

M. Ibr -

Raportul audienței pentru primele trei luni ale anului 2017 (ianuarie-martie)

În ianuarie – martie 2017 cota de piață a TV Moldova 1 este de 5,99%, mai mica în comparație cu aceeași perioadă a anului trecut. În trimestrul I al anului 2016 cota de piață a fost de 6,45%, condiționată în mare parte de numărul mare de proteste, comentate și transmise parțial în direct de TVM1.

Deși indicele TVR% (ratingul total al tuturor televiziunilor) este în descreștere în primele trei luni ale anului, cota de piață a TVM1 crește în luna martie pînă la 5,58% după descreșterea din februarie de 5,37%. Luna ianuarie, grație emisiunilor de sărbătoare prezintă cel mai mare indice al cotei de piață din trimestru, de 6,84%, practic depășind obiectivul trasat în Caietul de Sarcini 2017 de SHR% - 6,5%.

1. Audiența medie a TVM1, total individuals pentru ianuarie, februarie, martie 2017, ora 6.00 – 23.59

	SHR%	AMR%	TVR%
Ianuarie 2017	6,84%	1,68%	24,63%
Februarie 2017	5,37%	1,25%	23,20%
Martie 2017	5,58%	1,08%	19,32%
I trimestru	5,99%	1,34%	22,36%

2. Audiența medie a TVM1, total individuals pentru ianuarie, februarie, martie 2016, ora 6.00 – 23.59

	SHR%	AMR%	TVR%
Ianuarie 2016	7,22%	1,94%	26,85%
Februarie 2016	6,42%	1,52%	23,63%
Martie 2016	5,48%	1,14%	20,89%
I trimestru	6,45%	1,53%	23,78%

Comparând datele de audiență ale TV Moldova 1 cu ale altor televiziuni, monitorizate de AGB Nielsen Media Research pentru primul trimestru, obținem următoarele rezultate: TV Moldova 1 se situează pe locul II (între 14 posturi de televiziune monitorizate) pentru categoriile Sud, locul III pentru 18+, Rural, locul IV pentru total individuals, bărbați, femei, Nord și Centru, locul VIII pentru Urban și locul X pentru Chișinău.

3. Cota de piață medie pentru mai multe posturi TV, la diferite grupuri-țintă în I trimestru al anului 2017

	Channel	SHR % Total Individuals	SHR % 18+	SHR% Female	SHR% Male	SHR % Nord	SHR % Centru	SHR % Sud	SHR % Chisinau	SHR % Urban	SHR % Rural
1.	Moldova1	5,99% (IV)	6,23%	6,29%	5,63%	6,40%	6,57%	7,63%	2,11% (X)	2,68%	8,13%

			(III)	(IV)	(IV)	(IV)	(IV)	(II)		(VIII)	(III)
2.	Prime	16,77%	17,77%	17,31%	16,14%	18,02%	15,66%	18,04 %	15,17%	15,02%	17,90%
3.	RTR Moldova	8,39%	9,14%	9,82%	6,68%	8,22%	7,19%	7,57%	12,01%	11,58%	6,33
4.	Canal 2	8,95%	9,25%	9,56%	8,23%	12,18%	10,58%	4,76%	5,87%	6,00%	10,86%
5.	CTC	0,96%	0,97%	1,03%	0,88%	0,91 %	0,86%	0,87%	1,38%	1,50%	0,62%
6.	TV7	1,84%	1,89%	1,79%	1,90%	3,20%	1,19%	1,00%	1,91%	2,32%	1,54%
7.	Canal 3	2,91%	2,88%	2,70%	3,17%	3,77%	2,45%	1,46%	4,22%	4,20%	2,09%
8.	N4	2,97%	3,20%	3,09%	2,83%	2,45%	2,78%	2,53%	4,78%	4,11%	2,24%
9.	Publika TV	1,97%	2,21%	1,88%	2,09%	1,86%	2,35%	1,34%	2,26%	1,99%	1,96%
10.	RenTV	1,90%	2,09%	1,72%	2,13%	1,85%	1,15%	1,76%	3,60%	2,99%	1,21%
11.	NTV Moldova	3,78%	4,22%	3,72%	3,86%	3,91%	2,75%	3,53%	5,85%	5,18%	2,88%
12.	PRO TV	2,12%	2,26%	2,07%	2,19%	1,18%	2,38%	2,95%	2,17%	2,09%	2,15%
13.	Realitatea MD	0,91%	0,98%	0,77%	1,07%	0,78%	1,07%	1,24%	0,38%	0,58 %	1,11%
14.	Domashnii Moldova	0,60%	0,64%	0,56%	0,65%	0,89%	0,51%	0,44%	0,51%	0,63%	0,58%

