Dorin Scobioală

PROIECT MANAGERIAL DE DEZVOLTARE A IP COMPANIA „TELERADIO-MOLDOVA" 2026 - 2033

Creșterea calității și a volumului ofertei mediatice pe toate platformele TRM

- Fortificarea capacităților proprii de producție, atât pentru emisie radio / TV, cât și pentru platformele digitale.
- Creșterea calității produselor audiovizuale sub aspect tehnic și de conținut.
- Adaptarea conținutului la specificul canalelor de distribuție, ținându-se cont de particularitățile fiecăruia, de specificul, necesitățile, obișnuințele și așteptările fiecărei categorii de consumatori de content, în funcție de platformă.
- Dezvoltarea modelului „Digital-first", în care orice conținut să fie disponibil mai întâi online, pe Web, Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Telegram și după caz, ulterior / concomitent, la radio și TV. Această strategie convergentă este o condiție primordială pentru ca TRM să-și dezvolte și să-și consolideze poziția de lider pe o piață mediatică tot mai concurențială, valorificând avantajul său de instituție multiplatformă (2026 – 2028).
- Cross-promotion (promovare reciprocă) între platformele din portofoliul „Teleradio-Moldova".
- Perfecționarea abilităților profesionale ale angajaților în cadrul Centrului de Instruire Continuă, prin vizite de studii și schimburi de experiență.
- Coproducții, colaborări, parteneriate și schimburi de programe cu producători europeni de content, în primul rând radiodifuzori publici, dar și studiouri independente.
- Extinderea colaborărilor cu producătorii independenți din Republica Moldova.
- Diversificarea grilei prin achiziții externe de produse audiovizuale pentru difuzare liniară, în baza analizei preferințelor publicului, reflectate în rapoartele de audiență în cazul programelor de divertisment și reieșind din misiunea de difuzor public a TRM în cazul programelor culturale și educative.
- Realizarea sub licență a unor programe (în primul rând – concursuri) pentru atragerea audienței (2027 – 2032).
- Creșterea volumului de conținut pentru tineri, copii și minorități etnice (2026 – 2028).

- Monitorizarea permanentă a audienţelor şi impactului produselor mediatice difuzate, inclusiv analiza comparativă în raport cu concurenţa.

Independenţă editorială, pluralism, diversitate de opinii

- Aplicarea strictă a reglementărilor legale naţionale şi internaţionale pentru evitarea imixtiunilor de orice gen în politica editorială.
- Fact-checking riguros în cazul oricărei informaţii distribuite.
- Dezminţirea argumentată şi documentată a fake-urilor.
- Crearea unor platforme de dezbateri (podcast, radio, TV) în cadrul cărora să fie abordate subiecte de interes major pentru societate sau anumite comunităţi (2027 – 2029).
- Asigurarea pluralismului de opinii, abordare imparţială şi echilibrată a oricăror subiecte.

Modernizare tehnologică

- Retehnologizarea graduală a tuturor subdiviziunilor pentru asigurarea unei activităţi eficiente şi competitive a instituţiei, din surse proprii şi prin parteneriate externe.
- Modernizarea şi reutilarea regiei de emisie a studioului 2 al televiziunii, dotarea cu echipamente suplimentare (2027 – 2029).
- Achiziţionarea unui Video Wall modular pentru studioul 2, care va transforma platoul în unul multifuncţional şi va permite evitarea cheltuielilor pentru închirieri de la prestatori externi (2027 – 2029).
- Regii separate pentru studiourile 1 şi 5 ale televiziunii, pentru asigurarea posibilităţii utilizării celor 2 platouri în paralel (2027 – 2028).
- Implementarea unui sistem digital unic, prin care să fie interconectate toate subdiviziunile TRM, asigurându-se accesul instant la orice material din baza comună de date (2027 – 2029).
- Digitalizarea arhivelor, cu elaborarea unui algoritm de căutare intuitiv, inclusiv bazat pe AI, care să asigure accesul rapid la materiale prin intermediul unii sistem integrat (2028 – 2030).

- Achiziționarea prin parteneriate externe a unui OB-van multifuncțional, care este o necesitate vitală și stringentă pentru asigurarea transmisiunilor în direct, dar și pentru realizarea de producții de amploare (2027 – 2029).
- Achiziționarea de echipamente în ordinea priorităților, stabilite în baza planului de activitate și a caietului de sarcini pentru fiecare an, dar și în cazuri de urgențe neprevăzute.
- Investiții în modernizarea și mentenanța infrastructurii și a resurselor tehnice existente (2026 – 2032).

