

Consiliul Audiovizualului al Republicii Moldova



Analiza rapoartelor anuale ale furnizorilor de servicii media audiovizuale de televiziune pentru anul 2023

Cuprins

1. Noțiuni.
2. Scopul analizei.
3. Introducere.
4. Depunerea rapoartelor anuale de activitate ale furnizorilor de servicii media audiovizuale.
5. Statutul juridic al furnizorilor de servicii media audiovizuale.
6. Regimul juridic al proprietății.
7. Capitalul social.
8. Sursele de formare a bugetelor furnizorilor de servicii media audiovizuale în anul 2023.
 - 8.1. Bugetul serviciilor media audiovizuale pentru anul 2023
 - 8.1. (a) Bugetul serviciilor media audiovizuale pentru anul 2023 (furnizori de servicii media audiovizuale locali și neclasificați)
 - 8.1. (b) Bugetul serviciilor media audiovizuale pentru anul 2023 (furnizori regionali de servicii media audiovizuale).
 - 8.1. (c) Bugetul serviciilor media audiovizuale pentru anul 2023 (furnizori naționali de servicii media audiovizuale).
 - 8.2. Sursele de formare a bugetului serviciilor media audiovizuale pentru anul 2023.
 - a) Venituri din comunicări audiovizuale comerciale.
 - b) Alte venituri din vânzări (activitate de bază).
 - c) Granturi.
 - d) Donații.
 - e) Finanțări din bugetul public național/local.
 - f) Împrumuturi/ credite.
 - g) Alte surse de formare a bugetului, inclusiv de peste hotare.
 - h) Lista p.f. și p.j (IP, PP, SC) cu care furnizorul de servicii media a încheiat contracte de prestare a serviciilor sau alte contracte, cu valoarea cumulativă mai mare de 200 mii de lei.
9. Concluzii

- Subiectul acestei analize îl fac 47 de furnizori privați de servicii media de televiziune pentru 53 de servicii media audiovizuale.
- Datele din analiză care reflectă situația din anul 2022, au fost rezultatul analizei a 68 de servicii media audiovizuale.

1. Noțiuni

În scopul unei abordări profunde a acestei analize, dar și în vederea oferirii unui cadru conceptual care va ghida interpretarea datelor, vom opera cu următoarele noțiuni din Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018:

Comunicare comercială audiovizuală – mesaj sonor ori mesaj în imagini însoțite sau nu de sunet, care sunt destinate să promoveze, direct ori indirect, bunurile, serviciile sau imaginea unei persoane fizice ori juridice. Mesajele respective fie însoțesc, fie sunt incluse într-un program audiovizual în schimbul unei plăți ori retribuții similare sau în scopul autopromovării. Comunicările comerciale audiovizuale pot lua forma publicității, sponsorizării, teleshoppingului, plasării de produse și alte forme;

furnizor de servicii media – persoană fizică sau juridică care poartă responsabilitate editorială pentru alegerea conținutului audiovizual al serviciului media audiovizual și care stabilește modul de organizare a serviciului respectiv;

furnizor național de servicii media – furnizor ale cărui servicii media audiovizuale liniare se adresează populației la nivel național și pot fi recepționate de cel puțin 2/3 din populația Republicii Moldova;

furnizor regional de servicii media – furnizor ale cărui servicii media audiovizuale liniare se adresează populației la nivel regional și pot fi recepționate de cel puțin 1/3 din populația Republicii Moldova;

furnizor local de servicii media – furnizor ale cărui servicii media audiovizuale liniare se adresează populației la nivel local și care pot fi recepționate de mai puțin de 1/3 din populația Republicii Moldova;

proprietar beneficiar – persoană fizică care, în temeiul legii și/sau al contractului, se află în una dintre următoarele situații:

- a. beneficiază sau poate beneficia de orice tip de venit din activitatea unui furnizor de servicii media sau distribuitor de servicii media și nu are obligația de a preda acest venit unei terțe persoane;
- b. deține, direct sau indirect, prin persoane afiliate, controlul asupra furnizorului de servicii media ori distribuitorului de servicii media;
- c. are calitatea de membru al organului de conducere al unei persoane juridice cu scop necomercial sau al unei persoane juridice în care nicio persoană fizică nu deține o cotă de participare egală cu sau mai mare decât cota substanțială, de asemenea are competența să revoce, singură sau împreună cu alți membri, majoritatea membrilor consiliului, organul executiv sau majoritatea membrilor organului executiv și/sau cenzorul ori majoritatea membrilor comisiei de cenzori a furnizorului de servicii media sau a distribuitorului de servicii media;

serviciu media audiovizual – serviciu, aflat sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii media, al cărui scop principal sau al unei secțiuni dissociabile a acestuia este furnizarea de programe audiovizuale în scop informativ, educativ sau de divertisment pentru publicul larg, prin rețele de comunicații electronice.

2. Scopul analizei

Scopul pe care îl urmărește această analiză, dacă este să ne referim la unul general, este acela de a asigura cu informație structurată a sistemului mediatic pe care îl reglementează Codul serviciilor media audiovizuale prin Consiliul Audiovizualului, toți actorii implicați în acest domeniu cât și pe cei care consumă produsele media audiovizuale. În linii mai înguste, prin analizarea rapoartelor anuale Consiliul Audiovizualului urmărește următoarele scopuri subsecvente:

- Verificarea conformității furnizorilor de servicii media cu reglementările legale și standardele impuse de legislația în vigoare. Aceasta include evaluarea respectării normelor privind proprietatea, sursele de finanțare și politica editorială.
- Asigurarea transparenței și responsabilității furnizorilor de servicii media. Analiza permite identificarea oricăror discrepanțe sau nereguli în raportările acestora și asigură publicul că activitățile media sunt transparente și responsabile.
- Evaluarea surselor de finanțare ale furnizorilor de servicii media pentru a asigura că acestea sunt legitime și nu influențează negativ independența editorială. Este esențial să se asigure că finanțarea nu provine din surse care ar putea genera conflicte de interese.
- Furnizarea de date și informații relevante pentru formularea și actualizarea politicilor publice în domeniul audiovizualului. Analiza poate evidenția nevoia de noi reglementări sau modificări ale celor existente, prin identificarea problemelor cu care s-au confruntat furnizorii la completarea acestor rapoarte dar și a potențialelor lacune legislative care stau la baza îndeplinirii obligațiunii de prezentare a rapoartelor anuale.
- Crearea unei imagini clare a pieței media, inclusiv a structurii proprietății, performanțele la nivel financiar și sursele de venituri. Aceasta contribuie la o mai bună înțelegere a dinamicii pieței și la luarea unor decizii informate de către autorități și părțile interesate.
- Publicarea rezultatelor analizei contribuie la informarea publicului și a altor părți interesate despre starea și performanța sectorului media, promovând transparența și responsabilitatea în această industrie.

3. Introducere

Odată cu adoptarea noilor modificări care au avut loc în 2022, asupra Codului Serviciilor Media Audiovizuale nr. 174/2018, în domeniul transparenței politicii editoriale, proprietății și surselor de finanțare ale furnizorilor privați de servicii media audiovizuale dar și pe alte paliere care se referă direct sau indirect la transparență, furnizorii de servicii media audiovizuale au prezentat rapoartele de activitate conform modelului aprobat prin [Decizia Consiliului Audiovizualului nr. 7/2023](#)¹.

Supravegherea transparenței de către Consiliul Audiovizualului este crucială pentru menținerea unui peisaj mediatic sănătos, pluralist și echitabil, care să servească interesele publicului și să sprijine democrația. Importanța vegherii asupra transparenței furnizorilor de servicii media audiovizuale poate fi evidențiată prin următoarele motive.

- Protejarea interesului public, care se efectuează prin publicarea pe [pagina web](#) a rapoartelor anuale de activitate ale furnizorilor privați de servicii media audiovizuale, Consiliul asigură că toate segmentele societății au acces la informații diverse. De asemenea, referindu-ne la noile modificări legislative asupra Codului serviciilor media audiovizuale nr. 174/18, conform art. 75 alin. (5) lit. m) și art. 25 alin. (13) publicarea pe pagina web a rapoartelor de activitate este o obligație atât a Consiliului cât și a furnizorilor de servicii media audiovizuale. Nerespectarea de către furnizori a prevederilor art. 25 alin. (13) atrage sancțiunea prevăzută la art. 84 alin. (5) lit. m).
- O altă atribuție pe care o are Consiliul prin prisma asigurării transparenței furnizorilor de servicii media audiovizuale, este aceea de a preveni concentrarea mediatică, prin urmărirea modificărilor la nivel de proprietari beneficiari. Această monitorizare a modificărilor ajută la prevenirea monopolurilor și a concentrării excesive a puterii în mâinile câtorva entități, prin promovarea diversității și pluralismul mediatic.
- Transparența surselor de finanțare, prin verificarea surselor de finanțare ajută la identificarea potențialelor conflicte de interese și la asigurarea că finanțările provin din surse legitime și nu influențează negativ politica editorială a furnizorilor sau din contra, identificarea surselor de finanțare care provin din surse care ar putea influența activitatea furnizorului de servicii media audiovizuale, politica editorială și conținuturile difuzate de aceștia.
- Asigurarea transparenței din partea furnizorilor de servicii media audiovizuale crește încrederea consumatorilor se servicii media audiovizuale și consolidează încrederea publicului în mass-media. Asigurarea transparenței de către Consiliul Audiovizualului prin asigurarea că furnizorii de servicii media respectă legislația și reglementările în vigoare, contribuie la un spațiu mediatic reglementat și corect.

¹ <https://consiliaudiovizual.md/wp-content/uploads/2023/01/D.7-din-20.01.2023-Cu-privire-la-aprobarea-modelului-Raportului-de-activitate-anual-al-furnizorilor-privati-de-servicii-media-1.pdf>

- Un alt motiv pentru care Consiliul supraveghează transparența furnizorilor de servicii media audiovizuale acela ca în urma analizării informațiilor conținute în rapoartele anuale, permite evaluarea performanței furnizorilor de servicii media și identificarea ariilor unde este nevoie de îmbunătățiri, sau identificarea tendințelor prin oferirea sau ne oferirea anumitor informații care ar trebui să se regăsească în raport.

Comisia Europeană, în Avizul său privind cererea de aderare a Republicii Moldova la Uniunea Europeană din 17 iunie 2022, a recomandat Republicii Moldova să „implementeze angajamentul de „deoligarhizare” prin eliminarea influenței excesive a intereselor private asupra vieții economice, politice și publice”. În acest context, s-au realizat mai multe acțiuni conform Planului de acțiuni pentru implementarea măsurilor propuse de Comisia Europeană. În domeniul media, aceste acțiuni s-au focusat pe: a) transparentizarea beneficiarilor efectivi și a finanțării mass-media: Au fost introduse modificări legislative și mecanisme interne pentru a asigura o mai mare transparență în ceea ce privește proprietarii reali și sursele de finanțare ale mass-mediei.

4. Depunerea rapoartelor anuale de activitate ale furnizorilor de servicii media audiovizuale

Rapoartele de activitate ale furnizorilor de servicii media audiovizuale au fost examinate în ședințele publice ale Consiliului Audiovizualului, pe marginea acestora au fost adoptate trei decizii ([Decizia Consiliului Audiovizualului nr. 143 din 24 mai 2024](#), [Decizia Consiliului Audiovizualului nr. 160 din 07 iunie 2024](#), [Decizia Consiliului Audiovizualului nr. 174 din 28 iunie 2024](#)²).

Conform Registrului furnizorilor de servicii media de televiziune care se află în gestiunea CA, pe parcursul anului de raportare, până la data de 31 decembrie 2023, erau înregistrate 66 de servicii media audiovizuale de televiziune, licențele pentru care erau deținute de 61 furnizori privați.

Opt furnizori privați (respectiv, opt proprietari beneficiari; *a se vedea anexa nr. 1*) dețineau câte două licențe de emisie pentru servicii de televiziune.

În conformitate cu art. art. 28 alin. (13) din CSMA, până la data de 01 aprilie³ au prezentat rapoartele de activitate 47 de furnizori privați de servicii media de televiziune pentru 51 de servicii media audiovizuale.

După data de 01 aprilie au prezentat rapoartele de activitate 2 furnizori privați de servicii media de televiziune pentru 2 servicii media audiovizuale. CA nu a sancționat acești furnizori pentru încălcarea termenului prevăzut în CSMA.

Totodată, este de menționat că, prin Dispoziția Comisiei pentru Situații Excepționale a Republicii Moldova nr. 91 din 30 octombrie 2023⁴, pe perioada stării de urgență, au fost suspendate 6 licențe

² [Decizia Consiliului Audiovizualului nr. 143 din 24 mai 2024](#), [Decizia Consiliului Audiovizualului nr. 160 din 07 iunie 2024](#), [Decizia Consiliului Audiovizualului nr. 174 din 28 iunie 2024](#)

³ Codul Civil al Republicii Moldova nr. 1107/2002. Articolul 389. Expirarea termenului într-o zi de odihnă: „Dacă ultima zi a termenului este o zi de duminică, de sâmbătă sau o zi care, în conformitate cu legea în vigoare, la locul executării obligației este zi de odihnă, termenul expiră în următoarea zi lucrătoare”.