Comparând rezultatele anului curent cu cele ale anului trecut, constatăm următoarele: TVM1 pierde poziția de locul II pentru Rural, pe care a deținut-o foarte mult timp, pentru total individuals trece de pe locul II pe locul III, pentru bărbați – de pe locul II pe locul IV, Centru - de pe locul III pe locul IV. În schimb, situația pare să se amelioreze pentru publicul Urban - de pe locul XIX pe locul VIII și pentru Chișinău - de pe locul XII pe locul X.

4. Cota de piață (SHR%) a TV Moldova 1 în mediu pentru trimestrul I al anilor 2016 și 2017

	I trimestru 2016	I trimestru 2017
Total Individuals	6,45%(III)	5,99% (IV)
18+	6,57% (III)	6,23% (III)
Female	6,34% (IV)	6,29% (IV)
Male	6,59% (II)	5,63% (IV)
Nord	6,51%(IV)	6,40% (IV)
Centru	7,38% (III)	6,57% (IV)
Sud	8,35% (II)	7,63% (II)
Chișinău	1,90% (XII)	2,11% (X)
Urban	2,65% (IX)	2,68% (VIII)

Rural	9,05% (II)	8,13% (III)
-------	------------	-------------

În următorul tabel sunt incluse rezultatele medii de audiență ale ciclurilor de emisiuni și ale serialului „Vaduva Neagra” pentru I trimestru al anilor 2016 și 2017. În 2017 am selectat și datele pentru Chișinău. Cifrele sunt aproximativ aceleași, la majoritatea emisiunilor constatându-se o mică creștere sau scădere. Fluctuații mai mari observăm la emisiunea „Domnului să ne rugăm” de la 14,42% - la 13,35%, la „Mesager” de la 13,07% - la 10,63%, „Prin muzică în Europa” de la 12,01% - la 3,56%, „Rapsodia satului” de la 9,53% - la 7,35%, „Tezaur” de la 10,38% - la 7,71%, „Ring star” de la 13,07% - la 10,57%. Au crescut cotele de audiență la „Bună dimineața” de la 9,35% - la 10,36%, „Cuvintele credinței” de la 9,03% - la 11,12%, „Stil nou” de la 5,79% - la 7,33%.

5. Cota de piață medie a ciclurilor de emisiuni, difuzate în trimestrul I 2016 și 2017 la TVM1

		I trimestru 2016 total individuals	I trimestru 2017 total individuals		I trimestru 2017 Chisinau	
		SHR%	SHR%	AMR%	SHR%	AMR%
1.	Abraziv	4,25%	5,46%	1,10%	2,06%	0,39%
2.	Art-Club	4,35%	2,61%	0,74%	2,97%	0,83%
3.	Artelier	2,21%	3,98%	1,28%	2,09%	0,63%
4.	Bună dimineața	9,35%	10,26%	1,41%	2,26%	0,25%

5.	Casa mea	4,73%	4,79%	1,00%	1,36%	0,29%
6.	Cine vine la noi	7,16%	6,11%	1,98%	2,59%	0,71%
7.	Cuvintele credinței	9,03%	11,12%	1,16%	2,88%	0,14%
8.	Cultura azi	4,94%	3,96%	1,39%	1,89%	0,60%
9.	Destine de colecție	5,16%	5,26%	2,07%	1,86%	0,62%
10.	Dialog social	3,51%	3,34%	1,35%	2,82%	0,95%
11.	Dincolo de cifre		5,06%	2,07%	1,65%	0,57%
12.	Domnului să ne rugăm	14,42%	10,35%	2,18%	8,77%	1,47%
13.	Erudit cafe	5,11%	4,84%	1,64%	2,30%	0,72%
14.	Educație prin carieră	1,98%	3,09%	1,27%	3,00%	1,06%
15.	Evantai folcloric	6,35%	6,92%	2,68%	2,30%	0,78%
16.	Fii tânăr	2,18%	2,78%	0,80%	1,60%	0,42%
17.	Focus Europa	3,75%	2,90%	1,17%	1,63%	0,57%
18.	Gagauz ocaa	2,54%	2,39%	0,47%	0,43%	0,08%

