



INSTITUȚIA PUBLICĂ
COMPANIA „TELERADIO-MOLDOVA”
CONSILIUL DE SUPRAVEGHERE

MD-2028, Republica Moldova, Chișinău, str. Miorița, 1 ☎ 73-95-45

DECIZIE nr. 45 din 7 noiembrie 2025

*Cu privire la audiența emisiunilor de la Moldova 1 și Moldova 2
în perioada ianuarie-octombrie 2025.*

În temeiul art. 45 din Codul serviciilor media audiovizuale al RM nr. 174 din 08.11.2018 și pct. 16 din Regulamentul de organizare și funcționare al Consiliului de supraveghere (CS) al Instituției Publice Compania „Teleradio-Moldova”, aprobat prin Hotărârea CS nr. 15 din 19.02.2019, cu modificările ulterioare, Consiliul de supraveghere

DECIDE

1. Se ia act de Raportul cu privire la audiența emisiunilor de la Moldova 1 și Moldova 2 pentru perioada ianuarie-octombrie 2025, prezentat de dl Andrei Zapșa, director general adjunct (Televiziune) al IP Compania „Teleradio-Moldova”. (Anexă)
2. Se recomandă dlui Andrei Zapșa ca, la elaborarea Grilei cadru pentru anul 2026 a emisiunilor de la Moldova 1 și Moldova 2, precum și la planificarea de noi emisiuni, să ia în calcul preferințele telespectatorilor, rezultate din Raportul cu privire la audiențe.
3. Prezenta decizie intră în vigoare la data publicării.

Președintele

Consiliului de supraveghere

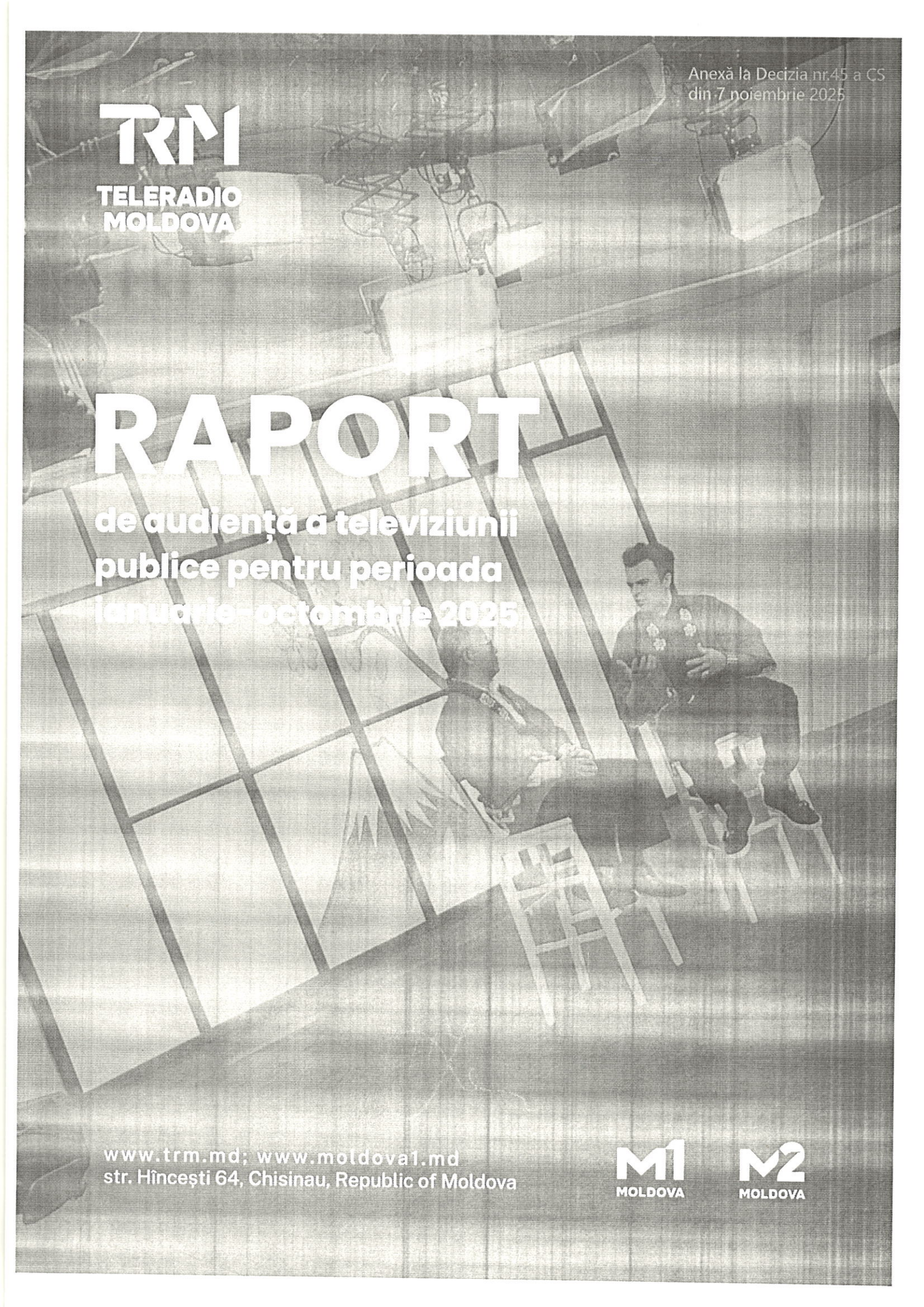
readie GHERASIM

Secretara

Consiliului de supraveghere

Loretta HANDRABURA





TRM

**TELERADIO
MOLDOVA**

Anexă la Decizia nr.45 a CS
din 7 noiembrie 2025

RAPORT

de audiență a televiziunii
publice pentru perioada
ianuarie - octombrie 2025

www.trm.md; www.moldova1.md
str. Hîncești 64, Chisinau, Republic of Moldova

M1
MOLDOVA

M2
MOLDOVA

INTRODUCERE:

Prezentul raport se bazează pe date furnizate de compania TV MR MLD, reprezentant oficial al AGB Nielsen Media Research (Elveția), care implementează metodologia de măsurare a audienței prin sistemul „peoplemeter”. Această metodă asigură colectarea continuă și obiectivă a datelor privind comportamentul de consum al telespectatorilor. Compania TV MR MLD este desemnată, prin procedură de concurs organizată de Consiliul Audiovizualului, drept furnizor oficial al serviciilor de măsurare a audienței pe piața audiovizuală din Republica Moldova.

