

RAPORT

**Eficiența emisiunilor
matinale de la Moldova 1**



Introducere

În contextul actual, marcat de dinamici informaționale accelerate și provocări globale tot mai complexe, televiziunea publică își reafirmă rolul strategic în arhitectura democratică. Mai mult decât un furnizor de conținut, aceasta funcționează ca un reper de credibilitate, coeziune și echilibru social. În interiorul acestei misiuni, emisiunile matinale ocupă o poziție distinctă, întrucât ele stabilesc tonul informării zilnice și inițiază relația directă dintre instituția publică și publicul său.

Consumul mediatic al publicului matinal nu se concentrează doar pe divertisment, ci pe validarea realității. Într-o epocă însoțită de fenomenul fake news și de o suprasaturație informațională adesea haotică, emisiunile matinale ale postului public de televiziune M1, în speță „Bună Dimineața” și „Zi de bine” funcționează ca un instrument strategic de reducere a incertitudinii. Emisiunile setează tonul psihologic și agenda de priorități pentru întreaga societate, oferind repere clare și verificate. Acestea acționează ca o „ancoră de stabilitate”, asigurând cetățeanul că, indiferent de evenimentele nocturne, există o sursă credibilă pregătită să ofere ultimile informații.

Intervalul orar **06:55 – 08:55** nu este ales întâmplător. Aceasta este perioada de maximă receptivitate, în care populația se află în faza operațională: pregătirea pentru muncă, școală și luarea deciziilor logistice imediate.



Gestiunea Editorială și Statutul Operativ al Producției

Din perspectiva managementului media, emisiunea „Bună Dimineața” reprezintă unui dintre cele mai ample și complexe eforturi de producție din întreaga grilă a postului Moldova 1. Producția zilnică a celor **120 de minute de emisie în direct** nu reprezintă doar un efort tehnic, ci o responsabilitate editorială semnificativă. Dacă transpunem aceste minute în unități de timp mai mari, obținem o imagine clară a impactului operațional:

- **Săptămânal:** 10 ore de conținut original, produs integral în studiourile televiziunii publice.

- **Lunar:** Aproximativ 43 de ore de program destinat publicului larg, acoperind o diversitate tematică ce atinge toate palierele vieții sociale.
- **Anual:** Peste 500 de ore de emisie, un volum care depășește producția cumulată a multor posturi de televiziune de nișă.

Această prezență constantă în spațiul public impune o coordonare redacțională permanentă. Într-o instituție publică, fiecare minut de emisie trebuie să respecte principiul eficienței resurselor. Densitatea informațională este monitorizată constant pentru a evita timpii morți, asigurându-se că fiecare segment generează valoare adăugată reală vieții cotidiene a telespectatorului. Echipa editorială trebuie să echilibreze nevoia de viteză a știrilor cu rigoarea verificării surselor.

Spre deosebire de formatele preînregistrate, care beneficiază de posibilitatea montajului, emisia în direct este un exercițiu complex. Acesta implică o sinergie perfectă între departamentul editorial și cel tehnic.

Capacitatea de a gestiona imprevizibilul este esențială. Prezenterii și producătorii trebuie să se adapteze instantaneu în cazul în care un invitat întârzie sau dacă o informație de importanță majoră apare chiar în timpul discuției. Această complexitate este dictată de asumarea acurateții și respectului față de telespectator. Actualizarea în timp real a datelor meteo sau de trafic transformă televiziunea într-un partener logistic activ.

Programul reunește zilnic cinci funcții fundamentale pentru bunul mers al comunității:

- **Informarea de ultimă oră:** Conectarea imediată cu evenimentele petrecute pe parcursul nopții(presa la zi, date meteo).
- **Educarea continuă:** Oferirea de conținut care dezvoltă competențe (lingvistice, juridice, economice).
- **Orientarea civică:** Facilitarea dialogului dintre cetățean și instituțiile statului.
- **Prevenția riscurilor:** Difuzarea instrucțiunilor de siguranță publică în timp util.
- **Conectarea comunitară:** Reflectarea succeselor locale și a modelelor de reziliență.

Un beneficiu derivat din durata extinsă a emisiunii (cele două ore de emisie) este posibilitatea de a depăși formatul restrictiv al „titlurilor de știri”. Într-un jurnal de știri clasic, timpul alocat unui subiect este, de regulă, de 1-2 minute, ceea ce permite doar prezentarea faptului brut.

În schimb, „Bună Dimineața” dedică segmente generoase, de **10–15 minute**, explicării fenomenelor din spatele știrilor. Această abordare permite:

- **Explicarea cauzelor:** De ce s-a produs un anumit eveniment sau de ce a fost luată o anumită decizie administrativă.
- **Analiza efectelor:** Cum va fi afectată viața cetățeanului de rând de respectiva noutate.
- **Dialogul multipartit:** Posibilitatea de a pune față în față experți și reprezentanți ai diverselor grupuri pentru a oferi o viziune de ansamblu.

