

R A P O R T

de activitate a IPNA Compania "Teleradio-Moldova" în anul 2016

Politicile de programe ale instituției au fost realizate prin emisiunile concepute și puse pe post pe parcursul anului 2016, dominat de evenimente importante: aniversarea a 25-ea de la declararea independenței Republicii Moldova, alegerile președintelui țării într-o formulă nouă, au determinat pregătirea unui produs mediatic de calitate, capabil să asigure exprimarea liberă de opinii, pluralismul și diversitatea politică, socială și culturală.

I. TV „MOLDOVA 1”

Activitate generală

TV Moldova 1, în calitatea sa de difuzor public, a oferit spectatorilor producții audiovizuale de o largă diversitate: emisiuni informative, dezbateri pe teme de actualitate, divertisment, seriale de calitate, transmisiuni de la evenimente sportive majore, spectacole și concerte, documentare, talk-show-uri pe teme politice, sociale, economice, emisiuni dedicate publicului din mediul rural, minorităților naționale, emisiuni culturale, de tradiție, muzică academică și folclor, spectacole dramatice și pentru copii, etc.

În pofida situației financiare critice, anul 2016 pentru TV Moldova a fost unul cu multe realizări importante. Cea mai vizibilă a fost lansarea TV Moldova 2, canal care permite postului public să difuzeze și mai multă informație, să valorifice fondul video și cinema al TV, să promoveze cultura națională, dar și muzică de calitate. Lansarea noului post de televiziune a permis creșterea volumului transmisiunilor sportive de la evenimentele locale (2 turnee de tenis ITF, Campionatul European de baschet pentru țările mici, Handbal, minifotbal, etc), dar și internaționale (Campionatul de fotbal EURO-2016, Jocurile olimpice "Rio 2016", meciurile de calificare pentru CM 2018 a Naționalei Moldovei de fotbal, etc).

Fondul TV a fost completat cu 3 spectacole dramatice, 31 de programe muzicale, 37 emisiuni socioeconomice, cultură, copii și altele. Total – 71 de programe cu o durată de 33 de ore 17 minute și 30 de secunde.

În 2016 a fost extinsă colaborarea cu DW, astfel că în grila TV Moldova 1 au apărut titluri noi, iar TV Moldova 2 transmite zilnic un buletin de știri DW News și săptămânal "Interviu cu Janna Nemtsova". Departamentul Știri și Dezbateri, la necesitate, apelează la serviciile Biroului de limbă română a DW.

Cotele auditei propuse ca obiectiv pentru anul 2016 au fost atinse, chiar pe alocuri depășite. Ne-am propus să atragem mai mult spectatorii din mediul urban. Deși avem o creștere a cotei de piață în mediul urban cu 0,11% față de 2015, acest segment încă rămâne un scop la care se va munci și în continuare.

Pentru promovarea imaginii postului public a fost inițiată o competiție sportivă la tenis de masă - Cupa „Press Open Moldova 1”, competiție la care TV Moldova 1 invită jurnaliștii din toate mediile. Competiția va fi organizată în fiecare an de ziua TV Moldova 1.

Activitatea editorială

Obiectivele editoriale ale TV Moldova1, propuse în Caietul de Sarcini 2016, în mare parte, au fost îndeplinite.

Anul 2016 a fost, în primul rând, marcat de aniversarea a 25-a de la declararea Independenței Republicii Moldova. Subdiviziunea Emisiuni Politice, Economice și Sociale, în paralel cu reportajele realizate la aceasta temă în cadrul proiectelor stabile în grila de emisie a TV Moldova-1, a inițiat câteva proiecte inedite. Este vorba de Campania cu genericul „Augustul Libertății Noastre”, "Republica Moldova. Dimensiunea Diplomatică", protagonistii cărora au fost șefii ai Misiunilor Diplomatice acreditate la Chisinau, „URSS: de la putere la colaps”. Pe ambele posturi TV au fost reflectate toate evenimentele organizate cu ocazia a 25 de ani de independență, au fost realizate și difuzate mai multe emisiuni proprii dedicate Zilei Independenței.

Anul 2016 a fost și un an electoral. TV Moldova 1 a organizat emisiuni de dezbateri electorale, care au avut nu doar o audiență foarte bună, dar și o rezonanță în societate. Rapoartele de monitorizare efectuate de CCA și societatea civilă, au demonstrat odată în plus că TV Moldova 1 își îndeplinește cu responsabilitate și onestitate misiunea de difuzor public, având cele mai corecte și echilibrate știri și emisiuni de dezbateri. În campanie, TV Moldova 1 a inițiat noi parteneriate cu societatea civilă, organizând dezbaterile în parteneriat cu "Promo Lex" și IDIS "Viitorul".

Au fost păstrate, susținute și promovate titlurile consacrate "Cultura azi", "Bună dimineața!", "Bună dimineața de week end", "Cine vine la noi?", "Evantai folcloric", "Tezaur", "Destine de colecție", "O seară în familie", etc. A fost lansat un proiect muzical nou "Soundcheck", proiect unde se cântă doar live, fiind în vizor spectatorul tânăr, pe care râvnim să-l avem ca și spectator fidel. Tot cu acest scop au fost completate echipele emisiunilor "Fii tânăr" și "Magazinul copiilor", astfel că periodicitatea emisiunilor a devenit săptămânală. O altă noutate în grila de emisie este "Dincolo de cifre", o emisiune de analiză economică, noutăți și despre tot ce se "ascunde" în spatele cifrelor.

În 2016 au fost organizate mai multe campanii sociale, două dintre ele culminând cu câte un teledon. "Trăește fără durere", campanie organizată în parteneriat cu Asociația Națională de Tratament Paliativ, a avut menirea de a susține bolnavii incurabili. "În brațele mamei", un alt proiect social, realizat împreună cu Misiunea Socială "Diaconia", a avut scopul să sensibilizeze publicul privind mamele solitare și colectarea fondurilor pentru sprijinirea acestora. Tineretele prezentatoare de la TV Moldova 1 au organizat un eveniment special "Un zâmbet în plus familiei cu 17 copii" la care au adunat fonduri pentru familia Tertiuc. Postul public a fost partener media la numeroase evenimente cu tentă socială: concerte de binefacere, adunare de fonduri, susținerea persoanelor în dificultate, etc.

TV Moldova 1 și Moldova 2 au lansat și campania "Fructele și legumele de acasă". Scopul campaniei este de a promova consumul fructelor și legumelor autohtone. Campania va continua și în anul 2017.

Nr	Obiective editoriale	Volum	%	Realizări	%	Note
1.	Volumul total al emisieii televizate (ore) Volumul de emisie (24 ore x 366 zile), Inclusiv 92 de ore – revizia tehnică	8784 ore	100	8784 ore, inclusiv 92 ore - revizia tehnică	100	
2.	Serviciul de programe (emisiuni)	5939 ore	68,35	5919 ore 45 min.	68,09	
3.	Coraport tematic:					
	a) programe informative (știri)	1220 ore	14,04	1180 ore 05 min.	13,57	
	b) emisiuni tematice, inclusiv programe sportive	5016 ore 692 ore	57,72 7,96	5918 ore 55 min. 436 ore	68,09 5,02	Sport în total 8,19 %
	Jocurile Olimpice			193 ore 15 min.	2,22	
	Fotbal Euro 2016			83 ore	0,95	
	Documentare	350 ore	4,02	493 ore	5,67	Doc+DW, UER ARTE
	Altele (poduse achiziționate, autohtone și străine)	2453 ore	28,23	1801 ore 06 min.	20,72	
4.	Coraport lingvistic (volum de emisie rezervat programelor în limba română și în limbile minorităților naționale)	8014 ore 675 ore	92,23 7,77	7860 ore 55 min. 831 ore 05 min.	90,44 9,56	
5.	Producție proprie	5939 ore	68,35	6782 ore 55 min.	78,04	

6.	Emisiuni noi	350 ore	4,02	97 ore	1,12	Din aprilie a fost lansată emisiunea „Soundcheck”, bilunară, 45 min. Din septembrie a fost lansată emisiunea economică „Dincolo de cifre”, săptămânal, 30 min.
7.	Producție achiziționată de la producătorii autohtoni independenți	184 ore	2,11	39 ore 05 min.	0,45	
8.	Producție achiziționată din țară și de peste hotare	1839 ore	21,17	339 ore 45 min.	3,91	
9.	Schimb de pe programe cu țări străine	430 ore	4,95	1422 ore 16 min.	16,36	
10	Producție în primă difuzare	4046 ore	46,57	3536 ore 46 min.	40,69	
11	Producție în reluare	4643 ore	53,43	5255 ore 14 min.	59,31	
12	Volumul de emisie rezervat spectacolelor produse și achiziționate	104 ore	1,2	185 ore 50 min.	2,14	
13	Completare Fond					Anexa 15.