⁴ https://gov.md/sites/default/files/document/attachments/dispozitia_cse_nr.91_30.10.2023_1.pdf

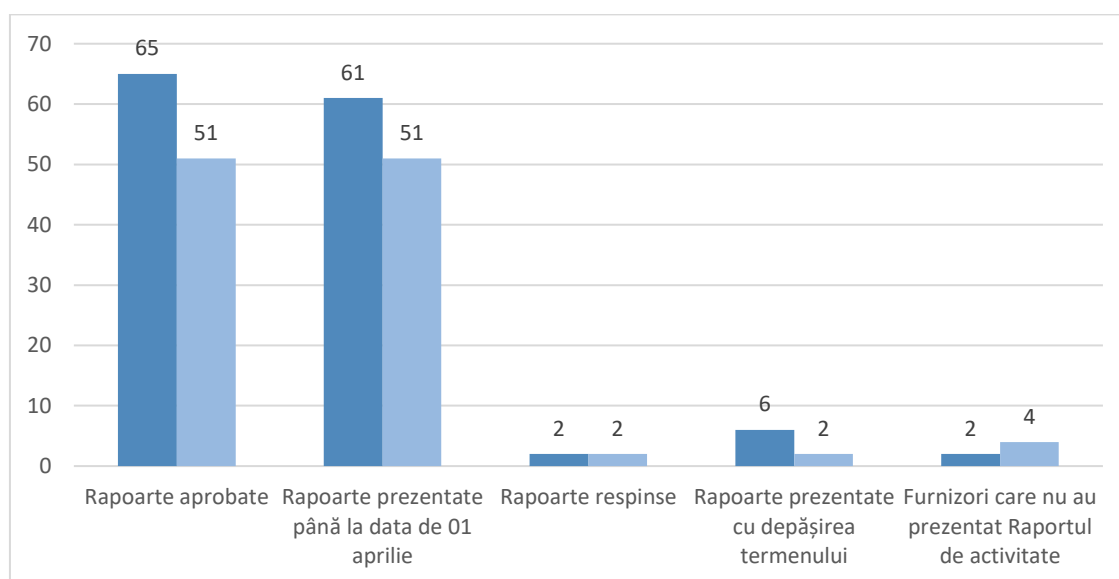
de emisie, iar la data de 27.12.2023, potrivit Procesului-verbal nr. 2 al ședinței Consiliului pentru promovarea proiectelor investiționale de importanță națională⁵, valabilitatea licențelor de emisie deținute de 6 furnizori de servicii media audiovizuale a fost temporar sistată, conform prevederilor art. 131 alin. (3) al Legii nr. 174/2021 privind mecanismul de examinare a investițiilor de importanță pentru securitatea statului, pentru perioada necesară obținerii aprobării informațiilor prevăzute la art. 7 alin. (2) al actului legislativ menționat. Dintre acești furnizori a căror activitate a fost sistată 6 au prezentat rapoartele anuale de activitate pentru 8 servicii media audiovizuale.

De asemenea, 4 furnizori privați de servicii media nu au dat curs solicitărilor CA de a prezenta rapoartele anuale de activitate. În cazul acestor furnizori, CA a aplicat amenzi în valoare de 7000 de lei pentru fiecare serviciu media audiovizual.

Astfel că, în urma adoptării deciziilor supra menționate au fost aprobate 51 de rapoarte de activitate iar două rapoarte de activitate au fost respinse.

Comparativ cu anul precedent a scăzut numărul furnizorilor care au depus rapoarte cu încălcarea termenului, totodată crescut numărul furnizorilor care au omis prezentarea lor. CA a aprobat 51 de rapoarte de activitate, a respins rapoartele de activitate a 2 furnizori privați de servicii media.

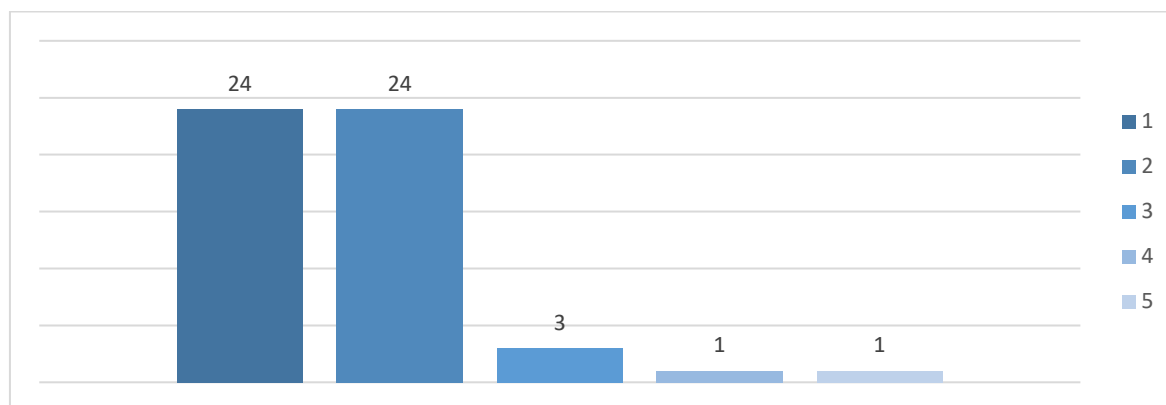
Diagrama 1. Prezentarea rapoartelor anul 2022-2023.



Fiecare furnizor de servicii media audiovizuale a depus între 1 și 5 versiuni de rapoarte de activitate. În cazul în care în conținutul raportului au fost depistate neconcordanțe sau lipsa informației, Consiliul a solicitat furnizorilor să depună repetat raportul. Numărul de depuneri a rapoartelor indică gradul de înțelegere a cerințelor CA-ului de către furnizori în vederea respectării prevederilor art. 28 alin. (13) din Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018. Furnizorii care au întâmpinat cele mai multe probleme la capitolului completării rapoartelor au fost

cei a căror responsabili de completarea acestor rapoarte sunt alolingvi, bariera lingvistică a dus la erori în completarea informației și întârzieri în prezentarea rapoartelor. Angajații CA au oferit furnizorilor consultația necesară în procesul de completare a rapoartelor.

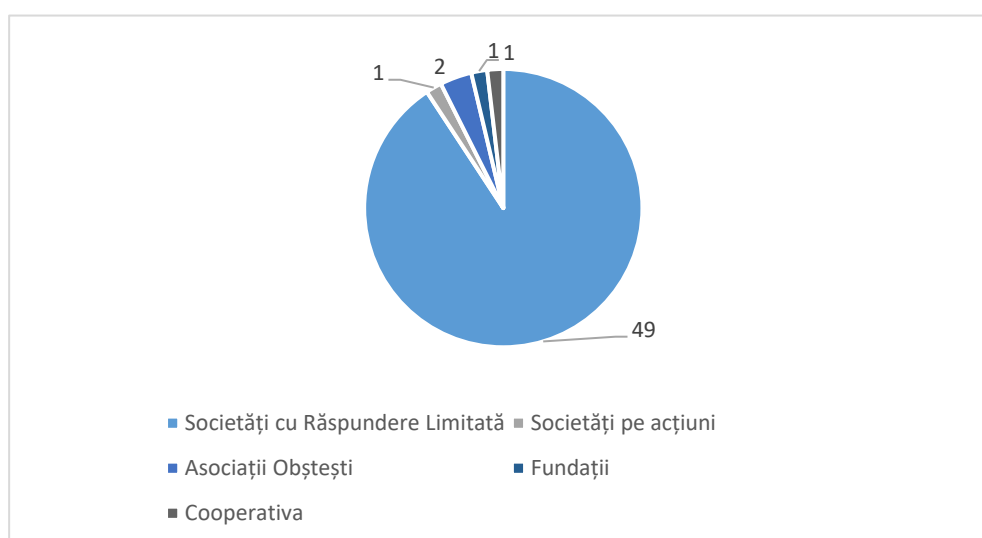
Diagrama 2. Numărul de versiuni de rapoarte prezentate



5. Forma juridică a furnizorilor de servicii media audiovizuale

Cu referire la forma juridică a furnizorilor de servicii media audiovizuale, în baza rapoartelor de activitate pentru anul 2023 prezentate Consiliului Audiovizualului, am identificat următoarele forme juridice sub care furnizorii de servicii media audiovizuale de televiziune activează: societăți comerciale - acestea urmăresc un scop patrimonial și includ, în special, societățile cu răspundere limitată și societățile pe acțiuni și persoane juridice necomerciale - acestea au un scop nepatrimonial și cuprind asociațiile obștești, cooperativele, fundațiile și instituțiile private.

Diagrama 3. Formele juridice ale furnizorilor de servicii media audiovizuale



6. Regimul juridic al proprietății

Transparența structurii de proprietății a furnizorilor privați de servicii media este crucială pentru evaluarea pluralității pieței audiovizuale. Aceasta presupune oferirea informațiilor despre acționari, structura proprietății, interesele financiare și legăturile cu alte entități. Aceste date sunt vitale pentru a înțelege influențele și relațiile economice din spatele serviciilor media. Un aspect esențial în asigurarea transparenței este monitorizarea și informarea publicului despre schimbările în structura de proprietate a serviciilor audiovizuale.

La completarea formularului raportului anual, furnizorii de servicii media sunt obligați să raporteze modificările în componența și cota de participare, atât ale proprietarilor beneficiari, cât și ale acționarilor/asociaților, indicând data acestor modificări.

Conform datelor indicate în rapoartele anuale de activitate, în anul 2023, furnizorii de servicii media audiovizuale au înregistrat modificări în structura proprietății, în conformitate cu art. 25 alin. (5) din CSMA furnizorii de servicii media au obligația să solicite în scris acordul Consiliului Audiovizualului pentru orice modificare în documentele și în datele declarate prevăzute la alin.(4) lit.c)–e) – „lit. c): *datele de identificare ale acționarilor și ale asociaților până la nivel de persoană fizică sau juridică, cu excepția acționarilor și asociaților care sunt societăți pe acțiuni cu acțiuni la purtător sau listate la bursele de valori internaționale*”.

Astfel că, pe parcursul anului 2023, conform informațiilor conținute în rapoartele de activitate dar și comparate cu informațiile deținute de CA, au fost înregistrate 5 modificări în structura proprietății furnizorilor de servicii media audiovizuale, față de 9 care au fost înregistrate în anul 2022.

Dintre cei 5 furnizori care au înregistrat modificări, doar unul („[MEDIA PLATFORM” SRL](#)) a solicitat și a primit acordul Consiliului, în privința celorlalți 4 furnizori CA s-a autosesizat și a fost inițiată procedura de control, în rezultatul controlului aceștia fiind sancționați în conformitate cu prevederile Codului serviciilor media audiovizuale nr. 174/2018, pentru nerespectarea prevederilor licenței de emisie prin neîndeplinirea obligației prevăzute la art. 25 alin. (5) din Cod.⁶

7. Capitalul social

Codul Civil nr. 1107/2002 definește la art. 251, noțiunea de capital social ca fiind acea componentă a stabilită la crearea unei entități juridice care determină valoarea minimă a activelor pe care trebuie să le dețină societatea comercială. Cu alte cuvinte, capitalul social reprezintă suma/sumele de bani aportate de către acționari sau asociați pentru înființarea și funcționarea unei societăți comerciale. Acesta servește ca o rezervă financiară de bază care asigură capacitatea entității de a-și desfășura activitățile, de a face față obligațiilor și de a susține dezvoltarea și creșterea acesteia.

Odată cu modificările [Legii cu privire la societățile comerciale nr. 135/2007](#), a fost abrogat articolul care prevedea suma minimă pe care trebuia să o aibă fiecare SRL, această modificare se adresează expres persoanelor juridice care activează sub forma juridică de societate cu răspundere limitată. Modificări cu privire la capitalul social au fost introduse și în [Legea cu privire la societățile pe acțiuni nr. 1134/1997](#), art. 38 alin. (2), conform modificărilor din 2020 asupra Legii privind

⁶ <https://consiliuaudiovizual.md/wp-content/uploads/2023/11/D.377-din-17.11.2023-Cu-privire-la-rezultatele-controlului-dispus-prin-Decizia-CA-nr.-322-din-13-octombrie-2023.pdf>
<https://consiliuaudiovizual.md/wp-content/uploads/2023/08/D.252-din-18.08.2023-Cu-privire-la-rezultatele-controlului-efectuat-in-temeiul-Deciziei-CA-nr.-224-din-21.07.2023.pdf>
<https://consiliuaudiovizual.md/wp-content/uploads/2023/02/D.37-din-10.02.2023-Cu-privire-la-rezultatele-controlului-efectuat-in-privinta-furnizorilor-de-servicii-media-%E2%80%9EVocea-Media-SRL-si-%E2%80%9ENika-TV-Media-SRL2.pdf>
<https://consiliuaudiovizual.md/wp-content/uploads/2023/08/D.252-din-18.08.2023-Cu-privire-la-rezultatele-controlului-efectuat-in-temeiul-Deciziei-CA-nr.-224-din-21.07.2023.pdf>

societățile pe acțiuni, a fost stabilit un termen pentru alinierea graduală a mărimii minime a capitalului social, până la 1 ianuarie 2024.

