



## ПАЗАР

bTV е първата частна национална телевизия в България. Тя се превърна в символ на нови професионални стандарти и промени изцяло медийната сцена у нас.

Общият брой на телевизионните зрители в България надхвърля 7 231 000. Според данните на пипълметричния панел bTV е лидер на пазара с 37% телевизионен дял за 2006 г. По данни на TGI България над 64% от градските жители на възраст 15–69 години заявяват, че bTV е любимият им телевизионен канал. Освен bTV, на медийния пазар у нас оперират и държавната телевизия Канал 1 (17,2% дял), както и втората частна национална телевизия Нова ТВ (15,6% дял). Най-влиятелни сред кабелните телевизии са „Планета“, „Диема+“, FoxLife и GTV. Политиката на bTV е гъвкава, креативна и отворена за мненията и вкусовете на зрителите. Неслучайно те я определят като най-модерната и най-любимата телевизия, която „винаги представя нещо ново“, сочи националното изследване на НОЕМА от есента на 2005 г.



## ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

bTV е най-гледаният телевизионен канал в България. Телевизията осигурява на своите рекламодатели най-голямо покритие. bTV задържа вниманието на зрителите за най-дълго време – средно на ден всеки телевизионен зрител в България отделя около два часа и половина, за да гледа програмата ѝ. Според данни на националния пипълметричен панел на TNS/TV Panel най-гледаните програми на bTV за периода 1 януари – 4 септември 2006 г. са централните новини на телевизията от 19,30 ч. (рейтинг 14,1%), „Шоуто на Слави“ (рейтинг 14,1%), „Изпитание на любовта“ (14%), 5 stars (12,7%), следвани от „Двама мъже и половина“ (12,6%), късните новини на медията (12,5%), „Шампионска лига“ (11,7 %) и други любими филми и предавания. [www.btv.bg](http://www.btv.bg) е най-посещаваният български

новинарски уебсайт. По данни на TGI България 22% от градските интернет потребители на възраст 15–69 години редовно се информират за новините от сайта на bTV. Телевизията печели награди от самото си създаване. Сред последните отличия е наградата за най-добър реалити формат на годината на XII медиен фестивал „Златен чадър“ в Албена през юни 2006 г. за „Такъв е животът“. На същия фестивал с първа награда е отличено утвърденото предаване на



bTV „Шоуто на Слави“. bTV може да се похвали и с приза на читателите на в. „24 часа“ за най-гостойните българи за 2005 г., както и с почетната награда на Националното сдружение на общините, присъдена през октомври 2005 г., за приноса на телевизията в отразяването на усилията на всички институции за ликвидиране на щетите от природните бедствия и най-вече за организираната кампания „Твоята помощ“ за набиране на средства за пострадалите.

Репортерите на bTV традиционно печелят множество награди. Само през 2006 г. специални призове получиха няколко от изтъкнатите журналисти на телевизията. Филмът „Българският Чикаго“ на Иван Бедров и оператора Даниел Драганов бе отличен на Международния филмов фестивал „Балфест“ – Сопот. Продукцията получи и специалната награда на пловдивския медиен център „Европрес“. Миролюба Бенатова бе отличена с приз за проявен висок професионализъм в борбата срещу насилието и трафика на хора. Наградата ѝ бе връчена по случай празника на МВР през юли 2006 г. За своя филм „София–Виена“ по повод Световния ден за борба срещу детския труд през юни 2006 г. Венелин Петков получи награда от Международната организация на труда, БЧК и център „ПроМедия“. Канна Рачева бе отличена за репортажите ѝ, отразяващи реформите в съдебната система и създаването на част-

ните съдебни изпълнители. Наградата ѝ бе връчена от Американската агенция за международно развитие и център „ПроМедия“. Ростислава Генчева получи „Златно перо“ за приноса ѝ към българската култура, а Пламен Петков и операторът Красимир Михайлов взеха специалната награда на журито на фестивала „Балфест“ за филма „Подмяната – десети“.