II. TV MOLDOVA 2

TV MOLDOVA 2 s-a lansat de Ziua mondială a libertății presei, pe 3 mai 2016.

Așa cum misiunea unui post public de televiziune este reflectarea evenimentelor de cultură, viață socială și sport, MOLDOVA 2 s-a asociat cu cele mai importante activități culturale, sociale și sportive, atât din țară cât și de peste hotare. A transmis în direct și în reluare concursuri, concerte și gale. Ceea ce a făcut diferit postul de alte canale TV din țară este numărul impunător de ore de muzică clasică, operă și balet, difuzate pe MOLDOVA 2. Au fost difuzate în direct „Jocurile Olimpice de vară de la RIO”, „Campionatul european de fotbal”, „Campionatul european de baschet pentru țările mici” (un succes incontestabil al postului public), două turnee ITF de tenis și „Campionatul mondial al cluburilor din Japonia”.

Reactualizarea arhivei este unul din obiectivele prioritare ale postului MOLDOVA 2. Datorită arhivei și folosirii reușite a acesteia în grila de emisie, MOLDOVA 2 s-a remarcat în spațiul media din Republica Moldova. Iată titlurile emisiunilor de arhivă: „Singur în fața dragostei”, „Cu noi la teatru”, „De ce plâng chitarele”, „Dor”, „Portrete în timp”, „Artelier”, „Contur”, „Focus”, „Bună seara”, „Legende muzicii”, „Cinemateca Universală” și altele.

TV MOLDOVA 2 a transmis și puternice mesaje sociale prin intermediul unor campanii. Campania „Trăiește fără durere”, lansată pe 18 noiembrie, a sensibilizat publicul larg, dar mai ales autoritățile, despre problemele oamenilor bolnavi incurabili. Au fost prezentate 10 istorii umane și a fost realizat un teledon național care a avut drept scop strângerea de fonduri pentru nevoile persoanelor cu boli incurabile. O altă campanie, la care MOLDOVA 2 este parte, se numește „În brațele mamei, și este dedicată copiilor care au nevoie de grijă părintească. La fel, sunt prezentate poveștile mai multor copii și mame.

O altă reușită a postului este stabilirea unor parteneriate internaționale cu televiziuni și instituții media din străinătate. Colaborarea cu DW are ca rezultat difuzarea zilnică, de luni până vineri, a emisiunii „DW Novosti” și difuzarea săptămânală a programului „Nemțova Interviu”. Parteneriatul cu „Europa Liberă” și „Current Time” a adus pe ecrane ciclul de documentare „Rossia i ya”.

În urma colaborării cu TVR Iași pe MOLDOVA 2 a fost difuzat în exclusivitate ciclul de documentare „Necunoscuții de lângă noi”.

TV MOLDOVA 2 a difuzat 313 ore de emisie originală, adică mai mult de o oră pe zi, 2409 de ore de arhivă și 2494 de ore de preluări de la TV Moldova 1.

Pentru 2017 emisia originală urmează să crească până peste 2 ore pe zi.

Raportul narativ al subdiviziunilor TV Moldova 1, datele despre volumele de emisie, emisia în prima difuzare, coraportul tematic, lingvistic, producția proprie, emisiunile noi și cele achiziționate de la producătorii independenți, producția achiziționată din țară și de peste hotare, schimbul de programe cu țările străine, producția în primă difuzare și în reluare, volumul de emisie rezervat spectacolelor de teatru, informația cu privire la completarea Fondului, audiența TV Moldova 1 pentru anul 2016 se regăsesc în Anexe.

II. RADIO MOLDOVA

Politica editorială:

- 26304,2 de ore de emisie pe cele trei canale radio: RMA, RMM, RMT;
- 1808,5 ore de știri și programe informative;
- 80 de ediții speciale despre evenimentele de o importanță deosebită pentru societate;
- 7 zile speciale de emisie, în direct (Crăciunul pe stil vechi, Alegerile Prezidențiale, tururile I și II, Ziua Independenței, Ziua Radio Moldova – 86 de ani, Crăciunul pe stil nou, Ajunul Anului Nou);
- 6 spectacole radiofonice difuzate în premieră la postul public; 2 montate la Radio Moldova, 5 spectacole înregistrate la teatrele din Chișinău și Bălți;
- 170 de transmisiuni la RMA, RMM și RMT, dintre care 90 de transmisiuni din sălile de concert (alte 77 de spectacole muzicale au fost înregistrate, difuzate și transmise în fond).
- 4 campanii sociale de ajutorare a unor persoane din pătri sociale vulnerabile.
- 4 emisiuni noi – „Prin ani cu teatrul radiofonic”, „Live cu Cezara”, „Rapsodul neamului” și „Voie bună la cei mici”.

2016 a fost un an de responsabilitate maximă pentru postul public, ținând cont de desfășurarea, după o pauză de 20 de ani, a Alegerilor Președintelui Republicii Moldova, prin vot direct. În anul 2016 au avut loc și multe acțiuni de protest.

- Radio Moldova a reflectat corect campania electorală, nu au existat obiecții din partea concurenților, CEC, CCA, a societății civile și a observatorilor naționali și internaționali;
- Acțiunile de protest au fost reflectate atât în știri și ediții speciale, cât și în emisiuni de dezbateri, respectându-se pluralismul de opinii;
- În cadrul emisiunilor RMA au avut acces la microfon atât forțele politice aflate la guvernare, cât și opoziția parlamentară și cea extraparlamentară, precum și societatea civilă;

În 2016 au fost organizate 30 de evenimente cu participarea publicului:

- 12 radioabonamente „Prietenii muzicii” la Casa Radio, cu participarea unor artiști din Republica Moldova, dar și de peste hotare: Crispin Ward (Marea Britanie) și Cery Ceung (Australia). Un rol important în promovarea artei populare au avut Radioabonamentele la care au participat colectivele muzicale de amatori;
- 3 întâlniri cu radioascultătorii, având genericul „Radio Moldova - 86 de ani”, organizate în lunile octombrie-decembrie în or. Soroca, în s. Caplani, r-nul Stefan Voda și în s. Molovata Nouă, r-nul

Dubăsari. Angajații Redacției Dezbateri, împreună cu interpreți bine cunoscuți din Republica Moldova, au mers la aceste întâlniri pentru a discuta cu ascultătorii, pentru a colecta sugestii pentru îmbunătățirea programului radio, și, nu în ultimul rând, pentru a promova emisiunile RMA;

- 2 emisiuni „Clubul de presă al copiilor”;
- 4 concursuri de creație a tinerii generații “Ars Adolescentina”, peste 900 de participanți;
- 9 emisiuni „Blugi versus cravete” cu participarea tinerilor.

Colaborarea internațională a avut mai multe aspecte:

- 40 de duplexuri Chișinău-București, Radio Moldova – Radio România Actualități;
- 3 duplexuri Chișinău-Kiev, Radio Moldova – Radio Ucraina;
- 417 înregistrări preluate de la UERT și 20 înregistrări oferite UERT;
- Orchestra Simfonică a Companiei a susținut un turneu în China, în cadrul căruia a avut 10 concerte, și un turneu în Coreea de Sud – 12 concerte

Departamentul Patrimoniu a continuat munca importantă de digitalizare și salvare a Fondului audio.

• Fondul muzical. În 2016 au fost digitalizate 11176 unități (1804 ore), 12,5 % din total. Digitalizat total la finele anului – 59,1 % de unități.

• Fond vorbit. În 2016 – 4604 de unități (1896 ore), 13,4 % din total. Digitalizat total – 73,3 % de unități.

• Digitalizat total (fond vorbit și fond muzical) – 73267 de unități, 59,3 %.

Completarea Fondului Radio s-a făcut permanent, fiind predate peste 1043 de ore de înregistrări, cu depășire față de ceea ce a fost planificat (înregistrări din sălile de concert, spectacole, etc).

