1 categoriile de vârstă sunt mai echilibrate, procentul persoanelor în vârstă de 60+ este de 35,94%, la Moldova 2 situația este un pic alta acolo avem 58,87%, se explică prin difuzarea la Moldova 2 a materialelor de arhivă. După educație, Moldova 2 este mai mult privită de mai multă lume cu studii superioare, Moldova 1 mai puțin, indică un public mai elevat. După ocupații, pentru Moldova 1, majoritatea telespectatorilor sunt muncitori 36,82%, Moldova 2 publicul este unu mai în vârstă față de Moldova 1. În concluzie, pentru Moldova 1 este necesar să se mențină o grilă de programe pentru diferite categorii de vârstă ale telespectatori. Moldova 2 să ofere programe pentru a întineri publicul”. (Raportul se anexează)

Corneliu Durnescu: „Cifrele emise de agenția SRL „TV MR MLD” nu confirmă realitatea datelor, în toți anii de când există această companie nu s-a făcut nici un audit. Aceste audiențe le folosim pentru emisiunile noastre, un exemplu este emisiunea de la ora 19:00, la început de emisiune avem 10 mii de spectatori, iar la sfârșit de program avem 30 de mii de spectatori, asta dovedește că oamenii se fidelizează și programul aduce oameni, dar să spunem dacă aceste sunt adevărate nu putem cunoaște cu exactitate”.

Membrul CSD Corneliu Popovici a întrebat dacă a fost pus în practică ceva din dinamica datelor prezentate în raportul de audiență și dacă a influențat careva procese la Moldova 1.

Tatiana Vlas a menționat că la capitolul planificare sunt tehnici și metode de planificare; astfel, când se lansează o emisiune nouă se plasează lângă o emisiune care deja are audiență. Am practicat aceste tehnici în zilele de duminică. Tot în baza audiențelor am urmărit concertele care prind la public, la Moldova 1, muzica populară este foarte vizionată. De toate aceste lucruri se ține cont atunci când se pregătește grila de programe.

Membrul CSD Corneliu Popovici a recomandat implementarea cât mai degrabă a datelor din Raportul de audiență. De asemenea, Corneliu Popovici a propus invitarea conducerii SRL „TV MR MLD” pentru prezentarea unui raport cu privire la numărarea audienței.

Membra CSD Irina Mațenco a menționat că din datele raportului reiese că serialele și programele informative sunt pe primul loc. De asemenea, Irina Mațenco s-a interesat dacă s-au purtat discuții cu conducerea „TV MR MLD” privind prezentarea tehnicilor de măsurare a rating-ului.

Corneliu Durnescu a menționat că AGB Nielsen este o Companie monopolistă și, în ultimii ani, nu s-a făcut nici un audit; a fost creată în 2008 și este singura companie de măsurare a datelor pe piață.

Președintele CSD Arcadie Gherasim propune ca administrația Companiei să solicite Consiliului Audiovizualului un audit în domeniul contabilizării veridicității informațiilor la agenția SRL „TV MR MLD”. De asemenea, Președintele CSD a amintit despre recomandarea CSD de restabilire a jurnalului de știri de la ora 19:00. Cât despre emisiunile „Live studio” și „În context” se recomandă încărcarea emisiunii cu conținut pentru atragerea publicului. Sondajele demonstrează că trebuie să se depună efort pentru creșterea audienței.

Referindu-se la credibilitatea raportului, membrul CSD Sergiu Stanciu susține propunerea Președintelui CSD privind înaintarea unor demersuri către CA și Parlament cu privire la solicitarea unui audit la compania SRL „TV MR MLD”.

La încheierea dezbaterilor, președintele CSD supune votului următorul proiect de decizie:

S-a decis:

1. Se ia act de raportul trimestrial al audienței posturilor de televiziune Moldova 1 și Moldova 2 (ianuarie-martie 2023), realizat în baza datelor oferite de SRL „TV MR MLD”, care activează în baza licenței AGB Nielsen Media Research Company.

