



bTV е първата частна национална телевизия в България. Основана през 2000 г., тя е лидер по гледаемост и загава тенденциите на пазара и го днес. bTV предлага новините с най-голямо доверие и развлекателно и филмово съдържание с най-високо качество на всички платформи. bTV е новатор в технологиите – след като първа въведе HD, 3D-mapping, добавена реалност, 360° видео и 360° livestream онлайн, внедри и уникално hi-tech студио. bTV е част от bTV Media Group, която включва шест тв канала, няколко дигитални платформи и пет радиостанции с мажоритарен собственик Central European Media Enterprises.

Пазар

Българският тв пазар е силно наситен, с повече от 50 канала на територията на страната – базирани на локално или адаптирано съдържание или чуждестранни.

Според данните на ГАРБ за 2018 г. ключовите играчи на пазара са bTV Media Group с 42,3% аудиторен дял, NOVA Broadcasting Group с 23,8% аудиторен дял, гържавната телевизия БНТ с 8,9% дял и FOX International Channels с 3,9% дял.

bTV е излъчила 39 от най-гледаните 40 програми през първата половина на 2019 г. bTV е и информационният лидер на пазара – аудиторният дял на bTV Новините в 19,00 ч. е по-голям от комбинирания дял на централните емисии на конкурентните канали.

Постижения на марката

През 2018 г. bTV допълнително засили позицията си на информационен източник с най-високо доверие според над 37% от респондентите в национално представително проучване, проведено от „Маркет линкс“ през декември 2018 г. (18+). Доверието в телевизията се е увеличило спрямо 2017 г., когато 33% от респондентите са идентифицирали bTV като медията, на която вярват най-много.

Според количествено проучване на „Маркет линкс“ за периода 12 – 25 април 2019 г. най-за-

помнящото се тв събитие за 2018 г. е риалити хитът на bTV „Фермата“. Топ 3-те актуални предавания за 2018 г. са „120 минути“, „Лице в лице“ и bTV Репортерите, а „Тази сутрин“ е най-предпочитаната тв програма в делничния сутрешен пояс 6:30 – 9:30 часа.

Всяка година bTV е отличавана за професионалната си журналистика и корпоративната си социална отговорност с множество престижни награди.

Продуктът

bTV предлага богато разнообразие от програмно съдържание, позиционирано в 24-часова телевизионна схема и в дигиталните и радио платформи на медията, така че да удовлетвори предпочитанията и навиците на зрителите и потребителите.

Новините и актуалните предавания са гръбнакът на програмата на bTV и източникът на журналистическите материали с най-високо доверие в страната. Зрителите започват работната седмица с най-гледания сутрешен информационен блок „Тази сутрин“, следван от аудиторния лидер в своя пояс – токшоуто „Преди обед“. Най-важните новини го обед намират място в bTV Новините в 12:00 ч. Актуалните теми от деня се дискутират в студиото на най-рейтинговото актуално предаване „Лице в лице“ от 17:30 ч., веднага след следобедната емисия в 17:00 ч. Основният информационен източник за най-голям брой зрители е bTV Новините в 19:30 ч. Част от централната емисия са също и спортните новини и прогнозата за времето. През уикенда тя предшества специалната рубрика за задълбочени разследвания и репортажи bTV Репортерите.

Зрителите започват уикенда със сутрешния блок „Тази събота и неделя“. Лайфстайл темите се представят в съботното шоу CoolT. В неделя най-гледаното обзорно актуално предаване „120 минути“ засяга всички основни събития от седмицата.

Дневната програма на bTV предлага богато

разнообразие от чуждестранни сериали в делничните дни и български токшоу програми, документални поредици и филми през уикенда.

bTV излъчва най-гледаното съдържание в развлекателния и филмовия жанр. Сред най-големите праймтайм хитове в тв ефира през пролетния и есенния сезон са „Фермата“, „Гласът на България“, „MasterChef България“,

„България търси талант“ и „Бригада Нов дом“.

bTV инвестира в най-висококачествените български сериали. Най-новият проект на медията в жанра е седмичната романтична комедия „Съни бийч“ със завладяваща история от най-популярния морски курорт в България Слънчев бряг, планирана за излъчване през пролетта на 2020 г.

bTV предлага и богата селекция от касови филми, разпространявани от водещите световни студио, както и висококачествени чуждестранни сериали от Европа и Турция.