A contribuit la crearea și valorificarea patrimoniului nostru cultural și Orchestra Simfonică a Companiei.

În anul 2016 emisiunea Radio Moldova Tineret „Fierbinte Show” a început să fie difuzată și pe canalul Radio Moldova, asigurând astfel accesul tinerilor din întreaga țară la un produs mediatic adresat acestei categorii de vârstă.

Din lipsa de mijloace financiare, nu a putut fi lansat canalul Radio Moldova Copii on-line.

Radio Moldova Actualități

nr	Obiective editoriale	Volum	%	Activități	Realizare ore	Note
1.	Volumul total al emisiiei radiofonice (ore)	8736,2 ore	100%		8736,2 ore (100%)	
	Servicii de programe (emisiuni)			În Anexe	În Anexe	
	Coraport tematic:					Volumele de știri și programe informative includ:
	a) programe informative / știri	1803,6 ore	20,6%		1808,55 (20,7%)	17 % - știri proprii
	b) programe tematice	6270,6 ore	71,8%		6498,05 (74,5%)	1,3 % programe informative / ediții speciale
	c) programe sportive	254,1 ore	2,9%		250,6 (2,9%)	1,5% - programe informative preluate
	d) documentare	26 ore	0,3%		26 ore (0,3%)	0,9 % - subiecte de actualitate realizate de reporterii zonali
	e) altele	382 ore	4,4%		390 (4,46%)	
2.	Coraport lingvistic (volum de emisie) rezervat programelor în: limba română și în limbile minorităților	7970,3 ore (ro.)	91,3%		7966,8 (91,2%)	Suplimentar au fost realizate 5 ediții

	naționale); alte limbi	765,1 ore	8,7%		769,4 (8,8%)	„ABC electoral” în limba rusă
3.	Producție proprie	8255,8 ore	94,5%		8255,8(94,5%)	
4.	Emisiuni și rubrici noi	183,5 ore	2,1 %	În Anexe	192,5 (2,2%)	
5.	Producție obținută de la producătorii independenți (în anexe – date despre producție, coproducție, donație, preluare)	480,6 ore	5,5%	În Anexe	479,1(5,5%)	
6.	Producție muzicală achiziționată/obținută din țară și de peste hotare	265	3,4%	În Anexe	365,6 (4,1%)	
7.	Schimb de programe cu țări străine	297 ore	3,4%	În Anexe	390,2 (4,7%)	
8.	Producție în primă difuzare	4927,33 ore	56,4%		4927,2 (56,4)	
9.	Producție în reluare	3803,03 ore	43,6%		3809 (43,6)	
1 0.	Campanii sociale	4 ore		În Anexe	4	
1 1.	Transmisiuni	154 ore	1,8%	În Anexe	158 (1,8%)	
1 2.	Volumul de emisie rezervat spectacolelor produse, achiziționate, obținute prin acorduri de colaborare	5,3 ore	0,05%	În Anexe	6,84 (0,08%) în premieră la Radio Moldova și 130,2 ore din fondurile radio	
1 3	Înregistrări fond Completare Fond	594ore	6,8 %	În Anexe	1043,5 (11,9%)	

Notă: Alte date cu privire la emisiunile realizate și cele din Fond - programele noi, producția media achiziționată de la producătorii independenți, emisiunile muzicale obținute prin schimb de programe cu țările-membre ale UERT, proiectele sociale, spectacolele în premieră, programele depuse în Fond, înregistrările realizate de colectivele muzicale ale instituției, lista transmisiunilor, volumul emisiunilor din Fond trecute în format digital, training-urile, deplasările jurnaliștilor noștri peste hotare ș.a. se regăsesc în Anexele RMA.

Radio Moldova Tineret

Politici editoriale

În 2016, Radio Moldova Tineret și-a urmat politica editorială stabilită în anii precedenți de activitate, oferind o oglindire echidistantă și echilibrată a activităților din mai multe domenii, cu accent pe tineri. Prin emisiunile și subiectele realizate, RMT a încurajat ascultătorii tineri să-și formeze opinii proprii într-un mod liber, astfel încât să se audă distinct vocile tinerilor, inclusiv în elaborarea și implementarea politicilor de tineret. În programele sale, Radio Moldova Tineret a promovat valorile general-umane, europene și naționale, toleranța, cultura dialogului, inițiativele și experiențele pozitive din mediul tinerilor, ideile relevante din circuitul național și internațional și a contribuit la stimularea activismului civic și gândirea critică în mediul tinerilor. În perioada raportată, RMT s-a implicat activ în diseminarea informației privind desfășurarea activităților organizate de ONG-urile naționale și internaționale, în prezentarea istoriilor de

succes ale tinerilor din Republica Moldova, în reflectarea evenimentelor de interes pentru tineri, într-un mod imparțial și echidistant.

Nr.	Obiective editoriale RMT	Volum/ ore	%	Activități	Realizare	Derogare	Note
2.1	Volum total emisie radiofonică (ore)	8784	100 %		realizat		
2.2	Servicii de programe (emisiuni)	8784	100 %	În Anexe	realizat		
2.3	Coraport tematic: a) programe informative (știri) b) emisiuni tematice c) programe sportive d) documentare e) altele	325 5786,97 143,7 17,33 2511	3,7% 65,9% 1,63% 0,19% 28,58%		Realizat (cu modificări)	a) programe informative - 174 ore - 1,9% b) 5937,97 ore - 67,59%	
2.4	Coraport lingvistic (volum de emisie rezervat programelor în limba română și în limbile minorităților naționale): - română - alte limbi	8784	100%		Realizat		
2.5	Producție proprie	8784 ore	100 %		Realizat		
2.6	Emisiuni noi	370,98	4,22%	În Anexe	Nu au fost realizate		
2.7	Producție achiziționată de la producătorii independenți (în anexe date despre producție, coproducție, donație).	- -					
2.8	Producție muzicală achiziționată din țară și de peste hotare	-					
2.9	Schimb de programe cu țări străine	-					
2.10	Producție în primă difuzare (în anexe - date despre difuzarea primară a producției proprii și a celei achiziționate)	5234	59,59 %		Realizat		
2.11	Producție în reluare (în anexe - date despre difuzarea în reluare a producției proprii și a celei achiziționate)	3550	40,41%		Realizat		

2.12	Campanii sociale	15,35	0,17%	În Anexe	Realizat (cu modificări)		
2.13	Transmisiuni	43,67	0,50%	În Anexe	realizat		
2.14	Volumul de emisie rezervat spectacolelor produse și achiziționate	-	-				
2.15	Înregistrări fond Completare Fond	40,17	0,46%	În Anexe	realizat		
2.16	Proiecte speciale	96,5	1,1%	În Anexe	realizat		

NOTĂ: Raportul narativ, datele cu privire la lista emisiunilor programele noi, campaniile sociale, transmisiunile, înregistrările depuse în Fond, proiectele speciale, acoperirea teritorială, monitorizările externe etc. pot fi găsite în Anexe la Raport 2016.

III. Radio Moldova Muzical Serviciul de Programe

Nr.	Obiective editoriale	Volum (ore)	%	Acti vități	Realizare	Dero gare	Note
2.1	Volumul total al emisiiei radiofonice (ore)	8784	100%		8784 100%		
2.2	Servicii de programe (emisiuni)	8784	100%		8784 100%		
2.3	Coraport tematic: a) programe informative (știri) b) programe tematice c) programe sportive d) documentare e) altele (promo)	- 8723 - - 61	- 99,3 - - 0,7		 8723 99,3% 61 0,7%		
2.4	Coraport lingvistic (volum de emisie rezervat programelor în limba română și în limbile minorităților naționale)	8784	100		8784 100%		
2.5	Producție proprie	8784	100		8784 100%		
2.6	Emisiuni noi	100	1,1		100 1,1%		
2.7	Producție achiziționată de la producătorii independenți (în anexe date despre producție, coproducție, donație)	-	-				
2.8	Producție muzicală achiziționată din țară și de peste hotare	-	-				
2.9	Schimb de programe cu țări străine	555	6,3		555 6,3%		
2.10	Producție în primă difuzare	3030,48	34,5		3030,48		

	(în anexe date despre difuzarea primară a producției proprii și a celei achiziționate)				34,5%		
2.11	Producție în reluare (în anexe date despre difuzarea în reluare a producției proprii și a celei achiziționate)	5753,52	65,5		5753,52 65,5%		
2.12	Campanii sociale	-	-				
2.13	Transmisiuni	208	2,4		208 2,4%		
2.14	Volumul de emisie rezervat spectacolelor produse și achiziționate	-	-	-			
2.15	Înregistrări fond Completare Fond	240	2,7		304 3,4 %	Depășit	
2.16	Proiecte speciale EUROSONIC 2016		0		ianuarie		Nu a fost realizat din lipsă de bani

NOTĂ: Raportul narativ, datele cu privire la lista emisiunilor, programele noi, transmisiunile, înregistrările depuse în Fond, proiectele speciale pot fi găsite în Anexe la Raport 2016.