Prin această capacitate de a aprofunda subiectele, televiziunea publică își îndeplinește misiunea de a fi un **interpret al realității**, oferind publicului instrumentele cognitive necesare pentru a contextualiza corect informația, într-o lume în care viteza adesea sacrifică înțelegerea.

Eficiența unui program matinal este determinată de capacitatea echipei de a ordona informații de interes și utilitate telespectatorilor. Procesul de selectare al informațiilor, se bazează pe monitorizarea fluxurilor agențiilor de presă globale și procesarea agendei de actualitate.

Cetățeanul primește sursa primară și oficială de informare, ceea ce este vital pentru asumarea deciziilor.

Relevanța strategică a emisiunii a fost validată în momente de criză majoră, precum dimineața zilei de 24 februarie 2022. Datorită regimului live, „Bună Dimineața” a fost prima emisiune care a anunțat oficial declanșarea conflictului armat regional. În acel

context de incertitudine extremă, promptitudinea echipei a demonstrat rolul vital al televiziunii publice.

Informația a ajuns la public exact în momentul în care acesta se trezea, oferind repere de siguranță imediată. Prin prezentarea echilibrată a faptelor, s-au evitat speculațiile, demonstrând că matinalul funcționează ca un instrument de gestiune emoțională a maselor în momente critice. Această capacitate de a rămâne calm și informativ sub presiune este fundamentul încrederii pe care publicul o acordă postului național.

Structura emisiunii este calibrată matematic pentru a răspunde nevoilor a două categorii distincte de public. Segmentul publicului activ, între orele 07:00 și 08:00, este marcat de informație densă, percutantă și utilitară. Cetățeanul aflat în plin proces de pregătire pentru muncă primește știri, analize meteo, de trafic, tehnice și sinteze ale presei internaționale în pași rapizi.

Al doilea segment, de consolidare și sinteză, se adresează celor care încep ziua mai târziu. Aici, programul nu se repetă mecanic, ci evoluează. Dialogurile sunt extinse, oferind mai multă profunzime și expertiză asupra subiectelor care au circulat pe parcursul dimineții. Această strategie a „orelor exacte” demonstrează o înțelegere matură a consumului media, asigurând accesibilitatea și utilitatea informației pentru toate categoriile sociale, de la elevi la seniori.

Într-o societate aflată în consolidare democratică, limbajul

corect și înțelegerea normelor juridice sunt instrumente de afirmare civică. Emisiunea „Bună Dimineața” acționează ca un manual de alfabetizare continuă, reducând distanța dintre elitele academice/administrative și publicul larg.

Protejarea patrimoniului imaterial începe cu vorbirea corectă. Rubrica dedicată limbii române nu se limitează la corectarea mecanică a greșelilor, ci explică logica din spatele normelor:

- **Diferențierea semantică:** Explicarea confuziilor frecvente între termeni precum *profesionist* (subiectul) vs. *profesional* (activitatea).
- **Adaptarea la modernitate:** Clarificarea dilemelor lexicale contemporane (*milenar* vs. *milennial*, *sistem* vs. *sistemă*).

Prin acest demers, televiziunea publică asigură un standard de calitate lingvistică ce devine model de conduită pentru telespectatori, prevenind degradarea limbajului în spațiul public.

Misiunea de serviciu public se reflectă în efortul de a „traduce” conceptele tehnice ale legii în beneficiul cetățeanului de rând. Sunt explicați termeni esențiali care apar frecvent în discursul oficial, dar sunt adesea neînțeleși:

- **Concepte administrative:** *Avertizor public, sabotaj, advocacy*.
- **Mecanisme economice:** *Preț de referință, rata inflației, subvenționare*.

Înțelegerea acestor noțiuni oferă cetățeanului capacitatea de a-și revendica drepturile și de a-și îndeplini obligațiile într-o manieră conștientă, facilitând o participare civică activă.

Dincolo de informare, matinalul îndeplinește o funcție de protecție civilă. Prin colaborarea constantă cu instituții precum IGSU, INSP și Serviciul 112, emisiunea devine un canal de comunicare tactică. Publicul primește instrucțiuni vitale despre gestionarea crizelor meteorologice, siguranța la domiciliu sau utilizarea responsabilă a numerelor de urgență.

Relevanța unei televiziuni naționale este dată de capacitatea de a reflecta realitatea dincolo de capitală. Prin deplasări constante în teritoriu, „Bună Dimineața” devine vocea comunităților locale. Reportajele despre educație, tradiții autentice și antreprenoriat rural pun în lumină povești de succes care inspiră întreaga țară.

Fie că este vorba despre proiecte de lectură în Soroca, tradiții pascale în Drochia sau inițiative antreprenoriale în Ialoveni, emisiunea promovează reziliența comunitară. Această abordare validează eforturile cetățenilor și le transformă în modele naționale, asigurând o coeziune socială puternică.