Până la sfârșitul anului 2023, capitalul social al unei societăți pe acțiuni (SA) trebuia să fie de cel puțin 600 000 de lei. Este important de menționat că legea prevedea o creștere treptată a valorii minime a capitalului social. Conform [Registrului furnizorilor de servicii media de televiziune](#) deținut de CA, se regăsește și o societate pe acțiuni („COTIDIAN” SA), care conform informațiilor din raportul anual de activitate nu și-a majorat capitalul social, acesta rămânând exact ca cel din 2022.

În urma analizării punctului 6 și comparării informațiilor aferente din raportul de activitate al furnizorilor pentru anul 2023 și anul 2024, s-a constatat faptul că doar un furnizor și-a majorat capitalul social (ÎCS “PRO Digital” SRL). (*Informații mai complexe referitoare la capitalul social al furnizorilor de servicii media audiovizuale pot fi văzute la Anexa nr. 3*).

8. Sursele de formare a bugetelor furnizorilor de servicii media audiovizuale în anul 2023

Conform modelului de raport anual de activitate a furnizorilor de servicii media, furnizorii au declarat informații complexe cu privire la sursele de formare a bugetului serviciilor media audiovizuale, incluzând:

- venituri, cheltuieli, profit/pierdere în anul de raportare;
- venituri, cheltuieli, profit/pierdere în anul precedent (2022) celui de raportare (2023) ;
- venituri din vânzări de comunicări comerciale⁷ și alte venituri din vânzări;
- granturi;
- donații;
- finanțări din bugetul public național / local;
- împrumuturi/credite;
- alte surse de formare a bugetului serviciului media, inclusiv de peste hotare (obligația de a prezenta lista persoanelor fizice și juridice (*instituții publice, partide politice, societăți comerciale etc.*) cu care furnizorul de servicii media, în anul de raportare, a încheiat contracte de prestare a serviciilor și alte tipuri de contracte cu valoarea cumulativă mai mare de 200 mii lei) ;

O bază diversificată de venituri ajută furnizorii de servicii media să se adapteze mai ușor la schimbările pieței media și să rămână competitivi. Având venituri din diverse surse permite furnizorilor de servicii media să experimenteze și să implementeze strategii de marketing și vânzări variate, adaptându-se astfel mai bine nevoilor pieței și preferințelor consumatorilor.

Combinarea fondurilor din surse publice, cum ar fi granturi, finanțări din bugetul național/local sau fonduri europene, cu surse private, cum ar fi comunicările comerciale audiovizuale, inclusiv publicitate (în conformitate cu art. 62 din CSMA), donațiile, poate crea un model de afaceri sustenabil și robust. Dacă un furnizor de servicii media se bazează prea mult pe un singur finanțator, poate exista riscul ca acesta să influențeze conținutul editorial. Veniturile din mai multe surse pot reduce riscul de influență nedorită și pot sprijini un jurnalism independent și obiectiv.

Pentru a asigura sustenabilitatea și succesul pe termen lung, furnizorii de servicii media audiovizuale ar trebui să urmărească diversificarea surselor de venit, minimizând astfel riscurile și maximizând oportunitățile de creștere și inovație și nu în ultimul rând de a crea un produs calitativ pliat pe necesitățile consumatorilor de servicii media audiovizuale.

⁷ Art. 62 din CSMA.

8.1. Bugetul serviciilor media audiovizuale pentru anul 2023

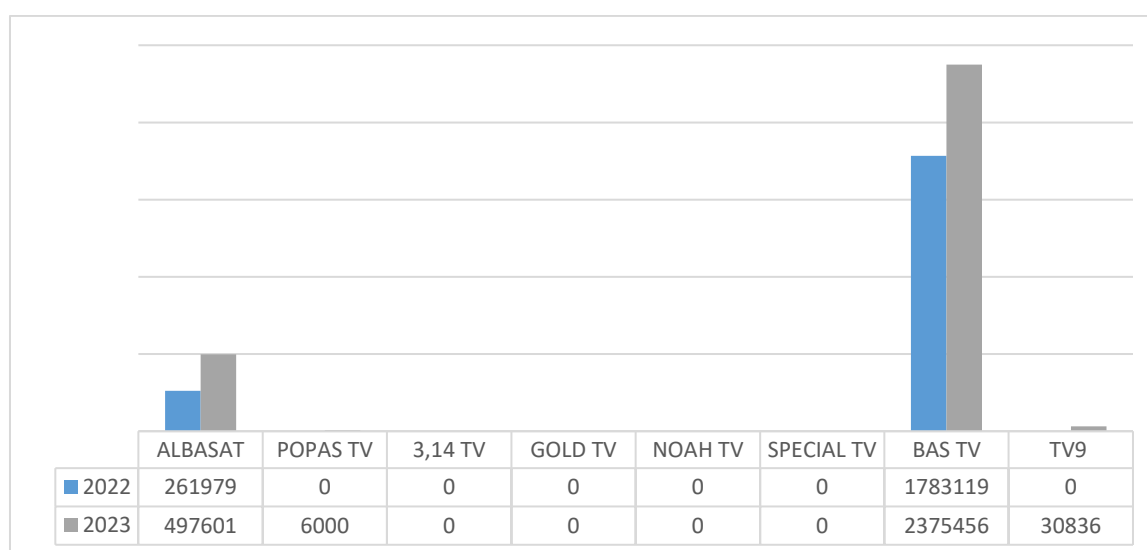
8.1. (a) Bugetul serviciilor media audiovizuale pentru anul 2023 (furnizori de servicii media audiovizuale locali și neclasificați – clasificați [conform deciziei CA nr. 100 din 30.03.2022](#)).

În această categorie se încadrează 8 servicii media audiovizuale, respectiv 8 furnizori („ALBASAT” SRL - „ALBASAT”, „POPAS MUZICAL” SRL - „POPAS TV”, „Constanta Media” SRL - „3,14 TV”, „AER-COMUNICAȚIE GRUP” SRL - „GOLD TV”, Fundația „Roma Awareness - „NOAH TV”, „BEST WAY MEDIA” SRL - „SPECIAL TV” și „LV-Topal” SRL - „BAS TV”, „Media Platform” SRL - „TV9 (TV Nouă).

a) Venituri

Conform informațiilor conținute în rapoartele anuale de activitate, dintre cei 8 furnizori doar 4 dintre aceștia au declarat că au avut venituri în anul 2023. Veniturile au fost cuprinse între 6 000 de lei și 2 375 456 de lei în anul 2023. Dacă este să ne raportăm la veniturile furnizorilor ale căror servicii media audiovizuale au fost clasificate ca locale sau nu au fost clasificați, în anul 2022, doar doi furnizori au înregistrat venituri, cu valori cuprinse între 261 979 de lei și 1 783 119 de lei.

Diagrama 4. Veniturile furnizorilor de servicii media audiovizuale clasificați ca locali și ale celor neclasificați (2022-2023)



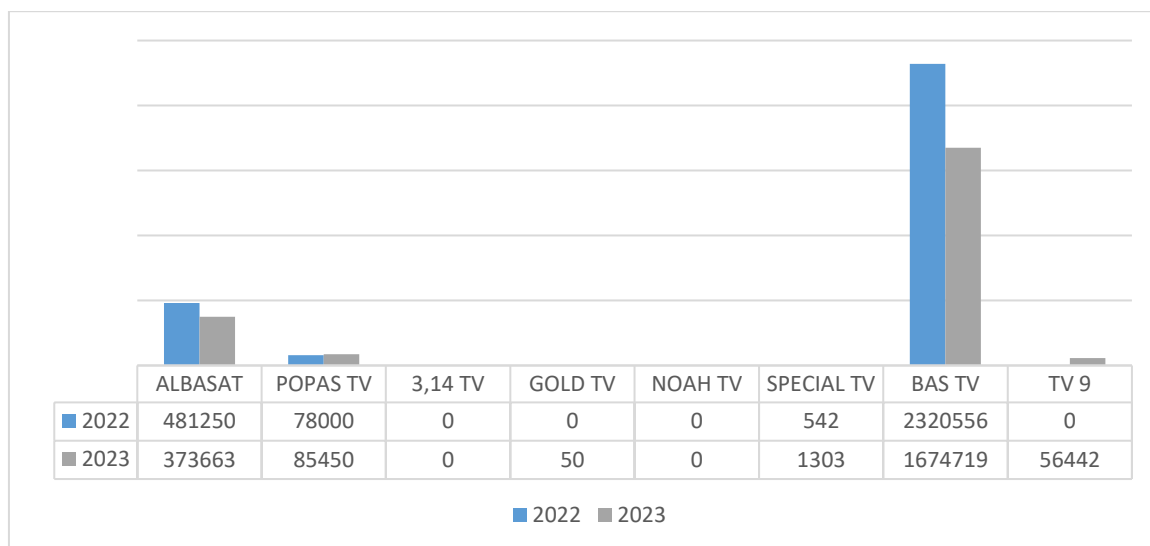
Astfel că, în cazul celor 4 furnizori care au înregistrat venituri pe parcursul anului 2023, acestea s-au majorat în cazul „BAS TV” - 34% și „ALBASAT” - 89,94%.

Suma totală a veniturilor furnizorilor de servicii media audiovizuale locali și neclasificați pentru anul 2023 – 2 909 893 de lei, față de 2 045 098 de lei pentru anul 2022, raportat la anul 2022 în anul 2023 suma veniturilor a indicat o majorare de 9%.

b) Cheltuieli

În cazul furnizorilor locali și cei neclasificați, în anul de raportare, suma cheltuielilor s-a încadrat între 0 lei și 1 674 719 de lei, comparativ cu anul 2022 unde suma cheltuielilor era între 0 lei și 2 320 556 de lei, adică în anul de raportare suma cheltuielilor suportate de către furnizorii de servicii media audiovizuale a scăzut cu 28% față de anul 2022. În ambele cazuri, valoarea maximă a sumei cheltuielilor îi revine aceluiași furnizor („LV-Topal” SRL - „BAS TV”).

Diagrama 5. Cheltuielile furnizorilor de servicii media audiovizuale clasificați ca locali și ale celor neclasificați (2022-2023)



Totodată, se constată că, în cazul a 3 furnizori cheltuielile înregistrate în 2023 au crescut față de anul 2022: „POPAS TV” – cu 10%, „SPECIAL TV” – cu 140%. Doi furnizori au înregistrat cheltuieli mai mici față de anul precedent celui de raportare: „ALBASAT” – mai mici cu 23% iar „BAS TV” - mai mici cu 39%. De asemenea, alți doi furnizori au indicat în raportul anual de activitate că nu au înregistrat cheltuieli atât pe parcursul anului 2023 cât și pe parcursul anului 2022. Comparativ cu anul 2022 în care a declarat 0 cheltuieli, furnizorul serviciului media audiovizual „GOLD TV” a indicat că, pe parcursul anului 2023 a înregistrat cheltuieli în mărime de 50 de lei, situație asemănătoare și în cazul furnizorului serviciului media audiovizual „TV9”, unde au fost înregistrate cheltuieli de 56 442 de lei față de 0 în anul precedent celui de raportare.