III. DEPARTAMENTUL MULTIMEDIA

În anul 2016, departamentul a continuat îmbunătățirea calității produselor informaționale plasate pe portalul oficial al TRM prin diversificarea tematicii editoriale, prin utilizarea transmisiunilor în direct de la evenimente, prin promovarea, împreună cu TV Moldova 1 și Radio Moldova, a campaniilor sociale, extinderea platformei on- line cu implicarea publicului.

Nr.	PREVEDERI CAIET DE SARCINI	Volum anual	%	Realizări	%	Note
1.	Volumul anual al materialului multimedia pentru fiecare pagină tematică:					
	- Știri (politic, social, economic, regional, internațional, sport)	cca 8000	100%	8201	depășire 2,5%	
	-Știri Electorale 2016			440	100% realizat	*Nu au fost programate în Caietul de sarcini, în această perioadă s-a muncit în regim intens, în zilele când au fost desfășurate alegerile prezidențiale, au fost realizate cca 40 de știri zilnic.

	-Cronica Independenței Republicii Moldova			60	100% realizat	*Campanie M1 și Radio Moldova, totodată echipa trm.md a realizat o serie de materiale proprii.
	-Știri Eurovision 2016			cca 100	100% realizat	*Pe lângă știri au fost realizate mai multe galerii foto, dar și s-a diseminat toată informația pe rețele sociale, organizându-se și concursuri, cu premii de la sponsorii evenimentului.
	Emisiuni TV arhivate	cca 3500	100%	4745	depășire 35%	
	Fișiere video arhivate (video reportaje)	cca 3200	100%	5840	depășire 82,5%	
	Emisiuni RD arhivate	cca 7100	100%	7006	98% realizat	
	Fișiere RD arhivate (audio reportaje)	cca 1500	100%	2190	depășire 46%	
	Promo TV	300	100%	510	depășire 70%	
	Promo RD	400	100%	289	72,2% realizat	
	- Digest/Diaspora (sănătate, monden, vacanțe, inedit, carieră, afiș/moldovenii în lume, istorii de succes, burse și joburi)	1050	100%	983	93% realizat	*Știri realizate, preponderent, din emisiunile Moldova 1 (Cine vine la noi; Bună dimineața, Moldovenii în lume)
2.	Volumul materialelor traduse anual:					
	în engleză	cca 5200	100%	5229	realizat 100%	
	în rusă:	cca 5200	100%	4903	realizat 92%	
3.	Campanii sociale proprii sau organizate împreună cu TV Moldova 1 și Radio Moldova/Evenimente speciale			Realizat	100%	-Prezidențiale 2016; -Eurovision 2016; -EURO 2016; -FIBA 2016; -ITF 2016; -Rio 2016; -RM la 25 de ani de Independență; -Campanie de Anul Nou; -Campanie de Paști (Oamenii care aduc învierea);

						<ul style="list-style-type: none"> -Fructele și legumele de acasă; -Telemaraton „În brațele mamei”; - Teledor național; -Oamenii televiziunii; -Ziua Europei; - Gala Premiilor Tineretului; - Cu (Minte) la BAC; -Gala Teatrului radiofonic.
4.	Numărul de vizite pe site:			Realizat	100%	Peste 4,5 milioane de afișări, cca un milion de vizitatori unici și cca două milioane de sesiuni. Aproape toți acești utilizatori sunt noi (50,6), care au accesat pentru prima dată trm.md. A crescut până la 2,6 minute durata medie a sesiunii pe pagină, fapt ce înseamnă că produsele multimedia rețin pentru mai mult timp utilizatorii pe trm.md.

Totodată, au fost prelucrate peste 8500 de fotografii pentru știri și pentru galerii foto, dar și banere, au fost plasate cca 136 hotărâri CO, 38 procese verbale, anunțuri ședințe CO, anunțuri achiziții, comunicate de presă, Regulamente interne, Declarații privind campania electorală.

În ceea ce ține de prezența pe rețelele sociale, numărul celor care urmăresc prezența TRM pe Facebook, Twitter, Odnoklasniki a crescut. În special s-a atestat o prezență în timpul campaniei prezidențialelor, protestelor, Eurovision 2016, Eurovision 2017 (înregistrarea a început din decembrie 2016), dar și a Jocurilor Olimpice de la Rio. S-au organizat concursuri pe rețelele sociale, cu premii de la UNITE și Moldincombank – în perioada Eurovisionului 2016, dar și cu premii de la Rogob, în timpul JO de la Rio 2016, fapt ce a contribuit și la majorarea numărului de urmăritori pe rețelele sociale cu cca 30 la sută, în comparație cu 2015.

Menționăm că și în prezent se impune necesitatea achiziționării unui server de backup, din lipsa acestuia arhiva trm.md pe parcursul lunilor octombrie, noiembrie și decembrie (parțial) a fost pierdută definitiv, iar trm.md nu a fost accesibil mai multe săptămâni, fapt ce a cauzat reducerea numărului de vizitatori.

IV. ACTIVITATEA ECONOMICO-FINANCIARĂ ÎN ANUL 2016

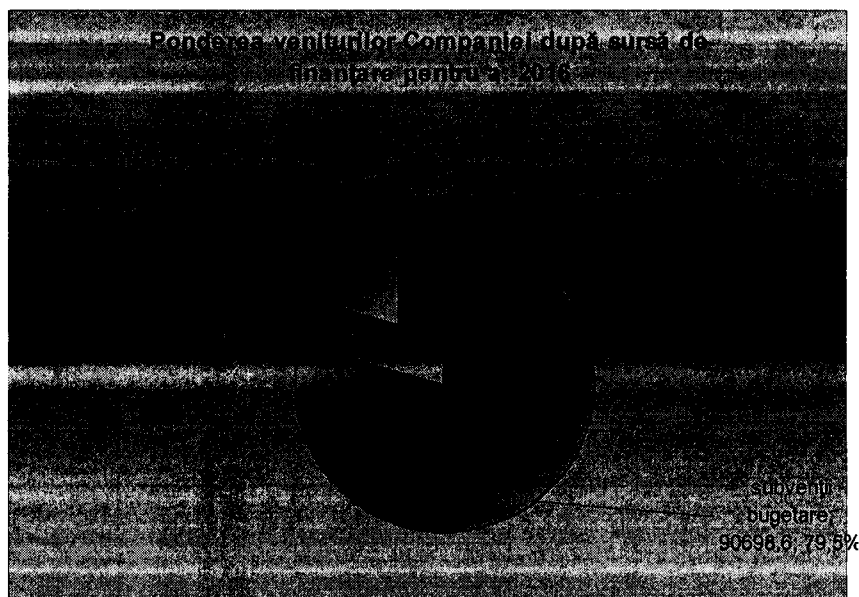
Venituri

Pe parcursul anului 2016 Compania și-a desfășurat activitatea economico-financiară în conformitate cu prevederile Caietului de sarcini, Legii bugetului de Stat pe anul 2017.

Veniturile Companiei au fost acumulate în sumă de **114081,8 mii lei**, ceea ce constituie 101,7% față de prevederile anuale sau cu 1936,3 mii lei mai mult față de indicatorii planificați. Mijloacele

financiare alocate din bugetul de stat constituie 79,5 la sută sau în expresie valorică 90698,6 mii lei și respectiv 20,5 la sută revine celor comerciale, ce constituie 23383,2 mii lei.