Exemplu:

Tematică	Exemple de Impact în Comunitate	Localități Vizate
Educație și Lectură	Proiectul „BookUp”, activitatea educatorului Oleg Revenco, radioul școlar.	Soroca, Trușeni, Ungheni
Tradiții și Identitate	Săniușul comunitar, „Lăsatul Secului”, Festivalul Mărțișor, rețete pascale autentice.	Cetireni, Florițoaia Veche, Drochia, Sărata Veche
Antreprenoriat Rural	Prima cultivatoare de șofran, livezi de migdali, pasiune pentru păsări exotice.	Drăgușeni, Ialoveni

Emisiunea promovează activ reziliența comunitară prin exemple care inspiră:

- **Educație pe tot parcursul vieții:** Povestea Valentinei Naumova (student senior).
- **Echitate socială:** Dialoguri despre drepturile persoanelor cu dizabilități.

- **Coeziune socială:** Activități care unesc generațiile, precum „La sfat cu Bunica” (Budești) sau inițiativele preoților locali care susțin sportul și tradiția.

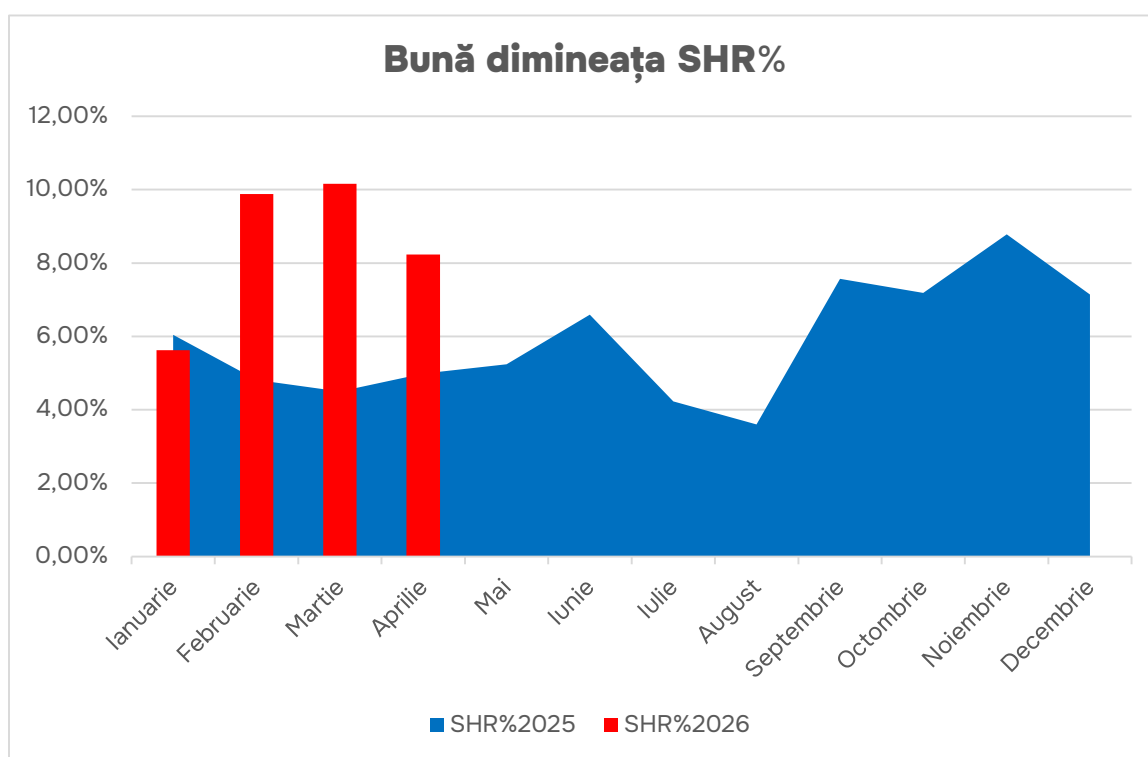
Aceste intervenții pe teren demonstrează că televiziunea publică este un spațiu de incluziune, care nu doar observă, ci participă activ la viața cetății, validând eforturile cetățenilor de rând și transformându-le în modele naționale.

Audiențe

Emisiunea „Bună Dimineața” traversează în prima parte a anului 2025 o perioadă de ajustare, cu o ușoară scădere a indicatorilor de audiență de la începutul anului până în primăvară, urmată de o stabilizare relativă în lunile aprilie–iunie. Se remarcă însă o diminuare accentuată în perioada estivală, când AMR-ul coboară la aproximativ 3.400 de telespectatori, iar cota de piață atinge valorile minime anuale. Această evoluție este în linie cu sezonabilitatea specifică consumului TV, dar evidențiază și necesitatea unor intervenții editoriale.