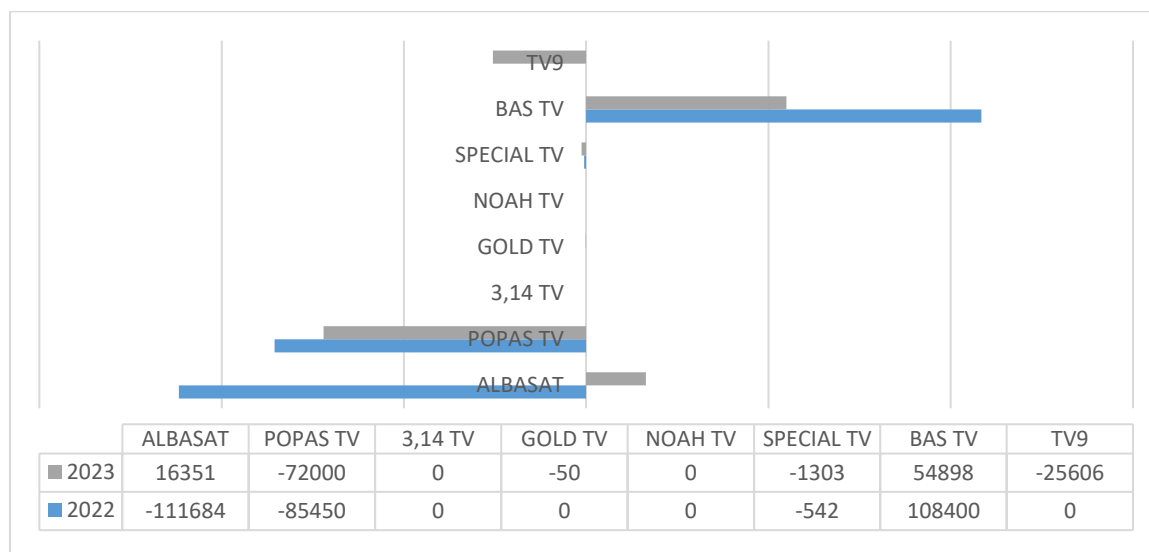
Suma totală a cheltuielilor înregistrate de furnizorii de servicii media audiovizuale locali și neclasificați pentru anul 2023 – 2 191 627 de lei, iar pentru anul 2022 suma cheltuielilor a fost de 2 135 085 lei, indicând o majorare a cheltuielilor cu 36% față de anul 2022.

c) Profit/Pierderi

Dintre cei 8 furnizori, doi au înregistrat profit și patru furnizori au înregistrat pierderi, doi dintre care au înregistrat pierderi și în anul 2022. Doi furnizori nu au înregistrat nici profit și nici pierderi. Suma totală a profitului pentru anul 2023 a constituit 71 249 de lei, iar în anul 2022 – 108 400 de lei. În anul 2023 suma profitului a scăzut cu 35% față de anul 2022.

Suma totală a pierderilor înregistrate în anul 2023 de către furnizori a constituit -98 559 de lei, față de -197 676 suma pierderilor înregistrate în anul 2022. Sub aspect comparativ, suma pierderilor a scăzut cu 63%, față de anul precedent celui de raportare.

Diagrama 6. Profitul/Pierderile furnizorilor de servicii media audiovizuale clasificați ca locali și ale celor neclasificați



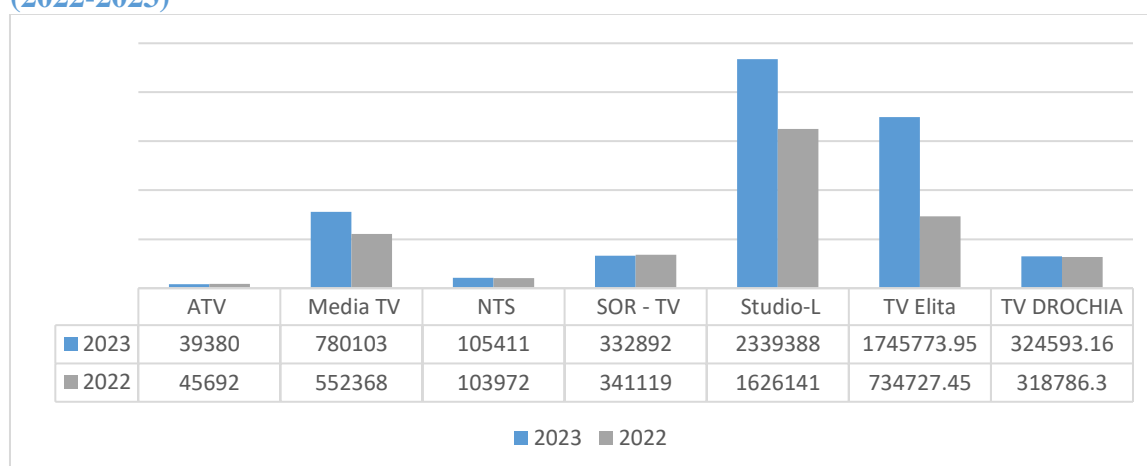
8.1. (b) Bugetul serviciilor media audiovizuale pentru anul 2023 (furnizori de servicii media audiovizuale regionali – clasificați [conform deciziei CA nr. 100 din 30.03.2022](#)).

În această categorie se încadrează 7 servicii media audiovizuale, respectiv 7 furnizori: „BIZIM AIDINIC” SRL - „ATV”, „PRO MEDIA” SRL - „Media TV”, „URANIA FM” SRL - „NTS”, „MAR-SOR TV” SRL - „SOR - TV”, „Studio-L” SRL - „Studio-L”, Cooperativa „Molodosti” - „TV Elita”, SC „SATELROM-TV” SRL - „TV DROCHIA”.

a) Venituri

Conform informațiilor conținute în rapoartele anuale de activitate, toți furnizorii au declarat că au înregistrat venituri în anul 2023. Veniturile au fost cuprinse între 39 380 de lei și 2 339 388 de lei în anul 2023. Dacă este să ne raportăm la veniturile furnizorilor ale căror servicii media audiovizuale au fost clasificate ca regionale, în anul 2022, dintre cei 9 furnizori doar unul nu a înregistrat venituri. Suma veniturilor pentru anul 2022 a fost cuprinsă între 45 692 de lei și 1 626 141 de lei.

Diagrama 7. Veniturile furnizorilor de servicii media audiovizuale clasificați ca regionali (2022-2023)

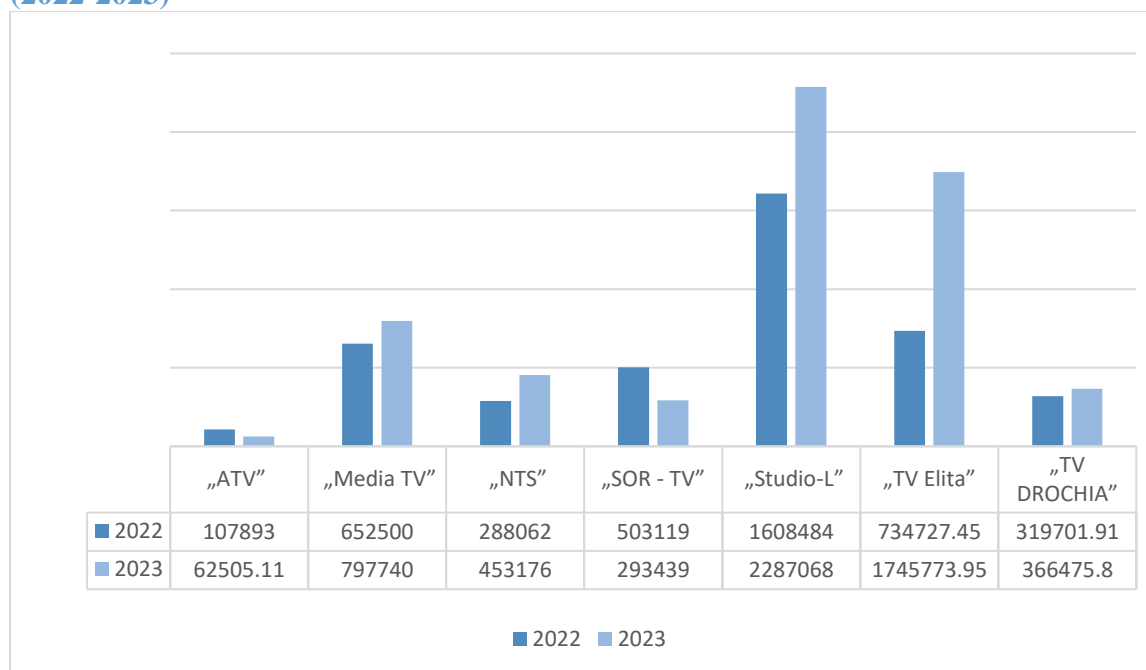


Veniturile totale ale furnizorilor de servicii media audiovizuale regionali în 2023 au constituit 5 667 540 de lei, cu 53% mai mult față de 2022, când au fost de 3 722 805,75 lei.

b) Cheltuieli

În anul de raportare, cheltuielile furnizorii regionali au variat între 62 505 de lei și 2 287 068 lei, comparativ cu 2022, când erau între 0 lei și 1 608 484 lei. În total, cheltuielile au crescut cu 43% față de 2022.

Diagrama 8. Cheltuielile furnizorilor de servicii media audiovizuale clasificați ca regionali (2022-2023)



Totodată, se constată că, în cazul a 5 furnizori, cheltuielile înregistrate în 2023 au crescut față de anul 2022: „Media TV” – cu 23%, „NTS” – cu 58%, „Studio-L” – cu 43%, „TV Elita” – cu 138% și „TV DROCHIA” – cu 15%. Doi furnizori au înregistrat cheltuieli mai mici față de anul precedent celui de raportare: „ATV” – mai mici cu 42% iar „SOR - TV” – mai mici cu 42%.

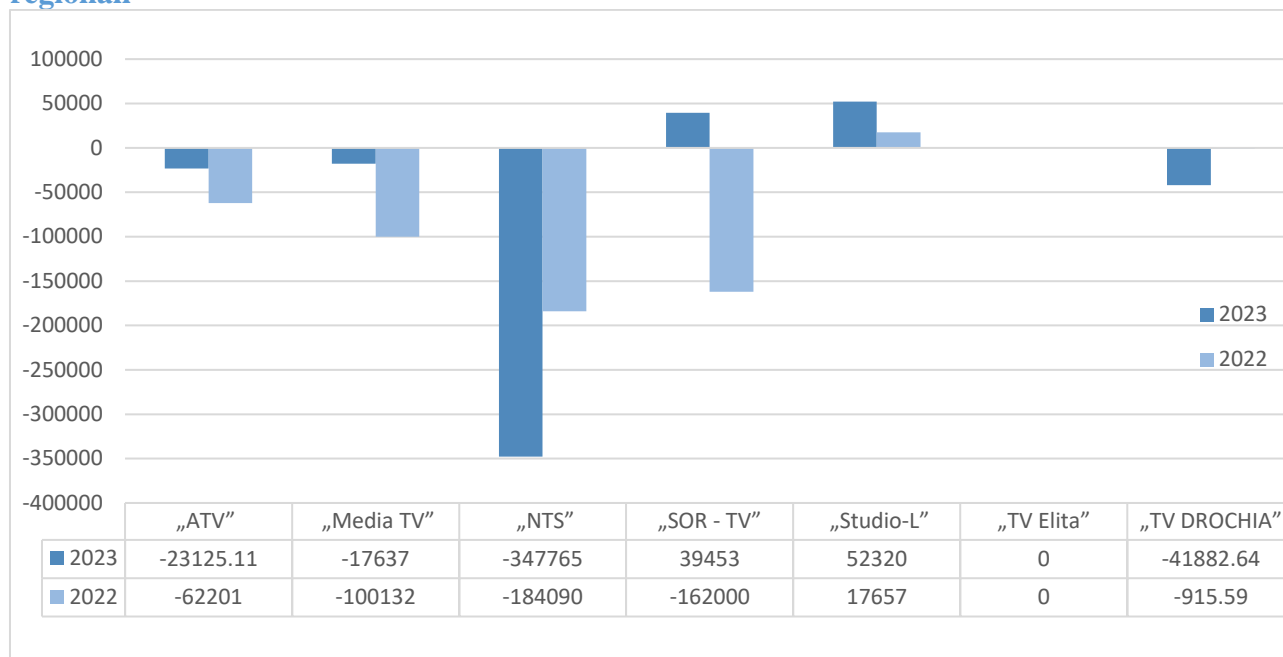
Suma totală a cheltuielilor înregistrate de furnizorii de servicii media audiovizuale regionali pentru anul 2023 - 6 006 177,86 de lei iar pentru anul 2022 suma cheltuielilor a fost de 1 608 484,00 lei, respectiv suma cheltuielilor pentru anul 2023 s-a majorat cu 265% față de anul 2022.

c) Profit/Pierderi

Dintre cei 7 furnizori regionali doi au înregistrat profit și patru furnizori au înregistrat pierderi trei dintre care au înregistrat pierderi și în anul 2022. Un furnizor nu a înregistrat nici profit și nici pierderi pentru anul 2023 și anul 2022. Suma totală a profitului pentru anul 2023 a constituit 91 773 de lei, iar în anul 2022 – 17 657 de lei. În anul 2023 suma profitului a crescut cu 420% față de anul 2022.

Suma totală a pierderilor înregistrate în anul 2023 de către furnizori a constituit -430 409 de lei, față de -509 338 de lei în anul 2022. Sub aspect comparativ, pierderile au scăzut cu 12%, față de anul precedent celui de raportare.