Tipuri de venituri	Planificat 2016	Ponderea, %	Executat 2016	Ponderea, %	Devieri	Realizarea planului (%)
subvenții bugetare	90698,6	80,9	90698,6	79,5	0	100,0
venituri proprii	21446,9	19,1	23383,2	20,5	1936,3	109,0
În total	112145,5	100	114081,8	100	1936,3	101,7



Mijloacele financiare din bugetul de stat au fost alocate și utilizate în volum deplin.

Cu referire la veniturile comerciale menționăm că au fost acumulate 23383,2 mii lei. Realizarea planului constituie 109 % sau cu 1936,3 mii lei mai mult față de indicatorul planificat (plan 21446,9 mii lei).

Tipuri de venituri	planificat pe an	efectiv pe an	Realizarea planului (%)
Total venituri, inclusiv	21 446,9	23 383,2	109%
publicitate	8 062,7	8 681,1	108%
publicitate Eurovision	1 146,8	1 136,0	99%
publicitate Jocurile Olimpice	70,7	70,7	100%
publicitate Fotbal	3 074,4	3 074,4	100%
colaborare	2 992,6	3 250,6	109%
sponsorat	21,6	44,7	207%
arenda curentă	534,2	534,2	100%
felicitări	123,8	124,3	100%
UERT	393,8	478,4	121%
alte venituri	2 423,3	3 067,5	127%
venituri din amortizarea clădirilor	2 541,6	2 541,6	100%
venituri sub forma activelor intrate cu titlu gratuit	61,4	379,7	618%

Pentru toate tipurile de venituri s-au înregistrat depășiri ale cotelor planificate, cu excepția veniturilor din prestarea serviciilor de publicitate Eurovision Song Contest (ESC) – 99 la sută.

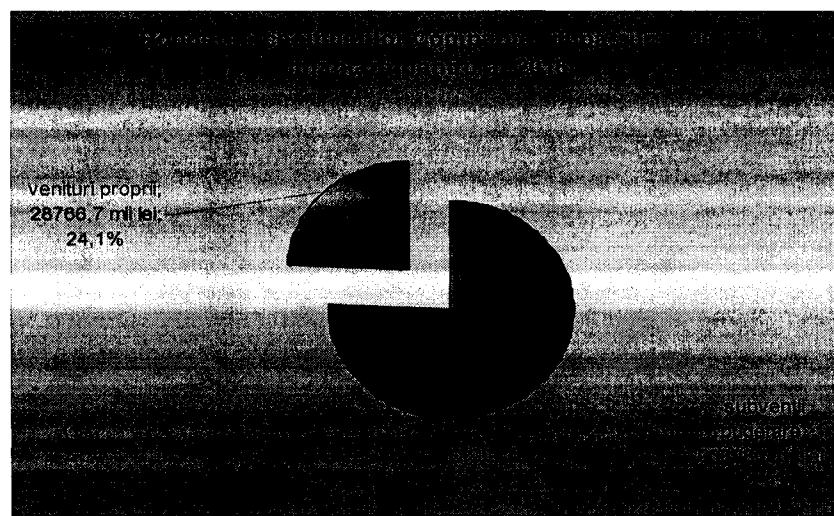
Supraîndeplinirea planului anual pentru veniturile sub forma activelor întrate cu titlu gratuit cu 518 la sută se datorează faptului că în lunile noiembrie și decembrie au fost luate la evidența contabilă piesele de schimb oferite de Uniunea Europeană de Radio și Televiziune (în continuare UERT) pentru stația terestră Satelit în sumă de 318,3 mii lei. Veniturile din sponsorat au depășit planul stabilit cu 107 la sută datorită sponsorizării emisiunilor radiofonice și televizate, iar alte venituri au înregistrat o creștere cu 27 la sută, în rezultatul luării la evidența contabilă a lucrărilor radiofonice predate în fond în sumă de 931,7 mii lei. Depășirea planului anual pentru veniturile de la UERT cu 21 la sută se argumentează prin rambursarea sumei de 74,4 mii lei (3736 CHF) pentru procedurile vamale ale echipamentului electronic în luna noiembrie și încasarea sumei de 10,5 mii lei în luna decembrie ca venituri de la difuzarea Concursului Internațional ESC 2016. Pentru veniturile din prestarea serviciilor de publicitate și colaborare creșterile sunt de 8 și 9 la sută respectiv. Celelalte venituri au atins 100% de realizare a planului anual.

Structura cheltuielilor efective și executarea bugetului

Pentru anul 2016, cheltuielile efective ale Companiei au constituit în total suma de 119465,3 mii lei, inclusiv din subvenții bugetare au fost efectuate cheltuieli în sumă de 90698,6 mii lei, conform planului aprobat, iar din veniturile comerciale în sumă de 28766,7 mii lei, ce este cu 34,1 % sau cu 7319,8 mii lei mai mult față de cheltuielile planificate, ce se explică prin calcularea uzurii mijloacelor fixe .

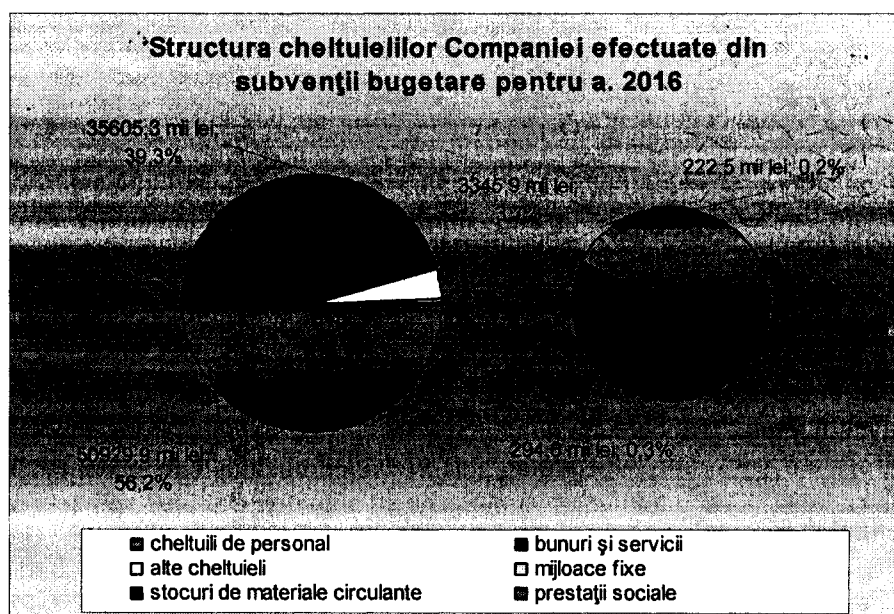
Tipuri de venituri	Planificat 2016	Ponderea, %	Executat 2016	Ponderea, %	Devieri	Realizarea planului (%)
Subvenții bugetare	90698,6	80,9	90698,6	75,9	-	100,0
Venituri proprii	21446,9	19,1	28766,7	24,1	7319,8	134,1
În total	112145,5	100,0	119465,3	100,0	7319,8	106,5

Ponderea cheltuielilor efectuate din subvenții bugetare constituie 75,9 %, iar celor din venituri comerciale – 24,1 %.



Ponderea majoră în totalul cheltuielilor efectuate din subvenții bugetare revine cheltuielilor de personal 56,2%, ce reprezintă în expresie valorică 50929,9 mii lei. Pentru bunuri și servicii au fost direcționate 39,3 % din subvențiile bugetare sau 35605,3 mii lei, dintre care 28503,7 mii lei au fost utilizate pentru serviciile de televiziune și radiodifuziune acordate de către I.S."Radiocomunicații". Consumul energiei electrice și termice în anul de raportare au atins valori de 3063,7 mii lei și 3346,7 mii lei.

lei respectiv. Menționăm că în rezultatul majorării tarifelor pentru energia termică din luna octombrie, cheltuielile pentru aceste servicii au depășit planul aprobat cu 211,5 mii lei.



Pentru prestațiile sociale au fost utilizate 222,5 mii lei față de 260,6 mii lei planificate, cu 38,1 mii lei mai puțin. În componență altor cheltuieli, care au însumat valori de 3345,9 mii lei au fost incluse și cotizațiile în organizațiile internaționale în sumă de 3286,0 mii lei.

Din categoria „Mijloacelor fixe” fac parte cheltuielile pentru achiziționarea drepturilor de difuzare a filmelor de diferit gen (active nemateriale) în sumă de 300,4 mii lei, care au fost efectuate conform planului aprobat.

