

AUDIENȚA TV MOLDOVA 1 PENTRU IANUARIE, FEBRUARIE, MARTIE, ANUL 2020,

La sfârșitul anului 2019, pe piața audiovizualului din Moldova au loc schimbări de structură. Din 11 noiembrie apare un nou post de televiziune ”Primul în Moldova”, care retransmite în baza postului rus ORT. În același timp, rămâne să emită și postul ”PRIME”, care anterior era unicul ce retransmitea emisiunile postului ORT. Ambele aceste canale sunt generaliste și apelează la aceleași grupuri -țintă de telespectatori ca și TV Moldova 1.

Cum au influențat aceste schimbări cotele de audiență ale TV Moldova 1?

La sfârșitul anului trecut cota de piață a TV Moldova 1 a atins cifre remarcabile: octombrie – 6,08%, noiembrie – 9,09%, decembrie – 8,39%. În această perioadă postul public de televiziune se plasa în topul audiențelor din țară. Suișia, însă, se schimbă de la începutul anului. În ianuarie cota de piață coboară până la 4,70%, în februarie continuă să descrească până la 3,54%, în martie se observă o ascensiune – 4,17%. De menționat că în aprilie se păstrează tendința de creștere a cotei de piață – până la 4,46%.

Comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut, în 2020 se atestă cifre de audiență mai mici.

1. Audienta TV Moldova 1 pentru 2020 în comparație cu 2019, total individuals

	SHR%		AMR%		TVR%	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Ianuarie	4,70%	4,82%	1,02%	1,06%	21,62%	20,02%
Februarie	3,54%	4,07%	0,74%	0,83%	20,78%	20,36%
Martie	4,20%	5,41%	0,89%	0,92%	21,15%	18,33%
Trimestrul I	4,17%	4,65%	0,88%	0,94%	21,19%	20,23%

Scăderea audienței comparativ cu 2019 se întâmplă, practic, fără schimbări esențiale în grila de emisie. Măsurile întreprinse la început de 2020 ar fi trebuit, logic, să mențină nivelul de audiență sau poate chiar să-l ridice. Este vorba despre difuzarea proiectelor speciale către sărbătorile de iarnă, care, de obicei, cresc audiența, organizarea și difuzarea finalei naționale "Eurovision", transmisiunea spectacolelor muzicale din cadrul festivalului internațional "Mărțișor", lansarea în emisie a două seriale turcești "Pentru fiul meu", "Iubire de argint" și a unui serial japonez "Poftă mare".

Considerăm, totuși, că scăderea audienței postului public este determinată nu definitiv, dar în mare măsură, de schimbările care au loc în structura pieței audiovizuale din țară de la sfârșitul anului 2019. Analizând evoluția audienței la toate cele trei posturi generaliste "TV Moldova 1", "Primul în Moldova" și "PRIME" din luna noiembrie 2019, de când a fost lansat "Primul în Moldova", până în martie 2020, observăm că postul "PRIME" își menține audiența aproximativ la aceleași nivel, audiența TV Moldova1 este în scădere, iar audiența postului "Primul în Moldova" este în creștere. Deci, practic TV Moldova 1 pierde telespectatorii care se orientează spre postul "Primul în Moldova". Cred că este inutil de a aminti aici că postul public de televiziune își produce singur circa 70% din volumul total de emisie, iar posturile "PRIME" și "Primul în Moldova" au în grilele lor de emisie multe emisiuni preluate de la ORT ("Пусть говорят", "Давай поженимся", "Непутевые заметки", "Поле чудес", "Жить здорово", "Умники и умницы", "КВН" ș.a) cu bugete incomparabile cu ale noastre.

