



btv.bg

bTV е първата частна национална телевизия в България. Тя е 100% собственост на News Corporation. Програмата на bTV се появи за първи път в ефир на 1 юни 2000 г. и промени изцяло медиумната среда у нас. Програмата на bTV е насочена към семейната аудитория, като предлага качествен подбор от филми, риалити формати, токшоу и комедийни предавания. Новините и публицистиката на bTV се утвърдиха като информационен лидер с най-висок рейтинг на зрителско доверие. bTV е социално отговорна медия, която иницира и подкрепя множество благотворителни, социални и екокампани.

ПАЗАР

Общият брой на ТВ зрителите в България надхвърля 7 200 000. По данни на TNS/TV Plan за периода 1 януари – 31 декември 2008 г. bTV е лидер с 36,7% дял от всички зрители. Освен bTV, на медиумния пазар у нас оперират и ефирните Нова телевизия (17,1% дял), БНТ 1 (13,6% дял) и ТВ2 (1,9%). Най-влиятелни сред кабелните телевизии са „Диема фемили“, „Диема“, FoxLife, GTV и „Планета“ ТВ.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

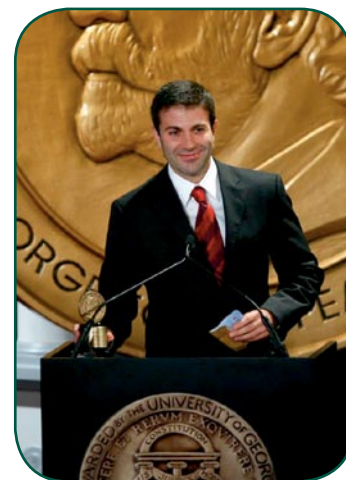
bTV е най-гледаният телевизионен канал в България, който осигурява на рекламодателите най-голямо покритие и най-сериозен дял сред аудиторията. Средно на ден всеки ТВ зритель в страната отделя над два часа, за да гледа програмата на bTV. По данни на TGI България близо 60% от градските жители на възраст 15–69 г. заявяват, че bTV е любимият им ТВ канал.

Според данни на TNS/TV Plan за аудитория 4+ най-гледаните програми на bTV за периода 1 януари 2008 г. – 31 декември 2008 г. са „Комиците“ – новозапочващо шоу (рейтинг 22,8% и дял 54,8%), и „Великолепната шесторка“ (рейтинг 21,6% и дял 50,2%), следвани от „Survivor: Островите на перлите“, концерта на Лили Иванова, bTV Репортерите, Music Idol, „Комиците“, „Ясновидци“ и Dancing Stars.

Телевизията и нейните служители ежегодно получават престижни награди.

През септември 2008 г. bTV спечели наградата за социално отговорна медия в конкурса на сдружение „Партньорство за социално отговорен бизнес“ и вестник „Пари“. През януари 2009 г. инициативата „Великолепната шесторка“ на bTV и УНИЦЕФ беше удостоена с наградата „Достоен българин“ на вестник „24 часа“, а през март 2009 г. bTV спечели наградата „Любима марка на българите за 2008 година“ в категорията „Медии“. През април 2009 г. bTV беше отличена и за принос си в закрилата на интелектуалната собственост.

На традиционния медиен фестивал в Албена през последните две години bTV получи общо осем награди, като през 2009 г. беше отличена със Златен чадър в категория „Документални филми, разследвания, репор-



тажи“ за филма „По стъпките на бугрите“ от поредицата „Великата ерес“ на Гена Трайкова и оператора Добромир Иванов. Порано поредицата спечели наградата на фестивала „Българската Европа“. Предаването „Търси се...“ взе приза за най-добро токшоу, а сайтът на bTV www.btv.bg за втора поредна година беше отличен като най-добър корпоративен медиен уебсайт.

През последната година престижни награди получиха над десет журналисти на bTV, сред които Миролюба Бенатова, Стоян Георгиев, Вяра Андреева, Светла Петрова, Габриела Налпатована, Николай Барков, Кристина Баксанова, Константин Караджов, Теодора Енчева, Димитър Анастев и Петя Стефанова. През 2008 г. Светослав Иванов и Гена Трайкова спечелиха конкурса „Робер Шуман“ с филмите си за „bTV Репортерите“, „Полумесец в короната“ и „Найлонов апокалипсис или...“. Вторият филм спечели и наградата на европейския екофестивал „Зелена вълна – 21 век“, а същата година Гена Трайкова грабна и приза за ТВ публицистика в ежегодния конкурс на сл. „Грация“ – „Жена на годината“.