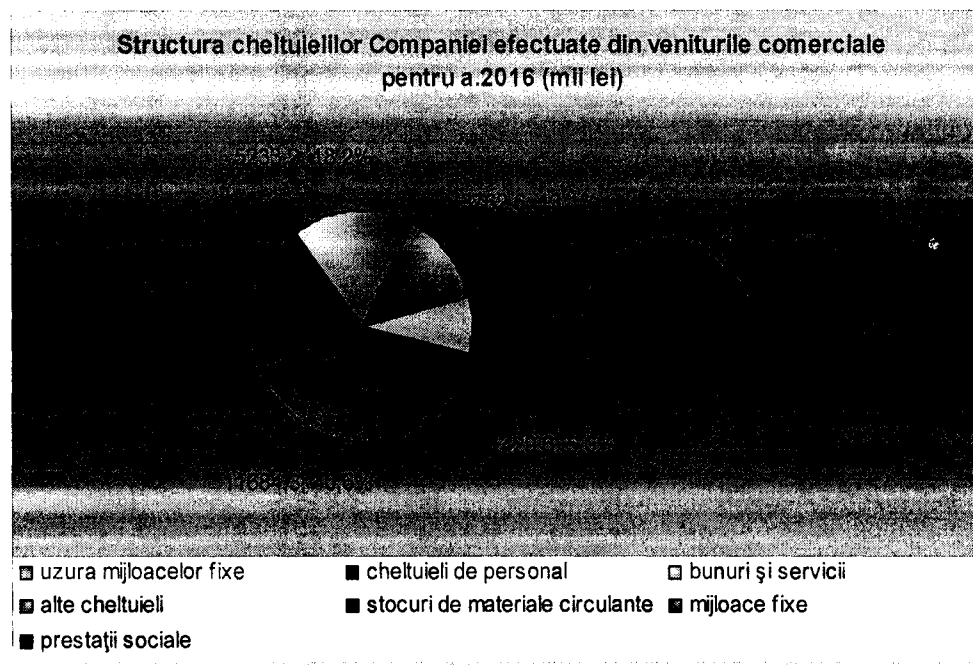
Pentru procurarea combustibilului, carburanților și lubrifianților s-au folosit 294,6 mii lei, cu respectarea indicatorilor planificați.

Denumirea indicatorilor	Plan	Cheltuieli efective	mii lei	
			Economie "-", "suprachelt." +"	% îndeplinirii planului
Cheltuieli recurente	90698,6	90698,6	0,0	100%
CHELTUIELI DE PERSONAL	50992,3	50929,9	-62,4	100%
<i>Remunerarea muncii</i>	<i>40007,5</i>	<i>39958,6</i>	<i>-48,9</i>	<i>100%</i>
Salariul de bază	36102,3	36028,2	-74,1	100%
Sporuri și suplimente la salariul de bază	2617,1	2591,4	-25,7	99%
Remunerarea muncii temporare	1288,1	1339,0	50,9	104%
<i>Contribuții de asigurări sociale de stat obligatorii</i>	<i>9187,3</i>	<i>9176,0</i>	<i>-11,3</i>	<i>100%</i>
<i>Prime de asigurare obligatorie de asistență medicală</i>	<i>1797,5</i>	<i>1795,3</i>	<i>-2,2</i>	<i>100%</i>
BUNURI ȘI SERVICII	35504,6	35605,3	100,7	100%
Energie electrică	3157,5	3063,7	-93,8	97%
Energie termică	3135,2	3346,7	211,5	107%
Servicii de locațiune	28503,7	28503,7	0,0	100%
Servicii de pază	708,2	691,2	-17,0	98%
PRESTAȚII SOCIALE	260,6	222,5	-38,1	85%

Alte prestații sociale ale angajatorilor	260,6	222,5	-38,1	85%
ALTE CHELTUIELI	3346,0	3345,9	-0,1	100%
Cotizații în organizațiile internaționale	3286,0	3286,0	0,0	100%
Alte cheltuieli curente	60,0	59,9	-0,1	100%
MIJLOACE FIXE	300,4	300,4	0,0	100%
Procurarea activelor nemateriale	300,4	300,4	0,0	100%
STOCURI DE MATERIALE CIRCULANTE	294,7	294,6	-0,1	100%
Procurarea combustibilului, carburanților și lubrifianților	294,7	294,6	-0,1	100%

Mijloace financiare acumulate din veniturile comerciale au fost destinate pentru acoperirea cheltuielilor care n-au fost asigurate din subvențiile bugetare: pentru cheltuielile de personal - 20,2 la sută sau în sumă de 5802,2 mii lei, pentru bunuri și servicii - 18,2 la sută (5233,2 mii lei), pentru cotizațiile în organizațiile internaționale și alte cheltuieli curente - 13,1 la sută (3762,6 mii lei), pentru procurarea drepturilor de difuzare a filmelor de diferit gen (active nemateriale) și uneltelor și sculelor, inventarul de producere și gospodăresc - 3,0 la sută sau 851,6 mii lei. Cheltuielile atribuite la compartimentul „Stocuri de materiale circulante” au însumat valori de 1429,6 mii lei sau 5,0 la sută din totalul cheltuielilor și au fost direcționate pentru procurarea combustibilului, pieselor de schimb, produselor alimentare, medicamentelor, materialelor de uz gospodăresc și rechizitelor de birou, materialelor de construcție, îmbrăcămintei și încălțămintei speciale, altor materiale.

Ponderea cea mai mare din totalul cheltuielilor efectuate din veniturile comerciale revine uzurii mijloacelor fixe și activelor nemateriale - 40,6 la sută, în expresie valorică însumând 11684,3 mii lei.



Denumirea indicatorilor	Plan	Cheltuieli efective	Economie "-", suprachelt "+"	% îndeplinirii planului
Cheltuieli recurente	21446,9	28766,7	7319,8	134,1%

CHELTUIELI DE PERSONAL	6411,7	5802,2	-609,5	90%
Remunerarea muncii	5032,1	4552,6	-479,5	90%
Salariul de bază	615,4	606,1	-9,3	98%
Sporuri și suplimente la salariul de bază	2004,7	1861,5	-143,2	93%
Ajutor material	15,6	14,9	-0,7	96%
Premieri	1082,0	938,7	-143,3	87%
Remunerarea muncii temporare	1314,4	1131,4	-183,0	86%
Contribuții de asigurări sociale de stat obligatorii	1153,8	1045,4	-108,4	91%
Prime de asigurare obligatorie de asistență medicală	225,8	204,2	-21,6	90%
BUNURI ȘI SERVICII	5899,2	5233,2	-666,0	89%
Energie electrică	9,0	3,7	-5,3	41%
Energie termică	677,8	774,3	96,5	114%
Apa și canalizarea	184,5	117,8	-66,7	64%
Alte servicii comunale	35,7	21,7	-14,0	61%
Servicii informaționale	127,4	126,5	-0,9	99%
Servicii de telecomunicații	328,3	243,0	-85,3	74%
Servicii de locațiune	1125,4	906,2	-219,2	81%
Servicii de transport	31,9	31,9	0,0	100%
Servicii de reparații curente	557,1	199,3	-357,8	36%
Formare profesională	5,0		-5,0	0%
Deplasări de serviciu în interiorul țării	177,6	109,0	-68,6	61%
Deplasări de serviciu peste hotare	250,7	233,1	-17,6	93%
Servicii editoriale	40,1	40,1	0,0	100%
Servicii de protocol	20,7	48,3	27,6	233%
Servicii de pază	47,1	32,7	-14,4	69%
Servicii bancare	69,6	154,0	84,4	221%
Servicii neatribuite altor aliniate	2211,3	2191,6	-19,7	99%
PRESTAȚII SOCIALE	4,4	3,2	-1,2	73%
Alte prestații sociale ale angajatorilor	4,4	3,2	-1,2	73%
ALTE CHELTUIELI	4142,6	3762,6	-380,0	91%
Cotizații în organizațiile internaționale	3911,3	3538,9	-372,4	90%
Alte cheltuieli curente	231,3	223,7	-7,6	97%
MIJLOACE FIXE	2802,3	851,6	-1950,7	30%
Procurarea mașinilor și utilajelor	1902,4		-1902,4	
Procurarea uneltelor și sculelor, inventarului de producere și gospodăresc	36,1	0,7	-35,4	2%
Procurarea activelor nemateriale	863,8	850,9	-12,9	99%
STOCURI DE MATERIALE CIRCULANTE	2186,7	1429,6	-757,1	65,4%
Procurarea combustibilului, carburanților și lubrifianților	405,6	364,9	-40,7	90%
Procurarea pieselor de schimb	555,2	201,1	-354,1	36,2%
Procurarea produselor alimentare	94,3	108,7	14,4	115%
Procurarea medicamentelor și materialelor sanitare	19,0	3,8	-15,2	20%