În raport vor fi utilizați următorii indicatori de audiență, conform metodologiei AGB Nielsen Media Research:

- SHR% (Share) – cota de piață a unui post TV, exprimată procentual. Reprezintă proporția telespectatorilor unui anumit post din totalul persoanelor care, la momentul difuzării, urmăresc televiziunea (adică au televizorul pornit). Acest indicator reflectă competitivitatea postului TV în raport cu celelalte canale active în aceeași perioadă.
- AMR%, AMR (Average Minute Rating) – ratingul mediu pe minut. Indică numărul mediu (exprimat în procente sau valori absolute) al telespectatorilor care au urmărit un anumit program sau un post TV într-o perioadă de timp determinată. Este utilizat pentru a evalua performanța de audiență a unui produs televizat la nivel de minut.
- TVR% (TV Rating) – ratingul general TV, care măsoară nivelul total al consumului de televiziune. Acesta reprezintă proporția populației care vizionează televizorul, indiferent de canalul urmărit, în perioada analizată. Indicatorul reflectă disponibilitatea publicului pentru consumul de conținut TV în ansamblu.
- RCH, RCH% (Reach) – acoperirea audienței sau numărul de telespectatori atinși. Reprezintă numărul absolut (RCH) sau procentul (RCH%) al persoanelor care au vizionat cel puțin un minut dintr-un program, într-o perioadă specifică. Acest indicator exprimă dimensiunea totală a publicului expus unui conținut, fiind esențial pentru evaluarea impactului și gradului de penetrare a programelor TV.

TABEL 1. PROFILUL AUDIENȚEI POSTULUI TV MOLDOVA 1

	Octombrie 2024	Octombrie 2025
Sex Masculin	47,01 %	42,92 %
Sex Feminin	52,99 %	57,08 %
VÂRSTĂ		
04-14	7,90 %	5,13 %
15-29	9,40 %	8,22 %
30-44	20,45 %	24,85 %
45-59	17,02 %	21,83 %
60+	45,23 %	39,97 %
LIMBĂ VORBITĂ		
Română	91,41 %	92,65
Altele	8,59 %	7,35 %
REGIUNE		
Chișinău	7,70 %	10,01 %
Nord	31,66 %	30,10 %
Centru	38,90 %	35,77 %
Sud	21,74 %	24,12
POPULAȚIE		
Urban	31,72 %	23,07 %
Rural	68,28	76,93 %

CONCLUZII GENERALE ASUPRA AUDIENȚEI TELEVIZIUNII PUBLICE (OCTOMBRIE 2024 VS. OCTOMBRIE 2025)

1. Creșterea totală a indicatorului

Audiența generală pentru perioada de referință atestă o creștere de aproximativ **21,3%**, ceea ce arată o consolidare a interesului publicului pentru programele postului public de televiziune.

2. Distribuția pe regiuni

Cea mai semnificativă creștere efectivă a audienței, **+57,6%**, se atestă la nivelul municipiului Chișinău; urmată de o creștere efectivă de **+34,7%**, în sudul țării, marcând o extindere importantă în audiența regională. Regiunile Nord și Centru atestă creșteri moderate, **+13,97%** și **+11,45%**, în ciuda ușoarelor scăderi procentuale în pondere.

3. Distribuția pe vârste

Cele mai mari creșteri efective se observă în segmentele 30–44 ani (**+48,2%**) și 45–59 ani (**+57,0%**), indicând atragerea audienței adulte. Segmentul 60+ cunoaște o creștere moderată (**+8,2%**), iar tinerii și copiii (04–29 ani) au cunoscut o scădere moderată (**6,5%**).

4. Distribuția pe mediu de reședință

- **Populația rurală** înregistrează o creștere efectivă semnificativă (**+36,5%**), devenind tot mai reprezentativă în structura audienței.
- **Populația urbană** are o scădere efectivă a audienței (**-14,1%**), în ciuda creșterii generale a indicatorului.

Creșterea audienței este echilibrată, dar cu o dominantă clară în rândul publicului adult și rural, ceea ce sugerează succesul programelor adresate acestor segmente. În schimb, audiența tânără și urbană necesită atenție sporită, deoarece aceste segmente sunt fie stagnante, fie în scădere relativă.

La nivel regional, Chișinău și Sud sunt zonele cu creșterea absolută cea mai mare, ceea ce poate fi valorificat în strategiile de programare și promovare.