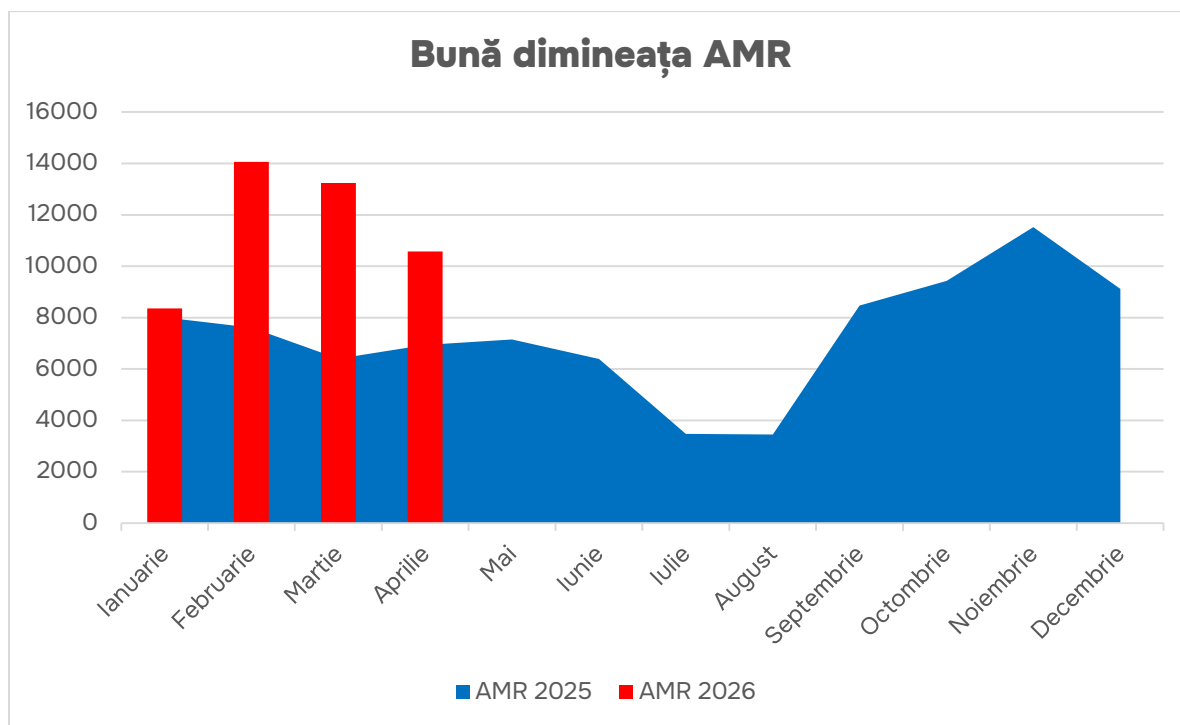
Începând cu luna august 2025, odată cu implementarea unor măsuri de optimizare a conținutului și formatului, dar și îmbunătățirea identității vizuale a emisiunii ca parte componentă a rebrandingului, traiectoria emisiunii se schimbă vizibil. Chiar din septembrie se observă o creștere consistentă a cotei de piață

(7,57%), urmată de o consolidare în lunile de toamnă. Punctul culminant este atins în noiembrie 2025 și, ulterior, în februarie 2026, când emisiunea înregistrează cel mai ridicat nivel din întreg intervalul analizat (SHR 9,88% și AMR peste 14.000), confirmând eficiența intervențiilor realizate.



Perioada începutului de an 2026 menține acest trend pozitiv, chiar dacă după vârful din februarie se observă o ușoară corecție. Cu toate acestea, valorile rămân semnificativ peste cele din prima jumătate a anului 2025, ceea ce indică o re poziționare solidă a emisiunii în preferințele publicului. În ansamblu, „Bună Dimineața” se consolidează ca un pilon stabil al grilei matinale, demonstrând o

capacitate clară de recuperare și creștere în urma măsurilor implementate.



Începând cu august 2025, odată cu implementarea măsurilor de optimizare, emisiunea intră într-un proces accelerat de recuperare. Comparativ cu minimul din august (AMR ~3.448), audiența aproape se triplează până în februarie 2026 (AMR 14.061). Mai mult, raportat la martie 2025 (AMR 6.400), creșterea până în februarie 2026 este de peste 2,2 ori, iar cota de piață urcă de la 4,50% la 9,88%, adică mai mult decât dublu. Aceste evoluții confirmă impactul direct și consistent al măsurilor adoptate.



Videomagazinul „Zi de bine” mizează pe rolul său de „ghid de stil de viață utilitar”, care face trecerea de la știrile de dimineață, la activitățile practice ale zilei. Difuzată de luni până vineri, între 9:15 și 10:00, emisiunea se adresează în special publicului feminin și își propune să ofere sprijin informațional telespectatoarelor și telespectatorilor, prin subiecte actuale și discuții utile din toate sferile ce implică stil de viață. Această emisiune de dimineață a devenit un punct de întâlnire între specialiști și public, cu întrebări necesare și răspunsuri clare. În fiecare ediție încercăm să venim cu informații care pot fi aplicate imediat, dar și cu o stare generală de calm și voie bună, necesare la început de zi.

Într-o perioadă în care suntem bombardați zilnic cu informații

din toate direcțiile, devine tot mai important să dispunem de repere clare și surse în care putem avea încredere. Nu orice informație este utilă, iar de multe ori diferența o face modul în care este explicată și cât de relevantă este pentru viața de zi cu zi. Emisiunea „Zi de bine” apare exact în acest context, ca un spațiu echilibrat, în care informația este selectată, explicată și adusă mai aproape de oameni.