19.	În ritm de dans	5,80%	6,31%	1,86%	2,18%	0,58%
20.	La datorie	8,97%	8,14%	2,22%	1,70%	0,39%
21.	La noi în sat	8,21%	7,31%	2,75%	2,70%	0,96%
22.	Magazinul copiilor	6,49%	6,24%	1,25%	2,41%	0,45%
23.	Mesager	13,07%	10,63%	4,01%	3,61%	1,19%
24.	Moldova în direct	6,54%	6,17%	2,53%	2,86%	0,97%
25.	Moldovenii de pretutindeni	7,35%	8,74%	2,24%	1,74%	0,36%
26.	Natura în obiectiv	7,17%	7,02%	1,90%	2,01%	0,45%
27.	O demivorba cu Ilona Spataru Din 12.02.2017		4,20%	1,05%	1,59%	0,31%
28.	O seara in familie		5,88%	2,40%	1,88%	0,67%
29.	Patrimoniul cinematografic		3,36%	1,05%	0,49%	0,12%

	Moldova-film 65 de ani					
30..	Părinți și copii	10,82%	10,28%	2,84%	1,73%	0,39%
31.	Petalo romano	2,56%	4,12%	0,85%	0,22%	0,04%
32.	Portrete în timp	2,56%	2,36%	0,95%	1,44%	0,51%
33.	Povestea generațiilor		2,38%	0,95%	1,62%	0,54%
34.	Prin muzică în Europa	12,01%	3,56%	0,87%	3,51%	0,82%
35.	Pur și simplu	7,42%	8,60%	3,28%	3,25%	1,07%
36.	Rapsodia satului	9,53%	7,95%	2,19%	1,22%	0,285
37.	Ring Star	13,07%	10,57%	2,81%	2,83%	0,59%
38.	Russkii mir	2,11%	2,50%	0,53%	0,38%	0,07%
39.	Sa luam aminte	8,33%	8,76%	0,68%	0,68%	0,03%
40.	Săptămîna sportivă	2,09%	2,12%	0,50%	2,08%	0,47%
41.	Soundcheck		3,28%	1,44%	1,00%	0,40%

42.	Stil nou	5,79%	7,33%	1,49%	1,28%	0,26%
43.	Svitanoc	3,89%	3,25%	0,66%	1,74%	0,30%
44.	Știință și inovare	5,90%	5,63%	1,45%	1,91%	0,42%
45.	Știri externe	3,35%	3,21%	1,00%	1,97%	0,54%
46.	Tezaur	10,38%	7,71%	2,20%	0,33%	0,08%
47.	Unda Bugeacului	2,14%	2,86%	0,57%	0,09%	0,01%
48.	Usa	4,09%	4,30%	1,78%	2,13%	0,80%
49.	Vaduva neagra		10,24%	2,72%	1,01%	0,22%
50.	Vector european	3,40%	2,87%	1,23%	1,11%	0,39%

6. Top 10 emisiuni în primul trimestru 2017 după SHR%, Total individuals

1. Cuvintele credinței - 11,12%
2. Mesager - 10,63%
3. Ring Star - 10,57%
4. Domnului sa ne rugam - 10,35%
5. Parinti si copii - 10,28%
6. Buna dimineata - 10,26%
7. Vaduva neagra - 10,24% (serial)