Diagrama9. Profitul/Pierderile furnizorilor de servicii media audiovizuale clasificați ca regionali



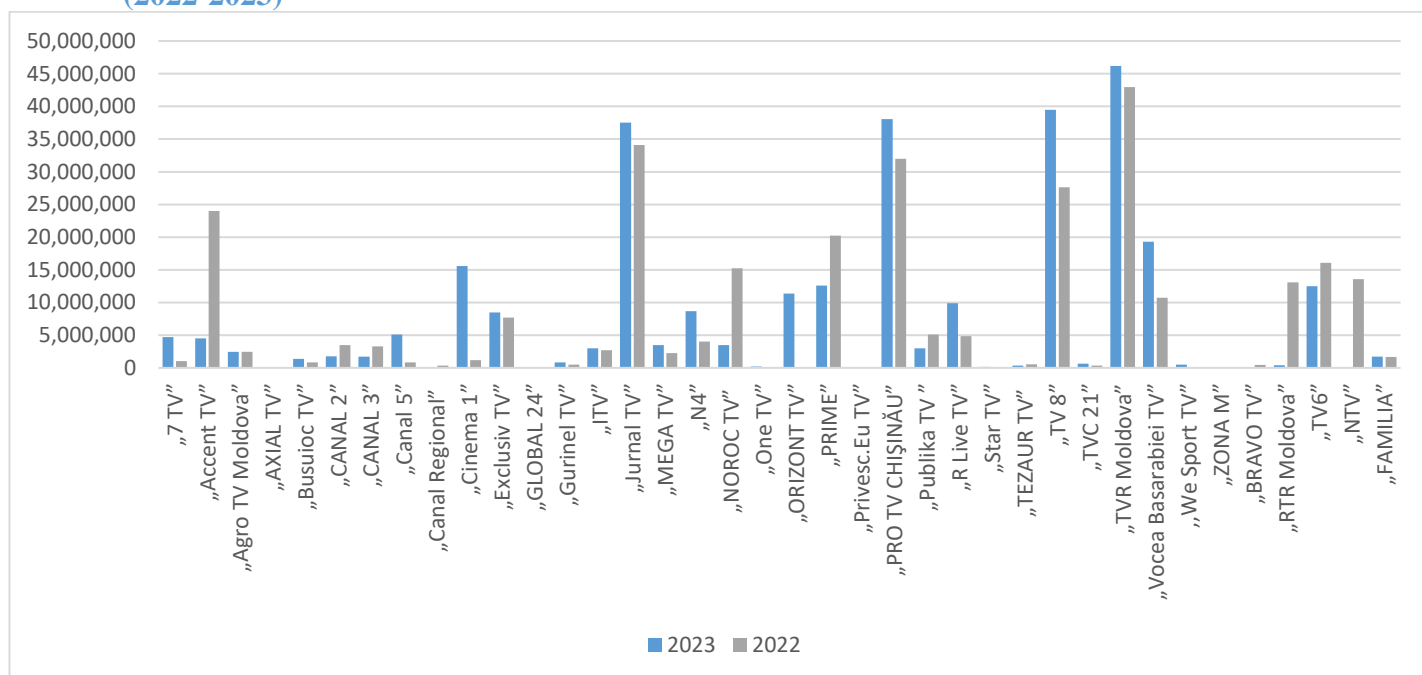
8.1. (c) Bugetul serviciilor media audiovizuale pentru anul 2023 (furnizori de servicii media audiovizuale naționali – clasificați [conform deciziei CA nr. 100 din 30.03.2022](#)).

În această categorie se încadrează 38 servicii media audiovizuale, respectiv 9 furnizori:

„MEDIA PRODUCTION TV” SRL - „7 TV”, „TELESISTEM TV” SRL - „Accent TV”, „JEVISE” SRL - „Agro TV Moldova”, „HONESTAS” SRL - „AXIAL TV”, „BUSUIOC MEDIA” SRL - „Busuioc TV”, „Telestar Media” SRL - „CANAL 2”, „Telestar Media” SRL - „CANAL 3”, „MEDIA CONTENT DISTRIBUTION” SRL - „Canal 5”, „Canal Regional” SRL - „Canal Regional”, „A. VIDEO-CONTENT” SRL - „Cinema 1”, PP „Exclusiv Media” SRL - „Exclusiv TV”, Instituția Privată Studio de Televiziune „VIZIUNEA LIBERĂ” - „GLOBAL 24”, „GURINEL MEDIA” SRL - „Gurinel TV”, „MEDIA PRO GROUP” SRL - „ITV”, ÎCS „REFORMA ART” SRL - „Jurnal TV”, „REAL RADIO” SRL - „MEGA TV”, „SELECTCANAL – TV” SRL - „N4”, „NOROC MEDIA” SRL - „NOROC TV”, „SFC MEDIA” SRL - „One TV”, „ARCHIDOC GROUP” SRL - „ORIZONT TV”, „General Media Group Corp” SRL- „PRIME”, „NAVINFO” SRL - „Privesc.Eu TV”, ÎCS „PRODIGITAL” SRL - „PRO TV CHIȘINĂU”, „General Media Group Corp” SRL- „Publika TV”, „BRIGHT COMMUNICATIONS” SRL - „R Live TV”, „SFC MEDIA” SRL - „Star TV”, „TEZAU FOLC” SRL - „TEZAU TV”, Asociația Obștească „Media Alternativă” - „TV 8”, „COTIDIAN” SA - „TVC 21”, Societatea Română de Televiziune- „TVR Moldova”, „VOCEA MEDIA” SRL - „Vocea Basarabiei TV”, AO „FEDERAȚIA MOLDOVENEASCĂ DE FOTBAL” - „We Sport TV”, „STATIS TV” SRL - „ZONA M”, „BRAVO TV” SRL - „BRAVO TV”, „TV-Comunicații Grup” SRL - „RTR Moldova”, „MEDIA RESURSE” SRL- „TV6”, PP „Exclusiv Media” SRL - „NTV”, „REAL RADIO” SRL - „FAMILIA”.

Conform informațiilor conținute în rapoartele anuale de activitate, 5 furnizorii au declarat că nu au înregistrat venituri în anul 2023. În cazul furnizorilor care au înregistrat venituri, sumele acestora au fost cuprinse între 80 340 de lei și 46 170 176 de lei în anul 2023. Dacă este să ne raportăm la veniturile furnizorilor naționali, în anul 2022, dintre cei 38 de subiecți, 6 nu au înregistrat venituri. Suma veniturilor pentru anul 2022 a fost cuprinsă între 17 080 de lei și 42 944 796 de lei. Un număr de 22 de servicii au înregistrat venituri mai mari comparativ cu anul 2022.

Diagrama 10. Veniturile furnizorilor de servicii media audiovizuale clasificați ca naționali (2022-2023)



Tabelul 1. Veniturile furnizorilor de servicii media audiovizuale clasificați ca naționali (2022-2023)

SMA	2023	2022
1. „7 TV”	4.712.924,00 lei	1.025.000,00 lei
2. „Accent TV”	4.501.616,69 lei	23.985.021,00 lei
3. „Agro TV Moldova”	2.461.457,00 lei	2.435.110,00 lei
4. „AXIAL TV”	0,00 lei	0,00 lei
5. „Busuioc TV”	1.389.455,07 lei	847.756,37 lei
6. „CANAL 2”	1.777.114,25 lei	3.459.065,93 lei
7. „CANAL 3”	1.741.828,41 lei	3.267.482,23 lei
8. „Canal 5”	5.081.298,94 lei	829.181,86 lei
9. „Canal Regional”	87.600,00 lei	327.243,00 lei
10. „Cinema 1”	15.562.318,00 lei	1.195.000,00 lei
11. „Exclusiv TV”	8.494.238,00 lei	7.713.000,00 lei
12. „GLOBAL 24”	0,00 lei	0,00 lei
13. „Gurinel TV”	848.848,72 lei	479.683,65 lei
14. „ITV”	3.005.059,20 lei	2.689.826,20 lei
15. „Jurnal TV”	37.517.596,00 lei	34.076.468,00 lei
16. „MEGA TV”	3.500.397,19 lei	2.237.887,33 lei
17. „N4”	8.687.720,15 lei	4.004.218,17 lei
18. „NOROC TV”	3.479.356,00 lei	15.235.795,00 lei
19. „One TV”	206.001,70 lei	0,00 lei
20. „ORIZONT TV”	11.372.325,72 lei	17.080,00 lei
21. „PRIME”	12.586.134,84 lei	20.225.678,86 lei
22. „Privesc.Eu TV”	0,00 lei	0,00 lei
23. „PRO TV	38.046.715,00 lei	32.004.684,00 lei

CHIȘINĂU		
24. „Publika TV ”	3.005.450,71 lei	5.078.482,36 lei
25. „R Live TV”	9.877.015,85 lei	4.848.252,54 lei
26. „Star TV”	139.499,06 lei	0,00 lei
27. „TEZAUR TV”	357.297,00 lei	543.828,00 lei
28. „TV 8”	39.489.793,00 lei	27.632.942,00 lei
29. „TVC 21”	647.016,00 lei	340.916,00 lei
30. „TVR Moldova”	46.170.176,00 lei	42.944.796,00 lei
31. „Vocea Basarabiei TV”	19.289.645,00 lei	10.727.396,00 lei
32. „We Sport TV”	480.000,00 lei	0,00 lei
33. „ZONA M”	80.340,00 lei	18.300,00 lei
34. „BRAVO TV”	0,00 lei	439.257,00 lei
35. „RTR Moldova”	392.602,00 lei	13.059.039,00 lei
36. „TV6”	12.511.948,20 lei	16.087.676,40 lei
37. „NTV”	0,00 lei	13.566.000,00 lei
38. „FAMILIA”	1.727.100,95 lei	1.674.475,30 lei

- - servicii care au înregistrat venituri mai mici în anul 2023 comparativ cu anul 2022.
- - servicii care au înregistrat venituri mai mari în anul 2023 comparativ cu anul 2022

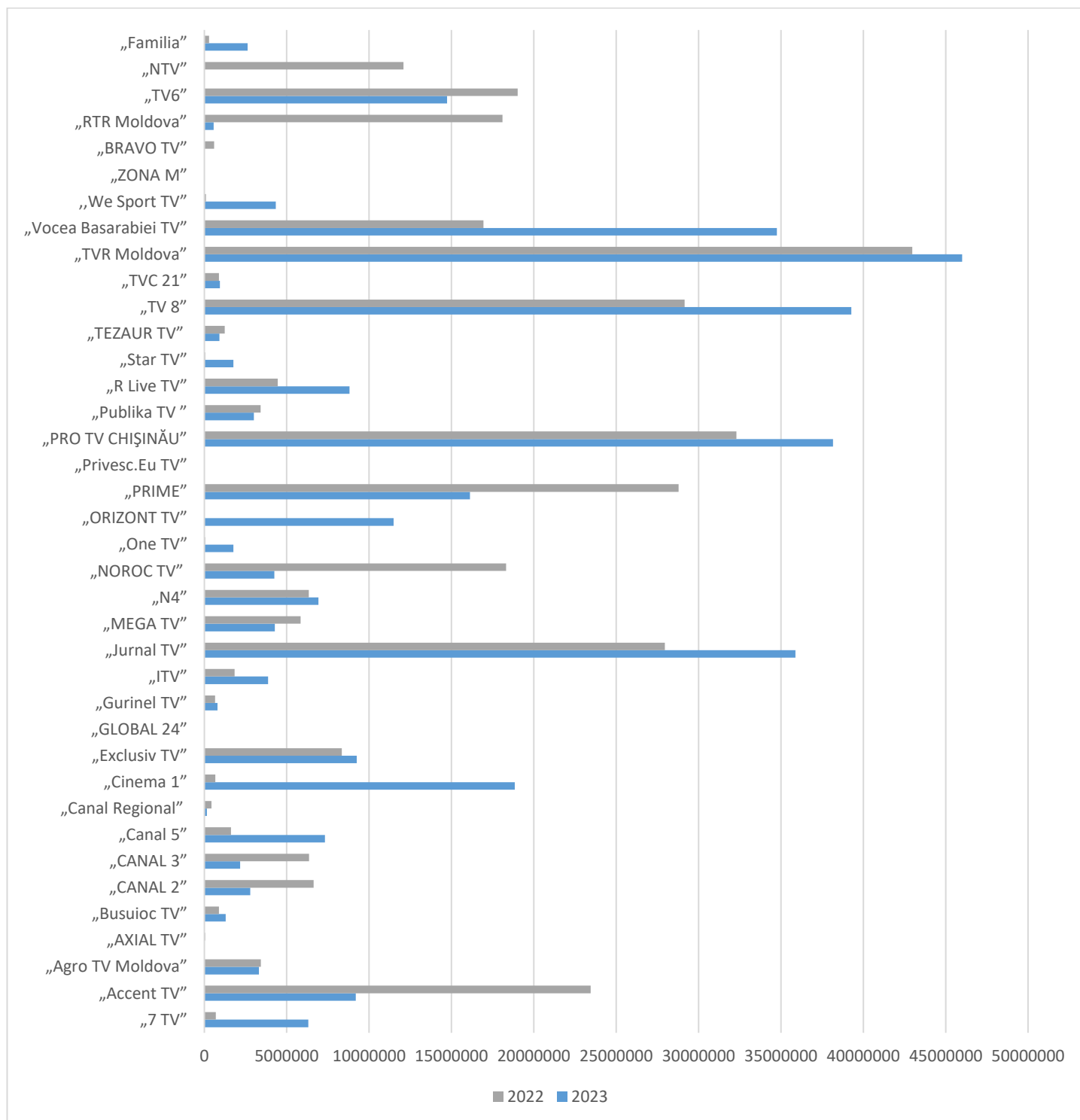
Suma totală a veniturilor a furnizorilor naționali de servicii media audiovizuale pentru anul 2023 a constituit 299 227 888,65 de lei, comparativ cu anul 2022 unde a fost înregistrată suma de 293 016 542,20 de lei, adică cu 3% mai mult.

b) Cheltuieli

În cazul furnizorilor naționali, în anul de raportare, cifra cheltuielilor s-a încadrat între 6 868 de lei și 45 996 809 de lei, comparativ cu anul 2022 unde suma cheltuielilor era între 12 540 lei și 42 976 399 de lei. Adică în 2023 cheltuielile suportate de către furnizorii naționali de servicii media audiovizuale au crescut cu 7% față de anul 2022. Suma cheltuielilor s-a majorat considerabil în cazul a 23 de furnizori.