„Zi de bine” nu doar informează, ci instrumentează. În timp ce alte formate prezintă „ce se întâmplă”, această emisiune explică „ce poți face” pentru a-ți îmbunătăți calitatea vieții. Zi de zi sînt aduși în platou experți pentru a aborda teme fundamentale, precum: educație și parenting – sînt oferite resurse concrete pentru părinți, într-o societate în care accesul la sfaturi de specialitate (psihologi, pedagogi) este adesea costisitor. La capitolul sănătate și nutriție se promovează un stil de viață sănătos, concentrat pe aspect de prevenție, sînt demontate mituri frecvent întâlnite pe rețelele sociale și se oferă soluții accesibile pentru o alimentație echilibrată. Se mai regăsesc și sfaturi pentru telespectatori în materie de cum să își gestioneze timpul și spațiul, răspunzând nevoii moderne de eficientizare. Plus valoare ar fi faptul că telespectatorul primește informație verificată de la specialiști certificați sau relevanți temei care este abordată. Este un serviciu public care transformă platforma TV într-o autoritate în domeniul bunăstării personale.

De asemenea, menționăm despre conexiunea culturală și valorizarea personalităților. Prin intermediul persoanelor cu o vastă cunoaștere a istoriei, emisiunea servește drept punte între trecut și prezent, aducând în prim-plan biografii ale unor personalități marcante (în special figuri feminine de succes) și istorii culturale. Rubrica respectivă contribuie la consolidarea identității culturale a publicului, oferind modele de urmat și context istoric într-o formă accesibilă.

Emisiunea se adresează unei categorii active (părinți, antreprenori care lucrează de acasă, persoane interesate de dezvoltare personală) care caută conținut de calitate, nu doar zgomot de fundal. Astfel, „Zi de bine” creează o comunitate de oameni care vor să cunoască cum să-și îmbunătățească viața, să evolueze. Informăm telespectatorul, oferindu-i un ton optimist și constructiv pentru restul zilei.

Conceptul și structura

Unul dintre lucrurile care definesc „Zi de bine” este echilibrul dintre subiecte. Emisiunea nu merge într-o singură direcție, ci acoperă mai multe zone importante din viața de zi cu zi, fără să pară încărcată sau haotică. Formatul include interviuri în studio, discuții cu invitați, dar și reportaje sau segmente practice. Această combinație contribuie la menținerea interesului și oferă varietate, fără să piardă din coerență.

Subiectele de sănătate și nutriție sunt prezente constant și sunt tratate împreună cu specialiști cu experiență - medici, nutriționiști, dieteticieni. Emisiunea dispune de o rubrică săptămînală, care oferă telespectatorilor informații și sfaturi pentru prevenție și tratare a patologiilor. Aici putem menționa medici cardiologi, endocrinologi, dermatologi, pediatri, stomatologi, obstetricieni, ginecologi, ortopezi, neurologi, kinetoterapeuți, neurochirurghi, nefrologi, și lista poate continua.

Temele sunt alese în funcție de sezon și de nevoile reale ale publicului: bolile sezoniere, bolile cronice, hidratarea, alimentația în funcție de vîrstă, suplimentele sau îngrijirea pielii.

Aici menționăm prezența zilnică în emisiune a rubricii „Sănătate zi de zi”, în care este tradus limbajul medical complex în recomandări pe care oricine le poate aplica imediat ce a închis televizorul. O populație mai informată este o populație mai sănătoasă.

În emisiune există și o componentă importantă de psihologie. Discuțiile despre emoții, relații, maternitate sau echilibru interior sunt tot mai necesare, iar emisiunea le abordează într-un mod simplu, fără să le complice cu termenologie excesivă. „Zi de bine” reușește să scoată psihologia din cabinetele private și să o aducă în sufrageria oamenilor. Prin abordarea unor teme precum anxietatea, gestionarea conflictelor sau stima de sine, „Zi de bine” normalizează nevoia de a vorbi despre sănătatea mintală. Exemplu

de abordare: atunci când invităm psihologi pentru a discuta despre „Burnout-ul parental” sau „Gestionarea furiei la copii”, transformăm un subiect tabu într-o conversație deschisă, oferind instrumente de autoreglare imediată.

Relațiile sunt coloana vertebrală a calității vieții noastre. Emisiunea abordează dinamica de cuplu și relațiile intergeneraționale fără judecată, oferind perspective echilibrate. Au avut loc discuții cu psihoterapeuți despre limbajele iubirii sau comunicarea asertivă în cuplu. Analizarea conceptului de „atașament” cu experți care explică de ce reacționăm în anumite moduri în momente de criză. Interviu despre „granițele personale”, învățând telespectatorii cum să spună „nu” fără vinovăție.

Se abordează frecvent teme despre maternitate și echilibrul interior (Pilonul „Mama în Centru”). Maternitatea este adesea idealizată, însă „Zi de bine” explorează realitatea din spatele cortinei: oboseala, pierderea identității personale și nevoia de echilibru interior. Prin invitarea specialiștilor în psihologia perinatală sau a experților în parenting, emisiunea oferă validare mamelor.