8. Rapsodia satului - 9,95%
9. Sa luam aminte – 8,77%
10. Moldovenii de pretutindenii - 8,74%

7. Top 10 emisiuni în primul trimestru 2017 după SHR%, Chisinau

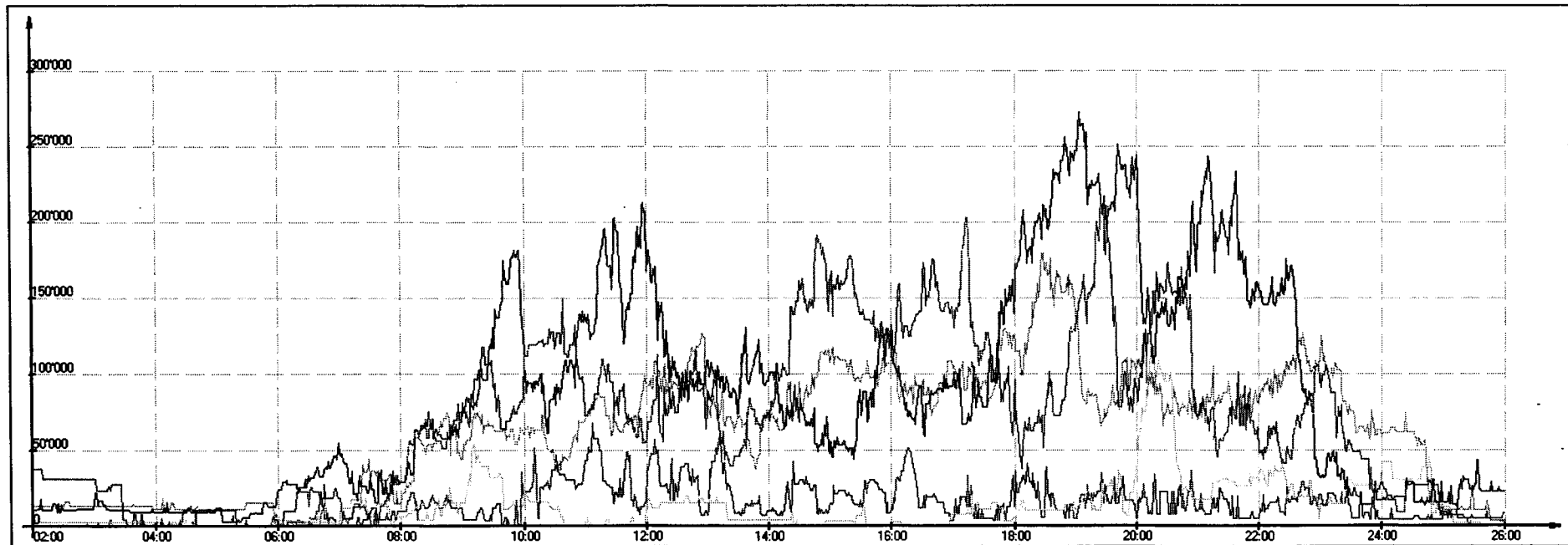
1. Domnului să ne rugăm – 8,77%
2. Mesager – 3,61%
3. Prin muzica în Europa – 3,51%
4. Pur și simplu – 3,25%
5. Educație prin carieră - 3,00%
6. Art-club - 2,97%
7. Cuvintele credinței – 2,88%
8. Moldova în direct - 2,86%
9. Ring Star - 2,83%
10. Cine vine la noi - 2,59%

În ianuarie 2017 au fost difuzate mai multe emisiuni de sărbătoare, care au sporit cotele de audiență și, în mai multe cazuri au plasat TVM1 în topul audienței comparativ cu alte posturi TV. Mai jos, drept exemplu, este prezentată ziua de 7 ianuarie, Crăciunul, rit vechi. TVMoldova 1 ocupă prima poziție în topul emisiunilor mai multor posturi TV cu emisiunile : "Domnului să ne rugăm", "Întâlniri de Crăciun cu Elena Ter", filmul "Un dar de Crăciun", "In ritm de dans", Știri de la ora 17.00, "O seară în familie cu Rusalina Russu"