Procurarea materialelor de uz gospodăresc și rechizitelor de birou	562,5	464,9	-97,6	83%
Procurarea materialelor de construcție	226,3	180,9	-45,4	80%
Procurarea accesoriilor de pat, îmbrăcăminte, încălțăminte	92,5	61,5	-31,0	66%
Procurarea altor materiale	231,3	43,8	-187,5	19%
Uzura mijloacelor fixe		11622,3	11622,3	
Uzura activelor nemateriale		62,0	62,0	

Cheltuielile recurente totale le-au depășit pe cele prevăzute în plan cu 7319,8 mii lei, ce se explică prin calcularea uzurii a mijloacelor fixe. Totodată menționăm că practic pe toate articole de cheltuieli s-au înregistrat economii, cu excepția articolelor *energie termică*, unde cheltuielile s-au efectuat cu 96,5 mii lei mai mult față de cele planificate în rezultatul majorării tarifelor pentru aceste servicii din luna octombrie, „servicii de protocol” în sumă de 27,6 mii lei, *servicii bancare* în sumă de 84,4 mii lei și *procurarea produselor alimentare* în sumă de 14,4 mii lei. Economii formate pe unele articole (apa și canalizarea, servicii de telecomunicații, procurarea combustibilului, carburanților și lubrifianților ș.a) se justifică prin implementarea măsurilor de optimizare a cheltuielilor, iar pe articolul servicii de locațiune, prestarea serviciului de difuzare M1 în format MPEG-4 SD în sistemul digital terestru de televiziune (multiplex național) din luna noiembrie și nu din luna iulie, precum a fost prevăzut în planul financiar.

Creanțe curente

Creanțele curente constituie suma de 3015394,00 lei:

Indicatori	Sold la 01.01.2016	Sold la 01.01.2017
Creanțe comerciale din țara (servicii de publicitate)	1288821,0	1714028,0
Creanțe comerciale din străinătate.	96715,0	-
Avansuri acordate în țara	7393,0	103899,0
Avansuri acordate în străinătate	-	10518,0
Creanțe ale bugetului	64388,0	65587,0
Creanțe privind recuperare prejudiciului material	184475,0	5317,0
Contribuții individuale calculate	245726,0	206901,0
Alte creanțe ale personalului	8535,0	-
Creanțe privind veniturile din locațiune	605517,0	875862,0
Alte creanțe (privind asigurările sociale, certificat medical calculat)	37729,0	33282,0
Total	2539299,0	3015394,0

Creanțele comerciale ale comanditarilor rezidenți privind prestarea serviciilor de publicitate constituie -1714028,00 lei și s-au format pe parcursul:

anului 2014 - 41744,00 lei,
anului 2015 - 109789,00 lei
lunilor mai – decembrie 2016 - 1562495,00 lei,

Avansurile acordate furnizorilor constituie - 114417,00 lei, inclusiv furnizorilor rezidenți pentru anul 2016 - 103899,00 lei,

dintre care:

-serviciului Vamal, taxa TVA, drepturi de export-import - 28743,00 lei
-SRL VAD (achiziționarea utilajului TV) 47104,50 lei
furnizori nerezidenți - 10518,00 lei

Creanțele privind arenda operațională constituie - 875862,00 lei, inclusiv:

anul 2013- 124405,00 lei,
anul 2014 – 134259,00 lei,

anul 2015 – 199400,00 lei

lunile martie – decembrie 2016 - 417797,00lei

Creanța agentului economic Lagro - In SRL privind locațiunea în sumă 124405,00 lei pentru anul 2013 se află la evidența contabilă, deoarece dosarul este în proces de judecată.

Agenților economici care nu și-au îndeplinit obligațiunile contractuale li s-au expediat reclamații, cereri prealabile, au fost înaintate cereri în instanțele naționale de judecată. Sumele specificate în reclamații prevedeau penalități, dobânzi de întârziere.

Datorii curente

Informația cu privire la datoriile curente pe anul 2016

Indicatori	Cont contabil	Sold la 01.01.2016, lei	Sold la 01.01.2017, lei
Datorii comerciale în țara: p/u bunuri	5211	155459	143124
p/u servicii	5213	6213872	7588699
Datorii comerciale în străinătate	5212	5238385	3457151
Avansuri primite curente în țara (servicii publicitate)	5231	345474	621748
Avansuri primite din străinătate	5232	3468	2332
Alte datorii curente, inclusiv: datorii preliminate privind primele de asigurare medicală	5412	184352	155553
Datorii preliminate (CCA)	5414	36428	57702
Datorii privind arenda	5430	44542	3483
Alte datorii curente calculate	5443	123902	162290
Datorii față de personal (retribuirea muncii)	5311	4215788	3590164
Datorii față de personal privind alte operații	5321	14557	14516
Datorii privind asigurările –fondului social	5331,5332	1466279	937673
- asigurarea medicală	5333	326186	246161
Datorii aferente decontărilor cu bugetul	534	326239	503615
Venituri anticipate curente	5352	-	71111
Total		18694931	17555322

Avansurile comandatarilor privind prestarea serviciilor de publicitate constituie - 624080,00 lei, inclusiv:

rezidenți - 621748,00 lei,

nerezidenți - 2332,00 lei

care s-au format:

anul 2014 – 11003 ,00 lei,

anul 2015 – 48927,00 lei,

lunile iunie-decembrie anul 2016 – 564150,00 lei

Datoriile curente pentru bunuri și servicii prestate de către agenții economici rezidenți constituie 7735306,00 lei, care s-au format :

în anul 2015 - 14518,00 lei și

pe parcurs lunilor septembrie - decembrie 2016 – 7717305,00 lei.

Datoria Companiei privind arenda canalelor și emițătoarelor constituie suma de 5467530,00 lei.
Alte datorii în valoare de 2267776,00 lei includ datoriile:

- pentru servicii comunale	- 1528210,00 lei.
- pentru servicii de pază	- 81035,00 lei.
- pentru servicii de comunicații	- 33013,00 lei.
- bunuri materiale	- 143124,00 lei.
- servicii de locațiune	- 3483,00 lei
- alte servicii	- 478911,00lei.

Datoriile curente pentru serviciile prestate de către agenții economici nerezidenți constituie-
3457151,00 lei:

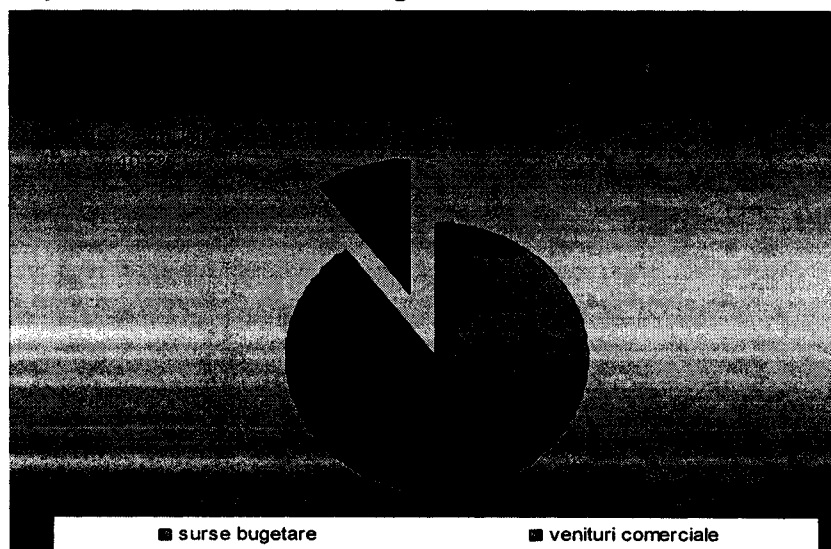
- UERT Elveția	- 3165420,00 lei.
- West Buy SRL	- 12158,00 lei.
- Marcotec România	- 273557,00 lei.
- Lights UP SRL	- 6016,00 lei.