2. Audiența TV Moldova 1 și Primul în Moldova, lansat pe 08.11.2019

	Moldova 1		Primul în Moldova		PRIME	
	SHR%	AMR%	SHR%	AMR%	SHR%	AMR%
Noiembrie 2019	9,09%	1,68%	3,24%	0,61%	8,87%	1,68%
Decembrie 2019	8,39%	1,77%	5,32%	1,11%	8,81%	1,87%
Ianuarie 2020	4,70%	1,02%	7,41%	1,61%	7,25%	1,60%

Februarie 2020	3,54%	0,74%	7,81%	1,64%	8,03%	1,69%
Martie 2020	4,20%	0,89%	7,72%	1,63%	8,07%	1,70%

Până acum ne-am referit la audiența națională – grupul-țintă ”total individuals”. Dacă să urmărim rezultatele de audiență ale TVM1 pentru mai multe grupuri - țintă, observăm că se păstrează tendința ca postul public să fie cel mai mult vizionat în mediul rural – 6,06%; a crescut audiența comparativ cu anul trecut la categoria Sud; se menține o cotă mică de audiență pentru Chișinău și mediul urban. În primul trimestru al anului curent postul este privit mai mult de femei decât de bărbați, or, anul trecut a fost invers. (S-ar putea ca mai mulți bărbați să fi fost interesați să vada la Moldova 1 în 2019 campania electorală și alegerile parlamentare din februarie).

3. Audiența TV Moldova 1 pentru grupurile-țintă în trimestrul I al anilor 2020 și 2019.

N/o	Channel	SHR % Total Individuals	SHR % 18+	SHR% Female	SHR% Male	SHR % Nord	SHR % Centru	SHR % Sud	SHR % Chisinau	SHR % Urban	SHR % Rural
1.	Moldova1 Primul trimestru 2020	4,17 %	4,46%	4,63 %	3,55%	4,77%	4,34%	5,62%	0,71%	1,50%	6,06%
2.	Moldova1 primul trimestru 2019	4,65%	4,96%	5,15%	4,01%	5,07%	5,58%	4,98%	1,54%	1,99%	6,44%

În următorul tabel ne-am propus să vedem care este locul TV Moldova 1 comparativ cu mai multe posturi tv, monitorizate de AGB Nielsen Media Research. Au fost incluse în tabel 11 posturi din considerentul că fiecare dintre acestea în trimestrul I al anului 2020, măcar într-o zi a întrecut audiența postului public. Or, mai există, cel puțin, încă 20 de posturi monitorizate (de ex. CTC, THT Bravo, Ren TV ș.a.), care, în perioada analizată, nu au depășit în nici o zi audiințele postului public. Așa dar, printre 11 posturi de televiziune cu audiențe mai mari, postul TV

Moldova 1 deține locul VI pentru majoritatea grupurilor-țintă, locul VII pentru telespectatorii de gen masculin, locul X pentru publicul urban, locul XI pentru Chișinău. Rezultate mai bune atestăm pentru telespectatorii din Sud – locul V și pentru telespectatorii din mediul rural – locul IV. Tradițional, în fața audiențelor TV Moldova 1 stau posturile RTR Moldova, PRIME, Primul în Moldova, NTV Moldova și Canal 2. TV Moldova 1 depășește, după rezultatele medii, audiențele posturilor Canal 3, Publika TV, Jurnal TV, N4, PRO TV ș.a.

4. Locul TVM1 după SHR% comparativ cu alte posturi TV monitorizate

N/o	Channel	SHR % Total Individuals	SHR % 18+	SHR% Female	SHR% Male	SHR % Nord	SHR % Centru	SHR % Sud	SHR % Chisinau	SHR % Urban	SHR % Rural
1.	Moldova1	4,17% (VI)	4,46% (VI)	4,63 % (VI)	3,55% (VII)	4,77% (VI)	4,34% (VI)	5,62% (V)	0,71% (XI)	1,50% (X)	6,06% (IV)
2.	Prime	7,77%	8,07%	8,10%	7,32%	9,45%	8,13%	7,18%	4,71%	6,18 %	8,90%
3.	Canal 2	5,73%	5,81%	5,91 %	5,48%	8,16%	5,29%	4,91%	2,83 %	4,11 %	6,88%
4.	RTR Moldova	9,90%	10,22%	11,37%	7,90%	10,04%	10,35 %	9,17 %	9,89%	10,79%	9,28%
5.	Canal 3	3,20 %	3,09%	2,91%	3,60%	4,66%	2,29%	3,24%	1,83%	3,15%	3,24%
6.	NTV_Moldova	6,68%	6,94%	6,59%	6,79%	5,58%	5,41%	7,61%	9,67%	7,95%	5,77%
7.	Primul în Moldova	7,64%	8,15%	8,38%	6,63%	9,93%	5,88%	7,37%	6,47%	7,81%	7,52%
8.	Publika TV	2,60%	2,78%	2,57%	2,63%	3,25%	2,50%	1,26%	3,31%	2,81%	2,44%
9.	Jurnal TV	2,00%	2,16%	2,00%	2,00%	1,88%	2,38%	1,81%	1,89%	1,50%	2,36%
10.	N4	2,05%	2,22%	1,90%	2,26%	1,49%	2,33%	1,84%	2,98%	2,60%	1,67%
11.	PRO TV	1,74%	1,87%	1,69%	1,80%	1,07%	1,97%	2,10%	2,15%	1,81%	1,68%