Cheltuielile totale ale furnizorilor naționali de servicii media audiovizuale au fost de 341 971 659,06 lei în 2023, cu 12,7% mai mari față de cele din 2022, care au constituit 42 976 399 lei.

Diagrama 11. Cheltuielile furnizorilor de servicii media audiovizuale clasificați ca naționali (2022-2023)



Tabelul 2. Cheltuielile furnizorilor de servicii media audiovizuale clasificați ca naționali (2022-2023)

SMA	2023	2022
„7 TV”	6.309.188,00 lei	697.783,00 lei
„Accent TV”	9.190.137,28 lei	23.449.828,00 lei
„Agro TV Moldova”	3.313.734,00 lei	3.426.779,00 lei
„AXIAL TV”	28.328,00 lei	48.252,00 lei
„Busuioc TV”	1.297.032,83 lei	881.164,49 lei
„CANAL 2”	2.783.833,65 lei	6.638.860,86 lei
„CANAL 3”	2.176.045,96 lei	6.351.786,24 lei
„Canal 5”	7.312.523,70 lei	1.615.699,18 lei
„Canal Regional”	156.998,00 lei	436.265,00 lei
„Cinema 1”	18.840.570,00 lei	662.492,00 lei
„Exclusiv TV”	9.249.483,00 lei	8.349.000,00 lei
„GLOBAL 24”	0,00 lei	0,00 lei
„Gurinel TV”	794.784,90 lei	648.964,54 lei
„ITV”	3.866.453,12 lei	1.837.929,38 lei
„Jurnal TV”	35.883.636,00 lei	27.955.213,00 lei
„MEGA TV”	4.281.845,80 lei	5.841.310,10 lei
„N4”	6.929.636,39 lei	6.335.652,45 lei
„NOROC TV”	4.251.664,00 lei	18.317.207,00 lei
„One TV”	1.763.575,84 lei	47.928,00 lei
„ORIZONT TV”	11.492.650,76 lei	12.540,00 lei
„PRIME”	16.125.964,19 lei	28.794.473,82 lei
„Privesc.Eu TV”	0,00 lei	0,00 lei
„PRO TV CHIȘINĂU”	38.167.116,00 lei	32.299.578,00 lei
„Publika TV ”	3.003.562,06 lei	3.418.991,28 lei
„R Live TV”	8.814.593,12 lei	4.451.747,94 lei
„Star TV”	1.763.575,84 lei	47.928,00 lei
„TEZAUR TV”	917.790,00 lei	1.232.812,00 lei
„TV 8”	39.279.028,00 lei	29.155.228,00 lei
„TVC 21”	944.790,00 lei	890.750,00 lei
„TVR Moldova”	45.996.809,00 lei	42.976.399,00 lei
„Vocea Basarabiei TV”	34.751.423,00 lei	16.944.206,00 lei
„We Sport TV”	4.332.103,00 lei	100.000,00 lei
„ZONA M”	20.690,24 lei	19.023,17 lei
„BRAVO TV”	6.868,00 lei	586.657,00 lei
„RTR Moldova”	565.536,00 lei	18.099.476,00 lei
„TV6”	14.729.267,07 lei	19.017.257,31 lei
„NTV”	0,00 lei	12.083.000,00 lei
„Familia”	2.630.422,31 lei	287.577,74 lei

- - servicii care au înregistrat cheltuieli mai mici în anul 2023 comparativ cu anul 2022.
- - servicii care au înregistrat cheltuieli mai mari în anul 2023 comparativ cu anul 2022

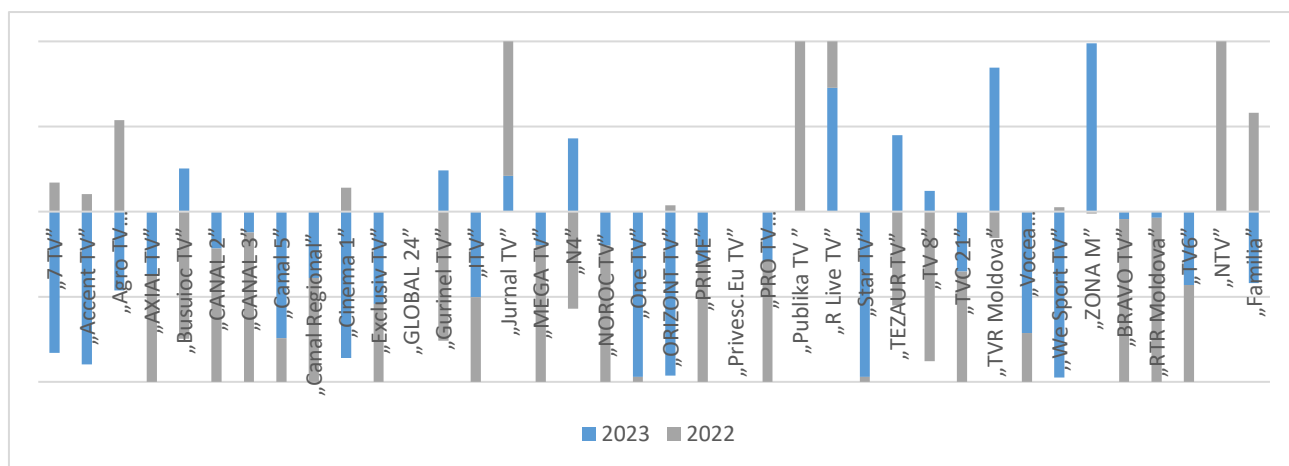
d) Profit/Pierderi

Dintre cei 38 furnizori 10 au înregistrat profit, iar 25 de furnizori au înregistrat pierderi 18 dintre care au înregistrat pierderi și în anul 2022. Furnizorii serviciilor media audiovizuale „Jurnal TV”, „Publika TV” și „R Live TV” au înregistrat profit atât în anul 2023 cât și în anul 2022. Trei furnizori nu au înregistrat profit/pierderi pentru anul 2023 iar doi dintre aceștia nu au înregistrat profit/pierderi nici în anul 2022 („Privesc.Eu TV”, „GLOBAL 24”). Suma totală a profitului pentru anul 2023 a constituit 5 606 115,96 de lei, iar în anul 2022 – 13 538 275,44 de lei.

În anul 2023 suma profitului a scăzut cu 59% față de anul 2022.

Suma totală a pierderilor înregistrate în anul 2023 de către furnizori a constituit - 39 687 945,30 de lei, față de - 44 168 579,67 în anul 2022. Sub aspect comparativ, suma pierderilor a scăzut cu 10%, față de anul precedent celui de raportare.

Diagrama 12. Profitul/Pierderile furnizorilor de servicii media audiovizuale clasificați ca naționali (2022-2023)



Tabelul 3. Profitul /Pierderile furnizorilor de servicii media audiovizuale clasificați ca naționali (2022-2023)

SMA	2023	2022
„7 TV”	-1.596.264,00 lei	327.217,00 lei
„Accent TV”	-4.688.520,59 lei	535.193,00 lei
„Agro TV Moldova”	-852.276,00 lei	991.669,00 lei
„AXIAL TV”	-28.328,00 lei	-48.252,00 lei
„Busuioc TV”	92.422,24 lei	-273.408,12 lei
„CANAL 2”	-1.006.719,40 lei	-3.646.460,97 lei
„CANAL 3”	-434.217,55 lei	-3.084.304,01 lei
„Canal 5”	-2.285.724,76 lei	-786.517,32 lei
„Canal Regional”	-69.398,00 lei	-109.022,00 lei
„Cinema 1”	-3.278.252,00 lei	532.508,00 lei
„Exclusiv TV”	-755.245,00 lei	-636.000,00 lei
„GLOBAL 24”	0,00 lei	0,00 lei
„Gurinel TV”	54.063,82 lei	-169.280,89 lei
„ITV”	-861.393,92 lei	-851.896,82 lei
„Jurnal TV”	1.632.960,00 lei	6.121.255,00 lei
„MEGA TV”	-880.848,61 lei	-3.603.422,77 lei

„N4”	1.758.083,76 lei	-2.331.433,73 lei
„NOROC TV”	-772.308,00 lei	-3.081.412,00 lei
„One TV”	-1.557.574,14 lei	-47.928,00 lei
„ORIZONT TV”	-120.325,00 lei	4.540,00 lei
„PRIME”	-3.539.829,35 lei	-8.568.794,96 lei
„Privesc.Eu TV”	0,00 lei	0,00 lei
„PRO TV CHIȘINĂU”	-120.401,00 lei	-294.895,00 lei
„Publika TV ”	1.888,65 lei	1.659.491,28 lei
„R Live TV”	1.062.422,73 lei	396.504,60 lei
„Star TV”	-1.624.076,78 lei	-47.928,00 lei
„TEZAU TV”	560.493,00 lei	-688.948,00 lei
„TV 8”	210.765,00 lei	-1.522.286,00 lei
„TVC 21”	-297.774,00 lei	-549.834,00 lei
„TVR Moldova”	173.367,00 lei	-31.604,00 lei
„Vocea Basarabiei TV”	-15.461.778,00 lei	-6.216.810,00 lei
„We Sport TV”	-3.852.103,00 lei	100.000,00 lei
„ZONA M”	59.649,76 lei	-723,17 lei
„BRAVO TV”	-6.868,00 lei	-147.400,00 lei
„RTR Moldova”	-172.934,00 lei	-4.500.437,00 lei
„TV6”	-2.217.318,87 lei	-2.929.580,91 lei
„NTV”	0,00 lei	1.483.000,00 lei
„Familia”	-1.002.721,36 lei	1.386.897,56 lei

- - servicii care au înregistrat pierderi în anul 2023/2022.
■ - servicii care au înregistrat profit în anul 2023/2022.

Tendențele generale în evoluția bugetelor furnizorilor de servicii media

În urma analizării bugetului furnizorilor de servicii media audiovizuale (FSMA) pentru anul 2023 sub aspect comparativ cu anul 2022 se observă următoarele tendințe:

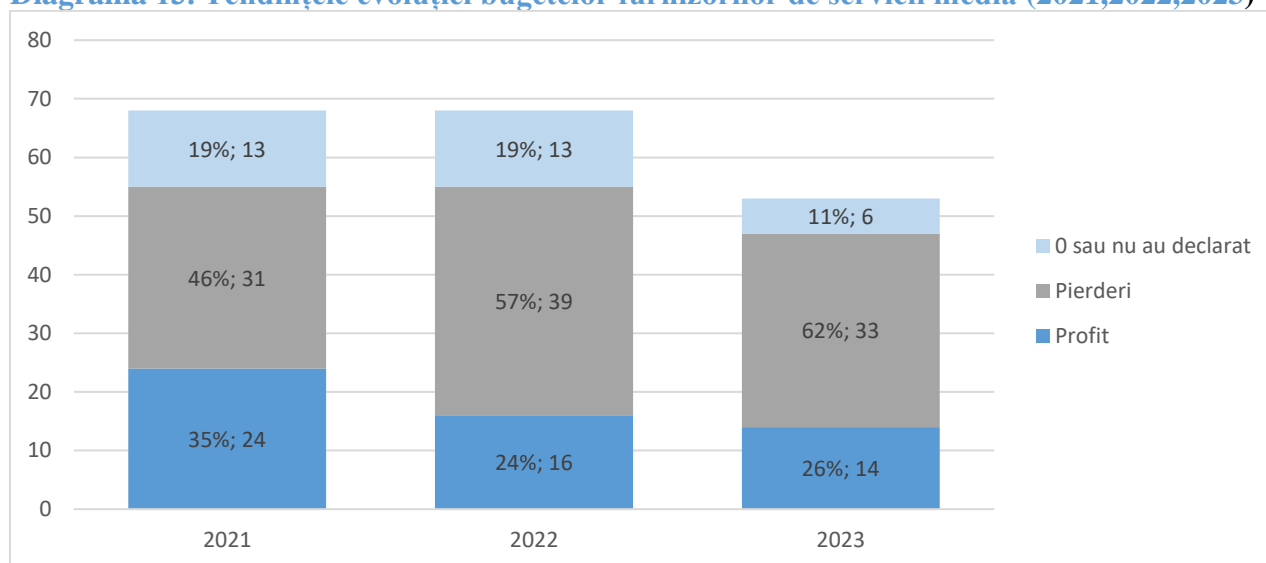
- Veniturile au crescut cu 3,9%.
- Cheltuielile au înregistrat o creștere de 6,2%.
- Profitul a scăzut semnificativ cu 58%.
- Pierderile au crescut cu 11% (pentru mai multe detalii a se vedea tabelul 4).