Datoriile pe termen lung

Suma datoriilor pe termen lung la finele anului 2016 constituie 5317,00 lei, inclusiv:- alte venituri
anticipate (recuperarea prejudiciului material) - 5317,00 lei

Analiza sistemului de salarizare

Sistemul de salarizare existent în anul 2016 prevede stabilirea salariilor de funcție pentru personalul Companiei conform nivelelor și treptelor de salarizare, premiarea salariaților, achitarea suplimentelor pentru proiectele comerciale, adausurilor stabilite de legislație pentru condiții nefavorabile și nocturne, plata pentru lucrul efectuat în zile de repaus și cele de sărbătoare nelucrătoare. Afară de aceste plăți sistemul de salarizare include acordarea bonusurilor de performanță și de fidelitate. Aceste plăți sunt prevăzute în Regulamentul privind sistemul de salarizare care a fost aprobat de către Consiliul de Observatori (în continuare CO) prin hotărârea nr. 17 din 29.02.2012, cu modificările ulterioare și Regulamentul privind sistemul de bonusuri, aprobat de CO prin hotărârea nr. 33 din 23 martie 2012, cu modificările ulterioare. Menționăm că Regulamentul determină sistemul de retribuire a muncii salariaților IPNA Compania „Teleradio-Moldova”, aflați în relații de muncă prin angajare în baza contractelor individuale de muncă, cu excepția colectivelor muzicale. Salarizarea colectivelor muzicale în anul 2016 a fost efectuată în baza ordinului președintelui Companiei, Hotărârii Guvernului nr. 381 din 13.04.2006 „Cu privire la condițiile de salarizare a personalului din unitățile bugetare”, pentru personalul artistic din sfera culturii și a altor acte normative în vigoare.

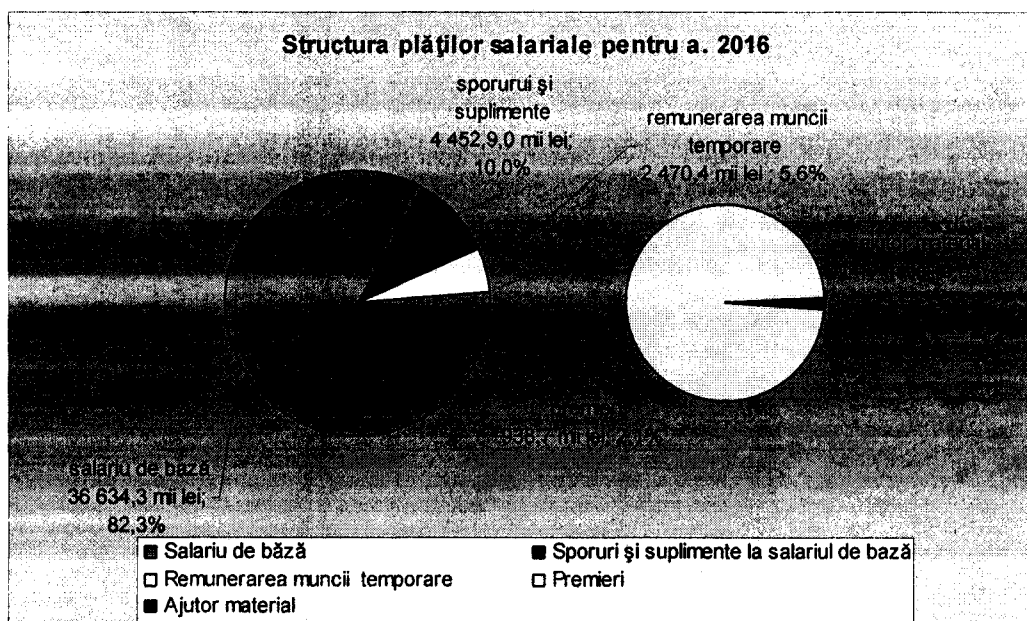


Pentru remunerarea muncii salariaților Companiei în anul 2016 au fost cheltuite 44511,2 mii lei, inclusiv 39958,6 mii lei (89,8 la sută) au fost alocate din bugetul de stat și 4552,6 mii lei (10,2 la sută) din mijloacele comerciale proprii ale Companiei.

Aceste două surse financiare au fost direcționate pentru achitarea salariilor de funcție angajaților Companiei în sumă de 36634,3 mii lei, ce reprezintă 82,3 la sută din volumul total al mijloacelor financiare destinate remunerării muncii, 4452,9 mii lei sau 10,0 la sută pentru acordarea sporurilor și suplimentelor la salariul funcției, 938,7 mii lei sau 2,1 la sută pentru premiile și acordarea bonusurilor de fidelitate. Restul mijloacelor bănești în sumă de 2470,4 mii lei sau 5,6 la sută au fost destinate remunerării muncii temporare conform contractelor individuale de muncă privind îndeplinirea anumitor lucrări, remunerarea membrilor CO și achitărilor onorariului persoanelor în afară statelor de personal.

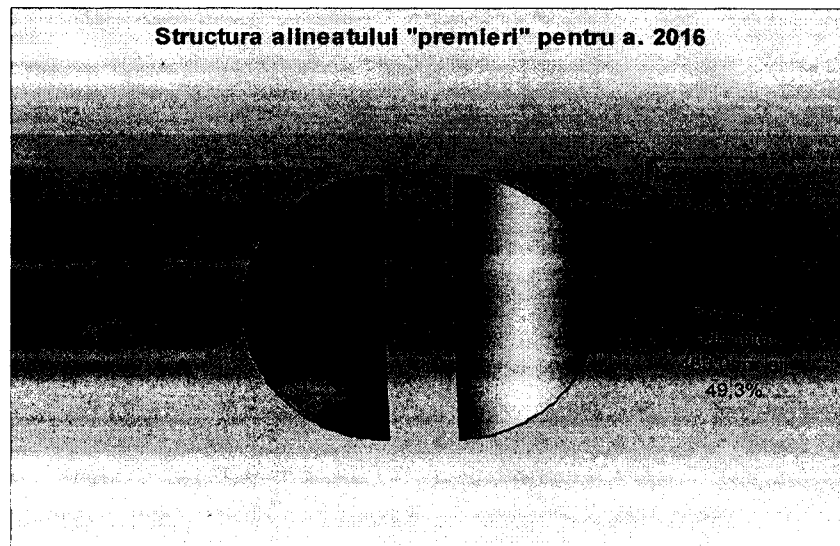
Denumirea	Cheltuieli efective, mii lei	Ponderea, %
Salariul funcției	36634,3	82,3
Sporuri și suplimente la salariul de bază	4452,9	10,0
Ajutor material	14,9	0,03
Premieri, bonusuri	938,7	2,1
Remunerarea muncii temporare	2470,4	5,6
Total:	44 511,2	100,0

Alineatul „sporuri și suplimente la salariul de baza” include plățile pentru cumularea profesii (funcțiilor) și a obligațiilor de muncă ale salariaților temporar absenți, lucrul în zile de repaus și cele de sărbătoare nelucrătoare, orele nocturne, condiții nocive, suplimente acordate conform devizelor de cheltuieli din surse comerciale.



Alineatul „premieri, bonusuri” a însumat achitățile stimulatorii în volum de 938,7 mii lei acordate pe parcursul anului 2016 sub formă de bonus de fidelitate și premii pentru producerea emisiunilor de mare amploare culturală sau politică. Premiile au fost plătite pentru „Revelion 2016”, concursul național „EVS 2016”, Campionatul European de baschet pentru țările mici 2016, realizarea spectacolului radiofonic „Ștefan al treilea Voievod”, transmiterea turneului internațional feminin la tenis ITF Pro Circuit, campania electorală pentru alegerile prezidențiale.

Denumirea	Cheltuieli efective	Pondere, %
<i>Din venituri proprii:</i>		
Premieri, bonusuri, în total	938,7	100,0
inclusiv		
Bonus de fidelitate	463,0	49,3
Premieri	475,7	50,7



În structura achitărilor stimulatoriu cotele fiecărui tip reprezintă segmentele practic egale, 50,7 la sută revine premierii și 49,3 la sută bonusului de fidelitate sau în valori absolute respectiv 475,7 mii lei și 463,0 mii lei.