Analizând propriul content după cota de piață SHR% în primul trimestru al anului 2020, constatăm următoarele 10 cicluri de emisiuni în top:

N/o	Denumirea emisiunii	SHR%	AMR%	AMR
1.	Domnului să ne rugăm	10,69%	2,10%	63664
2.	Mesager	6,80%	2,58%	77936
3.	Bună dimineața	6,38%	0,68%	20433
4.	Cuvintele credinței	6,07%	0,24%	7360
5.	Musafirul	5,53%	1,04%	3532
6.	Rapsodia satului	5,51%	1,42%	42937
7.	Tezaur	5,18%	1,31%	39676
8.	Ring Star	4,90%	1,18%	35653
9.	O seară în familie	4,77%	1,90%	57432
10.	La noi în sat	4,75%	1,43%	43356

Dincolo de audiențele medii, la care ne-am referit până acum, să vorbim și despre emisiuni concrete, care reușesc să se plaseze în topurile de audiență, comparativ cu

alte posturi TV din țară. Următoarele exemple prezintă anumite tendințe în aceasta direcție. Comparația se face între TVM1 și posturile care ne întrec în audiențele medii, deci, cele mai puternice din punct de vedere al audiențelor: PRIME, Canal 2, RTR Moldova, NTV Moldova, Primul în Moldova.

În graficul din data de 14 ianuarie, pe primul loc după cota de piață (SHR%) se situează emisiunile ”Mesager” în reluare la ora 5.25, ”Buna Dimineața”, ”Cine vine la noi” în reluare de la ora 13.45, ”Evantai folcloric”.

În graficul din 19.01 TV Moldova 1 deține locul întâi în cota de piață pe segmentul orelor 06 :00 – 11 :00 cu emisiunile ”Cuvintele credinței ” și ”Domnului să ne rugăm”.

În graficul din 16.02 – în top este concertul ”Ce seară minunată cu Ian Raiburg ” în segmentul de seară 22 :00 – 23 :15.

În graficul din 08.03 – în top este ”Mesager Stop Cadru ” și concertul ”Eu sunt alături de voi. Anatol Roșcovan”.