AUDIENȚA LUNARĂ A TV MOLDOVA 1

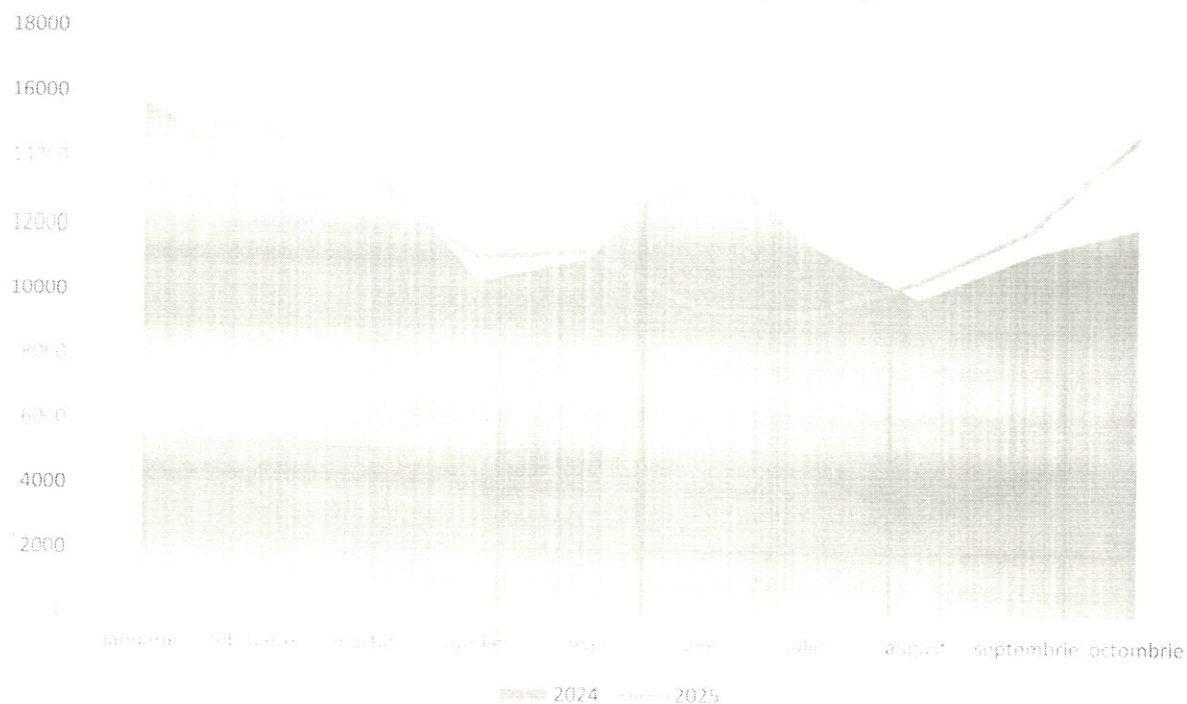
ÎN 2024, 2025 ȘI TVR% PENTRU 2025.

TVR%, ratingul general al televiziunilor indică fluctuația telespectatorilor pe parcursul anului. În perioada rece a anului numărul telespectatorilor crește, iar în perioada caldă a anului - descrește. De obicei, indicii de audiență sunt direct proporționali cu indicele TVR%, iar dacă se atestă o creștere a indicilor de audiență în timp ce TVR% descrește, efortul postului poate fi considerat mult mai mare. Este un fel de performanță la înot împotriva cursului râului.

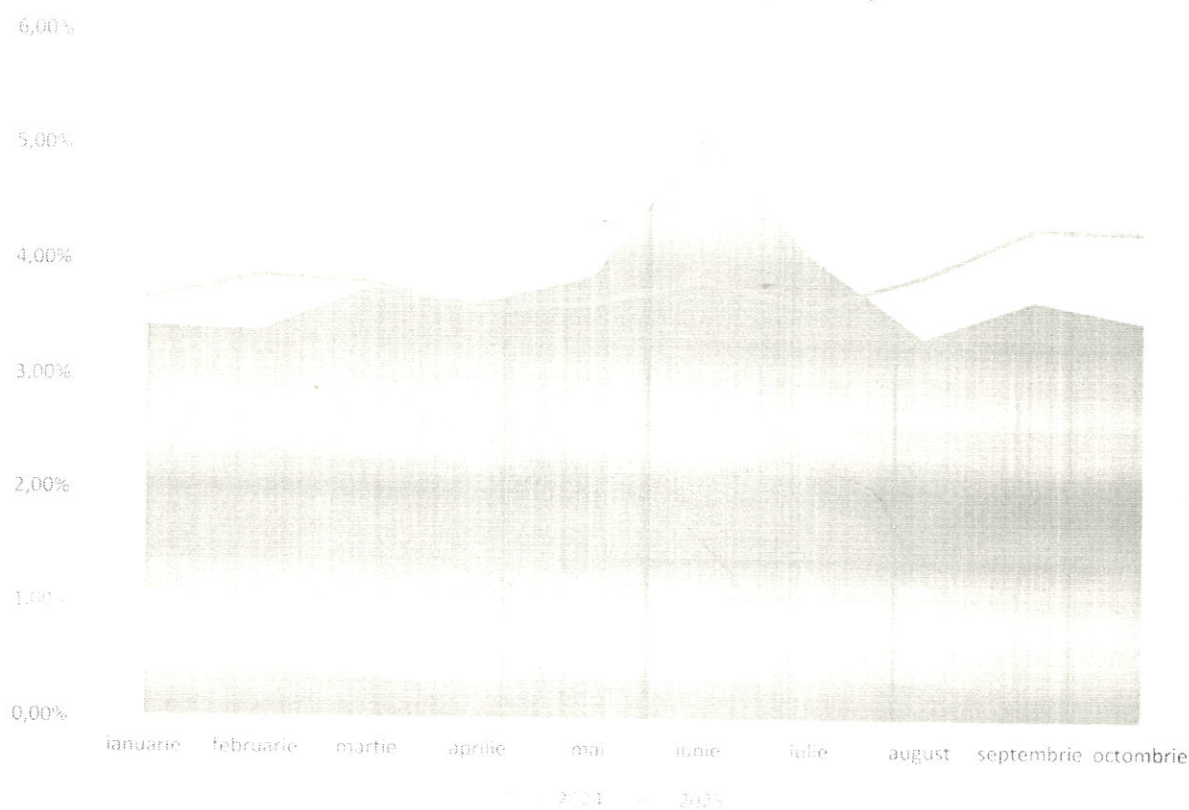
Dacă urmărim cifrele din tabelul nr. 2, constatăm că audiența a suportat fluctuații de natură diversă în 2025 față de 2024. În perioada anului 2025, față de perioada anterioară de referință, audiența a fost mai mare în lunile februarie, aprilie și începând cu luna august. Dacă în anul 2024, trecerea pragului de 4% SHR, s-a datorat în principal transmisiunilor meciurilor din cadrul Campionatului European de Fotbal EURO 2024, în anul 2025, putem observa o creștere solidă a datelor de audiență în lunile august-octombrie, marcate atât de producții și emisiuni noi, lansate în perioada respective, cât și de reflectarea extinsă și la standarde editoriale mai înalte a alegerilor parlamentare.