Предаването „Тази сутрин“ е носител на наградата за професионално отразяване от Българския лекарски съюз.

Най-престижната награда за bTV през изминалите две години – международния приз „Пиубоди“, спечели Венелин Петков за филма си „Опиум и рози“ от поредицата „Пътване в Афганистан“, излъчена в „bTV Документите“.

С награди през последните години бяха отличени и предаванията и водещите на

„Часът на мама“, „Глобусът“, „Търси се...“ и „Такъв е животът: Новите българи“.

ПРОДУКТЪТ

bTV е част от News Corporation. Телевизията има 24-часова схема, която включва разнообразни програми, насочени към семейната аудитория. Новините и актуалните предавания на bTV са най-гледаните в българския ефир. Семичната програма започва с „Тази сутрин“ – актуално предаване и информационен лидер в своя часови слот със запазена марка „раждане“ на новини. Най-гледаните новини в България са „bTV Новините“. Обедната емисия е от 12,00 ч., а в 19,00 ч. започва централната емисия. Преди спортните новини и прогнозата за времето зрителите се запознават с детската гледна точка по актуални теми чрез предаването „Малък коментар“. Късната емисия е от 22,00 ч. bTV произвежда качествена разследваща журналистика в рубриката „bTV Репортерите“ всяка събота и неделя, както и уникални документални филми в рубриката „bTV Документите“. Гвоздей в публицистичната програма в събота е „Сеизмограф“, а в неделя – предаването „Отпечатъци“.

bTV е лидер в областта на риалити форматите. Най-мощни са праймтаймовите формати Survivor, Dancing Stars, Music Idol, „Форт Бояр“ и гр. „Шоуто на Слави“ се излъчва всяка делнична вечер в късния праймтайм, като спечели допълнителна зрителска аудитория със специалните си проекти „Моята голяма телевизионна сватба“ и „Бягство към победата“. Акценти през седмица-

та са хитовото комедийно шоу „Господари на ефира“, женското токшоу „Денят е прекрасен“, кулинарното предаване „Кухнята на Звездев“ и гр. Петъчният праймтайм е посветен на смеха, като гвоздей в програмата са „Аламинут“ и „Комиците“.

През уикенда зрителите на bTV избират програмите „Пълна лудница“, „Глобусът“, „Море от любов“, „Търси се...“, „Такъв е животът“ и гр.

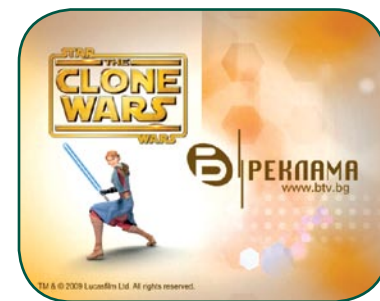
Спортните новини на bTV и обзорното неделно предаване „Зона спорт“ са най-предпочитани от ТВ зрителите. bTV излъчва и най-престижното автомобилно състезание Формула 1.

bTV предлага на своите зрители най-добрите филмови хитове и най-популярните сериали, както и качествени документални и научнопопулярни филми.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

bTV залага на новаторството в ефира и създава тенденции в развитието на телевизионните медии.

В началото на 2008 г. bTV създава нов



модел на благотворителна кампания с шоуто „Великолепната шесторка“, чрез което с помощта на УНИЦЕФ привлича общественото внимание към съдбата на изоставените деца в България.

За да отговори на нарастващата нужда на зрителите от все по-богата и по-разнообраз-

на телевизионна програма, bTV разработва два тематични канала – bTV Comedy и bTV Cinema. bTV Comedy ще предложи богата палитра от най-желаните комедийни програми – развлекателни предавания, филми и

сериали, а bTV Cinema ще покаже на зрителите, пристрастени към сегмото изкуство, най-добрите и най-новите филмови заглавия. И двата канала ще отговорят на изискванията, очакванията и предпочитанията на българската ТВ аудитория, която в последните проучвания посочва като свои любими жанрове именно филмите и комедията.

bTV е първата национална телевизионна медия, която инвестира значително в интернет и за една година превръща медиумния си портал www.btv.bg в един от най-посещаваните сайтове в България. От февруари 2008 г. интернет потребителите могат да гледат bTV онлайн безплатно от всяка точка на България. Сайтът ежедневно предлага ексклузивно съдържание, богат видеоархив на новините и предаванията на bTV, различни възможности за обратна връзка, снимки и информация за любимите предавания, филми и сериали, които се излъчват по bTV. Сайтът се посещава ежедневно от над 160 000 потребители. bTV инвестира сериозно и в отделни интернет проекти, като www.izbori.btv.bg, www.survivor.btv.bg, www.musicidol.btv.bg, www.dancingstars.btv.bg, www.yasnovidci.btv.bg и други.