Съдържанието на bTV е достъпно за онлайн потребителите на няколко дигитални платформи, сред които са новинарският сайт btvnovinite.bg, AVOD платформата bTV Plus, където зрителите могат да гледат любимите си предавания безплатно до 7 дни след ефирното им излъчване, SVOD

платформата VOYO, както и btv.bg и сайтовете на ключовите предавания. Прогнозата за времето на bTV е достъпна и на dalivali.bg, а голямото съдържание, свързано с програмата на bTV, може да се открие и на ladyzone.bg и bistro.bg.

Радиослушателите могат да следят всички емисии и актуални предавания на bTV по bTV Радио заедно с оригинални предавания, посветени на най-важните теми от деня.

Съвременен развитие

Във връзка с променящите се навици на гледане bTV Media Group предприе сериозни стъпки, за да осигури взаимодействие между всички канали в групата, така че да позиционира висококачествените си продукции еднакво успешно в телевизионна, онлайн и радиосреда.

Ключовите праймтайм развлекателни програми на bTV като MasterChef, „Гласът на България“,



Знаете ли, че...

- Технологиите за добавена реалност (Augmented Reality), която bTV първа въведе в телевизията у нас, вече е достъпна и за партньорите и за техните въздействащи рекламни кампании в каналите и платформите на bTV Media Group.
- Като иноватор в продажбите bTV инвестира в технологична платформа за управление на данни (DMP), която осигурява голяма прецизност при определяне на интереса на аудиторията и целите на рекламодателите.

„България търси талант“ и „Фермата“ засилиха онлайн присъствието си чрез все повече допълнително дигитално съдържание и ексклузивно видео само за уебсреда.

bTV беше първата телевизионна медия в България, която предложи на зрителите възможността да гледат финалните епизоди на най-големите си развлекателни хитове – „Гласът на България“, „Фермата“ и „MasterChef България“ – онлайн чрез 360° livestream.

Платформата Champions TV на btvnovinite.bg/championstv предлага на футболните фенове разнообразни активности във връзка с излъчването на срещите от УЕФА Шампионска лига.

AVOD платформата btvplus.bg въведе изцяло нов, прогресивен дизайн, който стимулира голям ръст във видеогледанията на съдържанието.

През 2019 г. bTV стартира най-мощния технологичен проект в историята си – изцяло новото високотехнологично студио, уникално за Централна и Източна Европа. Студиото направи премиерата си навръх рождения ден на bTV на 1 юни с централната новинарска емисия и студиото за финала на УЕФА Шампионска лига.

Промоция

Промоционалната стратегия на bTV Media Group е създадена в подкрепа на успешното позициониране на съдържанието ѝ на различни платформи и създаването на най-добрата среда за пълноценно потребителско преживяване, в крак с последните тенденции и пазарни иновации.

Всички промоционални и комуникационни инициативи целят да утвърдят платформите на bTV Media Group като основното място, което да информира, забавлява и ангажира зрителите.

bTV Media Group прилага устойчив, творчески и холистичен комуникационен подход в различните си комуникационни канали, като остава близо до зрителите, включително с впечатляващи събития, където феновете срещат своите любими лица.

Много от най-силните български и международни брандове са част от развлекателното и филмовото портфолио на bTV Media Group, което изгражда силна емоционална връзка със зрителите и привлича множество марки, които се асоциират с премиум съдържанието на всички платформи.

Знаете ли, че...
• Дизайнът на новото високотехнологично студио на bTV е дело на световно признатата компания за архитектура и дизайн Veesh x Veesh, чието портфолио включва също студиите в комплекси на Al Jazeera в Лондон и Доха, както и медийния и комуникационен център на най-голямата австрийска национална телевизионна мрежа ORF.