De asemenea, menționăm că această temă este discutată nu doar cu psihologi, dar și cu mame cunoscute de la noi din țară, care nu se tem să dea jos masca de femeie puternică și recunosc că nu le reușesc pe toate concomitent: familie, carieră, timp personal, dezvoltare personală etc. Pentru cei de acasă este un motiv să aibă

mai multă încredere în ei și să știe că nu există mame ideale sau familii ideale. Prin componenta de psihologie, emisiunea îndeplinește o funcție socială de prevenție.

Conceptul de „smart beauty” (Frumusețe Inteligentă) - emisiunea promovează ideea că îngrijirea personală nu trebuie să fie nici costisitoare, nici să consume ore întregi, ci se concentrează pe tehnici care pot fi realizate în confortul casei, oferind telespectatoarelor independență și încredere în sine. Exemple de conținut: Reportaje despre „manichiura realizată ușor acasă”, unde specialiștii în domeniu (nail artiști) oferă interviu nu pentru a arăta modele complicate, ci pentru a explica pașii corecți de pregătire a unghiei, aplicarea corectă a lacului și trucuri pentru o rezistență mai lungă.

Despre coafuri și machiaj în timp record: În intervalul orar 09:15 - 10:00, publicul nostru este adesea format din femei active care au nevoie de soluții rapide. Am invitat hair stilști care au demonstrat în direct, dar și în cadrul reportajelor, cum se poate transforma un păr lipsit de vitalitate într-o coafură elegantă sau un coc lejer în doar 5 minute, folosind doar câteva agrafe și tehnici de bază.

Machiaj de zi vs. seară: În loc de transformări dramatice, s-a pus accent pe machiajul de zi (care ascunde oboseala și evidențiază trăsăturile naturale) și pe modul în care acesta poate fi adaptat pentru un eveniment de seară prin adăugarea unui singur

element strategic (un ruj mai aprins sau un contur de ochi). Au fost invitați în studio pentru aceasta, makeup artiști cu reputație, din Chișinău și a căror lucrări relevă faptul că sunt profesioniști talentați, în măsură să ofere aceste recomandări. Accentul cade pe lucruri realizabile, nu pe idealuri greu de atins, chiar și în îngrijirea acasă.

Tratamente faciale și corporale sau știința din Spatele „Home Care” - educația privind îngrijirea pielii este un alt pilon de relevanță. Se invită frecvent cosmetologi care explică ordinea corectă de aplicare a produselor și importanța barierii cutanate. Tehnici de înfrumusețare - au fost prezentate reportaje și demonstrații despre auto-masajul facial (Gua Sha sau masajul manual), explicând cum drenajul limfatic poate reduce aspectul de față umflată dimineața, fără a apela la proceduri invazive. Au fost discutate tratamente corporale (scrub-uri naturale, hidratare) care pot fi pregătite acasă, dar cu direcțiile unui specialist, pentru a evita greșelile comune de îngrijire.

Modă și stil de viață - moda la „Zi de bine” este inclusiv despre tendințe trecătoare, dar în același timp și despre stil personal. Au fost invitați în reportaje și în studio designeri și consultanți de imagine care au vorbit despre cum să ne eficientizăm garderoba, cum să alegem culorile care ni se potrivesc și cum să ne simțim bine în hainele noastre, indiferent de mărime sau buget.

Rolul educativ și informativ

Unul dintre cele mai importante roluri ale emisiunii este cel educativ. Într-un mod accesibil se oferă informații care nu doar sînt utile, ci lărgesc orizontul cognitiv. În spațiul mediatic autohton circulă multe informații neconfirmate sau superficiale, „Zi de bine” aduce clarificări în acest sens. Un aspect important este felul în care sunt explicate lucrurile. Informațiile nu sunt prezentate complicat, dar nici simplificate excesiv. Există un echilibru care le face ușor de înțeles, fără să le piardă din valoare.

Menționăm seria de interviuri despre specificul profesiilor, în care se invită câte un reprezentant al unor meserii cunoscute și se informează telespectatorii despre responsabilități, calități necesare pentru a profesa, plusuri și minusuri, satisfacții ale meseriei etc. Este și o rubrică ce poate fi clasificată drept orientare în carieră pentru unii telespectatori. Se aduc în prim-plan oamenii din spatele uniformelor sau a birourilor, astfel îndeplinind o funcție de informare profundă, oferind publicului o perspectivă realistă asupra pieței muncii și a responsabilităților sociale. Drept exemplu, poate fi menționat interviul cu Sergiu Pascaru, scafandru, care a oferit telespectatorilor o lecție despre curaj și despre ceea ce presupune o meserie cu riscuri. Discuția a transformat o profesie aproape „invizibilă” într-o poveste despre responsabilitate extremă și pregătire fizică și psihică riguroasă.