Results

Variables	Target	Full Date
AMR	Total Individuals	07.01.2017

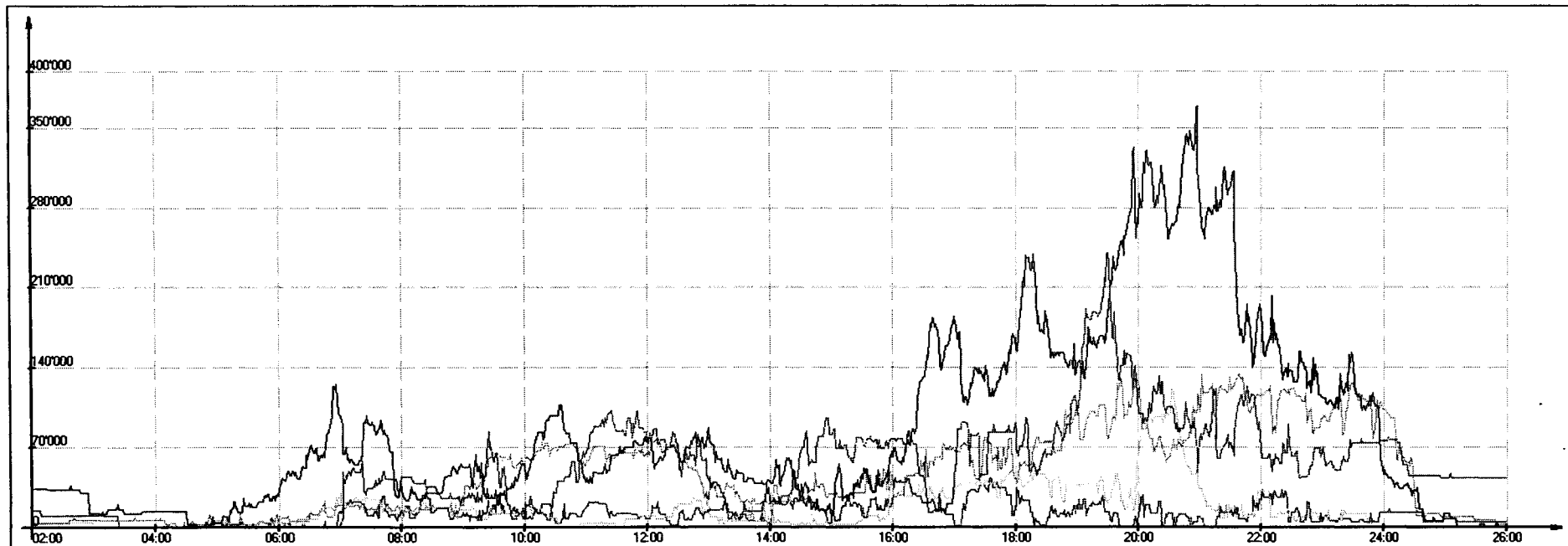
	Series description	Event description	Start time	End time	Current value	Pivot diff.
X	Moldova1	Veste buna va aducem	10:59	11:18	77'035	0
X	Prime	Золушка x/cp	10:16	11:34	122'152	45'117
X	PRO TV	Шина-королева джунглей x/cp	10:26	11:11	3'504	-73'531
X	RTR Moldova	Пилот международных авиалиний т/с	10:53	11:22	72'280	-4'755
X	RUTV_Moldova		n.a.	n.a.	0	-77'035
X	Publika TV	Publika 11:00	10:59	11:16	48'741	-23'294
X	THT_Bravo		n.a.	n.a.	0	-77'035



Results

Variables	Target	Full Date
AMR	Total Individuals	18.01.2017

	Series description	Event description	Start time	End time	Current value	Pivot diff.
X	Moldova1	Testamentul. Spectacol	14:22	16:24	77'601	0
X	Prime	Время покажет	15:34	16:14	39'766	-37'899
X	PRO TV	La Maruta	15:19	15:46	9'621	-67'980
X	RTR Moldova	Василиса т/с	15:17	15:38	45'616	-31'985
X	RUTV_Moldova		n.a.	n.a.	0	-77'601
X	Publika TV	Publika 15:00	15:32	15:49	17'618	-59'989
X	THT_Bravo		n.a.	n.a.	0	-77'601



În data de 18 ianuarie, de ziua lui Gheorghe Urschi, TVM1 a difuzat mai multe emisiuni din fond cu participarea artistului care au obținut cote mari de audiență.