Корпоративната социална отговорност (CSR) е ключова за bTV Media Group, в допълнение към основната дейност на компанията. Медията многократно е доказала силата си да обединява стотици хиляди доброволци в името на добра кауза. В подкрепа на различни каузи и с цел да сподели добри практики bTV инициира, съорганизира и партнира на редица обществено значими кампании и събития в социалната, образователната, екологичната, бизнес и културната сфера, като следва най-високите стандарти. CSR политиката на медията намира отражение и в програмното и новинарското ѝ съдържание.

Социално отговорните, промоционалните и комуникационните проекти на bTV Media Group са многократно отличавани с номинации и награди от местни и международни рекламни, социални и бизнес форуми.



Ценности на марката

Ангажимент на bTV е да бъде основният източник на надеждна и обективна журналистика, позитивни и конструктивни български развлекателни предавания и вълнуващи оригинални сериали – с безкомпромисно качество на продукцията.

bTV развива силни и популярни лица с високо доверие.

bTV налага тенденциите в медийните технологии, които помагат на зрителите да се фокусират върху важната и достоверна информация.

bTV е социално ангажирана – не само с най-мощната доброволческа кампания „Да изчистим България заедно“ и подкрепата на различни социално значими каузи, но и с отговорното си съдържание, близко до ценностите и приоритетите на хората.

bTV работи според най-високите професионални и етични стандарти, с ангажимент да остане предпочитаният партньор на рекламната индустрия.

История

2000 | bTV започва излъчване на 1 юни. Първата новинарска емисия на bTV е излъчена на 18 ноември.

2001 | bTV пуска 24-часова програмна схема на 18 февруари.

2006 | bTV стартира първия си риалити формат – Survivor.

2007 | От 7 юли централната емисия на bTV Новините започва излъчване в 19 часа.

2008 | bTV създава нов модел на благотворителна кампания с шоуто „Великолепната шесторка“ в партньорство с UNICEF.

2009 | През октомври и декември стартират тематичните канали bTV Comedy и bTV Cinema.

2010 | bTV Media Group става част от семейството на Central European Media Enterprises заедно с радиоканалите N-Joy, Jazz FM, Z-Rock и Classic FM.

bTV продуцира първия съвременен български сериал „Стъклен дом“.

Стартира сайтът LadyZone.bg.

2011 | През януари стартира тематичният канал bTV Action.

bTV дава началото на годишната си инициатива „Да изчистим България“ в партньорство с глобалната организация Let's Do It World.

bTV анонсира новия си бранд за кинопродукция и дистрибуция bTV Studios.

bTV Радио тръгва в ефир на 3 октомври.

2012 | bTV обновява визуалната си идентичност и става първата национална телевизия, която излъчва в HD качество.

Тръгват тематичните канали bTV Lady, SVOD платформата VOYO и новинарският сайт btvnovinite.bg.

2013 – 2015 | Стартират сайтовете за прогнозата на времето dalivali.bg и културният bistro.bg.

2016 | bTV Новините въвеждат технологията за добавена реалност (Augmented Reality) в емисиите си.

Стартират безплатната платформа за отложено гледане btvplus.bg и мобилното приложение на bTV Новините.

bTV пуска канала bTV International за българите в чужбина.

2017 | bTV прави значителни стъпки напред в мултиплатформеното си развитие и синергията между всички канали и платформи.

bTV.bg въвежда обновен дизайн.

2018 | bTV въвежда програмна иновация с българския си сериал „Скъпи наследници“, излъчван всеки ден от 18:00 часа.

Онлайн платформите btvplus.bg, btvnovinite.bg и dalivali.bg преминават редизайн.

2019 | bTV въвежда новото си високотехнологично студио, от което се излъчват bTV Новините, спортните новини, прогнозата за времето, „Тази сутрин“, „Преди обед“ и „Лице в лице“.