Perioada	2024			2025			TVR%
	SHR%	AMR%	AMR	SHR%	AMR%	AMR	
ianuarie	3,44%	0,67%	15700	3,67%	0,65%	14800	14,45%
februarie	3,40%	0,60%	14000	3,87%	0,665	15000	14,02%
martie	3,77%	0,62%	14400	3,82%	0,59%	13400	12,49%
aprilie	3,65%	0,45%	10400	3,58%	0,48%	11100	11,14%
mai	3,88%	0,48%	11100	3,65%	0,49%	11300	11,10%
iunie	5,10%	0,62%	14400	3,85%	0,42%	9560	8,97%
iulie	4,05%	0,50%	11600	3,62%	0,41%	9359	9,35%
august	3,37%	0,43%	9903	3,89%	0,45%	10400	9,76%
septembrie	3,69%	0,40%	11300	4,31%	0,52%	12000	10,01%
octombrie	3,51%	0,53%	12200	4,29%	0,65%	14800	12,23%

Evoluția audienței postului MOLDOVA 1, indicator AMR
(ianuarie-octombrie 2024/2025)



Evoluția audienței postului MOLDOVA 1, indicator AMR
(ianuarie-octombrie 2024/2025)



AUDIENȚA PE GRUPURI-ȚINTĂ, IANUARIE-OCTOMBRIE 2025

În ianuarie-octombrie 2025, TV Moldova 1 deține locul III în topul posturilor monitorizate de AGB Nielsen Media Research, după Cinema 1 și Jurnal TV. Postul național rămâne a fi cel mai bine vizionat în mediul rural, de 5,19% dintre telespectatori.

În 2025 se atestă o creștere de audiență pe segmentul Chișinău, comparativ cu 2024 - de la 0,99% la 1,34%. În 2025 cei mai mulți telespectatori ai postului Moldova 1 se află în Centrul țării - 4,95%, în 2024 - în Nordul țării - 4,98%.

	Channel	SHR % Total Individuals	SHR % 18+	SHR% Female	SHR% Male	SHR % Nord	SHR % Centru	SHR % Sud	SHR % Chisinau	SHR % Urban	SHR % Rural
1.	Moldova1	3,79%	3,93%	3,73%	3,87%	4,29%	4,95%	4,13%	1,34%	1,94%	5,19%
2.	PRO TV	3,22%	3,48%	3,46%	2,89%	1,95%	4,39%	3,11%	3,19%	2,85%	3,50%
3.	TV8	3,39%	3,54%	3,44%	3,31%	3,50%	5,16%	1,99%	1,89%	2,15%	4,32%
4.	Jurnal TV	4,84%	5,13%	4,90%	4,76%	4,24%	7,93%	4,39%	1,66%	2,56%	6,56%
5.	Exclusiv TV	3,15 %	3,41%	3,02%	3,32%	3,97%	2,90%	1,86%	3,53%	3,30%	3,04%
6.	7TV	2,97%	3,13%	3,53%	2,23%	1,89%	1,75%	3,97%	5,15%	4,67%	1,69%
7.	Cinema 1	6,97%	7,53%	8,89%	4,39%	6,12%	4,33%	3,93%	13,99%	10,65%	4,20%
8.	Moldova 2	0,75%	0,81%	0,78%	0,71%	0,89%	1,02%	0,55%	0,36%	0,51%	0,92%

AUDIENȚA PE GRUPURI-ȚINTĂ, 2024

Channel	SHR %	SHR % 18+	SHR% Female	SHR% Male	SHR % Nord	SHR % Centru	SHR % Sud	SHR % Chisinau	SHR % Urban	SHR % Rural
Total Individuals										
1. Moldova1	3,70%	3,65%	3,42%	4,07%	4,98%	4,38%	4,16%	0,99%	2,15%	4,94%
2. PRO TV	3,86%	4,06%	4,12%	3,51%	2,76%	5,16%	3,79%	3,31%	3,34%	4,29%
3. TV8	3,54%	3,76%	3,78%	3,21%	4,05%	4,32%	2,22%	2,68%	2,78%	4,15%
4. Jurnal TV	3,93%	4,29%	4,69%	3,71%	3,60%	5,62%	3,48%	2,18%	2,47%	5,10%
5. MEGA - CTC	5,02 %	5,36%	4,99%	5,06%	6,09%	6,04%	4,12%	2,88%	2,97%	6,65%
6. STAR TV	7,49%	3,07%	3,56%	1,79%	2,50%	2,65%	1,85%	3,98%	3,02%	2,63%
7. Cinema 1	6,97%	8,07%	9,18%	5,20%	6,29%	5,28%	6,57%	12,56%	10,06%	5,42%
8. Canal 5	6,63%	7,14%	6,12%	7,31%	8,17%	7,67%	6,09%	3,01%	4,11%	8,36%
Moldova 2	0,74%	0,81%	0,78%	0,71%	0,89%	1,02%	0,55%	0,36%	0,51%	0,92%

În tabelele de mai jos prezentăm topul audiențelor posturilor monitorizate (2024 și 2025), separat pe trei perioade: ianuarie-aprilie, mai-august, septembrie-octombrie. În 2025 TV Moldova 1 se află stabil pe locul trei după indicii de audiență, iar în 2024 - poziția postului diferă - pe locul 7 în ianuarie-aprilie, pe locul trei în mai - august și pe locul 7 în septembrie-octombrie.