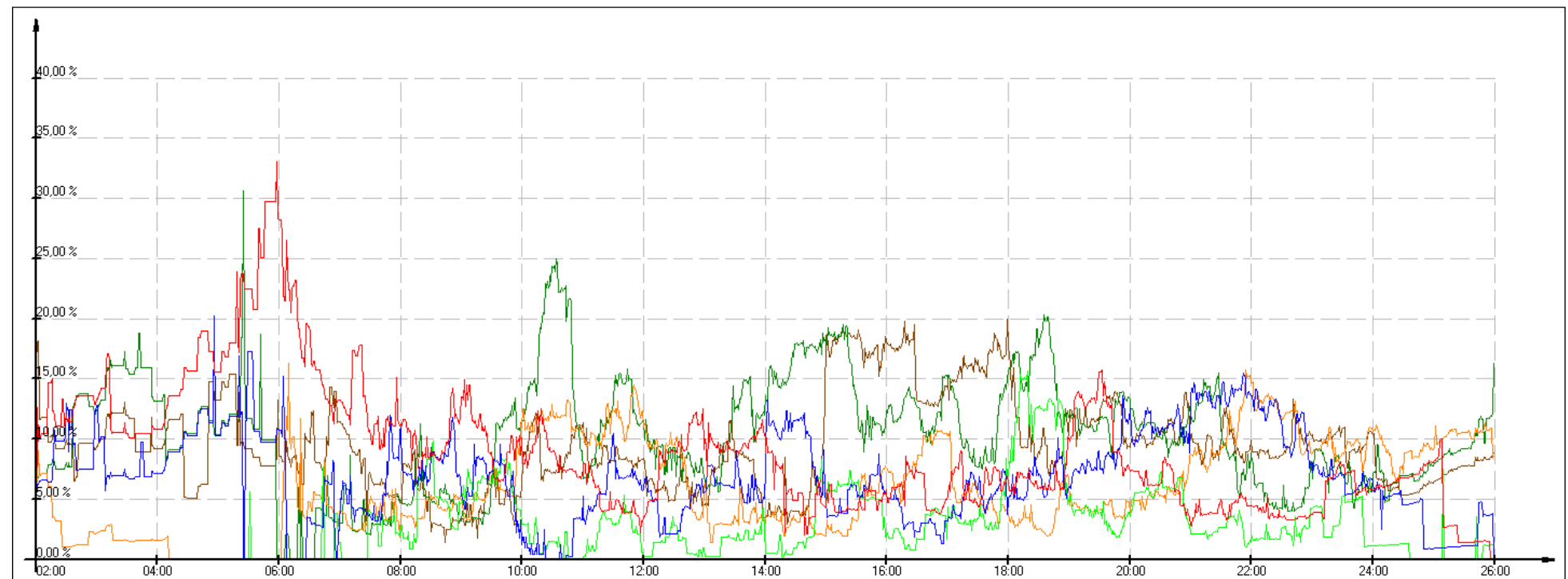
În graficul din 17.03 – se evidențiază ”Ediție specială”, ”Mesager”. (Vezi graficile din anexe.)

ANEXE.

Results

Variables	Target	Full Date
SHR %	Total Individuals	14.01.2020

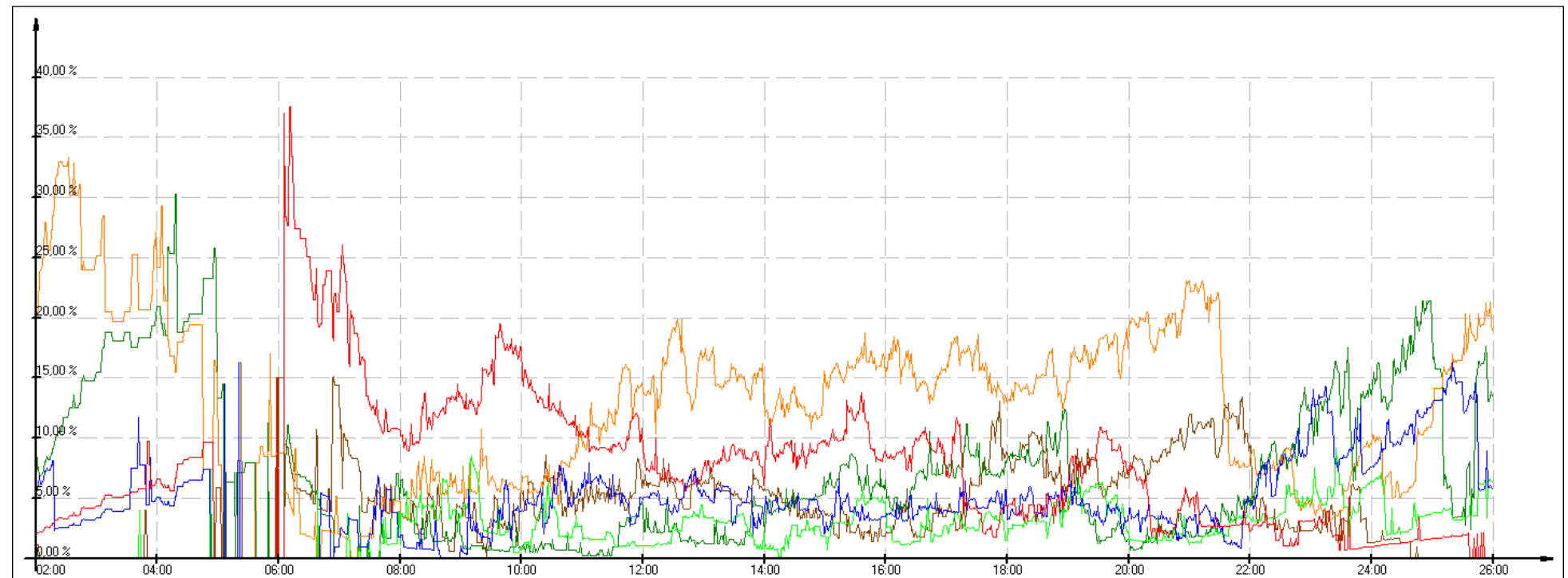
	Series description	Event description	Start time	End time	Current value	Pivot diff.
☒	Moldova1				n.a.	n.a.
☒	Prime				n.a.	n.a.
☒	Canal 2				n.a.	n.a.
☒	RTR Moldova				n.a.	n.a.
☒	NTV Moldova				n.a.	n.a.
☒	Primul in Moldova				n.a.	n.a.