Discuția cu Victoria Dercaci, expert imobiliar, a adus plus

valoare prin clarificarea responsabilităților pe care le are un consultant și, implicit, a drepturilor pe care le are un client. Este o formă de protecție a consumatorului prin informare corectă, direct de la sursă.

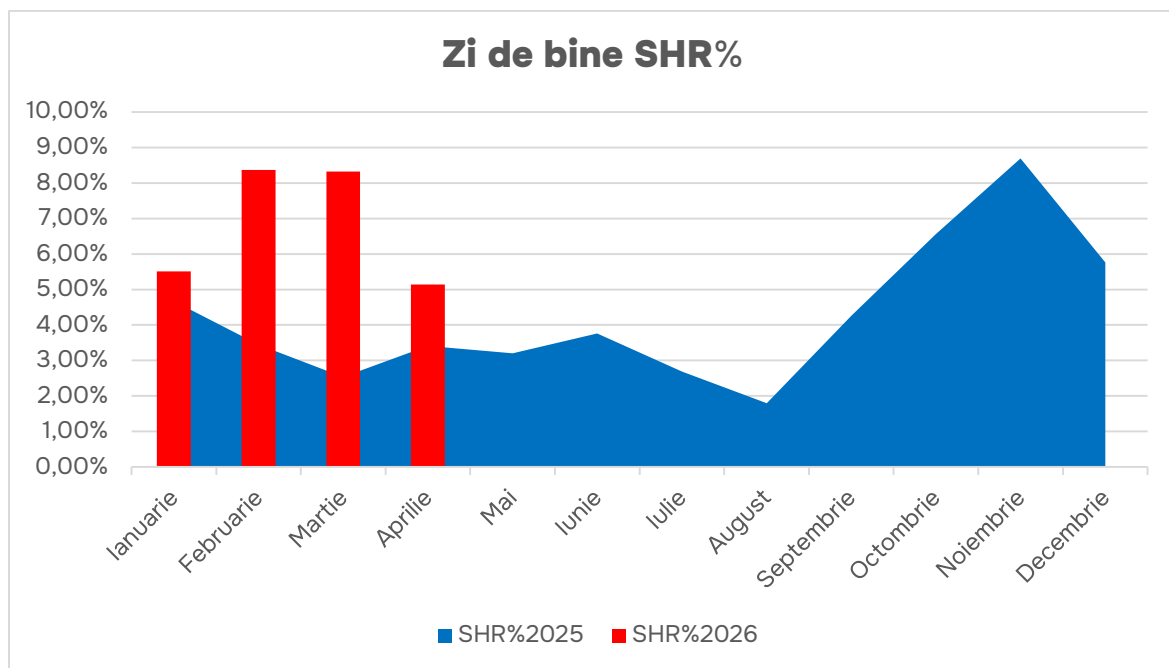
De asemenea, „Zi de bine” promovează egalitatea de șanse și dărâmă stereotipurile de gen, prezentând femei puternice care excelează în domenii considerate, în mod tradițional, masculine. Dialogul cu Marina Semenciuc, polițistă de frontieră, a demonstrat cum se îmbină disciplina militară cu diplomația și vigilența. Acest tip de conținut servește drept inspirație pentru tinerele generații și oferă un chip uman instituțiilor statului, sporind încrederea cetățenilor în sistemul de frontieră.

Colaborarea cu mediul online reprezintă motorul de digitalizare și modernizare al emisiunii „Zi de bine”. Prin invitarea unor influenceri, creatori de conținut care gestionează comunități impresionante, emisiunea reușește să spargă „bula” televiziunii tradiționale și să devină relevantă pentru generațiile conectate permanent la social media. Atunci când un influencer cu sute de mii de urmăritori pășește în platoul Moldova 1, emisiunea beneficiază de o expunere largă în mediul digital. Discuțiile despre presiunea de a fi mereu „perfect” online, gestionarea criticilor sau modul în care își mențin echilibrul între viața personală și cea digitală rezonă cu publicul tânăr. Alegem să invităm acei influenceri care au un

cuvânt de spus în domenii cheie: nutriție, parenting, organizare, stil de viață etc.