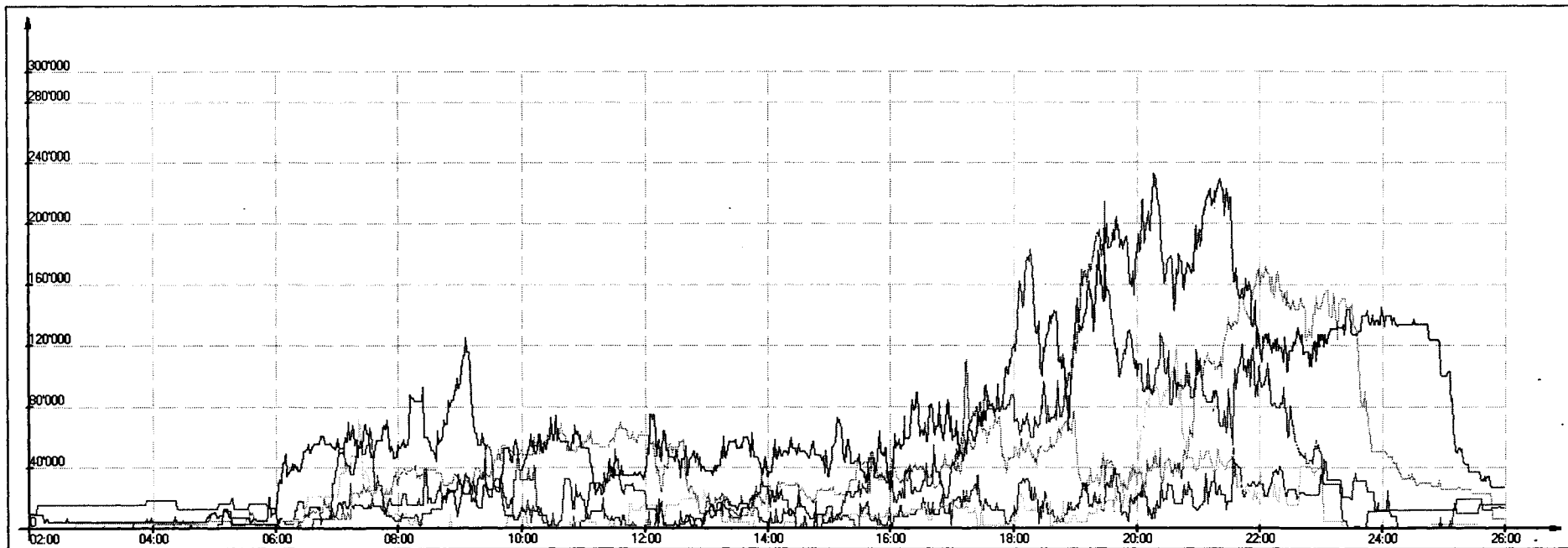
Proiectul –cheie al lunii februarie a fost “Eurovisionul”, selecție națională, care, la fel, a avut cote înalte de audiență.

Luna martie este definită de festivalul internațional “Mărțișor”. Tradițional, TVM1 difuzează în direct spectacolele de deschidere și închidere ale festivalului. Cotele de audiență plasează postul nostru de televiziune pe al doilea loc în top.