Results

Variables	Target	Full Date
SHR %	Total Individuals	19.01.2020

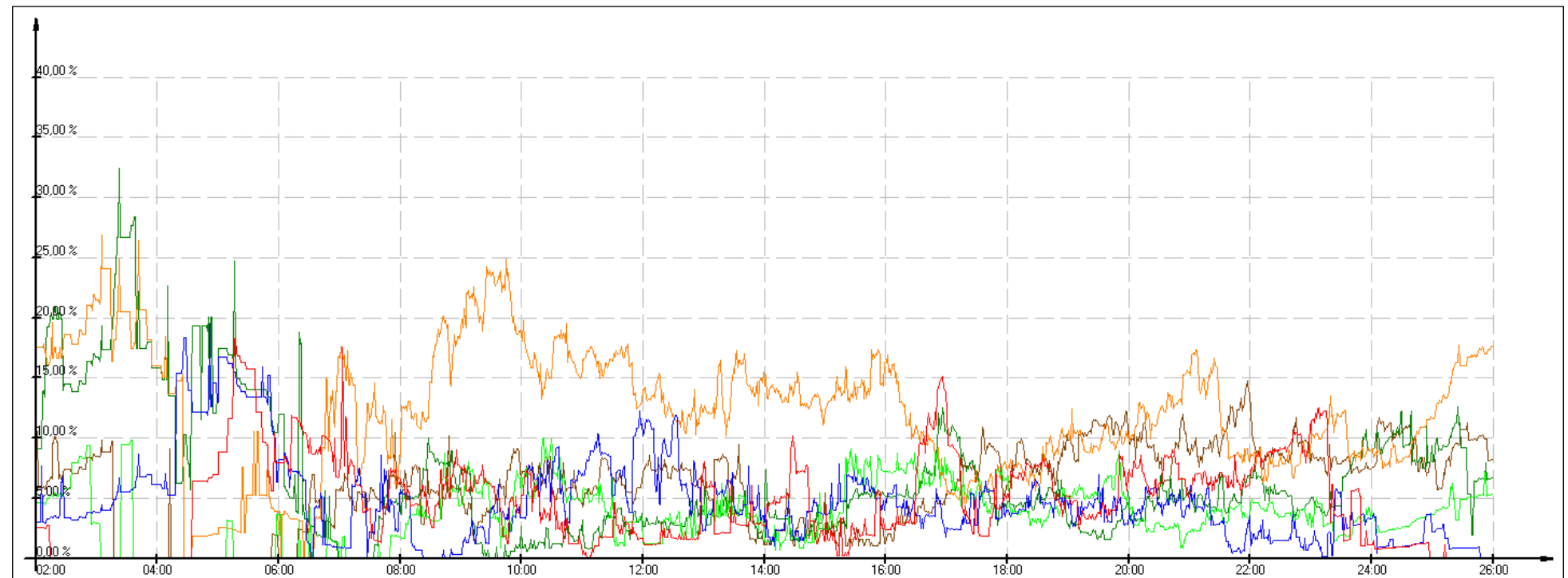
	Series description	Event description	Start time	End time	Current value	Pivot diff.
☒	Moldova1				n.a.	n.a.
☒	Prime				n.a.	n.a.
☒	Canal 2				n.a.	n.a.
☒	RTR Moldova				n.a.	n.a.
☒	NTV Moldova				n.a.	n.a.
☒	Primul in Moldova				n.a.	n.a.