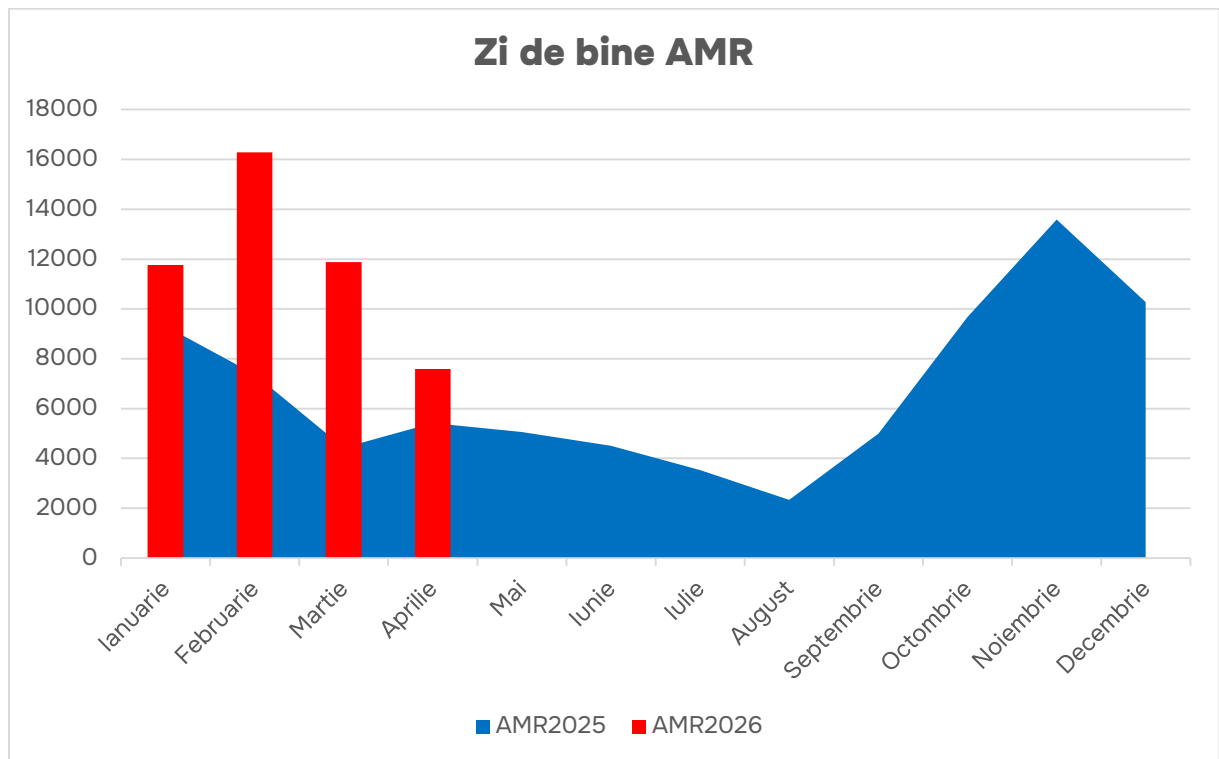
Audiență

Emisiunea „Zi de Bine” prezintă, în prima jumătate a anului 2025, o dinamică mai volatilă, cu o scădere accentuată a audienței după un debut relativ bun în ianuarie. Indicatorii ating un minim pronunțat în perioada verii, când AMR-ul scade până la aproximativ 2.300 de telespectatori, reflectând atât sezonabilitatea, cât și o sensibilitate mai mare a publicului față de conținutul difuzat în acest interval orar.



Schimbările implementate începând cu august 2025 generează însă o redresare rapidă și consistentă. Din septembrie, emisiunea intră pe un trend ascendent clar, cu creșteri succesive

ale cotei de piață și ale numărului mediu de telespectatori. Evoluția culminează în noiembrie 2025 și, mai ales, în februarie 2026, când „Zi de Bine” atinge cel mai înalt nivel de performanță din perioada analizată (AMR peste 16.000 și SHR de 8,37%), depășind semnificativ valorile anterioare.



Comparativ cu martie 2025 (AMR 4.425), emisiunea ajunge în februarie 2026 la 16.286 de telespectatori, ceea ce înseamnă o creștere de aproape 4 ori. Raportat la minimul din august (2.338), creșterea este de aproximativ 7 ori, un salt excepțional. În același interval, cota de piață urcă de la 2,54% la 8,37%, adică de peste 3 ori, confirmând o extindere majoră a bazei de public.

Chiar dacă după vârful din februarie 2026 se înregistrează o ușoară ajustare, nivelul audienței rămâne de câteva ori mai mare decât în prima parte a anului 2025. Această evoluție indică nu doar o revenire conjuncturală, ci o transformare structurală a performanței emisiunii. „Zi de Bine” devine astfel un vector important de creștere în cadrul grilei matinale, demonstrând capacitatea de a converti intervențiile editoriale în rezultate cuantificabile și consistente.

Concluzii

Analiza aprofundată a emisiunilor matinale „Bună Dimineața” și „Zi de Bine” confirmă faptul că acestea reprezintă elemente veritabile ale infrastructurii sociale. Rolul lor depășește sfera audiovizualului, intrând în zona serviciilor publice esențiale. Prin garantarea ordinii informaționale, oferirea de expertiză de autoritate și promovarea incluziunii teritoriale, televiziunea publică își îndeplinește misiunea fundamentală de a servi cetățeanul.

Echilibrul între știrile de impact, dialogurile de fond și utilitatea practică transformă emisiunile într-un partener cotidian pentru mii de oameni. Matinalul rămâne prima barieră împotriva dezinformării și principala platformă de educație civică a zilei. Succesul acestui format rezidă în capacitatea sa de a evolua odată cu nevoile publicului, oferind certitudine într-un climat global marcat de schimbări rapide. În final, emisiunile matinale sînt mai mult decît un program de început de zi; sînt fundamentul pe care se sprijină o societate informată, conectată și pregătită pentru provocările viitorului.