Deși veniturile furnizorilor de servicii media audiovizuale au crescut semnificativ în 2023 față de 2022, această creștere nu a fost suficientă pentru a acoperi majorarea cheltuielilor, care au crescut și ele, dar într-un ritm mai lent. Drept urmare, profitul a scăzut, iar pierderile au continuat să crească.

Tabelul 4. Tendențele evoluției bugetelor furnizorilor de servicii media (2022-2023)

Bugetele FSMA	2022	2023	Creștere / Scădere (%)
Venituri	298 784 445,95 lei	310 481 951,04 lei	+ 3,9%
Cheltuieli	330.309.431,86 lei	350.914.626,92 lei	+ 6,2%
Profit	13.664.331,84 lei	5.769.137,95 lei	- 58%
Pierderi	-43.451.591,71 lei	-48.004.890,08 lei	+ 11%

Diagrama 13. Tendințele evoluției bugetelor furnizorilor de servicii media (2021,2022,2023)



8.2. Sursele de formare a bugetului serviciilor media audiovizuale pentru anul 2023

a) Venituri din comunicări audiovizuale comerciale

Conform art. 62 alin. (2) din CSMA, furnizorii de servicii media au dreptul de a difuza diverse forme de comunicări comerciale audiovizuale, inclusiv sponsorizare, publicitate, teleshopping, plasare de produse, autopromovare, publicitate interactivă, publicitate prin ecran partajat, publicitate virtuală, sponsorizare virtuală și alte forme de comunicări comerciale audiovizuale. Aceste tipuri de comunicări comerciale reprezintă surse esențiale de venit pentru furnizorii de servicii media, permițându-le să își susțină activitatea și să rămână competitivi pe piață.

În raportul anual de activitate, furnizorii de servicii media trebuie să declare sumele încasate din comunicări comerciale și să indice procentul acestora din venitul total.

Conform datelor declarate în raport, în cazul a 12 servicii media audiovizuale, în anul 2023 veniturile din vânzări comerciale au reprezentat unica sursă de venit în proporție de 100%. Totuși, există și situații unde aceste venituri reprezintă doar o mică parte din venitul total (ex. 1,30%, 1,40%), sugerând că acești furnizori nu depind de veniturile din vânzări comerciale sau efectiv nu le pot atrage ceea ce îi face mai puțin vulnerabili la schimbările din piața publicității din Republica Moldova.

Sumele încasate din comunicările comerciale variază considerabil, de la câteva sute de lei la zeci de milioane de lei. Acest lucru indică diferențe mari între furnizorii de servicii media în ceea ce privește capacitatea lor de a atrage venituri din aceste surse.

Suma totală încasată de către furnizorii de servicii media audiovizuale din vânzări de comunicări comerciale în anul 2023 este de 182 824 724,98 de lei, adică 58,9% din suma totală a veniturilor.

b) Alte venituri din vânzări (activitate de bază)

Analizând datele privind alte venituri din vânzări din activitatea de bază, am observat că, veniturile provin dintr-o varietate de surse, inclusiv publicitate online, servicii de producție, filmări și reportaje, închirierea de echipamente și drepturi de retransmisie. Aceasta arată că furnizorii de servicii media își diversifică sursele de venit pentru a maximiza câștigurile.

Procentul din venitul total variază semnificativ, de la 0% până la 100%. Unele venituri reprezintă o parte foarte mică din totalul veniturilor, sugerând că acestea nu sunt surse majore de venit pentru respectivii furnizori.

Veniturile care constituie procente mari din venitul total, cum ar fi 45,83% din dreptul pentru retransmisie postului sau 63,48% din producerea spoturilor video și editare muzicală, indică o dependență considerabilă de aceste activități.

Venituri importante includ 5 269 355 lei din publicitate online, taxa de autorizare și servicii de telecomunicații (14,00% din venitul total), precum și 3 264 276,68 lei din servicii de deservire tehnică și producerea programelor televizate (26,09% din venitul total).

Alte contribuții notabile includ 2 328 818,14 lei din dreptul pentru retransmisie postului (45,83%) și 1 917 654 lei din servicii de televiziune (25,30%).

Veniturile din filmări, producere de emisiuni și reportaje sunt semnificative pentru anumite entități, cum ar fi 78 489,50 lei (24,18%) și 88 206,87 lei (5,05%).

Serviciile de producție filme și alte activități legate de producția media contribuie de asemenea la veniturile totale.

Veniturile din operațiuni cu active și venituri financiare sunt de asemenea raportate, cu exemple precum 392 602 de lei (100%) și 273 200 de lei (1,80%).

Suma totală a veniturilor din vânzări altele decât vânzări comerciale este de 15 760 808,98 de lei adică 5,1% din suma totală a veniturilor pentru anul 2023.

c) Granturi

Conform informațiilor indicate în rapoartele anuale, cu referire la granturi, în cazul a 6 servicii media, granturile primite reprezintă între 50% și 100% din veniturile totale, acesta fiind un indicator al dependenței mare de granturi, ceea ce ar putea pune presiune pe diversificarea surselor de finanțare, prin crearea tendinței de a miza pe granturile primite fără a depune efort în atragerea veniturilor din vânzări de comunicări comerciale.

Entitățile care au oferit granturi sunt variate și includ organizații internaționale și locale, cum ar fi Internews Europe, Internews Network, US Department of State, Independent Media House AO, People in Need, HelpAge International, NATO, DRRM, Helvitas Moldova, API, US Embassy Moldova, USAID, CJI, CFLI Canada și altele. Granturile cu valori mai mari sunt oferite de entități mari și internaționale.

Dintre cele 53 de servicii media audiovizuale doar 10 au accesat granturi, suma totală a acestora este de 40 745 465,26 de lei adică 13,1% din suma totală a veniturilor pentru anul 2023.

d) Donații

Conform informațiilor indicate în rapoartele anuale, cu referire la donații, doar 3 servicii media audiovizuale au beneficiat de donații. Donațiile au fost acordate de către proprietarii beneficiari ai serviciilor media audiovizuale, „Moldtelecom” SA, „Premier Energy” ICS SRL, AO „Asociația pentru susținerea inițiativelor Comunitare și Sportului”.

Suma totală a acestora este de 170 862 de lei și reprezintă 0,06% din suma veniturilor totale ale furnizorilor pentru anul 2023.

e) Finanțări din bugetul public național/local

Conform informațiilor indicate în rapoartele anuale, cu referire la finanțări din bugetul public național/local s-a constatat ca doar 4 servicii media audiovizuale și-au format suma totală a veniturilor inclusiv din bani proveniți din sistemul public național sau local. Menționăm că, nici un serviciu media audiovizual care a fost clasificat ca național, nu a primit finanțări din bugetul public național sau local. În cea mai mare parte, aceste finanțări au fost acordate de primării și Consilii raionale. **Suma totală a finanțărilor din bugetul public național/local este de 393 549 de lei, reprezentând 0,13% din suma totală a veniturilor pentru anul 2023.**

f) Împrumuturi/ credite

Un număr de 20 de servicii media audiovizuale au luat împrumuturi, fie de la persoane fizice - 13 fie de la persoane juridice - 7. Este de menționat faptul că, în lista persoanelor fizice sau juridice care au oferit împrumuturi/credite este menționată doar o companie de creditare (SFF LEASING FINANCE SRL). În cazul a 4 dintre acestea, suma împrumuturilor a reprezentat între 90% - 100% din veniturile înregistrate pentru anul de raportare. În cea mai mare parte împrumuturile au fost acordate de proprietarii beneficiari ai serviciilor media respective pe persoană fizică sau de alți proprietari beneficiari a altor servicii media audiovizuale pe persoană fizică sau juridică, altele decât companiile prin care dețin serviciul media audiovizual.

Lista persoanelor juridice care au acordat împrumuturi: „Nova -TV” SRL, „Sun Construcție” SRL, „Radio Star” SRL, „Biotehnos” SRL, „Noroc Media” SRL, „HB Media” SRL, Fundația INFO LIFE, „Agroforța-M” SRL, „Uni Ted Media” SRL, „Aer Comunicație” SRL, „Panesta Group” SRL.

Finanțarea serviciilor media prin împrumuturi acordate de aceiași proprietari beneficiari, fie prin persoane fizice, fie prin alte companii deținute de aceștia, implică riscuri semnificative legate de sustenabilitatea financiară, transparența, independența editorială și reputația companiilor media. Aceste riscuri necesită o monitorizare atentă și măsuri adecvate pentru a asigura viabilitatea pe termen lung a serviciilor media și pentru a proteja interesele publicului și ale partenerilor de afaceri

Suma totală a împrumuturilor a fost de 21 701 156,82 lei, această sumă reprezentând 7% din suma totală a veniturilor pentru anul 2023.

g) Alte surse de formare a bugetului, inclusiv de peste hotare

Dintre cele 53 de servicii media audiovizuale ale căror rapoarte au fost analizate, un număr de 7 servicii și-au format bugetul din alte surse. Surse de formare a bugetului, altele decât cele menționate la punctele de mai sus:

- Venituri investiționale și financiare – Veniturile din investiții și finanțe sunt de 1 073 672 de lei.
- Venituri din închirierea bunurilor – 346 378 de lei și 175 780 de lei din darea în locațiune a bunurilor imobile
- Finanțare cu destinație specială (SRT - Societatea Română de Televiziune) – 45 805 619 de lei.
- Venituri din vânzarea OMV (obiecte de mica valoare) și SD(scurtă durată): 8 535,04 de lei din vânzarea OMV și SD – 54 564,50 de lei din venituri calculate din diferența de curs valutar
- Venituri de la Google – 238 836 de lei.

Suma totală a acestor venituri este de 47 703 384,54 de lei, această sumă reprezentând 15,36% din suma veniturilor totale ale furnizorilor pentru anul 2023.

h) Lista p.f. și p.j (IP, PP, SC) cu care furnizorul de servicii media a încheiat contracte de prestare a serviciilor sau alte contracte, cu valoarea cumulativă mai mare de 200 mii de lei.

- „Casa Media Corp., SRL - 14 mențiuni;
- „Sales Platform” SRL - 6 mențiuni;
- „Nova TV” SRL - 6 mențiuni;
- „Moldtelecom,, SA - 6 mențiuni;
- „Food Planet Restaurants” SRL - 5 mențiuni;
- „Rebicon Plus” SRL - 4 mențiuni;
- „MMG Advertising House” SRL - 3 mențiuni;
- „Top Shop Studio Moderna” SRL ICS - 3 mențiuni;
- „ Starnet Soluții” SRL - 3 mențiuni;
- „Admixer Digital” SRL - 2 mențiuni;

9. Concluzie

Majoritatea furnizorilor au respectat termenul limită de prezentare a rapoartelor de activitate, cu excepția unui număr mic de cazuri în care au fost aplicate amenzi. Totodată, CA a demonstrat flexibilitate față de furnizorii care au întârziat, dar fără a compromite standardele de raportare.

În cea mai mare parte, rapoartele au fost completate corespunzător, furnizorii oferind suficiente informații.

Transparența în structura proprietății rămâne un aspect esențial pentru evaluarea pluralității și influențelor în piața audiovizuală. Deși numărul modificărilor în structura de proprietate a scăzut comparativ cu anul precedent, există încă furnizori care nu au respectat obligația de a solicita acordul Consiliului pentru schimbări, ceea ce a dus la aplicarea de sancțiuni. De asemenea, este de menționat că, un furnizor de servicii media a înregistrat modificări în structura proprietății atât în anul 2022 cât și în anul 2023.

În urma analizării datelor din rapoarte dar și comparându-le cu cele deținute de Consiliul Audiovizualului, nu au fost identificate tendințe directe de monopolizare sau control excesiv al pieței media de către anumite entități. Furnizorii respectă prevederile prevăzute la art. 28 din CSMA.

Referitor la situația financiară a furnizorilor de servicii media au fost identificate următoarele tendințe:

- furnizorii locali și neclasificați, suma veniturilor a indicat o majorare de 9%, majorare a fost înregistrată și în cazul cheltuielilor - cu 36% față de anul 2022. Totodată, a scăzut suma profitului dar și suma cheltuielilor.