Results

Variables	Target	Full Date
SHR %	Total Individuals	16.02.2020

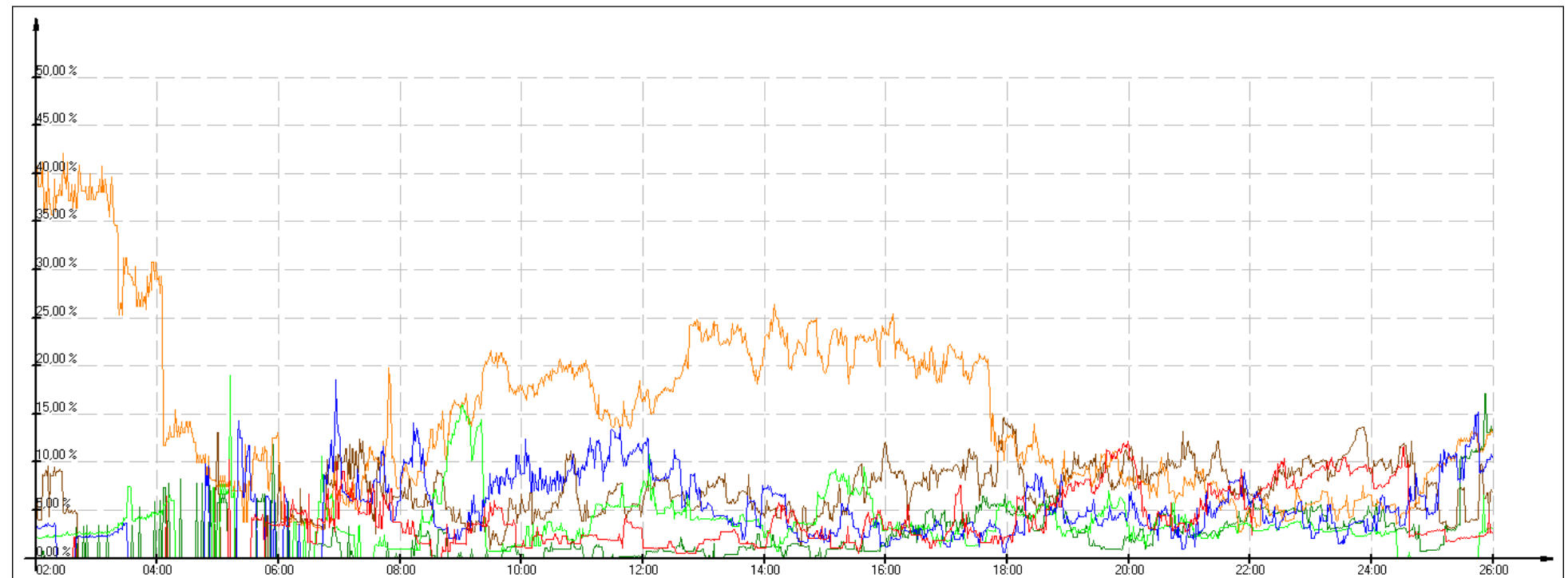
	Series description	Event description	Start time	End time	Current value	Pivot diff.
X	Moldova1				n.a.	n.a.
X	Prime				n.a.	n.a.
X	Canal 2				n.a.	n.a.
X	RTR Moldova				n.a.	n.a.
X	NTV Moldova				n.a.	n.a.
X	Primul in Moldova				n.a.	n.a.