Results

Variables	Target	Full Date
AMR	Total Individuals	24.02.2017

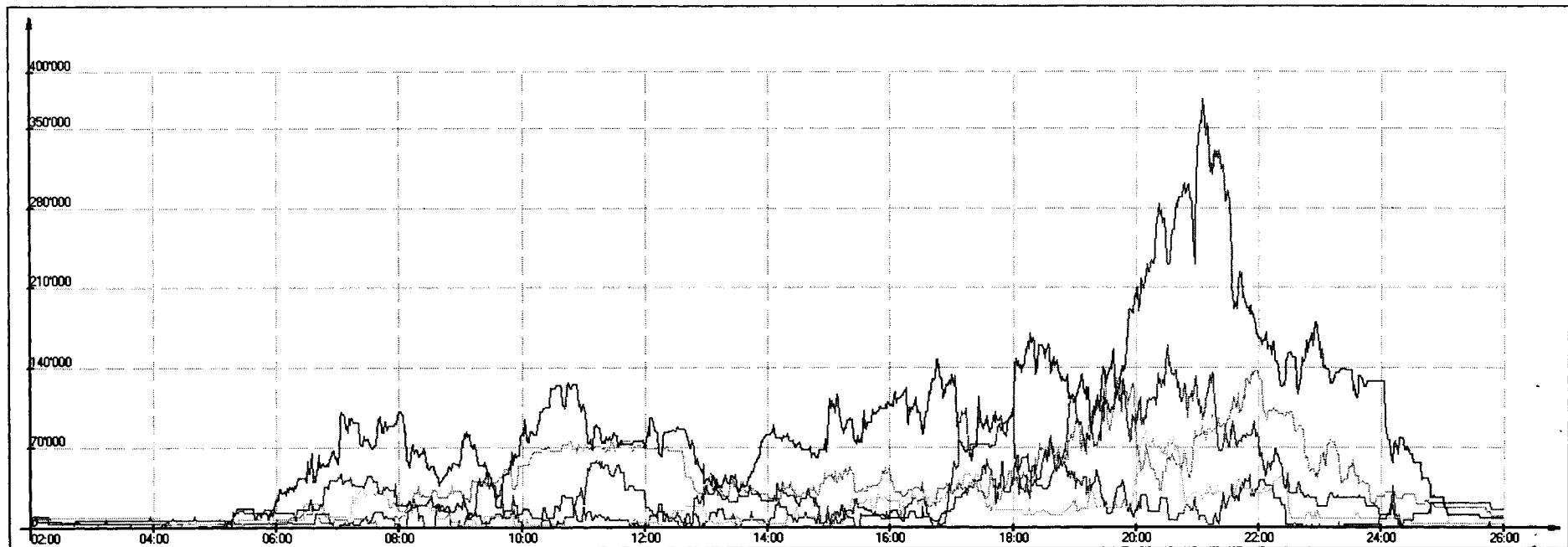
	Series description	Event description	Start time	End time	Current value	Pivot diff
×	Moldova1	Eurovision 2017. Selectia nationala. Semifinala	21:56	22:22	80'046	0
×	Prime	Гречанка т/с	22:00	22:41	114'642	34'596
×	PRO TV	In Profunzime	22:00	22:18	20'648	-59'398
×	RTR Moldova	Break	22:10	22:16	163'823	83'777
×	RUTV_Moldova		n.a.	n.a.	0	-80'046
×	Publika TV	Fabrika	22:01	22:25	29'453	-50'593
×	THT_Bravo		n.a.	n.a.	0	-80'046