AUDIENȚA TV MOLDOVA 1 ÎN COMPARAȚIE CU ALTE POSTURI

AUDIENȚA TOTAL INDIVIDUALS, IANUARIE-APRILIE 2025, ORA 6.00 - 24.00

	POSTUL TV	ianuarie - aprilie 2025		
		SHR%	AMR%	AMR
1.	Cinema 1	6,36%	0,99%	22600
2.	Jurnal TV	4,76%	0,76%	17500
3.	MOLDOVA 1	3,74%	0,59%	13600
	Moldova 2	0,73%	0,12%	2650

AUDIENȚA TOTAL INDIVIDUALS, IANUARIE-APRILIE 2024, ORA 6.00 - 24.00

	POSTUL TV	SHR%	AMR%	AMR
1.	Cinema 1	7,57%	1,21%	28100
2.	Canal 5	6,68%	1,08%	25200
3.	PRO TV	4,81%	0,79%	18200
4.	MEGA CTC	4,15%	0,69%	15900
5.	Jurnal TV	3,86%	0,63%	14700

6.	TV8	3,68%	0,62%	14400
7.	MOLDOVA 1	3,55%	0,59%	13600
	Moldova 2	0,76%	0,13%	2958

AUDIENȚA TOTAL INDIVIDUALS, MAI - AUGUST 2025, ORA 6.00 - 24.00

	POSTUL TV	mai - august 2025		
		SHR%	AMR%	AMR
1.	Cinema 1	7,74%	0,89%	20300
2.	Jurnal TV	4,79%	0,57%	13100
3.	MOLDOVA 1	3,75%	0,44%	10100
	Moldova 2	0,73%	0,09%	1992

AUDIENȚA TOTAL INDIVIDUALS, MAI - AUGUST 2024, ORA 6.00 - 24.00

	POSTUL TV	SHR%	AMR%	AMR
1.	Cinema 1	8,00%	0,97%	22500
2.	MEGA CTC	6,43%	0,80%	18700
3.	MOLDOVA 1	4,08%	0,50%	11700
	Moldova 2	0,74%	0,09%	2087

AUDIENȚA TOTAL INDIVIDUALS, SEPTEMBRIE-OCTOMBRIE 2025, ORA 6.00 - 24.00

	POSTUL TV	septembrie - octombrie 2025		
		SHR%	AMR%	AMR
1.	Cinema 1	7,30%	0,95%	21700
2.	Jurnal TV	5,30%	0,72%	16400
3.	MOLDOVA 1	4,30%	0,58%	13400
	Moldova 2	0,85%	0,12%	2668

AUDIENȚA TOTAL INDIVIDUALS, SEPTEMBRIE-OCTOMBRIE 2024, ORA 6.00 - 24.00

	POSTUL TV	SHR%	AMR%	AMR
1.	Cinema 1	6,89%	0,96%	11800
2.	Jurnal TV	4,85%	0,70%	16200
3.	PRO TV	4,81%	0,79%	18200
4.	MEGA CTC	4,15%	0,69%	15900
5.	Exclusiv	3,80%	0,54%	12500
6.	TV8	3,79%	0,55%	12700
7.	MOLDOVA 1	3,59%	0,51%	11800
	Moldova 2	0,60%	0,08%	1969

O cercetare a prime-time-ului de dimineață și de seară, în comparație cu alte posturi de televiziune, poate indica punctele-forțe și pe cele slabe ale postului analizat.

Pe segmental matinal (ora 7.00-9.00) Moldova 1 difuzează programul de infodivertisment „Bună dimineața”, care se află în topul audiențelor în comparație cu alte posturi. De menționat, că, în general, puține sunt posturile care propun telespectatorilor programe în direct, în primă difuzare în spațiul matinal. Majoritatea se pliază pe reluări ale diferitor genuri de programe- divertisment, stiri, documentare ș.a.

Emisiuni matinale. Septembrie-octombrie 2025, Total individuals

	Postul, emisiunea	SHR%	AMR%	AMR
1.	Moldova 1. Buna dimineata, ora 7.00-9.00	7,48 %	0,39 %	9050
2.	Cinema 1. Новое утро, ora 7.00-10.00	5,70%	0,36%	8304
3.	TV8. Întreabă Ghețu, ora 5.40-7.00 (reluare)	4,96 %	0,11 %	2485
4.	Jurnal TV. Popcorn Show, ora 7.45-9.30	3,79 %	0,20 %	4694
5.	7 TV. Destine, ora 7.20-8.10	1,82 %	0,10 %	2188
6.	ONE TV. Dimineața, ora 6.00-8.30	1,35 %	0,06 %	1316

În prime-time-ul de seară TV Moldova 1 difuzează știri, talk-show-uri social-economice și politice.

Într-o analiză comparativă a principalelor programe de știri ale posturilor monitorizate, programul „Mesager” se bucură de cea mai mare audiență și respectiv, credibilitate.

Principalele buletine de știri ale posturilor. Septembrie-octombrie 2025, Total individuals

	Postul TV, emisiunea	SHR%	AMR%	AMR
1.	Moldova 1. Mesager, ora 21.00	9,32%	3,10%	71139
2.	Jurnal TV. Jurnalul orei 19.00	9,01%	2,17%	49716
3.	PRO TV. Știrile PRO TV Chișinău, ora 20.00	7,73%	2,37%	54500
4.	Cinema 1. Buletin informative, ora 19.00	6,76%	1,65%	37991
5.	TV8. Știri, ora 19.00	6,17%	1,47%	33833
6.	Exclusiv TV. Știri , ora 18.00	2,51%	0,44%	10130
7.	7TV. Știri, ora 19.00	2,22%	0,68%	15534
8.	ONE TV. Info ONE, ora 21.00	2,07%	0,64%	14721

La capitolul talk-show-uri, TV Moldova 1 cedează locul de frunte emisiunii „Secretele puterii”, Jurnal TV, situându-se pe locul doi cu „Bună seara”. Celelalte emisiuni de dezbatere ale postului național se regăsesc pe locul 7 - „În context”, pe locul 10 - „Scanner” și pe locul 11- „Pe față”.