ПРОМОЦИЯ

bTV е социално отговорна медия и се стреми да формира ценности в българското общество. В ефира ѝ се провеждат множество благотворителни кампании. bTV иницира дарителската кампания „Българската Коледа“ през 2003 г. с цел събиране на средства за лечение на деца и купуване на животоспасяваща медицинска техника за детски клиники. Само през 2006 г. кампанията събра над 2,5 милиона лева.

През 2005 г. телевизията иницира кампанията „Твоята помощ“, която набра над 1 милион лева за пострадалите от наводненията.

Една от най-мощните кампании на bTV през 2007 г. беше „Не сте сами!“ – в подкрепата на българските медицински сестри в Либия. Същата година bTV заедно с вестник



„24 часа“ стартира кампанията „Ако си пил – слез, искам да стигна жив“, чиято цел е изграждане

на обществена нагласа на нетърпимост спрямо шофьорите, които нарушават закона, управлявайки автомобил в нетрезво състояние.

„Великолепната шесторка“ е най-мощна-

Факти, които не знаете за bTV

През 2010 г. bTV ще се премести в нова 5-етажна сграда, в която са инвестирани над 20 милиона евро. Тя ще бъде изцяло HD оборудвана и енергийно ефективна.

www.btv.bg е най-посещаваният медиен портал сред сайтовете, измервани от Gemius, и единственият в България видеонинарски и развлекателен портал.

По повод на предстоящата цифровизация Balkan News Corporation разработва мултиканалната си платформа. Първите кабелни канали на bTV са bTV Comedy и bTV Cinema.

Всяка година „bTV Новините“ избират Репортер на годината на bTV, като журналистите и операторите гласуват за свои колеги. През 2008 г. Репортер на годината стана Светослав Иванов, а Оператор на годината – Валентин Николов.

ната благотворителна акция в ТВ ефира до сега, която bTV реализира с цел затваряне на Дома за изоставени деца в Могилно и събиране на средства за създаване на малки къщи, които да поставят децата в среда, близка до семейната. Благодарение на зрителите на bTV, както и на много корпоративни и частни дарители, са събрани 1 869 788,74 лева. Изразходването им се управлява от УНИЦЕФ.

bTV продължава да изпълнява корпоративната си политика за борба с глобалното затопляне, като се стреми максимално да ограничи CO₂ емисиите в сградата си и в същото време да популяризира екоинициативи.

Качествено проучване на имиджа на bTV сред софийската аудитория, проведено от „Маркет Линкс“ през 2008 г., посочва следните позитиви, които зрителите откриват: собствен медиен стил и последователност в отговарянето му; съръжност и умереност; интелигентност; изисканост; обща визия и дизайн на предаванията и студиоата; по-добри риалити програми и точно програмиране.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Мисията на bTV е да предоставя на зрителите програма с най-високо качество, достоверни новини, спорт и развлекателни предавания с положително послание.

bTV е новатор както в създаването на програмата си, така и в нейното промотиране във и извън ефира. bTV се утвърждава като семейната телевизия на България, чийто предавания информират, образоват и забавляват. Телевизията се ангажира тясно с проблемите на обществото.

1999

На 5 август ДКД (сега Комисия за регулиране на съобщенията, КРС) обявява конкурс за първа частна национална телевизия у нас. Заедно с други кандидати News Corporation предлага проект за инвестиция.

2000

На 17 февруари Комисията официално провъзгласява bTV за победител в конкурса и ѝ връчва лиценз. Първият ефир на bTV е на 1 юни. Първата емисия на „bTV Новините“ е на 18 ноември. Стартират предаванията „Тази сутрин“, „Шоуто на Слави“, „Искрено и лично“, Шампионска лига (първото предаване на живо по bTV) и други.

2001

bTV пуска 24-часова програма на 18 февруари.

2006

На 15 септември bTV излиза в ефир с нова опаковка. На 20 септември навлиза в риалити форматите с първия сезон на Survivor.

2007

7 юли е датата, на която „bTV Новините“ стартират от 19 часа.

2008

bTV създава изцяло нов модел на благотворителна кампания със старта на шоуто „Великолепната шесторка“ на 14 януари. През февруари bTV пуска изцяло обновен интернет портал.

2009

bTV стартира тематичните канали bTV Comedy и bTV Cinema.