- furnizorii regionali, în 2023 veniturile, au înregistrat o creștere totală de 53% față de 2022. Cheltuielile au crescut semnificativ, cu 277% față de anul precedent, dar și profiturile au înregistrat o creștere considerabilă. Totuși, mulți furnizori au raportat pierderi, deși acestea au scăzut cu 12% față de 2022.

- furnizorii naționali, veniturile au crescut cu 3% în 2023, în timp ce cheltuielile au crescut semnificativ. Deși profitul total a scăzut cu 59% față de 2022, pierderile au fost mai mici cu 10%. Majoritatea furnizorilor au înregistrat pierderi, iar câțiva au reușit să obțină profit.

Deși veniturile furnizorilor de servicii media audiovizuale au crescut semnificativ în 2023 față de 2022, această creștere nu a fost suficientă pentru a acoperi majorarea cheltuielilor, care au crescut și ele. Drept urmare, profitul a scăzut dramatic, iar pierderile au continuat să crească.

Aceste date sugerează că, în ciuda unei baze de venituri mai mari, din punct de vedere financiar, activitatea în domeniul audiovizual nu este una foarte sustenabilă în conformitate cu indicatorii de performanță prezentați în rapoarte. Creșterea veniturilor nu a putut compensa creșterea cheltuielilor. Cheltuielile au crescut cu 7%, ceea ce, deși poate părea moderat, reprezintă o sumă absolută semnificativă care a afectat direct marjele de profit.

Mai mulți furnizori de servicii media audiovizuale au înregistrat pierderi semnificative. Scăderea dramatică a profitului, cu 58%, reflectă o capacitate redusă a furnizorilor de a genera profituri nete în fața unor costuri în creștere. În plus, creșterea pierderilor cu 11% subliniază faptul că multe entități din acest sector operează cu un deficit financiar semnificativ. Acest lucru ar putea fi cauzat de factori precum costurile ridicate de producție, investițiile necesare în tehnologie și infrastructură, precum și competiția intensă pentru audiență și venituri din publicitate.

De asemenea, este de menționat că, câțiva furnizori nu au activat pe întreaga perioadă a anului 2023, activitatea fiind întreruptă în conformitate cu hotărârile Consiliului pentru promovarea proiectelor investiționale de importanță națională. Unii dintre aceștia au activat doar online, fapt care a restrâns

posibilitatea de a plasa publicitate prin intermediul TV dar și de a încheia alte tipuri de contracte cu caracter oneros.

În concluzie, deși veniturile au înregistrat o creștere notabilă, sustenabilitatea financiară a furnizorilor de servicii media audiovizuale rămâne fragilă, necesitând măsuri concertate pentru a asigura viabilitatea pe termen lung a acestui sector. Indicatorii de performanță arată clar că este nevoie de o abordare mai strategică și mai prudentă în gestionarea atât a veniturilor, cât și a cheltuielilor, pentru a transforma creșterea veniturilor în profitabilitate și pentru a reduce riscul financiar asociat cu pierderile continue.

Totodată, deși există variabilitate în performanțele financiare ale furnizorilor de servicii media, tendințele generale indică o creștere a veniturilor și cheltuielilor, cu un accent pe diversificarea surselor de venit pentru a asigura sustenabilitatea și independența editorială. Diversificarea surselor de finanțare rămâne esențială pentru reziliența și competitivitatea pe termen lung a furnizorilor de servicii media audiovizuale.

Conform rapoartelor anuale de activitate ale furnizorilor de servicii media, aceștia și-au declarat bugetele detaliat pentru anul 2023, inclusiv venituri, cheltuieli, profituri și pierderi, în comparație cu anul precedent (2022). Analiza relevă că diversificarea surselor de venit ar putea contribui la adaptabilitatea și competitivitatea pe piața media, permițând implementarea unor strategii variate și reducând riscul de influență editorială nedorită, însă, foarte puțini dintre furnizori se comportă de parcă ar concura, mulți dintre aceștia au ca surse principale de venit împrumuturile, donațiile granturile mai puțin vânzările comerciale, ori în accepțiunea generală, scopul pe care ar trebui să îl urmărească furnizorii de servicii media este unul comercial, adică să câștige cât mai mult din publicitate.

Finanțarea serviciilor media prin intermediul împrumuturilor acordate de aceiași proprietari beneficiari, fie prin persoane fizice, fie prin alte companii deținute de aceștia, prezintă o serie de riscuri și implicații.

Proprietarii beneficiari care acordă împrumuturi propriilor companii media de servicii media audiovizuale pot crea un conflict de interese, în care deciziile financiare sunt influențate de nevoile personale ale proprietarilor, inclusiv prin manevrarea cu ușurință a politicii editoriale și a conținutului comunicărilor comerciale.

Pe de o altă parte, faptul că furnizorii de servicii media audiovizuale solicită împrumuturi poate sugera că afacerea din domeniul media nu este sustenabilă din mai multe motive. Incapacitatea generării de venituri suficiente adică, dacă un serviciu media audiovizual are nevoie constantă de împrumuturi pentru a-și finanța activitatea, acest lucru indică faptul că veniturile generate din activitatea de vânzări comerciale nu sunt suficiente pentru a acoperi costurile de operare. Acesta este un semnal de ne sustenabilitate, deoarece compania nu poate funcționa independent de finanțare externă.

Totodată este cunoscut faptul că, veniturile din publicitate și alte surse pot fi volatile și imprevizibile, ceea ce face dificilă planificarea pe termen lung. Această instabilitate poate forța companiile media să apeleze la împrumuturi pentru a acoperi perioadele de scădere a veniturilor. Într-un context competitiv și cu provocări economice, dependența de împrumuturi poate accentua vulnerabilitatea companiilor media, subliniind necesitatea unor strategii de finanțare mai robuste și de optimizare a operațiunilor care implică cheltuieli.

Anexa Nr. 1 (Furnizori de servicii media audiovizuale care au deținut câte două servicii media audiovizuale în anul 2023)

Nr.	Furnizor	Proprietar beneficiar <i>(la sfârșitul anului de raportare - 2023)</i>	Servicii media audiovizuale de televiziune
1.	„General Media Group Corp” SRL	Vladimir Plahotniuc	1) „Publika TV”* 2) „Prime”
2.	„Telestar Media” SRL	Lilian Buștiuc	1) „Canal 3” 2) „Canal 2”
3.	„MEDIA RESURSE” SRL	Dumitru Chitoraga	1) „TV6” * 2) „Orhei TV”*
4.	„REAL RADIO” SRL	Elena Cudinova-Ghilescu	1) „MEGA TV” 2) „FAMILIA”
5.	„TELESISTEM TV” SRL	Alexei Polunin	1) „Primul în Moldova”* 2) „Accent TV”*
6.	PP „Exclusiv Media” SRL	Ludmila Furculiță	1) „NTV Moldova”* 2) „Exclusiv TV”
7.	„SFC MEDIA” SRL	Dan Pascari	1) „GN TV” 2) „LEGAL TV”
8.	„BINAMEX-M” SRL	Mircea Verstiuc	1) „NEXT TV” 2) „PREMIERA TV”

Anexa Nr. 2 (Modificări în componența proprietarilor beneficiari/asociaților)

Nr .	Furnizorul de servicii media	Serviciul media audiovizuale de televiziune	Modificări în componența proprietarilor beneficiari (asociaților)
1.	„MEDIA PLATFORM” SRL	„TV 9”	Caraseni Svetlana – 100% până la data de 14.12.2023, Iovva Natalia – 50%, Bucatari Iulia- 50% după data de 14.12.2023.
2.	„MEDIA CONTENT DISTRIBUTION” SRL	„Canal 5”	Golban Cătălin – 100% până la data de 22.08.2023, Vitalii Lients -100% după data de 22.08.2023.
3.	„MEDIA PRO GROUP” SRL	„ITV”	„Audio Media Grup” SRL (Vuicu Ivan) – 51%, Poleacova Natalia – 49% până la data de 28.03.2023. Șușchevici Lilia – 51%, Poleacova Natalia – 49% până la data de 30.06.2023. Ecaterina Hromi-Jullien – 100% după data 30.06.2023.
4.	„REAL RADIO” SRL	„Mega TV”	Rusu Victoria – 100% până la data de 18.09.2023, Elena Cudinova-Ghilescu – 100% după data de 18.09.2023.
5.	„Jevis” SRL	„Agro TV Moldova”	Mândru Adrian – 50%, Eugeniu Sîrbu – 50% până în data de 27.12.2023, Mândru Adrian – 50%, Godoroja Emilian – 50% după data de 27.12.2023.

Anexa nr. 3 (Capitalul social al furnizorilor de servicii media audiovizuale)

Nr. f	Furnizorul de servicii media	Servicii audiovizuale media de televiziune	Capital social (lei) 2022	Capital social (lei) 2023
1.	„GENERAL MEDIA GROUP CORP” SRL	Prime, Publika TV	96 007 268	96 007 268
2.	ÎCS „REFORMA ART” SRL	Jurnal TV	26 935 972	26.935.972
3.	ÎCS “PRO Digital” SRL	PRO TV Chișinău	17 272 832	25.299.552
4.	„TEZAU FOLC” SRL	Tezaur TV	682 459	682 459
5.	„NOROC MEDIA” SRL	Noroc TV	300 000	300 000
6.	„GURINEL-MEDIA” SRL	Gurinel TV	250 805	250 805
7.	Societatea Română de Televiziune / „Filiala Societății Române de Televiziune” SRL	TVR Moldova	137 392 (SRTV – 7 367 715,15 RON)	137 392 (SRTV – 7 367 715,15 RON)
8.	„JEVISE” SRL	Agro TV Moldova	119 585	119 585
9.	„TELESTAR MEDIA” SRL	Canal 2, Canal 3	100 000	100 000
10.	„BIZIM AIDINIC” SRL	ATV	52 574	52 574
11.	„Mar Sor TV” SRL	Sor TV	50 000	50000
12.	„ALBASAT” SRL	Albasat	34 951	34 951
13.	„COTIDIAN” SA	TVC 21	20 000	20 000
14.	„Publicația Periodică "Exclusiv Media"” SRL	Exclusiv TV, NTV Moldova	5400	5400
15.	„A.VIDEO-CONTENT” SRL	Cinema 1	5400	5400
16.	„TV-COMUNICAȚII GRUP” SRL	RTR Moldova	5400	5400
17.	„BRIGHT COMMUNICATIONS” SRL	R live TV	5400	5400
18.	„NAVINFO” SRL	Privesc.Eu TV	5400	5400
19.	„BUSUIOC MEDIA” SRL	Busuioc TV	5400	5400
20.	„REAL RADIO” SRL	Familia, Mega TV	5400	5400
21.	„SATELROM-TV” SRL	TV-Drochia	5400	5400
22.	„HONESTAS” SRL	Axial TV	5400	5400
23.	„TELESISTEM TV” SRL	Accent TV	5400	5400
24.	„LV-TOPAL” SRL	BAS TV	5400	5400
25.	„BRAVO TV” SRL	BRAVO TV	5400	5400
26.	„Canal Regional” SRL	Canal Regional	5400	5400
27.	Instituția privată „Studioul de televiziune „Viziunea Liberă”	GLOBAL 24	5400	5400
28.	“Selectcanal – TV” SRL	N4	5400	5400
29.	„STATIS TV” SRL	ZONA M	5400	5400

30.	„Urania FM” SRL	NTS	5400	5400
31.	„MEDIA CONTENT DISTRIBUTION” SRL	Canal 5	5000	5000
32.	„STUDIO-L” SRL	Studio-L	5000	5000
33.	Fundația „Roma Awareness”	NOAH TV	3600	3600
34.	„MEDIA PRO GROUP” SRL	ITV	1000	1000
35.	„MEDIA RESURSE” SRL	TV6, Orhei TV	500	500
36.	„SFC MEDIA” SRL	One TV, Star TV	500	500
37.	„MEDIA PRODUCTION TV” SRL	7 TV	100	100
38.	„BEST WAY MEDIA” SRL	Special TV	100	100
39.	„ARCHIDOC GROUP” SRL	Orizont TV	100	100
40.	„NIKA TV MEDIA” SRL	NIKA TV	100	
41.	„POPAS MUZICAL” SRL	POPAS TV	100	100
42.	„VOCEA MEDIA” SRL	VOCEA BASARABIEI TV	100	100
43.	„Media Platform” SRL	TV9 (TV Nouă)	100	100
44.	AO „Media Alternativa”	TV8	Nu se aplică	Nu se aplica
45.	Cooperativa „Molodosti”	Elita TV	Nu se aplică	Nu se aplică
46.	AO „Federația Moldovenească de Fotbal”	WE SPORT TV	Nu se aplică	Nu se aplică
47.	„Constanta Media” SRL	3,14 TV	Nu a indicat capitalul social	5400
48.	„AER COMUNICAȚIE GRUP” SRL	GOLD TV	Nu a fost prezentat raportul	5400
49.	„TELESISTEM TV” SRL	Accent TV	5400	5400
50.	„Pro Media” SRL	Media TV	5400	5400