Talk-show-urile social-economice și politice. Septembrie-octombrie 2025, Total individuals

	Postul TV, emisiunea	SHR%	AMR%	AMR
1.	Jurnal TV. Secretele puterii, ora 20.00	7,45%	2,44%	55962
2.	Moldova 1. Bună seara, ora 20,00	6,34%	2,04%	46918
3.	PRO TV. În profunzime cu Lorena Bogza, ora 20.00	6,18%	1,85%	42536
4.	Jurnal TV. Cabinetul din umbra, ora 20.00	5,54%	1,73%	39613
5.	Jurnal TV. Ora expertizei, ora 20.00	5,25%	1,68%	38474
6.	Jurnal TV. Триггер, ora 20.00	5,00%	1,60%	36831
7.	Moldova 1. În context, ora 19.15	4,74%	1,50%	34459
8.	TV8. Cutia neagră cu Mariana Rață, ora 20.00	4,07%	1,27%	29200

9.	TV8.Новая неделя с Анатолием Голя, ora 20.00	3,66%	1,20%	27489
10.	Moldova 1. Scanner (rus), ora 21.30	3,54%	1,03%	23672
11.	Moldova 1. Pe față, ora 21,45	3,44%	0,95%	21875
12.	Exclusiv TV. Vocile puterii, ora 19.30	1,55%	0,45%	10315

Așa cum anul 2025 a fost un an electoral, și dezbaterile la TV Moldova 1 au avut un nou format (cu public, cu emisiunea „Chekaton” difuzată imediat după dezbateri, cu indicatori de audiență după cum urmează SHR% - 4,27%, AMR - 29028), am urmărit cum au apreciat telespectatorii dezbaterile cu aceste elemente noi. Cifrele de audiență situează TV Moldova 1 în top, canalul public de televiziune obținând cele mai mari audiențe pe segmental dezbaterilor electorale.

Dezbateri Electorale. Alegerile parlamentare 2025 (septembrie), Total individuals

	Postul TV, emisiunea	SHR%	AMR%	AMR
1.	Moldova 1. Dezbateri electorale	5,99%	1,28%	29444
2.	TV8. Alege liber. Dezbateri electorale	4,61%	0,89%	20393
3.	PRO TV. Te votezi la PRO TV	4,23%	0,61%	13970
4.	Jurnal TV. Alegeri parlamentare 2025. Dezbateri	3,39%	0,44%	10175
5.	7TV. Dezbateri electorale 2025	2,06%	0,32%	7292
6.	Exclusiv TV. Dezbateri electorale 2025. Alegeri parlamentare	0,85%	0,23%	5259

În tabelele de mai jos am urmărit audiențele medii ale emisiunilor, structurate pe genuri, pentru perioada ianuarie-octombrie 2025, în scopul posibilității de comparare a audiențelor. Am menționat zilele și orele de difuzare, pornind de la premiza că în prime-time-ul de seară, chiar dacă cotele de piață sunt mai mici, numărul telespectatorilor, în medie pe minut, este mai mare.

Știrile au audiențe bune în mod constant. Cele de dimineață au cote de piață mai mari, cele de seară - un număr de telespectatori mai mare. Emisiunea „Verificat” este un proiect nou, care s-a înscris foarte bine în programul Moldova 1, înregistrând cote de

audiență peste media per canal. Un alt proiect nou - „Где цветет сакура”, a depășit, după audiențe producțiile amplasate în acest segment de timp.

AUDIENȚA EMISIUNILOR TV MOLDOVA 1, IANUARIE-OCTOMBRIE 2025, TOTAL INDIVIDUALS

NEWSROOM

Nr. d/o	Titlu	SHR%	AMR%	AMR
1.	Știri, ora 7.00, luni-vineri	8,13%	0,36%	8235
3.	Știri, ora 9.00, luni-vineri	6,07%	0,41%	9376
4.	Ștri, ora 13.00, luni-vineri	4,80%	0,44%	10100
5.	Ștri pe scurt , ora 16.00, luni-vineri	5,31%	0,67%	15300
6.	Știri, ora 17.00 (rus), luni-vineri	5,62%	0,81%	18500
7.	Știri, ora 19.00, zilnic	4,21%	0,93%	21200
8.	Mesager, ora 21.00, zilnic	9,32%	2,77%	63600
9.	În context, luni-joi, ora 19.15	3,79%	0,55%	12500
10.	Scanner, duminică, ora 19.15	3,01%	0,79%	18062
11.	Pe față, luni, ora 21.30	3,99%	1,10	25181
12.	Verificat (proiect nou), luni-vineri, ora 21.25	6,41%	2,08%	47824
13.	Răspunzi și câștigi, duminică, ora 17.30	2,70%	0,65%	14821
14.	Где цветет сакура, luni-vineri, septembrie, ora 16.30	2,20%	0,24%	5492

NEWSROOM SPORT

Nr. d/o	Titlu	SHR%	AMR%	AMR
1.	Știri sportive, luni-vineri, ora 8.00,	7,71%	0,44%	10000
2.	Știri sportive, luni-vineri, ora 13.30	3,67%	0,35%	8012
3.	Știri sportive, luni-vineri, ora 21.30	5,16%	1,40%	32000
4.	Arena sportivă, luni, ora 20.00	2,27%	0,55%	12652

În cadrul Redacției social-economice a fost lansat proiectul „Banii” - o emisiune cu tematică economică, audiențele cărei sunt similare cu audiențele emisiunilor de acest gen. Emisiunile, lansate mai devreme - „Pământ și oameni” și „Gagauz metdani”, la fel, și-au găsit publicul-țintă pe potrivă.