## ИСТОРИЯ

На 5 август 1999 г. Държавната комисия по далекосъобщенията (сега Комисия за регулиране на съобщенията) обявява конкурс за първа частна национална телевизия в България. Новият ТВ оператор трябва да се излъчва на честотата на Ефир 2. Заедно с други кандидати News Corporation – световноизвестна компания в областта на телевизията, филмовото разпространение и печатните медии, предлага проекта си за инвестиция. На 6 април 2000 г. комисията официално провъзгласява компанията като победител в конкурса и ѝ връчва лиценз. Първият, паметен за bTV, ден на излъчване



е 1 юни 2000 г. В началото телевизията излъчва кратка програма с продължителност няколко часа. Постепенно програмната схема се развива и на 18 февруари 2001 г. тя става 24-часова.

„bTV Новините“ дебютират на 18 ноември 2000 г. От ноември 2000 г. се излъчват „Искрено и лично“, „Шоуто на Слави“, „Тази сутрин“ и програмите през уикенда. През декември същата година стартира и голяма част от останалите предавания.

## ПРОДУКТЪТ

bTV е 100% собственост на News Corporation. Телевизията е изцяло оборудвана с дигитална техника и използва DVC PRO за качествена продукция. bTV е гъвкава, креативна и винаги отворена към своите зрители. Телевизията има 24-часова програмна схема, която

Включва широк спектър от програми, насочени към семейната аудитория.

Седмичната програма на bTV започва с „Тази сутрин“ – актуално информационно предаване, което зрителите гледат всеки ден от 7,00 до 9,30 ч. „Тази сутрин“ включва новини от света и страната, прогнози за времето, пътна информация и преглед на печата. Сутрешният блок се утвърди и като официална и основна трибуна за репортажи и интервюта, представящи локалните и човешките измерения на темите и проблемите, дебатирани в национален мащаб. Запазена марка на предаването е „раждането“ на новини, които често се цитират в „bTV Новините“, а след това и в останалите медии.

Кулинарното предаване „Бон Апети“, излъчвано след сутрешния блок, изгражда култура на здравословно хранене и запознава зрителите с интересни и вкусни български и чуждестранни рецепти. „Искрено и лично“, което се излъчва всеки делничен ден в сутрешната програма на bTV, е най-успешното токшоу с предимно женска аудитория. В него се обсъждат разнообразни теми – от лични драматични истории и експертни съвети до последните модни тенденции.

„Вот на доверие“ е телевизионна игра, в която участниците се намират в уникална позиция – не само да отговарят правилно на въпросите на водещия, но и да притежават отборен дух и лично обаяние. Победителят се определя чрез зрителски вот.

Най-гледаните телевизионни новини в България са „bTV Новините“. Обедната емисия е от 12,00 ч. В 19,00 ч. започва „Часът на Новините“. Той включва емисиите „bTV Светът“, от която зрителите получават подробна информация за най-горещите световни събития, а в 19,15 ч. стартира централната емисия „bTV Новините“. Късната емисия е от 22,00 ч.

Топразвлекателното шоу на bTV „Шоуто на Слави“ се излъчва всяка делнична вечер. То забавлява аудиторията със саркастични коментари върху горещите теми от деня, както и с микс от популярни гости и скетчове на комедийни актьори.

През уикенда bTV предлага няколко много успешни шоупрограми, сред които съботните предавания „Огледала“ (за мода), „Глобусът“ (за туризъм и свободно време), риалити предаването „Такъв е животът“, романтичното шоу „Море от любов“ и публицитичното шоу „Пирамида“. Хитовете в неделната програма на bTV са развлекателното токшоу „Сблъсък“, политическото предаване „В десетката“, поредицата „Другата България“ (истории на българи, живеещи в чужбина), скритата камера „Сладко отмъщение“, както и хитови холивудски филми и популярни сериали. bTV е телевизията, която излъчва и две от най-популярните спортни програми в света – Шампионска лига и Формула 1.

#### СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Колкото повече набляга датата на присъединяването на България към ЕС, толкова повече българските зрители се вълнуват от европейските и

световните политически, икономически и социални въпроси. В отговор на нарастващия интерес към международните новини, през 2006 г. bTV стартира рубриката „bTV Светът“. В

рамките на 15 минути, непосредствено преди централната емисия на „bTV Новините“, зрителите научават най-горещите световни новини, както и различните гледни точки и анализи, свързани с тях.

През март 2006 г. bTV излъчи уникалната за българския ефир документална риалити поредица „Такъв е животът“. През септември 2006 г. телевизията стартира излъчването на един от най-популярните риалити формати в света – Survivor, в изцяло български вариант, продуциран от bTV. В програмната схема на телевизията е заложена и местната продукция на световното шоу Pop Idol. От началото на 2006 г. bTV започна излъчването и на едно от най-зрелищните и атрактивни състезания в областта на спорта – Формула 1.

Новата визия на bTV стана известна на всички телевизионни зрители през септември 2006 г. Тя е модерна, стилна и на световно ниво. Освен модифициране на логото промяната включва обновяване на шалките на „гръбнака“ на програмата, а именно: сутрешен блок, новини, времето, спорт, филми, сериали, реклама, уебсайт и т.н. Автор на новата музикална „опаковка“ на bTV е популярният български композитор Иван Лечев. Новата визия на bTV е създадена от дизайнерския екип на телевизията и една от най-големите агенции за телевизионно брандиране в света – Via Worldwide. Американската фирма е работила за над 100 телевизии и телевизионни компании в Европа, Америка, Азия, Африка и Австралия, сред които RTL, SKY, NBC, Fox, National Geographic, Discovery Channel, Disney Channel, ABC, CNBC, CBS, руската ORT, Polsat, Tele 5 Spain, Prima Czech Republic и много други. Създателят и креативен директор на компанията Джон Руджуей е получил над 150 награди за печатен и телевизионен дизайн, между които Emmy,

отличия на Broadcast Designers Association и The Cable Ace.

#### ПРОМОЦИЯ

bTV не е просто телевизионен канал, а постоянна и приятелска компания за всеки българин. bTV е социално ангажирана телевизия. В ефира ѝ са проведени множество благотворителни кампании за бедстващи



българи, деца, сираци, хора в неравностойно положение и т.н. Телевизията се стреми да формира положителни ценности в българското общество. Лицата на bTV са активни участници в социалния живот, които отделят от личното си време в полза на обществено значими каузи. bTV е разпозната като предпочитан работодател, тъй като дава възможност на своите служители да реализират пълния си потенциал. Те, на свой ред, спазват общи правила за професионално поведение в отношенията си с клиенти, колеги и обществото като цяло. Журналистите в bTV неизменно се придържат към етичните норми на своята професия.

#### ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Мисията на bTV е да предоставя на своите зрители програма с най-високо качество, достоверни новини, спорт и развлекателни предавания без цинизъм и с приятелско лице.

bTV печели доверието на зрителите, защото подчертава положителните послания, оптимизма и доброто начало у хората. В програмата на телевизията няма предавания, които акцентират върху слабостите на българина и използват скандални и шокиращи събития с цел повишаване на рейтингите.

bTV се утвърди като семейната телевизия на България, чиито предавания информират, образоват и забавляват. Тя никога не остава безучастна към проблемите на обществото и обикновените хора.

[www.btv.bg](http://www.btv.bg)

#### ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

##### bTV

- Близко 350 високвалифицирани специалисти работят на трупов договор в bTV.
- 22% от градските интернет потребители на възраст 15–69 години редовно се информират за новините от сайта на bTV.
- Средно на ден всеки телевизионен зрители в България отделя около два часа и половина, за да гледа програмата на bTV.
- Общият брой на телевизионните зрители в страната надхвърля 7 231 000.