Results

Variables	Target	Full Date
AMR	Total Individuals	01.03.2017

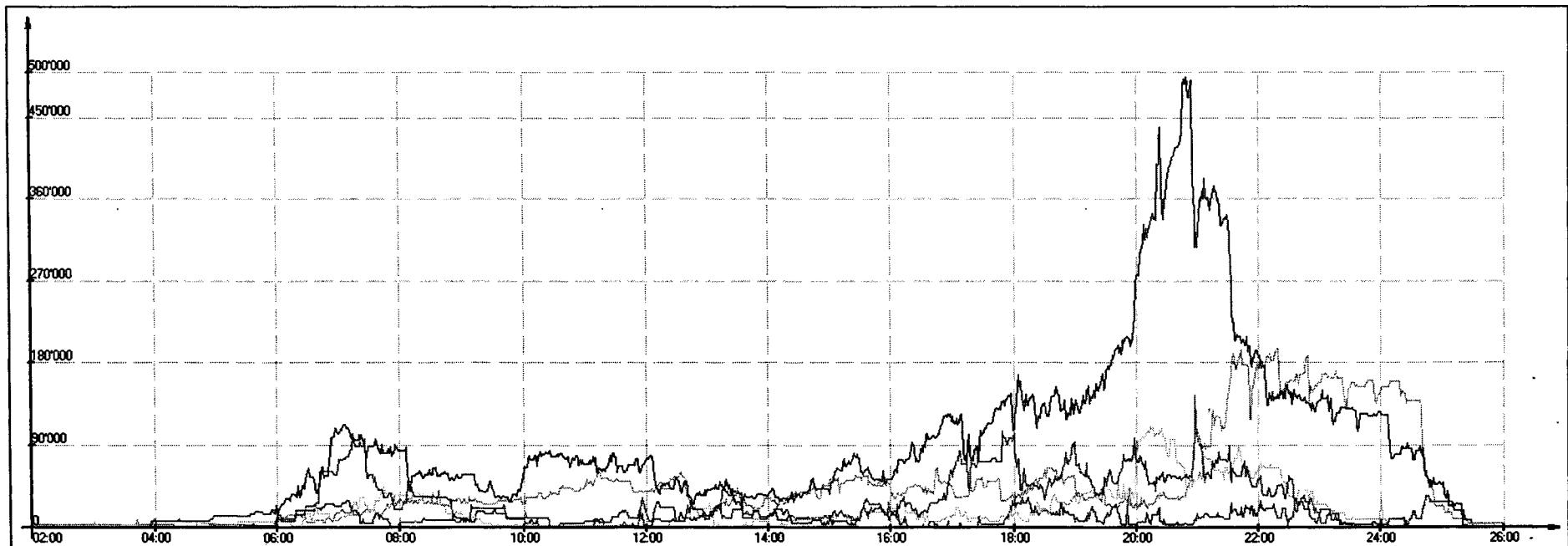
	Series description	Event description	Start time	End time	Current value	Pivot diff.
X	Moldova1	Martisor-2017. Vis de primavara	19:59	21:20	108'083	0
X	Prime	Primele stiri	21:00	21:30	340'003	231'920
X	PRO TV	Fierbinti targ x/φ	20:59	21:21	29'487	-78'596
X	RTR Moldova	За полчаса до весны x/φ	20:49	21:08	80'413	-17'670
X	RUTV_Moldova		n.a.	n.a.	0	-100'000
X	Publika TV	Publika 21:00	20:59	21:07	14'368	-90'715
X	THT_Bravo		n.a.	n.a.	0	-100'000



Results

Variables	Target	Full Date
AMR	Total Individuals	10.03.2017

	Series description	Event description	Start time	End time	Average value	Average pivot diff
X	Moldova1	Martisor-2017. Festival International. 'Noroc' - 50 de ani. Concert	19:40	21:06	56'586	0
X	Prime	Поле чудес	20:31	20:55	489'256	432'670
X	PRO TV	Break	20:46	20:52	45'604	-10'982
X	RTR Moldova	Вести. Moldova	20:46	21:03	40'685	-15'901
X	RUTV_Moldova		n.a.	n.a.	0	-56'586
X	Publika TV	Tara lui Dogaru	20:38	20:51	3'162	-53'424
X	THT_Bravo		n.a.	n.a.	0	-56'586



l. em

Tradițional, TV Moldova 1 prezintă cifre bune de audiență pentru zilele de sîmbătă și duminică, atunci cînd sunt puse pe post mai multe emisiuni în prima difuzare.

La capitolul emisiuni noi, vorbim despre emisiunea, « O demivorbă cu Ilona Spataru » preluată de la TVM2 din 12.02.2017, SHR% - 4,20% și proiectul « Patrimoniul cinematografic . Moldova-Film la 65 de ani » din 25 martie 2017, SHR% - 3,36%.

În concluzie, pentru a avea cote de audiență mai mari, TVM1 are nevoie de filme, emisiuni de umor, concursuri, emisiuni interactive ș.a.

Deși un post public de televiziune nu poate fi orientat doar la obținerea cotelor mari de audiență. Un post public de televiziune este obligat prin menirea sa să includă în grilă emisiuni educative, de cultură, pentru etnii etc., emisiuni necesare publicului, chiar dacă nu aduc cifre mari de audiență.

Ex. Tatiana Vlas, director Departament Programe și Planificare TV

Tatiana Vlas

Tel. 406 878, 069142456