REDACȚIA SOCIAL-ECONOMICĂ

Nr. d/o	Titlu	SHR%	AMR%	AMR
1.	Bună seara, joi, ora 20.00	4,16%	1,27%	29069
2.	Reporter pentru sănătate, sâmbătă, ora 8.30	3,02%	0,23%	5198
3.	Vector European, ora 18,00, duminică	2,85%	0,48%	11128
4.	Dimensiunea diplomatică, duminică, ora 18,00	2,00%	0,48%	10937
5.	Gagauz meydani, duminică, ora 13.30	2,22%	0,36%	8211
6.	Unda Bugeacului, luni, ora 13.40	2,69%	0,28%	6348
7.	Наш общий дом, marți, ora 13.40	1,97%	0,19%	4324
8.	Щотижневик, sâmbătă, ora 15.30	2,10%	0,30%	6983
9.	Pământ și oameni, duminică, ora 14.00	3,81%	0,62%	14231
10.	Departate Aproape, duminică, ora 17.00	3,00%	0,63%	14472
11.	Banii (proiect nou), vineri, ora 18.30	2,36%	0,36%	10551
12.	Focus Europa, sâmbătă, ora 17.00	2,34%	0,38%	8730

REDACȚIA CULTURĂ

Nr. d/o	Titlu	SHR%	AMR%	AMR
1.	Cultura, sâmbătă, ora 16.00	1,89%	0,29%	6747
2.	La noi în sat, sâmbătă, ora 14.30	4,11%	0,53%	12192
3.	Tezaur, duminică, ora 14.45	3,19%	0,60%	13697
4.	Prin muzică în Europa, sâmbătă, ora 18.00	2,48%	0,47%	10691
5.	Nova ARS cu Valeria Barbas, sâmbătă, ora 16.30	2,11%	0,33%	7542

6.	Stil nou, sâmbătă, ora 16.30	2,60%	0,43%	9985
7.	Всегда на высоте, sâmbătă, ora 17.30	2,36%	0,42%	9629
8.	Magazinul copiilor, sâmbătă, ora 9.00	2,97%	0,28%	6460
9.	Cuvintele credinței, duminică, ora 8.00	5,88%	0,19%	4391
10.	Să luăm aminte, sâmbătă și duminică, ora 7.45	3,47%	0,08%	1823
11.	În ritm de dans, sâmbătă, ora 16.30	2,23%	0,35%	8090
12.	Domnului să ne rugăm, de sărbătorile religioase, ora 9.00	8,98%	0,96%	22078
13.	O seară în familie, sâmbătă, ora 19.15	5,63%	1,26%	28841
14.	Moldova de patrimoniu, duminică, ora 8.30	2,78%	0,33%	7642

REDACTIA DIVERTISMENT

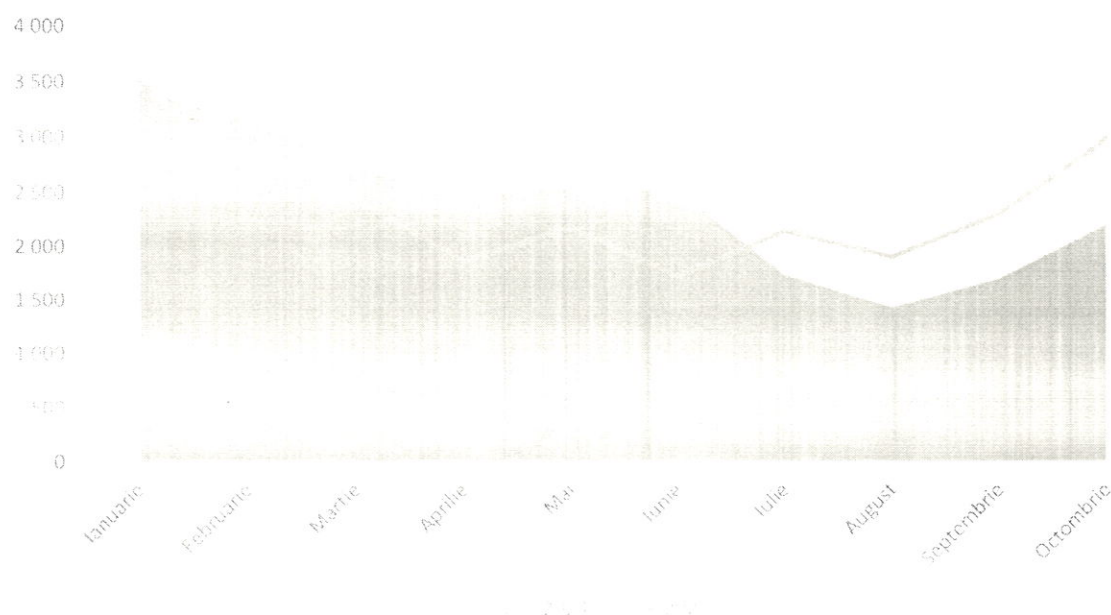
Nr d/o	Titlu	SHR%	AMR%	AMR
1.	Bună dimineața, luni-vineri, ora 7.00	5,51%	0,30%	6989
2.	Zi de bine, luni-vineri, ora 9.15	3,72%	0,25%	5797
3.	Live studio, luni-joi, ora 17.30	3,00%	0,55%	12600
4.	Tribute. Aplauze la scena deschisă, vineri, ora 19.10	4,50%	1,10%	23345

DEPARTAMENTUL PRODUCȚIE MULTIMEDIA PENTRU COPII

Nr d/o	Titlu	SHR%	AMR%	AMR
1.	Zuper show, duminică, ora 9.00	2,92%	0,36%	8185

MOLDOVA 2

Dinamica audienței postului TV Moldova 2
(ianuarie-octombrie 2024/2025)



Moldova 2 se află într-o etapă de transformare instituțională și editorială, orientată spre:

- consolidarea rolului public
- modernizarea ofertei culturale și educaționale
- extinderea conținutului live, social și civic
- dezvoltarea capacităților tehnice și de infrastructură
- diversificarea publicului și creșterea impactului

În acest context, evoluțiile de audiență din 2025 reprezintă indicatori direcți de validare a reformei și re poziționării.