Results

Variables	Target	Full Date
SHR %	Total Individuals	08.03.2020

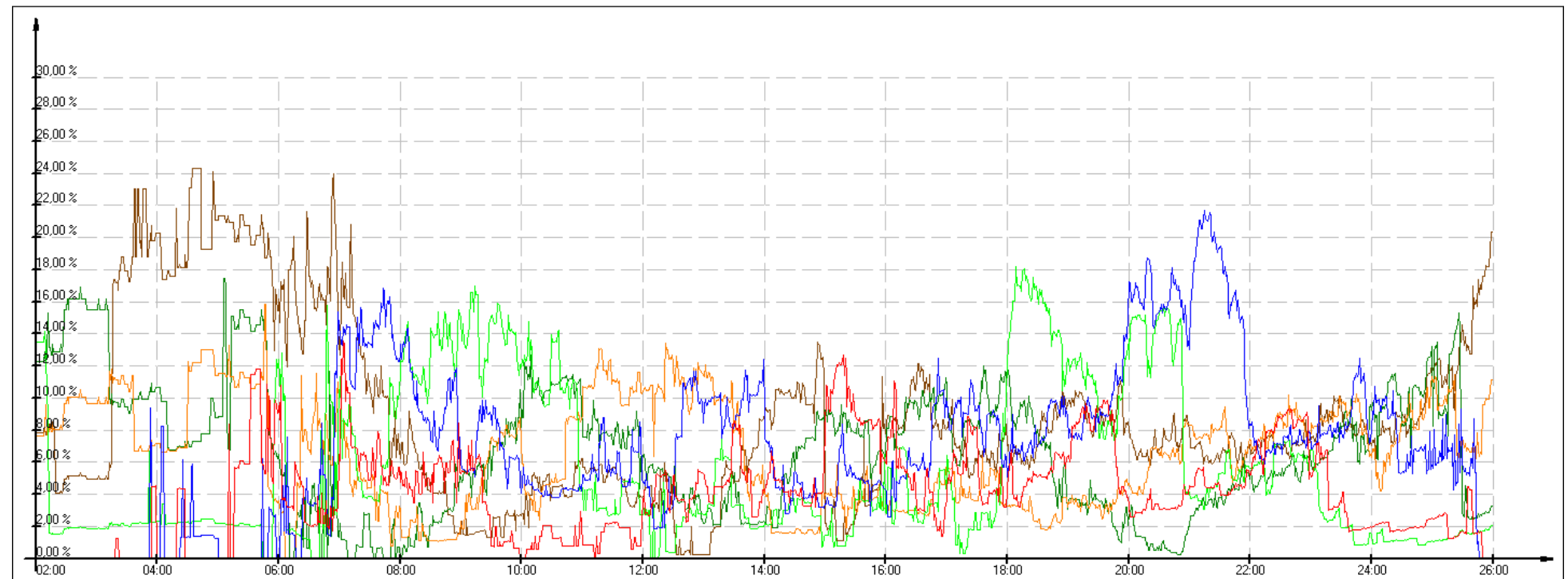
	Series description	Event description	Start time	End time	Current value	Pivot diff.
☒	Moldova1				n.a.	n.a.
☒	Prime				n.a.	n.a.
☒	Canal 2				n.a.	n.a.
☒	RTR Moldova				n.a.	n.a.
☒	NTV Moldova				n.a.	n.a.
☒	Primul in Moldova				n.a.	n.a.



Results

Variables	Target	Full Date
SHR %	Total Individuals	17.03.2020

	Series description	Event description	Start time	End time	Current value	Pivot diff.
X	Moldova1				n.a.	n.a.
X	Prime				n.a.	n.a.
X	Canal 2				n.a.	n.a.
X	RTR Moldova				n.a.	n.a.
X	NTV Moldova				n.a.	n.a.
X	Primul in Moldova				n.a.	n.a.



Prin urmare, emisiunile religioase, ”Bună dimineața”, ”Mesager”, anumite concerte, ediții speciale, emisiunile despre folclorul și tradițiile neamului ș.a țin telespectatorii în fața postului TV Moldova 1.

Tatiana Vlas, șef Serviciul Programe TV