Revizuirea structurii organizaționale, management instituțional

- Optimizarea organigramei, prin eliminarea funcțiilor care se dublează ca și atribuții și care generează cheltuieli nemotivate. De exemplu, în condițiile în care în cadrul companiei există departamentul Dezvoltare, funcția de director general adjunct pentru dezvoltare, neprevăzută de Regulamentul privind organizarea și funcționarea Instituției Publice Compania „Teleradio-Moldova" și de Staturul Furnizorului Public Național de Servicii Media este una inutilă. Directorului artistic este o altă funcție nejustificată, în condițiile în care ea dublează parțial atribuțiile producătorului general. Comasarea firească a unor astfel de poziții va reduce cheltuielile anuale ale companiei cu circa 3 milioane de lei.
- Eliminarea birocrației și reducerea timpului de adoptare și realizare a deciziilor prin implementarea unui sistem de aprobări electronice în rapoartele dintre subdiviziunile companiei.
- Redefinirea atribuțiilor de funcții ale angajaților, astfel încât acestea să corespundă intereselor, scopurilor și necesităților instituției raportate la realitățile actuale.
- Reorganizarea secției promo și grafică în două secții separate, cu atribuții distincte, care să colaboreze între ele doar pe proiectele care țin de competențele ambelor. Responsabilitatea secției promo ar urma să fie promovarea tuturor produselor media ale companiei, de la elaborarea scenariilor și identificarea celor mai eficiente metode de transmitere a mesajelor până la dezvoltarea unor strategii complexe de promovare. Secția grafică ar urma să răspundă solicitărilor tuturor subdiviziunilor, contribuind la unitatea identității vizuale și eliminând necesitatea achiziționării de servicii de la prestatori externi (2026 – 2027)

- Atenție sporită la disciplina muncii, la modul în care angajații își exercită atribuțiile de serviciu și își respectă obligațiunile.

Buget, cheltuieli, venituri

- Transparență în utilizarea resurselor financiare, indiferent de proveniența lor, sub controlul Consiliului de Supraveghere și a Comitetului Managerial.
- Eliminarea carențelor identificate de Curtea de Conturi și implementarea recomandărilor acesteia (2026 – 2027).
- Achiziții în baza concursurilor publice de oferte sau a unor negocieri transparente.
- Remunerarea angajaților bazată pe criterii de performanță clar stabilite și măsurabile, fără favoritisme.
- Majorarea salariilor angajaților (în limitele bugetului disponibil), pentru atragerea de noi colaboratori și evitarea exodului de specialiști din interiorul companiei.
- Reducerea cheltuielilor de protocol, deplasări și a altor cheltuieli neesențiale pentru domeniul de activitate al companiei în favoarea fondului de salarizare a angajaților (2026 – 2032).
- Optimizarea cheltuielilor de întreținere prin implementarea tehnologiilor de eficiență energetică și prin monitorizarea riguroasă a consumului.
- Raționalizarea utilizării spațiilor și a resurselor tehnice aflate în gestiune.
- Diversificarea surselor de venituri proprii ale companiei în limite și condiții legale prin parteneriate externe, care să nu afecteze însă independența editorială.
- Audit trimestrial intern al veniturilor proprii, realizat în condiții transparente.

Comunicare instituțională, creditibilitate, imagine, reputație

- Prin statutul său de instituție publică, „Teleradio-Moldova" are obligația să manifeste un maxim grad de transparență în raport cu societatea. De la modul în care compania a cheltuit banii publici, până la veridicitatea și calitatea produselor mediatice generate – toate sunt informații de interes public. Obligația Companiei este să asigure o informare corectă și permanentă, pentru a-și confirma și consolida imaginea unui furnizor de servicii audiovizuale credibil, independent și corect.

- Serviciului media al Ombudsmanului din cadrul Instituției Publice Compania „Teleradio-Moldova" trebuie să devină mai activ și mai vizibil, păstrând contactului permanent cu audiența, studiind reacțiile publicului la conținutul distribuit. Orice sesizare rămasă fără răspuns poate genera interpretări eronate, care, în cele din urmă, aduc prejudicii de imagine și reputației companiei, dar și tuturor angajaților acesteia.
- Reacții prompte, inclusiv bazate pe o strategie de comunicare de criză, la orice informații legate de activitatea companiei apărute în spațiul public, cu răspunsuri clare și motivate.
- Comunicare permanentă și directă a conducerii TRM cu angajații, pentru a depista și soluționa la timp eventualele probleme organizatorice, tehnice, logistice sau de orice altă natură, cu scopul de a se evita degenerarea consecințelor acestora în disfuncționalități, conflicte sau litigii.

Dorin Scobioală

26 iunie 2026