Evoluția audienței – AMR 2024 vs 2025

Lună	2024	2025	Evoluție
Ianuarie	3 437	3 501	+1,9%
Februarie	3 149	2 764	-12,2%
Martie	2 735	2 441	-10,8%
Aprilie	2 454	1 870	-23,8%
Mai	2 549	2 180	-14,5%
Iunie	2 540	1 728	-32,0%
Iulie	1 739	2 141	+23,1%
August	1 433	1 904	+32,9%

Lună	2024	2025	Evoluție
Septembrie	1 704	2 302	+35,1%
Octombrie	2 208	2 984	+35,1%

Din iulie 2025, canalul intră într-o fază clară de creștere, recuperând și depășind ritmul din 2024, acest lucru datorându-se atât selecțiilor mai riguroase, actualizării și remontării materialelor din arhivă, cât și apariției produselor editoriale noi.

Profil demografic al audienței

Vîrstă

Segment	Pondere predominantă
60+	~67%
45-59	~14%
30-44	~9%
15-29	~6-7%
Copii 4-14	~2-4%

Interpretare

- Audiență principală: **seniori activi și public matur**
- Semnale de creștere la tineri și copii (vară/toamnă) → potențial de dezvoltare

Distribuția geografică

Zonă	Evoluție
Urban	~31% (stabil)
Rural	~69% (nucleu consolidat)
Centru	+~9 p.p. creștere
Chișinău	ușoară creștere
Nord & Sud	ajustare normală

Canal cu putere regională – rol social important în teritoriu.

Moldova 2 devine:

- un canal matur, cu rol social consolidat
- platforma principală pentru publicul activ civic, cu un înalt grad de școlarizare.
- hub media pentru comunitate
- furnizor de conținut live, educativ și cultural cu impact dovedit

Creșterea din T3-T4 2025 confirmă direcția strategică și potențialul de extindere.

PROGRAME EXTERNE : CELE MAI BUNE PERFORMANȚE DE AUDIENȚĂ

Ianuarie – octombrie 2025 (cu roșu difuzări/audiențe din ultimele 2 luni)

- Spune-mi cine sunt (miniserial dramă) – până la 62.3 mii AMR
- Profesorul T (miniserial crime) – până la 57 mii AMR
- Hotel Portofino (miniserial de epocă) – până la 52 mii AMR
- Traversarea Atlanticului (miniserial dramă de război) – până la 50 mii AMR
- Agenția Copoi (miniserial comedie pentru familie) – până la 49 mii AMR
- Cuba Libre (miniserial dramă istorică) – până la 44,6 mii AMR
- Spitalul Santa Rosa (telenovelă medicală) – până la 44,4 mii AMR
- Istoria vitezei (miniserial documentar) – până la 40,6 mii AMR
- E și mâine o zi (miniserial dramă) – până la 40 mii AMR
- Victor Hugo, inamicul statului (miniserial dramă istorică) – până la 40 mii AMR
- O familie imperfectă (miniserial de comedie pentru familie) – până la 39,7 mii AMR
- Marile religii ale lumii (miniserial documentar) – până la 39,2 mii AMR
- Agatha Christie împotriva lui Hercule Poirot (documentar biografic) – 38,6 mii AMR
- Îngerii junglei (documentar protecția naturii) – 38,3 mii AMR
- Sting, un om liber (documentar biografic) – 36.6 mii AMR
- Zapovednik (magazin de satiră politică în desen animat) – până la 35,8 mii AMR
- Identitate furată (serial crime) – până la 35,5 mii AMR
- Lumina din hol (miniserial crime) – până la 34,5 mii AMR
- Destine (miniserial documentar personalități istorice) – până la 34,5 mii AMR
- Infiltrat la Auschwitz (documentar istoric) – 32,5 mii AMR
- Departee de tine (miniserial romance) – până la 31,8 mii AMR
- O familie bună (miniserial crime drama) – până la 31,5 mii AMR
- Spionii Războiului Rece (miniserial documentar) – până la 31 mii AMR
- Ștrumfii (serial în desen animat) – până la 31 mii AMR
- Lupul (serial în desen animat) – până la 30,3 mii AMR

- Nicăieri nu-i ca acasă (miniserial de comedie pentru familie) – până la 30 mii AMR
- Granița uitată a Europei (documentar istoric) – 29,9 mii AMR
- David Lynch, o enigmă a Hollywoodului (documentar biografic) – 29,7 mii AMR
- Buburuza și albina (serial în desen animat) – până la 29,5 mii AMR
- Chuggington (serial în desen animat) – până la 29,1 mii AMR
- Spitalul regal (miniserial de epocă) – până la 29 mii AMR
- Portret de război al unui popor (documentar istoric) – 28,9 mii AMR
- Nașterea lui Charlot (documentar biografic) – 28,8 mii AMR
- Aurul, valuta lăcomiei (miniserial documentar) – până la 28,8 mii AMR
- Casa speranțelor (miniserial de epocă) – până la 28,5 mii AMR
- Yul Brynner, magnificul (documentar biografic) – 28,5 mii AMR
- Generalul Ishiwara, omul care a declanșat războiul (documentar istoric) – 27,9 mii AMR
- Olmos și Robles (miniserial polițist de comedie) – până la 27,6 mii AMR
- Kitty nu e o pisică (serial în desen animat) – până la 27,3 mii AMR
- Nazare (serial daytime) – până la 27,3 mii AMR
- Arthur Miller, un om al secolului său (documentar biografic) – 27,2 mii AMR
- Memory Lane (serial documentar formații muzicale) – până la 27,2 mii AMR
- Reginele uitate ale Epocii Fierului (documentar istoric) – 26,5 mii AMR
- Sisters (serial în desen animat) – până la 26 mii AMR

Programe externe cu cele mai bune audiențe la Moldova 2:

- Camus și Sartre, o prietenie spulberată – 19,5 mii AMR
- Gauguin, sunt un sălbatic – 17,4 mii AMR
- Muzeul și miliardarul anticonformist – 17 mii AMR
- În atelierul lui Mondrian – 15,1 mii AMR
- Diego Velasquez sau realismul sălbatic – 13,5 mii AMR
- Europa scriitorilor (serial) – până la 13 mii AMR